

**Research Article**

# Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Binge Watching Gen Z dengan Emotionally Immature Parents

Bunga Nadira Pradiansyah<sup>a1</sup>, Azizah Fajar Islam<sup>b2\*</sup>

<sup>ab</sup> Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12210, Indonesia

<sup>1</sup>[bungadirap@gmail.com](mailto:bungadirap@gmail.com); <sup>2</sup>[azizah\\_fajar@uhamka.ac.id](mailto:azizah_fajar@uhamka.ac.id)

<p><b>SEJARAH ARTIKEL</b> Diterima: 8 September 2024 Direvisi: 1 Agustus 2024 Disetujui: 19 September 2024 Diterbitkan: 31 Oktober 2024</p> <p><b>*Corresponding</b> <a href="mailto:azizah_fajar@uhamka.ac.id">azizah_fajar@uhamka.ac.id</a></p> <p> 10.22219/satwika.v8i2.35275</p> <p> <a href="mailto:jurnalsatwika@umm.ac.id">jurnalsatwika@umm.ac.id</a></p> <p><b>How to Cite:</b> Pradiansyah, B. N., &amp; Islam, A. F. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Binge Watching Gen Z dengan Emotionally Immature Parents. <i>Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial</i>, 8 (2), 391-399. <a href="https://doi.org/10.22219/satwika.v8i2.35275">https://doi.org/10.22219/satwika.v8i2.35275</a></p> 	<p><b>ABSTRAK</b></p> <p>Kemudahan akses digital yang dirasakan oleh Gen Z menimbulkan konsekuensi negatif seperti fear of missing out akibat dari rasa cemas tidak bisa mengikuti tayangan yang banyak diperbincangkan di media. Hal tersebut menjadikan perilaku menonton sebagai coping bermasalah. Haluan penelitian ini untuk melihat pengaruh dari fear of missing out (FOMO) terhadap binge wathing Gen Z dengan emotionally immature parents. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif non-probability sampling dengan teknik purposive sampling yang melibatkan 161 responden laki-laki dan perempuan dengan rata-rata usia 14-24 tahun; senang menonton serial/film/drama lebih dari 1 kali tanpa jeda; memiliki pengalaman kurang mengenakan dengan orang tua kandung. Pengambilan data yang dilakukan secara online melalui kuesioner (angket) mengadaptasi alat ukur Binge Watching Engagement and Symptoms Questionnaire yang dikembangkan oleh Flayelle et al (2018) serta The Online Fear of Missing Out Inventory dikembangkan oleh Sette (2019). Hasil uji regresi ditemukan nilai F bernilai 107.829 dengan nilai B unstandardized 0.635 dengan R square 0.404 dan P value 0,05 &gt; 0,000. Hal ini menunjukkan H0 ditolak, sehingga FOMO berpengaruh signifikan terhadap binge watching Gen Z dengan emotionally immature parents dengan persentase sebesar 40.4%. Dengan demikian apabila FOMO meningkat, maka perilaku binge watching Gen Z juga akan meningkat signifikan.</p> <p><b>Kata kunci:</b> FOMO; Binge Watching; Emotionally Immature Parents; Gen Z</p> <p><b>ABSTRACT</b></p> <p><i>The ease of digital access experienced by Gen Z gives rise to negative consequences such as fear of missing out due to anxiety about not catching up to discussed film in the media. This makes watching behavior a problematic coping. The aim of this study was to see the effect of FOMO on binge watching Gen Z with emotionally immature parents. This study used a quantitative non-probability sampling with a purposive sampling technique involving 161 male and female respondents with an average age of 14-24 years; enjoy watching series/films/dramas more than once without a break; have unpleasant experiences with biological parents. Data collection carried out online through a questionnaire adapting the Binge Watching Engagement and Symptoms Questionnaire measuring tool developed by Flayelle et al (2018) and The Online Fear of Missing Out Inventory developed by Sette (2019). The results found an F value of 107.829 with an unstandardized B value of 0.635; R square of 0.404; P value of 0.05 &gt; 0.000. This shows that H0 is rejected, so FOMO has a significant effect on binge watching Gen Z with emotionally immature parents with a percentage of 40.4%. Thus, if the FOMO increases, Gen Z's binge watching will also increase significantly.</i></p> <p><b>Keywords:</b> FOMO; Binge Watching; Emotionally Immature Parents; Gen</p>
--	--

© 2024 This is an Open Access Research distributed under the term of the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original works are appropriately cited.



## PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan layanan *digital* membuat masyarakat mudah untuk mengakses segala informasi dengan cepat menggunakan internet. Pada tahun 2023 berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) telah mencatat penggunaan internet telah mencapai 78.19%. Angka tersebut telah mengalami peningkatan sebesar 1,17% dari periode sebelumnya. Pertumbuhan yang terjadi juga dilaporkan bahwa rata-rata orang Indonesia menggunakan internet selama 7 jam 42 menit dalam sehari ([APJII, 2024](#)). Apabila dilihat secara skala internasional, berdasarkan data dari Statistika.com Indonesia termasuk di urutan keempat negara dengan pengguna internet terbesar dibandingkan Brazil yang hanya berkisar 181.8 Juta di tahun 2023 ([Yonatan, 2023](#); [Petrosyan, 2024](#)). Salah satu pertumbuhan yang terjadi di masyarakat dalam mengakses media internet, yaitu maraknya masyarakat yang mengakses konten *video online*. Pertumbuhan akses konten *video online* dilihat berdasarkan *survey* yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tercatat bahwa masyarakat umumnya mengakses konten *video online* sebesar 55,06%, persentase tersebut tentunya lebih tinggi dibandingkan dengan konsumen yang mengakses game online mencapai 23,02% ([Rahayu, 2023](#)). Berdasarkan data tersebut memberikan gambaran bahwa individu cenderung memilih untuk menonton sehingga lebih berpotensi melakukan *binge watching*. Maraknya masyarakat yang mengakses internet untuk menikmati konten video semakin dipermudah dengan berkembangnya layanan digital berupa *video on demand* yang merupakan layanan *streaming video* yang bisa diakses oleh masyarakat dan telah mengalami peningkatan sebesar 7 juta pengguna sejak tahun 2012 hingga saat ini ([Sung et al., 2018](#); [Wingralek et al., 2022](#)).

Maraknya layanan aplikasi yang menawarkan fasilitas bagi para pecinta tayangan digital untuk berbagi pengalaman mereka melalui akun yang tersebar di media sosial. Terdapat 5 rekomendasi akun Twitter yang memberikan ulasan terkait film hingga serial. Akun-akun tersebut yang direkomendasikan, meliputi WatchmeID, Cinemuah, Taufiqur Rizal, Habis Nonton Film, Ngobrolin Sinema ([Rui, 2022](#)). Tidak hanya Twitter, tetapi media sosial seperti akun Instagram netflixid yang kerap memberikan informasi dengan memberikan cuplikan gambar dari tayangan film/serial, poster, *teaser*,

*trailer* hingga proses pembuatan film yang mencoba menarik perhatian masyarakat untuk menonton film/serial tersebut ([Safitri, 2021](#)). Dengan mudahnya akses media video streaming online hingga beragam informasi terkait film/serial yang tersebar secara masif melalui media sosial memudahkan individu untuk berbagi informasi, berdiskusi ataupun berkomentar serta menghadirkan lebih banyak alternatif yang ditawarkan untuk mengonsumsi tontonan di mana saja ([Antunes, 2019](#)).

Beberapa *platform* yang memungkinkan pengguna untuk melakukan *multiple on-demand* diantaranya adalah Netflix, HBO, Amazon Prime, Disney+, Apple TV *platform streaming* tersebut kemudian menimbulkan bentuk perilaku baru bernama *binge watching* yang diartikan sebagai bentuk perilaku menonton beberapa episode dalam satu waktu ([Flayelle, et al., 2019](#)). *Binge watching* dikonsepsikan memiliki perbedaan dengan perilaku menonton TV pada umumnya, hal ini terletak pada intensitas individu dalam mengakses program tontonan, serta komitmen menonton seluruh episode dalam jangka panjang dan baik disengaja maupun tidak. Perilaku *binge watching* mungkin dipengaruhi oleh daya tarik film yang disajikan, kemudahan untuk mengakses platform streaming, serta loyalitas waktu yang individu berikan untuk menghabiskan waktunya ([Rubenking & Bracken, 2018](#)). Kemunculan perilaku *binge watching* tersebut akibat dari keluangan yang dimiliki individu dalam mengakses dan menerima konten yang diproduksi secara *online* tanpa adanya batasan jadwal dan konten yang diberikan selalu tersedia ([Antunes, 2019](#)). Kemunculan perilaku *binge watching* tersebut akibat dari keluangan yang dimiliki individu dalam mengakses dan menerima konten yang diproduksi secara *online* tanpa adanya batasan jadwal dan konten yang diberikan selalu tersedia ([Antunes, 2019](#)).

Peningkatan perilaku *binge watching* diantara tahun 2011 dan 2015 membuat perubahan dalam mengkonsumsi serial TV di kalangan masyarakat. Pada tahun 2011 *binge watching* menjadi *highlight* berita dan dianggap wajar pada akhir tahun 2015 ([Pierce-Grove, 2016](#); [J. A. Starosta & Izydorczyk, 2020](#)). *Binge watching* menjadi sebuah perilaku yang normal akibat banyaknya individu yang berorientasi pada *enjoyment* (kenikmatan) yang didapatkan dengan menonton. Terlebih dalam *film* yang ditayangkan semakin menarik dengan narasi yang diangkat serta ikatan emosional yang terjalin dengan

karakter yang disukai dalam *film/serial* yang sedang disaksikan ([Anghelcev et al., 2021](#); [Erickson et al., 2019](#); [Flayelle et al., 2022](#); [Granow et al., 2018](#)).

Seseorang yang menonton tentu akan merasa senang, namun perilaku *binge watching* juga dapat menjadi hal negatif. Hal tersebut dikarenakan seseorang dengan perilaku *binge watching* memiliki minat untuk menonton secara berlebihan sebagai bentuk *coping* yang membuat individu melarikan diri dari kenyataan dengan mendapatkan kepuasan dari hiburan yang sebenarnya bertahan sementara (hanya berlangsung saat menonton) ([Nanda & Banerjee, 2020](#); [Panda & Pandey, 2017](#); [J. Starosta et al., 2020](#)). Hal tersebut terjadi akibat individu yang mengalami kesulitan dalam memilih *coping strategies* saat menghadapi emosi negatif yang dirasakan, sehingga individu akan menonton film secara berlebihan sebagai bentuk *coping* ([Steins-Loeber et al., 2020](#)). Seseorang dengan perilaku *binge watching* jika memiliki kesempatan menonton tanpa adanya gangguan akan menjadikan aktivitas menonton tersebut sebagai upaya untuk menghindari penyebab *stress* yang dirasakan, sehingga besar kemungkinan perilaku ini adalah cara yang dianggap efektif untuk mengatasi bahkan mendorong pulihnya *stress* yang dirasakan oleh individu ([Halfmann & Reinecke, 2021](#)). Sayangnya, perilaku *binge watching* dapat mengarahkan individu kepada perilaku bermasalah apabila dilakukan dalam jangka panjang. Dengan demikian, apabila individu ketergantungan untuk menonton. Hal ini dapat berdampak negatif pada individu, sehingga sulit untuk meregulasi emosi bahkan kecanduan ([Boursier et al., 2021](#); [Favieri et al., 2023](#); [Flayelle, Maurage, Vögele, et al., 2019](#); [Flayelle et al., 2022](#); [Sigre-Leirós et al., 2023](#)).

Selain menjadi upaya melarikan diri dari masalah, alasan dibalik orang-orang khususnya remaja melakukan *binge watching* salah satunya adalah *fear of missing out* (FOMO) ([Kumar et al., 2021](#)). *Fear of missing out* (FOMO) yang dirasakan oleh individu digambarkan sebagai faktor pribadi yang mengarah pada perilaku konsumsi. Hal ini diakibatkan dari ketakutan, kekhawatiran/kecemasan yang timbul dari interaksi individu dengan masyarakat ([Yaputri et al., 2022](#)). Hal tersebut diperkuat dengan adanya hasil survey yang dilakukan di AS bahwasannya orang yang memiliki perilaku *binge watching* cenderung mengalami *fear of missing out* (FOMO) dibandingkan dengan orang yang tidak melakukan *binge watching* ([Anghelcev et al., 2022](#)). Akar dari terjadinya perilaku *binge watching* pada seseorang yang mengalami *fear of missing out* (FOMO) dikarenakan adanya tekanan sosial yang didapatkan oleh individu akibat mereka selalu ingin mengikuti trend terkini dengan selalu berdiskusi di media sosial terkait hal

yang berkaitan dengan tontonan yang sedang banyak diperbincangkan ([Ramayan et al., 2018](#)).

*Fear of missing out* (FOMO) merupakan bentuk fenomena rasa takut dan cemas yang terjadi pada individu ketika melihat orang lain memiliki pengalaman yang lebih menarik atau berharga dibandingkan dengan dirinya ([Iklimah et al., 2023](#); [Przybylski et al., 2013](#)). Seseorang yang berisiko mengalami *fear of missing out* (FOMO) adalah orang yang mengalokasikan waktu untuk melakukan kegiatan online, sehingga individu tersebut memiliki sensitivitas tinggi terhadap kebutuhan social approval dan sense of belonging ([Amadea et al., 2023](#); [Laurence & Temple, 2023](#)). Pada dasarnya, individu dengan *fear of missing out* menunjukkan kesenangan yang bukan berasal dari diri mereka, melainkan berasal dari hal yang orang lain anggap menyenangkan dan/atau penting ([Conlin et al., 2016](#)). Perasaan emosional yang dirasakan melalui pengalaman orang lain tersebut mengakibatkan penggunaan *compulsive* secara sosial, dan mereka akan meningkatkan perasaan terisolasi hingga memiliki *self-esteem* yang rendah ([Sela et al., 2020](#); [Servidio, 2023](#); [Wolniewicz et al., 2018](#)). Perilaku *fear of missing out* (FOMO) ini merupakan bagian dari *problematic smartphone use* karena adanya perasaan cemas yang muncul akibat takut tertinggal dari informasi di *smartphone* mereka. Konsep tersebut merupakan sebuah konstruk yang menjadi bagian dalam penggunaan *smartphone* secara berlebihan. Gejala-gejala yang ditimbulkan dari ketergantungan individu dalam penggunaan *smartphone* kemudian menyebabkan gangguan dalam pekerjaan, akademik, ataupun sosial ([Billieux et al., 2015](#); [Samaha & Hawi, 2016](#); [Wolniewicz et al., 2018](#)). Individu untuk memenuhi kebutuhan psikologis dasar yang tidak terpenuhi dari orang tua cenderung akan mengalami *fear of missing out* (FOMO) akibat tidak stabilnya kasih sayang yang diberikan oleh orang tua akhirnya individu akan memiliki perasaan takut kehilangan interaksi dengan lingkungannya karena individu cenderung memprioritaskan untuk memelihara hubungan dengan lingkungan sebaya dan merasa bebas untuk berekspresi ([Kim, 2022](#)).

Berdasarkan kedua variabel ini dilihat bahwa terdapat keduanya merupakan bagian dari *problematic smartphone use* yang mana ketika individu pengguna *smartphone* secara berlebihan mereka akan lebih mudah untuk mendekat pada perilaku *binge watching* dan *fear of missing out* (FOMO), salah satunya pada anak dengan latar belakang orang tua dengan *emotionally immature*. Sebuah studi yang melibatkan 506 siswa di korea dengan rentang usia 13-15 tahun menemukan bahwa pola asuh ibu dengan *abusive* dapat berhubungan positif dengan

*problematic smartphone use* sehingga mereka tidak menaruh banyak kepercayaan mereka terhadap teman sebaya mereka (Jahng, 2019). Hal tersebut memberikan gambaran bahwa terdapat faktor dari kedekatan orang tua terhadap perilaku individu dalam menggunakan *smartphone*. Anak akan cenderung mencari pelampiasan dari luar interaksi individu dibandingkan dengan orang tua, namun pelampiasan yang individu lakukan cenderung mengarah ke perilaku adiksi seperti *binge watching*. Tidak hanya sebagai bentuk pelampiasan, maraknya media sosial yang memberikan ruang untuk berdiskusi terkait film/serial juga membuat individu semakin tidak ingin tertinggal dari orang lain yang akibatnya mereka akan semakin sering menonton/*streaming* film secara terus-menerus yang akhirnya menjadi perilaku *binge watching*.

Berdasarkan dinamika serta kesamaan dampak yang ditimbulkan dari *problematic smartphone use* terhadap *binge watching* maupun *fear of missing out*. Peneliti ingin melakukan penelusuran terkait **Pengaruh Fear of Missing Out terhadap Binge Watching Generasi Z Dengan Emotionally Immature Parents**. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk penelitian selanjutnya yang berfokus pada FOMO dengan *binge watching* agar dapat meningkatkan kesadaran bagi Gen Z, orang tua, maupun masyarakat luas dalam menanggulangi ketergantungan dari *binge watching* sebagai sarana *coping strategies* yang salah khususnya pada individu dengan latar belakang *emotionally immature parents*.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan populasi Gen Z di rentang usia 13-27 tahun yang senang menonton film/serial/drama lebih dari 1 kali dalam satu waktu, serta memiliki pengalaman yang kurang mengenakan dengan orang tua kandung mereka. Individu tersebut diidentifikasi berdasarkan ciri-ciri dari *Emotionally Immature Parents*, yaitu 1) Memiliki orang tua yang egois; 2) Orang tua tidak memiliki empati/tidak peka terhadap anak mereka; 3) Orang tua memiliki permintaan dan saran yang tidak realistis; 4) Orang tua tidak memberikan dukungan emosional; 5) Orang tua sulit untuk menerima perbedaan pendapat. Kelima kriteria tersebut diambil berdasarkan teori Gibson (2015) terkait kematangan emosi orang tua. Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 161 partisipan, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel berupa purposive sampling yang didapatkan dengan menyebarkan kuesioner yang disebar secara online melalui media sosial. Seluruh data yang diperoleh

dianalisis menggunakan melalui pendekatan *Simple Linear Regression* dengan bantuan *software* SPSS versi 25.

Metode pengambilan data menggunakan skala *The Online Fear of Missing Out* yang diadaptasi berdasarkan konsep, dimensi, dan indikator dari Sette (2018) dan *Binge Watching Engagement and Symptoms Questionnaire* yang diadaptasi berdasarkan konsep, dimensi dan indikator dari Flayelle et al (2018). Kedua dimensi tersebut menggunakan skala likert dengan 4 pilihan jawaban, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada Gen Z laki-laki dan perempuan di rentang usia 14-24 tahun yang memiliki ketertarikan untuk menonton lebih dari satu kali dalam sekali menonton, serta mereka merupakan seorang individu dengan latar belakang orang tua dengan *emotionally immature*.

**Tabel 1.** Uji Regresi Linear

Model	R	R Square	F	Sig.
1	.635 <sup>a</sup>	.404	107.829	.000 <sup>b</sup>
Regression				

aPredictors: (Constant), FOMO bPredictors: (Constant), FOMO

Melalui uji regresi linear sederhana, pada tabel 1 terdapat korelasi antar variabel sebesar 0.635 dengan nilai *R square* (koefisien determinasi) sebesar 0.404 yang menandakan bahwa pengaruh dari variabel FOMO terhadap *binge watching* sebesar 40.4% dengan nilai F hitung = 107.829 dan memiliki tingkat signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$ . Hal tersebut menggambarkan bahwa model regresi ini dapat digunakan untuk melakukan prediksi adanya pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap *Binge Watching*.

**Tabel 2.** Uji Regresi Linear

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	57.52	4.09		14.06	.00
	6	1		0	0
	.811	0.78	.635	10.37	.00
				4	0

Selanjutnya, jika dilihat pada tabel 2 terdapat nilai constant pada variabel *binge watching* sebesar 57.526. Sedangkan, nilai *fear of missing out* pada koefisien regresi bernilai 0.811. Dapat diartikan bahwa nilai konstanta pada *fear of missing out* berkontribusi sebesar



57.526. Seiring dengan adanya penambahan nilai pada *fear of missing out* individu sebesar 1%, maka nilai individu akan bertambah sebesar 0.811. Keseluruhan nilai koefisien regresi yang didapatkan peneliti, ditemukan bahwa nilai tersebut positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa secara positif FOMO dapat berpengaruh terhadap *binge watching* pada generasi Z dengan *emotionally immature parents* sebesar 40.4%. Besarnya pengaruh dari FOMO terhadap *binge watching* Gen Z dengan *emotionally immature parents* sebesar 40.4%; R Square = 0.404;  $\beta = 0.635$ ;  $p < 0,01$ .

Dari hasil analisa yang telah dilakukan tersebut sejalan dengan studi terdahulu dari [Conlin, et al. \(2016\)](#), [Suciani & Hamida \(2021\)](#), dan [Tefertiller, et al. \(2019\)](#) yang memberikan gambaran bahwa adanya pengaruh dari pengalaman FOMO hingga interaksi individu terhadap perilaku konsumsi menonton. Namun, adapun penelitian sejenis yang berlawanan dengan penelitian ini. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh [Ernsting, C. \(2021\)](#) ditemukan bahwa secara trait FOMO dengan *stress* secara keseluruhan tidak berperan secara signifikan terhadap motivasi individu menonton *video on demand*. Penelitian ini tentunya memberikan jawaban bahwa pengalaman FOMO dengan perilaku *binge watching* saat ini masih berpotensi memiliki pengaruh secara signifikan khususnya pada Gen Z dengan orang tua yang memiliki *emotionally immature*.

Anak yang berkembang bersama dengan orang tua yang belum matang secara emosional walaupun diberikan fasilitas yang cukup baik secara kesehatan fisik, kebutuhan makan, hingga keselamatan, anak akan tetap merasa kesepian akibat dari perasaan tidak diperhatikan oleh orang tua ([Gibson, 2015](#)). Hubungan orang tua secara emosional dengan anak mereka pada kenyataannya penting bagi kemampuan untuk mengelola keadaan emosi anak agar tidak mendekati perilaku *maladaptive* ([Turpyn & Chaplin, 2016](#)). Dalam hal ini, bentuk perilaku yang akhirnya mendorong individu mendekati perilaku *maladaptive*, yaitu *fear of missing out* (FOMO) didasari dari kurangnya kedekatan dengan orang tua secara emosional yang dirasakan oleh individu dan *binge watching* yang menjadi bentuk pelarian dari masalah sebagaimana penelitian yang dilaporkan oleh Flayelle, et al (2019) diketahui bahwa *coping* hingga *escapism* memiliki hubungan yang kuat dengan *binge watching* dan faktor *problematic binge-watching* seperti *lost of control*, *dependency*. Namun, hubungan tersebut tidak memiliki perbedaan secara umur dan jenis kelamin individu. Sehingga, jenis kelamin maupun umur kecil kemungkinan dalam kontribusi hubungan *coping/escapism* dengan *binge watching* ([Flayelle, Canale, Vögele, et al., 2019](#)).

Individu dengan orang tua yang tidak matang secara emosinya akan melakukan coping secara *externalize & internalize*. Bentuk *coping* yang dilakukan individu tersebut cenderung dilakukan secara impulsif untuk menghadapi situasi di lingkungan mereka. Akibatnya mereka cenderung membutuhkan orang lain untuk merefleksikan dampak dari perilaku yang telah mereka lakukan ([Gibson, 2015](#)). *Coping strategies* individu dapat menjadi upaya dari mekanisme anak dalam penanggulangan trauma yang mereka alami, tetapi juga dapat menunjukkan perilaku adiktif ([Goodman, 2017](#); [Liu et al., 2019](#)). Bentuk *coping strategies* yang dilakukan oleh individu dapat berdampak pada kesehatan mental yang dapat berkembang menjadi *maladaptive coping strategies* ([VanMeter et al., 2020](#)). Adapun bentuk *maladaptive coping strategies* tersebut, yaitu *internet addiction*. Kasus tersebut sering kali ditemukan di kalangan remaja dan dewasa ([McNicol & Thorsteinsson, 2017](#)). Dalam kasus individu yang memiliki orang tua tidak matang secara emosionalnya, sering ditemukan tidak stabil secara emosi, impulsif, hingga melakukan perilaku adiksi ([Gibson, 2015](#)). Sehingga, akan lebih rentan untuk mengalami FOMO dan *binge watching* yang merupakan bentuk *coping strategies* yang bermasalah. Bermula dari maraknya konten-konten yang memberikan pembahasan mengenai film yang dapat menarik perhatian individu untuk mengikuti pembicaraan hingga akhirnya Gen Z dengan latar belakang *emotionally immature parents* menemukan bentuk pelarian melalui perilaku *binge watching* yang dikonsumsi secara berlebihan akan menjadi adiksi.

Tingginya pengaruh FOMO terhadap *binge watching* didukung oleh maraknya media sosial dan *platform streaming* yang memudahkan individu untuk melakukan perilaku tersebut secara berulang. Media sosial akan memberikan sarana bagi individu untuk membahas pengalaman mereka setelah menonton film secara masif hingga dapat menjangkau teman dan kenalan yang sulit untuk dijangkau jaraknya ([Tefertiller et al., 2020](#)). Melalui media sosial, individu akan termotivasi untuk menikmati film yang direkomendasikan oleh media dan *social awareness* juga dapat menentukan nilai dari pemutaran video ([Suvattanadilok, 2021](#)).

## SIMPULAN

Penelitian ini telah mengeksplorasi bahwa pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap *Binge Watching* pada Gen Z dengan orang tua yang belum matang secara emosinya menunjukkan pengaruh yang positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa kehadiran orang tua yang belum matang secara emosinya akan menyebabkan anak mencari pelarian dari aktivitas mereka untuk mendapatkan

kepuasan secara instan melalui *binge watching*. Selahin itu, maraknya media sosial yang menghadirkan konten yang membahas tayangan yang menarik turut berkontribusi dalam peningkatan FOMO, sehingga individu akan merasa harus selalu update informasi terkait serial atau film yang akan meningkatkan kecenderungan individu untuk melakukan *binge watching*.

Adapun kelemahan dari penelitian ini, yaitu kriteria yang dicantumkan dalam penelitian ini masih kurang spesifik dan belum memfokuskan lebih dalam lagi pada variabel *binge watching* dengan FOMO. Sehingga diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan kriteria berupa lamanya durasi yang dialokasikan untuk menonton serial atau film dalam sehari, serta Gen Z yang aktif menggunakan media sosial dan setidaknya dalam sehari ada waktu yang dialokasikan untuk berdiskusi hingga update informasi terkait film atau serial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amadea, S., Djaja Saputera, M., Chris, A., Studi, P., Kedokteran, F., Tarumanagara, U., & Histologi, B. (2023). Gambaran Fear Of Missing Out Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Tarumanagara Tahun 2022. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 4(3), 2387–2392. <https://doi.org/10.31004/jkt.v4i3.16337>
- Anghelcev, G., Sar, S., Martin, J. D., & Moultrie, J. L. (2021). Binge-Watching Serial Video Content: Exploring the Subjective Phenomenology of the Binge-Watching Experience. *Mass Communication and Society*, 24(1), 130–154. <https://doi.org/10.1080/15205436.2020.1811346>
- 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 & Policy*, 13(2), 201–221. [https://doi.org/10.1386/jdmp\\_00035\\_1](https://doi.org/10.1386/jdmp_00035_1)
- Antunes, F. (2019). Traditional Television, Millennials And Binge-Watching-From Television Viewer To Digital User. *IJASOS-International E-Journal of Advances in Social Sciences*, 5(14), 497-505. <https://doi.org/10.18769/ijasos.591913>
- APJII. (2024, February 7). APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Billieux, J., Maurage, P., Lopez-Fernandez, O., Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2015). Can Disordered Mobile Phone Use Be Considered a Behavioral Addiction? An Update on Current Evidence and a Comprehensive Model for Future Research. *Curr Addict Rep*, 2, 2(2), 156–162. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0054-y>
- Boursier, V., Musetti, A., Gioia, F., Flayelle, M., Billieux, J., & Schimmenti, A. (2021). Is Watching TV Series an Adaptive Coping Strategy During the COVID-19 Pandemic? Insights From an Italian Community Sample. *Frontiers in Psychiatry*, 12(599859), 1-9. <https://doi.org/10.3389/fpsyt.2021.599859>
- 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 and Society*, 29(4), 151–164. <https://doi.org/10.15581/003.29.4.151-164>
- Erickson, S., Dal Cin, S., & Byl, H. (2019). An Experimental Examination of Binge Watching and Narrative Engagement. *Social Sciences*, 8(1), 1-9. <https://doi.org/10.3390/socsci8010019>
- Ernsting, C. (2021) The Association Of Stress And Fear Of Missing Out With Video On Demand Watching: An Experience Sampling Study. (Thesis, University of Twente)
- Favieri, F., Forte, G., Tambelli, R., Tomai, M., & Casagrande, M. (2023). I Feel Addicted To Watching TV Series: Association Between Binge-Watching And Mental Health. *PeerJ*, 11(e15796), 1-16. <https://doi.org/10.7717/peerj.15796>
- 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., Elhai, J. D., Maurage, P., Vögele, C., Brevers, D., Baggio, S., & Billieux, J. (2022). Identifying The Psychological Processes Delineating Non-Harmful From Problematic Binge-Watching: A Machine Learning Analytical Approach. *Telematics and Informatics*, 74.

<https://doi.org/10.1016/j.tele.2022.101880>

- Flayelle, M., Maurage, P., Karila, L., Vögele, C., & Billieux, J. (2019). Overcoming The Unitary Exploration Of Binge-Watching: A Cluster Analytical Approach. *Journal of Behavioral Addictions*, 8(3), 586–602. <https://doi.org/10.1556/2006.8.2019.53>
- Flayelle, M., Maurage, P., Vögele, C., Karila, L., & Billieux, J. (2019). Time For A Plot Twist: Beyond Confirmatory Approaches To Binge-Watching Research. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(3), 308–318. <https://doi.org/10.1037/ppm0000187>
- Gibson, L. (2015). *Adult Children of Emotionally Immature Parents: How to Heal From Distant, Rejecting or Self-Involved Parents* (J. Star, Ed.). Canada: New Harbinger Publications, Inc.
- Goodman, R. (2017). Contemporary Trauma Theory and Trauma-Informed Care in Substance Use Disorders: A Conceptual Model for Integrating Coping and Resilience. *Advances in Social Work*, 18(1), 186–201. <https://doi.org/10.18060/21312>
- 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. <https://doi.org/10.1080/08824096.2018.1525347>
- Halfmann, A., & Reinecke, L. (2021). Binge Watching as Case of Escapist Entertainment Use (P. Vorderer & C. Klimmt, Eds.). Oxford University Press. <https://lccn.loc.gov/2020027191>
- Iklimah, M., Noviekayati, I., & Ananta, A. (2023). Fear Of Missing Out Dengan Konformitas. *Jiwa: Jurnal Psikologi Indonesia*, 1(2), 365–372. <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jiwa/article/view/9927>
- Jahng, K. E. (2019). Maternal Abusive Parenting And Young South Korean Adolescents' Problematic Smartphone Use: The Moderating Effects Of Time Spent Hanging Out With Peers And Trusting Peer Relationships. *Children and Youth Services Review*, 98, 96–104. <https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2018.12.028>
- Kim, J. H. (2022). Parental Support and Problematic Smartphone Use: A Serial Mediating Model of Self-Esteem and Fear of Missing Out. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(13), 1-11. <https://doi.org/10.3390/ijerph19137657>
- Kumar, S., Professor, A., Goyal, S., Ekamleen Kaur, S., & Talin Bansal, S. (2021). Study of Relationship between Binge Watching and Motivation for Binge Watching During Covid-19. *Quest Journals Journal of Research in Humanities and Social Science* 9(5), 5-13. Retrieved from <https://www.questjournals.org/jrhss/papers/vol9-issue5/Ser-1/B09050513.pdf>
- Laurence, E., & Temple, J. (2023, September 20). The Psychology Behind The Fear of Missing Out (FOMO). *Forbes Health*. <https://www.forbes.com/health/mind/the-psychology-behind-fomo/>
- Liu, L., Wang, N., & Tian, L. (2019). The Parent-Adolescent Relationship And Risk-Taking Behaviors Among Chinese Adolescents: The Moderating Role Of Self-Control. *Frontiers in Psychology*, 10(542), 1-8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00542>
- McNicol, M. L., & Thorsteinsson, E. B. (2017). Internet Addiction, Psychological Distress, and Coping Responses Among Adolescents and Adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(5), 296–304. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0669>
- Nanda, A. P., & Banerjee, R. (2020). Binge watching: An exploration of the role of technology. *Psychology and Marketing*, 37(9), 1212–1230. <https://doi.org/10.1002/mar.21353>
- Panda, S., & Pandey, S. C. (2017). Binge Watching And College Students: Motivations And Outcomes. *Young Consumers*, 18(4), 425–438. <https://doi.org/10.1108/YC-07-2017-00707>
- Pierce-Grove, R. (2016). Just one more: How journalists frame binge watching. *First Monday*, 22(1). <https://doi.org/10.5210/fm.v22i1.7269>
- 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(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>

- Petrosyan, A. (2024, April 5). Countries With The Largest Digital Populations In The World As Of January 2023. Statista. <https://www.statista.com/statistics/262966/number-of-internet-users-in-selected-countries/>
- Rahayu, A. (2023, October 26). Konten Video Online Paling Banyak Diakses Masyarakat Indonesia 2023. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/konten-video-online-paling-banyak-diakses-masyarakat-indonesia-2023-ojxSE>
- Ramayan, S., Louise Munsayac Estella, A., & Abida Abu Bakar, I. (2018). The Effects of Binge Watching on Interpersonal Communication among Department of Communication and Liberal Arts (DCLA) students. *Ideology*, 3(3), 127-143. Retrieved from <https://www.academia.edu/37590967/The>
- Rubening, B., & Bracken, C. C. (2018). Binge-Watching: A Suspenseful, Emotional, Habit. *Communication Research Reports*, 35(5), 381–391. <https://doi.org/10.1080/08824096.2018.1525346>
- Rui, E. (2022, May 11). 5 Rekomendasi Akun Twitter yang Mengulas Film dan Serial. *IDN Times*. <https://www.idntimes.com/hype/entertainment/el-rui/5-rekomendasi-akun-twitter-yang-mengulas-film-dan-serial-c1c2?page=all>
- Safitri, A. A. (2021). Pengaruh Karakteristik Pesan pada Media Sosial dalam Membentuk User Engagement. *Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi*, 5(2), 128–144. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i2.2434>
- Samaha, M., & Hawi, N. S. (2016). Relationships Among Smartphone Addiction, Stress, Academic Performance, And Satisfaction With Life. *Computers in Human Behavior*, 57, 321–325. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.12.045>
- Sela, Y., Zach, M., Amichay-Hamburger, Y., Mishali, M., & Omer, H. (2020). Family Environment And Problematic Internet Use Among Adolescents: The Mediating Roles Of Depression And Fear Of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 106(106226), 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106226>
- Servidio, R. (2023). Fear Of Missing Out And Self-Esteem As Mediators Of The Relationship Between Maximization And Problematic Smartphone Use. *Curr Psychol*, 42, 232–242. <https://doi.org/10.1007/s12144-020-01341-8/Published>
- Sigre-Leirós, V., Billieux, J., Mohr, C., Maurage, P., King, D. L., Schimmenti, A., & Flayelle, M. (2023). 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>
- 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), 1-16. <https://doi.org/10.3390/ijerph17124469>
- Starosta, J., Izydorczyk, B., & Dobrowolska, M. (2020). Personality Traits And Motivation As Factors Associated With Symptoms Of Problematic Binge-Watching. *Sustainability (Switzerland)*, 12(14), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su12145810>
- Steins-Loeber, S., Reiter, T., Averbeck, H., Harbarth, L., & Brand, M. (2020). Binge-Watching Behaviour: The Role of Impulsivity and Depressive Symptoms. *European Addiction Research*, 26(3), 141–150. <https://doi.org/10.1159/000506307>
- Suciani, & Hamida, A. R. (2022). FoMO dalam Kebiasaan Generasi Z Menonton Platform Streaming. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 2(2), 75–88. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v2i2.1079>
- Sung, Y. H., Kang, E. Y., & Lee, W. N. (2018). Why Do We Indulge? Exploring Motivations for Binge Watching. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 62(3), 408–426. <https://doi.org/10.1080/08838151.2018.1451851>
- Suvattanadilok, M. (2021). Social Media Activities Impact On The Decision Of Watching Films In Cinema. *Cogent Business & Management*, 8(1), 1-11. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1920558>
- Tefertiller, A. C., Maxwell, L. C., & Morris, D. L. (2020). Social Media Goes to the Movies: Fear of Missing Out, Social Capital, and Social Motivations of Cinema Attendance. *Mass Communication and Society*, 23(3), 378–399.



<https://doi.org/10.1080/15205436.2019.1653468>

Turpyn, C. C., & Chaplin, T. M. (2016). Mindful Parenting and Parents' Emotion Expression: Effects on Adolescent Risk Behaviors. *Mindfulness*, 7(1), 246–254. <https://doi.org/10.1007/s12671-015-0440-5>

VanMeter, F., Handley, E. D., & Cicchetti, D. (2020). The Role Of Coping Strategies In The Pathway Between Child Maltreatment And Internalizing And Externalizing Behaviors. *Child Abuse & Neglect*, 101, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.chiabu.2019.104323>

Wingralek, Z., Banaszek, A., Giermasiński, A., Goliszek, K., Karakula-Juchnowicz, H., & Wróbel-Knybel, P. (2022). Streaming Trap – The Occurrence Of The Phenomenom Of Binge-Watching And The Mean World Syndrome: A Narrative Review. *Current Problems of Psychiatry*, 23(3), 118–127.

<https://doi.org/10.2478/cpp-2022-0012>

Wolniewicz, C. A., Tiarniyu, M. F., Weeks, J. W., & Elhai, J. D. (2018). Problematic Smartphone Use And Relations With Negative Affect, Fear Of Missing Out, And Fear Of Negative And Positive Evaluation. *Psychiatry Research*, 262, 618–623. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2017.09.058>

Yaputri, M. S., Dimiyati, D., & Herdiansyah, H. (2022). Correlation Between Fear Of Missing Out (FoMO) Phenomenon And Consumptive Behaviour In Millennials. *Eligible : Journal of Social Sciences*, 1(2), 116–124. <https://doi.org/10.53276/eligible.v1i2.24>

Yonatan, A. Z. (2023, Juni 2023). Indonesia Peringkat 4, Ini Dia 7 Negara Pengguna Internet Terbesar di Dunia. GoodStats. <https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-peringkat-4-ini-dia-7-negara-pengguna-internet-terbesar-di-dunia-FLw6V>