



ADAPTASI *BINGE-WATCHING ENGAGEMENT SCALE QUESTIONNAIRE* (BWESQ) DALAM BAHASA INDONESIA

Guinea Utami¹ & Danny Sanjaya Arfensia²

^{1,2} PT. Berbinar Insightful Indonesia

Email: research.berbinar.in@gmail.com

Abstract

The advancement of the internet has provided access to online video streaming services with ease of use through smartphones, leading to the emergence of various video on demand (VoD) services. Many people have begun subscribing to VoD services, which has increased the behavior of watching several episodes of TV series in one sitting, known as binge watching. The aim of this study is to adapt the Binge-Watching Engagement Scale Questionnaire (BWESQ) scale into Indonesian. The study was conducted online by distributing a Google Form to individuals aged 14-29 years, who are subscribers of video-on-demand platforms, and who have watched 1-2 or more episodes of a TV series in one sitting. The respondents consisted of 52 males and 148 females. The adaptation guidelines used were from the International Test Commission (2017), and the data analysis involved reliability testing and Confirmatory Factor Analysis (CFA). The results of the study showed a scale reliability value of 0.956, and the CFA test indicated values of CFI=0.923, TLI=0.903, and RMSEA=0.0775, which means that the scale is fit and reliable for measuring binge watching behavior in Indonesia.

Keywords Binge Watching, VoD, BWESQ, Adaptation of measuring instruments

Abstrak

Kemajuan internet menyediakan akses layanan media *streaming* video online dengan segala kemudahan dalam penggunaannya melalui *smartphone* menyebabkan munculnya berbagai layanan *video on demand* (VoD). Banyak orang mulai berlangganan VoD serta membuat meningkatnya perilaku menonton beberapa episode serial TV dalam sekali duduk yang disebut *binge watching*. Tujuan penelitian ini yaitu untuk melakukan adaptasi skala *Binge-Watching Engagement Scale Questionnaire* (BWESQ) ke dalam Bahasa Indonesia. Penelitian ini dilakukan secara daring dengan menyebarkan *Google Form* pada individu yang berusia 14-29 tahun, merupakan pelanggan layanan *platform video-on-demand*, dan pernah menonton serial TV 1-2 episode atau lebih dalam sekali duduk. Responden berjumlah 52 orang laki-laki dan 148 orang perempuan. Panduan adaptasi yang digunakan adalah *International Test Commission* (2017) dan analisis data melakukan pengujian reliabilitas dan uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Hasil penelitian menunjukkan nilai reliabilitas skala sebesar 0,956 dan uji CFA menunjukkan nilai CFI= 0,923, TLI=0,903, dan RMSEA=0,0775 yang berarti bahwa skala ini sudah sesuai dengan model *fit* dan reliabel untuk mengukur perilaku *binge watching* di Indonesia..

Kata kunci: Kata kunci: Binge Watching, VoD, BWESQ, Adaptasi alat ukur

1. Pendahuluan

Fenomena *binge watching* merupakan fenomena yang masih relatif baru, dengan definisi menonton secara maraton antara satu sampai lima episode dalam satu kali lihat (Starosta & Izydorczyk, 2020). Pada tahun 2013, Netflix, memberikan inovasi terbaru mereka dengan menciptakan *platform* sosial yang bisa ditonton seperti TV dan bisa memilih berbagai macam konten video seperti film, serial tv dll. Penonton juga dimanjakan dengan menonton serial TV sebanyak yang mereka mau (Flayelle et al, 2020). Fenomena *binge watching* pada tahun 2011 dan 2015 mengalami peningkatan dan menjadikan hal yang normal dalam menonton serial TV bagi khalayak umum (Pierce-Grove, 2016). Netflix merilis data terbaru pada tahun 2019 dengan 167 juta pelanggan berbayar di *platform* tersebut (Netflix, 2013). Tahun 2013 dilakukan penelitian di Amerika dan menunjukkan hasil bahwa sebanyak 62% dari seluruh populasi Amerika melakukan perilaku *binge watching* secara teratur (Harris, 2013). Beberapa penelitian juga dilakukan bahwa fenomena *binge watching* ini dilakukan oleh orang-orang yang berusia mulai dari 14-29 tahun (Starosta & Izydorczyk, 2020). Pada tahun 2015 Moore (2015) melakukan penelitian dengan hasil, *binge watching* merupakan fenomena yang netral gender. Laki-laki dan perempuan mempunyai perbedaan dalam menonton, perempuan cenderung menonton drama dan komedi sedangkan laki-laki sering menonton serial film ilmiah atau fantasi (Chang, 2020). Namun di era sekarang sudah mulai banyak muncul

platform penyedia tontonan secara *online*. Hal ini karena perkembangan teknologi yang semakin lama semakin berkembang dengan pesat dan memudahkan penggunaannya dalam mengakses setiap informasi atau layanan lainnya berbasis *online*.

Perkembangan teknologi yang semakin maju adalah hal yang tidak dapat dihindari saat ini dan akan terus bertambah seiring kemajuan ilmu pengetahuan (Al-Kansa, et al 2023). Salah satu hasil dari kecanggihan teknologi berdasarkan kemajuan ilmu pengetahuan adalah internet yang telah menjadi bagian dalam kehidupan masyarakat modern (Nurbaiti & Alfariysi, 2023). Internet kemudian menyediakan akses layanan media *streaming video online* sebagai terobosan baru yang telah menjadi aplikasi yang dominan (Chen et al, 2013). Layanan aplikasi *streaming video* ini dikenal dengan *Video On Demand* (VoD) yang memuat berbagai macam konten layanan televisi (TV) seperti film, drama, dan lain sebagainya dan dapat diakses melalui internet menggunakan *smartphone* (Harsono, 2021).

Masyarakat Indonesia saat ini memiliki aktivitas menonton TV berbagai macam *series* yang ditonton melalui *platform* layanan VoD seperti Netflix, Youtube, Hulu, Disney+ dan sebagainya. Masyarakat Indonesia dengan mudah mengakses TV *series* di seluruh dunia melalui VoD. AMPD Research melakukan penelitian dan menghasilkan data bahwa ada sekitar 7 juta orang yang berlangganan layanan VoD pada 10 operator penyedia layanan tersebut pada pertengahan Januari 2021 (Bhojwani, 2021; Saliha, 2022). Berdasarkan data dari media CNN Indonesia (2019), The Jakarta Post (2019), dan Suara (2022), 50% orang Indonesia lebih sering mengakses situs ilegal agar bisa menonton drama Korea Selatan secara gratis. Sebanyak 41,3% atau 842 responden suka menonton drama Korea Selatan lebih dari enam kali dalam seminggu (Pusparisa, 2022). Terdapat survei lain yang mendapatkan hasil bahwa dari 924 responden yang berusia antara 14-68 tahun di Indonesia, 91% responden mengakui rutin menonton drama Korea, sedangkan sisanya mengakui baru-baru ini suka menonton drama Korea (Adjie, 2020).

Survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dari total seluruh penduduk Indonesia pertengahan tahun 2022 sebanyak 97,1% merupakan pengguna internet (BPS, 2022; dalam Annur, 2022; Kemp, 2022). Dari hasil survei tersebut, 74% masyarakat Indonesia yang berusia antara 16 sampai 64 tahun senang menonton serial TV melalui *platform* penyediaan layanan *online* setiap bulannya (Kemp, 2022). Survei tersebut diperkuat oleh survei yang dilaksanakan oleh Millington pada tahun 2020 terhadap 345 responden dari 11 kota yang ada di Indonesia. Survei tersebut mendapatkan hasil bahwa sejak pandemi COVID-19 aktivitas sosial media masyarakat Indonesia meningkat sebanyak 2% (Millington, 2021). Sebanyak 83% masyarakat Indonesia mengakses sosial media untuk melakukan *streaming online* menonton film atau serial TV kesukaannya (Sahila, 2022). Layanan *platform video online* biasanya ditemukan di *platform* VoD dan memungkinkan penonton untuk berlangganan bulanan atau tahunan hanya sekedar menonton video *online* atau serial TV di waktu luang (Wilbert, 2022).

Kemudahan serta keterjangkauan yang luas dalam mengakses serial TV dengan menggunakan perangkat apapun yang dapat dihubungkan ke internet dan juga banyaknya konten yang tersedia sesuai permintaan dengan episode yang dirilis sekaligus telah menjadi bagian dari rutinitas jutaan pengguna layanan VoD (Flayelle et al, 2020). Beberapa *platform* layanan VoD yang ada di Indonesia antara lain yaitu Netflix, Disney, Hotstar, Viu, WeTV, Iflix, Video, Catchplay, Amazon Prime Video, HBO Go, KlikFilm, Apple TV, Bilibili, Mola TV, dan GoPlay (Ramadhan, Purwaamijaya, & Guntara, 2023). Survei terkini yaitu justwatch.com tahun 2023 menunjukkan hasil bahwa Netflix menjadi aplikasi VoD yang paling banyak diminati di Indonesia dengan persentase sebesar 22% dibandingkan aplikasi VoD lainnya (Nabila, 2023). Pada tahun 2020 dan 2022 dilansir dari survei yang sama, Netflix juga masih menjadi aplikasi VoD teratas di Indonesia dengan persentase 22% di tahun 2020 dan 23% di tahun 2022 (Nova & Fitria, 2023). Hadirnya Netflix dan berbagai layanan VoD membuat meningkatnya individu yang melakukan *binge watching* (Wulandari & Widodo, 2019).

Definisi *binge watching* sendiri ialah perilaku menonton serial TV beberapa episode dalam sekali duduk (Flayelle, et al 2019). Adapun pengertian lain dari *binge watching* ditandai dengan perilaku menonton sebuah konten dalam bentuk naratif dan memiliki cerita menegangkan dalam jangka waktu panjang, biasanya lebih dari tiga atau empat jam (Rubenking et al, 2018). Istilah *binge watching* memanglah baru namun prakteknya sudah lama sebelum dicetuskannya istilah tersebut (Zahara & Irwansyah, 2020). Sejak awal 1990 praktik *binge watching* ini sudah mulai berkembang yang saat itu orang-orang memiliki kemungkinan untuk menonton melalui format DVD dan hingga sekarang kembali menjadi fenomena sosial (Matrix, 2014; Jenner, 2020). Munculnya fenomena *binge watching* erat kaitannya dengan perubahan dalam kebiasaan menonton TV konvensional yang disebabkan oleh perkembangan layanan VoD, televisi konvensional yang biasanya hanya dapat ditonton sesuai jadwal namun sekarang dapat ditonton beberapa episode dan *season* serial TV sekaligus (Miranti & Nugraha, 2023). Penelitian Castro, et al (2021) menemukan meredupnya keberadaan televisi dan serta adanya berbagai motivasi penggunaan layanan VoD.

Motivasi yang membuat seseorang melakukan *binge watching* salah satunya yaitu *escape* atau pelarian (McQuail, 2010). *Binge watching* biasa dilakukan untuk menghindari diri dari orang lain dan melepas penat sejenak dari tekanan pekerjaan, sekolah, dan mengasuh anak, dengan adanya akun *streaming* maka dapat dengan mudah menonton di sudut rumah favorit selama berjam-jam tanpa keluar rumah (Shri, Vinothkumar, & George,

2022). Selain itu, dijelaskan juga ada empat faktor yang mempengaruhi seseorang dalam menonton secara maraton di antaranya rasa penasaran yang tinggi terhadap episode setelahnya serta fasilitas dan fitur-fitur yang canggih dalam teknologi VoD membuat individu dengan mudah menonton secara maraton, sebagai penghilang rasa jenuh atau bosan, sebagai alat menghibur diri dari kesedihan, sebagai alat bersosial dengan orang jika memiliki minat dan hobi yang sama (Rubenking et al, 2018). Dampak positif yang ditimbulkan *binge watching* yaitu dapat menghilangkan stres serta baik untuk kesehatan mental, membuat suasana nyaman serta penonton dapat terhibur dengan berbagai konten yang ditonton. Di sisi lain, dampak positif *binge watching* juga memiliki dampak negatif (Pittman dan Steiner, 2019).

Diketahui pula bahwa dampak negatif dari *binge watching* yang berlebihan adalah timbulnya beragam masalah kesehatan mental, buruknya kontrol diri, gejala psikopatologis, impulsif, dan kecanduan internet (Flayelle et al, 2019). Selain itu, penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa *binge watching* berhubungan negatif dengan kecanduan menonton TV, turunnya kualitas tidur hingga insomnia serta merasa lelah saat siang hari (Exelmans & Van den Bulck, 2017; Shri, Vinothkumar, & George, 2022). Kualitas tidur juga memberikan dampak bagi kesehatan, jika kualitas tidur baik maka akan memberikan efek yang baik juga bagi kesehatan sedangkan jika kualitas tidur buruk maka akan berdampak turunnya kesehatan tubuh dan menyebabkan rutinitas menjadi berantakan hal ini berhubungan secara signifikan dengan *binge watching* (Srinivasan et al., 2021). Konten-konten seperti narasi, aksi, visual yang unik akan menyita perhatian otak secara otomatis di malam hari (Exelmans & Van den Bulck, 2017). Laporan awal penelitian yang dilakukan oleh Devasagayam mendapatkan hasil bahwa *binge watching* yang dilakukan secara terus menerus bisa berdampak pada kecanduan atau dorongan menonton serial atau film selama satu episode sebelum tidur (Devasagayam, 2014; Riddle et al, 2018). Dalam penelitian ini populasi yang dipilih oleh peneliti adalah laki-laki dan perempuan dengan rentang usia antara 14-29, karena di usia tersebut individu mencari kesenangan yang sederhana dan tidak terlalu membutuhkan tenaga hanya sekedar untuk menghilangkan rasa bosan, rasa capek, setelah beraktivitas sehari-hari.

Berdasarkan paparan di atas yang menyebutkan bahwa *binge watching* memiliki keterkaitan dengan masalah kesehatan mental, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *binge watching* dengan menggunakan sebuah alat ukur psikologi yang dapat mengukur perilaku *binge watching*. Salah satu alat ukur yang dapat mengukur kecenderungan perilaku *binge watching* serta kecenderungan perilaku kecanduan *binge watching* adalah *Binge-watching Engagement and Symptom Questionnaire* (BWESQ) yang dikembangkan oleh Flayelle karena alat ukur ini telah diuji melalui berbagai metode analisis seperti analisis konfirmatori, validitas konten, dan validitas konvergen. BWESQ telah dikembangkan juga oleh Flayelle kedalam sembilan bahasa yaitu Spanyol, Perancis, Inggris, Hungaria, Italia, Jerman, Arab, Persia, dan China (Flayelle., et.al, 2019). Selain itu, penelitian sebelumnya tentang *binge watching* dan penggunaan alat ukur BWESQ masih terbatas di Indonesia dan hasil adaptasinya tidak ditemukan dalam tinjauan literatur terdahulu, sehingga adaptasi alat ukur ini ke dalam bahasa Indonesia perlu dilakukan.

Peneliti juga melakukan tinjauan literatur terdahulu dan mendapatkan hasil bahwa beberapa penelitian lebih membahas topik *binge watching* dan dihubungkan dengan variabel lain seperti stres, *self control* dan *self-regulation* daripada psikometri dari alat ukur BWESQ (mis. Pasay, Hapsari, & Yudhistira, 2023; Primanovanti, 2021; Saliha, 2022). Namun, beberapa hasil dari penelitian tersebut tidak dipublikasikan secara umum. Uji validitas instrumen yang telah diadaptasi ke bahasa Indonesia ini perlu dipastikan kesetaraannya dengan versi bahasa aslinya. Tujuannya adalah agar alat ukur yang sudah diadaptasi ke bahasa Indonesia mudah dipahami dan digunakan untuk mengukur perilaku *binge watching* pada individu. Tujuan dari penelitian ini adalah mengadaptasi alat ukur BWESQ ke dalam bahasa Indonesia agar mempermudah penggunaannya oleh akademisi dan praktisi psikologi di Indonesia. Dengan demikian, penelitian ini menggunakan uji reliabilitas dan validitas dengan metode analisis kuantitatif jawaban dari responden. Sebelum pengujian, validitas isi dilakukan untuk mengukur tiap-tiap item dengan menggunakan *expert judgement* yang sudah diskor oleh ahli bidang tersebut. Uji validitas ini dilakukan dengan uji *person product moment*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan *software* Jamovi dengan melihat standar nilai *chronbach alpha* yaitu $> 0,60$ maka dikatakan reliabel (Sujarweni, 2014; Saliha, 2020).

2. Metode

Responden

Hasil adaptasi alat ukur diujicobakan pada 200 responden dengan kriteria laki-laki atau perempuan berusia 14-29 tahun, merupakan pelanggan layanan *platform video-on-demand*, dan pernah menonton serial TV 1-2 episode atau lebih dalam sekali duduk. Populasi sampel dalam penelitian ini tidak diketahui sehingga peneliti menentukan ukuran sampel berdasarkan batasan dari Darwin, et al (2021) bahwa ukuran sampel antara 30-500 responden lebih sesuai dalam sebagian besar penelitian. Dari hasil penyebaran alat ukur dalam bentuk *Google Form* didapatkan 200 responden dengan data sosiodemografi sebagai berikut:

Tabel 1. Data Sosiodemografi Subjek Penelitian

Kategori	N	%	Kategori	N	%
<u>Jenis Kelamin</u>			<u>Kesibukan Sehari-hari</u>		
Laki laki	52	26.00%	Masih sekolah	40	20.00%
Perempuan	148	74.00%	Sudah berkuliah	107	53.50%
			Sudah bekerja	53	26.50%
<u>Usia</u>					
14 - 20 Tahun	128	64%	1-2 jam	72	36.00%
21 – 29 Tahun	44	22%			
<u>Domisili / Asal</u>			<u>Platorm Layanan Menonton yang Digunakan</u>		
Pulau Sumatera	35	17.50%	Netflix	90	62.94%
Pulau Kalimantan	5	2.50%	Viu	127	63.50%
Pulau Jawa	149	74.50%	Hulu	57	28.50%
Bali	6	3.00%	Disney +	3	1.50%
Sulawesi Selatan	4	2.00%	HBU GO	56	28.00%
Nusa Tenggara Barat	1	0.50%	Amazon Prime	14	7.00%
			Crunchyroll	14	7.00%
			Apple TV	4	2.00%
			Video	6	3.00%
			Youtube	47	23.50%
			DII	166	83.00%

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari berbagai daerah, Jawa Barat memiliki nilai tertinggi sebanyak 23% sebagai daerah dengan perilaku *binge watching*, kemudian diikuti Jawa Tengah sebanyak 19,5%, daerah Jawa Timur sebanyak 18%, daerah Sumatera Selatan sebanyak 9%, Daerah Istimewa Yogyakarta sebanyak 5,5%, daerah Sumatera Utara dan DKI Jakarta sebanyak 5%, daerah Banten sebanyak 3,5%, daerah Bali sebanyak 3%, daerah Kalbar dan Sulsel sebanyak 2%, dan daerah NTB, Kaltim, Riau, Bangka Belitung, Jambi, Sumbar, Aceh sebanyak 0,5%. Adapun *platform* yang digunakan oleh partisipan dalam melakukan perilaku *binge watching* ini yaitu Viu sebanyak 63,5%, kemudian Netflix sebanyak 62,9%, aplikasi Hulu sebanyak 28,5%, aplikasi HBU GO sebanyak 28%, aplikasi Youtube sebanyak 23,5%, aplikasi Amazon dan Crunchyroll sebanyak 7%, aplikasi Video sebanyak 3%, aplikasi Apple TV sebanyak 2%, aplikasi Disney sebanyak 1,5%, dan aplikasi platform lainnya sebanyak 83%.

Instrumen

Instrumen penelitian yang diadaptasi dalam penelitian ini adalah BWESQ dari Flayelle, et al (2019) yang terdiri dari 40 item. Awalnya instrumen dikembangkan ke dalam bahasa Prancis, kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa Inggris. Proses pengembangan alat ukur ini melibatkan *translator* dan penerjemahan terbalik untuk memastikan kesamaan makna per itemnya, yang kemudian instrumen BWESQ ini diterjemahkan ke dalam sembilan bahasa dengan bantuan penerjemah nasional dan penerjemah *bilingual* (Flayelle, et al, 2019). Uji validitas yang dilakukan Flayelle ini menggunakan analisis faktor konfirmatori invariasi pengukuran dan analisis korelasional. Hasilnya bahwa kedua kuesioner mempunyai sifat psikometrik yang sama di setiap terjemahan bahasanya. Sehingga alat ukur BEWSQ ini layak diadaptasi ke bahasa Indonesia karena BWESQ ini sudah terbukti validitas psikometriknya ke dalam berbagai bahasa dan skalanya bisa diandalkan dengan akurat di berbagai budaya. Alat ukur ini disusun berdasarkan tujuh dimensi, antara lain; (1) keterlibatan, yaitu sejauh mana keterlibatan dalam menonton serial TV (8 item), (2) emosi positif, yaitu manfaat emosional yang diperoleh dari menonton serial TV (5 item), (3) mempertahankan kesenangan, yaitu sebuah cara yang dilakukan untuk mempertahankan atau meningkatkan kesenangan yang berkaitan dengan menonton serial TV (3 item), (4) keinginan/menikmati, yaitu besarnya keinginan dan apresiasi menonton serial TV (6 item), (5) kelebihan

menonton, yaitu tingkat keparahan menonton terus menerus (6 item), (6) ketergantungan, yaitu kesulitan untuk tidak menonton TV seri (5 item), dan (7) hilangnya kendali, yaitu konsekuensi negatif yang terkait dengan *binge watching* (7 item). Semua butir item adalah *favorable* dan nilai reliabilitas *Cronbach's Alpha* dari Flayelle, et al (2019) berkisar antara 0,73 – 0,97. Skor pada skala BWESQ digunakan dengan penilaian skala likert 1-4 (1= sangat tidak setuju, 2= tidak setuju, 3= setuju, dan 4= sangat setuju).

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *non-experimental quantitative research* yaitu mengumpulkan data secara kuantitatif untuk memberi penjelasan terhadap variabel yang diukur (Christensen, 2007). Desain yang digunakan adalah penelitian deskriptif yang menggambarkan reliabilitas dan validitas sebagai *psychometric properties* sebuah instrumen alat ukur. Proses adaptasi dilakukan menggunakan panduan *International Test Commission* (2017). Tahap pertama adalah prekondisi. Pada tahap ini, peneliti meminta izin untuk melakukan adaptasi kedalam Bahasa Indonesia kepada pemilik dan pengembang alat ukur BWESQ yaitu Maèva Flayelle Ph.D melalui email. Setelah mendapatkan izin adaptasi, peneliti kemudian melakukan studi literatur mengenai konstruk dan analisis alat ukur.

Tahap kedua adalah pengembangan alat ukur. Langkah yang dilakukan pada tahap ini melakukan *forward-translation* yaitu menerjemahkan alat ukur dari bahasa asli kedalam Bahasa Indonesia. Pada proses penerjemahan ini dilakukan langsung oleh peneliti yang keduanya merupakan ilmuwan psikologi dengan latar belakang S1 dan S2 psikologi serta memiliki kemampuan Bahasa Inggris yang baik dan berpengalaman dalam adaptasi alat ukur. Kemudian peneliti melakukan *backward-translation* yaitu proses penerjemahan alat ukur kembali dari Bahasa Indonesia ke dalam bahasa aslinya untuk memastikan apakah bunyi item yang diterjemahkan sesuai dengan bunyi aslinya. Proses ini melibatkan dua orang dengan kemampuan Bahasa Inggris yang baik yaitu seorang lulusan S1 Psikologi yang familiar dengan penyusunan alat ukur dengan nilai TOEFL 567 dan seorang lulusan S1 Pendidikan Bahasa Inggris yang awam tentang alat ukur dan dengan nilai TOEFL 510. Kedua pihak pada proses *backward-translation* ini sama sekali tidak diperlihatkan skala asli BWESQ. Lalu dari hasil ini dibandingkan dengan skala asli dan kemudian dilakukan pemilihan kata untuk masing-masing item.

Penilaian *expert judgement* kemudian dilakukan untuk mengevaluasi dan memberikan masukan terhadap validitas isi alat ukur. Proses *expert judgement* ini dilakukan untuk menguji kesetaraan antara makna-makna item versi adaptasi dengan versi aslinya (Pertwi & Harding, 2021). Validitas isi merupakan seberapa jauh isi atau item dari alat ukur dapat mewakili tingkah laku sampel penelitian yang akan diukur (Cohen & Swerdlik, 2009). Dalam proses ini, peneliti melibatkan tiga orang *expert* yang berpengalaman di bidang psikologi klinis dan *expert review* yaitu psikolog dari Universitas Udayana, psikolog dari Universitas Bali Internasional, dan psikolog dari Universitas Airlangga. Perhitungan validitas isi menggunakan metode *Content Validity Index* (CVI) sebagai bukti empiris penilaian validitas isi (Beckstead, 2009; McCoach, Gable, & Madura, 2013). Parameter penilaian yang digunakan ada tiga yaitu relevansi, kepentingan, dan kejelasan. Penilaian diberikan dengan rating skala 1-5 (1= Tidak layak atau tidak sesuai digunakan atau perlu diganti, 2= Kurang layak atau kurang sesuai digunakan atau perlu diganti, 3= Cukup layak atau cukup sesuai digunakan dengan sedikit perbaikan, 4= Layak atau sesuai digunakan atau tanpa perbaikan, 5= Sangat layak atau sangat sesuai digunakan atau tanpa perbaikan). Ketiga *expert judgement* memberikan penilaian keseluruhan item dalam rentang 3-5.

Tahap ketiga adalah konfirmasi yaitu melibatkan konfirmasi bahwa versi adaptasi alat ukur telah sesuai dengan tujuan adaptasi dan memenuhi standar kualitas. Peneliti harus memastikan bahwa alat ukur dapat digunakan dengan baik pada populasi sasaran. Setelah melakukan revisi bunyi item dari *expert judgement*, peneliti kemudian melakukan uji keterbacaan bunyi item pada dua orang yang awam dengan alat ukur psikologi yaitu seorang lulusan S1 Manajemen dan seorang lulusan S1 Sistem Informasi. Tujuan dari uji keterbacaan ini adalah untuk memastikan bahwa instruksi beserta bunyi keseluruhan item dapat dimengerti dengan baik (Wardhani, Sulastiana, & Ashriyana, 2022). Dari hasil tersebut keseluruhan instruksi dan item dinyatakan sudah dapat dipahami dengan baik.

Tahap keempat yaitu administrasi, peneliti mengembangkan panduan administrasi untuk penggunaan alat ukur yang telah diadaptasi. Panduan ini mencakup instruksi penggunaan, waktu pemberian, dan kondisi administrasi. Proses pengambilan data dilakukan dengan penyebaran alat ukur dalam bentuk *Google Form* dan juga menyertakan *informed consent* untuk menjunjung kode etik *fairness* lalu disebarikan melalui sosial media *Whatsapp* dan *Instagram* dengan jangka waktu mengerjakan 10-15 menit. Peneliti juga memberikan himbauan di *Google Form* tersebut bahwa data yang telah diisi dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk analisis data penelitian.

Tahap kelima yaitu skor skala dan interpretasi, peneliti kemudian melakukan analisis data terhadap subjek yang telah dikumpulkan dari tahap administrasi atau penyebaran skala. Uji reliabilitas dilakukan dengan *Cronbach's Alpha*. *Cronbach's Alpha* memiliki keunggulan dalam mengukur keajegan suatu alat ukur saat digunakan pada kelompok tertentu (Bagaskara & Widyastuti, 2023). Peneliti juga melakukan uji *Confirmatory*

Factor Analysis (CFA) yang bertujuan untuk memastikan hubungan antar item memiliki hubungan dengan dimensi dan faktor dalam alat ukur (Brown, 2006).

Tahap keenam yaitu dokumentasi, peneliti melakukan mendokumentasikan seluruh proses adaptasi, termasuk langkah-langkah yang diambil, hasil evaluasi, dan perubahan yang dilakukan pada alat ukur. Dokumentasi ini penting untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam proses adaptasi.

Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode statistik. Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha* yang memiliki keunggulan dalam mengukur keajegan suatu alat ukur saat digunakan pada kelompok tertentu (Bagaskara & Widyastuti, 2023). Uji reliabilitas ini menggunakan *Cronbach's Alpha*, tujuannya untuk menguji konsistensi internal instrumen adaptasi alat ukur BWESQ versi bahasa Indonesia ini. Patokan nilai koefisien *Cronbach Alpha* yaitu diatas 0,60 (Priyatno, 2013) dan patokan nilai *Item rest-correlation* diatas 0,30 (Azwar, 2012). Peneliti juga melakukan uji *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) yang bertujuan untuk memastikan hubungan antar item memiliki hubungan dengan dimensi dan faktor dalam alat ukur (Brown, 2006). Uji CFA ini dilakukan untuk mengetahui seberapa baik item-item alat ukur ini bisa mewakili konstruk BWESQ. Adapun standar *Goodness Fit Index* (GFI) adalah nilai CFI > 0.90, nilai TLI > 0.90, nilai RMSEA < 0.08, dan SRMR < 0.08 (West, Taylor, & Wu, 2012). Analisis data yang dilakukan menggunakan bantuan *software* Jamovi versi 2.3.28 *for windows*.

3. Hasil

Berdasarkan hasil uji reliabilitas skala BWESQ versi Bahasa Indonesia yang dilakukan dengan *Cronbach Alpha* didapatkan hasil nilai 0,956 dapat dilihat pada tabel 2. Nilai tersebut menunjukkan bahwa skala ini reliabel untuk digunakan dalam penelitian sesuai dengan pendapat yang menyatakan bahwa reliabelnya suatu kontrak alat ukur dapat dilihat apabila *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60 (Priyatno, 2013). Cohen, Swerdlik, & Sturman (2013) menyatakan bahwa apabila nilai koefisien *Cronbach Alpha* ≥ 0.90 tergolong tinggi. Maka nilai koefisien pada skala ini yaitu 0,956 adalah tinggi.

Sementara itu, pada uji reliabilitas per-dimensi didapatkan nilai koefisien *Cronbach Alpha* semua dimensi diatas 0,60 kecuali dimensi mempertahankan kesenangan yaitu 0,599. Hal ini dikarenakan dimensi tersebut memiliki sedikit item yaitu hanya berjumlah 3 item. DeVellis (2016) menjelaskan bahwa jumlah item yang sedikit dalam suatu dimensi dapat menurunkan reliabilitas karena tidak mampu mengukur keseluruhan konstruksi yang diukur secara memadai sehingga dapat menyebabkan rendahnya nilai *Cronbach's alpha*.

Tabel 2. Reliabilitas Skala dan Setiap Dimensi

Dimensi	Jumlah Item	Cronbach's α
Keterlibatan	8	0,773
Emosi Positif	5	0,759
Keinginan/Menikmati	6	0,851
Mempertahankan Kesenangan	3	0,599
Kelebihan Menonton	6	0,774
Ketergantungan	5	0,737
Hilangnya Kendali	7	0,812
Reliabilitas Skala		0.956

Dimensi dengan nilai *Cronbach's alpha* di bawah 0,60 dapat dipertimbangkan untuk dipertahankan jika nilai korelasi antar itemnya sudah di atas 0,30, namun dengan beberapa pertimbangan tambahan seperti melihat nilai korelasi item total dan apabila rendah atau dibawah 0,30 mungkin tidak berkontribusi baik terhadap reliabilitas skala dan mungkin perlu direvisi atau dihapus (DeVellis, 2016). Dapat dilihat pada dimensi "Mempertahankan Kesenangan", nilai korelasi item total pada item nomor 13, 37 dan 40 berada diatas 0,30 di Tabel 3, jadi dimensi

ini dapat dipertahankan. Keseluruhan item memiliki nilai *Item rest-correlation* >0,30 berkisar antara 0,318-0,733. Item yang berada pada rentang 0,30 sampai >0,50 berkontribusi baik terhadap konsistensi internal instrumen (Azwar, 2012).

Tabel 3. Analisis Butir Item dan Muatan Faktor

Dimensi	No Item	Kode Item	Bunyi Item Adaptasi	Item Rest-Correlation
Keterlibatan	1	K1	Saya menghabiskan banyak waktu untuk menonton serial TV.	0.592
	9	K2	Saya menghabiskan banyak waktu untuk mengobrol dengan orang-orang di internet mengenai serial TV.	0.494
	18	K3	Menonton serial TV adalah salah satu hobi saya	0.667
	26	K4	Saya selalu mencari serial TV baru untuk ditonton	0.706
	27	K5	Keluarga dan teman-teman saya menganggap saya sebagai sumber informasi mengenai serial TV.	0.556
	30	K6	Saya sering memeriksa aplikasi serial TV (seperti:Netflix, HULU, HBO GO, Amazon Prime, Disney+, Crunchyroll, Apple TV, Viu dan sejenisnya)	0.59
	35	K7	Menurut saya, serial TV adalah bagian dari hidup saya dan berkontribusi terhadap kesejahteraan saya.	0.487
	39	K8	Saya cenderung tetap menonton serial TV sampai saya benar-benar ketagihan	0.318
Emosi Positif	8	EP1	Saya cenderung menonton serial TV saat saya sedang bahagia atau merasakan emosi positif (ketika saya merasa senang, gembira, dll.)	0.706
	24	EP2	Saya cenderung menonton serial TV ketika saya merasa tidak bersemangat atau ketika saya merasakan emosi negatif (ketika saya merasa marah, sedih, dll.)	0.671
	28	EP3	Saya biasanya merasa sangat senang setelah menonton episode serial TV favorit saya	0.561

Dimensi	No Item	Kode Item	Bunyi Item Adaptasi	Item Rest-Correlation
	33	EP4	Menonton episode serial TV dapat memicu emosi positif (semangat, kegembiraan, inspirasi, dll.)	0.654
	38	EP5	Menonton serial TV menimbulkan rasa senang dan semangat di hidup saya.	0.365
Keinginan/ Menikmati	2	KMN1	Saya menantikan waktu di mana saya dapat melihat episode baru serial TV favorit saya.	0.545
	3	KMN2	Saya terkadang terlalu asyik dengan serial sampai saya lupa waktu.	0.67
	4	KMN3	Saya mencari tahu/ mencatat tanggal tayang episode baru sehingga saya tidak ketinggalan dan dapat menyelesaikan serial (<i>season</i>).	0.661
	5	KMN4	Saya terkadang merasa hampa atau nostalgia ketika serial TV favorit saya berakhir.	0.597
	7	KMN5	Saya biasanya cukup bersemangat menonton episode serial TV favorit saya	0.636
	21	KMN6	Saya sangat gembira saat episode baru sudah tayang/ ditayangkan.	0.434
Mempertahankan Kesenangan	13	MK1	Saya sangat jengkel ketika episode selanjutnya dibocorkan oleh seseorang.	0.622
	37	MK2	Saya khawatir akan mendapat bocoran cerita serial TV yang saya tonton.	0.51
	40	MK3	Saya cenderung menggunakan beberapa cara untuk menjaga rasa gembira secara penuh saat menonton sesuatu, yaitu menunggu sampai seluruh episode keluar, merencanakan kapan dan bagaimana saya akan menonton serial TV, mencoba untuk tidak mendapat bocoran, atau menunggu sampai nanti untuk mulai menonton jika perlu, dll	0.548
Kelebihan	14	KM1	Saya harus menonton lebih banyak episode agar merasa puas.	0.636

Dimensi	No Item	Kode Item	Bunyi Item Adaptasi	Item Rest-Correlation
Menonton	17	KM2	Saya kurang tidur karena banyak waktu yang saya habiskan untuk menonton serial TV.	0.641
	19	KM3	Saya biasanya menghabiskan lebih banyak waktu menonton serial TV dari yang saya rencanakan.	0.567
	20	KM4	Saya tidak bisa menahan keinginan untuk menonton serial TV sepanjang waktu	0.35
	22	KM5	Ketika sebuah episode berakhir dan karena saya ingin tahu apa yang terjadi selanjutnya, saya sering merasakan ketegangan yang tak tertahankan yang membuat saya terdorong untuk langsung menonton episode berikutnya.	0.472
	34	KM6	Saya sering merasa harus menonton episode selanjutnya untuk merasakan emosi positif dan menghilangkan frustrasi karena alur cerita yang terpotong/selesai.	0.733
	Ketergantungan	6	KTG1	Saya begitu larut dalam serial TV, sehingga saya merasa terisolasi dan bahkan terkadang menolak ajakan untuk pergi keluar.
10		KTG2	Saya merasa kesal atau marah ketika diganggu saat menonton serial TV favorit saya.	0.513
16		KTG3	Saya merasa tegang, jengkel atau gelisah ketika tidak bisa menonton serial TV favorit saya.	0.59
25		KTG4	Saya sering merasa khawatir jika kemungkinan ada masalah teknis (seperti; gangguan internet) yang mencegah saya dari menonton serial TV.	0.693
31		KTG5	Saya biasanya merasakan suasana hati yang buruk, sedih, murung atau kesal saat saya tidak bisa menonton berbagai serial TV, dan saya merasa lebih baik saat saya bisa menonton lagi.	0.66
Hilangnya Kendali	11	HK1	Saya menonton lebih banyak serial TV dari yang seharusnya.	0.592
	12	HK2	Saya terkadang tidak menyelesaikan tugas-tugas harian saya agar dapat menghabiskan banyak waktu untuk menonton	0.589

Dimensi	No Item	Kode Item	Bunyi Item Adaptasi	Item Rest-Correlation
			serial TV.	
	15	HK3	Saya terkadang mencoba untuk tidak menghabiskan banyak waktu menonton serial TV, namun saya selalu gagal.	0.621
	23	HK4	Keluarga saya menunjukkan ketidaksetujuannya atas kebiasaan saya yang menurut mereka saya terlalu banyak menghabiskan waktu dalam menonton serial TV.	0.606
	29	HK5	Sekolah, universitas, atau hasil kerja saya menurun karena banyak waktu yang saya habiskan untuk menonton serial TV.	0.653
	32	HK6	Saya kadang-kadang merasa bersalah atau menyesal setelah menonton beberapa episode.	0.634
	36	HK7	Saya terkadang menyembunyikan berapa banyak waktu yang saya habiskan untuk menonton serial TV dari keluarga saya.	0.578

Selanjutnya, peneliti melakukan uji CFA pada keseluruhan item yang dikelompokkan pada setiap dimensinya. Hasilnya menunjukkan nilai *chi-square* (χ^2) / Derajat Kebebasan (df), p, (*Comparative Fit Index* (CFI), Tucker-Lewis Index (TLI), *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR), dan *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) yang tidak sesuai dengan standar *Goodness Fit Indication* (GFI)., dapat dilihat pada tabel 3. Ukuran GFI dianggap sebagai indikasi model yang baik (*fit*) apabila nilai CFI > 0.90, nilai TLI > 0.90, nilai RMSEA < 0.08, dan nilai SRMR < 0.08 (West, Taylor, & Wu, 2012).

Peneliti selanjutnya melakukan modifikasi model terhadap kesalahan pengukuran atau korelasi *error* antar item berdasarkan *residual covariances*, sampai nilai CFI, TLI, SRMR, dan RMSEA mencapai nilai *fit*. Modifikasi model dilakukan pada seluruh item no 1 sampai 40. Nilai *factor loading* dan nilai hitung t bisa dilihat pada tabel 5 statistik model *fit*. Kline (2015) menyatakan bahwa nilai χ^2/df antara 2 dan 3 menunjukkan kecocokan model yang memadai dan dapat dilihat bahwa nilai χ^2/df berada dibawah 2 yang berarti *fit*. Sedangkan nilai p tetap juga tidak *fit*, namun Kline (2015) juga menjelaskan bahwa perlunya untuk melihat nilai tambahan seperti CFI, TLI, RMSEA, dan SRMR dan tidak hanya mengandalkan nilai χ^2/df atau nilai p. Dapat dilihat pada tabel 4, nilai χ^2/df , CFI, TLI, RMSEA, dan SRMR sudah *fit*.

Tabel 4. Statistik Model Fit

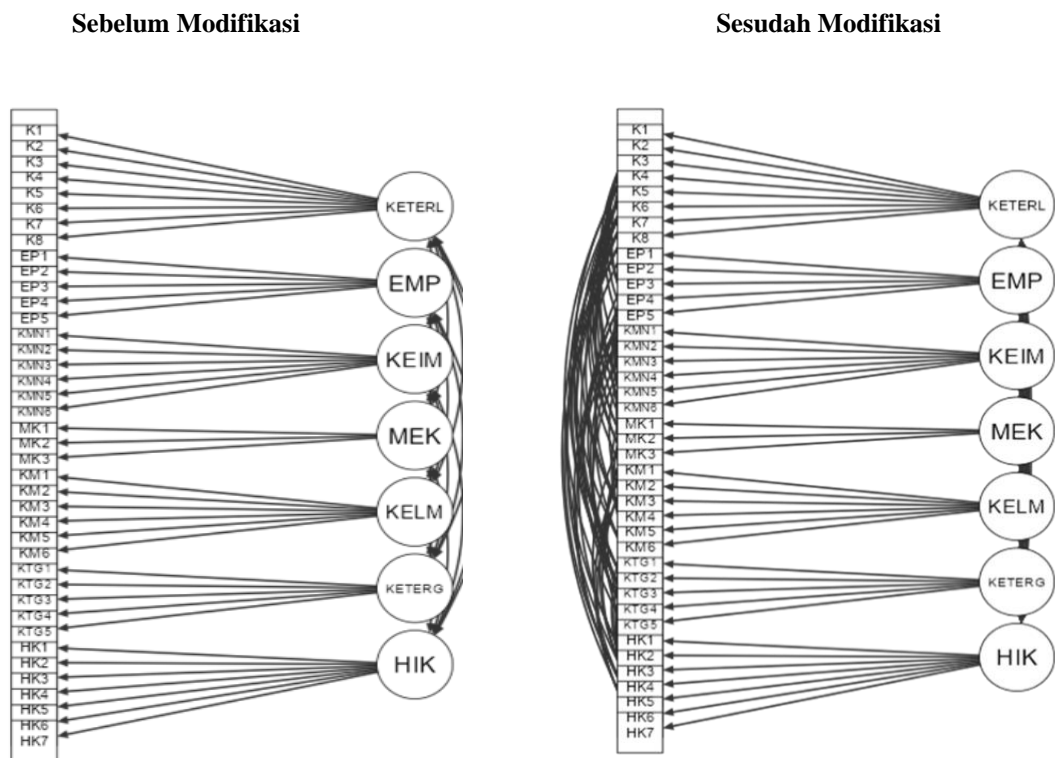
Statistik Model Fit	Sebelum Modifikasi		Sesudah Modifikasi	
	Hasil	Deskripsi	Hasil	Deskripsi
χ^2/df	2788/719 =3.88>2	Tidak Fit	1029/620 =1,66<2	Fit
p	< 0,001	Tidak Fit	< 0,001	Tidak Fit
CFI	0,611<0,9	Tidak Fit	0.923>0,9	Fit
TLI	0,579<0,9	Tidak Fit	0.903>0,9	Fit
SRMR	0.105>0,08	Tidak Fit	0.0775>0,08	Fit
RMSEA	0,12>0,08	Tidak Fit	0.0575<0,08	Fit

Melalui analisis terhadap nilai *factor loading* baik sebelum modifikasi maupun sesudah modifikasi yang dapat dilihat pada tabel 5, seluruh item memiliki nilai t hitung >1,96 dan sebagian besar item nilai *factor loading*-nya >0,40 kecuali 3 item yaitu item nomor 39 (K8), nomor 38 (EP5), dan 20 (KM4). Meskipun nilai *factor loading* item tersebut <0.40, jika nilai t menunjukkan signifikansi statistik maka item tersebut masih dapat memberikan kontribusi yang berarti terhadap model (Brown, 2015; Kline, 2015; Hair et al, 2019). Dalam konteks CFA, nilai t hitung yang di atas 1,96 dengan taraf signifikansi 95% ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa *factor loading* tersebut signifikan secara statistik atau mengindikasikan bahwa ada hubungan yang nyata antara variabel observasi dan faktor laten (Wackerly, Mendenhall, & Scheaffer, 2008).

Tabel 5. Statistik Model Fit

Item	Sebelum Modifikasi		Sesudah Modifikasi	
	<i>Factor Loading</i>	Nilai t Hitung	<i>Factor Loading</i>	Nilai t Hitung
K1	0.586	8.93	0.587	8.9
K2	0.508	7.75	0.525	7.81
K3	0.668	10.44	0.734	11.71
K4	0.701	11.2	0.701	11.08
K5	0.564	8.69	0.579	8.67
K6	0.583	8.89	0.594	8.93
K7	0.485	7.15	0.456	6.61
K8	0.304	4.39	0.289	4.07
EP1	0.716	11.21	0.75	11.93

Item	Sebelum Modifikasi		Sesudah Modifikasi	
	<i>Factor Loading</i>	Nilai t Hitung	<i>Factor Loading</i>	Nilai t Hitung
EP2	0.702	11	0.695	10.94
EP3	0.605	9.14	0.576	8.66
EP4	0.695	10.91	0.652	10.12
EP5	0.386	5.34	0.338	4.76
KMN1	0.634	9.59	0.603	8.95
KMN2	0.839	14.18	0.774	12.49
KMN3	0.835	14.1	0.762	12.19
KMN4	0.769	12.46	0.709	11.06
KMN5	0.738	11.76	0.735	11.7
KMN6	0.411	5.78	0.413	6.05
MK1	0.652	9.56	0.63	8.77
MK2	0.408	5.39	0.431	6.06
MK3	0.472	6.32	0.454	6.45
KM1	0.725	11.29	0.692	10.91
KM2	0.713	11.12	0.668	10.36
KM3	0.639	9.57	0.606	9.1
KM4	0.335	4.66	0.324	4.76
KM5	0.479	6.9	0.492	7.34
KM6	0.725	11.46	0.751	12.19
KTG1	0.469	6.69	0.532	7.81
KTG2	0.491	7.27	0.56	8.35
KTG3	0.591	8.87	0.618	9.39
KTG4	0.711	11.37	0.7	11.09
KTG5	0.687	10.82	0.641	9.78
HK1	0.618	9.51	0.625	9.65
HK2	0.622	9.54	0.608	9.33
HK3	0.61	9.33	0.631	9.83
HK4	0.584	8.99	0.622	9.6
HK5	0.651	10.11	0.636	9.83
HK6	0.652	10.33	0.579	8.6
HK7	0.591	9.23	0.553	8.34



Gambar 1. Diagram CFA BWESQ

4. Diskusi

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan adaptasi alat ukur *Binge Watching Engagement and Symptoms Questionnaire* (BWESQ) ke dalam Bahasa Indonesia dengan pengujian validitas dan reliabilitas agar dapat mengukur perilaku *binge watching* individu yang ada di Indonesia. Alat ukur ini terdiri dari 40 item dan 7 faktor yaitu keterlibatan, emosi positif, mempertahankan kesenangan, keinginan/ menikmati, kelebihan menonton, ketergantungan, dan hilangnya kendali. Berdasarkan hasil analisis data, alat ukur ini telah memenuhi kriteria psikometri dan validitas isi.

Hasil pengujian validitas isi dengan metode *Content Validity Index* (CVI) menunjukkan bahwa semua item memiliki validitas yang memadai. *Expert judgement* yang melibatkan tiga psikolog dari berbagai universitas memberikan penilaian yang berkisar antara 3-5 terhadap relevansi, kepentingan, dan kejelasan setiap item (3= Cukup layak atau cukup sesuai digunakan dengan sedikit perbaikan, 4= Layak atau sesuai digunakan atau tanpa perbaikan, 5= Sangat layak atau sangat sesuai digunakan atau tanpa perbaikan). Melalui uji keterbacaan kepada dua orang awam dinyatakan bahwa setiap item sudah dapat dipahami dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa adaptasi alat ukur ini berhasil mempertahankan makna asli dari item-item BWESQ dalam konteks budaya Indonesia. Adaptasi alat ukur sangat penting untuk memiliki kesesuaian dengan lintas budaya atau di lingkungan multikultural agar dapat diandalkan dalam populasi yang berbeda secara budaya (Matsumoto, & van de Vijver, 2019).

Keajegan alat ukur ini dibuktikan dengan pengujian reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha. Keseluruhan dimensi menunjukkan nilai $0,956 > 0,60$ yang berarti tergolong tinggi karena $\geq 0,90$ (Cohen, Swerdlik, & Sturman, 2013). Pada pengujian reliabilitas setiap dimensi juga menunjukkan nilai yang tinggi (0.73 - 0.97) untuk semua dimensi kecuali pada dimensi "Mempertahankan Kesenangan" karena bernilai $0,599 < 0,60$ yang berjumlah 3 butir item. Jumlah item yang sedikit dalam suatu dimensi dapat menurunkan reliabilitas karena tidak cukup mampu mengukur keseluruhan konstruksi yang dimaksud, sehingga menyebabkan nilai Cronbach's Alpha menjadi rendah (DeVellis, 2016). Akan tetapi, dimensi masih dipertahankan karena setiap item pada dimensi tersebut memiliki nilai *Item rest-correlation* $> 0,30$ pada analisis butir item.

Pengujian *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) setelah dilakukan modifikasi model menunjukkan bahwa model adaptasi alat ukur ini memiliki kecocokan yang baik. Nilai-nilai *fit* indeks seperti CFI= 0,923, TLI=0,903, dan RMSEA=0,0775 menunjukkan bahwa model tersebut sesuai dengan data empiris yang dikumpulkan, memperkuat validitas konstruk dari alat ukur ini sesuai dengan standar GFI dari West, Taylor, & Wu (2012) yaitu CFI > 0.90, nilai TLI > 0.90, nilai RMSEA < 0.08, dan SRMR < 0.08. Sementara itu, nilai *chi-square* (χ^2/df) didapatkan hasil 1.66 > 2. Uji *chi-square* digunakan untuk menilai seberapa baik model yang diusulkan cocok dengan data yang ada. Jika nilai *chi-square* tidak signifikan, maka menunjukkan bahwa model tersebut sesuai dengan data. Namun, karena *chi-square* sangat peka terhadap ukuran sampel, nilai *chi-square* sering kali dibagi dengan derajat kebebasan untuk mendapatkan rasio yang lebih stabil. Rasio *chi-square*/df yang kurang dari 2 atau 3 biasanya dianggap menunjukkan kecocokan model yang baik (Harrington, 2009).

Pada besaran *factor loading*, terdapat 3 item yang >0,40 yaitu item nomor 39 yang berbunyi “Saya cenderung tetap menonton serial TV sampai saya benar-benar ketagihan”, item nomor 38 yang berbunyi “Menonton serial TV menimbulkan rasa senang dan semangat di hidup saya”, dan item nomor 20 yang berbunyi “Saya tidak bisa menahan keinginan untuk menonton serial TV sepanjang waktu”. Hal ini dikarenakan mayoritas subjek yaitu sebesar 37.50% menghabiskan waktu menonton hanya 1-2 episode saja. Perilaku *binge watching* ini masih dalam kategori reguler dan dianggap sebagai menonton biasa (Starosta, Izydorczyk, & Lizińczyk, 2019). Sedangkan ke-3 item ini berhubungan dengan mengukur perilaku kecanduan dan berhubungan dengan kesehatan, maka dari itu berpengaruh pada jawaban subjek yang berdampak pada nilai *factor loading*. Keseluruhan nilai t-hitung setiap item menunjukkan nilai >1,96 dengan taraf signifikansi 95% ($p < 0,05$). Apabila berada di atas 1,96 maka terindikasi adanya hubungan antara faktor laten dan variabel observasi (Wackerly, Mendenhall, & Scheaffer, 2008). Hal ini didukung oleh pendapat Harrington (2009) yang mengatakan bahwa dalam menilai signifikansi estimasi parameter digunakan nilai t-hitung yang merupakan hasil bagi antara estimasi parameter dan standar errornya. Jika nilai t melebihi 1,96, maka estimasi parameter dianggap signifikan secara statistik pada tingkat signifikansi 0,05.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu pertama, tidak melakukan korelasi adaptasi BWESQ dalam Bahasa Indonesia dengan skala yang berhubungan dengan perilaku *binge watching* dalam Bahasa Indonesia lainnya. Kedua, ukuran sampel penelitian yang digunakan juga masih tergolong belum cukup untuk mengukur keseluruhan kompleks model. Kline (2015) menyarankan bahwa ukuran sampel untuk *Structural Equation Modeling* (SEM) atau teknik menganalisis hubungan antara variabel laten dan variabel observasi sebaiknya lebih dari 200 untuk memastikan stabilitas estimasi parameter, terutama untuk model yang lebih kompleks. Ketiga, cakupan subjek penelitian ini tidak menjangkau keseluruhan provinsi di Indonesia, sehingga kurang mewakili individu yang melakukan perilaku *binge watching* di Indonesia. Adaptasi alat ukur BWESQ versi bahasa Indonesia ini akan memberikan kontribusi bagi penelitian-penelitian selanjutnya, serta penggunaan alat ukur ini bisa divariasikan dengan variabel lainnya untuk mengeksplorasi fenomena-fenomena yang berkaitan dengan *binge watching*.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yaitu hasil validitas dan reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa alat ukur ini terbukti valid dan reliabel dalam mengukur perilaku *binge watching* di Indonesia. Temuan ini memberikan kontribusi penting bagi literatur psikologi di Indonesia dan dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut serta intervensi praktis dalam mengelola perilaku *binge watching*, namun perlu dilakukan modifikasi tertentu agar dapat menjadi alat ukur yang lebih baik lagi. Disarankan pada penelitian selanjutnya untuk menggunakan sampel yang lebih besar dan lebih merata di Indonesia untuk meningkatkan generalisasi temuan perilaku *binge watching*. Selain itu, dengan sampel yang lebih besar maka dapat memperoleh nilai *chi-square* dengan model yang lebih fit lagi karena estimasi nilai *chi-square* sangat sensitif dengan jumlah sampel. Saran untuk penelitian selanjutnya perlu juga untuk menguji korelasi alat ukur ini dengan skala yang berhubungan dengan perilaku *binge watching* dalam Bahasa Indonesia lainnya dan sampel yang lebih spesifik. Sehingga ketika adaptasi alat ukur ini memiliki kekurangan bisa diperbaiki agar alat ukur ini bisa lebih valid dan reliabel. Harapannya dengan adanya alat ukur yang valid dan reliabel, intervensi yang lebih tepat sasaran dapat dirancang untuk mengatasi dampak negatif dari *binge watching*, seperti gangguan tidur dan masalah kesehatan mental. Disarankan juga bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan pengujian validitas dengan menggunakan metode yang lain agar adaptasi alat ukur ini benar-benar dikatakan valid.

6. Daftar Pustaka

Adjie, M. F. P. (2020). K-drama addiction spikes during COVID-19 pandemic. survey finds. The Jakarta Post. 54 <https://www.thejakartapost.com/life/2020/08/28/k-drama-addiction-spikesduring-covid-19-pandemic-survey-finds.htm>

- Al-Kansa, B. B., Iswanda, M. L., Kamilah, N., & Herlambang, Y. T. (2023). Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Pola Hidup Manusia. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 4(3), 2966-2975. <https://doi.org/10.54373/imeij.v4i3.682>
- Azwar, S. (2012). "Reliabilitas dan Validitas". Pustaka Pelajar.
- Bagaskara, R. S., & Widyastuti, T. Adaptasi Social Connectedness Scale-Revised edisi Bahasa Indonesia. *Jurnal Psikologi*, 19(2), 106-116. <https://doi.org/10.24014/jp.v19i2.21124>
- Beckstead, J. W. (2009). Content validity is naught. *International Journal of Nursing Studies*, 46(9), 1274–1283. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2009.04.014>
- Brown, T. A. (2015). *Confirmatory factor analysis for applied research*. Guilford publications.
- Bhojwani, L. (2021). Indonesia: Cumulative SVOD subscribers reach 7 mil., led by Disney+ Hotstar. *Media Partners Asia*.
- Castro, D., Rigby, J. M., Cabral, D., & Nisi, V. (2021). The binge-watcher's journey: Investigating motivations, contexts, and affective states surrounding Netflix viewing. *Convergence*, 27(1), 3–20. <https://doi.org/10.1177/1354856519890856>
- Chang, J. Number of Netflix Subscribers in 2020: Growth, Revenue and Usage. 2020. Available online: <https://financesonline.com/number-of-netflix-subscriber>
- Chen, Yishuai; Zhang, Baoxian; Liu, Yong; Zhu, Wei (2013). Measurement and Modeling of Video Watching Time in a Large-Scale Internet Video-on-Demand System. *IEEE Transactions on Multimedia*, 15(8), 2087–2098. <https://doi.org/10.1109/tmm.2013.2280123>
- Cohen, R. J., & Swerdlik, M. E. (2009). *Psychological testing and assessment: An introduction to test and measurement* (7th ed.). McGraw-Hill.
- Cohen, R. J., Swerdlik, M. E., & Sturman, E. D. (2013). *Psychological Testing and Assessment* (8th ed.). New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). Metode penelitian pendekatan kuantitatif. *Media Sains Indonesia*.
- DeVellis, R.F. (2016). *Scale Development: Theory and Applications* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Exelmans, L., & Van den Bulck, J. (2017). Binge viewing, sleep, and the role of pre-sleep arousal. *Journal of Clinical Sleep Medicine*, 13(8), 1001-1008. <https://doi.org/10.5664/jcsm.670>
- Flayelle M., Maurage P., Karila L., Claus V., Billieux J (2019). Overcoming the unitary exploration of binge-watching: A cluster analytical approach. *J. Behav. Addict.* 2019;8:586–602. <https://doi.org/10.1556/2006.8.2019.53>.
- 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., Di Lorenzo, K. R., Vögele, C., Gainsbury, S. M., & Billieux, J. (2020). Binge-watching: What do we know so far? A first systematic review of the evidence. *Current Addiction Reports*, 7, 44-60. <https://doi.org/10.1007/s40429-020-00299-8>
- Flayelle, M., Castro-Calvo, J., Vögele, C., Astur, R., Ballester-Arnal, R., Challet-Bouju, G., ... & Billieux, J. (2020). Towards a cross-cultural assessment of binge-watching: Psychometric evaluation of the “watching TV series motives” and “binge-watching engagement and symptoms” questionnaires across nine languages. *Computers in Human Behavior*, 111, 106410. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106410>
- Gusti Nadhirah Saliha, G. N (2022). Peran self-regulation terhadap binge-watching behavior pada mahasiswa di Jabodetabek. *Karya Ilmiah Dosen. Universitas Pancasila*. https://perpus.univpancasila.ac.id/index.php?p=show_detail&id=130473&keywords=
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Harrington, D. (2009). *Confirmatory Factor Analysis*. Oxford University Press.
- Harris Interactive. Americans Talking Advantage of Ability to Watch TV on Their Own Schedules. 2013. Available online: <https://www.prnewswire.com/news-releases/americans-taking-advantage-of-ability-to-watch-tv-on-their-own-schedules-201924871.html>
- International Test Commission. (2017). *The ITC Guidelines for Translating and Adapting Tests* (Second edition).
- Jenner, M. (2020). Researching binge-watching. *Critical Studies in Television*, 15(3), 267-279.
- Kline, R. B. (2015). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (4th ed.). Guilford Press.

- Kemp, S. (2022). Digital 2022: Indonesia. Datarateportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Matrix S (2014). The Netflix effect: Teens, binge watching, and on demand digital media trends. *Jeunesse: Young People, Texts, Cultures* 6(1):119–138. <https://doi.org/10.1353/jeu.2014.0002>
- Matsumoto, D., & van de Vijver, F. J. R. (Eds.). (2019). "Cross-Cultural Research Methods in Psychology." Cambridge University Press.
- McCoach, D. B., Gable, R. K., & Madura, J.P. (2013). Instrument development in the affective domain (3rd ed.). Netherlands: Springer.
- McQuail (2010). *McQuail's mass communication theory*. Sixth edition. Thousand Oaks, Calif.: Sage.
- Miranti, R., & Nugraha, S. (2023, January). Hubungan antara Narrative Engagement dengan Binge Watching pada Penonton K-drama. In Bandung Conference Series: Psychology Science (Vol. 3, No. 1, pp. 16-24). <https://doi.org/10.29313/bcsps.v3i1.5114>
- Millington, S. (2021). Life reinvented. Indonesian behavior one year after the start of the COVID-19 pandemic. Nielsen. <https://www.nielsen.com/id/en/pressreleases/2021/life-reinvented-indonesian-behavior-one-year-after-the-start-of-the-covid-19-pandemic/>
- Moore, A.E. Binge-watching: Exploring the Relationship of Binge-watched Television Genres and Colleges at Clemson University. In Proceedings of the Graduate Research and Discovery Symposium (GRADS), Clemson, SC, USA, 23 July 2015; p. 138.
- Nabila, M (2023). Laporan JustWatch: Netflix Kuasai Pangsa Pasar Video Streaming Indonesia Sepanjang 2023. https://dailysocial.id/post/pangsa-pasar-video-streaming-2023#google_vignette
- Netflix. Netflix Declares BingeWatching is theNewNormal. 2013. Available online: <https://www.prnewswire.com/news-releases/netflix-declares-binge-watching-is-the-new-normal-235713431.htm>
- Nova, F., & Fitria, P. E. (2023). An Influence Of User Experience And Brand Experience On The Customer Satisfaction At Disney+ Hotstar Digital Streaming Services. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 11(2), 454-463. <https://doi.org/10.31846/jae.v11i2.638>
- Nurbaiti, N., & Alfariysi, M. F. (2023). Sejarah Internet di Indonesia. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 2336-2344.
- Pasay, Y. A. (2022). Pengaruh binge-watching terhadap stres akademik pada mahasiswa yang sedang menyusun skripsi pada masa pandemi covid-1. *Mercy Journal*. <https://dx.doi.org/10.22441/merpsy.v15i2.20498>
- Pittman, M., & Steiner, E. (2019). Transportation or narrative completion? Attentiveness during binge-watching moderates regret. *Social Sciences*, 8(3), 99. <https://doi.org/10.3390/socsci8030099>
- Pertiwi, NI, Harding, D., & Yanuarti, N. (2021). Pengaruh quality of work life terhadap work engagement pada Pegawai Negeri Sipil (PNS) yang belum menikah. *Psikovidya*, 25 (1), 52-62.
- Pierce-Grove, R. (2016). Just one more: How journalists frame binge watching. *First Monday*, 22. <https://doi.org/10.5210/fm.v22i1.7269>
- Primanovanti, M. A. (2021). Hubungan Antara Self-Control Dengan Binge-Watching Pada Dewasa Awal Selama Pandemi Covid-19 (Skripsi, Universitas Negeri Jakarta).
- Priyatno, D. 2014. SPSS 22 Pengolah data terpraktis. ANDI: Yogyakarta.
- Pusparisa, Y. (2020). LIPI: Masyarakat Menonton Drama Korea Lebih dari Enam Kali dalam Sepekan. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/30/lipi-masyarakatmenonton-drama-korea-lebih-dari-enam-kali-dalam-sepekan>
- Ramadhan, H. A., Purwaamijaya, B. M., & Guntara, R. G. (2023). Pengaruh User Experience terhadap Customer Satisfaction pada Aplikasi Seluler Streaming Video. *JTIM: Jurnal Teknologi Informasi dan Multimedia*, 5(2), 122-133. <https://doi.org/10.35746/jtim.v5i2.367>
- Rubeking, 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*, 9(1), 69–85. https://doi.org/10.1386/jdtv.9.1.69_1
- Starosta, J. A., Izydorczyk, B., & Lizińczyk, S. (2019). Characteristics of people's binge-watching behavior in the "entering into early adulthood" period of life. *Journal of Behavioral Addictions*, 8(3), 356-364. <https://doi.org/10.5114/hpr.2019.83025>
- Srinivasan, A., Edward, S., & Eashwar, A. (2021). A study on binge watching and its association with sleep pattern: A cross sectional study among medical college students in Kancheepuram district, Tamil Nadu. *National Journal of Community Medicine*, 12(12), 400-404. <https://doi.org/10.5455/njcm.20211122052816>

- Zahara , E. N., & Irwansyah (2020). Binge Watching: Cara Baru Menonton Televisi Sebagai Dampak Konvergensi Media. *Jurnal Sositologi*, 19(2), 237-248. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2020.19.2.8>
- Wackerly, D. D., Mendenhall, W., & Scheaffer, R. L. (2008). *Mathematical Statistics with Applications* (7th ed.). Duxbury Press.
- West, S. G., Taylor, A. B., & Wu, W. (2012). Model fit and model selection in structural equation modeling. In R. H. Hoyle (Ed.), *Handbook of Structural Equation Modeling* (pp. 209-231). Guilford Press.
- Wulandari, W., & Widodo, G. G. (2019). Hubungan Perilaku Binge Watching Dengan Kejadian Kelelahan Pada Mahasiswa. *Jurnal Keperawatan*, 11(2), 119-124. <https://doi.org/10.32583/keperawatan.v11i2.516>
- Wilbert, M. (26 Januari 2022). Comparison of the Top 15 VOD Platforms: What You Need to Know [2022 Update]. Datacast. <https://www.dacast.com/blog/top-5-vod-platforms-online-video-hosting/>