

KONSTRUKSI MAKNA BINGE WATCHING DALAM POLA KONSUMSI MEDIA GEN-Z: STUDI FENOMENOLOGI ALFRED SCHUTZ

Fathullah; Mulia Ramdhan Fauzani, Ilmu
Komunikasi, Komunikasi dan Infromatika,
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi fenomena *binge watching* atau menonton maraton di kalangan Generasi Z, yang kini menjadi pola konsumsi media dominan seiring pesatnya perkembangan layanan *streaming on-demand*. Fokus utama penelitian ini adalah memahami bagaimana Gen-Z memaknai perilaku *binge watching* bukan sekadar sebagai hiburan, melainkan sebagai mekanisme koping (*avoidance coping*) untuk melarikan diri dari tekanan realitas. Penelitian kualitatif ini mengintegrasikan metode fenomenologi Alfred Schutz dan perspektif *Uses and Gratifications* guna menggali motif subjektif serta pemenuhan kebutuhan gratifikasi dari informan mahasiswa yang merupakan pengguna aktif platform streaming. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola konsumsi media Gen-Z didorong oleh dua motif utama: *because-motive* yang berakar pada tekanan akademik, kecemasan sosial, dan prokrastinasi, serta *in-order-to-motive* yang bertujuan untuk mencapai regulasi emosi, penciptaan “dunia paralel” yang terkendali, dan pengisian ulang energi mental. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian ilmu komunikasi mengenai evolusi audiens aktif di era digital, sementara secara praktis, temuan ini berkontribusi dalam memetakan perilaku konsumsi media sebagai instrumen kesehatan mental di lingkungan sosial.

Kata Kunci: *avoidance coping, binge watching, fenomenologi, generasi z, pola konsumsi media.*

Abstract

This study explores the phenomenon of binge-watching or marathon viewing among Generation Z, which has now become a dominant media consumption pattern with the rapid development of on-demand streaming services. The main focus of this study is to understand how Gen-Z interprets binge-watching behavior not merely as entertainment, but as a coping mechanism (avoidance coping) to escape the pressures of reality. This qualitative research integrates Alfred Schutz's phenomenological method and the Uses and Gratifications perspective to explore subjective motives and fulfillment of gratification needs from student informants who are active users of streaming platforms. The results show that Gen-Z's media consumption patterns are driven by two main motives: the because-motive rooted in academic pressure, social anxiety, and procrastination, and the in-order-to-motive aimed at achieving emotional regulation, the creation of a controlled "parallel world," and mental recharge. Theoretically, this study enriches communication science studies on the evolution of active audiences in the digital era, while practically, these findings contribute to mapping media consumption behavior as an instrument of mental health in the social environment

Keywords: *avoidance coping, binge watching, phenomenology. , generation z, media consumption patterns.*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi streaming yang sangatlah pesat telah mengubah pola konsumsi konten audio visual, khususnya di kalangan Generasi Z (Gen-Z) dan generasi ini tumbuh besar di tengah lanskap media yang terfragmentasi, di mana media sosial dan platform streaming (VOD) mendominasi. Pergeseran dari media penyiaran tradisional (televisi) ke media *on-demand* (sesuai permintaan) ini tidak hanya mengubah apa yang ditonton, tetapi secara fundamental mengubah pola konsumsi media itu sendiri. Pola konsumsi, yang dapat dipahami sebagai cara, kebiasaan dalam menggunakan media, telah bertransformasi. Jika pola konsumsi media lama bersifat linear dan diatur oleh jadwal siaran, pola konsumsi baru di era streaming bersifat non-linear, terpersonalisasi, dan diatur sendiri oleh pengguna.

Fenomena *binge watching*, atau aktivitas menonton beberapa episode serial dalam satu waktu secara berturut-turut, telah menjadi bagian *integral* dari kehidupan sehari-hari generasi ini. Fenomena *binge watching* di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan, ditandai dengan temuan bahwa 90% generasi muda berusia 20-33 tahun telah melakukan aktivitas menonton maraton, dengan mahasiswa sebagai kelompok yang paling sering melakukannya. Tren ini sejalan dengan meningkatnya popularitas layanan streaming daring, dimana Netflix tercatat menjadi platform favorit dengan 92% mahasiswa sebagai pelanggan. Bahkan, pertumbuhan pelanggan Netflix di Indonesia mengalami lonjakan dari 95 ribu pada tahun 2017 menjadi lebih dari 900 ribu pada tahun 2020 (Yohandi et al., 2024). Salah satu bentuk paling menonjol dari pola konsumsi media baru ini adalah fenomena *binge-watching*. Meskipun *binge watching* sering dipandang sebagai bentuk hiburan semata, terdapat indikasi bahwa perilaku ini dapat menjadi manifestasi dari *avoidance coping* (strategi penghindaran yang digunakan untuk mengelola stres dan tekanan psikologis). Gen-Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 yang berarti untuk saat ini mereka berusia antara 11 hingga 28 tahun, menghadapi banyak tantangan unik pada era digital ini, mulai dari *academic pressure*, *social media anxiety*, hingga ketidakpastian masa depan. Dalam menghadapi tekanan-tekanan tersebut, *binge watching* muncul sebagai sebuah fenomena sekaligus mekanisme pelarian yang memberikan *temporary escape* dari realitas yang menantang.

Fenomena ini menjadi semakin relevan mengingat konteks pandemi COVID-19 yang telah mengakselerasi ketergantungan pada *platform streaming*. Penelitian yang ada menunjukkan peningkatan signifikan dalam perilaku *binge watching* selama periode isolasi sosial. Namun, penggunaan *binge watching* sebagai strategi *avoidance coping* dapat memiliki implikasi jangka panjang terhadap kesejahteraan mental dan produktivitas. Meskipun beberapa penelitian telah mengkaji hubungan antara streaming media dan kesehatan mental, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman mendalam mengenai bagaimana Gen-Z memaknai dan menggunakan *binge watching* sebagai mekanisme *coping*. Penelitian-penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada aspek kuantitatif seperti durasi menonton dan dampak fisiologis, namun belum sepenuhnya mengeksplorasi dimensi psikologis dan sosial dari

fenomena ini, terutama dalam konteks *avoidance coping*. (Sigre-Leirós et al., 2022)

Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana Gen-Z menggunakan *binge watching* sebagai bentuk *avoidance coping* dalam menghadapi tekanan kehidupan sehari-hari. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis, penelitian ini nantinya akan mengeksplorasi pengalaman subjektif Gen-Z, proses pemberian makna terhadap aktivitas *binge watching*, serta implikasi terhadap strategi pengelolaan stres jangka panjang. Pemahaman ini kami rasa sangatlah penting mengingat Gen-Z akan menjadi mayoritas angkatan kerja dalam dekade mendatang, dan pola coping yang mereka kembangkan saat ini akan mempengaruhi kesehatan mental dan produktivitas mereka di masa depan. Meskipun pemicu dari fenomena ini, seperti stres akademik dan kecemasan sosial, berakar dari ranah psikologi, fokus penelitian ini bukanlah pada aspek psikologis klinis dari *avoidance coping* itu sendiri. Sebaliknya penelitian ini berada dalam konteks Ilmu Komunikasi, yang memfokuskan kajiannya pada bagaimana kondisi internal (stres) tersebut dimanifestasikan ke dalam sebuah praktik konsumsi media yang spesifik, yaitu *binge-watching*. Dengan demikian, objek kajian utama penelitian ini adalah pola konsumsi media dan konstruksi makna sosial (Schutz) di seputar praktik tersebut, bukan pada diagnosis kesehatan mental.

Berdasarkan uraian dari latar belakang tersebut, berikut adalah rumusan masalah penelitian yang peneliti dapat dirumuskan adalah sebagai berikut: “Bagaimana konstruksi makna *binge watching* dipahami dan dibentuk oleh Gen-Z melalui pengalaman subjektif mereka?” Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses bagaimana Gen-Z memaknai dan memberi arti pada aktivitas *binge watching* yang mereka lakukan sebagai bentuk strategi penghindaran stres atau tekanan psikologis yang mereka rasakan. Dengan meneliti pengalaman pribadi dan persepsi mereka, penelitian ini nantinya akan menggali bagaimana mereka membangun makna tersebut melalui interaksi sosial, pengalaman langsung, dan interpretasi subjektif. Hal ini meliputi bagaimana mereka melihat *binge watching* tidak sekadar sebagai hiburan, tetapi sebagai mekanisme untuk mengatasi masalah atau tekanan yang sedang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari.

Fokus penelitian ini adalah pada proses konstruksi makna itu sendiri, yang berakar pada kehidupan (*lifeworld*) partisipan. Menggunakan kerangka fenomenologi Alfred Schutz, penelitian ini akan menggali motif yang mendasari (*Because-motives* atau motif sebab, seperti adanya stres; maupun *In-Order-to-Motives* atau motif tujuan, yakni untuk mendapatkan ketenangan sesaat) mengapa *binge-watching* dipilih sebagai strategi *coping*. Lebih lanjut, penelitian ini akan mengeksplorasi bagaimana 'Stock-of-Knowledge' (yang diperoleh dari pengalaman sebelumnya, rekomendasi teman, atau algoritma media) dan proses 'tipifikasi' (pengkategorian) memungkinkan Gen-Z untuk secara intersubjektif atau bersama-sama memaknai *binge-watching* sebagai sebuah 'pelarian' (*escapism*) yang wajar dan fungsional. Dengan demikian, penelitian ini tidak bertujuan mengukur dampak klinis, melainkan membongkar proses

interpretatif di mana sebuah praktik konsumsi media diberi makna sosial dan psikologis tertentu oleh para pelakunya.

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan program literasi media digital yang lebih efektif dan relevan bagi Gen-Z. Alih-alih merumuskan 'intervensi psikologis', penelitian ini bertujuan memperkaya literatur Kajian Media (*Media Studies*) tentang bagaimana audiens secara aktif memaknai pola konsumsi media baru di dalam kehidupan sehari-hari mereka (*everyday life*). Kemudian, temuan dalam penelitian ini dapat menjadi landasan bagi praktisi media, industri, dan pendidik untuk memahami audiens Gen-Z secara lebih holistik; bukan sebagai korban pasif teknologi, melainkan sebagai aktor aktif yang secara subjektif mengonstruksi makna media dalam dunia (*lifeworld*) mereka.

1.2.1 Praktik Binge Watching dalam Masyarakat Digital

Lanskap media baru yang didominasi oleh Gen-Z ini secara fundamental berbeda dari era media penyiaran tradisional. Argumen sentral dari Silverstone adalah bahwa media tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari (*everyday life*) (Silverstone & Hirsch, 2005) Media 'didomestikasi' atau 'dijinakkan' (*domesticated*) yang artinya teknologi media dibawa masuk dari ranah publik ke dalam ranah privat (rumah tangga) dan diintegrasikan ke dalam rutinitas, ritual, dan tatanan moral kehidupan sehari-hari. Dalam konteks *streaming*, *binge-watching* dapat dipahami sebagai pola konsumsi yang telah terdomestikasi, menjadi sebuah ritual baru yang tertanam dalam struktur kehidupan sehari-hari Gen-Z untuk mencapai tujuan tertentu, dalam hal ini salah satunya sebagai *avoidance coping*. Platform *streaming* Video-On-Demand (VOD) seperti Netflix dan lainnya, secara konseptual memiliki dimensi yang berbeda. Spilker & Colbjørnsen (2020) mengidentifikasi dimensi utama layanan *streaming* modern yakni sifatnya yang 'sesuai permintaan' (*on-demand*), ketersediaan katalog konten yang masif, dan aksesibilitas yang 'non-linear' (tidak terikat jadwal siaran). Infrastruktur teknologi inilah yang kemudian secara langsung memungkinkan, mendorong, dan menormalisasi praktik serta pola konsumsi media baru seperti *binge-watching*. Penelitian ini mengacu pada berbagai sumber untuk memahami fenomena *binge watching* sebagai strategi coping pada Gen-Z. Beberapa penelitian sebelumnya menyoroti peningkatan perilaku binge watching selama pandemi COVID-19 yang menunjukkan adanya kaitan antara isolasi sosial dan ketergantungan pada platform streaming (Sigre-Leirós et al., 2022), Dixit et al., (2020) menemukan bahwa binge watching menjadi semakin umum sebagai respons terhadap stress dan ketidakpastian yang disebabkan oleh pandemi. (Dixit et al., 2020)

Pemilihan Generasi Z (Gen-Z) sebagai subjek utama dalam penelitian ini memiliki urgensi konseptual yang kuat jika dikaitkan dengan lanskap media kontemporer. Penelitian dari Jenner (2017)

dalam kajian media, membingkai *binge-watching* bukan sekadar sebagai perilaku individu, melainkan sebagai sebuah konsep yang terbentuk dari “persimpangan antara wacana industri, audiens, dan teks.” Jenner berargumen bahwa *binge-watching* adalah praktik yang dulunya terbatas pada penggemar, seperti menonton DVD box set, yang kini telah diadopsi dan dinormalisasi menjadi praktik media yang ‘mainstream’. Praktik ini didorong secara aktif oleh industri *Video-On-Demand* (VOD) seperti Netflix yang memposisikan diri sebagai alternatif dari televisi ‘tradisional’ yang terjadwal. Selain itu, *binge-watching* juga terkait erat dengan jenis tontonan yang ‘berkualitas’ atau ‘cult’ yang memberikan justifikasi budaya bagi audiens untuk melakukan investasi waktu yang ekstensif. Pada akhirnya, Jenner (2017) mengonstruksikan *binge-watching* bukan sebagai perilaku impulsif, melainkan sebagai sebuah alternatif tontonan yang “disengaja dan diatur sendiri” (*deliberate, self-scheduled*) oleh audiens. (Jenner, 2017)

Secara konseptual, *binge watching* didefinisikan sebagai aktivitas menonton beberapa episode dari satu serial televisi atau program dalam satu sesi duduk (*one sitting*). Menurut Starosta dan Izydorczyk (2020), meskipun terdapat variasi jumlah episode dalam berbagai literatur, batasan yang umum digunakan untuk mengklasifikasikan perilaku ini adalah menonton setidaknya dua hingga lima episode atau lebih secara berturut-turut. Konteks 'satu waktu' atau satu sesi duduk di sini bukan sekadar durasi fisik, melainkan sebuah kondisi kontinuitas di mana penonton terlibat dalam imersi naratif tanpa adanya interupsi yang signifikan di antara episode-episode tersebut. Hal ini menciptakan pengalaman keterlibatan emosional dan kognitif yang berkelanjutan yang membedakannya dari pola menonton televisi tradisional. Meskipun fenomena ini sering dianggap sebagai perilaku baru yang muncul seiring dengan populernya platform Netflix pada tahun 2013 melalui perilis serial *House of Cards*, Starosta dan Izydorczyk (2020) menjelaskan bahwa akar perilaku ini telah ada jauh sebelumnya. Istilah dan praktik ini secara historis sudah mulai dikenal pada akhir 1990-an dan awal 2000-an, yang dipicu oleh ketersediaan media fisik seperti DVD *box sets* yang memungkinkan penggemar untuk menonton satu musim penuh secara maraton. Kehadiran Netflix dan teknologi *streaming* di kemudian hari bertindak sebagai akselerator yang mengubah perilaku kelompok *niche* (terbatas) ini menjadi budaya konsumsi media yang masif di era digital.

Flayelle et.al. (2020) telah melakukan serangkaian penelitian tentang binge watching termasuk tinjauan sistematis tentang bukti yang ada mengenai *binge watching*, pendekatan analitis kluster untuk mengatasi eksplorasi unit *binge watching*, dan eksplorasi tentang pendekatan konfirmatori untuk penelitian binge watching. Penelitian-penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam tentang berbagai aspek binge watching dan bagaimana fenomena ini dapat dianalisis dari berbagai perspektif. Kebaruan penelitian ini terletak pada posisinya yang secara tegas menjembatani ranah psikologi dengan Ilmu Komunikasi. Alih-alih hanya mengukur *avoidance coping* (seperti penelitian kajian media murni), penelitian ini menggunakan fenomenologi Schutz untuk menggali bagaimana kedua ranah tersebut

(kebutuhan internal psikologis dan dorongan eksternal sosial-budaya) bertemu dan dimaknai secara subjektif oleh Gen-Z. Fokus pada konstruksi makna dari sebuah pola konsumsi media, inilah yang menempatkan penelitian ini secara kokoh dalam disiplin Ilmu Komunikasi.

Binge watching juga dapat dipahami sebagai salah satu dari banyak motif yang mendorong Gen-Z untuk terlibat dalam aktivitas ini. Dalam konteks tekanan sosial, seperti ekspektasi akademik dan harapan untuk mendapatkan pekerjaan, *binge watching* berfungsi sebagai pelarian dari stres dan kecemasan yang dihadapi. Selain *coping*, motivasi lain untuk *binge watching* juga mencakup kebutuhan untuk hiburan, penguatan sosial, dan pencarian identitas. Teori *Uses and Gratifications* (U&G) secara klasik dipelopori oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (1974). Teori ini menandai pergeseran paradigma besar dalam studi komunikasi, dari yang sebelumnya berfokus pada '*apa yang dilakukan media terhadap khalayak*' menjadi '*apa yang dilakukan khalayak terhadap media*'. Melalui asumsi mendasar bahwa audiens bersifat aktif dan memiliki orientasi tujuan, individu dianggap sengaja memilih dan mengonsumsi media tertentu demi memenuhi kepuasan psikologis dan kebutuhan sosial mereka. Menurut Lev-on (2017), "penggunaan media seringkali dipicu oleh kebutuhan individu untuk mengatasi stres dan mencari hiburan, yang menunjukkan bahwa media berfungsi sebagai alat untuk pelarian dari realitas yang menekan". Hal ini sejalan dengan Teori *Uses and Gratifications*, yang menekankan bahwa individu memilih media berdasarkan kebutuhan emosional dan sosial mereka. (Lev-On, 2017)

Kemudian untuk memahami strategi *coping*, penelitian ini merujuk pada karya Lazarus dan Folkman (1984) yang membahas stres, penilaian, dan *coping*. Teori *coping* yang mereka kemukakan memberikan kerangka kerja untuk menganalisis bagaimana individu menghadapi tekanan dan tantangan dalam kehidupan mereka. Selain itu, penelitian ini menggunakan teori fenomenologi konstruksi makna dari Alfred Schutz (1970) sebagai landasan teoritis untuk memahami bagaimana Gen-Z memaknai aktivitas *binge watching* sebagai strategi *coping*, Schutz menekankan pentingnya intersubjektivitas, stok pengetahuan, dan tipifikasi dalam memahami bagaimana individu membangun makna dalam dunia sosial. Creswell, J. W., & Poth, C. N. juga dirujuk dalam penelitian ini terkait dengan desain penelitian kualitatif dan pendekatan fenomenologi. Creswell memberikan panduan tentang bagaimana melakukan penelitian kualitatif yang valid dan reliabel, termasuk teknik pengumpulan data dan analisis data. (Creswell, 2007)

1.2.2 Exploring avoidance coping dalam U&G dan Karakteristik Gen-Z

Coping adalah proses psikologis yang dilakukan individu untuk mengelola dan menyesuaikan diri terhadap stres, tekanan, atau tantangan dalam hidup mereka (Lazarus & Folkman, 1984). Dalam kajian terbaru, *coping* sering dipahami sebagai strategi yang digunakan secara sadar maupun tidak sadar untuk mengurangi dampak psikologis dari situasi yang menimbulkan stres (Howard et al., 2025). *Coping* dapat bersifat *problem-focused*, yakni berusaha mengatasi akar masalah, atau *emotion-focused*, yaitu berusaha

mengelola reaksi emosional terkait situasi stres (Carver et al., 1989). Penelitian oleh Stevens dan Dillman Carpentier (2017) meneliti hubungan antara kecenderungan *coping* alami, khususnya *avoidance coping*, dengan pemilihan media dalam kerangka *Mood Management Theory*. Melalui dua studi eksperimental, mereka menemukan bahwa individu dengan tingkat *avoidance coping* yang tinggi lebih cenderung memilih konten media yang menyenangkan (*hedonic motivation*), seperti film dan musik yang positif, dengan tujuan untuk menghindari atau memperbaiki suasana hati negatif yang mereka rasakan. Temuan ini menegaskan bahwa motivasi hedonis, seperti keinginan untuk *escapisme*, lebih kuat memprediksi pemilihan media pada individu dengan gaya *avoidance coping* dibandingkan dengan mereka yang memiliki kecenderungan *active coping* (Stevens & Dillman Carpentier, 2017).

Dalam tinjauan sistematis mereka mengenai *binge-watching* dan korelasinya, Flayelle, et al. (2021) menyoroti bahwa aktivitas tersebut seringkali berakar pada mekanisme *coping* yang berkaitan dengan stres dan kecemasan. Hasil tinjauan tersebut secara konsisten menunjukkan bahwa *binge-watching* digunakan sebagai cara untuk mengatasi perasaan depresi, kecemasan, serta berfungsi sebagai bentuk *avoidance coping*. Meskipun aktivitas ini dapat memberikan ketenangan pikiran sementara, penelitian juga menemukan adanya potensi risiko kecanduan dan penurunan kesehatan mental jika dilakukan secara berlebihan dan kompulsif (Flayelle et al., 2020). penelitian di atas secara konsisten menunjukkan bahwa *binge watching* bukan sekadar aktivitas hiburan, melainkan berfungsi sebagai strategi *coping* penghindaran (*avoidance coping*) yang digunakan individu untuk meredakan tekanan psikologis, menghindari emosi negatif, mencari ketenangan sementara. Secara keseluruhan, semua temuan ini mengindikasikan bahwa *binge watching* dapat dipahami sebagai mekanisme *coping* emosional yang bersifat pelarian, terutama dalam situasi penuh tekanan seperti pandemi, tuntutan akademik, atau kondisi afektif negatif lainnya. Hasil tersebut memberikan landasan teoritis bagi penelitian fenomenologis dengan perspektif fenomenologi Schutz untuk mengeksplorasi bagaimana Gen-Z membangun makna dan pengalaman subjektif atas perilaku *binge watching*, termasuk konsekuensinya bagi kesejahteraan psikologis mereka.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah berhasil mengidentifikasi korelasi antara *binge-watching* dengan berbagai variabel psikologis, seperti *avoidance coping*, stres, dan kecemasan. Namun, penelitian-penelitian tersebut mayoritas bersifat kuantitatif dan berfokus pada ranah psikologi, sehingga berhenti pada pembuktian "apakah" *binge-watching* berfungsi sebagai pelarian, tanpa menggali "bagaimana" makna pelarian itu dikonstruksi. Di sisi lain, penelitian dalam ranah Kajian Media seperti, Jenner, 2017 yang telah menganalisis *binge-watching* sebagai praktik budaya dan desain platform, namun seringkali terpisah dari pengalaman subjektif dan kebutuhan internal individu. Kesenjangan (gap) yang ada adalah belum adanya penelitian kualitatif di Indonesia yang secara spesifik menjembatani kedua ranah tersebut. Belum ada yang berfokus pada bagaimana dua dorongan ini yaitu kebutuhan internal (psikologis) untuk *coping* dan

dorongan eksternal (sosial-budaya/platform) bertemu, dinegosiasikan, dan dimaknai secara subjektif oleh individu. *Avoidance coping* dalam kerangka *Uses and Gratification* (U&G) dapat dipahami sebagai strategi penanggulangan stres (*coping strategy*) yang dilakukan dengan menghindari sumber tekanan psikologis atau emosi negatif melalui penggunaan media, dimana individu secara aktif memilih media tertentu untuk memperoleh gratifikasi (*gratifications sought*) berupa pengalihan perhatian, relaksasi, atau pelarian (*escape*).

Penjelasan konsepnya: 1) *Avoidance coping* sendiri merujuk pada gaya penanggulangan stres yang berfokus pada penghindaran (*avoidance*) misalnya dengan menekankan pikiran negatif, mengalihkan perhatian, atau menjauh dari situasi yang memicu kecemasan. 2) Dalam kerangka *Uses and Gratifications*, individu dianggap aktif dalam memilih media berdasarkan kebutuhan psikologis tertentu. Ketika seseorang menggunakan media untuk menghindari masalah, tekanan, atau perasaan negatif, motif tersebut selaras dengan *gratification* seperti *escapism*, *diversion*, atau *mood management*. 3) Dengan demikian, *avoidance coping* dalam U&G dapat didefinisikan sebagai: Pemanfaatan media secara sengaja sebagai sarana untuk menghindari, menunda, atau menekan pengalaman emosional yang menimbulkan ketidaknyaman, dimana konsumsi media memberikan gratifikasi berupa rasa lega, pengalihan, atau perbaikan suasana hati. Contoh: 1) Seseorang menonton serial secara maraton (*binge watching*) untuk melupakan masalah akademik atau konflik personal. 2) Menghabiskan waktu lama di media sosial untuk menghindari perasaan kesepian atau kecemasan sosial yang dia alami. Dalam konteks ini, *avoidance coping* bukan sekedar perilaku pasif, tetapi pilihan aktif untuk menggunakan media sebagai mekanisme pelarian, sebagaimana dijelaskan oleh teori U&G bahwa audiens mencari dan menggunakan media sesuai kebutuhan emosionalnya.

Karakteristik Gen-Z

Generasi Z (Gen-Z) adalah kelompok demografis yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yang berkembang dalam era digital dan media sosial. Menurut Pew Research Center (2019), definisi ini digunakan secara internasional dan telah diadopsi dalam berbagai studi di Asia. Di Indonesia dan negara-negara Asia lainnya, rentang ini juga berlaku, meskipun ada variasi dalam penggunaannya tergantung konteks dan tujuan penelitian. Dalam konteks tahun 2024, individu yang termasuk dalam Gen-Z berusia sekitar 12 sampai 28 tahun, dan mereka terdiri dari remaja hingga dewasa muda. Mereka adalah generasi pertama yang tumbuh dengan akses luas terhadap internet, teknologi digital, dan media *streaming* sejak masa kanak-kanak dan remaja. Di Asia, karakteristik Gen-Z dipengaruhi oleh norma budaya lokal dan proses globalisasi. Mereka dikenal sebagai generasi yang: 1) Sangat terbiasa dan nyaman dengan teknologi digital dan media sosial. 2) Lebih sadar terhadap isu sosial, keberagaman, dan keberlanjutan. 3) Menghadapi tekanan sosial dan akademik yang tinggi, serta memiliki tingkat kecemasan yang meningkat terhadap masa depan.

Selain itu, studi oleh Hyo Hoon soo Kim, (2017) menunjukkan bahwa Gen-Z di Korea Selatan

memiliki tingkat keaktifan tinggi dalam penggunaan *platform* digital dan media *streaming* sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari mereka. Terdapat perbedaan perspektif tergantung konteks budaya dan tingkat perkembangan teknologi di masing-masing negara: 1) Korea Selatan dan Jepang: Lebih menekankan inovasi dan konsumsi media digital secara intensif, serta kompetensi teknologi tinggi. 2) Cina dan Indonesia: Karakteristik budaya yang lebih kolektivistik mempengaruhi cara mereka berinteraksi dengan teknologi dan media. Secara umum, berdasarkan berbagai studi, definisi internasional dan di Asia mengidentifikasi bahwa Gen-Z adalah individu berusia sekitar 12-28 tahun yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, dengan karakteristik sebagai generasi digital native dan sangat terhubung secara sosial dan teknologi.

1.2.3 Teori Fenomenologi Konstruksi makna Alfred Schutz

Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi konstruksi makna yang dikembangkan oleh Alfred Schutz sebagai landasan teoritis untuk memahami bagaimana Gen-Z memaknai aktivitas *binge watching* sebagai Strategi Coping. Schutz mengembangkan pemikiran fenomenologis yang menekankan bahwa makna terbentuk melalui proses intersubjektivitas dalam dunia sosial dimana individu hidup, berinteraksi, dan memahami tindakan satu sama lain (Schutz, 1970)

Dalam konteks penelitian ini, terdapat tiga asumsi penting yang relevan untuk dibahas. Pertama, Intersubjektivitas (*Intersubjectivity*) yang dikemukakan oleh Schutz, menekankan bahwa pemahaman tentang dunia berasal dari interaksi dengan orang lain dan pengalaman bersama. Dalam hal ini, Gen-Z tidak hanya sekedar menonton konten, tetapi juga berbagi pengalaman, mendiskusikan konten yang ditonton, dan membentuk pemahaman kolektif tentang aktivitas tersebut sebagai mekanisme *coping*. Kedua, Stok Pengetahuan (*Stock of Knowledge*) yang merujuk pada akumulasi pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki individu, mempengaruhi interpretasi mereka terhadap realitas. Gen-Z, dengan pengalaman digital yang intens, mengembangkan stok pengetahuan khusus tentang bagaimana menggunakan media streaming sebagai cara untuk mengelola stress dan tekanan. Ketiga, Tipifikasi (*Typification*) yang dijelaskan oleh Schutz, menunjukkan bahwa manusia memahami dunia melalui proses tipifikasi atau kategorisasi pengalaman. Dalam konteks penelitian ini, fokus analisis nantinya akan tertuju pada bagaimana Gen-Z mengelompokkan *binge watching* sebagai bentuk *avoidance coping*.

Relevansi dengan fenomena *binge watching*, dalam teori Schutz memberikan kerangka analitis yang kuat untuk memahami bagaimana Gen-Z mengkonstruksikan makna dari aktivitas *binge watching* mereka. Melalui perspektif ini, *binge watching* tidak hanya dilihat sebagai perilaku konsumsi media semata, akan tetapi sebagai fenomena sosial yang memiliki makna mendalam bagi pelakunya. Konstruksi makna ini terbentuk melalui pengalaman langsung dalam menggunakan *platform streaming*,

pembentukan pemahaman kolektif tentang fungsi *binge watching* sebagai mekanisme *coping*, interpretasi subjektif tentang efektivitas *binge watching* dalam mengelola stres. Schutz juga menekankan pentingnya dimensi temporal dalam konstruksi makna, yang terdiri dari, *Because-motives* (motif sebab) yakni latar belakang yang mendorong Gen-Z melakukan *Binge Watching*, dan *In-Order-to-Motives* (Motif Tujuan) yakni tujuan apa yang ingin dicapai melalui aktivitas *Binge Watching*. Dalam teori ini menjelaskan perspektif teoritis yang memungkinkan penelitian untuk mengeksplorasi tidak hanya bagaimana Gen-Z menggunakan *Binge Watching* sebagai Strategi *Coping*, tetapi juga bagaimana mereka membangun pemahaman dan justifikasi atas perilaku tersebut dalam konteks kehidupan sehari-hari mereka.

Pemilihan fenomenologi Alfred Schutz sebagai landasan teori utama didasarkan pada tujuannya untuk memahami 'dunia-hidup' (*lifeworld*) dari Gen-Z. Dalam konteks masyarakat kontemporer, dunia-hidup ini tidak dapat dipisahkan dari media. Seperti yang dijelaskan oleh Jansson (2002) melalui konsep 'mediatisasi kehidupan' (*mediatization of the lifeworld*), media tidak lagi hanya menjadi 'alat' terpisah yang kita gunakan, tetapi telah terintegrasi begitu dalam dan menjadi bagian dari struktur serta rutinitas realitas sosial kita sehari-hari. Oleh karena itu, memahami makna dari praktik konsumsi media (seperti *binge-watching*) menjadi krusial untuk memahami kehidupan Gen-Z secara keseluruhan. (Jansson, 2002)

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi. Pilihan metode ini didasarkan secara langsung pada rumusan masalah penelitian, yang berfokus untuk memahami bagaimana konstruksi makna *binge watching* sebagai *avoidance coping* dibentuk oleh Gen-Z. Fenomenologi dipilih karena fokus utama penelitian ini bukanlah untuk mengukur frekuensi, durasi, atau dampak kausal (sebab-akibat) dari *binge-watching* yang lebih tepat didekati secara kuantitatif atau psikologi klinis. Sebaliknya, penelitian ini berupaya menggali esensi dari pengalaman subjektif itu sendiri. Metode lain, seperti studi kuantitatif, mungkin dapat menunjukkan *korelasi* antara stres dan *binge-watching*, namun metode tersebut gagal menjelaskan 'bagaimana' individu secara personal merasakan, menginterpretasikan, dan memberi arti pada tindakannya sebagai sebuah 'pelarian' (*escapism*). Fenomenologi, khususnya kerangka Alfred Schutz, memungkinkan peneliti untuk masuk ke dalam kehidupan (*lifeworld*) partisipan dan membongkar proses di mana sebuah perilaku konsumsi media (menonton) bertransformasi menjadi sebuah strategi psikologis (*coping*) yang bermakna bagi mereka. Oleh karena itu, fenomenologi adalah satu-satunya metode yang dapat menjawab 'bagaimana' proses pemaknaan ini terjadi dari sudut pandang partisipan itu sendiri.

Bagian ini menjelaskan secara rinci pendekatan, prosedur, dan langkah-langkah yang akan

digunakan dalam penelitian untuk memahami *binge watching* sebagai *avoidance coping* pada Gen-Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi, yang bertujuan menggali makna subjektif di balik perilaku *binge watching* pada remaja Gen-Z. Fenomena *binge watching* di kalangan Gen-Z semakin marak seiring dengan kemudahan akses layanan streaming digital. Banyak penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *binge watching* dapat menjadi salah satu bentuk *coping*, khususnya *avoidance coping*, dalam menanggapi tekanan psikologis (Starosta & Izydorczyk, 2020). Namun, pemahaman mendalam mengenai bagaimana Gen-Z memaknai aktivitas ini sebagai strategi *coping* masih terbatas, terutama dalam konteks sosial budaya Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode fenomenologi Alfred Schutz untuk mengeksplorasi konstruksi makna *binge watching* sebagai *avoidance coping*. Penelitian ini menggunakan desain kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap pengalaman subjektif dan makna yang dibangun oleh individu dalam kehidupan sehari-hari. Partisipan penelitian ini adalah remaja Gen-Z (usia 18-25 tahun) yang secara aktif melakukan *binge watching*, dan melakukan aktivitas *binge watching* serial drama lebih dari dua jam atau dua episode lebih menggunakan layanan streaming online. Teknik purposive sampling digunakan untuk memilih partisipan yang sesuai dengan kriteria penelitian. (Sugiyono, 2014).

Penelitian ini menggunakan instrumen wawancara semi-terstruktur yang dikembangkan secara spesifik untuk menggali pengalaman hidup (*lived experience*) partisipan mengenai *binge-watching* sebagai *avoidance coping*. Instrumen dikembangkan dengan mengadaptasi kerangka konseptual dari berbagai penelitian terdahulu. Rujukan utama yang digunakan adalah studi fenomenologi subjektif *binge-watching* oleh Anghelcev, et al. (2021) yang berfokus pada pengalaman emosional dan kognitif penonton. Pengaplikasian teori Fenomenologi Alfred Schutz dalam konteks pengalaman media modern juga merujuk pada penelitian sejenis oleh (Du et al., 2022). Pemetaan instrumen dilakukan untuk memastikan pertanyaan telah mencakup dimensi utama Schutz: Motif Sebab (*Because-motives*), Motif tujuan (*In-Order-to-Motives*), Stok pengetahuan (*Stock of Knowledge*), Tipifikasi (*Typification*). Contoh pertanyaan kunci yang digunakan untuk menggali makna *binge-watching* secara mendalam antara lain: “Apa sih yang sering anda rasakan yang kemudian membuat anda berpikir, ‘Ah, saya harus nonton sekarang juga?’” (untuk *Because-Motives*) dan pertanyaan mengenai pengalaman ‘terseret-masuk’ ke dalam cerita (untuk menggali konsep *Transportation* dan *Immersion*). *Transportation* yang dimaksud dalam konsep ini adalah fenomena dimana penonton merasa terbawa masuk secara naratif ke dalam dunia cerita, seolah-olah mereka benar-benar berada di tempat peristiwa yang ditonton itu terjadi. *Immersion* adalah kondisi subjektif yang lebih luas di mana penonton mengalami perasaan keterlibatan yang mendalam dengan media yang ditonton, sering kali mencakup identifikasi emosional dengan karakter dan lingkungan fiksi.

Jumlah partisipan sebanyak tujuh orang, atau hingga data mencapai saturasi. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam (*in-depth interview*) secara semi-terstruktur. Wawancara dilakukan secara daring maupun luring, sesuai dengan kenyamanan narasumber. Setiap wawancara direkam (dengan persetujuan narasumber) dan transkrip verbatim (transkripsi yang mencatat setiap kata, termasuk gagap, kesalahan, dan kata-kata pengisi seperti "um" atau "ah", yang diucapkan dalam rekaman audio atau video). Transkripsi ini bertujuan untuk memberikan catatan yang paling akurat dan lengkap dari percakapan atau acara yang direkam untuk keperluan analisis. Analisis data dilakukan dengan tahapan, membaca dan memahami transkrip wawancara secara menyeluruh, mengidentifikasi unit makna yang berkaitan dengan pengalaman binge watching dan coping, mengelompokkan unit makna dalam tema-tema utama berdasarkan teori fenomenologi Schutz, seperti intersubjektivitas dan stok pengetahuan, menyusun narasi hasil analisis untuk menggambarkan konstruksi makna binge watching sebagai avoidance coping pada Gen-Z. Validitas data dijaga melalui teknik triangulasi sumber yaitu mengkonfirmasi hasil interpretasi kepada partisipan untuk memastikan kesesuaian makna. Penelitian ini memperhatikan prinsip etika penelitian, seperti informed consent, kerahasiaan data, dan hak partisipan untuk menarik diri kapan saja tanpa konsekuensi. Hasil wawancara mendalam dengan informan terkait transkrip dan rekaman wawancara disimpan dalam repositori digital (Google Drive) dan dapat di akses melalui tautan berikut:

https://drive.google.com/drive/folders/1DTHb_VqLlqjfDrSdnDk1MBzIXmfbhchW?usp=drive_link

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian

Penelitian ini melibatkan tujuh informan yang merupakan Gen-Z, ada mahasiswa dan ada yang sudah bekerja dengan berbagai latar belakang, yang secara rutin dan intens melakukan aktivitas binge-watching sebagai bentuk mekanisme coping. Berikut adalah profil dan hasil singkat dari para informan:

Tabel 3.0.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian

No	Kode	Serial / Film yang Ditonton	Platform	Intensitas & Durasi Per Sesi	Genre / Konten Spesifik	Perilaku Khas Saat Menonton
1.	T	Beyond The Bar	Netflix	12 episode sekali duduk	Drama / <i>Slice of Life</i>	Melakukan <i>rewatching</i> (menonton ulang) untuk mencari rasa

						tenang yang sudah pasti.
2.	S	Nine Puzzles	Disney+	10-12 episode sekali duduk	<i>Thriller / Crime</i>	Melakukan "hibernasi mental" untuk meminimalisir interaksi sosial.
3.	F	Twenty Five Twenty One	Netflix	10-12 episode sekali duduk	Melodrama / <i>Romance</i>	Mencari pesan moral dari karakter film untuk menghadapi permasalahannya.
4.	N	<i>Trigger</i>	Disney+	8-10 episode sekali duduk	<i>Action / Investigasi</i>	Mengabaikan skripsi dan tanggung jawab demi memuaskan rasa penasaran.
5.	RA	<i>From</i>	Netflix	7-9 episode sekali duduk	<i>Mystery / Psychological Horror</i>	Menonton hingga tuntas untuk mencapai kondisi "mental reset".
6.	RN	Big Mouth	Disney+	10 Episode sekaligus dalam semalam	<i>Thriller</i>	Menjadikan tontonan sebagai "ruang napas" agar mental kembali stabil.
7.	RD	The Winning Try	Netflix	10 episode	<i>Sports / Motivasi</i>	Mencari validasi dan energi tambahan melalui perjuangan

						karakter dalam film.
--	--	--	--	--	--	----------------------

Sumber : Data Primer Olahan Peneliti (2026)

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa seluruh informan memiliki pola konsumsi media yang melampaui batas normal, dengan rata-rata durasi minimal 5 jam hingga 10 jam dalam satu sesi menonton (*one-sitting*). Hal ini menunjukkan adanya urgensi komunikasi dimana Gen-Z tidak lagi menggunakan media hanya sebagai hiburan, melainkan sebagai instrumen regulasi diri.

Data di atas mengonfirmasi bahwa informan melakukan praktik binge-watching sebagai bentuk eskapisme dari tekanan nyata. Misalnya, informan N memilih menonton dari sore hingga subuh untuk menghindari beban pengerjaan skripsi, atau informan F yang menonton 10-12 episode untuk mencari ‘kekuatan moral’ dari drama yang ia tonton. Secara fenomenologis, intensitas ini membuktikan adanya upaya subjek untuk menarik diri dari dunia kehidupan yang penuh tekanan menuju dunia fiksi yang menawarkan kepuasan instan dan kontrol penuh atas emosi mereka.

3.2 Temuan Hasil Penelitian

3.2.1 Konstruksi Makna Binge-Watching

Berdasarkan hasil wawancara, Informan F menyatakan bahwa ini adalah upaya untuk masuk ke dalam dunia cerita tanpa terputus agar emosi yang dibangun tetap terasa kuat. Senada dengan itu, informan N dan RD menganalogikan aktivitas ini seperti lari maraton yang menguji “ketahanan mental” penonton untuk menyelesaikan cerita dalam waktu singkat. Konstruksi makna ini dapat dibedah lebih detail melalui tiga aspek utama: 1) Makna sebagai “dunia paralel”: “Keterputusan dari realita” informan F menjelaskan bahwa *Binge-Watching* adalah upaya untuk masuk ke dalam dunia cerita tanpa terputus. Maksudnya, durasi yang panjang dibutuhkan agar emosi yang dibangun dalam cerita tetap terasa kuat dan tidak terdistraksi oleh kebisingan dunia nyata. Dalam konteks ini, makna menonton maraton adalah menciptakan sebuah “dunia paralel” dimana informan memiliki kendali penuh atas perasaan mereka. Oleh karena itu, bagi informan F keterputusan narasi (berhenti menonton dengan akhir menggantung) adalah kegagalan dalam mencapai kedamaian mental dengan perasaan puas seperti yang ia harapkan. 2) Makna sebagai “uji ketahanan” atau “*endurance testing*” : informan N dan RD memberikan analogi yang unik dengan menyamakan aktivitas ini seperti lari maraton. Mereka memaknai *binge-watching* sebagai bentuk pengujian terhadap “ketahanan mental” penonton. Artinya, kemampuan untuk menyelesaikan satu musim serial dalam waktu singkat (misalnya 10-12 episode) mereka anggap sebagai pencapaian kognitif yang memberikan kepuasan tersendiri. Dalam hal ini, rasa lelah fisik saat menonton hingga subuh dikonstruksi bukan sebagai beban, melainkan sebagai “harga” yang layak dibayar demi menuntaskan rasa penasaran dan tercapainya kepuasan emosional. 3) Makna sebagai “ruang amunisi” atau “motivasi” : bagi informan

RD dan F, makna binge watching melampaui eskapisme pasif. Mereka mengonstruksi tontonan sebagai “ruang amunisi” untuk menghadapi hari esok. Sehingga, ketika mereka menonton serial bertema perjuangan (seperti *Twenty Five Twenty One* atau *The Winning Try*), mereka sebenarnya sedang menyerap “ketahanan” karakter fiksi kedalam diri mereka sendiri. Maka dari itu, aktivitas maraton ini dimaknai sebagai proses penguatan mental secara proaktif, di mana pelajaran hidup dari layar dijadikan modal untuk menghadapi tekanan akademik atau masalah pribadi di dunia nyata.

3.2.2 Fenomenologi *Binge-Watching* Gen Z

Faktor pendorong utama yang melatarbelakangi informan melakukan aktivitas *binge-watching* berakar pada tekanan kehidupan nyata yang mereka alami secara subjektif. Dalam kerangka fenomenologi Alfred Schutz, *because-motives* merujuk pada pengalaman masa lalu atau situasi saat ini yang memaksa seseorang untuk bertindak. Berdasarkan data wawancara, tekanan tersebut teridentifikasi melalui tiga kategori pendorong utama: 1) Tekanan Akademik dan Prokrastinasi Digital atau perilaku menunda pekerjaan atau studi dengan beralih ke aktivitas digital yang lain. Informan Naufal mengungkapkan bahwa motivasi utamanya melakukan maraton serial berawal dari kondisi kejenuhan akademik. Ia mengakui bahwa tindakan tersebut dilakukan karena adanya perasaan malas dan beban mental saat harus mengerjakan skripsi. Sehingga, *binge-watching* dikonstruksi sebagai alat prokrastinasi yang menyenangkan untuk mengisi waktu luang atau masa libur semester. Dalam hal ini, tekanan skripsi bukan hanya dilihat sebagai beban administratif, melainkan sebagai stimulus yang mendorong informan mencari perlindungan di dalam narasi fiksi yang lebih mudah dikendalikan daripada kerumitan riset akademik. 2) Kebutuhan Eskapisme dan Pemuasan Rasa Penasaran Bagi Saad, motif sebab melakukan *binge-watching* bersifat lebih kognitif-emosional. Ia melihat aktivitas ini sebagai bentuk pelarian dari realita yang dipicu oleh rasa penasaran yang tinggi terhadap alur cerita serial *thriller*. Maka dari itu, dorongan untuk mendapatkan "kepuasan instan" (*instant gratification*) menjadi mesin penggerak utamanya. Karena alur cerita serial investigasi sengaja dirancang dengan *cliffhanger* (akhir yang menggantung), Saad merasa "terpaksa" secara sukarela untuk terus menonton. Konstruksi sebab di sini menunjukkan bahwa rasa penasaran bertindak sebagai pengalih perhatian yang sangat efektif dari masalah pribadi di dunia nyata. 3) Regulasi Emosi dan Pengalihan Stres Sementara Informan T mewakili motif yang berfokus pada kesejahteraan emosional. Ia menggunakan *binge-watching* sebagai mekanisme pengalihan stres sementara. Walaupun ia menyadari bahwa masalah di dunia nyata belum terselesaikan, namun tindakan menonton maraton memberinya ruang untuk merasa "tenang dan lega" dalam durasi tertentu. Oleh karena itu, motif sebab pada informan T bukan untuk menyelesaikan masalah, melainkan untuk mengatur ulang

kondisi hatinya (*mood repair*).

Tujuan akhir yang ingin dicapai oleh para informan melalui *binge-watching* adalah pemulihan kondisi mental. Terdapat variasi bagaimana informan memahami tujuannya. Pertama, salah satu informan menyebutnya dengan *Mental Reset*, kemudian informan lainnya memahaminya sebagai pengisian ulang energi (*recharge*) karena pikirannya sempat beristirahat dari masalah yang ia alami di dunianya. Dan juga salah satu informan lainnya memaknai aktivitas ini sebagai “ruang napas” untuk menjaga kewarasan di tengah hiruk pikuk permasalahan dunia yang menuntut mereka untuk terus bergerak. Ada juga informan yang mengemukakan bahwa setelah menonton, mereka mendapatkan keberanian atau perspektif baru untuk menghadapi kenyataan yang ada.

Dalam kerangka pemikiran Alfred Schutz, *in-order-to motives* merujuk pada serangkaian tujuan masa depan yang ingin dicapai oleh individu melalui tindakan sadarnya. Berdasarkan data penelitian, tujuan akhir yang ingin dicapai oleh para informan melalui *binge-watching* adalah pemulihan kondisi psikologis secara mandiri. Meskipun tujuannya terdengar serupa, terdapat variasi subjektif yang sangat kaya mengenai bagaimana informan memproyeksikan hasil dari aktivitas maraton menonton tersebut: 1) Konstruksi Makna *Mental Reset* dan *Recharge* Energi Informan Rama memproyeksikan tujuannya sebagai upaya untuk melakukan “*mental reset*”. Bagi informan RA, *binge-watching* adalah cara untuk menghapus beban pikiran yang menumpuk. Sehingga, setelah sesi menonton selesai, ia merasa telah berhasil melakukan pengisian ulang energi (*recharge*). Hal ini terjadi karena pikirannya diberikan ruang untuk beristirahat total dari masalah di dunia nyata dan beralih sepenuhnya pada narasi fiksi. Oleh karena itu, tujuan utama di sini adalah efisiensi pemulihan. 2) Makna “ruang napas” sebagai Penjaga Kewarasan Variasi menarik muncul dari informan Ridwan, yang memaknai aktivitas ini sebagai sebuah “ruang napas”. Di tengah tuntutan dunia yang mengharuskan Gen-Z untuk terus bergerak cepat dan kompetitif, informan RN membutuhkan waktu di mana ia diizinkan untuk “berhenti” sejenak. Maka dari itu, *binge-watching* dikonstruksi sebagai benteng pertahanan untuk menjaga kewarasan. Penggunaan istilah “ruang napas” mengindikasikan bahwa tanpa adanya aktivitas maraton menonton ini, informan merasa akan sesak oleh tekanan realita. Dalam hal ini, media berperan sebagai oksigen psikologis yang memberikan jeda sebelum ia kembali menghadapi hiruk pikuk permasalahan dunia. 3) Pencapaian Perspektif Baru dan Keberanian Menghadapi Realita Berbeda dengan informan yang sekadar mencari ketenangan, informan F dan R memiliki tujuan yang lebih proaktif. Bagi mereka, tujuan *binge-watching* adalah untuk mendapatkan “keberanian atau perspektif baru”. Meskipun pada awalnya mereka menonton untuk menghindari, namun hasil akhir yang dicari adalah amunisi mental. Informan RD menyatakan bahwa tujuannya adalah agar ia tidak kembali ke dunia nyata dengan “tangan kosong”. Sehingga, melalui karakter yang ia tonton, ia mendapatkan kekuatan untuk menghadapi kenyataan, bukan lagi sekadar lari darinya. Akibatnya, fungsi *binge-watching* di sini bergeser dari sekadar eskapisme menjadi alat pemberdayaan diri (*self-empowerment*). Kevariatifan data pada *in-order-to motives* ini membuktikan bahwa Gen-Z memiliki

kesadaran tingkat tinggi (*self-awareness*) dalam mengelola kesehatan mental mereka melalui teknologi digital.

Berdasarkan analisis terhadap pengalaman subjektif ketujuh informan, ditemukan pola-pola tipifikasi yang berbeda bergantung pada genre yang dipilih. Berikut adalah tabel pemetaan yang merangkum dimensi *Because-Motives*, *In-Order-To Motives*, *Stock of Knowledge*, dan *Typification*:

Tabel3.2.2 Fenomenologi Binge-Watching Gen Z

Dimensi Fenomenologi	Genre: Drama / Slice of Life / Sports (Informan T, F, RD)	Genre: Thriller / Mystery / Investigasi (Informan S, N, RA, RN)
Stok Pengetahuan (<i>Stock of Knowledge</i>)	Pengetahuan bahwa cerita drama menyediakan nilai moral, refleksi kehidupan, dan empati yang relevan dengan masalah pribadi.	Pengetahuan tentang struktur plot yang kompleks, teka-teki, dan kebutuhan akan stimulasi adrenalin untuk mengalihkan pikiran.
Motif Sebab (<i>Because-Motives</i>)	Merasa lelah secara emosional (<i>emotional burnout</i>) akibat tekanan kehidupan atau membutuhkan validasi diri.	Merasa bosan, malas menghadapi tanggung jawab rutin (seperti skripsi), atau merasa tertekan oleh Kebisingan dunia nyata.
Motif Tujuan (<i>In-Order-To Motives</i>)	Bertujuan untuk mendapatkan ketenangan emosional, inspirasi, serta keberanian baru untuk menghadapi realita.	Bertujuan untuk mencapai " <i>mental reset</i> ", memuaskan rasa penasaran yang intens, dan menjaga kewarasan melalui "ruang napas" fiksi.

<p>Tipifikasi (Kategorisasi Subjektif)</p>	<p>Tipifikasi “Cermin Diri”: Mengkategorikan tontonan sebagai alat refleksi. Subjek tahu persis harus memilih drama yang menyentuh sisi humanis agar merasa tidak sendirian.</p>	<p>Tipifikasi "Benteng Digital": Mengkategorikan tontonan sebagai alat isolasi. Subjek memilih plot yang intens agar otak benar-benar "terkunci" dan tidak memikirkan dunia nyata.</p>
---	--	--

Sumber : Data Primer Olahan Peneliti (2026)

Meskipun ketujuh informan memiliki tujuan akhir yang sama, yaitu pemulihan mental, terdapat perbedaan penggunaan bahasa dan cara mereka mengonstruksi pengalaman tersebut berdasarkan genre pilihan mereka: 1) Konjungsi Kategori Drama : Bagi informan penyuka drama seperti informan F dan RD, pemulihan mental dicapai melalui proses “identifikasi”. Oleh karena itu, bahasa yang mereka gunakan cenderung bersifat reflektif, mereka melihat binge-watching sebagai “suplemen motivasi”. Selain itu, tipifikasi yang mereka bangun adalah konten yang memberikan rasa hangat dan lega di akhir cerita. 2) Konjungsi Kategori Thriller/Misteri: Sebaliknya, Bagi informan seperti informan S, RA, dan RN, pemulihan mental justru dicapai melalui “distraksi total”. Maka dari itu, bahasa yang muncul adalah istilah seperti “hibernasi mental” atau “ruang napas”. Dalam hal ini, mereka secara sadar menjadikan genre thriller sebagai alat untuk “mematikan” logika dunia nyata yang melelahkan dan menggantinya dengan logika atau cara berfikir dalam drama yang mereka tonton dan mereka merasa lebih nikmatnya dan terkendali. 3) Pembeda Utama pada Tipifikasi: perlu ditekankan bahwa tidak terjadi tumpang tindih (*overlapping*) antara tipifikasi dan tujuan. Tipifikasi disini menekankan pada kemampuan kognitif informan dalam membedakan dan mengkategorikan media. Misalnya, informan tahu bahwa saat stress mereka harus memilih genre tertentu; mereka tidak asal menonton. Sementara itu, tujuan (*in-order-to*) lebih menekankan pada hasil psikologis yang diharapkan muncul setelah selesai menonton.

3.3 Pembahasan

3.3.1 Konstruksi Makna dan Praktik *Binge-Watching* Sebagai *Avoidance Coping*

Peneliti menemukan bahwa *Binge-Watching* di kalangan Gen-Z bukan sekadar aktivitas konsumsi media pasif, melainkan sebuah instrumen regulasi diri yang terencana. Berdasarkan hasil wawancara,

informan memaknai aktivitas ini sebagai bentuk “pelarian” (escapism) yang bersifat adaptif namun sementara. Temuan ini menjawab pertanyaan penelitian utama mengenai bagaimana konstruksi makna tersebut dibentuk melalui pengalaman subjektif mereka. Sebagaimana yang dikemukakan oleh informan Tata, bahwa *binge-watching* efektif untuk mereduksi stres jangka pendek, meskipun ia menyadari hal tersebut tidak menyelesaikan akar masalah secara permanen. Berdasarkan hasil wawancara, informan memaknai Binge-Watching bukan sekedar aktivitas menonton biasa, melainkan sebuah upaya untuk “Tenggelam” (*transportation & immersion*) sepenuhnya ke dalam narasi (Anghelcev et al., 2022).

Pola ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menyebutkan bahwa eskapisme digital sering kali dipilih sebagai cara praktis untuk meregulasi emosi negatif tanpa harus mengeluarkan energi sosial yang besar. Namun, penelitian ini memperkaya literatur tersebut dengan menemukan adanya variasi tipologi koping yang lebih spesifik. Penulis berpendapat bahwa Gen-Z secara aktif mengategorikan tontonan mereka berdasarkan kebutuhan psikologis saat itu. Hal ini terlihat dari perbedaan antara informan seperti informan T dan F yang menggunakan binge-watching sebagai instrumen penurun intensitas emosi negatif (regulasi emosi), dengan informan N yang menggunakannya untuk "penundaan kognitif" guna menghindari beban tanggung jawab skripsi.

Jika ditinjau melalui lensa Fenomenologi Alfred Schutz, perilaku ini membuktikan adanya "Tipifikasi" yang kuat dalam dunia-kehidupan (lifeworld) partisipan. Informan tidak memilih tontonan secara acak; mereka menggunakan "Stok Pengetahuan" (Stock-of-Knowledge) yang telah terendap untuk memilih genre yang sesuai dengan kebutuhan koping mereka. Penulis melihat bahwa terdapat dua benteng pertahanan digital yang dikonstruksi: 1) Tipifikasi "Cermin Diri": Digunakan oleh penyuka drama (informan F & RD) untuk mencari validasi dan inspirasi melalui identifikasi karakter. 2) Tipifikasi "Benteng Isolasi": Digunakan oleh penyuka thriller (informan S & RA) untuk menciptakan distraksi total melalui alur teka-teki yang mengunci fokus pikiran dari dunia nyata.

Konstruksi makna ini kemudian bertemu dengan kerangka Uses and Gratifications (U&G), di mana terlihat adanya sinkronisasi antara motif sebab (because-motives) dengan kepuasan yang dicari (gratifications sought). Sebagai contoh, informan yang merasa tertekan secara akademik (motif sebab) secara sengaja mencari konten yang memberikan rasa lega atau inspirasi (kepuasan yang dicari), dan pada akhirnya mendapatkan energi baru setelah menonton (kepuasan yang diperoleh). Pemanfaatan teori *Uses and Gratifications* (U&G) dalam konteks binge-watching di kalangan Gen-Z menunjukkan adanya pergeseran paradigma dari audiens yang sekadar ‘aktif’ menonton menjadi audiens yang ‘kurator’ yakni audiens menjadi pengawas atau pengelola tontonan mereka. Temuan ini melampaui studi sistematis dari Starosta & Izydorczyk (2020) yang cenderung melihat *binge-watching* sebagai perilaku impulsif yang berisiko adiktif. Sebaliknya, penelitian ini menemukan bahwa di tangan Gen-Z, perilaku ini adalah tindakan yang bertujuan untuk memenuhi gratifikasi afektif dan pelarian (*escapism*) yang terukur. Jika

Spilker & Colbjørnsen (2020) menekankan pada dimensi teknis streaming, penelitian ini masuk lebih dalam ke dimensi psikososial: Gen-Z bukan lagi subjek yang terpapar arus informasi secara pasif, melainkan arsitek atas ruang hiburannya sendiri guna mengelola resonansi emosional yang terdistorsi oleh tekanan realitas akademik. (Spilker & Colbjørnsen, 2020)

Berdasarkan temuan lapangan, perilaku *binge watching* di kalangan Gen-Z dalam penelitian ini menunjukkan karakteristik psikososial yang sangat spesifik dan membedakannya secara kontras dengan generasi lainnya: Berbeda dengan generasi terdahulu yang mengonsumsi media secara linear (terjadwal oleh stasiun TV) dan bersifat komunal, Gen-Z memanfaatkan platform *streaming* (Netflix/Disney+) untuk memegang "Otonomi Mutlak". Mereka bertindak sebagai kurator aktif yang mengontrol penuh ruang, waktu, dan alur narasi dalam satu sesi duduk (*single sitting*). Aktivitas menonton maraton yang ekstrem menjadi ruang isolasi privat yang tidak dikenal dalam kultur media generasi Boomers atau Gen X. Generasi Milenial umumnya menggunakan media *streaming* dengan motif integratif-sosial (menonton untuk bahan interaksi dengan lingkaran sosial). Sebaliknya, informan Gen-Z dalam penelitian ini menunjukkan kecenderungan *avoidance coping* (koping penghindaran) murni yang bersifat soliter. Gen-Z sengaja menggunakan *binge watching* sebagai tameng untuk menarik diri dari interaksi nyata guna mengalihkan pikiran dari stres akademik dan kecemasan sosial harian. Berbeda dengan Gen Alpha yang tumbuh dengan rentang perhatian pendek (*short attention span*) dan berburu dopamin kilat melalui video pendek terfragmentasi (*TikTok/Reels*), Gen-Z justru memerlukan imersi naratif komprehensif. Informan Gen-Z membutuhkan struktur cerita serial yang panjang, kompleks, dan mendalam. Struktur narasi panjang inilah yang mampu mendistorsi kognisi mereka secara total, sehingga perhatian mereka benar-benar teralihkan dari tekanan dunia nyata. Temuan komparatif lintas generasi ini menegaskan bahwa bagi Gen-Z, *binge watching* bukan sekadar hiburan komersial kasual. Tindakan ini merupakan sebuah arsitektur pertahanan psikologis yang canggih sebuah perpaduan antara kontrol teknologi digital dan kedaruratan regulasi emosi yang unik dan spesifik hanya terjadi pada kelompok demografis Generasi Z.

Keunikan dalam pola konsumsi ini terletak pada bagaimana informan mengonfigurasi platform digital sebagai kanal 'regulasi diri'. Berbeda dengan temuan Sun et al., (2023). yang mengaitkan keterlibatan digital remaja dengan kecemasan sosial secara linear, penelitian ini menemukan dan mengungkap sisi paradoks yang lebih kaya dibanding literatur arus utama. Jika sebelumnya *binge-watching* hanya dicap sebagai perilaku pasif-adiktif, temuan pada informan menunjukkan adanya dialektika antara beban fisik dan pemulihan mental. Terjadi sebuah proses Dimana subjek secara sadar memilih untuk 'lelah secara fisik' demi mendapatkan 'ketenangan secara psikologis'. Paradoks inilah yang menegaskan bahwa bagi Gen-Z, media bukan sekadar alat hiburan, melainkan ruang negosiasi identitas di mana kontrol atas narasi fiksi digunakan untuk mengobati ketidakberdayaan atau ketidakmampuan dalam narasi realitas. Melalui lensa U&G, fenomena *binge-watching* bertransformasi menjadi sebuah mekanisme

pertahanan psikologis Dimana kebutuhan akan otonomi naratif yakni kemampuan untuk menentukan kapan konflik dimulai dan berakhir, menjadi gratifikasi utama yang tidak ditemukan dalam media konvensional. Kekayaan data dari para informan memperlihatkan bahwa gratifikasi yang dicari (*gratifications sought*) berakar pada upaya meminimalisir disonansi kognitif (kondisi mental tidak nyaman yang muncul ketika seseorang memiliki dua atau lebih keyakinan, nilai, atau sikap yang bertentangan, atau ketika perilaku mereka tidak sesuai dengan keyakinan mereka). Ketidaknyamanan ini mendorong individu untuk merasionalisasi, mengubah perilaku, atau menghindari informasi baru guna mengurangi ketegangan tersebut) akibat beban hidup yang mereka alami, sementara gratifikasi yang diperoleh (*gratifications obtained*) adalah perasaan memegang kendali penuh atas ‘dunia kecil’ yang mereka tonton. Alur konsumsi ini menciptakan siklus pemenuhan kebutuhan yang bersifat terapi atau mengobati, dimana pilihan konten berfungsi sebagai amunisi mental atau diri untuk menghadapi ketidakpastian sosial pasca menonton. Dengan demikian, *binge-watching* dalam studi ini menegaskan kembali dalam teori ini bahwa media disini digunakan secara instrumental sebagai pendorong untuk mencapai keseimbangan psikologis individu.

Namun, peneliti juga menemukan dinamika menarik yang sering kali luput dari literatur sebelumnya, yaitu pada kategori thriller, di mana sering terjadi pergeseran kepuasan dan dalam penelitian terdahulu sering menggeneralisasi kepuasan menonton, peneliti menemukan bahwa alur cerita yang adiktif justru bisa membuat informan terdistraksi yang kemudian melampaui rencana awal mereka, sehingga mengakibatkan munculnya beban fisik baru seperti kelelahan. Hal ini memberikan sudut pandang baru bahwa meskipun *binge-watching* diniatkan sebagai mekanisme koping yang efektif, terdapat risiko di mana media justru menjadi beban tambahan bagi kesehatan mental jika kontrol terhadap durasi konsumsi hilang. Secara keseluruhan, temuan ini menegaskan bahwa Gen-Z adalah aktor aktif yang secara subjektif mengkonstruksi media sebagai "ruang napas" untuk menjaga kewarasan di tengah tuntutan dunia yang kompetitif.

Peneliti melihat bahwa efektivitas *binge-watching* sebagai mekanisme koping sangat bergantung pada kemampuan informan dalam menjaga batas antara ‘interaksi parasosial’ di dalam layar dan tanggung jawab fungsional di luar layar. Kontradiksi yang ditemukan pada kategori thriller (Dimana distraksi berubah menjadi beban fisik) menegaskan bahwa media digital memiliki sifat ambivalen: ia bisa menjadi obat penawar stress sekaligus racun produktivitas jika tidak dikelola dengan literasi emosional yang matang. Akhirnya, penelitian ini menawarkan perspektif baru bagi studi komunikasi bahwa audiens Gen-Z tidak sedang ‘tenggelam’ dalam media, melainkan sedang ‘menyelam’ secara sengaja untuk mengambil jeda. Dengan memahami *binge-watching* sebagai bentuk kemandirian emosional, kita dapat melihat bahwa apa yang sering dianggap sebagai prokrastinasi atau penundaan atau kebiasaan “nanti-nanti” oleh generasi sebelumnya, sebenarnya merupakan strategi ‘survival’ yang canggih di Tengah ekosistem digital yang serba cepat dan penuh tuntutan ini.

4. PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa perilaku *binge watching* di kalangan Generasi Z merupakan sebuah tindakan agensi yang dilakukan secara sadar sebagai strategi adaptasi psikologis. Melalui kacamata fenomenologi Alfred Schutz, ditemukan bahwa esensi dari pengalaman ini adalah penciptaan "ruang otonomi digital" di tengah tekanan realitas yang semrawut. Secara teoretis, perilaku ini dapat dipahami melalui fenomenologi Alfred Schutz dan perspektif *Uses and Gratifications*. Melalui kacamata fenomenologi, ditemukan bahwa esensi dari pengalaman ini adalah cara individu memaknai kendali atas durasi dan konten tontonan sebagai kompensasi atas hilangnya kendali di dunia nyata. Sementara melalui lensa *Uses and Gratifications*, aktivitas ini merupakan bentuk pilihan audiens aktif untuk memenuhi kebutuhan gratifikasi spesifik, yaitu pelarian (*escapism*) dan regulasi emosi, yang sulit didapatkan dalam interaksi sosial sehari-hari. Gen-Z menggunakan kendali atas durasi dan konten tontonan untuk mengimbangi hilangnya kendali mereka dalam dunia nyata, terutama terkait tekanan akademik, kecemasan sosial, dan prokrastinasi. Signifikansi temuan ini terletak pada pergeseran fungsi media yang kini berperan sebagai instrumen pertahanan diri psikologis atau *avoidance coping*. Meskipun sering dipandang negatif, bagi informan, aktivitas ini merupakan mekanisme katarsis yang memberikan jeda mental yang diperlukan sebelum kembali menghadapi tanggung jawab hidup. Hal ini membuktikan bahwa keterikatan mendalam pada narasi fiksi mampu membangun resiliensi sementara yang krusial bagi kesehatan mental mereka.

Sebagai saran untuk pengembangan ke depan, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengeksplorasi aspek sosiologis dari *binge watching*, seperti bagaimana fenomena nonton bersama secara virtual (*watch party*) membentuk solidaritas sosial baru, atau menggunakan metode kuantitatif untuk mengukur efektivitas eskapisme media terhadap penurunan level stres. Bagi praktisi industri, penyedia layanan *streaming* disarankan mulai mengintegrasikan fitur pengingat waktu yang lebih edukatif tanpa bersifat interuptif. Terakhir, bagi masyarakat khususnya Generasi Z, penting untuk menyeimbangkan antara eskapisme sebagai pemulihan (*recovery*) dan penghindaran masalah yang kronis agar tetap menjaga kesehatan mental yang berkelanjutan di dunia nyata. Dengan demikian, pemahaman terhadap pola konsumsi media ini tidak hanya berhenti pada aspek hiburan, melainkan pada pemaknaan manusia atas ruang digitalnya.

PERSANTUNAN

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penelitian skripsi dan artikel ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa

keberhasilan penyusunan karya ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus dan sebenar-benarnya kepada:

1. Bapak Mulia Ramdhan Fauzani, S.I.Kom., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, arahan, serta ilmu yang sangat berharga dalam membimbing penulis menyelesaikan penelitian ini tepat waktu.
2. Seluruh Informan Penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktu dan berbagi pengalaman subjektif mereka secara terbuka sehingga data penelitian ini dapat terkumpul dengan mendalam.
3. Keluarga Tercinta, bapak dan ibu, serta kakak-kakak saya yang senantiasa memberikan dukungan moral, doa yang tidak terputus, serta kasih sayang yang menjadi motivasi utama penulis dalam menyelesaikan pendidikan strata satu ini.
4. Rekan-rekan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022, khususnya teman-teman seperjuangan skripsi yang telah memberikan semangat, diskusi intelektual, dan bantuan teknis selama proses pengerjaan naskah ini.

Penulis berharap semoga hasil penelitian mengenai pola konsumsi media dan koping Gen-Z ini dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah psikologi pesan dan konsumsi media digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Anghelcev, G., Sar, S., Martin, J., & Moultrie, J. L. (2022). Is heavy binge-watching a socially driven behaviour? Exploring differences between heavy, regular and non-binge-watchers. *Journal of Digital Media and Policy*, 13(2), 201–221. https://doi.org/10.1386/jdmp_00035_1
- Carver, C. S., Scheier, M. F., & Weintraub, J. K. (1989). *Assessing Coping Strategies: A Theoretically Based Approach* (Vol. 56, Number 2). Psychological Association, Inc.
- Creswell, J. W. . (2007). *Qualitative inquiry & research design : choosing among five approaches*. Sage Publications.
- Dixit, A., Marthoenis, M., Arafat, S. M. Y., Sharma, P., & Kar, S. K. (2020). Binge watching behavior during COVID 19 pandemic: A cross-sectional, cross-national online survey. In *Psychiatry Research* (Vol. 289). Elsevier Ireland Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2020.113089>
- Du, X., Liechty, T., Santos, C. A., & Park, J. (2022). ‘I want to record and share my wonderful journey’: Chinese Millennials’ production and sharing of short-form travel videos on TikTok or Douyin. *Current Issues in Tourism*, 25(21), 3412–3424. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1810212>
- Flayelle, M., Maurage, P., Di Lorenzo, K. R., Vögele, C., Gainsbury, S. M., & Billieux, J. (2020). Binge-Watching: What Do we Know So Far? A First Systematic Review of the Evidence. In *Current Addiction Reports* (Vol. 7, Number 1, pp. 44–60). Springer. <https://doi.org/10.1007/s40429-020-00299-8>
- Howard, R., Manohar, H., Seshadri, S., & Sharma, A. (2025). Coping strategies in young people during the COVID-19 pandemic: rapid review. *BJPsych Bulletin*, 49(4), 249–258. <https://doi.org/10.1192/bjb.2024.49>
- Jansson, A. (2002). The mediatization of consumption: Towards an analytical framework of image culture. *Journal of Consumer Culture*, 2(1), 5–31. <https://doi.org/10.1177/146954050200200101>
- Jenner, M. (2017). Binge-watching: Video-on-demand, quality TV and mainstreaming fandom. *International Journal of Cultural Studies*, 20(3), 304–320. <https://doi.org/10.1177/1367877915606485>
- Lazarus & Folkman. (1984). *STRESS, APPRAISAL, AND COPING*. Springer Publishing Company.
- Lev-On, A. (2017). Uses and Gratifications: Evidence for Various Media. In *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 1–9). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0046>
- Schutz. (1970). *Alfred_Schutz_on_Phenomenology_and_Socia*.
- Sigre-Leirós, V., Billieux, J., Mohr, C., Maurage, P., King, D. L., Schimmenti, A., & Flayelle, M. (2022). Binge-

- Watching in Times of COVID-19: A Longitudinal Examination of Changes in Affect and TV Series Consumption Patterns During Lockdown. *Psychology of Popular Media*, 12(2), 173–185. <https://doi.org/10.1037/ppm0000390>
- Silverstone, Roger., & Hirsch, Eric. (2005). *Consuming technologies : media and information in domestic spaces*. Routledge.
- Spilker, H. S., & Colbjørnsen, T. (2020). The dimensions of streaming: toward a typology of an evolving concept. *Media, Culture and Society*, 42(7–8), 1210–1225. <https://doi.org/10.1177/0163443720904587>
- Starosta, J. A., & Izydorczyk, B. (2020). Understanding the phenomenon of binge-watching—a systematic review. In *International Journal of Environmental Research and Public Health* (Vol. 17, Number 12, p. 1). MDPI. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124469>
- Stevens, E. M., & Dillman Carpentier, F. R. (2017). Facing Our Feelings: How Natural Coping Tendencies Explain When Hedonic Motivation Predicts Media Use. *Communication Research*, 44(1), 3–28. <https://doi.org/10.1177/0093650215587358>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Yohandi, O., Prima, A., & Arzil, A. (2024). *The Influence of Stress Relief, Escapism, Social Influence, and Accessibility Motives on Binge Watching Intensity* (Vol. 17, Number 1). <https://jurnal.uns.ac.id/kom/>

UMS LIBRARY
-TERAKREDITASI A-