



DAYA TARIK SHORT DRAMA CHINA: FENOMENA KONSUMSI CEPAT DALAM PERSPEKTIF PSIKOLOGI SOSIAL

Asma Nadia Hasuna, Mirna Nur Alia Abdullah,

Muhammad Retsa Rizaldi Mujayapura

Prodi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial,

Universitas Pendidikan Indonesia

Abstrak

Artikel ini membahas bagaimana realitas sosial di masyarakat memengaruhi kehidupan individu, terutama dalam konteks peran gender, ekspektasi sosial, dan pengalaman perempuan. Melalui kajian pustaka terhadap berbagai sumber, penulis menganalisis tekanan sosial yang dihadapi perempuan serta bagaimana individu meresponsnya melalui strategi bertahan, penyesuaian, atau perlawanan. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggambarkan fenomena ini secara deskriptif. Hasil analisis menunjukkan bahwa struktur sosial seringkali memperkuat ketimpangan gender, namun juga membuka ruang bagi agen-agen sosial untuk melakukan resistensi dan transformasi. Kajian ini diharapkan dapat memberikan perspektif baru dalam memahami keterkaitan antara individu dan struktur sosial dalam konteks dinamika kehidupan perempuan.

Kata Kunci: Short drama, Konsumsi cepat, Psikologi sosial.

PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, penggunaan media sosial terus mengalami peningkatan yang pesat di berbagai kalangan tanpa memandang usia. Baik untuk keperluan pekerjaan, komunikasi, maupun sekadar mencari hiburan, media sosial telah menjadi

bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Salah satu bentuk hiburan yang semakin populer dalam beberapa tahun terakhir adalah short drama China, yang telah menarik perhatian banyak penonton di berbagai negara, termasuk Indonesia.

*Correspondence Address : asmanadia.33@upi.edu

DOI : 10.31604/jips.v12i6.2025.2388-2393

© 2025UM-Tapsel Press

Salah satu faktor utama yang membuat short drama begitu diminati adalah konsep instant gratification, atau kepuasan instan. Dalam konteks ini, individu cenderung mencari hiburan yang dapat memberikan kesenangan dengan cepat tanpa harus meluangkan waktu yang panjang. Tidak seperti drama konvensional yang memiliki episode panjang dan pengembangan cerita yang lebih lambat, short drama menawarkan pengalaman menonton yang lebih ringkas dan langsung ke inti cerita. Hal ini sesuai dengan karakteristik generasi digital yang terbiasa dengan akses instan terhadap informasi dan hiburan. Selain itu, pengaruh media sosial dan algoritma platform streaming juga berperan besar dalam mendorong pertumbuhan popularitas short drama. Berbagai platform seperti TikTok, WeTV, iQIYI, dan Youtube menggunakan sistem rekomendasi berbasis algoritma yang menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna, sehingga semakin banyak orang yang tertarik dan terdorong untuk menonton drama pendek ini. Dari perspektif psikologi sosial, fenomena ini menggambarkan bagaimana pola konsumsi individu dapat dipengaruhi oleh norma sosial serta tren yang berkembang dalam komunitas digital.

Meskipun short drama menawarkan hiburan yang praktis dan mudah diakses, ada beberapa kekhawatiran yang muncul terkait dengan dampaknya terhadap perilaku dan kesejahteraan individu. Beberapa penelitian mengindikasikan bahwa konsumsi konten berdurasi pendek secara berlebihan dapat menimbulkan dampak negatif, terutama dalam hal interaksi sosial dan produktivitas. Kebiasaan menonton konten yang serba cepat dapat mengurangi rentang perhatian (*attention span*), membuat individu lebih sulit untuk fokus dalam aktivitas yang membutuhkan konsentrasi tinggi. Selain itu, kecanduan

terhadap format hiburan instan ini juga berpotensi mengurangi interaksi sosial secara langsung, karena individu cenderung lebih banyak menghabiskan waktu di depan layar dibandingkan berkomunikasi secara tatap muka.

Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai fenomena ini guna memahami dampak jangka panjangnya terhadap perilaku masyarakat. Dengan semakin meningkatnya tren konsumsi cepat dalam dunia digital, perlu adanya kesadaran serta strategi untuk mengelola kebiasaan menonton agar tetap seimbang dan tidak berdampak negatif terhadap aspek kehidupan lainnya. Pemahaman yang lebih komprehensif mengenai short drama dan pola konsumsi cepat ini dapat membantu individu membuat keputusan yang lebih bijak dalam menikmati hiburan digital.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk memahami fenomena konsumsi short drama China dari perspektif psikologi sosial. Dalam proses pengumpulan data, penelitian ini mengandalkan dua sumber utama, yaitu data primer yang diperoleh melalui kuesioner dan data sekunder yang dikumpulkan melalui studi literatur. Data primer yang berasal melalui pengisian kuesioner berisikan para responden yang memiliki umur >18 tahun dan aktif menonton short drama China. Data primer juga dikumpulkan dengan menggunakan Google Form, di mana kuesioner disebarkan kepada responden untuk mendapatkan wawasan mengenai kebiasaan menonton short drama China. Melalui kuesioner ini, penelitian berupaya menggali faktor-faktor yang memengaruhi konsumsi short drama, pola kebiasaan menonton,

serta dampak yang dirasakan oleh para penonton.

Selain itu, penelitian ini juga melakukan studi literatur dengan meninjau berbagai jurnal dan artikel ilmiah yang relevan. Studi literatur digunakan untuk menganalisis konsep-konsep teoritis dan temuan penelitian sebelumnya terkait fenomena konsumsi cepat dalam media digital, khususnya dalam konteks *short drama*. Dengan menggabungkan hasil kuesioner dan studi literatur, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai fenomena ini serta melihat bagaimana teori yang ada dapat mendukung atau menjelaskan temuan dari data primer.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pengumpulan data, dari kuesioner yang sudah disebar, ditemukan beberapa pola menarik terkait konsumsi *short drama* China di kalangan responden. Dalam data yang diperoleh, diketahui bahwa mayoritas penikmat dari *short drama* China ini berasal dari kalangan muda yang secara aktif mengonsumsi sebagai hiburan sehari-hari. Hal ini berkaitan dengan tren global yang menunjukkan bahwa konten yang berdurasi pendek lebih banyak diminati karena menawarkan pengalaman menonton yang lebih efisien dan mudah diakses melalui platform digital.

Berdasarkan laporan dari laman web Antara yang mengutip data dari firma analisis bisnis berbasis di China, *iiMedia Research*, industri serial pendek berbasis internet di China mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Pada tahun 2023, pasar *short drama* China mencapai nilai sebesar 37,39 miliar yuan, atau setara dengan 5,26 miliar dolar AS. Angka ini menunjukkan peningkatan luar biasa sebesar 268 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Tren ini diperkirakan akan terus

berkembang, bahkan diproyeksikan melampaui angka 100 miliar yuan pada tahun 2027. Popularitas *short drama* tidak terlepas dari formatnya yang unik, di mana setiap episode memiliki durasi yang singkat serta alur cerita yang cepat dan padat. Hal ini membuatnya menjadi pilihan hiburan yang efisien, terutama bagi mereka yang memiliki keterbatasan waktu tetapi tetap ingin menikmati alur cerita yang menarik.

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas responden menonton *short drama* setiap hari, atau beberapa kali dalam seminggu dengan durasi menonton bervariasi, akan tetapi sebagian besar menghabiskan antara 30 menit hingga 2 jam setiap harinya. Hal ini menunjukkan bahwa menonton *short drama* telah menjadi suatu rutinitas harian bagi sebagian besar responden sebagai hiburan, menggantikan atau melebihi konsumsi aktivitas hiburan media lain seperti menonton film atau serial televisi yang berdurasi lebih panjang.

Meningkatnya popularitas *short drama* China tentu tidak lepas dari faktor platform media yang digunakan, dimana terdapat akses yang beragam dan mempermudah penyebaran kepopuleran *short drama* ini, dengan dominasi aplikasi seperti Tiktok, Youtube, dan beberapa aplikasi *streaming* yang berasal dari China seperti Iqiyi dan WeTV. Algoritma media sosial juga berperan besar dalam meningkatkan kepopuleran *short drama* dan juga meningkatkan kebiasaan konsumsi ini, dimana pengguna cenderung ditampilkan dan diarahkan untuk terus menonton berdasarkan video yang mereka minati juga riwayat tontonan. Kemudahan akses serta format video yang ringkas inilah membuat *short drama* bagi sebagian besar orang merupakan pilihan hiburan singkat yang sangat cocok, terutama bagi individu yang memiliki waktu luang terbatas.

Selain itu, pola konsumsi ini juga dipengaruhi oleh tren yang berkembang di media sosial. Banyak pengguna tertarik untuk menonton berdasarkan rekomendasi teman sesama komunitas, jumlah suka, atau berdasarkan viralitasnya, baik melalui platform streaming resminya, atau sekedar cuplikan-cuplikan singkat yang berseliweran tak lebih dari 10 menit di platform media sosial seperti *Instagram* dan *Tiktok*. Dengan pola konsumsi yang semakin cepat dan instan inilah *short drama* menjadi representasi dari perubahan perilaku konsumsi media sosial di era digital yang mengutamakan kepuasan instan dan efisiensi waktu.

Popularitas *short drama* China terlebihnya dikalangan muda memiliki beberapa faktor. Berdasarkan hasil data dari responden, salah satu faktor utamanya ialah alur yang cepat dan langsung ke inti konflik, berbeda dengan film atau serial televisi yang memiliki tahap-tahap pengenalan tokoh atau latar. Hal ini sejalan dengan kebutuhan dan preferensi pengguna digital yang cenderung mencari hiburan singkat dan tidak memakan waktu yang lama dengan kepuasan instan. Fenomena ini sejalan dengan konsep *instant gratification* yang menurut George Ainslie dalam artikelnya yang berjudul "*Specious Reward: A Behavioral Theory of Impulsiveness and Impulse Control*" yang diterbitkan dalam *Psychological Bulletin* pada tahun 1975, instant gratification berkaitan erat dengan perilaku impulsif, di mana individu lebih memilih hadiah yang lebih kecil namun segera, dibandingkan dengan hadiah yang lebih besar tetapi tertunda. Jika dikaitkan dengan perkataan Ainslie dalam psikologi sosial, *instant gratification* ini menunjukkan bahwa individu lebih memilih menonton *short drama* China dengan kualitas atau alur yang lebih rendah dan murah tetapi singkat daripada menonton serial

televisi atau film yang memiliki kualitas lebih baik tetapi berdurasi lebih panjang.

Selain itu, algoritma rekomendasi pada platform media sosial dan aplikasi streaming memainkan eksposur yang tak kalah besar akan kepopuleran *short drama* ini. Algoritma media sosial dirancang untuk menampilkan konten-konten yang berkaitan dengan riwayat tontonan ataupun interaksi yang diberikan oleh pengguna terhadap konten, sesuai dengan preferensi masing-masing sehingga mendorong konsumsi berkelanjutan. Tren dan viralitas juga menjadi andil yang besar dalam menarik minat penonton, karena konten yang sedang tren menjadi lebih mudah ditemukan dan menciptakan efek domino yang meningkatkan kepopuleran *short drama* China.

Sebagai sebuah aktifitas hiburan di media sosial semata, *short drama* China ini tentu memberikan rasa puas terhadap penikmatnya. Akan tetapi disamping itu terdapat dampak nyata yang memengaruhi perilaku penikmatnya. Berdasarkan hasil dari data penelitian, sebagian besar responden menyatakan jika mereka terkena dampak kecenderungan *binge-watching*, yaitu kecanduan untuk menonton secara terus-menerus. Perilaku ini dapat mempengaruhi produktivitas dari responden dan mempengaruhi runtutan aktivitas sehari-hari mereka. Selain itu, dampak yang mempengaruhi terhadap perilaku konsumen ialah dalam segi psikologisnya, berupa menurunnya kualitas kesehatan mental seperti meningkatnya kecemasan karena ingim segera menyelesaikan film atau drama yang ditonton.

Disisi lain, beberapa responden memberikan pernyataan *short drama* tidak mempengaruhi aktifitas harian mereka, melainkan memberikan perasaan terhibur secara instan dan juga

sebagai penghilang stress. Namun tetap saja hal tersebut tidak bertahan lama dan sering kali hanya bersifat sementara dan tidak memberikan kepuasan dalam jangka waktu yang panjang, sehingga harus dapat mengontrol mengonsumsi konten setiap harinya.

Responden yang menjadi narasumber dalam pengambilan data terdapat lebih dari 10 orang, masing-masing dari responden memiliki persepsi yang berbeda terhadap *short drama* China ini. Sebagian besar mengapresiasi sebagai alih hiburan instan yang mudah diakses dan beragam variasi konten yang dimiliki, yang memungkinkan mereka untuk menemukan konten drama yang sesuai dengan preferensi masing-masing. Namun ada juga yang mengkhawatirkan mengenai adiksi dan mempengaruhi produktivitas sehari-hari akibat dari kemudahan mengaksesnya.

Mayoritas responden menyatakan pentingnya mengatur waktu dalam mengonsumsi konten *short drama* agar tidak mengganggu produktivitas dalam melakukan kegiatan yang lebih penting dalam kehidupan sehari-hari, seperti yang disebutkan oleh salah satu responden *"Jika hanya untuk hiburan, yaa pandai-pandai lah mengkonsumsi waktu. Jangan terlalu berlebihan jika ingin menonton. Apa yang dimaksud berlebihan adalah dimana kita mengkesampingkan kegiatan wajib dan malah memilih menonton drama china ini"*. Responden disini memperlihatkan kekhawatiran akan terjadinya adiksi atau kecanduan terhadap *short drama* China sehingga turut serta memberikan saran dan nasihat bagi para penikmat yang lain.

Selain itu, beberapa responden merespon pula dengan persepsi mereka dimana beberapa alur cerita sama-sama saja dan tidak begitu berbeda sehingga timbul rasa bosan karena alur cerita yang tidak menarik, pun terkadang beberapa *short drama* terlihat tidak diproduksi

dengan baik yang membuat kualitasnya menjadi tambah tidak baik.

SIMPULAN

Berdasarkan analisis dan temuan dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa *short drama* China memiliki daya tarik kuat yang berasal dari formatnya yang singkat namun padat secara emosional. Dalam perspektif psikologi sosial, fenomena ini menunjukkan bagaimana kebutuhan akan kepuasan instan, konformitas terhadap tren media sosial, serta pencarian aktualisasi diri menjadi faktor utama dalam pola konsumsi hiburan modern. Konsumsi cepat ini memberi keuntungan dalam hal efisiensi dan kedekatan emosional, namun juga mengindikasikan adanya potensi perubahan dalam cara individu memproses informasi dan membangun koneksi sosial melalui media digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan syukur yang sebesar-besarnya ke hadirat Allah Swt. Atas rahmat dan kemudahan yang diberikan sehingga artikel ini dapat terselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada kedua dosen yang telah membimbing, yaitu Ibu Dr. Mirna Nur Alia Abdullah, S.Sos., M.Si dan Bapak Muhammad Retsa Rizaldi Mujayapura, S.Pd, M.Pd., atas arahan, masukan, serta motivasi yang sangat membantu dalam proses penulisan.

Penulis juga berterima kasih kepada teman-teman yang telah memberikan dukungan moral dan masukan selama proses penyusunan artikel ini. Tak lupa, penghargaan diberikan kepada para penulis jurnal dan karya ilmiah yang telah dijadikan referensi utama dalam penulisan artikel ini; tanpa kontribusi pemikiran mereka, tulisan ini tentu tidak akan sekomprehensif sekarang.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh

dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan di masa mendatang.

psychological approach. *Psychology and Marketing*, 39(3), 501–510.

Zhao, S. (2016). The Internet and the transformation of the Chinese cultural sphere. *Information, Communication & Society*, 19(5), 641–657.

DAFTAR PUSTAKA

Adristiyani, N. A., & Halimah, L. (2021). Pengaruh Uses and Gratification terhadap adiksi Instagram pada emerging adulthood di Kota Bandung. *Jurnal Riset Psikologi*, 32–41.

Bai, Y. (2021). Short videos and youth culture in China: Understanding the TikTok phenomenon. *International Journal of Cultural Studies*, 24(4), 567–583.

Dinh, T. H., & Nguyen, Q. M. (2020). Instant gratification and online consumption behavior: A study on young consumers. *Journal of Behavioral Economics and Social Psychology*, 8(2), 134–142.

Hu, Y., Zhang, J., & Wang, Y. (2018). Short-form video platforms and media habits of Gen Z in China. *Asian Journal of Communication*, 28(6), 610–625.

Johnston, M. (2018). Instant gratification for the internet generation: Goal motivation affects self-control as a function of self-esteem. [Unpublished manuscript or online resource if available].

Leung, L. (2015). Effects of Internet connectedness and information literacy on quality of life. *Telematics and Informatics*, 32(2), 345–354.

Lin, J. H., & Chiang, Y. (2021). Short video addiction and psychological well-being: The mediating role of instant gratification. *Journal of Social and Personal Relationships*, 38(7), 2162–2180.

Nasution, S. I., & Sos, S. (2023). Psikologi sosial. Selat Media.

Sun, W., & Yu, H. (2019). Popular media and digital publics in China: Short video, citizenship, and the 'networked self'. *International Communication Gazette*, 81(5), 428–444.

Zhang, L., & Hao, Y. (2022). Short video and its influence on youth attention span: A