

Pengaruh Fear Of Missing Out (FoMO) Pada Binge watching Pada Mahasiswa Gen Z Pengguna VOD

Arsya Cahyadianty¹, Destyra Atikah Hulwa², Keysa Mutiara Adzani³, Khaila Rizki Dwi Febiani⁴, Muhammad Rifki Ramadhan⁵, Vanessa Siburian⁶

^{1,2,3}Fakultas Psikologi, Universitas Gunadarma

Korespondensi: e-mail: acahyadianty@gmail.com

Submitted: 22/01/2026; Accepted: 23/01/2026

Abstract

The development of digital technology and Video on Demand (VoD) services has changed media consumption patterns among Generation Z students. One emerging phenomenon is binge-watching behavior, which is the activity of watching excessive series at one time. This behavior is thought to be related to Fear of Missing Out (FoMO), which is a feeling of anxiety about missing out on information, experiences, and popular social discussions. This study aims to determine the effect of Fear of Missing Out on binge-watching behavior in Generation Z students who use VoD services. This study used a quantitative approach with a purposive sampling technique. The subjects were Generation Z students aged 18–25 who are active users of VoD services and have a habit of watching more than three episodes at a time. The research instrument consisted of a binge-watching scale based on aspects proposed by Flayelle et al. (2019) and a FoMO scale based on aspects of Przybylski et al. (2013). Data analysis was performed using simple linear regression. The results showed that Fear of Missing Out had a positive and significant effect on binge-watching behavior. A correlation coefficient of 0.767 and a determination coefficient of 0.589 indicate that FoMO contributes 58.9% to the tendency to binge-watch. This finding suggests that the higher the level of FoMO experienced by Generation Z students, the higher their tendency to binge-watch as a way to maintain social connectedness in the digital age.

Keywords: Fear of Missing Out; binge-watching, Video on Demand

Abstrak

Perkembangan teknologi digital dan layanan Video on Demand (VoD) telah mengubah pola konsumsi media pada mahasiswa Generasi Z. Salah satu fenomena yang muncul adalah perilaku binge-watching, yaitu aktivitas menonton serial secara berlebihan dalam satu waktu. Perilaku ini diduga berkaitan dengan Fear of Missing Out (FoMO), yaitu perasaan cemas akan tertinggal informasi, pengalaman, dan pembahasan sosial yang sedang populer. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Fear of Missing Out terhadap perilaku binge-watching pada mahasiswa Generasi Z pengguna layanan VoD. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik purposive sampling. Subjek penelitian adalah mahasiswa Generasi Z berusia 18–25 tahun yang merupakan pengguna aktif layanan VoD dan memiliki kebiasaan menonton lebih dari tiga episode dalam satu waktu. Instrumen penelitian terdiri dari skala binge-watching berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Flayelle et al. (2019) dan skala FoMO berdasarkan aspek Przybylski et al. (2013). Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fear of Missing Out berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku binge-watching. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,767 dan koefisien determinasi sebesar 0,589 menunjukkan bahwa FoMO memberikan kontribusi sebesar 58,9% terhadap kecenderungan binge-watching. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat FoMO yang dirasakan mahasiswa Generasi Z, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan binge-watching sebagai upaya menjaga keterhubungan sosial di era digital.

Kata kunci: Fear of Missing Out; binge-watching, Video on Demand.

Pendahuluan

Menurut Siswoyo (2007) mahasiswa dapat di definisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Menurut Takwin (2008) setelah menyelesaikan pendidikan di bangku sekolah, sebagian sebagian siswa yang menganggur, mencari pekerjaan, atau melanjutkan pendidikan ke tingkat perguruan tinggi. Mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi dapat disebut sebagai mahasiswa. Menurut Hartaji (2012) Mahasiswa adalah seseorang yang sedang dalam proses menimba ilmu ataupun belajar dan terdaftar sedang menjalani pendidikan pada salah satu bentuk perguruan tinggi yang terdiri dari akademik, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas. Menurut Yusuf (2012), Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini dapat digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pematapan pendirian hidup. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa ialah seorang peserta didik berusia 18 sampai 25 tahun yang terdaftar dan menjalani pendidikannya di perguruan tinggi baik dari akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas.

Menurut Francis dan Hoefel (2018), Generasi Z adalah individu yang lahir dari tahun 1995-2010 dan telah terpapar media digital sejak awal kemunculan internet, media sosial, jaringan, dan sistem seluler sehingga menghasilkan generasi yang sangat nyaman dalam mengumpulkan informasi melalui berbagai sumber dan mengintegrasikan pengalaman virtual maupun luring (offline). Generasi Z juga merupakan generasi pertama yang memiliki akses ke konten layanan sesuai permintaan (on-demand), membuat mereka menghasilkan lebih banyak konten dalam hal konsumsi media dibandingkan generasi lainnya. Mahasiswa Generasi Z adalah mahasiswa yang saat ini berusia 18 sampai 25 tahun yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi baik di akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut dan universitas. Menurut Ypulse (Ypulse, 2021),

Video on Demand (VoD) merupakan suatu layanan yang di dalamnya terdapat berbagai konten layanan, mulai dari layanan tv, film, drama, dengan berbagai aneka genre yang dapat dengan mudah diakses dengan menggunakan ponsel pintar yang terhubung dengan akses internet (Yanda, 2017). Generasi Z merupakan generasi yang paling menyukai layanan VoD Netflix dibanding generasi-generasi lainnya. Kecepatan koneksi Internet tentunya berpengaruh terhadap layanan Video On Demand. Ketika koneksi internet lambat, maka tayangan layanan *Video on Demand* juga akan melambat (Alfian, 2021).

Penelitian yang dilakukan oleh Stenovec (2015) menunjukkan bahwa terdapat peningkatan sebanyak hampir 30% sebagian besar orang sudah melakukan streaming online melalui berbagai platform online. Sementara itu, pengguna tv tradisional dan tv berbayar menjadi menurun sebanyak 10%. Selain itu, survei lain dari Nielsen Consumer Media View terhadap 11 kota di Indonesia menunjukkan bahwa akses konten video dari film melalui layanan *Video on Demand* pada tahun 2017 meningkat sebesar 28% dari tahun sebelumnya. Melalui layanan

Video on Demand, masyarakat bisa dengan mudah untuk mengakses, menikmati, mengunduh dan memilih layanan film kapan pun melalui perangkat apa pun tanpa adanya batasan ruang dan waktu. Para pecinta film dapat menikmati berbagai macam tayangan tanpa perlu untuk pergi ke bioskop. Kemajuan teknologi digital membuat para pecinta film yang sebelumnya harus menonton di layar besar dalam sebuah ruangan sekarang dapat menonton film melalui alat perangkat komputer, laptop, smart tv, bahkan dari smartphone saja. Kemajuan teknologi juga turut memperluas akses dan membuat sirkulasi film menjadi tak terbatas. Hal ini dibuktikan dengan menjamurnya platform streaming film seperti Netflix, Iflix, VIU, Disney+ Hotstar, YouTube, Vidio, iQIYI, Bioskop Online, dan masih banyak lagi.

Tingginya minat masyarakat terhadap platform film online atau bisa juga disebut dengan layanan *Video on Demand* (VoD) mendorong banyak perusahaan bersaing untuk mengedepankan platformnya menjadi lebih baik. Perusahaan itu harus mampu untuk menganalisis faktor apa saja yang paling mempengaruhi pengguna layanan dalam adaptasi teknologi tersebut. Streaming film sangat berdampak kepada perekonomian yang dilakukan oleh pelaku industri. Adanya VoD bisa saja akan menjadi media andalan di masa yang akan mendatang, sehingga fenomena menonton film di bioskop akan semakin ditinggalkan dan platform VoD akan menggantikan fungsi bioskop. Maksudnya adalah lambat laun ruang menonton film akan beralih dari ruang teater ke dunia maya. Peralihan dari ruang nyata (bioskop) ke ruang maya (VoD) dapat dikategorikan sebagai ruang heterotopia. Ruang heterotopia adalah sebuah konsep ruang nyata yang relatif (Foucault, 2017).

Dengan meningkatnya penggunaan layanan *Video on Demand* khususnya layanan *Video on Demand* Netflix tanpa sadar menyebabkan menguatnya perilaku *Binge-watching* (Pewresearch, 2020). Menurut Starosta (2020), *binge-watching* merupakan kegiatan menonton serial atau acara televisi yang melibatkan konsumsi episode secara berlebihan, biasanya dengan menghabiskan setidaknya dua episode per hari. Hal ini didukung oleh hasil survei yang dilakukan oleh peneliti, di mana ditemukan bahwa sebanyak 75% dari 24 mahasiswa yang disurvei menyatakan bahwa dalam satu kali sesi menonton, mereka dapat menghabiskan lebih dari tiga episode tayangan. Temuan ini menunjukkan pola perilaku menonton yang intens di kalangan mahasiswa, yang mungkin dipengaruhi oleh ketersediaan platform streaming dan kebiasaan hiburan modern.

Menurut Flayelle et al. (2019), *binge-watching* adalah aktivitas menonton beberapa episode serial televisi secara berurutan dalam satu waktu, biasanya melalui platform streaming seperti Netflix atau YouTube. Sementara Panda & Pandey (2017) mendefinisikan *binge-watching* sebagai perilaku menonton dua hingga tiga episode sekaligus atau selama minimal satu jam secara terus-menerus. *Binge-watching* dimaknai sebagai kebiasaan Generasi Z menonton serial secara maraton melalui layanan VoD karena dorongan emosional dan sosial, termasuk keinginan untuk tidak tertinggal pembahasan dengan teman (Salsabila, 2020; Starosta & Izydorczyk, 2020).

Menonton secara berlebihan, yang dikenal sebagai *binge-watching*, dapat menimbulkan berbagai dampak negatif pada kesehatan fisik, mental, dan sosial seseorang. Salah satu dampak

utamanya adalah gaya hidup sedentari, di mana individu cenderung menghabiskan waktu berjam-jam duduk di depan layar tanpa aktivitas fisik yang cukup, yang pada akhirnya meningkatkan risiko masalah kesehatan seperti obesitas, penyakit jantung, dan gangguan muskuloskeletal (Srinivasan et al., 2021). Selain itu berdasarkan penelitian oleh Exelmans dan Van den Bulck (2017), Gangguan tidur merupakan salah satu dampak paling signifikan dari *binge-watching*. Paparan layar yang berkepanjangan akibat aktivitas ini berdampak negatif pada kualitas tidur secara keseluruhan, karena cahaya biru dari layar perangkat elektronik dapat mengganggu produksi melatonin yaitu hormon yang bertanggung jawab atas siklus tidur-bangun.

Starosta (2020) memberikan definisi yang paling fundamental, yaitu kegiatan menonton serial atau acara televisi secara berlebihan dalam satu waktu. Definisi ini mencakup intensitas dan durasi yang melampaui kebiasaan menonton episode mingguan tradisional. Flayelle et al. (2019) lebih spesifik dengan menyertakan konteks teknologi modern. Mereka mendefinisikannya sebagai aktivitas menonton beberapa episode secara berurutan dalam satu waktu melalui platform streaming. Penambahan "platform streaming" mengaitkan fenomena ini langsung dengan Netflix, Hulu, Amazon Prime, dan sejenisnya, yang memfasilitasi penayangan seluruh serial sekaligus, memungkinkan penonton untuk transisi dari satu episode ke episode berikutnya tanpa jeda. Panda & Pandey (2017) menyebut *binge-watching* sebagai perilaku menonton dua hingga tiga episode atau lebih secara terus-menerus minimal selama satu jam. Definisi ini memberikan batasan operasional yang jelas, membedakan *binge-watching* dari sekadar menonton dua episode berturut-turut yang kebetulan tayang di televisi. Batas minimal episode (2-3) dan waktu (1 jam) menunjukkan adanya unsur maraton yang disengaja. Conlin, Billings, dan Averset (2016) mendefinisikan *binge-watching* dengan berfokus pada kuantitas episode yang dikonsumsi dalam satu waktu. Mereka menyatakan bahwa *binge-watching* adalah tindakan mengonsumsi beberapa episode dari acara TV yang sama dalam satu kali duduk (consuming multiple episodes of the same TV show in one sitting). Definisi ini menekankan aspek kesamaan serial dan sesi menonton yang berkelanjutan. Jenner (2014) mendefinisikan *binge-watching* berdasarkan kriteria durasi waktu, bukan jumlah episode. Menurut Jenner, *binge-watching* terjadi ketika seseorang menonton serial TV selama minimal tiga jam dalam satu kali duduk. Kriteria ini mengalihkan fokus dari jumlah episode yang bervariasi durasinya menjadi lamanya waktu yang dihabiskan penonton tanpa jeda yang signifikan.

Berdasarkan beberapa definisi yang sudah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa *binge-watching* adalah perilaku menonton yang berlangsung secara intensif dan berlebihan dalam satu periode waktu yang berkelanjutan. Semua tokoh sepakat bahwa ciri utama *binge-watching* terletak pada aktivitas menonton beberapa episode sekaligus atau dalam durasi panjang tanpa jeda. Secara keseluruhan, *binge-watching* dapat dipahami sebagai perilaku menonton berlebihan yang ditandai oleh intensitas tinggi, kesinambungan sesi menonton, serta dipengaruhi oleh kemudahan akses teknologi streaming yang memungkinkan perpindahan episode tanpa jeda.

Fenomena *binge-watching* dipengaruhi oleh FoMO. FoMO merujuk pada ketakutan individu kehilangan pengetahuan mengenai acara televisi yang sedang didiskusikan oleh orang

lain, di mana kecepatan konsumsi sebuah musim serial bukan sekedar hiburan, melainkan sebuah tindakan pencegah sosial, sebuah upaya cepat agar mereka tidak tertinggal dari diskusi online di Twitter atau percakapan dengan kelompok di kampus sekaligus memastikan identitas mereka yang tetap relevan dalam pusaran budaya digital yang bergerak dinamis. Kemampuan individu dalam berinteraksi dengan kelompok ini biasanya ditentukan oleh apakah individu tersebut telah menonton acara musim serial atau tidak, sehingga dapat menjadi sangat penting bagi individu untuk menonton acara musim serial yang ditayangkan dalam VoD agar dapat berkomunikasi dengan anggota kelompok (Rubekening dkk., 2018). Guna meredakan kecemasan ini, banyak mahasiswa generasi z mengadopsi perilaku *binge-watching* yang intensif. Hal ini menciptakan lingkungan yang FoMO (Fear of Missing Out, sebuah kecemasan kuat yang mendorong mereka untuk selalu up-to-date dan berpartisipasi dalam percakapan yang sedang trending.

Przybylski et al. (2013) mendefinisikan Fear of Missing Out (FoMO) sebagai perasaan takut kehilangan pengalaman berharga yang sedang dialami orang lain, sehingga individu terdorong untuk terus terhubung dengan lingkungan sosialnya. Conlin et al. (2016) menjelaskan bahwa FoMO menyebabkan kecemasan dan stres sosial akibat rasa takut tertinggal informasi penting. Fox & Moreland (2015) menambahkan bahwa individu dengan tingkat FoMO tinggi kesulitan lepas dari media sosial karena dorongan untuk terus mengetahui aktivitas orang lain. Baker (2015) menyebut FoMO muncul karena perbandingan sosial di media digital yang menimbulkan tekanan untuk selalu eksis. Mandas & Silfiah (2022) menegaskan bahwa FoMO banyak dialami Generasi Z karena pengaruh gaya hidup digital yang menuntut keterhubungan konstan. Berdasarkan definisi-definisi di atas, fomo merupakan perasaan cemas atau takut tertinggal dari informasi, pengalaman, dan interaksi sosial yang mendorong individu untuk terus aktif dan terhubung dengan dunia digital.

FoMO merayap masuk ke setiap sudut kehidupan mahasiswa, seringkali tanpa disadari. Gejala yang paling kentara adalah kecenderungan untuk mengikuti setiap kegiatan atau kesempatan yang muncul, seolah-olah melewatkan satu saja akan membuat mereka “tidak berharga”. Faktanya di lingkungan perkuliahan istilah FoMO ini seringkali diperbincangkan dan dilakukan karena seperti yang diketahui dunia perkuliahan merupakan tempat lazim untuk membangun “identitas” bagi mahasiswa. Penelitian Andrew K. Przybylski, dkk. menjelaskan bahwa FoMO merupakan suatu ketakutan atau kecemasan dari seseorang atas ketertinggalan sehingga menimbulkan keinginan kompulsif dari orang tersebut untuk mengharuskan dirinya berada di lokasi tertentu dan ikut mengalami kejadian yang ada di sana sama seperti orang lainnya.

Di era digital ini, FoMO bukan lagi sekedar perasaan cemas biasa, melainkan sebuah dalafenomena yang merajalela, terutama di kalangan mahasiswa. Masa kuliah, yang seharusnya menjadi ajang eksplorasi dan pembentukan diri, kini sering kali diwarnai oleh tekanan untuk selalu “ada”, “terlibat”, dan “berprestasi” di berbagai bidang. Tekanan ini seakan menjadi standar tak tertulis yang diukur dari seberapa penuh jadwal dan seberapa menarik feeds media sosial.

Menurut Baker (2015). Media sosial menjadi pemicu utamanya, menampilkan potongan-potongan kehidupan orang lain yang tampak sempurna dan penuh kesibukan, padahal sering kali tidak merefleksikan kenyataan seutuhnya.

Penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas dan meneliti mengenai pengaruh FoMO terhadap *binge watching* yang dilakukan oleh Fernanda, B. N. & Sahrani, R. (2025) menjelaskan bagaimana loneliness dan FOMO mempengaruhi *binge watching*. Fomo berperan lebih kuat dalam mempengaruhi *binge watching* dibanding loneliness. Hal ini didukung oleh penelitian Starosta (2019), bahwa tingkat FOMO yang tinggi dapat mempengaruhi *binge watching* untuk menghindari ketinggalan informasi dan diskusi tentang serial TV yang sedang populer. Pradiansyah, B. N. & Islam, A. F. (2024) menjelaskan bahwa pengaruh Fear of missing out (FOMO) terhadap *binge watching* menunjukkan pengaruh yang positif. Menurut Anghelcev, G., Sar, S., Martin, J. D., & Moultrie, J. L (2020) FoMO mendorong banyak perubahan dalam mengkonsumsi media modern, salah satunya menonton streaming agar dapat menceritakan kepada teman-teman. Menurut Conlin, L., Billings, A. C., & Averset, L. (2016) juga menyelidiki peran FoMO dalam menonton maraton dan konsumsi acara besar sekali tayang.

Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku *binge watching* dan tingkat Fear of Missing Out (FoMO) pada generasi Z saling berkaitan erat, di mana intensitas menonton yang tinggi kemungkinan didorong oleh dorongan sosial untuk tetap mengikuti tren dan pembahasan populer di lingkungan pertemanan. Oleh sebab itu, peneliti perlu meneliti lebih lanjut mengenai faktor penyebab fenomena *binge watching* yang dipengaruhi oleh FoMO.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sudarmanto (2022), penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian atau riset yang berhubungan dengan angka, jumlah, besaran, data, tabel, statistik, komputasi serta hubungan kausalitas yang menggunakan rangkaian kerja. Adapun aspek yang diukur dalam penelitian ini yaitu *Binge watching* diukur dengan menggunakan aspek-aspek yang dikembangkan oleh Flayelle et al (2019) yaitu *loss off control, engagemente, dependency, desire/savoring, positive emotions, binge watthing, pleasure preservation*; dan Pengukuran FoMO berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Przybylski dkk (2013) yaitu perasaan kehilangan kendali akibat tekanan sosial untuk selalu mengikuti kegiatan atau informasi terbaru (*autonomy*) dan dengan kebutuhan untuk tetap terhubung secara sosial agar tidak merasa tertinggal dari pengalaman orang lain (*relatedness*).

Populasi dan Sample

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Non-Probability Sampling*. Teknik ini dipilih karena peneliti tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel, melainkan berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Jenis spesifik dari *Non-Probability Sampling* yang diterapkan adalah Purposive Sampling (Sampling Bertujuan). Menurut Sugiyono (2010), purposive sampling adalah teknik penentuan sampel yang dilakukan berdasarkan pertimbangan tertentu atau

berdasarkan karakteristik penelitian yang telah dibangun sejak awal. Metode ini dipilih karena penelitian ini bersifat kuantitatif dengan variabel yang spesifik (*Fear of Missing Out dan Binge watching*), sehingga memerlukan subjek yang memiliki karakteristik relevan sebagai berikut : mahasiswa generasi Z yang sedang menempuh pendidikan di akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut, dan universitas dan merupakan pengguna aktif layanan *Video on Demand* (VoD).

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Gens Z pengguna layanan VOD yang berusia 18-25 tahun yang menonton lebih dari 3 episode dalam satu waktu. Mahasiswa Generasi Z juga merupakan generasi pertama yang memiliki akses ke konten layanan sesuai permintaan (on-demand), membuat mereka menghasilkan lebih banyak konten dalam hal konsumsi media dibandingkan generasi lainnya.

Tabel 1. Uji Regresi Linear Sederhana

Model	R	R Square	F	Sig.
1 Regression	.767 ^a	.589	176.191	.001 ^b

Melalui uji regresi linear sederhana, pada tabel diatas diketahui bahwa terdapat korelasi antar variabel sebesar 0,767 dengan nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0.589 yang menandakan bahwa pengaruh dari variabel FOMO terhadap *binge watching* sebesar 58.9% dengan nilai F hitung = 176.191 dan memiliki tingkat signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$. Hal tersebut menggambarkan bahwa model regresi ini dapat digunakan untuk melakukan prediksi adanya pengaruh Fear of Missing Out terhadap *Binge watching*.

Tabel 2. Uji Hipotesis

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	23.858	8.001	.767	2.982	.003
FOMO	1.941	.146		13.274	<.001

Selanjutnya, jika dilihat pada tabel diatas, terdapat nilai constant pada variabel *binge watching* sebesar 23.858. Sedangkan, nilai fear of missing out pada koefisien regresi bernilai 1.941. Dapat diartikan bahwa nilai konstanta pada fear of missing out berkontribusi sebesar 23.858. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara positif FoMO dapat berpengaruh terhadap *binge watching* pada mahasiswa generasi Z. Artinya, semakin tinggi tingkat FoMO yang dirasakan mahasiswa, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk melakukan *binge watching*.

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa perilaku *binge watching* atau menonton maraton lebih dari tiga episode dalam satu waktu erat kaitannya dengan dinamika psikologis mahasiswa Generasi Z yang terpapar media digital sejak dini. FoMO muncul sebagai perasaan

cemas atau takut tertinggal dari informasi, pengalaman, dan interaksi sosial yang sedang tren. Bagi mahasiswa, menonton serial populer di layanan VoD seperti Netflix bukan sekadar aktivitas hiburan semata, melainkan sebuah respons kompulsif terhadap kecemasan sosial tersebut. Hal ini sejalan dengan teori yang menyatakan bahwa FoMO muncul karena adanya kekurangan dalam pemenuhan kebutuhan dasar psikologis, khususnya aspek *relatedness* atau kebutuhan untuk tetap terhubung secara sosial. Dengan melakukan *binge watching*, mahasiswa berusaha mengejar ketertinggalan informasi agar tetap relevan dalam percakapan kelompok atau diskusi online di platform.

Pengaruh positif FoMO terhadap *binge watching* juga berkaitan dengan hilangnya kendali diri (*loss of control*) pada individu. Ketika dorongan untuk mengikuti pop culture sangat kuat, mahasiswa cenderung mengabaikan durasi menonton demi memastikan identitas mereka tetap diakui dalam lingkungan kampus yang dinamis. Temuan ini memperkuat penelitian sebelumnya Conlin, et al. (2016), Starosta (2019), Anghelcev, et al. (2020), Pradiansyah & Islam (2024), Fernanda & Sahrani (2025) yang menyatakan bahwa FoMO memiliki peran yang lebih kuat dalam mendorong *binge watching* dibandingkan rasa kesepian (*loneliness*), karena adanya tekanan sosial untuk tidak melewatkan momen budaya besar yang menjadi bahan pembicaraan publik. Secara keseluruhan, perilaku menonton secara berlebihan pada mahasiswa Generasi Z merupakan strategi untuk menjaga status keanggotaan sosial dan kompetensi mereka dalam mengikuti arus informasi hiburan yang berkembang cepat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *Fear of Missing Out* (FoMO) terhadap perilaku *binge watching* pada mahasiswa Generasi Z pengguna layanan *Video on Demand* (VoD). Temuan ini membuktikan bahwa kecemasan akan tertinggalnya informasi atau pengalaman berharga yang sedang dialami orang lain mendorong mahasiswa untuk melakukan aktivitas menonton secara berlebihan sebagai upaya untuk tetap terhubung dengan lingkungan sosialnya. Melalui uji regresi, diketahui bahwa FoMO berkontribusi sebesar 58,9% dalam memicu munculnya perilaku *binge watching*. Hal ini menunjukkan bahwa motif menonton maraton di kalangan mahasiswa bukan sekadar untuk mencari hiburan, melainkan sebagai mekanisme pemenuhan kebutuhan psikologis seperti keterhubungan sosial (*relatedness*) agar tetap relevan dalam diskusi budaya populer yang bergerak dinamis.

Fenomena *binge watching* pada Generasi Z bukan sekadar bentuk hiburan pasif, melainkan sebuah mekanisme koping atau respons terhadap tekanan sosial digital. Mahasiswa merasa perlu untuk segera menuntaskan sebuah serial agar mereka memiliki "modal sosial" dalam berinteraksi, baik di dunia nyata maupun di media sosial. Kebutuhan akan keterhubungan menjadi pendorong utama ketika individu merasa tidak terlibat dalam pengalaman yang sedang hangat dibicarakan orang lain, muncul perasaan terkucilkan yang hanya bisa diredam dengan mengikuti arus konsumsi media tersebut secara cepat dan intensif.

Bagi mahasiswa, disarankan untuk mulai meningkatkan kesadaran terhadap durasi penggunaan media digital dan mulai mengatur jadwal atau membatasi screen time guna menghindari dampak negatif kesehatan akibat binge watching. Institusi pendidikan diharapkan dapat mengambil peran dengan menyediakan program konseling mengenai literasi media digital serta edukasi mengenai penggunaan layanan VoD yang sehat sebagai langkah preventif terhadap perilaku adiksi menonton. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku tersebut merupakan fenomena kompleks yang selain dipicu oleh kecemasan sosial, kemungkinan juga dipengaruhi oleh faktor kepribadian, ketersediaan waktu luang, atau fitur teknis dari platform layanan streaming itu sendiri (seperti fitur autoplay). Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa bagi mahasiswa Generasi Z, layar kaca telah menjadi jembatan psikologis untuk mengatasi ketakutan akan keterasingan sosial. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan mengeksplorasi variabel-variabel lain di luar FoMO yang mungkin turut memengaruhi perilaku konsumsi konten digital pada Generasi Z, mengingat masih terdapat 41,1% faktor lain yang belum terungkap dalam model penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Adrian, K., & Sahrani, R. (2021). Relationship Between Fear of Missing Out (FoMO) and Problematic Smartphone Use (PSU) in Generation Z with Stress as a Moderator. *Proceedings of the International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH 2021)*, 570, 964–970. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.151>
- Conlin, L., Billings, A. C., & Averset, L. (2016). Time-shifting vs. appointment viewing: The role of fear of missing out within TV consumption behaviors. *Communication & Society*, 29(4), 151–164. <https://doi.org/10.15581/003.29.4.151-164>.
- Fauzi, F., & Hudaya, A. (2024). Kekuatan Binge-Watching Terhadap Continuation Intention Video on Demand Dimediasi Fear of Missing Out Pada Generasi Muda. *Formosa Journal of Sustainable Research (FJSR)*, 5(12), 2535–2568. <https://doi.org/10.55927/fjsr.v5i12.12798>
- Flayelle, M., Canale, N., Vögele, C., Karila, L., Maurage, 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.022>
- Flayelle, M., Canale, N., Vögele, C., Karila, L., Maurage, 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.022>
- Flayelle, M., Canale, N., Vögele, C., Karila, L., Maurage, 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. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.08.022>

- Flayelle, M., Maurage, P., & Billieux, J. (2017). Toward a qualitative understanding of binge-watching behaviors: A focus group approach. *Journal of Behavioral Addictions*, *6*(4), Toward a qualitative understandin... | Archive ouverte UNIGE
- Forte, G., Favieri, F., Tedeschi, D., & Casagrande, M. (2021). Binge-Watching: Development and Validation of the Binge-Watching Addiction Questionnaire. *Behavioral Sciences*, *11*(2), 27. <https://doi.org/10.3390/bs11020027>
- Iba, Z. & Wardhana, A. (2023). Metode Penelitian. Eureka Media aksara. https://www.researchgate.net/publication/382060682_Populasi_dan_Sampel
- Lestari, B. D., Rasyid, M. J., M., Akbarajayaperwira, A., & Puspitasari, D. (2023). Development A Measuring Instrument For The Feeling Of Missing Out Scale For Student Colleges. *JoPS | Journal of Psychology Students*, *2*(1), 9–17.
- Permatasari, B. N., & Islami, A. F. (2024). Binge-Watching Terhadap FOMO Generasi Z Dengan Emotionally Immature Parents. *Jurnal Ilmu dan Praktik Psikologi (JIPP)*, *10*(1), 27–37.
- Pradiansyah, B. N., & Islam, A. F. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Binge Watching Gen Z dengan Emotionally Immature Parents. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, *8*(2), 391–399. <https://doi.org/10.22210/satwika.v8i2.35275>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, *29*, 1841–1848.
- Rubenking, B., Bracken, C. C., Sandoval, J., & Rister, A. (2018). Defining new viewing behaviours: What makes and motivates TV binge-watching? *International Journal of Digital Television*, https://doi.org/10.1386/jdtv.9.1.69_1
- Santos, M., Naranjo-Zolotov, M., & Aparicio, M. (2024). Binge-watching Uncovered: Examining the interplay of perceived usefulness, habit, and regret in continuous viewing. *Heliyon*, *10*(24), e29548. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29548>
- Supardi (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. Journal Portal. <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=d429094316f3c18d20dc5425832db9bd5a297e22c3346190646f8f9a128b8b00JmltdHM9MTc2Mzg1NjAwMA&pptn=3&ver=2&hsh=4&fclid=06863a70-4683-6e61-00c1-2f0d47d56f64&psq=jurnal+tentang+populasi+dan+sampel&u=a1aHR0cHM6Ly9qb3VybmFsLnVpaS5hYy5pZC9VbmlzaWEvYXJ0aWNsZS9kb3dubG9hZC81MzI1LzQ5NTg>
- Sussman, S., & Moran, M. B. (2013). Hidden addiction: Television. *Journal of Behavioral Addictions*, *2*, 125–132. doi: 10.1556/JBA.2.2013.008
- Utami, G., Arlensia, D. S., Musthofa, M. H., & Mahlil, Y. (2025). Binge Watching Platform Video On Demand: Generasi Z Dan Hubungannya Dengan Fear Of Missing Out. *Syiah Kuala Psychology Journal*, *3*(1), 14-xx.