

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang pesat terutama pada internet telah membawa perubahan yang memberi dampak cukup besar terhadap cara masyarakat mengonsumsi media di Indonesia. Berdasarkan data survey *We Are Social & Hootsuite* pada tahun 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 202,6 juta jiwa atau sekitar 73,7% dari total penduduk Indonesia. Aktivitas menonton konten secara *online* menjadi salah satu aktivitas yang cukup banyak dilakukan pengguna internet di Indonesia (*We Are Social & Hootsuite*, 2021).

Kemudahan dalam mengakses internet mendorong berkembangnya layanan hiburan *online* berupa *Video on Demand* (VoD), seperti Netflix, Viu, dan Disney+ yang memberi kebebasan bagi penggunanya untuk menonton berbagai konten tanpa adanya batasan waktu dan tempat. Wayne (2022) menjelaskan bahwa pada awalnya Netflix jarang membagikan data penonton, namun sejak tahun 2018 Netflix mulai merilis beberapa informasi tertentu sebagai cara untuk menunjukkan tingkat popularitas konten yang dimiliki. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa *platform streaming* berperan besar dalam membentuk pola konsumsi media di masyarakat.

Fenomena *binge-watching* yang berdasarkan pada kebiasaan menonton beberapa episode atau bahkan seluruh *season* film atau serial secara beruntun dalam satu waktu, kini menjadi semakin populer di kalangan penonton (Zahara & Irwansyah, 2020). Fenomena ini menarik untuk diteliti karena dalam praktiknya *binge-watching* dapat memengaruhi kegiatan sehari-hari, waktu belajar, interaksi sosial, dan kualitas tidur penggunanya.

Di kalangan mahasiswa praktik *binge-watching* juga menjadi fenomena yang cukup umum. Survei yang dilakukan pada mahasiswa Fakultas Keperawatan Universitas Riau menunjukkan bahwa 80,5% mahasiswa melakukan aktivitas *binge-watching* dalam tingkat sedang, dan

sebagian besar dari mahasiswa (84%) mengalami kualitas tidur yang kurang baik (Almaas, Aziz, & Nopriadi, 2024). Penelitian lain juga menemukan bahwa mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial biasanya mencari berbagai rekomendasi serial, sehingga aktivitas menonton yang mereka lakukan berlangsung secara terus-menerus (Angelina & Simanjuntak, 2024). Sehingga dapat dilihat bahwa aktivitas *binge-watching* bukan hanya sebagai bentuk hiburan, namun juga sebagai praktik sosial yang memengaruhi keseharian mahasiswa, termasuk konsentrasi belajar dan pengelolaan waktu luang.

Meskipun sudah banyak penelitian tentang *binge-watching*, sebagian besar penelitian hanya fokus pada data kuantitatif seperti aspek frekuensi menonton dan dampak yang ditimbulkan oleh *binge-watching* seperti kualitas tidur. Namun masih sedikit penelitian yang melihat fenomena ini secara menyeluruh untuk memahami pengalaman sosial mahasiswa, terutama di kalangan mahasiswa Universitas Diponegoro. Sehingga hal ini menunjukkan adanya kesenjangan penelitian yang perlu diisi, karena mengingat kebiasaan *binge-watching* dapat memengaruhi keseharian mahasiswa, termasuk cara mereka mengelola waktu dan kegiatan di perkuliahan.

Penelitian ini menggunakan metode *mixed methods explanatory*. Pertama, penelitian ini diawali dengan pengumpulan data kuantitatif yang bertujuan untuk melihat kebiasaan dan pola umum praktik *binge-watching* pada mahasiswa, kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data kualitatif melalui wawancara untuk memahami praktik sosial dan pengalaman mahasiswa secara mendalam. Dengan metode ini penelitian tidak hanya berupaya menggambarkan sejauh mana aktivitas *binge-watching* terjadi pada mahasiswa, namun juga memberikan gambaran tentang konteks sosial yang memengaruhi mahasiswa.

Melalui penelitian ini penulis berharap bisa menambah pemahaman tentang praktik *binge-watching* di kalangan mahasiswa. Selain itu penelitian ini menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang ingin meneliti hubungan antara konsumsi media digital dan keseharian mahasiswa, terutama di

Universitas Diponegoro. Dalam hal ini, fenomena *binge-watching* tidak hanya dilihat dari sisi kuantitatif, namun juga sebagai praktik sosial yang tidak dapat berdiri sendiri, yang melibatkan proses interaksi, pilihan terhadap film yang akan ditonton, dan cara mahasiswa mengatur waktu.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti jelaskan di atas, maka rumusan masalah yang diambil sebagai batas penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa bentuk praktik *binge-watching* pada mahasiswa?
2. Bagaimana konteks sosial dari perilaku *binge-watching* Mahasiswa?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisis serta mendeskripsikan bentuk-bentuk praktik *binge-watching* yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Diponegoro.
2. Untuk mengetahui konteks sosial yang melatarbelakangi perilaku *binge-watching* pada mahasiswa Universitas Diponegoro.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan menambah kajian antropologi media dalam memahami praktik *binge-watching* dan konteks sosial yang mempengaruhi mahasiswa, terutama dalam konteks praktik konsumsi media digital di kalangan Generasi Z.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Penelitian ini bisa membantu penulis untuk menerapkan ilmu yang didapat selama kuliah, terutama untuk memahami praktik *binge-watching* dan konteks sosial yang ada pada mahasiswa.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini bisa menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin meneliti perilaku *binge-watching*, konsumsi media digital, dan konteks sosial mahasiswa.

### 3. Bagi Akademisi

Penelitian ini bisa menjadi bahan bacaan akademik dan rujukan untuk meneliti mengenai perilaku *binge-watching*, pola konsumsi media digital, dan konteks sosial mahasiswa.

## 1.5 Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori

### 1.5.1 Tinjauan Pustaka

Penelitian ini ditulis dengan melihat beberapa penelitian terdahulu yang sudah ada dengan tujuan agar penulis dapat melihat bagaimana fenomena *binge-watching* antara penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya. Penelitian-penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan agar penulis bisa lebih memahami bagaimana fenomena *binge-watching* telah diteliti oleh peneliti sebelumnya serta untuk memperjelas posisi penelitian ini. Sehingga penelitian ini tidak hanya untuk menambah data yang sudah ada, namun juga untuk memberikan penjelasan yang berbeda sekaligus mencoba untuk mengetahui sudut pandang yang baru mengenai praktik *binge-watching* dan konteks sosial di kalangan mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan oleh Akbar, Faruqi, Ardhan, Wicaksono, & Yunizar (2021) dengan judul *Hubungan Faktor-Faktor Perilaku Terencana, Kebutuhan Penyelesaian, Personalisasi Rekomendasi, Cliffhanger, dan Binge-Watching* yang membahas berbagai faktor yang memengaruhi durasi *binge-watching* di kalangan mahasiswa. Perkembangan teknologi layanan *Video on Demand* (VoD) yang memungkinkan penonton menonton tayangan secara terus-menerus, sehingga perilaku *binge-watching* lebih mudah terjadi menjadi latar belakang dalam penelitian ini. Penulis menilai bahwa penelitian sebelumnya masih banyak berfokus pada dampak kesehatan atau pandangan umum mengenai *binge-watching*, sehingga masih

diperlukan adanya penelitian yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi seberapa lama mahasiswa menonton secara *binge-watching*.

Penelitian ini menggunakan Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*/TPB) sebagai kerangka untuk menjelaskan perilaku *binge-watching*, terutama bagaimana sikap dan keinginan mahasiswa bisa menyebabkan mereka menonton secara terus menerus. Selain itu, penelitian ini juga memasukkan beberapa variabel tambahan seperti kebutuhan untuk penyelesaian, personalisasi rekomendasi, dan *cliffhanger*. Variabel-variabel ini kemudian dianalisis sebagai variabel moderator untuk melihat bagaimana hubungan antara TPB dan durasi *binge-watching* dipengaruhi. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif di Indonesia yang dipilih dengan menggunakan teknik *snowball sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner *online* menggunakan Google Form yang memuat skala Likert dan pertanyaan terbuka untuk menggali lebih dalam mengenai perilaku *binge-watching* pada responden.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Teori Perilaku Terencana (TPB), kebutuhan untuk penyelesaian cerita, personalisasi rekomendasi dari platform VoD, serta penggunaan *cliffhanger* ada kaitannya dengan durasi *binge-watching* di kalangan mahasiswa strata satu (S1). Temuan ini menunjukkan bahwa durasi *binge-watching* mahasiswa tidak hanya dipengaruhi oleh sikap dan niat masing-masing mahasiswa, namun juga dipengaruhi oleh fitur-fitur yang ada di *platform streaming* dan struktur narasi konten yang mengakibatkan mahasiswa untuk tetap terus menonton.

Penelitian yang dilakukan oleh Zahara & Irwansyah (2020) dengan judul *Binge Watching: Cara Baru Menonton Televisi Sebagai Dampak Konvergensi Media* yang membahas fenomena *binge-watching* sebagai salah satu perubahan pola konsumsi media akibat adanya perkembangan *platform streaming* digital. Penelitian ini

berfokus pada tujuan untuk mengeksplorasi motif seseorang dalam melakukan *binge-watching*, sekaligus membedakannya dengan cara menonton televisi konvensional yang lebih tradisional. Selain itu penelitian ini juga mencoba untuk memahami peran teknologi dalam memengaruhi praktik *binge-watching* di Indonesia dan cara seseorang menilai kebiasaan menonton seseorang itu sendiri.

Penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan pendekatan kualitatif untuk memahami praktik *binge-watching* secara lebih mendalam. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara semi terstruktur kepada dua informan yang dipilih menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria memiliki kebiasaan *binge-watching* secara intens dan pengalaman menonton yang cukup lama, kemudian data hasil wawancara ditranskrip, dikodekan, dan dianalisis menggunakan teori *Uses and Gratifications* untuk melihat motif kedua informan dalam melakukan aktivitas *binge-watching*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua informan melakukan *binge-watching* dengan berbagai motif seperti dilakukan untuk memperbaiki suasana hati, hiburan, relaksasi, kebiasaan, serta untuk hanya mengalihkan perhatian dari kegiatan lain. Selain itu penelitian ini juga menemukan motif lain yang lebih khas dalam praktik *binge-watching*, seperti keinginan untuk menamatkan cerita, tidak ingin ketinggalan informasi, serta keterlibatan emosional yang lebih mendalam terhadap alur cerita. Dalam penelitian ini juga menemukan adanya rasa bangga pada informan terhadap kebiasaan *binge-watching* yang telah mereka lakukan. Meskipun informan menyadari adanya dampak negatif, namun mereka juga merasakan dampak positif dari praktik *binge-watching* yang difasilitasi oleh kemudahan teknologi digital.

Penelitian yang dilakukan oleh Khairunnisa, Ramadhan, Pramudyo, Nitisara, & Darajat (2022) dengan judul *Perilaku Multitasking Media Akademik dan Binge-Watching pada Mahasiswa Universitas Padjadjaran* yang bertujuan untuk mengetahui faktor-

faktor apa saja yang memengaruhi perilaku multitasking media akademik dan *binge-watching* pada mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *convenience sampling*. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* kepada mahasiswa Universitas Padjadjaran. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada penelitian Merrill Jr., sehingga data yang diperoleh kemudian dapat dianalisis dengan menggunakan uji korelasi dan uji regresi hierarki dengan tujuan untuk melihat hubungan serta pengaruh antarvariabel terhadap frekuensi multitasking media akademik, frekuensi *binge-watching*, dan durasi *binge-watching*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor kenikmatan (*enjoyment*) merupakan salah satu faktor yang paling berpengaruh terhadap seluruh variabel yang diteliti. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat kenikmatan yang dirasakan oleh mahasiswa berkaitan erat dengan adanya kecenderungan mereka untuk melakukan multitasking media akademik dan *binge-watching*, baik dari segi frekuensi aktivitas tersebut maupun dari segi durasi.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Starosta & Izydorczyk (2020) dengan judul *Understanding the Phenomenon of Binge-Watching - A Systematic Review* yang bertujuan untuk melihat perkembangan penelitian mengenai perilaku *binge-watching* serta kondisi psikologis yang menjadi latar belakang praktik tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode *systematic review* dengan mengacu pada pedoman *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA). Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penelusuran artikel pada beberapa basis data EBSCO (*Web of Science*, *Scopus*, *PsycArticles*, *PsycInfo*) dan Google Scholar. Artikel-artikel yang dianalisis merupakan penelitian empiris kuantitatif berbahasa Inggris yang dipublikasikan pada rentang tahun 2013-2020, sehingga diperoleh 29 artikel yang

memenuhi kriteria inklusi yang kemudian dapat dijadikan sebagai bahan analisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *binge-watching* dapat dipahami dengan dua perspektif utama. Perspektif pertama melihat *binge-watching* sebagai aktivitas hiburan yang berkaitan dengan pengalaman emosi positif, proses kognitif, dan pemanfaatan waktu luang. Kemudian perspektif kedua lebih melihat dari sisi dampak negatif dari *binge-watching*, seperti munculnya perilaku adiktif dan resiko gangguan kesehatan mental apabila *binge-watching* dilakukan secara berlebihan. Sehingga dalam penelitian ini menegaskan bahwa perilaku *binge-watching* merupakan fenomena yang kompleks dan dipengaruhi oleh motivasi, kepribadian, serta kondisi psikologis masing-masing seseorang.

Berdasarkan penjelasan penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa fenomena *binge-watching* telah diteliti dari beberapa sudut pandang, mulai dari faktor psikologis dan perilaku masing-masing seseorang, motif dan pengalaman pribadi penonton, hingga dari sisi dampak dan implikasi *binge-watching* dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian yang dilakukan oleh Akbar dkk. (2021) menggambarkan peran sikap, niat, serta fitur-fitur yang ada pada *platform streaming* memengaruhi durasi mahasiswa dalam melakukan *binge-watching*. Sementara pada penelitian yang dilakukan oleh Zahara & Irwansyah (2020) lebih menggambarkan *binge-watching* sebagai praktik konsumsi media baru yang muncul karena konvergensi media dan dimaknai secara pribadi oleh masing-masing seseorang. Penelitian oleh Khairunnisa dkk. (2022) menggambarkan bahwa faktor kenikmatan (*enjoyment*) memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap frekuensi dan durasi *binge-watching* yang dilakukan mahasiswa, sedangkan Starosta & Izydorczyk (2020) menggambarkan *binge-watching* sebagai fenomena kompleks yang dapat dipahami baik sebagai aktivitas hiburan maupun sebagai perilaku yang bisa beresiko apabila dilakukan secara berlebihan.

Meskipun penelitian-penelitian terdahulu telah memberikan gambaran yang cukup menyeluruh mengenai perilaku *binge-watching*, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek motivasi, durasi, dampak psikologis, serta faktor seseorang secara umum. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penulis mengambil posisi untuk melengkapi penelitian terdahulu dengan mengulas praktik *binge-watching* dalam konteks sosial mahasiswa, terutama dengan melihat bagaimana perilaku tersebut dijalankan, dimaknai, dan dikaitkan dengan identitas serta gaya hidup mahasiswa. Sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru dalam memahami *binge-watching* yang tidak hanya sebagai perilaku menonton, namun juga sebagai praktik sosial yang melekat dalam kehidupan mahasiswa.

## **1.5.2 Landasan Teori**

### **1.5.2.1 Pengertian Perilaku *Binge-watching***

Saat ini banyak generasi muda yang hobi menonton tidak hanya melalui televisi, namun juga melalui layanan *streaming online* seperti Netflix, Viu, Hooq, Iflix, dan *platform* lain yang menyediakan beragam serial drama dan film. *Platform-platform* ini memberikan kebebasan bagi penonton untuk memilih tontonan yang sesuai dengan keinginan masing-masing tanpa harus mengikuti jadwal tayang tertentu atau terganggu oleh iklan yang panjang. Hal ini mengakibatkan waktu yang digunakan untuk menonton sering kali menjadi lebih lama sehingga penonton dapat terus menonton dalam durasi yang panjang tanpa jeda. Kebiasaan menonton secara terus-menerus inilah yang dikenal dengan istilah "*Binge watching*" (Amini, 2021).

Menurut Winland dalam Starosta & Izydorczyk (2020) mengungkapkan bahwa sebagian besar penelitian mendefinisikan *binge-watching* sebagai aktivitas menonton beberapa episode serial televisi dalam satu waktu atau dalam sekali duduk. Definisi ini juga sejalan dengan pengertian yang

digunakan oleh Netflix di mana *binge-watching* diartikan sebagai aktivitas menonton antara satu sampai enam episode dalam sekali duduk. Sementara itu Rubenking dan Bracken dalam Starosta & Izydorczyk (2020) memandang perilaku *binge-watching* dari sisi durasi tontonan. Mereka mendefinisikan *binge-watching* sebagai aktivitas menonton tiga sampai empat episode atau lebih dengan durasi sekitar tiga puluh menit per episode, atau menonton tiga episode atau lebih yang masing-masing berdurasi sekitar satu jam.

#### 1.5.2.2 Teori Konsumsi Jean P. Baudrillard

Pandangan Baudrillard tentang perkembangan masyarakat konsumen berawal dari tiga karya awal Baudrillard yang digunakan sebagai landasan penelitiannya. Karya pertamanya yang berjudul *The System of Object* (1968) yang merupakan pengembangan dari hasil disertasi Baudrillard terinspirasi oleh pemikiran beberapa tokoh sosial seperti Marcel Mauss, Roland Barthes, dan David Riesman. Pemikiran Marcel Mauss terutama melalui esainya dalam buku yang berjudul "*The Gift*" tahun 1924 memberikan pengaruh besar pada pemikiran Baudrillard tentang pertukaran simbolik. Selain itu, pemikiran Barthes dalam bukunya yang berjudul "*The System of Fashion*" tahun 1967 membentuk pandangan Baudrillard bahwa konsumsi tidak hanya berkaitan dengan fungsi benda, namun juga dengan tanda dan makna simbolik yang melekat di dalamnya. Di sisi lain, karya Riesman, "*The Lonely Crowd*" tahun 1961 juga berperan penting dalam membentuk pemikiran Baudrillard, terutama untuk melihat bagaimana sistem tanda secara perlahan menggantikan makna simbolik dalam kehidupan subjek dan pengalaman sehari-hari manusia. Pawlett (2007) dalam Bakti, Nirzalin, & Alwi (2019).

Karya awal Baudrillard sebenarnya bermaksud menggambarkan situasi dalam era kapitalisme tingkat lanjut, di

mana objek konsumsi atau barang dagangan telah mengambil kendali atas seluruh aspek kehidupan manusia. Akibatnya, seseorang mulai menafsirkan eksistensinya melalui barang-barang yang mereka beli, yang telah diisi dengan simbol-simbol tertentu. Baudrillard berpendapat bahwa dalam masyarakat konsumen, seseorang perlu terus menerus mengonsumsi agar merasa hidup. Pandangan ini menciptakan moto: "aku mengonsumsi, maka aku ada". Dengan kata lain, penerimaan kode secara bertahap menciptakan pola konsumsi yang tidak terpikirkan sebelumnya. (Kennedy & Krogman, 2008: 178) dalam Bakti dkk. (2019)).

Dalam jangka waktu yang relatif singkat sekitar dua tahun setelah publikasi buku pertamanya, Baudrillard menerbitkan salah satu karyanya yang terkenal yaitu *"The Consumer Society: Myths and Structures."* Dalam buku ini Baudrillard menjelaskan lebih lanjut pemikirannya tentang fenomena konsumsi dalam masyarakat modern. Baudrillard percaya bahwa konsumsi bukan hanya bagian dari kehidupan sehari-hari manusia, melainkan menjadi bagian utama dalam cara hidup masyarakat. Menurutnya konsumsi memiliki peran besar dalam membentuk pola pikir, perilaku, serta hubungan sosial dan ekonomi, sehingga hal ini menjadi salah satu kekuatan utama yang menggerakkan kehidupan masyarakat kontemporer (Bakti dkk., 2019).

Pandangan Baudrillard tentang waktu juga dapat dipahami melalui cara Masyarakat modern memandang waktu itu sendiri. Dalam masyarakat konsumen waktu dipandang sebagai sesuatu yang bisa dimanfaatkan, diatur, atau diperlakukan seperti barang. Dalam hal ini waktu menjadi suatu hal yang bernilai tinggi, terutama dikaitkan dengan kerja, uang, dan waktu luang. Waktu senggang dan waktu kerja dipisahkan secara jelas, dan seseorang diarahkan untuk menggunakan waktu senggang

mereka secara terbatas dan terkontrol. Pandangan ini berbeda dengan pandangan Baudrillard terhadap masyarakat primitif yang tidak mengenal konsep waktu sebagai sesuatu yang harus direncanakan atau diukur. Dalam masyarakat primitif waktu dianggap sebagai bagian dari ritme kehidupan bersama, seperti saat makan dan perayaan. Dalam konteks ini waktu tidak dipisahkan dari aktivitas-aktivitas sosial, melainkan melekat dalam praktik pertukaran simbolik yang dijalankan secara bersama-sama (Baudrillard, 1998).

Teori konsumsi Jean Baudrillard menjelaskan bahwa dalam masyarakat kontemporer, kegiatan konsumsi tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan fisik saja, namun juga berkaitan dengan makna sosial simbol tertentu yang melekat pada barang atau produk yang digunakan. Menurut Baudrillard barang-barang konsumsi tidak hanya dipilih karena kegunaannya, namun juga karena citra, simbol, dan makna yang memainkan peran penting dalam pembentukan identitas sosial.

Dalam hal ini Baudrillard menjelaskan bahwa konsumsi bukan hanya tentang memenuhi kebutuhan, namun juga tentang bagaimana barang atau produk yang kita gunakan memiliki makna dan simbol tertentu. Simbol-simbol ini ikut membentuk cara kita melihat dan memahami dunia yang ada di sekitar kita. Baudrillard juga mengatakan bahwa masyarakat modern banyak hidup dalam dunia yang dipenuhi simbol dan citra dari hasil konsumsi, sehingga batas antara kenyataan dan gambaran yang ditampilkan sering kali menjadi tidak jelas.

Berdasarkan teori Jean Baudrillard, penelitian ini menunjukkan bahwa praktik *binge-watching* tidak hanya dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hiburan saja, namun juga sebagai bagian dari praktik konsumsi yang memiliki makna sosial. Mahasiswa sebagai subjek penelitian tidak hanya mengonsumsi tayangan karena isi atau fungsi hiburanannya,

namun juga karena berbagai simbol dan makna yang melekat pada aktivitas tersebut, seperti mengikuti tren, menjadi bagian dari percakapan dengan teman, atau membangun citra diri sebagai penonton yang selalu mengikuti serial terbaru. Dalam hal ini, teori konsumsi Baudrillard digunakan untuk menganalisis bagaimana praktik *binge-watching* pada mahasiswa tidak lagi hanya sebagai aktivitas menonton, melainkan telah menjadi bagian dari gaya hidup dan praktik konsumsi mahasiswa.

#### 1.5.2.3 Teori Budaya Konsumen atau *Consumer Culture Theory* oleh Miller

*Consumer culture theory* (CCT) adalah kerangka kerja yang digunakan untuk memahami peran konsumsi dalam kehidupan sosial dan budaya. Para peneliti yang meneliti tentang CCT fokus pada bagaimana konsumsi mempengaruhi dan dipengaruhi oleh masyarakat, serta bagaimana konsumsi ikut membentuk cara seseorang melihat dan menunjukkan dirinya. Dalam hal ini konsumsi tidak hanya dipahami sebagai kegiatan membeli atau menggunakan jasa dan barang, namun juga sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari yang memiliki arti tertentu. Sehingga seseorang bisa menunjukkan selera, gaya hidup, bahkan pandangannya terhadap sesuatu. Konsumsi dalam hal ini menjadi salah satu cara seseorang mengekspresikan diri dan membangun citra dirinya di lingkungan sosial.

CCT melihat bahwa konsumsi bukan hanya soal memenuhi kebutuhan sehari-hari, namun juga bagian dari proses sosial dan budaya. Teori ini menunjukkan bahwa konsumsi ikut membentuk identitas seseorang maupun kelompok karena barang dan layanan yang digunakan memiliki makna simbolis tertentu. Dalam hal ini dari produk dan merek tercipta nilai, cerita, dan simbol yang hidup dalam masyarakat. Dalam konteks konsumsi VoD CCT melihat adanya hubungan yang erat antara budaya dan pola konsumsi, di mana budaya memengaruhi

preferensi, norma, dan praktik menonton. Secara metodologis CCT banyak menggunakan pendekatan kualitatif seperti wawancara mendalam dan observasi partisipatif untuk memahami pengalaman konsumen secara menyeluruh.

## 1.6 Metode Penelitian

### 1.6.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed methods* dengan desain *explanatory*. Pendekatan ini merupakan gabungan antara metode kuantitatif dan kualitatif yang dilakukan secara bertahap. Pada tahapan awal data kuantitatif dikumpulkan dan dianalisis untuk memperoleh gambaran umum tentang perilaku *binge-watching* pada mahasiswa. Kemudian data kualitatif tersebut dikumpulkan untuk menjelaskan secara lebih dalam tentang pengalaman dan alasan di balik temuan tersebut. Sehingga dengan cara ini hasil penelitian tidak hanya menampilkan angka-angka, namun juga penjelasan yang lebih mendalam sehingga gambaran tentang praktik *binge-watching* menjadi lebih menyeluruh. Pendekatan ini karena penelitian tidak hanya bertujuan untuk menjelaskan pola umum perilaku *binge-watching*, namun juga untuk memahami konteks sosial dan pengalaman pribadi mahasiswa yang melatarbelakangi praktik tersebut. Sehingga analisis kualitatif menjadi fokus utama dalam penelitian ini, sementara data kuantitatif digunakan sebagai pendukung untuk memberikan gambaran awal.

### 1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu penyebaran kuesioner google form, wawancara *online*, dan tinjauan literatur.

#### 1. Kuesioner (Data Kuantitatif)

Kuesioner digunakan sebagai teknik pengumpulan data kuantitatif dalam penelitian ini. Penyusunan kuesioner dalam penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran awal mengenai pola dan kebiasaan perilaku *binge-watching* pada

mahasiswa Universitas Diponegoro. Kuesioner disebarakan secara *online* di media sosial X menggunakan Google Form dengan kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian adalah mahasiswa aktif Universitas Diponegoro, pernah atau sedang melakukan *binge-watching*, dan bersedia untuk diwawancara lebih dalam untuk keperluan penelitian lebih lanjut. Dari proses penyebaran tersebut, penelitian ini memperoleh sebanyak 59 responden yang mengisi kuesioner.

Isi kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan tertutup dan semi-terbuka yang mencakup beberapa bagian utama. Bagian-bagian tersebut meliputi karakteristik responden, seperti nama mahasiswa, program studi, fakultas, angkatan, rata-rata jumlah SKS yang diambil, keikutsertaan dalam organisasi, serta kepribadian dan tingkat ambisi responden. Selain itu dalam kuesioner juga memuat pertanyaan mengenai gambaran umum responden, pola dan preferensi menonton responden, praktik akses dan perilaku menonton, serta pengaturan kegiatan akademik dan waktu menonton.

Data yang diperoleh melalui kuesioner ini digunakan sebagai data pendukung untuk melihat gambaran umum perilaku *binge-watching* mahasiswa. Hasil kuesioner tersebut dijadikan dasar dalam penentuan informan untuk tahap wawancara mendalam. Sehingga hal ini data kualitatif yang diperoleh dapat menjelaskan dan membantu hasil data kuantitatif sesuai dengan desain *mixed methods explanatory*.

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan metode utama dalam penelitian ini. Wawancara dilakukan secara *online* melalui aplikasi WhatsApp terhadap 4 orang informan. Metode ini dipilih karena memberikan kebebasan bagi informan untuk menceritakan pengalaman dan pandangan mereka secara lebih bebas. Melalui wawancara ini peneliti dapat mendalami pengalaman mahasiswa dalam melakukan

*binge-watching*, termasuk tentang background keluarga, kebiasaan, serta konteks sosial yang melatarbelakangi praktik tersebut. Wawancara dilakukan beberapa kali agar peneliti bisa mendapatkan informasi yang lebih lengkap dan sesuai dengan pengalaman pribadi masing-masing informan. Dalam hal ini data hasil wawancara menjadi dasar utama dalam analisis penelitian, terutama untuk memahami pandangan dan praktik *binge-watching* dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa

### 3. Tinjauan literatur

Tinjauan literatur digunakan sebagai dasar teoritis dalam penelitian ini. Peneliti mempelajari berbagai jurnal ilmiah dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan praktik dan konteks sosial perilaku *binge-watching* pada mahasiswa. Literatur yang digunakan membantu peneliti dalam memahami konsep-konsep utama yang relevan dengan penelitian sekaligus menjadi acuan dalam menganalisis data lapangan. Selain itu tinjauan literatur juga membantu dalam menghubungkan temuan penelitian dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini.

#### 1.6.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan di Semarang tepatnya di Universitas Diponegoro. Alasan memilih lokasi ini dikarenakan pada sesuai dengan subjek penelitian, yaitu mahasiswa yang memiliki pengalaman melakukan *binge-watching*. Mahasiswa UNDIP dipilih karena berada dalam lingkungan akademik yang memiliki tuntutan perkuliahan cukup padat, namun di sisi lain juga memiliki akses yang mudah terhadap berbagai *platform streaming* digital. Hal ini dianggap relevan untuk melihat bagaimana mahasiswa memandang dan mengelola aktivitas *binge-watching* dalam keseharian akademik mereka. Dalam hal ini waktu pelaksanaan penelitian berlangsung sejak Juli 2025 hingga Februari 2026. Rentang waktu tersebut mencakup proses penyusunan bagian penelitian, penyebaran

kuesioner, pelaksanaan wawancara, hingga tahap analisis dan penyusunan penelitian.

#### 1.6.4 Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* merupakan cara pemilihan informan yang dilakukan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Informan dipilih karena dianggap mampu memberikan informasi yang relevan dan dibutuhkan dalam penelitian mengenai praktik *binge-watching*. Dalam hal ini informan yang diambil dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Universitas Diponegoro yang menggunakan aplikasi *streaming* film dan memiliki pengalaman dalam melakukan aktivitas *binge-watching*.

Pemilihan mahasiswa sebagai informan karena mahasiswa merupakan kelompok yang cukup sering berinteraksi dengan media digital, terutama layanan *Video on Demand*, serta memiliki kebebasan dalam mengatur waktu menonton di tengah aktivitas akademik dan aktivitas sehari-hari. Teknik *purposive sampling* dipilih agar peneliti dapat memperoleh data yang lebih sesuai dengan fokus penelitian. Dengan teknik ini peneliti tidak menekankan pada jumlah informan, namun pada kedalaman informasi yang diperoleh dari pengalaman dan pandangan informan terkait praktik *binge-watching* dalam kehidupan sehari-hari.

#### 1.6.5 Analisis Data

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis menggunakan pendekatan *mixed methods explanatory* yang dimulai dengan analisis kuantitatif dan dilanjutkan dengan analisis kualitatif untuk memberikan penjelasan yang lebih mendalam. Analisis kuantitatif dilakukan pada seluruh data kuesioner yang diisi oleh mahasiswa, dengan menghitung jumlah, persentase, dan mengelompokkan informasi mengenai gambaran umum responden, pola dan preferensi menonton responden, praktik akses dan perilaku menonton, serta pengaturan kegiatan akademik dan waktu menonton.

Hasil analisis kuantitatif ini digunakan untuk menjelaskan pola atau kebiasaan umum dalam praktik *binge-watching* mahasiswa. Selanjutnya data kualitatif dianalisis dengan menandai bagian-bagian penting dan mengelompokkannya ke dalam tema-tema yang sesuai dengan temuan kuantitatif, mengikuti prinsip alur analisis Miles & Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Mariyadi, 2019). Dengan menggabungkan hasil kuantitatif dan kualitatif, penelitian ini memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai praktik *binge-watching* mahasiswa, tidak hanya dari sisi angka, namun juga dari pengalaman dan konteks sosial yang ada pada mahasiswa. Desain *explanatory sequential* yang digunakan memungkinkan fase kualitatif menjelaskan temuan kuantitatif secara lebih mendalam (Toyon, 2021).

