

Hubungan Antara *Narrative Engagement* dan *Binge watching* pada Pengguna Netflix

Nazmah Shafarani Tenia*, Suci Nugraha

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*nazmahst@gmail.com, sucinugraha.psy@gmail.com

Abstract. The development of a Video on Demand streaming platform in recent years has triggered the emergence of a new phenomenon called binge watching, this phenomenon is defined as watching several episodes at once of the same TV series. One of the things that can cause someone to do binge watching is the formation of a sensation of involvement with the narrative of the spectacle (narrative engagement) both cognitively and emotionally. This research was conducted with a correlational quantitative approach to determine the relationship between narrative engagement and binge watching, especially for Netflix users, considering that the platform is the most widely used for binge watching in Indonesia. The participants in this study were 250 people aged 18-25 years and were watching TV series through the Netflix platform in Bandung City by filling out online questionnaires via google form. The measuring instrument used in this study is a measuring instrument that has been adapted by the researcher into Indonesian from the Single-Program Binge watching Scale (SPBWS) developed by Viens & Farrar (2021) and the Narrative engagement Scale developed by Bilandzic & Busselle (2009). The results of this study indicate a significance value of $0.000 < 0.05$, meaning that there is a significant positive relationship between narrative engagement and binge watching on Netflix users in Bandung with a correlation coefficient of 0.387.

Keywords: *Narrative engagement, Binge watching, Netflix.*

Abstrak. Pengembangan platform streaming Video on Demand dalam beberapa tahun terakhir telah memicu munculnya sebuah fenomena baru yang disebut sebagai binge watching, fenomena ini diartikan sebagai menonton beberapa episode secara sekaligus dari serial TV yang sama. Salah satu hal yang dapat menjadi penyebab seseorang melakukan binge watching adalah terbentuknya sensasi keterlibatan dengan narasi tontonan (narrative engagement) baik secara kognitif maupun emosional. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif korelasional untuk mengetahui hubungan narrative engagement dan binge watching khususnya pada pengguna Netflix, mengingat bahwa platform tersebut paling banyak digunakan untuk melakukan binge watching di Indonesia. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 250 orang yang berusia 18-25 tahun dan sedang menonton serial TV melalui platform Netflix di Kota Bandung dengan mengisi kuesioner secara online melalui google form. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat ukur yang telah diadaptasi oleh peneliti ke dalam Bahasa Indonesia dari skala Single-Program Binge watching Scale (SPBWS) yang dikembangkan oleh Viens & Farrar (2021) dan Narrative engagement Scale yang dikembangkan oleh Bilandzic & Busselle (2009). Hasil penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, artinya terdapat hubungan positif yang signifikan antara narrative engagement dan binge watching pada pengguna Netflix di Kota Bandung dengan nilai koefisien korelasi 0.387.

Kata Kunci: *Narrative engagement, Binge watching, Netflix.*

A. Pendahuluan

Pada era digital perkembangan teknologi terjadi dengan sangat cepat, teknologi masa lalu yang dianggap usang semakin tergantikan dan berkembang menjadi teknologi yang lebih canggih dan praktis. Salah satu dampak dari perkembangan teknologi tersebut adalah terjadinya perubahan pada media yang digunakan dalam mengakses konten media khususnya tayangan serial TV. Televisi yang dahulu menjadi media utama untuk melakukan aktivitas menonton kini sudah mulai tergantikan oleh layanan streaming berbasis internet yang dinamakan sebagai Video on Demand (VoD).

Inti dari perubahan tersebut adalah perpindahan dari sistem dalam merilis episode, dimana awalnya perilisan episode dilakukan per minggu (*week-by-week*) yang merupakan ciri khas dari televisi tradisional, sekarang telah berubah menjadi perilisan episode seluruh season serial TV secara sekaligus (Flayelle *et al.*, 2019). Perubahan sistem dalam merilis episode memicu terjadinya peningkatan otonomi pribadi penonton, saat ini mereka dapat menonton konten dalam jumlah berapa pun, kapan pun, dan di mana pun, serta yang paling penting adalah mereka memiliki kontrol penuh atas kecepatan waktu dalam melakukan aktivitas ini (Granow *et al.*, 2018; Conlin, 2015). Selain itu, perkembangan platform streaming seperti Netflix atau HBO GO juga menawarkan kelebihan yang memungkinkan penonton untuk menonton acara TV dengan nyaman tanpa gangguan dan tanpa jeda iklan (Flayelle, *et al.*, 2020).

Kombinasi dari berbagai keunggulan yang dimiliki oleh platform streaming seperti aksesibilitas yang murah dan mudah terhadap konten dalam jumlah tak terbatas, serta kemungkinan untuk tidak hanya menonton serial TV di rumah saja, tetapi juga melalui perangkat seluler saat berangkat ke kantor atau berpergian, cenderung memfasilitasi, mendorong, atau bahkan memicu perilaku konsumsi yang berlebihan dalam menonton serial TV, dimana saat ini fenomena tersebut dikenal dengan istilah *binge watching* (Ort, *et al.*, 2021). *Binge-watching* didefinisikan sebagai perilaku menonton beberapa episode dari program atau serial yang sama dalam satu waktu (Viens & Farrar, 2021).

Fenomena *binge watching* semakin marak terjadi di seluruh dunia termasuk di Indonesia, berdasarkan penelitian yang dilakukan pada tahun 2013 menunjukkan bahwa 62% penduduk Amerika mengakui bahwa mereka secara teratur melakukan *binge watching* (Starosta & Izydorczyk, 2020). Selain itu, hasil survei yang dilakukan oleh Populix (2020) pada lebih dari 3.000 responden yang tersebar di seluruh Indonesia juga menyatakan bahwa lebih dari setengah sampel yaitu sebanyak 52% termasuk orang yang mengaku jadi tipe penonton yang kerap melakukan *binge watching* ketika mengakses suatu konten. Sejalan dengan itu itu, pra survey yang dilakukan oleh peneliti pada 108 responden menghasilkan bahwa sebanyak 58,3% responden sudah menunjukkan perilaku *binge watching* ketika menonton serial TV

Seiring dengan semakin berkembangnya fenomena ini, perilaku *binge watching* terbukti sudah menimbulkan konsekuensi-konsekuensi negatif baik secara fisik maupun psikis, seperti halnya insomnia dan kelelahan kronis (Brookes & Ellithorpe, 2017), merusak kinerja akademik dan profesional (Petersen, 2016), konsumsi makanan yang tidak sehat dan berkurangnya aktivitas fisik (Spruance *et al.*, 2017), depresi, kesepian, dan kecemasan (Wheeler, 2015), bahkan dinyatakan bahwa *binge watching* dipandang sebagai fenomena yang menyerupai adiksi (Granow *et al.*, 2018; Orosz *et al.*, 2016; Starosta *et al.*, 2019).

Melonjaknya fenomena *binge watching* didukung oleh penggunaan aplikasi Video on Demand (VoD) yang semakin meningkat dan kualitas layanan streaming video yang semakin membaik, Indonesia mengalami peningkatan kualitas layanan streaming video dari Cukup (Fair) menjadi Baik (Good) (Wardani, 2020). Ditinjau melalui survei yang dilakukan oleh OpenSignal, kota Bandung menjadi salah satu wilayah dengan kualitas pengalaman streaming video yang baik di Indonesia (Khatri, 2020). Kondisi tersebut memungkinkan terpenuhinya kebutuhan paling mendasar dalam melakukan aktivitas menonton melalui platform streaming Video on Demand dibandingkan pada wilayah lainnya di Indonesia.

Menurut survei yang dilakukan oleh Populix pada tahun 2022 Netflix merupakan aplikasi Video on Demand (VoD) yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentasenya mencapai 69% (databoks, 2022). Netflix menjadi platform streaming paling digemari dan mendominasi dibandingkan platform streaming lainnya karena fitur-fitur yang

memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi penggunanya ketika menonton. Salah satunya adalah fitur autoplay yang akan secara otomatis menyiapkan episode berikutnya pada serial TV yang sama saat satu episode mendekati akhir waktu tayangnya. Usaha penonton menjadi lebih sedikit dibutuhkan dan sebaliknya dibutuhkan lebih banyak usaha untuk berhenti dalam melakukan aktivitas ini (Pittman & Sheenan, 2015), dapat dikatakan bahwa netflix telah memicu atau setidaknya memfasilitasi aktivitas binge watching dengan merestrukturisasi pengalaman menonton penggunanya.

Binge watching menurut Di Placido (2017) umumnya berfokus pada konten yang didorong oleh narasi. Narasi yang disampaikan melalui serial TV berpotensi mempengaruhi penontonnya secara psikologis dengan menciptakan pengalaman imersif yang dapat membuat penonton terlibat secara kognitif maupun emosional. Starosta et al (2020) menyatakan bahwa keterlibatan secara kognitif dan emosional dapat menyebabkan hilangnya kendali atas waktu yang dihabiskan dalam aktivitas binge watching dan berpotensi menyebabkan risiko kecanduan (Starosta & Izydorczyk, 2020).

Pengalaman terlibat dalam sebuah cerita dan terhubung pada plot dan karakter pada cerita disebut sebagai narrative engagement (Busselle et al, 2009). Narrative engagement dicirikan dengan menjadi terhanyut dalam sebuah cerita sehingga seseorang tidak lagi menyadari dirinya sendiri, melupakan lingkungannya, dan beralih melalui pengalaman imersif dalam tindakan dan emosi karakter cerita (Green & Brock, 2000). Narrative engagement dapat memberikan efek reward melalui beberapa cara, misalnya dengan menimbulkan kesenangan (Green et al., 2004) dan memberikan pembebasan dari tantangan hidup dengan menawarkan pengalaman imersif sementara pada dunia alternatif (Greenwood, 2008).

Pittman & Steiner (2019), meneliti kaitannya pengalaman naratif terhadap perilaku binge watching melalui konstruk narrative transportation, narrative transportation diartikan sebagai perasaan tidak sadar yang menimbulkan sensasi seolah terhanyut dalam sebuah cerita (Pittman & Steiner, 2019). Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa semakin banyak seseorang melakukan binge-watching, semakin tinggi narrative transportation menjadi motivasi mereka. Sehingga dapat diartikan bahwa narrative transportation dapat menjadi motivasi penonton untuk terus melakukan aktivitas binge watching. Sejalan dengan itu, dalam hasil penelitian yang dilakukan oleh Conlin (2015), transportasi adalah salah satu prediktor paling signifikan bagi perilaku binge-watching.

Meskipun begitu, narrative transportation belum menjelaskan dinamika proses keterlibatan secara jelas dan menyeluruh, hal tersebut dikarenakan narrative transportation merupakan konstruk yang bersifat unidimensional. Narrative transportation tidak dapat menggambarkan proses kognitif dan afektif dari keterlibatan pada sebuah narasi terutama dalam konteks televisi dan film. Maka dari itu meneliti narrative engagement yang merupakan konstruk bersifat multidimensional dalam perilaku binge watching menarik untuk diteliti.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Apakah terdapat hubungan antara narrative engagement dengan binge watching pada pengguna netflix di Kota Bandung?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui tingkat *narrative engagement* pada pengguna netflix di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui tingkat *binge watching* pada pengguna netflix di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui hubungan antara *narrative engagement* dengan *binge watching* pengguna netflix di Kota Bandung.

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metode teknik analisis korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini, terdapat dua variabel yang diteliti yaitu variabel *Narrative engagement* dan variabel *Binge watching*. *Narrative engagement* dalam penelitian ini meliputi *narrative understanding* (pemahaman terhadap narasi), *attentional focus* (fokus yang dialami saat menonton), *narrative presence* (rasa transisi dari dunia nyata pada dunia narasi), dan *emotional engagement* (keterhubungan secara emosional pada karakter). Sedangkan *binge watching* meliputi aspek *fundamental factor* yang menggambarkan perilaku menonton lebih dari

satu episode pada serial TV yang sama dan *impulsive factor* yang menggambarkan perilaku menonton lebih dari apa yang dimaksudkan atau cenderung tidak selalu dengan intensi.

Alat ukur yang digunakan adalah *Single-Program Binge watching Scale* (Viens & Farrar, 2021) dan *Narrative engagement Scale* (Busselle & Bilandzic, 2009) yang telah diadaptasi ke dalam Bahasa Indonesia oleh peneliti. Seluruh aitem pada kedua alat ukur adaptasi dinyatakan valid setelah dilakukan uji validitas menggunakan metode pearson product moment. Selain itu, uji reliabilitas yang dilakukan menggunakan metode alpha-cronbach, hasilnya menunjukkan bahwa kedua alat ukur adaptasi bersifat reliabel dengan diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.65 (NES) dan 0.70 (SPBWS). Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh individu yang sedang menonton serial TV melalui platform Netflix di Kota Bandung. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berusia 18-25 tahun
2. Berdomisili di Kota Bandung
3. Sedang menonton serial TV melalui platform Netflix
4. Sudah menonton serial TV tersebut lebih dari satu episode secara sekaligus.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Accidental Sampling* dan diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 250 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif dan teknik analisis inferensial analisis inferensial.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Tingkat *Narrative engagement* pada Pengguna Netflix

Perhitungan kategorisasi dilakukan untuk menentukan tingkatan *narrative engagement* yang dibagi ke dalam tiga kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah. Hasil perhitungan dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Tingkat *Narrative engagement* pada Pengguna Netflix

No	Kategori	Frekuensi	Presentase
1	Rendah	1	0.4 %
2	Sedang	55	22 %
3	Tinggi	194	77.6 %
Total		250	100 %

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar responden pada variabel *narrative engagement* berada pada kategori tinggi yaitu sebanyak 194 orang atau sebesar 77.6% dari total responden, 55 orang pada termasuk pada kategori sedang atau sebesar 22%, dan sisanya sebanyak 1 orang termasuk pada kategori rendah yaitu sebesar 0,4%. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa mayoritas individu yang sedang menonton serial TV melalui platform Netflix di Kota Bandung (77,6%) merasakan sensasi seolah tenggelam dalam narasi yang disampaikan dan merasa terhubung dengan plot dan karakter yang terdapat pada serial TV tersebut dengan intensitas yang tinggi. Keterlibatan yang tinggi pada narasi tontonan mengartikan bahwa mayoritas responden sangat fokus atau tidak memikirkan hal lain saat menonton serial TV, responden juga memiliki pemahaman yang tinggi terkait narasi tontonan. Selain itu, keterlibatan yang tinggi pada narasi tontonan mengartikan bahwa mayoritas responden merasakan sensasi yang kuat seolah dirinya memasuki dunia alternatif dan merasakan keterhubungan secara emosional yang kuat terhadap karakter yang terdapat pada serial TV yang ditonton.

Tingkat *Binge watching* pada Pengguna Netflix

Perhitungan kategorisasi dilakukan untuk menentukan tingkatan *binge watching* yang dibagi ke dalam tiga kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah. Hasil perhitungan dijelaskan pada tabel 2.

Tabel 2. Tingkat *Binge watching* pada Pengguna Netflix

No	Kategori	Frekuensi	Presentase
1	Rendah	0	0 %
2	Sedang	0	0 %
3	Tinggi	250	100 %
Total		250	100 %

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2022.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh responden apada variabel *binge watching* termasuk pada kategori tinggi yaitu sebanyak 250 orang (100%) dan tidak ada responden yang termasuk kepada kategori sedang maupun kategori rendah. Artinya dapat dikatakan bahwa seluruh individu yang sedang menonton serial TV melalui platform Netflix di Kota Bandung terlibat dalam aktivitas *binge watching* atau menonton beberapa episode serial TV secara sekaligus. *Binge watching* dengan kategori tinggi mengartikan bahwa seluruh responden sudah menonton lebih dari satu episode sekaligus dalam waktu yang sama, dan menonton serial TV yang sama lebih dari sekali dalam seminggu, serta memiliki kecenderungan menonton serial TV lebih dari yang dimaksudkan atau tidak selalu dengan intensi.

Hubungan Antara *Narrative Enggament* (X) dan *Binge watching* (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara *narrative engagement* dengan *binge watching*, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 3.

Tabel 3. Hubungan Antara *Narrative engagement* dan *Binge watching*

Variabel	r_s	Sig. (2-tailed)	Keputusan	Derajat Keeratan	Koefiseien Determinasi
<i>Narrative engagement</i> (X) dan <i>Binge watching</i> (Y)	0,387	0.000	H1 diterima	Lemah	14,98 %

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2022.

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa besarnya hubungan antara *narrative engagement* dan *binge watching* adalah 0.387. Hubungan ini termasuk kategori lemah menurut tabel kriteria Guilford. Hasil pengujian dengan statistik didapat nilai nilai signifikansi sebesar 0.000, dimana nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Hal tersebut mengindikasikan penerimaan H1 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara *narrative engagement* dan *binge watching*. Artinya semakin individu mengalami keterlibatan dengan narasi tontonan (*narrative engagement*) semakin individu tersebut terlibat dalam perilaku *binge watching*. Koefisiensi determinasi yang didapat dari hasil perhitungan adalah 14.98%. Hal ini memberikan pengertian bahwa *binge watching* dipengaruhi oleh variabel *narrative engagement* sebesar 14.98%, sedangkan sisanya, 85.02%, merupakan kontribusi variabel lain selain *narrative engagement*.

Penelitian ini mendapatkan hasil bahwa terdapat hubungan antara *narrative engagement* dan *binge watching*. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya dimana dalam penelitian yang dilakukan oleh Conlin (2015) dihasilkan bahwa *narrative engagement* lebih tinggi ketika seseorang menonton serial TV dengan cara *all-at-once* (menonton serial TV sekaligus dalam satu waktu) dibandingkan ketika seseorang menonton serial TV dengan cara *half-and-half* atau menonton satu episode dari serial TV diikuti dengan episode selanjutnya yang baru disiarkan pada minggu berikutnya.

Adanya hubungan antara narrative engagement dan binge watching dapat disebabkan karena kondisi khas dari perilaku binge watching, yaitu meningkatnya otonomi pribadi penonton terhadap aktivitas tersebut yang didukung oleh layanan video on demand seperti halnya Netflix. Layanan video on demand meningkatkan otonomi pribadi baik dari segi waktu maupun tempat, penonton dapat menonton kapan pun, dan di mana pun mereka suka, layanan video on demand juga memungkinkan penonton untuk menonton konten dalam jumlah berapa pun sesuai keinginan penonton (Granow *et al.*, 2018).

Meningkatnya kontrol atas waktu pada aktivitas *binge watching* yang menyebabkan paparan narasi yang lebih lama, sehingga menimbulkan pemikiran yang lebih aktif pada penonton terkait narasi yang disajikan (Conlin, 2015). Saat melakukan binge-watching, pengalaman menonton tidak lagi terputus di akhir setiap episode, kondisi ini memungkinkan penonton untuk mengalokasikan lebih banyak sumber daya kognitif mereka untuk berkonsentrasi pada cerita dan mengikat emosi serta pemikiran mereka tentang apa yang terjadi di dunia serial TV (Conlin, 2015), sehingga memungkinkan terbentuknya keterlibatan pada penonton terhadap narasi yang disajikan. Efek keterlibatan dapat menghasilkan kecenderungan untuk menonton episode tambahan dari serial yang sama dan lebih cenderung mengonsumsi lebih banyak episode selama periode waktu tertentu. Penonton cenderung menghabiskan lebih banyak waktu untuk menonton serial TV dan sangat memungkinkan untuk segera memulai sesi berikutnya (Schweidel & Moe, 2016).

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Sebagian besar individu yang menonton serial TV melalui platform Netflix di Kota Bandung mengalami *narrative engagement* berada pada tingkat yang tinggi. Maka dapat diartikan bahwa sebagian besar individu yang menonton serial TV melalui platform Netflix di Kota Bandung merasakan sensasi seolah tenggelam dalam narasi yang disampaikan dan merasa terhubung dengan plot dan karakter yang terdapat pada serial TV tersebut dengan intensitas yang tinggi.
2. Seluruh individu yang menonton serial TV melalui platform Netflix di Kota Bandung terlibat dalam perilaku *binge watching* dengan kategori tinggi. Maka dapat diartikan bahwa seluruh individu yang sedang menonton serial TV melalui platform Netflix di Kota Bandung menonton beberapa episode serial TV secara sekaligus atau dalam satu waktu.
3. Terdapat korelasi positif yang signifikan antara *narrative engagement* dan *binge watching* pada individu yang menonton serial TV melalui platform Netflix di Kota Bandung. Maka dapat diartikan bahwa semakin individu mengalami keterlibatan dengan narasi tontonan (*narrative engagement*) semakin individu tersebut terlibat dalam perilaku *binge watching*.

Acknowledge

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dr. Suci Nugraha, S.Psi., M.Psi., Psikolog. yang telah memberikan bantuan dan arahan pada peneliti dalam melakukan penelitian ini. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner sehingga penelitian ini dapat terlaksana dengan baik. Terakhir, penulis berterima kasih kepada seluruh pihak yang membantu penulis dalam melakukan penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu-satu.

Daftar Pustaka

- [1] Brookes, S., & Ellithorpe, M. (2017). Good for your mood, bad for your health: Narrative involvement, health behaviors, and binge watching. In *67th ICA annual conference, San Diego, CA*.
- [2] Busselle, R., & Bilandzic, H. (2009). Measuring narrative engagement. *Media psychology*, 12(4), 321-347.

- [3] Conlin, L. T. (2015). *There goes the weekend: Understanding television binge-watching* (Doctoral dissertation, The University of Alabama).
- [4] Databoks. (2022). Netflix, Aplikasi Video on Demand Paling Favorit di Indonesia <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/29/netflix-aplikasi-video-on-demand-paling-favorit-di-indonesia> diakses pada tanggal 12 Mei 2022
- [5] Di Placido, Dani. 2017. Binge-Watching Is Changing the Way We View Stories. <https://www.forbes.com/sites/danidiplacido/2017/09/07/binge-watching-is-changing-the-waywe-view-stories/#21984e8a6155> diakses pada tanggal 8 Januari 2022
- [6] Flayelle, M., Canale, N., Vögele, C., Karila, L., Maurice, P., & Billieux, J. (2019). Assessing binge-watching behaviors: Development and validation of the “Watching TV Series Motives” and “Binge-watching Engagement and Symptoms” questionnaires. *Computers in Human Behavior*, 90, 26-36
- [7] Granow, V. C., Reinecke, L., & Ziegele, M. (2018). Binge-watching and psychological well-being: Media use between lack of control and perceived autonomy. *Communication Research Reports*, 35(5), 392-401.
- [8] Green, M. C., Brock, T. C., & Kaufman, G. F. (2004). Understanding media enjoyment: The role of transportation into narrative worlds. *Communication theory*, 14(4), 311-327.
- [9] Greenwood, D. N. (2008). Television as escape from self: Psychological predictors of media involvement. *Personality and Individual Differences*, 44(2), 414-424.
- [10] Guilford, J.P. (1956). *Fundamental Statistics in Psychology and Education*. New York: McGraw Hill.
- [11] Khatri, H. (2020, Juni 01). West Papua’s Kota Sorong enjoys the best quality of mobile video streaming in Indonesia. <https://www.opensignal.com/2020/06/01/west-papuas-kota-sorong-enjoys-the-best-quality-of-mobile-video-streaming-in-indonesia> diakses pada tanggal 8 Januari 2022
- [12] Orosz, G., Bóthe, B., & Tóth-Király, I. (2016). The development of the problematic series Watching Scale (PSWS). *Journal of Behavioral Addictions*, 5(1), 144-150.
- [13] Ort, A., Wirz, D. S., & Fahr, A. (2021). Is binge-watching addictive? Effects of motives for TV series use on the relationship between excessive media consumption and problematic viewing habits. *Addictive Behaviors Reports*, 13, 100325
- [14] Petersen, T. G. (2016). To binge or not to binge: A qualitative analysis of college students’ binge-watching habits. *Florida Communication Journal*, 44(1), 77-88.
- [15] Pittman, M., & Sheehan, K. (2015). Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix. *First Monday*
- [16] Pittman, M., & Steiner, E. (2019). Transportation or narrative completion? Attentiveness during binge-watching moderates regret. *Social Sciences*, 8(3), 99
- [17] Populix. (2020). Fenomena Binge watching dan Dampak Buruknya Bagi Kesehatan. <https://www.info.populix.co/post/binge-watching> diakses pada tanggal 10 Desember 2021
- [18] Schweidel, D. A., & Moe, W. W. (2016). Binge watching and advertising. *Journal of Marketing*, 80(5), 1-19.
- [19] Spruance, L. A., Karmakar, M., Kruger, J. S., & Vaterlaus, J. M. (2017). Are you still watching?": Correlations between binge TV watching, diet and physical activity. *Journal of Obesity & Weight Management*.
- [20] Starosta, J. A., & Izydorczyk, B. (2020). Understanding the phenomenon of binge-watching—a systematic review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(12), 4469.
- [21] Starosta, J., Izydorczyk, B., & Lizyńczyk, S. (2019). Characteristics of people's binge-watching behavior in the "entering into early adulthood" period of life. *Health Psychology Report*, 7(2).
- [22] Viens, A., & Farrar, K. M. (2021). Conceptualizing and measuring binge watching. *Communication Studies*, 72(3), 267-284.

- [23] Wardani, Agustin Setyo. (2020). Kualitas Streaming Video di Kota Sorong Papua Barat Terbaik se-Indonesia. <https://www.liputan6.com/tekno/read/4268015/kualitas-streaming-video-di-kota-sorong-papua-barat-terbaik-se-indonesia> diakses pada tanggal 10 Desember 2021
- [24] Wheeler, K. S. (2015). The relationships between television viewing behaviors, attachment, loneliness, depression, and psychological well-being (University Honors Program Theses, Georgia Southern University)
- [25] Yanti, Fatma Putri, Nasution, Itto Nesyia, Aiyuda, Nurul (2022). Berselancar di Internet untuk Menghilangkan Rasa Bosan Ketika Melakukan Pembelajaran Daring. *Jurnal Riset Psikologi*. 2(2). 109-114.