

Dampak Teknologi *Short Video Content* Media Sosial Terhadap Pola Konsumsi Informasi Digital Generasi Muda

Saldan Rama

ramas22h@student.unhas.ac.id

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas MIPA, Universitas Hasanuddin, Kota Makassar, Indonesia

PENDAHULUAN

Revolusi digitalisasi saat ini telah membawa perubahan yang drastis dalam cara manusia mengonsumsi media informasi, terutama pada kalangan generasi muda. Salah satu contoh yang paling menonjol adalah popularitas produk konten video berdurasi pendek (*short video*) di sosial media. Platform seperti TikTok, YouTube Shorts, Instagram Reels dan beberapa platform penyedia *short video content* lainnya telah mengubah lanskap media digital, menawarkan produk konten singkat yang mudah dicerna dan sangat addictive. Fenomena ini semakin diperkuat dengan adanya berbagai fitur yang memudahkan pengguna untuk membuat dan mengonsumsi konten video berdurasi pendek, dan menciptakan budaya baru dalam konsumsi media digital.

Di Indonesia, pola konsumsi informasi masyarakat telah mengalami transformasi yang signifikan, terutama dengan munculnya fenomena konten pendek di media sosial. Berdasarkan data Sensus BPS terkini, Indonesia didominasi oleh Generasi Z (27,94%) dan Millennials (25,87%), yang bersama-sama menyumbang 53,81% dari total penduduk (Goodstats, 2023). Kedua generasi ini dikenal sangat adaptif terhadap teknologi dan menjadi pengguna utama platform media sosial, khususnya aplikasi yang menyajikan konten video pendek.

Video pendek, yang didefinisikan sebagai konten berdurasi kurang dari 15 menit (umumnya antara 1-5 menit), memiliki karakteristik unik berupa gaya yang jelas, konten ringkas, dan ritme cepat. Karakteristik ini memungkinkan video pendek untuk menarik perhatian

pengguna dalam hitungan detik dan mendorong mereka untuk menonton secara terus-menerus, menciptakan potensi perilaku kompulsif dari waktu ke waktu (Zhang et al., 2019).

Mekanisme personalisasi dalam aplikasi video pendek, yang menyajikan konten berdasarkan analisis preferensi pengguna, semakin meningkatkan risiko adiksi. Sistem algoritma yang terus menyajikan konten sesuai minat pengguna menciptakan siklus dopamin yang mendorong perilaku scrolling tanpa henti. Fenomena ini sejalan dengan definisi adiksi yang dikemukakan oleh Campbell (2003), yaitu pemikiran berlebihan dan keinginan kuat untuk melakukan suatu perilaku, waktu yang berlebihan dihabiskan untuk merencanakan dan terlibat dalam perilaku tersebut, serta berkurangnya waktu untuk aktivitas lain.

Laporan We Are Social dan Hootsuite 2023 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki 191 juta pengguna media sosial aktif dengan rata-rata waktu penggunaan mencapai 3 jam 14 menit per hari. Data ini menjadi lebih mengkhawatirkan dengan temuan bahwa 97% pengguna internet aktif di Indonesia mengonsumsi konten video pendek dengan rata-rata 2,5 jam per hari (SWA, 2023). Intensitas konsumsi yang tinggi ini berpotensi mempengaruhi adaptasi kinerja otak, sebagaimana dikemukakan oleh Potenza (2010).

Indonesia, sebagai negara dengan pengguna TikTok terbanyak di dunia (mencapai 125,0 juta pengguna dengan pertumbuhan 668,9% sejak 2020), menjadi contoh nyata besarnya paparan konten pendek terhadap generasi muda. Rata-rata penggunaan harian mencapai 99 menit per pengguna (CNN Indonesia, 2023), menunjukkan tingginya risiko dampak neurologis dan perubahan pola kognitif.

Penelitian terkini oleh Yang (2023) mengonfirmasi bahwa aplikasi berbentuk video pendek sangat cocok dengan proses adiksi, dimana baik dewasa maupun remaja berpotensi mengalami ketergantungan. Kepuasan langsung yang diberikan oleh konten pendek memicu produksi dopamin, menyebabkan pengguna kesulitan untuk berhenti mengkonsumsinya.

Melihat besarnya dampak teknologi konten pendek terhadap kemampuan kognitif dan sistem reward berbasis dopamin, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih dalam bagaimana konsumsi konten pendek mempengaruhi kemampuan mengingat dan fokus generasi muda Indonesia, serta ketergantungannya terhadap gratifikasi instan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dampak neurologis konsumsi konten pendek dan membantu merumuskan strategi untuk memitigasi efek negatifnya terhadap perkembangan kognitif generasi muda Indonesia.

REFERENSI

- Rangga Arsyadani Wahyudi, Farhan Arya Wibawa, & Muhammad Haidar Fadhilah. (2024).
PENGARUH KONTEN SHORT VIDEO PADA KONDISI PSIKOLOGIS MANUSIA.
Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora, 3(2), 452–463. Retrieved from
<https://publisherqu.com/index.php/pediaqu/article/view/869>
- AYU MAHARANI SETIAWAN, & LISTYATI SETYO PALUPI. (2024). *Literature Review: Pengaruh Adiksi Aplikasi Berbentuk Video Pendek (TikTok) pada Minat Baca Generasi Z*.
AYU MAHARANI SETIAWAN & LISTYATI SETYO PALUPI.
<http://repository.unair.ac.id/id/eprint/133604>
- Prastyana, M. N., Rondli, W. S., & Pratiwi, I. A. (2024). Analisis Pengaruh *Short Video* Dalam Perkembangan Kepribadian Anak Sekolah Dasar. *Jurnal Education FKIP UNMA*, 10(3).
<https://doi.org/10.31949/educatio.v10i3.8697>
- Zhang, X., Wu, Y., & Liu, S. (2019). Exploring short-form Video application addiction: Sociotechnical and attachment perspectives. *Telematics and Informatics*, 42, 101243.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101243>
- Campbell, W. G. (2003). Addiction: A disease of volition caused by a cognitive impairment. *The Canadian Journal of Psychiatry*, 48(10), 669–674.
<https://doi.org/10.1177/070674370304801005>
- Yang, Z. (2023). Why adolescents are addicted to social media. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 8, 1430–1436. <https://doi.org/10.54097/ehss.v8i.4498>
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in Public Health*, 9.
<https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>

Data, G. (2023). *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z - GoodStats Data*.

GoodStats Data. <https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv>

RRI. (2024, May 29). *Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun*

2024. Rri.co.id - Portal Berita Terpercaya; RRI. [https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024#:~:text=Frekuensi%20penggunaan%20masyarakat%20indonesia%20rata,%2C%20belanja%20online%20\(61%25\)](https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024#:~:text=Frekuensi%20penggunaan%20masyarakat%20indonesia%20rata,%2C%20belanja%20online%20(61%25))

CNN tim. (2024, October 7). *Indonesia Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia, Kalahkan AS hingga Rusia*. Teknologi; cnnindonesia.com.

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20241007094807-192-1152374/indonesia-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-kalahkan-as-hingga-rusia#:~:text=Indonesia%20Pengguna%20TikTok%20Terbanyak%20di%20Dunia%2C%20Kalahkan%20AS%20hingga%20Rusia,-tim%20%7C%20CNN%20Indonesia&text=Indonesia%20jadi%20raja%20TikTok%20di,105%2C3%20juta%20pengguna%20TikTok>.

Magazine, P. (2024, January 19). *How Social Media Affects Our Attention Span*. Psychologs

Magazine | Mental Health Magazine | Psychology Magazine | Self-Help Magazine.
<https://www.psychologs.com/how-social-media-affects-our-attention-span/>

M. Ubaidillah. (2023). *Video Pendek Semakin Digemari Masyarakat Indonesia*. Swa.co.id.

<https://swa.co.id/read/392161/video-pendek-semakin-digemari-masyarakat-indonesia>