CORTEX DATA INDONESIA

CORTEX DATA INDONESIA RESEARCH

SIBUK SCROLL, LUPA TIDUR:

DAMPAK LIVE SHOPPING PADA POLA ISTIRAHAT GENERASI Z

2025



CORTEX DATA INDONESIA

Kata Pengantar

Generasi Z di Indonesia dikenal sebagai generasi digital native yang tumbuh bersama smartphone, media sosial, dan platform e-commerce. Kedekatan mereka dengan teknologi digital membentuk pola interaksi, komunikasi, dan konsumsi yang berbeda dari generasi sebelumnya. Dalam konteks inilah, live shopping muncul sebagai fenomena baru yang cepat diterima, terutama melalui platform seperti Shopee Live dan TikTok Shop.

Tren live shopping tidak hanya memengaruhi cara Gen Z berbelanja, tetapi juga gaya hidup sehari-hari mereka. Aktivitas menonton siaran langsung, berinteraksi dengan host, hingga melakukan transaksi instan menjadi bagian dari keseharian. Namun, di balik kemudahan dan hiburan yang ditawarkan, muncul pertanyaan kritis mengenai dampak aktivitas ini terhadap aspek kesehatan, terutama yang berkaitan dengan pola tidur dan keseimbangan mental.

Beberapa penelitian global menegaskan adanya korelasi antara tingginya screen time di malam hari dengan meningkatnya risiko gangguan kesehatan mental pada remaja. Laporan dari American Psychological Association (APA, 2025) dan Centers for Disease Control and Prevention (CDC, 2025) menunjukkan bahwa paparan layar berlebih pada malam hari berpotensi meningkatkan gejala stres, kecemasan, hingga depresi. Fenomena ini menjadi relevan ketika dikaitkan dengan kebiasaan Gen Z yang kerap menghabiskan waktu hingga larut malam untuk scrolling atau mengikuti live shopping.

White paper ini disusun melalui pendekatan desk research dengan mengompilasi berbagai sumber data sekunder, baik dari laporan riset internasional, publikasi akademik, maupun survei pasar terkini di Indonesia. Fokus utama white paper ini adalah memberikan gambaran komprehensif mengenai hubungan antara aktivitas digital, khususnya live shopping, dengan kesehatan fisik dan mental generasi muda. Dengan demikian, hasil kajian ini diharapkan dapat memperkaya wacana publik sekaligus menjadi bahan refleksi bagi para pemangku kepentingan.

Akhir kata, kami berharap white paper ini dapat menjadi rujukan awal bagi akademisi, praktisi, pembuat kebijakan, maupun masyarakat umum dalam memahami implikasi dari tren live shopping. Semoga hadirnya kajian ini dapat mendorong lahirnya strategi yang lebih inklusif, sehat, dan berkelanjutan dalam mengelola interaksi digital generasi muda di era ekonomi digital yang terus berkembang pesat.





CORTEX DATA INDONESIA

RINGKASAN EKSEKUTIF

Fenomena live shopping di Indonesia menunjukkan lonjakan signifikan dalam ekosistem e-commerce, dengan Shopee Live dan TikTok Shop sebagai pemain utama. Menurut laporan Jakpat (2023), 65% pengguna e-commerce di Asia Tenggara pernah mengikuti sesi belanja live streaming. Di Indonesia sendiri, kontribusi live shopping menjadi salah satu pendorong kenaikan nilai transaksi e-commerce dari Rp105,6 triliun pada 2018 menuju proyeksi Rp503 triliun pada 2025 (BI & Momentum, 2024). Bagi Generasi Z, yang rata-rata menghabiskan 8–9 jam per hari di depan layar (We Are Social, 2023), live shopping bukan hanya saluran belanja, melainkan juga bentuk hiburan yang terintegrasi dengan gaya hidup digital.

Meski demikian, tren ini membawa tantangan serius bagi kesehatan. Studi Dwiyanti dkk. (2023) menemukan 43% remaja usia 15–19 tahun menderita insomnia parah. Konsentrasi aktivitas live shopping pada jam 18.00–22.00 WIB mendorong penundaan tidur (sleep delay) yang berdampak pada penurunan produktivitas, daya tahan tubuh, hingga risiko stres. Data CDC (2025) bahkan menegaskan bahwa screen time lebih dari 4 jam pada malam hari meningkatkan risiko depresi ringan, sehingga keterlibatan berlebih dalam live shopping menambah potensi gangguan kesehatan mental.

Dari aspek perilaku konsumsi, Gen Z memperlihatkan dominasi pada kategori skincare & bodycare (73%) dan pakaian (70%) sebagai barang belanja utama (Katadata, 2024). Sementara itu, pembelian spontan juga marak, terutama untuk produk makanan & minuman (45%) dan aksesori/gadget (41%), didorong oleh promo terbatas dan fenomena fear of missing out (FOMO). Kondisi ini berimplikasi pada peningkatan belanja impulsif yang, bila tidak terkontrol, dapat memicu masalah keuangan pribadi serta menormalisasi pola konsumsi tidak sehat.

Untuk menjawab dilema antara peluang ekonomi dan risiko kesehatan, diperlukan strategi mitigasi kolektif. Konsumen perlu diedukasi mengenai sleep hygiene, digital detox, dan kesadaran kesehatan mental. Platform e-commerce didorong menyediakan fitur pengingat jam tidur, tracker screen time, serta menyesuaikan jadwal promosi agar lebih ramah kesehatan. Pemerintah berperan memperkuat literasi digital sehat dan mengintegrasikan isu kesehatan mental dalam kebijakan gaya hidup digital.

Dengan sinergi antara konsumen, platform, dan pemerintah, live shopping dapat berkembang menjadi motor pertumbuhan ekonomi digital yang berkelanjutan dan inklusif, sekaligus tetap menjaga kesejahteraan generasi muda Indonesia di era transformasi digital.



CORTEX DATA INDONESIA

Daftar Isi



Kata Pengantar 2

Ringkasan Eksekutif 3

Bab 1 Pendahuluan: Latar Belakang dan Tujuan 6

Bab 2 Kerangka Teori 10

- Behavioral Economics: FOMO (Fear of Missing Out) 11
- Theory of Planned Behavior 11
- Sleep Hygiene Theory 12
- Mental Health Framework 12

Bab 3 Temuan Awal: Desk Research 14

- Jam Tayang Live 15
- Durasi Menonton Live 16
- Kebiasaan Konsumsi Belanja Online 17
- Kesehatan Mental 19

BAB 4 Dampak Live Shopping 21

BAB 5 Penutup: Strategi Mitigasi dan Kesimpulan 24

CORTEX DATA INDONESIA

BAB 1

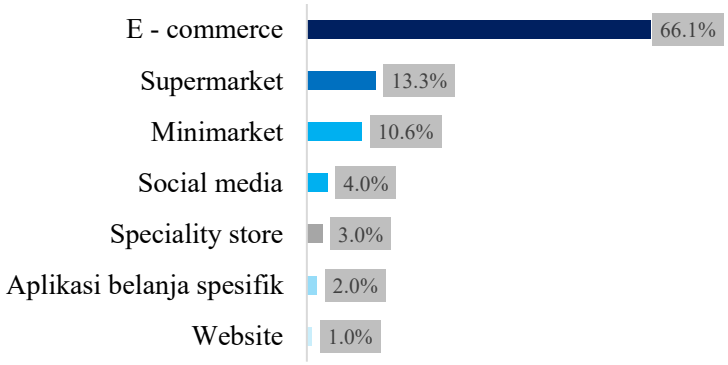
PENDAHULUAN:

Latar Belakang dan Tujuan



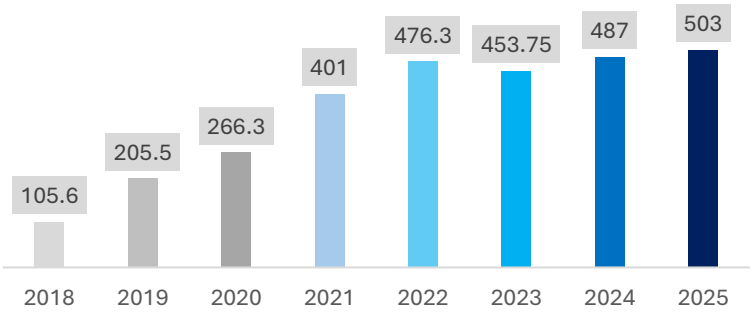
LATAR BELAKANG

Fenomena live shopping dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan lonjakan signifikan di kawasan Asia Tenggara. Indonesia menjadi salah satu pasar paling aktif, terutama melalui platform Shopee Live dan TikTok Shop, yang berhasil menggabungkan hiburan, interaksi real-time, dan transaksi instan dalam satu ekosistem. Menurut laporan Jakpat (2023), sebanyak 65% pengguna e-commerce di kawasan ini pernah mengikuti sesi belanja melalui live streaming. Pertumbuhan ini menjadikan Indonesia tidak hanya pasar potensial, tetapi juga laboratorium sosial bagi tren konsumsi digital generasi muda.



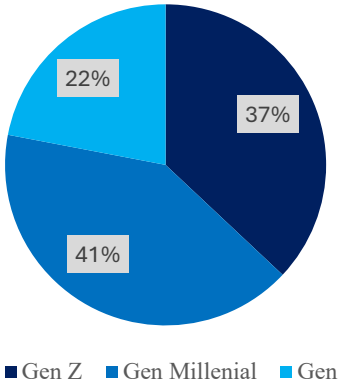
Gambar 1. 1. Dimana Gen Z Suka Berbelanja
(Sumber: Kompas.com, 2022)

Pertumbuhan nilai transaksi e-commerce nasional juga menjadi bukti peningkatan konsumsi digital masyarakat. Grafik tren menunjukkan lonjakan nilai transaksi dari hanya Rp105,6 triliun pada 2018 menjadi proyeksi Rp503 triliun pada 2025. Lonjakan ini bukan hanya mencerminkan kekuatan daya beli masyarakat, tetapi juga mengindikasikan transformasi perilaku belanja, dari sekadar kebutuhan fungsional menjadi pengalaman rekreatif. Live shopping menjadi salah satu pendorong utama tren tersebut dengan menambahkan unsur hiburan ke dalam proses konsumsi.



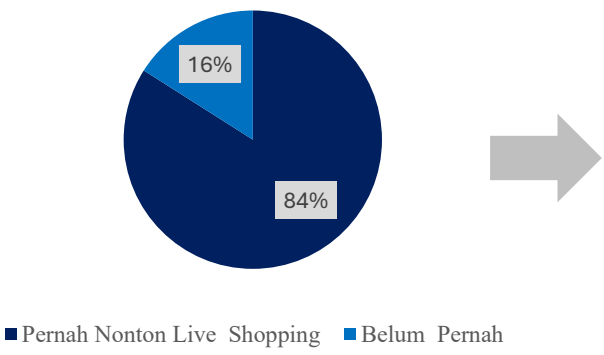
Gambar 1. 2. Nilai Transaksi E-Commerce Tahun 2018-2025 (BI dan Momentum, 2024)

Dalam konteks demografi, Generasi Z (usia 15–25 tahun) menempati posisi strategis sebagai target utama live shopping. Menurut laporan We Are Social (2023), kelompok ini menghabiskan rata-rata 8–9 jam per hari di depan layar, baik untuk media sosial, konten hiburan, maupun e-commerce. Data Jakpat (2025) menegaskan bahwa 62% Gen Z di Indonesia pernah menggunakan live shopping untuk berbelanja, menunjukkan bahwa perilaku belanja digital kini erat kaitannya dengan gaya hidup generasi muda.

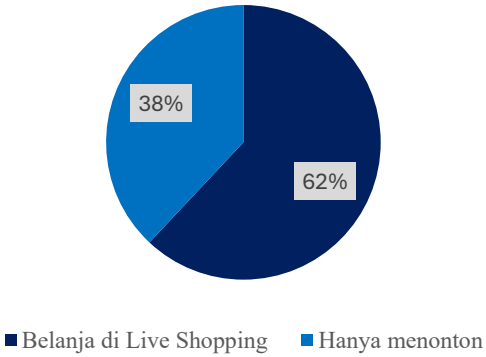


Gambar 1. 3. Belanja Online Berdasarkan Generasi (Jakpat, 2025)

Motivasi utama Gen Z mengikuti live shopping tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk hiburan sebelum tidur. Faktor interaktivitas, suasana menghibur, serta kehadiran promo kilat membuat format ini sangat menarik bagi segmen muda. Grafik preferensi belanja juga menunjukkan dominasi e-commerce (66,1%) sebagai kanal utama, jauh mengungguli supermarket (13,3%) atau minimarket (10,6%). Hal ini mempertegas bahwa Gen Z semakin terbiasa mengandalkan platform digital sebagai destinasi utama konsumsi.



Gambar 1. 4. Pernah Menonton Live Shopping
(Sumber: Jakpat, 2023)



Gambar 1. 5. Belanja di Live Shopping
(Sumber: Jakpat, 2023)

www.cortex-data.com
admin@cortex-data.com
Graha Surveyor Indonesia, Jl. Gatot Subroto No.Kav.56 Lt.15
Kuningan Timur, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan
Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Kode Pos 12950

Namun, pertumbuhan tersebut tidak lepas dari tantangan sosial, terutama terkait pola tidur remaja dan dewasa muda. Survei Kementerian Kesehatan RI (2022) menemukan bahwa 52% remaja mengalami masalah tidur, salah satunya akibat kebiasaan menggunakan gawai sebelum tidur. Data CDC (2025) dan APA (2025) juga menegaskan adanya hubungan erat antara screen time larut malam dengan peningkatan risiko gangguan kesehatan mental, seperti stres, kecemasan, hingga depresi ringan.

Dengan demikian, muncul dilema antara peluang ekonomi dan tantangan sosial. Di satu sisi, live shopping membuka jalan bagi UMKM, brand, dan platform untuk menjangkau konsumen dengan cara yang lebih dekat dan interaktif. Namun, di sisi lain, fenomena ini menimbulkan risiko kesehatan akibat intensitas penggunaan gawai pada malam hari, terutama bagi Generasi Z yang merupakan pengguna paling aktif. White paper ini hadir untuk menjembatani dua sisi tersebut, dengan memberikan gambaran komprehensif mengenai dampak live shopping terhadap pola konsumsi, kesehatan fisik, dan mental generasi muda di Indonesia.

TUJUAN OBSERVASI

Perkembangan live shopping melalui Shopee Live dan TikTok Shop kian digemari Gen Z, namun tren ini juga menimbulkan potensi perubahan pada pola konsumsi digital di malam hari. Observasi ini ditujukan untuk memahami kaitan antara intensitas mengikuti live shopping, jam tidur, serta dampaknya terhadap kesehatan mental, sekaligus merumuskan rekomendasi mitigasi agar perilaku digital tetap sehat dan seimbang. Berikut rincian dari tujuan observasi ini:

1. Mengidentifikasi apakah live shopping (Shopee Live, TikTok Shop) memengaruhi jam tidur Gen Z.
2. Menganalisis hubungan antara intensitas mengikuti live shopping dengan kecenderungan konsumsi digital di malam hari.
3. Menilai potensi dampak kesehatan mental akibat pola konsumsi digital larut malam.
4. Memberikan rekomendasi mitigasi agar perilaku konsumsi digital tidak mengganggu kesehatan fisik dan mental.

CORTEX DATA INDONESIA

BAB 2

KERANGKA TEORI



Kerangka teori merupakan landasan konseptual yang digunakan untuk memahami fenomena live shopping, terutama bagaimana praktik konsumsi digital ini berhubungan dengan pola tidur dan kesehatan mental Generasi Z. Terdapat empat perspektif utama yang dipakai untuk mendukung observasi ini, yakni **Behavioral Economics (FOMO)**, **Theory of Planned Behavior**, **Sleep Hygiene Theory**, dan **Mental Health Framework**. Keempat teori ini saling melengkapi dalam menjelaskan motivasi perilaku, mekanisme biologis, serta konsekuensi psikologis yang muncul akibat keterlibatan Gen Z dalam live shopping pada malam hari.

Behavioral Economics: FOMO (Fear of Missing Out)

Dalam ranah ekonomi perilaku, keputusan konsumsi sering kali tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan rasional, melainkan juga oleh faktor psikologis dan emosional. Salah satunya adalah fenomena **Fear of Missing Out (FOMO)**, yaitu rasa takut kehilangan kesempatan penting atau pengalaman berharga yang sedang terjadi. Pada konteks live shopping, FOMO dimanfaatkan oleh platform dengan menghadirkan **promo kilat, diskon terbatas, dan produk eksklusif** yang hanya tersedia selama sesi berlangsung. Strategi ini menciptakan urgensi sehingga konsumen terdorong untuk tetap terhubung, meski harus menunda waktu istirahat malam.

Bagi Generasi Z yang merupakan digital native, FOMO menjadi pemicu kuat dalam membentuk perilaku konsumsi. Mereka tumbuh dalam budaya interaksi real-time dan notifikasi instan, sehingga keterlambatan dalam mengikuti tren dianggap sebagai kerugian sosial maupun personal. Akibatnya, banyak Gen Z yang rela **begadang demi memastikan tidak tertinggal momen penting** saat live shopping. Perspektif ekonomi perilaku ini menjelaskan bagaimana faktor emosional dapat mendistorsi keputusan konsumsi hingga berdampak pada kesehatan fisik, seperti gangguan tidur.

Theory of Planned Behavior (Ajzen, 1991)

Theory of Planned Behavior (TPB) menyatakan bahwa niat individu untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh tiga faktor utama: **sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol diri**. Dalam konteks live shopping, sikap positif terbentuk karena adanya persepsi bahwa belanja di malam hari menawarkan keuntungan, misalnya **harga lebih murah** dan **promo eksklusif**. Norma sosial berperan ketika teman sebaya juga aktif menonton sesi live atau

membicarakan pengalaman belanja tersebut, sehingga tercipta tekanan sosial untuk ikut serta. Sementara itu, persepsi kontrol diri cenderung melemah karena akses live shopping semakin mudah melalui smartphone yang selalu berada di genggaman.

Kombinasi dari ketiga faktor tersebut menghasilkan niat kuat bagi Gen Z untuk tetap mengikuti live shopping meskipun waktunya bersinggungan dengan jam istirahat. Dengan kata lain, perilaku menunda tidur untuk berbelanja secara live bukanlah kebetulan, melainkan hasil interaksi antara sikap pribadi, pengaruh lingkungan sosial, dan ketersediaan teknologi. TPB memberikan kerangka yang berguna untuk memahami **mengapa live shopping di malam hari begitu cepat diadopsi** oleh segmen muda di Indonesia.

Sleep Hygiene Theory

Sleep Hygiene Theory berfokus pada kebiasaan dan faktor lingkungan yang memengaruhi kualitas tidur. Salah satu aspek penting adalah paparan cahaya buatan, khususnya **cahaya biru dari layar smartphone**, yang dapat mengganggu produksi **melatonin**, hormon pengatur siklus tidur. Ketika produksi melatonin ditekan, tubuh kesulitan untuk merasa mengantuk, sehingga jam tidur menjadi mundur. Kondisi ini semakin diperburuk ketika aktivitas yang dilakukan bersifat interaktif, seperti menonton live shopping, berinteraksi di kolom komentar, hingga melakukan transaksi pembelian.

Kebiasaan ini tidak hanya memengaruhi durasi tidur, tetapi juga kualitas tidur secara keseluruhan. Aktivitas kognitif yang tinggi sebelum tidur membuat otak sulit untuk beralih ke mode istirahat, sehingga tidur menjadi lebih dangkal dan tidak nyenyak. Jika berlangsung terus-menerus, gangguan sleep hygiene dapat berujung pada **insomnia, kelelahan di siang hari, menurunnya konsentrasi, hingga menurunnya produktivitas belajar maupun bekerja**. Teori ini membantu menjelaskan aspek biologis dan perilaku yang menghubungkan live shopping dengan gangguan pola tidur pada Gen Z.

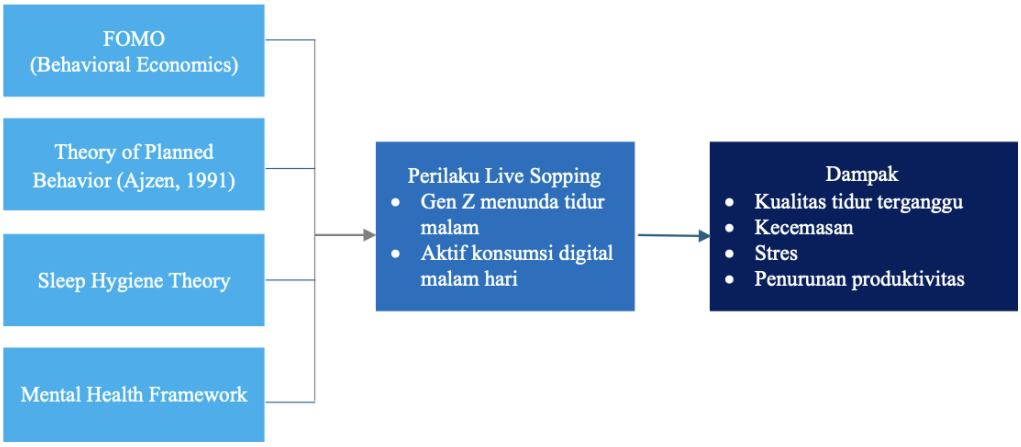
Mental Health Framework

Kerangka **kesehatan mental** digunakan untuk memahami implikasi psikologis dari intensitas konsumsi digital pada malam hari. Studi American Psychological Association (APA, 2025) menegaskan bahwa **overuse gadget** dapat meningkatkan risiko kecemasan, stres, hingga depresi. Fenomena yang dikenal sebagai **doomscrolling syndrome**—yaitu kebiasaan menggulir konten tanpa henti—sering

muncul pada remaja yang tidak bisa lepas dari layar sebelum tidur. Dalam konteks live shopping, tekanan psikologis semakin tinggi karena konsumen harus bereaksi cepat terhadap promo terbatas atau interaksi host.

Kondisi tersebut membuat live shopping bukan hanya sekadar hiburan atau aktivitas ekonomi, tetapi juga faktor risiko bagi kesehatan mental. Gen Z yang terpapar live shopping secara berlebihan pada malam hari cenderung mengalami **peningkatan beban emosional, penurunan kualitas tidur, serta gangguan mood**. Dengan demikian, kerangka kesehatan mental memperkuat argumen bahwa fenomena digital ini memiliki implikasi serius yang melampaui aspek konsumsi, dan perlu ditangani melalui pendekatan preventif serta edukasi literasi digital.

Dengan mengintegrasikan keempat perspektif ini, white paper ini berupaya menghadirkan analisis yang lebih utuh—mulai dari alasan perilaku hingga konsekuensi kesehatan—serta menjadi dasar untuk merumuskan **rekomendasi mitigasi** yang relevan. Sehingga, live shopping dapat terus berkembang sebagai fenomena ekonomi digital yang sehat tanpa mengorbankan kesejahteraan generasi muda.



Gambar 2. 1. Kerangka Teori: Live Shopping, Pola Tidur dan Kesehatan Mental Gen Z

CORTEX DATA INDONESIA

BAB 3

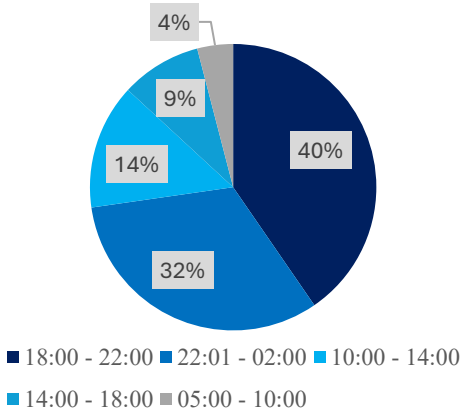
TEMUAN AWAL

Desk Research

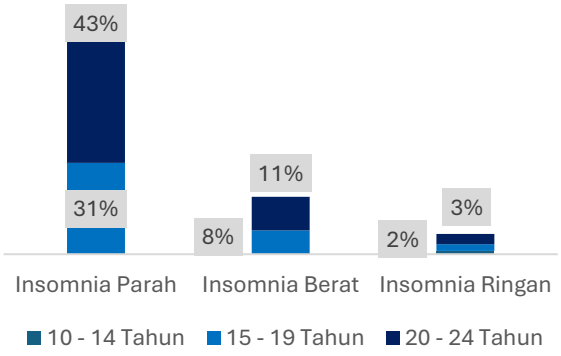


JAM TAYANG LIVE

Fenomena live shopping di Indonesia memperlihatkan pola jam tayang yang jelas, dengan puncak aktivitas pada pukul 18.00–22.00 WIB. Berdasarkan survei GoodStats (2024), sebanyak 40% responden memilih menonton live shopping pada rentang waktu ini, menjadikannya slot utama atau prime time bagi platform e-commerce. Pemilihan jam tersebut bukan tanpa alasan: di periode ini sebagian besar pengguna, terutama Gen Z, telah menyelesaikan aktivitas utama mereka—sekolah, kuliah, atau bekerja—sehingga memiliki waktu luang untuk berinteraksi dengan konten digital.



Gambar 3. 1. Waktu Favorit Live Shopping (Sumber: GoodStats 2024) (survei 14–18 Juni, n=300)

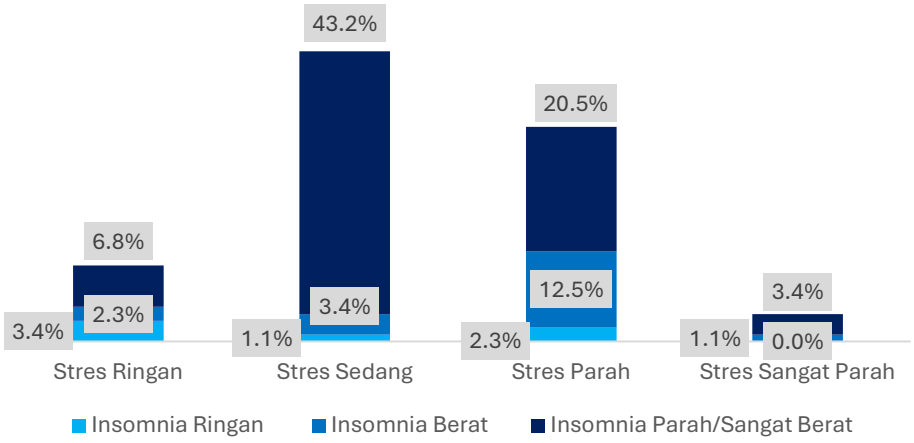


Gambar 3. 2. Persentase Remaja Yang Mengalami Insomnia (Sumber: Dwiyanti, dkk, 2023)

Namun, pilihan jam tayang tersebut beririsan dengan periode istirahat malam yang idealnya dimulai lebih awal untuk menjaga kualitas tidur. Ketika live shopping berlangsung di jam kritis ini, banyak pengguna yang terdorong menunda tidur untuk menonton atau menunggu promo tertentu. Kondisi ini dikenal sebagai sleep delay dan dalam jangka panjang dapat mengganggu ritme sirkadian. Gangguan pada ritme tidur biologis tidak hanya berdampak pada kualitas tidur, tetapi juga pada kesehatan fisik, seperti menurunnya daya tahan tubuh, serta aspek kognitif, seperti menurunnya konsentrasi dan produktivitas sehari-hari.

Dampak lebih serius terlihat pada kalangan remaja. Studi Dwiyanti dkk. (2023) menunjukkan bahwa 43% remaja usia 15–19 tahun mengalami insomnia parah, sementara 31% usia 10–14 tahun juga terdampak. Artinya, kebiasaan konsumsi digital larut malam, termasuk menonton live shopping, dapat memperparah prevalensi insomnia yang memang sudah cukup tinggi di kalangan Gen Z. Fenomena ini tidak hanya bersifat individual, melainkan berpotensi menjadi masalah kesehatan publik mengingat besarnya populasi Gen Z di Indonesia.

www.cortex-data.com
admin@cortex-data.com
Graha Surveyor Indonesia, Jl. Gatot Subroto No.Kav.56 Lt.15
Kuningan Timur, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan
Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Kode Pos 12950

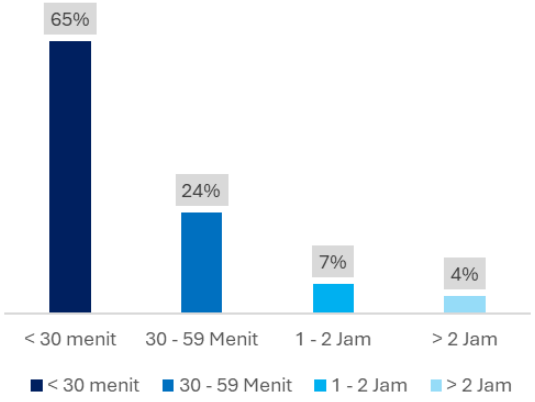


Gambar 3. 3. Hubungan Tingkat Stress Terhadap Insomnia Pada Remaja
(Sumber: Dwiyanti, dkk, 2023)

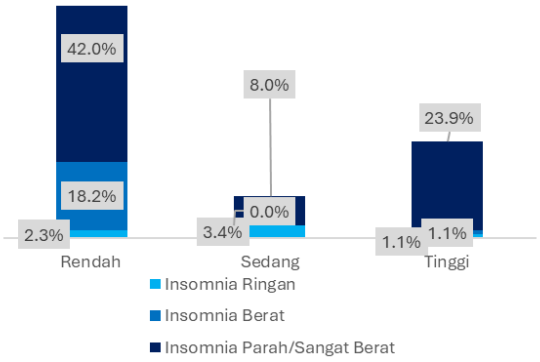
Selain itu, jam tayang live shopping di malam hari menimbulkan dilema antara strategi bisnis dan kesehatan pengguna. Bagi platform, menayangkan live di jam larut malam efektif meningkatkan interaksi dan transaksi, bahkan menciptakan rasa FOMO yang mendorong pembelian impulsif. Namun, bagi pengguna, terutama remaja yang masih dalam fase perkembangan, kebiasaan ini menambah risiko gangguan tidur dan memperburuk masalah kesehatan mental. Data Kementerian Kesehatan (2022) yang menunjukkan bahwa 52% remaja dan dewasa muda mengalami masalah tidur mempertegas urgensi isu ini.

DURASI MENONTON LIVE

Durasi menonton live shoping di kalangan gen Z bervariasi, namun rata-rata **< 30 menit per sesi.** Angka ini menunjukkan bahwa live shopping bukan sekadar aktivitas transaksi, melainkan juga hiburan yang mampu mempertahankan perhatian audiens cukup lama. Faktor interaksi seperti adanya sesi tanya jawab langsung dengan penjual, demonstrasi produk, hingga hiburan tambahan dari host atau influencer, peluang mendapatkan promo instan, membuat pengguna lebih betah berlama-lama menonton dibanding aktivitas belanja online konvensional.



Gambar 3. 4. Durasi Menonton Live Shopping
Sumber: GoodStats 2024 (survei 14–18 Juni, n=300)



Gambar 3. 5. Hubungan Lama Penggunaan Gadget Terhadap Insomnia Remaja
(Sumber: Dwiyanti, dkk, 2023)

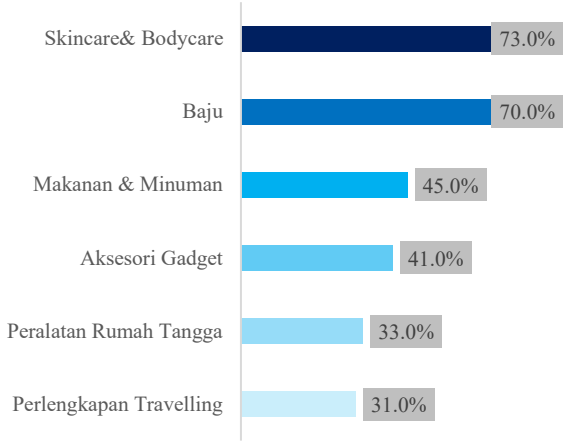
Menariknya, pada grafik **Gambar 3.4.** juga memperlihatkan bahwa tidak sedikit pengguna yang menonton lebih dari 60 menit, terutama saat ada promo besar seperti flash sale atau penawaran terbatas, durasi menonton dapat meningkat hingga lewat tengah malam. Kondisi ini memperlihatkan kecenderungan perilaku FOMO (fear of missing out), di mana pengguna enggan meninggalkan sesi live karena takut kehilangan diskon atau hadiah tertentu. Fenomena ini menjelaskan mengapa sebagian remaja dan dewasa muda rela mengorbankan jam istirahat demi melanjutkan tontonan live shopping.

Durasi menonton yang melebihi batas wajar berimplikasi pada kesehatan fisik dan mental. Paparan layar dalam waktu lama, khususnya di malam hari, dapat mengganggu produksi melatonin sehingga kualitas tidur menurun. Jika kebiasaan ini berlangsung terus-menerus, dampaknya tidak hanya menimbulkan rasa lelah esok harinya, tetapi juga meningkatkan risiko stres, kecemasan, hingga depresi ringan sebagaimana Studi di SMK Informatika Sumedang menunjukkan rata-rata screen time remaja ~7,9 jam/hari, dan memiliki hubungan signifikan (p-value < 0,05) dengan gangguan tidur insomnia (Feriyanti dkk, 2025). Dengan demikian, durasi menonton yang panjang bukan sekadar masalah perilaku konsumsi digital, melainkan juga isu kesehatan publik yang perlu mendapat perhatian.

KEBIASAAN KONSUMSI BELANJA ONLINE

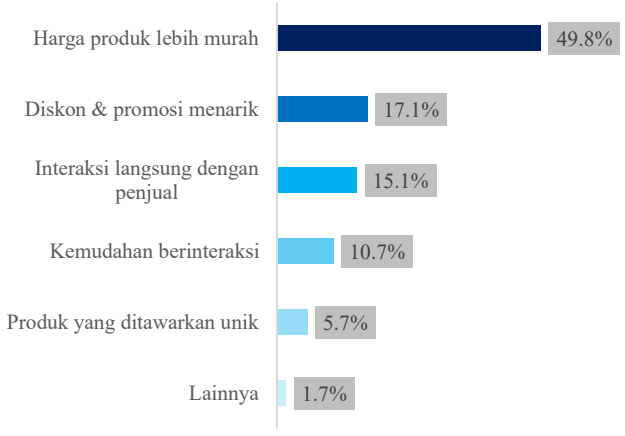
Kebiasaan konsumsi Gen Z dalam belanja online sangat dipengaruhi oleh kebutuhan gaya hidup sehari-hari. Kategori skincare & bodycare (73%) dan baju (70%) menempati posisi teratas, memperlihatkan bahwa Gen Z memprioritaskan produk-produk yang berhubungan dengan perawatan diri dan ekspresi identitas.

Pola ini menegaskan bahwa konsumsi bagi Gen Z tidak lagi sebatas pemenuhan kebutuhan dasar, melainkan bagian dari cara membangun citra diri dan mengikuti tren sosial. Live shopping kemudian menjadi medium baru yang memfasilitasi kebiasaan tersebut karena menghadirkan pengalaman belanja yang lebih interaktif dan menghibur.



Gambar 3. 6. Barang yang Paling Banyak di Beli oleh Gen Z di Belanja Online (Sumber: Katadata.com, 2024)

Di sisi lain, kebiasaan konsumsi Gen Z juga ditandai dengan kecenderungan melakukan pembelian spontan. Produk seperti makanan & minuman (45%) serta aksesori/gadget (41%) banyak dibeli ketika ditawarkan melalui promo singkat di sesi live shopping. Fitur-fitur seperti diskon kilat dan rekomendasi host memperkuat perilaku impulsive buying yang berakar pada fenomena FOMO (fear of missing out). Artinya, kebiasaan konsumsi Gen Z tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan fungsional, tetapi juga oleh stimulus digital yang diciptakan oleh platform, yang mampu memicu keputusan cepat tanpa perencanaan matang.

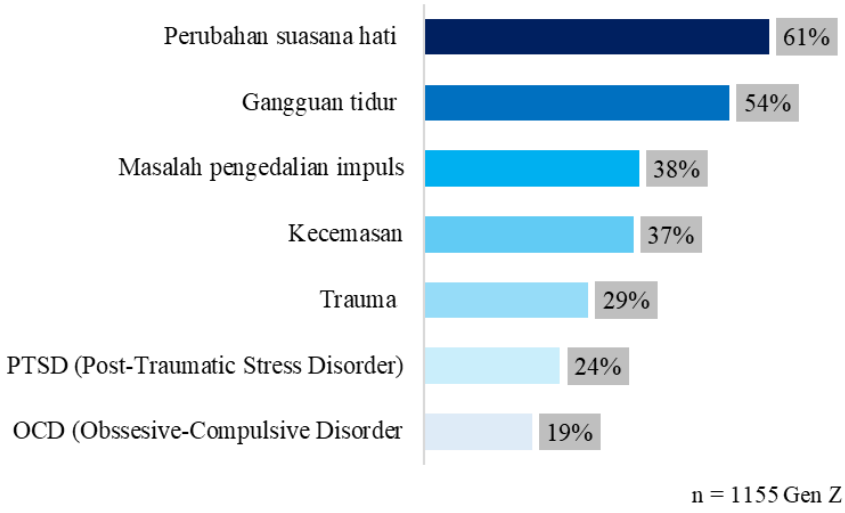


Gambar 3. 7. Alasan Utama Belanja di Platform Online "Live Shopping" (Sumber: Goodstats, 2024)

Di sisi lain, penggunaan live shopping sebagai hiburan juga dapat menimbulkan **kelelahan mental (mental fatigue)**. Setelah seharian beraktivitas, konsumsi digital intensif sebelum tidur justru menambah beban kognitif alih-alih memberikan relaksasi. Akibatnya, remaja mengalami kesulitan tidur nyenyak, rasa lelah keesokan harinya, serta menurunnya kualitas kesehatan mental secara keseluruhan.

KESEHATAN MENTAL

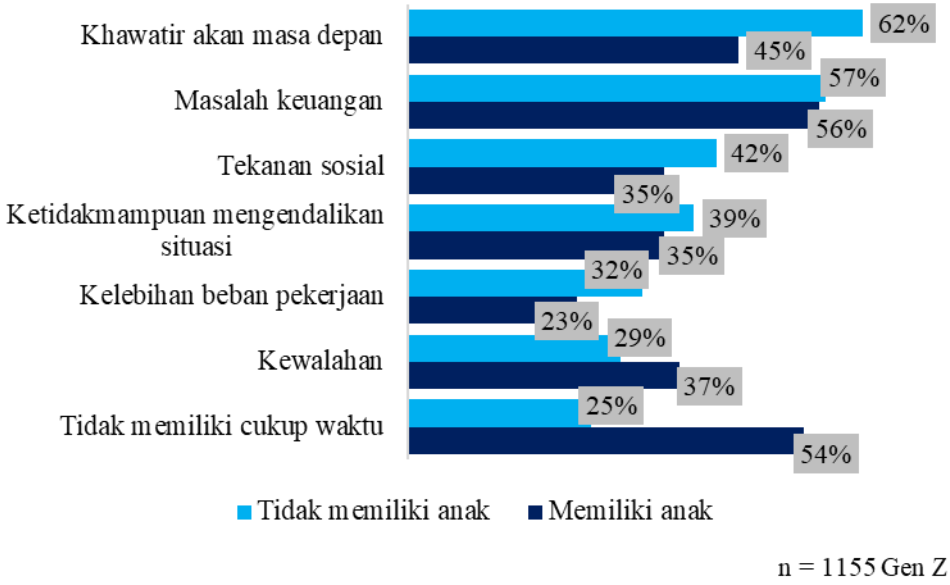
Kesehatan mental Gen Z di tahun 2024 menunjukkan tren yang mengkhawatirkan, dengan keluhan gangguan tidur, kecemasan, hingga gejala depresi ringan yang semakin menonjol. Temuan CDC (2025) **mengenai paparan layar lebih dari 4 jam di malam hari yang meningkatkan risiko depresi ringan** menjadi relevan dalam konteks live shopping. Walaupun durasi menonton per sesi hanya 30–60 menit, akumulasi konsumsi digital dari media sosial, scrolling, hingga interaksi belanja daring membuat screen time malam hari sering kali melebihi batas aman. Alih-alih menjadi hiburan yang menenangkan sebelum tidur, pola ini justru menambah beban kognitif, mengganggu kualitas tidur, dan memperburuk kondisi psikologis Gen Z.



Gambar 3. 8. Kesehatan Mental yang Dialami oleh Gen Z pada 6 Bulan Terakhir Tahun 2024 (Sumber: Goodstats, 2025)

Tekanan sosial, rasa kewalahan, dan keterbatasan waktu semakin memperkuat kerentanan Gen Z terhadap stres dan kecemasan. Keterikatan pada tren digital, termasuk live shopping, mendorong perilaku impulsif, seperti membeli produk secara spontan karena promo singkat atau rekomendasi host, yang mengurangi waktu untuk relaksasi dan memperkuat kelelahan mental. Aktivitas live shopping yang interaktif memperbesar tekanan ini, karena melibatkan **emosi dan kognisi secara**

bersamaan. Konsumen tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga harus membuat keputusan cepat, merespons komentar, atau bersaing dalam mendapatkan promo. Stimulasi berlebih ini dapat memicu stres dan kecemasan, terutama jika konsumen merasa tertinggal kesempatan.



Gambar 3. 9. Faktor Pemicu Kesehatan Mental pada Gen Z (Sumber: Goodstats, 2025)

Dalam jangka panjang, kebiasaan ini berpotensi membentuk pola **doomscrolling syndrome**, di mana pengguna sulit berhenti dari konsumsi digital meski sudah larut malam. Kondisi ini tidak hanya menurunkan kualitas tidur, tetapi juga memperburuk gejala depresi ringan pada sebagian remaja. Dengan demikian, temuan terkait kesehatan mental memperkuat urgensi untuk merumuskan **strategi mitigasi** yang dapat menjaga keseimbangan antara konsumsi digital dan kesejahteraan psikologis.

CORTEX DATA INDONESIA

BAB 4

DAMPAK LIVE SHOPPING:

Sosial, Ekonomi, dan Kesehatan Mental



Fenomena live shopping yang semakin populer di kalangan generasi muda ini membawa dampak multidimensi terhadap aspek sosial, ekonomi, dan kesehatan mental. Aktivitas ini bukan hanya sekadar bentuk baru konsumsi digital, melainkan juga memengaruhi pola tidur, kesehatan psikologis, perilaku belanja, hingga dinamika ekosistem ekonomi digital. Berikut uraian dampak beserta implikasinya:

Tabel 4. 1. Dampak Aktivitas Live Shopping

Dampak	Penjelasan	Implikasi
Kesehatan Tidur	Waktu tidur berkurang 1–2 jam akibat menonton live shopping.	Risiko insomnia, kelelahan, dan menurunnya produktivitas.
Kesehatan Mental	Pola konsumsi digital larut malam memicu kecemasan, stres, dan *doomscrolling*.	Risiko meningkatnya burnout, depresi ringan, dan penurunan well-being.
Perilaku Konsumsi	Belanja impulsif meningkat karena promo terbatas waktu.	Meningkatkan belanja digital, potensi masalah keuangan pribadi.
Ekonomi Digital	Platform memperoleh engagement tinggi pada jam malam.	Ekosistem e-commerce tumbuh, tapi berpotensi menormalisasi pola konsumsi tidak sehat.

Secara sosial, perubahan perilaku konsumsi ini **menggeser waktu istirahat malam menjadi periode aktif untuk berbelanja dan berinteraksi digital**. Survei GoodStats (2024) menunjukkan bahwa 40% responden menonton live shopping pada pukul 18.00–22.00, jam yang seharusnya digunakan untuk beristirahat. Akibatnya, durasi tidur berkurang 1–2 jam per malam, memperbesar risiko insomnia dan menurunnya produktivitas harian. Studi Dwiyanti dkk. (2023) menegaskan bahwa 43% remaja usia 15–19 tahun sudah mengalami insomnia parah, sehingga tren live shopping berpotensi memperparah masalah kesehatan publik yang ada.

Dari sisi kesehatan mental, **konsumsi digital larut malam memicu kecemasan, stres, dan kebiasaan doomscrolling**. Mohd Saat, dkk (2023) menyebutkan bahwa paparan layar lebih dari 4 jam di malam hari meningkatkan risiko depresi ringan. Aktivitas live shopping yang interaktif, mulai dari mengikuti komentar, bereaksi terhadap host, hingga berkompetisi mendapatkan promo dapat meningkatkan beban kognitif dan emosional. Kondisi ini dapat menimbulkan kelelahan mental, burnout, hingga menurunnya well-being generasi muda.

www.cortex-data.com
admin@cortex-data.com
Graha Surveyor Indonesia, Jl. Gatot Subroto No.Kav.56 Lt.15
Kuningan Timur, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan
Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Kode Pos 12950

Secara ekonomi, live shopping memberikan kontribusi positif dengan **mempercepat pertumbuhan ekosistem digital**. Nilai transaksi e-commerce Indonesia melonjak dari Rp105,6 triliun pada 2018 menjadi proyeksi Rp503 triliun pada 2025 (BI & Momentum, 2024), dengan live shopping menjadi salah satu motor utama. Platform memperoleh tingkat engagement tinggi pada jam malam, sementara UMKM dan brand mendapat kanal baru untuk menjangkau konsumen secara real-time. Namun, implikasinya pada perilaku konsumsi akibat aktivitas ini adalah **meningkatnya perilaku belanja impulsif akibat promo terbatas waktu**. Data Katadata (2024) menunjukkan bahwa produk skincare (73%) dan pakaian (70%) mendominasi pembelian Gen Z, diikuti makanan/minuman (45%) dan aksesori/gadget (41%) yang sering dibeli secara spontan. Pola ini memperlihatkan potensi masalah keuangan pribadi bila konsumen tidak mengendalikan perilaku belanja mereka.

Dengan demikian, meskipun live shopping menghadirkan **peluang besar dalam pertumbuhan ekonomi digital,** fenomena ini juga **menimbulkan risiko sosial dan kesehatan mental yang tidak bisa diabaikan**. Perlu strategi mitigasi, baik melalui literasi digital, regulasi jam tayang, maupun edukasi konsumen agar perkembangan ekosistem live shopping tetap selaras dengan kesejahteraan masyarakat, khususnya generasi muda.

CORTEX DATA INDONESIA

BAB 5

PENUTUP

Strategi Mitigasi dan Kesimpulan



www.cortex-data.com
admin@cortex-data.com
Graha Surveyor Indonesia, Jl. Gatot Subroto No.Kav.56 Lt.15
Kuningan Timur, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan
Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Kode Pos 12950

STRATEGI MITIGASI

Berdasarkan temuan mengenai dampak sosial, ekonomi, dan kesehatan mental dari fenomena live shopping, diperlukan langkah mitigasi yang melibatkan konsumen, platform, dan pemerintah. Tujuannya adalah agar pertumbuhan ekosistem digital tetap berkelanjutan tanpa mengorbankan kualitas hidup generasi muda, khususnya Gen Z sebagai pengguna paling aktif.

Tabel 5. 1. Strategi Mitigasi untuk Aktivitas Live Shopping

Sasaran	Strategi Mitigasi
Konsumen	Edukasi sleep hygiene, detoks digital, dan kesadaran kesehatan mental.
Platform Shopping	Menyediakan fitur reminder jam tidur atau batas waktu belanja.
Pemerintah	Kampanye literasi digital sehat, integrasi isu kesehatan mental dalam kebijakan gaya hidup digital.

1. Bagi Konsumen

Konsumen perlu dibekali pemahaman mengenai pentingnya sleep hygiene untuk menjaga kualitas tidur meskipun aktivitas digital semakin intensif di malam hari. Praktik seperti menetapkan batas waktu penggunaan gawai, melakukan digital detox secara berkala, serta meningkatkan kesadaran terhadap kesehatan mental dapat membantu mengurangi risiko kecemasan, stres, maupun perilaku impulsif yang dipicu oleh FOMO saat mengikuti live shopping.

2. Bagi Platform

Platform e-commerce memiliki peran penting dalam menghadirkan pengalaman belanja yang sehat dan berimbang. Upaya mitigasi dapat dilakukan dengan menghadirkan fitur pengingat (reminder) jam tidur, notifikasi batas waktu belanja, hingga screen time tracker untuk membantu pengguna mengendalikan perilaku digital. Penjadwalan promosi utama pada jam yang lebih ramah kesehatan juga dapat menjadi strategi agar interaksi tinggi tetap terjaga tanpa mendorong kebiasaan konsumsi larut malam.

www.cortex-data.com
admin@cortex-data.com
Graha Surveyor Indonesia, Jl. Gatot Subroto No.Kav.56 Lt.15
Kuningan Timur, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan
Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Kode Pos 12950

3. Bagi Pemerintah

Pemerintah dapat memperkuat mitigasi melalui kampanye literasi digital sehat yang terintegrasi dengan isu kesehatan mental, terutama di kalangan remaja dan mahasiswa. Kebijakan publik yang mendorong keseimbangan gaya hidup digital perlu disinergikan dengan regulasi ekonomi, misalnya pengaturan jam tayang promosi digital atau panduan konsumsi sehat di ruang daring. Dengan demikian, pertumbuhan live shopping dapat berlangsung inklusif, adaptif, dan tidak menimbulkan dampak negatif jangka panjang bagi masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil desk research dan analisis dampak terlihat bahwa live shopping membawa dampak ganda bagi Generasi Z. Di satu sisi, fenomena ini membuka akses konsumsi digital yang lebih seru, interaktif, dan inklusif, sekaligus mempercepat pertumbuhan ekosistem e-commerce nasional. Platform mampu menghadirkan ruang baru bagi UMKM, brand, dan konsumen untuk berinteraksi secara real-time, yang terbukti mendorong peningkatan transaksi digital hingga proyeksi Rp503 triliun pada 2025.

Namun, di sisi lain, pola konsumsi digital yang terkonsentrasi pada malam hari berimplikasi serius terhadap kesehatan tidur dan mental generasi muda. Durasi tidur yang berkurang, meningkatnya kecemasan, stres, hingga perilaku impulsif menjadi risiko nyata yang diperkuat oleh data Kementerian Kesehatan (2022), CDC (2025), dan berbagai studi akademik yang menunjukkan tingginya prevalensi insomnia pada remaja. Jika tidak diantisipasi, kondisi ini dapat menormalisasi budaya kurang tidur dan stres kronis di kalangan anak muda Indonesia.

Untuk itu, mitigasi perlu diimplementasikan secara kolektif. Konsumen perlu meningkatkan kesadaran terhadap sleep hygiene dan literasi kesehatan mental. Platform e-commerce didorong untuk menghadirkan fitur pengingat dan pengaturan jam promosi yang lebih ramah kesehatan. Sementara itu, pemerintah berperan dalam memperkuat literasi digital sehat dan integrasi isu kesehatan mental dalam kebijakan gaya hidup digital. Dengan sinergi ketiga aktor ini, live shopping dapat terus berkembang sebagai fenomena ekonomi digital yang inklusif, sekaligus tetap menjaga kesejahteraan generasi muda di era transformasi digital.

CORTEX DATA INDONESIA

Referensi

- Jakpat. (2023). Indonesia Mobile Entertainment & Social Media Trends – 1st Semester of 2023. https://insight.jakpat.net/indonesia-mobile-entertainment-social-media-trends-1st-semester-of-2023/
- Jakpat. (2025). *2024 Online Shopping Trends: 62% of Gen Z Shop via Live Shopping*. https://insight.jakpat.net/2024-online-shopping-trends-62-of-gen-z-shop-via-live-shopping/
- We Are Social & Kepios (2024). *Digital 2023 Indonesia*. https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/
- Kompas.com. (2022). Menilik Gaya Gen Z Berbelanja. https://jeo.kompas.com/menilik-gaya-gen-z-berbelanja
- CDC. (2025). Associations Between Screen Time Use and Health Outcomes Among US Teenagers. https://www.cdc.gov/pcd/issues/2025/24_0537.htm
- APA. (2025). Screen time and emotional problems in kids: A vicious circle?. https://www.apa.org/news/press/releases/2025/06/screen-time-problems-children
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior.Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50:2, 179-211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T.
- Mohd Saat NZ, Hanawi SA, Hanafiah H, Ahmad M, Farah NMF. (2024). Hubungan waktu layar dengan kecemasan, depresi, dan kualitas tidur pada remaja: studi cross-sectional 2024 nATI. Kesehatan Mental Masyarakat. 12. https://doi.org/10.3389/fpubh.2024.1459952
- Goodstats. (2024). Popularitas Melejit, Bagaimana Kebiasaan Masyarakat Indonesia saat Belanja Live Shopping?. https://goodstats.id/article/popularitas-melejit-bagaimana-kebiasaan-masyarakat-indonesia-saat-belanja-live-shopping-PpeKR
- Dwiyanti PW. (2023). Analisis Faktor Kejadian Insomnia pada Remajadi Kelurahan Cipedak Jakarta Selatan Tahun 2022. Bachelor Thesis. Universitas Nasional. http://repository.unas.ac.id/id/eprint/11270
- Katadata. (2024). Barang-barang yang Paling Banyak Dibeli Online Gen Z dan Milenial Indonesia. https://databoks.katadata.co.id/produk-konsumen/statistik/7c140bfc1fc464f/barang-barang-yang-paling-banyak-dibeli-online-gen-z-dan-milenial-indonesia
- Feriyanti A. Agustini R. Permana LR, Nur N, Annisa R, Agustin F, Mohammad. (2025). The Association Between Screen Time and Psychological Distress Among Indonesian Female Adolescents: A Cross-Sectional Study. Journal of Community Mental Health and Public Policy. 7. 117-125. 10.51602/cmhp.v7i2.238.
- Goodstats. (2025). 45% Gen Z Hadapi Masalah Mental dengan Isolasi Diri. https://goodstats.id/article/hindari-interaksi-sosial-dikarenakan-ketidakstabilan-kesehatan-mental-gen-z-apa-pemicunya-oE3Ef



CORTEX DATA INDONESIA



About the **Authors**

Whitepaper ini disusun sebagai mini desk research oleh **Cortex Data Indonesia**, dengan fokus pada perilaku konsumen digital, kesehatan masyarakat, dan transformasi sosial akibat teknologi.



Udoh Roudotul Jannah



Jazi Munjazi



Dina Aprilia Aktarani



Febina Nur Sabilla