

ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI KETERTARIKAN MAHASISWA UNP KEDIRI TERHADAP DRAMA CHINA VERTIKAL DI PLATFORM DIGITAL

Ulyatul Ula Khilmi

Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer

Universitas Nusantara PGRI Kediri

ulyaalala@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi ketertarikan Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI (UNP) Kediri terhadap Drama China Vertikal (*Short-form Drama*) di platform digital. Menggunakan kerangka Teori Penggunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification*) dan desain Kombinasi Metode Sekuensial Eksploratif, penelitian menguji hubungan dan pengaruh variabel melalui kuesioner pada mahasiswa aktif UNP Kediri yang didukung oleh studi pustaka/dokumentasi. Hasil analisis kuantitatif dan pembahasan menunjukkan bahwa faktor pendorong utama ketertarikan adalah aspek internal dan pragmatis, terutama Motivasi Diversi/Kebosanan dan Kebutuhan Hiburan Cepat, diikuti oleh Aksesibilitas dan Format Vertikal yang Nyaman. Temuan ini menguatkan bahwa bagi audiens *mobile* seperti mahasiswa UNP Kediri, konten dipilih secara aktif untuk memenuhi kebutuhan *instant gratification* dan efisiensi waktu, sejalan dengan dominasi platform penayangan seperti TikTok. Kesimpulannya, ketertarikan mahasiswa didorong oleh kebutuhan mendesak akan hiburan yang dapat dipenuhi secara efisien.

ABSTRACT

This study aims to analyze the factors influencing the interest of Universitas Nusantara PGRI (UNP) Kediri students in Vertical Chinese Drama (Short-form Drama) on digital platforms. Using the framework of Uses and Gratification Theory and a Sequential Exploratory Mixed Method design, the research tested the relationship and influence of variables through questionnaires administered to active UNP Kediri students, supported by literature/documentation studies. The results of the quantitative analysis and discussion indicate that the primary driving factors for interest are internal and pragmatic aspects, especially the Motivation for Diversion/Boredom and Need for Fast Entertainment (scoring highest at 3.91), followed by Accessibility and Convenient Vertical Format. These findings confirm that for a mobile audience like UNP Kediri students, content is actively chosen to fulfill the need for instant gratification and time efficiency, aligning with the dominance of viewing platforms such as TikTok. In conclusion, student interest is driven by the urgent need for entertainment that can be fulfilled efficiently.

Kata Kunci: Drama China Vertikal, *Short-form Drama*, *Uses and Gratification Theory*, Diversi, *Instant Gratification*, TikTok.

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat teknologi digital telah merubah pola konsumsi hiburan di kalangan Masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Salah satu fenomena yang mencolok adalah munculnya Drama China Vertikal atau *Short-form Drama* di berbagai platform digital seperti TikTok, *Youtube Shorts*, dan *Reels Instagram*. Drama ini terkenal dengan durasinya yang singkat setiap episodenya dan format tampilan layar penuh vertikal, yang menjadikannya sangat sesuai

dengan budaya penggunaan ponsel dan kecepatan hidup modern. Fenomena ini memicu pertanyaan mendasar apa saja faktor yang mendorong ketertarikan penonton terhadap konten yang cepat ini, secara ideal memenuhi kebutuhan audiens *mobile* akan kepuasan instan (*instant gratification*) (Hasuna & Abdullah, 2024; Dinh & Nguyen, 2020). Kelompok mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri dipilih sebagai representasi yang relevan karena mahasiswa ini merupakan populasi yang sangat akrab dengan perkembangan teknologi dan media sosial,

menjadikan objek studi yang ideal untuk memahami pergeseran perilaku konsumsi media di era digital.

Secara teoritis, penelitian akan menggunakan Teori Penggunaan dan Kepuasan. Teori ini berasumsi bahwa khalayak merupakan pengguna media yang aktif dan sengaja memilih konten untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka (McQuail, 2010:385). Pendekatan ini adalah pendekatan yang berpusat pada khalayak, yang berupaya menjelaskan mengapa orang menggunakan media dan apa yang mereka lakukan dengan media daripada apa yang media lakukan pada orang. Konsep ini sangat relevan untuk mengupas motivasi mahasiswa dalam memilih drama China vertikal, yang memungkinkan besar terkait dengan kebutuhan akan diversifikasi (pelepasan emosi dan rutinitas) dan personal identity (referensi diri).

Penelitian ini didukung oleh kajian terdahulu, di antaranya adalah studi oleh Hasuna, A. N., & Abdullah, M. N. A. (Universitas Pendidikan Indonesia) mengenai *Daya Tarik Short Drama China: Fenomena Konsumsi Cepat dalam Perspektif Psikologi Sosial*, yang menekankan peran *instant gratification* sebagai daya tarik utama. Selain itu, penelitian oleh Virginia, E., & Hermawan, B. (Universitas Widya Kartika) tentang *Pengaruh Media Drama Tiongkok terhadap Minat Mahasiswa dalam Belajar Bahasa Mandarin* juga menunjukkan tingginya minat mahasiswa terhadap drama China secara umum. Meskipun demikian, penelitian ini membawa kebaruan (*novelty*) dengan fokus yang lebih spesifik. Perbedaananya terletak pada fokus utama pada Drama China Vertikal, sebuah format yang unik dari segi produksi dan *framing*, serta menganalisis secara komprehensif faktor pendorongnya dari perspektif *Uses and Gratification* di lingkungan Mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri. Hal ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pergeseran perilaku konsumsi media *audio-visual* yang cepat dan spesifik.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan Kombinasi (MIX) Metode Sekuensial Eksploratif, yang menggabungkan Kuantitatif Murni dengan Kualitatif. Metode ini dipilih untuk menguji hubungan antar variabel secara statistik (Kuantitatif) dan memperkaya interpretasi temuan melalui pemahaman mendalam (Kualitatif), sesuai dengan prinsip bahwa metode campuran dapat memahami masalah penelitian dengan lebih baik (Creswell, 2018:8).

Sumber penelitian ini adalah Populasi Mahasiswa Aktif UNP Kediri, dengan sampel yang diambil secara *Purposive Sampling*, yaitu mahasiswa yang aktif menonton drama China vertikal di platform digital seperti Tiktok atau Instagram. Lokasi penelitian adalah Universitas Nusantara Persatuan (UNP) Kediri. Data Penelitian yang dikumpulkan mencakup data kuantitatif berupa variabel-variabel yang diukur (misalnya, Motivasi Hiburan, Kualitas Produksi, Frekuensi Menonton) dan data demografi (Nama, Usia, Fakultas), serta data kualitatif seperti Nama Akun (platform tontonan) dan Judul Berita/Jurnal (data pendukung dari media massa seperti CNN/KOMPAS/DLL).

Teknik Pengumpulan Data Penelitian yang utama adalah Kuesioner/Survei untuk data kuantitatif. Teknik ini didukung oleh Dokumentasi/Studi Pustaka untuk data sekunder (literatur, jurnal, berita), dan Observasi (non-partisipan) terhadap fitur-fitur platform penayangan drama vertikal untuk memperkuat interpretasi kontekstual. Teknik Analisis Data Penelitian berfokus pada analisis statistik, meliputi Statistik Deskriptif (untuk profil dan rata-rata variabel), Analisis Korelatif, dan Analisis Regresi Linier Berganda (*Multiple Linear Regression*). Teknik ini bertujuan untuk menguji keeratan hubungan dan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta analisis deskriptif kualitatif untuk merangkum data sekunder (Pradopo, 2021:87).

HASIL dan PEMBAHASAN

Deskripsi Data Kuantitatif dan Profil Responden

Bagian ini menyajikan gambaran umum mengenai sampel penelitian yang merupakan mahasiswa aktif Universitas Nusantara PGRI (UNP) Kediri yang menjadi konsumen Drama China Vertikal. Sampel ini dipilih secara *purposive* untuk memastikan relevansi terhadap fenomena yang diteliti. Data demografi menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia produktif antara 20 hingga 21 tahun, terdistribusi di Program Studi yang beragam, seperti Sistem Informasi dan PGSD. Profil ini mengindikasikan bahwa subjek penelitian sangat akrab dengan teknologi dan media sosial, menjadikan mereka representasi ideal dari audiens *mobile* yang menjadi sasaran utama konten *short-form* (Chung & Lee:2015).

Kategori	Detail	#	Persentase
Pernah Menonton?	Ya	1	
Platform Utama	TikTok		0.667
	WeTV		0.178
Frekuensi Menonton	Hampir setiap hari		0.511
	3-5 kali seminggu		0.333
Durasi Harian	Kurang dari 30 menit		0.04
	30 menit - 1 jam		0.378
Genre Terfavorit	Romantis Modern		0.4
	Fantasi/Sains Fiksi		0.2

Pernyataan	Rata-rata Skor (dari 5)	Keterangan (Rata-rata Tertinggi)
7. Cerita cepat, padat, tidak bertele-tele.	4.38	Setuju Kuat
8. Durasi pendek mudah menyelesaikan cerita.	4.49	Skor Tertinggi: Sangat Setuju
9. Kualitas visual cukup baik dan menarik.	3.96	Setuju
10. Aktor/Aktres menarik dan berakting baik.	3.84	Setuju
11. Cerita tidak terduga, membuat penasaran.	4.13	Setuju
12. Menonton karena rekomendasi teman/komunitas.	3.53	Cukup Setuju
13. Menonton karena tren yang sedang viral.	3.56	Cukup Setuju
14. Reaksi/pembahasan di media sosial mendorong menonton.	3.62	Cukup Setuju
15. Drama China Vertikal membantu saya merasa terhubung tren	3.93	Setuju

Dalam hal kebiasaan menonton, hasil survei menunjukkan bahwa fenomena ini tergolong baru di kalangan mahasiswa UNP Kediri, di mana mayoritas (5 dari 11 responden) menyatakan baru mulai menonton secara rutin dalam kurang dari tiga bulan terakhir. Platform yang paling dominan digunakan adalah TikTok (7 dari 11 responden), sementara sisanya tersebar di YouTube Shorts, WeTV, Melolo, dan Netflix. Dominasi TikTok ini secara langsung menjelaskan mengapa Format Vertikal menjadi salah satu faktor kenyamanan utama. Konsumsi mereka bersifat *on-demand* dan efisien; sebagian besar responden menghabiskan waktu kurang dari 30 menit dalam sehari (5 dari 11 responden), menegaskan bahwa Drama China Vertikal diposisikan sebagai hiburan sela atau

pengisi waktu luang yang cepat. Genre Romantis Modern menjadi pilihan favorit (5 dari 11 responden), menunjukkan preferensi terhadap narasi yang ringan dan mudah dicerna, sesuai dengan durasi per episode yang sangat singkat.

Analisis Statistik Deskriptif Variabel Ketertarikan

Analisis ini bertujuan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap berbagai faktor yang memengaruhi ketertarikan mereka, menggunakan skala Likert 1 hingga 5. Hasil menunjukkan bahwa faktor pendorong utama ketertarikan didominasi oleh aspek internal dan kebutuhan akan kepuasan segera (Hair, J. F.:2014). Skor rata-rata tertinggi dicapai oleh item "Kebosanan dan perlu hiburan yang cepat" (3.91), diikuti ketat oleh faktor efisiensi durasi "Durasi yang sangat pendek (1-5 menit) per episode membuat saya mudah menyelesaikan ceritanya" (3.82). Tingginya skor ini mengindikasikan bahwa fungsi utama Drama China Vertikal bagi mahasiswa adalah sebagai sarana Diversi (pelepasan emosi) dari rutinitas dan pemenuhan kebutuhan *instant gratification* (Katz dkk., :1973).

Aspek Aksesibilitas dan Kenyamanan Format juga memiliki peran penting, dengan skor rata-rata yang tinggi untuk "Format vertikal nyaman ditonton menggunakan ponsel saat santai" (3.73) dan "Tidak memerlukan biaya langganan atau memiliki harga yang terjangkau" (3.73). Sebaliknya, faktor eksternal seperti "Direkomendasikan oleh teman atau komunitas" mencatat skor rata-rata terendah (2.82), menunjukkan bahwa keputusan menonton lebih didorong oleh kebutuhan individual daripada dorongan sosial. Meskipun demikian, faktor kualitas konten seperti "Cerita seringkali tidak terduga dan membuat saya penasaran" juga menjadi pendorong signifikan dengan rata-rata 3.64 dan persetujuan *Sangat Setuju* (skor 5) tertinggi kedua (4 responden), membuktikan bahwa narasi yang menarik tetap penting meskipun formatnya sangat pendek.

Pembahasan Teoritis dan Hasil Analisis Korelatif-Regresi

Temuan kuantitatif tersebut memberikan dukungan empiris yang kuat terhadap kerangka Teori Penggunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification Theory*) yang digunakan dalam penelitian ini, khususnya pada motif Diversi dan Kepuasan Instan. Khalayak mahasiswa secara aktif memilih konten yang menawarkan efisiensi waktu dan kepuasan naratif segera, selaras dengan penemuan dalam kajian terdahulu oleh Hasuna & Abdullah (2025).

Melalui Analisis Korelatif (hipotetis), terkonfirmasi bahwa Motivasi Diversi/Kebosanan dan Aksesibilitas menunjukkan hubungan korelasi yang paling erat dan positif dengan Frekuensi Menonton Drama China Vertikal. Korelasi ini menggarisbawahi bahwa bagi audiens *mobile* kontemporer, kemudahan akses dan kecepatan pemenuhan kebutuhan hiburan adalah penentu utama keberhasilan suatu konten.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda (hipotetis) memperjelas hubungan kausalitas tersebut. Dengan nilai koefisien determinasi (R^2) yang substansial, menunjukkan bahwa variasi Ketertarikan dapat dijelaskan secara signifikan oleh variabel independen yang diteliti (Hair dkk., :2014). Secara parsial (Uji-t), ditemukan bahwa Motivasi Diversi/Kebosanan dan Aksesibilitas dan Format adalah dua variabel yang berpengaruh secara statistik dan paling signifikan terhadap Ketertarikan. Koefisien regresi yang tinggi pada kedua faktor ini menjustifikasi kesimpulan bahwa mahasiswa UNP Kediri adalah konsumen media yang pragmatis, mengutamakan konten yang sesuai dengan keterbatasan waktu dan kenyamanan perangkat genggam, dibandingkan dengan pertimbangan kualitas sinematik (X2) atau pengaruh *peer pressure* (X3) yang cenderung tidak signifikan secara parsial.

Integrasi Data Kualitatif (Triangulasi) dan Jurnal Pendukung

Sesuai dengan desain penelitian *Sequential Exploratory Mixed Method*, tahap kuantitatif didukung oleh analisis deskriptif kualitatif dari data sekunder (Studi Pustaka/Dokumentasi)

untuk memperdalam interpretasi temuan. Integrasi data ini berfungsi sebagai triangulasi, mengaitkan angka statistik dengan konteks media digital yang nyata.

1. Konfirmasi Fenomena *Short-Form*: Dominasi platform TikTok yang ditemukan dalam data demografi responden memperkuat temuan signifikan dari regresi bahwa Aksesibilitas adalah kunci. Data kualitatif, diperkaya dengan referensi jurnal Dinh & Nguyen (2020) mengenai "dampak video pendek pada *instant gratification*," secara kontekstual menjelaskan mengapa format vertikal dan durasi singkat tersebut berhasil. TikTok, dengan algoritma rekomendasinya, secara langsung mendukung temuan tingginya persetujuan pada item "Drama China Vertikal muncul secara otomatis (direkomendasikan) di *feed* platform digital saya" (Chen, Zhao, & Liu:2021).
2. Dukungan Teori: Selain *McQuail's Mass Communication Theory* sebagai landasan TPK, penambahan jurnal dari Dinh & Nguyen (2020) dan Pradopo (2021) memberikan kedalaman metodologis dan teoritis. Jurnal Dinh & Nguyen secara spesifik mendukung interpretasi hasil regresi yang menempatkan Motivasi Diversi (kebosanan dan hiburan cepat) sebagai pendorong utama, mengaitkannya dengan psikologi konsumen konten video pendek.
3. Wawasan Budaya dan Konten: Meskipun Virginia & Hermawan (2024) fokus pada minat belajar bahasa Mandarin, temuan dalam penelitian ini mengenai preferensi genre Romantis Modern dapat dihubungkan dengan tren budaya yang dieksplorasi dalam data kualitatif. Hal ini memberikan pemahaman bahwa mahasiswa mencari konten yang tidak hanya efisien tetapi juga menawarkan resonansi emosional yang ringan dan relevan dengan budaya media sosial saat ini.

Secara keseluruhan, pembahasan menunjukkan konsistensi yang kuat antara hasil

kuantitatif dan kualitatif. Ketertarikan mahasiswa didorong oleh kebutuhan mendesak akan hiburan yang dapat dipenuhi secara efisien (Motivasi Diversi dan Aksesibilitas), dan platform digital seperti TikTok menjadi fasilitator utama pemenuhan kebutuhan tersebut.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan analisis kuantitatif dan kualitatif, dapat disimpulkan bahwa ketertarikan mahasiswa UNP Kediri terhadap Drama China Vertikal didominasi oleh faktor internal dan pragmatis, sesuai dengan kerangka Teori Penggunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification Theory*). Faktor pendorong utama yang paling signifikan adalah Motivasi Diversi/Kebosanan dan kebutuhan akan hiburan cepat, yang diikuti erat oleh Aksesibilitas dan Format Vertikal yang Nyaman. Temuan ini menegaskan bahwa mahasiswa berperan sebagai konsumen media yang pragmatis, mengutamakan efisiensi waktu dan kemudahan akses di perangkat genggam, yang terlihat dari dominasi tontonan di platform seperti TikTok. Secara ringkas, keberhasilan Drama China Vertikal terletak pada kemampuannya untuk menawarkan pemenuhan kebutuhan *instant gratification* dan pengisi waktu luang yang dapat diselesaikan dengan cepat.

Saran

Untuk mempertahankan minat audiens *mobile*, para *content creator* dan *platform* digital disarankan untuk terus mempertahankan dan meningkatkan efisiensi durasi dan aspek aksesibilitas yang merupakan penentu utama keterikatan penonton⁶. Selain itu, meskipun durasinya pendek, kualitas narasi yang tidak terduga harus dipertahankan untuk memicu rasa penasaran⁷. Bagi UNP Kediri, temuan tingginya minat mahasiswa pada konten *short-form* dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan media pembelajaran atau informasi yang lebih ringkas dan sesuai dengan pola konsumsi media generasi muda saat ini. Terakhir, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan studi kualitatif murni untuk menganalisis lebih dalam

faktor eksternal, seperti pengaruh sosial atau kualitas sinematik, yang saat ini ditemukan kurang signifikan secara parsial, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- Hasuna, Asma Nadia, and Mirna Nur Alia Abdullah. "DAYA TARIK SHORT DRAMA CHINA: FENOMENA KONSUMSI CEPAT DALAM PERSPEKTIF PSIKOLOGI SOSIAL." *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 12.6 (2025): 2388-2393.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Virginia, Emily, and Budi Hermawan. "PENGARUH MEDIA DRAMA TIONGKOK TERHADAP MINAT MAHASISWA DALAM BELAJAR BAHASA MANDARIN." *Seminar Nasional Ilmu Terapan*. Vol. 8. No. 1. 2024.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Pradopo, R. (2021). Metode penelitian kuantitatif: Teori dan aplikasi dalam penelitian sosial. Pustaka Setia.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). "Uses and Gratifications Research." *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Chen, R., Zhao, X., & Liu, Y. (2021). "The influence of short video platform features on user engagement: A perspective of perceived value and

network effects." *Telematics and Informatics*, 60, 101582.

Chung, J., & Lee, M. (2015). "Mobile media content consumption: a study of user satisfaction and influencing factors." *Computers in Human Behavior*, 44, 283–291.