

PENGARUH PAPARAN DRAMA DAN FILM BERTEMA BISNIS TERHADAP LITERASI KEUANGAN
MAHASISWA

Aycha Desti Lovelina¹, R Naufal Aji Juwono², Amaliyah³
Departemen Bisnis, Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga, Surabaya, Indonesia

*Corresponding author: aycha.desti.lovelina-2024@vokasi.unair.ac.id,
r.naufal.aji.aji.juwono-2024@vokasi.unair.ac.id, amaliyah@vokasi.unair.ac.id

ABSTRACT

Financial literacy is crucial for university students, as it relates to their ability to comprehend information and make more informed financial decisions. Beyond formal education, financial knowledge can also be acquired through entertainment media that incorporates business and financial content. This study aims to analyze the relationship between exposure to business-themed dramas and films and the financial literacy of university students. A quantitative approach was employed, utilizing a cross-sectional survey design and purposive sampling. Out of 100 initial responses, 81 were included in the final sample. The exposure variable was measured using eight items on a 1-5 Likert scale, while financial literacy was assessed through ten objective questions covering fundamental financial and investment concepts. Data were analyzed using descriptive statistics, instrument quality testing, simple linear regression, and supplementary analyses to evaluate the consistency of the relationships between variables. The results indicate a positive and significant relationship between exposure to business-themed dramas and films and the financial literacy of university students. These findings suggest that business-themed entertainment media may serve as an informal source of financial information for students. However, given the cross-sectional design of the study, these results should not be interpreted as definitive proof of a causal relationship.

Keywords: Media Exposure, Business-Themed Dramas And Films, Financial Literacy, University Students.

ABSTRAK

Literasi keuangan menjadi penting bagi mahasiswa karena berkaitan dengan kemampuan memahami informasi dan mengambil keputusan keuangan secara lebih tepat. Selain melalui pendidikan formal, pengetahuan keuangan juga dapat diperoleh dari media hiburan yang memuat informasi bisnis dan keuangan. Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan antara Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis dengan Literasi Keuangan Mahasiswa. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei *cross-sectional* dan teknik *purposive sampling*. Dari 100 respons awal, sebanyak 81 responden digunakan sebagai sampel akhir penelitian. Variabel paparan diukur menggunakan delapan item pernyataan dengan skala Likert 1-5, sedangkan literasi keuangan diukur melalui sepuluh pertanyaan objektif

Article history

Received: Oktober 2026
Reviewed: Oktober 2026
Published: Oktober 2026

Plagiarism checker no 80

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

mengenai konsep keuangan dasar dan investasi. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif, pengujian kualitas instrumen, regresi linear sederhana, serta analisis tambahan untuk mengevaluasi konsistensi hubungan antarvariabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan drama dan film bertema bisnis memiliki hubungan positif dan signifikan dengan literasi keuangan mahasiswa. Temuan ini mengindikasikan bahwa media hiburan bertema bisnis berpotensi menjadi salah satu sumber informasi keuangan informal bagi mahasiswa. Namun, karena penelitian menggunakan desain *cross-sectional*, hasil penelitian tidak dimaknai sebagai bukti hubungan sebab-akibat secara mutlak.

Kata kunci: Paparan Media, Drama Dan Film Bertema Bisnis, Literasi Keuangan, Mahasiswa.

PENDAHULUAN

Mahasiswa merupakan kelompok yang mulai menghadapi berbagai keputusan keuangan secara lebih mandiri, seperti pengelolaan uang saku, menabung, penggunaan pinjaman, serta pengenalan terhadap investasi. Kondisi tersebut menjadikan literasi keuangan penting karena membantu mahasiswa memahami informasi keuangan, mengenali risiko, dan mempertimbangkan keputusan yang sesuai dengan kondisi yang dihadapi. Dalam perkembangannya, pengetahuan keuangan tidak hanya diperoleh melalui pendidikan formal, tetapi juga melalui berbagai media yang dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan media digital membuka semakin banyak sumber informasi keuangan bagi generasi muda. Angelica et al. (2023) menemukan bahwa konten keuangan di media sosial berpengaruh terhadap literasi keuangan Generasi Z. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa konten keuangan menjelaskan sekitar 20,4% variasi literasi keuangan, dan jumlah topik keuangan yang ditonton menjadi salah satu faktor yang paling berpengaruh. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat paparan terhadap informasi keuangan melalui media dapat berkaitan dengan pembentukan literasi keuangan generasi muda.

Selain media sosial, informasi bisnis dan keuangan juga dapat ditemukan dalam drama dan film. Tayangan bertema bisnis dapat menggambarkan berbagai situasi seperti pengelolaan perusahaan, investasi, penggunaan modal, utang, risiko, keuntungan, kerugian, serta pengambilan keputusan keuangan. Kamil dan Prihanto (2022) menemukan bahwa fenomena K-Drama berpengaruh signifikan terhadap literasi keuangan dan inklusi keuangan masyarakat di wilayah Jakarta dan Tangerang. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa tayangan yang dikonsumsi sebagai hiburan juga dapat memiliki keterkaitan dengan pemahaman keuangan penontonnya. Namun, penelitian tersebut masih mengkaji K-Drama secara umum dan belum secara khusus menelaah drama atau film yang memiliki muatan bisnis dan keuangan. Potensi media audiovisual dalam menyampaikan konsep keuangan juga terlihat pada penelitian Octaviany, Hidayat, dan Nulhakim (2025). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan film pendek sebagai media pembelajaran meningkatkan rata-rata skor pemahaman siswa dari 56,7 pada pre-test menjadi 82,3 pada post-test. Temuan serupa juga terlihat pada Rahma et al. (2026), yang menggunakan film pendek sebagai media kreatif dalam pembelajaran literasi keuangan. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa film dapat membantu penyampaian konsep keuangan melalui unsur visual dan naratif. Namun, film dalam penelitian tersebut

digunakan sebagai media edukasi yang dirancang secara sengaja, sehingga berbeda dengan drama atau film komersial yang ditonton mahasiswa sebagai hiburan.

Pengaruh film terhadap aspek keuangan juga tidak terbatas pada pengetahuan. Emanuella, Pamungkas, dan Cokki (2026) menemukan adanya perbedaan signifikan pada motivasi dan niat berinvestasi mahasiswa sebelum dan sesudah memperoleh paparan film. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa film dapat memengaruhi cara mahasiswa merespons informasi dan fenomena investasi. Dengan demikian, paparan audiovisual berpotensi memengaruhi aspek keuangan baik dalam bentuk pengetahuan maupun respons terhadap aktivitas investasi. Berdasarkan penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa media sosial, K-Drama, dan film pendek memiliki keterkaitan dengan literasi keuangan maupun aspek investasi. Namun, terdapat perbedaan objek dan konteks penelitian. Angelica et al. (2023) berfokus pada konten keuangan di media sosial, Kamil dan Prihanto (2022) meneliti K-Drama secara umum, sedangkan Octaviany et al. (2025) dan Rahma et al. (2026) menggunakan film sebagai media pembelajaran. Oleh karena itu, penelitian mengenai paparan mahasiswa terhadap drama dan film komersial bertema bisnis yang dikonsumsi sebagai hiburan serta kaitannya dengan literasi keuangan masih relatif terbatas. Dalam penelitian ini, paparan drama dan film bertema bisnis dipahami sebagai tingkat keterpaparan mahasiswa terhadap tayangan yang memuat informasi dan aktivitas bisnis atau keuangan, termasuk perhatian terhadap keputusan tokoh, situasi bisnis, serta konsep keuangan yang terdapat dalam cerita. Sementara itu, literasi keuangan diukur melalui kemampuan mahasiswa dalam memahami konsep dasar keuangan dan investasi.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh paparan drama dan film bertema bisnis terhadap literasi keuangan mahasiswa. Secara empiris, penelitian ini juga bertujuan memberikan gambaran mengenai keterkaitan tingkat keterpaparan mahasiswa terhadap informasi bisnis dan keuangan dalam drama atau film dengan tingkat pemahaman mereka terhadap konsep-konsep keuangan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah paparan drama dan film bertema bisnis berpengaruh terhadap literasi keuangan mahasiswa. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai literasi keuangan, khususnya terkait peran media audiovisual dan media hiburan sebagai salah satu sumber informasi keuangan bagi mahasiswa. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas hubungan antara paparan media, konten bisnis, dan literasi keuangan. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagi mahasiswa mengenai potensi drama dan film bertema bisnis sebagai sumber informasi tambahan mengenai keuangan. Bagi perguruan tinggi dan pihak yang bergerak dalam edukasi keuangan, hasil penelitian dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan pendekatan literasi keuangan berbasis media audiovisual yang lebih dekat dengan pola konsumsi media generasi muda.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian ini menjadikan Social Cognitive Theory (SCT) sebagai dasar teori utamanya. Bandura (2001) menyatakan bahwa seseorang bisa mendapatkan pengetahuan bukan hanya dari pengalaman pribadi, tetapi juga dengan mengamati tindakan, informasi, serta akibat yang diperlihatkan oleh lingkungan atau media. Dalam kaitannya dengan media, sebuah tayangan dapat berfungsi sebagai sumber informasi yang memungkinkan individu mempelajari suatu

fenomena tanpa perlu mengalaminya sendiri. Konsep ini berkaitan dengan penelitian ini sebab drama dan film bertema bisnis mampu menampilkan beragam aktivitas keuangan, misalnya investasi, pemanfaatan modal, utang, risiko, pengelolaan perusahaan, dan pengambilan keputusan finansial. Saat mahasiswa menyimak informasi tersebut, proses pengamatan itu dapat menjadi salah satu bentuk pembelajaran informal. Oleh karena itu, SCT dipakai untuk menjelaskan bagaimana paparan informasi bisnis dan keuangan dalam drama atau film berpotensi memiliki kaitan dengan pengetahuan keuangan mahasiswa.

Paparan media mencerminkan sejauh mana seseorang terlibat dengan informasi yang diperolehnya dari media. Dalam penelitian ini, Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis dimaknai sebagai besarnya keterlibatan serta perhatian mahasiswa terhadap tayangan yang berisi informasi, aktivitas, keputusan, situasi, dan topik seputar bisnis dan keuangan. Media bukan sekadar alat hiburan, melainkan juga bisa menjadi sumber informasi. Angelica et al. (2023) menyatakan bahwa konten keuangan yang disampaikan melalui media sosial berdampak pada literasi keuangan Generasi Z. Penelitian tersebut menggunakan kuesioner online terhadap 287 responden dan data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dan ANOVA. Hasilnya menunjukkan bahwa konten keuangan di media sosial berpengaruh terhadap literasi keuangan sebesar 20,4%, dan jumlah topik keuangan yang ditonton menjadi faktor yang paling berpengaruh. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa keterpaparan seseorang terhadap informasi keuangan lewat media dapat berhubungan dengan pengetahuan keuangannya, meskipun penelitian itu belum membahas kualitas konten dan kredibilitas kreator keuangan.

Dalam ranah tayangan hiburan, Kamil dan Prihanto (2022) menemukan bahwa K-Drama memiliki kaitan positif dan signifikan dengan literasi keuangan dan inklusi keuangan masyarakat di Jakarta dan Tangerang. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner kepada 200 responden, dan data dianalisis dengan regresi linear sederhana, uji t, dan SPSS. Hasil ini mengindikasikan bahwa informasi yang terkandung dalam media hiburan dapat berkaitan dengan pemahaman keuangan penontonnya. Akan tetapi, penelitian tersebut masih menelaah K-Drama secara umum dan belum secara spesifik menguji pengaruh tontonan yang berfokus pada tema bisnis dan keuangan terhadap pengetahuan atau literasi keuangan. Oleh karena itu, masih terdapat celah penelitian untuk menguji secara lebih spesifik apakah menonton drama atau film bertema bisnis dapat berpengaruh terhadap peningkatan literasi keuangan.

Potensi media audiovisual dalam menyampaikan konsep keuangan juga terlihat pada penelitian Octaviany, Hidayat, dan Nulhakim (2025). Penelitian tersebut menggunakan pendekatan mixed-methods dengan analisis kuantitatif paired t-test untuk pre-test dan post-test pada 34 siswa kelas X SMAN 2 KS Cilegon, dan menunjukkan bahwa rata-rata skor pemahaman meningkat signifikan dari 56,7 pada pre-test menjadi 82,3 pada post-test. Temuan serupa juga terlihat pada Rahma et al. (2026), yang menggunakan film pendek sebagai media kreatif dalam pembelajaran literasi keuangan. Penelitian kuantitatif dengan one-group pretest-posttest pada 80 responden tersebut menunjukkan bahwa penggunaan film pendek memberikan peningkatan yang signifikan terhadap pemahaman literasi keuangan. Kedua penelitian tersebut menunjukkan bahwa film dapat membantu penyampaian konsep keuangan melalui unsur visual dan naratif. Namun, film dalam kedua penelitian tersebut digunakan sebagai media edukasi yang dirancang secara sengaja, bukan drama atau film komersial yang ditonton mahasiswa

sebagai hiburan. Selain itu, subjek pada penelitian Octaviany et al. (2025) adalah siswa SMA, bukan mahasiswa.

Pengaruh film terhadap aspek keuangan juga tidak terbatas pada pengetahuan. Emanuella, Pamungkas, dan Cokki (2026) menemukan adanya perbedaan signifikan pada motivasi dan niat berinvestasi mahasiswa sebelum dan sesudah memperoleh paparan film. Penelitian kuantitatif eksperimental dengan desain pretest-posttest pada 99 mahasiswa yang dipilih secara convenience sampling tersebut diuji dengan PLS-SEM dan Uji Wilcoxon Signed-Rank. Hasilnya menunjukkan penurunan nilai rata-rata motivasi dan niat berinvestasi pasca-perlakuan, yang berarti paparan media visual berupa film yang menggambarkan praktik manipulasi pasar modal dapat memengaruhi respons psikologis Generasi Z terhadap aktivitas investasi. Dengan demikian, paparan audiovisual berpotensi memengaruhi aspek keuangan baik dalam bentuk pengetahuan maupun respons terhadap aktivitas investasi. Temuan ini juga diperkuat oleh Thaharrah (2021) yang meneliti strategi edukasi pasar modal pada generasi milenial usia 21-35 tahun. Dengan kuesioner yang diolah menggunakan SPSS dan teknik analisis regresi linear berganda, penelitian tersebut menemukan bahwa variabel knowledge, media, dan teknologi secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan literasi investasi generasi milenial di Indonesia. Penelitian itu juga menunjukkan bahwa edukasi pasar modal masih lebih banyak menjangkau masyarakat berlatar belakang ekonomi, sehingga pemahaman pasar modal pada generasi muda non-ekonomi masih rendah, dan pandemi Covid-19 membatasi edukasi tatap muka sehingga diperlukan media alternatif seperti film, media sosial, dan financial technology.

Literasi keuangan berhubungan dengan kesanggupan seseorang untuk memahami informasi dan konsep keuangan yang dibutuhkan dalam mengambil keputusan. Dalam penelitian ini, Literasi Keuangan Mahasiswa ditekankan pada dimensi pengetahuan keuangan objektif, yakni kemampuan mahasiswa dalam menjawab pertanyaan tentang konsep dasar keuangan dan investasi. Pengukuran literasi keuangan meliputi pemahaman tentang inflasi dan daya beli, anggaran, bunga, pengelolaan keuangan, saham, reksa dana, risiko investasi, diversifikasi, pertimbangan dalam berinvestasi, serta pinjaman berbunga. Dengan demikian, skor literasi keuangan menggambarkan sejauh mana mahasiswa memahami konsep dasar keuangan dan investasi. Yanto et al. (2021) memperlihatkan bahwa media sosial turut berperan dalam membentuk pengetahuan dan sikap keuangan mahasiswa ekonomi dan bisnis di Indonesia. Temuan itu menunjukkan bahwa sumber informasi di luar pendidikan formal juga dapat berkaitan dengan terbentuknya pengetahuan keuangan mahasiswa.

Menurut Social Cognitive Theory, seseorang bisa mendapatkan pengetahuan lewat proses mengamati informasi yang disajikan media (Bandura, 2001). Drama dan film bertema bisnis dapat mengenalkan mahasiswa pada beragam konsep keuangan melalui jalan cerita dan keputusan yang diambil para tokoh. Semakin besar perhatian mahasiswa terhadap isi bisnis dan keuangan dalam tayangan, semakin besar pula kemungkinan informasi itu diolah menjadi pengetahuan. Secara empiris, sejumlah penelitian sebelumnya mendukung adanya kaitan antara media dan literasi keuangan. Yanto et al. (2021) memperlihatkan bahwa media sosial berperan dalam membentuk pengetahuan keuangan mahasiswa. Kamil dan Prihanto (2022) menemukan hubungan positif antara K-Drama dan literasi keuangan, sementara Angelica et al. (2023) menunjukkan bahwa konten keuangan di media sosial berpengaruh terhadap literasi

keuangan Generasi Z. Selain itu, Octaviany et al. (2025) dan Rahma et al. (2026) menemukan bahwa pemanfaatan film pendek sebagai media audiovisual mampu meningkatkan pemahaman terhadap materi keuangan.

Meskipun begitu, penelitian sebelumnya lebih banyak mengkaji media sosial, K-Drama secara umum, atau film yang memang dipakai sebagai media pembelajaran. Kajian tentang paparan alami mahasiswa terhadap drama dan film komersial bertema bisnis yang ditonton sebagai hiburan serta kaitannya dengan literasi keuangan masih tergolong terbatas. Perbedaan objek dan konteks penelitian tersebut menjadi dasar dilakukannya penelitian ini, yang memusatkan perhatian pada paparan drama dan film bertema bisnis dan literasi keuangan mahasiswa. Penelitian terdahulu digunakan untuk mengetahui hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai paparan media dan literasi keuangan serta melihat posisi penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Penelitian yang digunakan memiliki kesamaan dalam mengkaji media sebagai sumber informasi keuangan, tetapi memiliki perbedaan dalam jenis media, karakteristik responden, maupun konteks penelitian.

Tabel 1. *Research Gap*

No	Peneliti & Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil Penelitian	Persamaan & Perbedaan
1	Kamil & Prihanto (2022)	The Phenomenon of K-Drama (Korean Wave) in Influencing the Level of Financial Literacy and Public Financial Inclusion	Kuantitatif; 200 responden; kuesioner; regresi linear sederhana, uji t, dan SPSS	K-Drama berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan dan inklusi keuangan masyarakat di Jakarta dan Tangerang.	Persamaan: menguji pengaruh tayangan hiburan terhadap literasi keuangan. Perbedaan: mengkaji K-Drama secara umum, bukan drama atau film bertema bisnis, dan respondennya masyarakat umum, bukan mahasiswa.

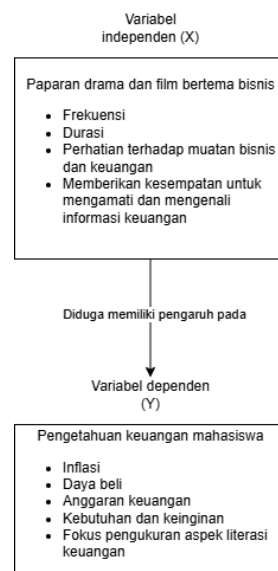
2	Rahma et al. (2026)	The Role of Short Film-Based Creative Media on Understanding Financial Literacy for Achieving SDGs 4.6 Universal Literacy and Numeracy in Indonesia	Kuantitatif; one-group pretest-posttest; 80 responden; uji statistik perbandingan sebelum dan sesudah intervensi film pendek	Penggunaan film pendek memberikan peningkatan yang signifikan terhadap pemahaman literasi keuangan.	Persamaan: menguji pengaruh film terhadap literasi keuangan. Perbedaan: film yang digunakan dirancang khusus sebagai media edukasi, bukan film komersial yang ditonton sebagai hiburan.
3	Angelica, Zen, & Hasanah (2023)	The Effect of Financial Contents on Social Media Towards Financial Literacy on Generation Z in Sumatra and Java	Kuantitatif; kuesioner online; 287 responden; regresi linear berganda dan ANOVA	Konten keuangan di media sosial berpengaruh terhadap literasi keuangan sebesar 20,4%; jumlah topik keuangan yang ditonton menjadi faktor paling berpengaruh.	Persamaan: menguji pengaruh paparan konten keuangan di media terhadap literasi keuangan. Perbedaan: media yang diteliti adalah media sosial, bukan drama atau film, dan respondennya Generasi Z di Sumatra dan Jawa.
4	Thaharrah (2021)	Strategi Edukasi Pasar Modal di Era Pandemi Covid-19 Kepada Millennial (Studi Kasus pada Generasi Millennial Indonesia Usia 21-35 Tahun di 2021)	Kuantitatif; kuesioner; purposive sampling; regresi linear berganda dengan SPSS	Variabel knowledge, media, dan teknologi secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan literasi investasi generasi milenial.	Persamaan: menguji peran media terhadap literasi keuangan atau investasi. Perbedaan: berfokus pada edukasi pasar modal dan respondennya generasi milenial usia 21-35 tahun, bukan mahasiswa.

5	Emanuella, Pamungkas, & Cokki (2026)	Pengaruh Film Terhadap Motivasi Berinvestasi dan Niat Berinvestasi: Studi Eksperimental pada Mahasiswa	Kuantitatif eksperimental; pretest-posttest; 99 mahasiswa; convenience sampling; PLS-SEM dan Uji Wilcoxon Signed-Rank	Terdapat perbedaan signifikan pada motivasi dan niat berinvestasi sebelum dan sesudah menonton film, ditandai dengan penurunan nilai rata-rata pasca-perlakuan.	Persamaan: menguji pengaruh film pada mahasiswa. Perbedaan: variabel terikatnya motivasi dan niat berinvestasi, bukan literasi keuangan, dan film yang digunakan menggambarkan praktik manipulasi pasar modal.
6	Octaviany, Hidayat, & Nulhakim (2025)	Enhancing Financial Literacy Through Audio-Visual Learning: The Impact of Short Films on Students' Understanding of the Rupiah	Mixed-methods; dominan analisis kuantitatif paired t-test; pre-test dan post-test; 34 siswa kelas X SMAN 2 KS Cilegon	Rata-rata skor pemahaman meningkat signifikan dari 56,7 (pre-test) menjadi 82,3 (post-test).	Persamaan: menguji pengaruh media audiovisual terhadap pemahaman keuangan. Perbedaan: subjeknya siswa SMA, bukan mahasiswa, dan film dibuat khusus untuk edukasi.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, media secara umum menunjukkan keterkaitan dengan literasi keuangan. Namun, penelitian sebelumnya memiliki perbedaan dalam jenis media, karakteristik responden, maupun konteks penelitian. Beberapa penelitian mengkaji media sosial, K-Drama secara umum, atau film yang dirancang khusus sebagai media edukasi. Penelitian ini menempatkan paparan drama dan film komersial bertema bisnis sebagai variabel independen dan menguji pengaruhnya terhadap literasi keuangan mahasiswa. Perbedaan tersebut menjadi dasar dilakukannya penelitian ini. Social Cognitive Theory mengemukakan bahwa informasi yang terdapat dalam media dapat menjadi sumber pembelajaran melalui proses pengamatan. Drama dan film bertema bisnis mampu menyajikan paparan mengenai beragam aktivitas dan keputusan keuangan. Paparan itu diduga dapat menambah keakraban mahasiswa dengan konsep-konsep keuangan sehingga berhubungan dengan tingkat literasi keuangan yang mereka miliki. Dalam penelitian ini, Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis diukur melalui besarnya keterlibatan serta perhatian mahasiswa terhadap tayangan yang berisi informasi, aktivitas, keputusan, situasi, dan topik seputar bisnis dan keuangan. Sementara itu, Literasi Keuangan Mahasiswa ditekankan pada dimensi pengetahuan

keuangan objektif, yakni kemampuan mahasiswa dalam menjawab pertanyaan tentang konsep dasar keuangan dan investasi, yang mencakup pemahaman tentang inflasi dan daya beli, anggaran, bunga, pengelolaan keuangan, saham, reksa dana, risiko investasi, diversifikasi, pertimbangan dalam berinvestasi, serta pinjaman berbunga.

Kerangka konseptual penelitian ini menggambarkan hubungan antara Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis sebagai variabel independen (X) dan Literasi Keuangan Mahasiswa sebagai variabel dependen (Y). Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis dimaknai sebagai besarnya keterlibatan serta perhatian mahasiswa terhadap tayangan yang berisi informasi, aktivitas, keputusan, situasi, dan topik seputar bisnis dan keuangan. Literasi Keuangan Mahasiswa ditekankan pada dimensi pengetahuan keuangan objektif, yakni kemampuan mahasiswa dalam menjawab pertanyaan tentang konsep dasar keuangan dan investasi. Berdasarkan hubungan teoritis dan hasil penelitian terdahulu, Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis diduga memiliki pengaruh positif terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa. Dengan demikian, model penelitian ini menempatkan Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis sebagai variabel X yang memengaruhi Literasi Keuangan Mahasiswa sebagai variabel Y.



Sumber : Diolah oleh peneliti, 2026.

Berdasarkan teori dan hasil penelitian terdahulu tersebut, penelitian ini menguji apakah Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis berpengaruh terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa. Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Paparan drama dan film bertema bisnis berpengaruh positif terhadap literasi keuangan mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel melalui data yang dapat diukur secara numerik dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Menurut

Sugiyono (2019), penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis sebagai variabel independen (X) dan Literasi Keuangan Mahasiswa sebagai variabel dependen (Y).

Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif karena berfokus pada hubungan antara dua variabel, yaitu Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis sebagai variabel independen (X) dan Literasi Keuangan Mahasiswa sebagai variabel dependen (Y). Desain yang digunakan adalah survei cross-sectional, yaitu data dikumpulkan hanya pada satu titik waktu tertentu tanpa melakukan pengamatan berulang dalam jangka panjang. Tujuan utamanya adalah menganalisis hubungan statistik antara kedua variabel. Karena penelitian ini bersifat observasional dan non-eksperimental, peneliti tidak melakukan intervensi, manipulasi, atau perlakuan apa pun terhadap responden maupun variabel yang diteliti. Responden menjawab pertanyaan sesuai dengan kondisi, pengalaman, dan pengetahuan mereka sendiri tanpa diarahkan oleh peneliti. Konsekuensinya, istilah "pengaruh" yang digunakan dalam penelitian ini perlu dipahami secara hati-hati, yaitu dalam konteks pengaruh statistik yang terlihat di dalam model regresi, bukan sebagai klaim hubungan sebab-akibat yang bersifat mutlak. Dengan kata lain, temuan penelitian ini menunjukkan adanya keterkaitan statistik antara kedua variabel, tetapi tidak dapat membuktikan secara pasti bahwa X menyebabkan perubahan pada Y.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Kriteria tersebut dirancang agar responden yang terlibat benar-benar sesuai dengan fokus kajian, yaitu mahasiswa yang memiliki pengalaman menonton drama dan film bertema bisnis serta relevan untuk diteliti tingkat literasi keuangannya. Menurut Sugiyono (2019), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel merupakan bagian dari populasi yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti. Teknik ini digunakan karena tidak seluruh mahasiswa memiliki karakteristik yang sesuai dengan kebutuhan penelitian, sehingga responden dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah menonton drama atau film bertema bisnis dan bersedia mengisi kuesioner penelitian. Responden yang memenuhi seluruh kriteria tersebut dapat mengisi kuesioner dan digunakan sebagai sampel penelitian. Pemilihan responden berdasarkan kriteria tersebut dilakukan agar data yang diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menguji pengaruh Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, terkumpul sebanyak 100 respons. Namun, tidak seluruh respons tersebut dapat digunakan dalam analisis. Setelah dilakukan penyaringan berdasarkan kelengkapan jawaban dan kesesuaian dengan kriteria penelitian, sebanyak 81 responden ditetapkan sebagai sampel akhir yang digunakan dalam penelitian ini. Jumlah ini dianggap memadai untuk keperluan analisis statistik yang dilakukan. Dengan demikian, hasil penelitian ini ditafsirkan sesuai dengan karakteristik

sampel yang diteliti dan tidak digeneralisasikan secara berlebihan kepada seluruh populasi mahasiswa.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2019), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dipilih karena dapat digunakan untuk memperoleh data secara langsung mengenai persepsi responden terhadap Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis serta pengetahuan keuangan mereka. Kuesioner penelitian disusun berdasarkan definisi operasional variabel yang telah ditetapkan. Variabel Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis diukur menggunakan delapan item pernyataan yang disusun dengan skala Likert 1-5. Skala ini memungkinkan responden untuk menyatakan tingkat kesetujuan atau frekuensi keterlibatan mereka terhadap tayangan bertema bisnis, mulai dari kategori terendah hingga tertinggi. Skor variabel diperoleh dengan menjumlahkan jawaban atas seluruh item, sehingga skor yang lebih tinggi menunjukkan tingkat paparan atau keterlibatan yang lebih besar terhadap drama dan film bertema bisnis. Dengan kata lain, semakin tinggi skor yang diperoleh responden, semakin intensif pula keterpaparan mereka terhadap tayangan tersebut.

Sementara itu, variabel Literasi Keuangan Mahasiswa diukur melalui sepuluh pertanyaan objektif yang dirancang untuk menguji pemahaman responden terhadap konsep-konsep keuangan dasar dan investasi. Setiap jawaban benar diberi nilai 1, sedangkan jawaban salah atau tidak tahu diberi nilai 0. Skor mentah dari sepuluh pertanyaan tersebut kemudian dikonversi ke dalam skala 0-100 dengan rumus: $\text{Skor Literasi Keuangan} = (\text{Jumlah Jawaban Benar} / 10) \times 100$. Penggunaan pengukuran objektif ini bertujuan agar variabel Literasi Keuangan Mahasiswa benar-benar mencerminkan pengetahuan aktual yang dimiliki responden, bukan sekadar persepsi atau penilaian subjektif mereka terhadap kemampuan keuangan sendiri. Dengan demikian, hasil pengukuran diharapkan lebih valid dan dapat menggambarkan tingkat literasi keuangan responden secara lebih akurat. Pengukuran literasi keuangan meliputi pemahaman tentang inflasi dan daya beli, anggaran, bunga, pengelolaan keuangan, saham, reksa dana, risiko investasi, diversifikasi, pertimbangan dalam berinvestasi, serta pinjaman berbunga.

Definisi operasional digunakan untuk memberikan batasan yang jelas mengenai variabel penelitian sehingga setiap variabel dapat diukur melalui indikator yang sesuai. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis sebagai variabel independen (X) dan Literasi Keuangan Mahasiswa sebagai variabel dependen (Y). Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis didefinisikan sebagai tingkat keterpaparan dan keterlibatan mahasiswa terhadap drama dan film yang memuat informasi, aktivitas, keputusan, situasi, dan topik bisnis atau keuangan. Variabel ini diukur melalui delapan item pernyataan dengan skala Likert 1-5. Skor yang lebih tinggi pada variabel X menunjukkan tingkat paparan dan keterlibatan terhadap drama dan film bertema bisnis yang semakin tinggi. Literasi Keuangan Mahasiswa didefinisikan sebagai tingkat pengetahuan dan pemahaman keuangan objektif berdasarkan kemampuan menjawab pertanyaan faktual mengenai konsep keuangan dasar dan investasi. Variabel ini diukur melalui sepuluh pertanyaan objektif dengan skala dikotomis 0-1 yang dikonversi ke skala 0-100. Skor Y yang lebih tinggi menunjukkan tingkat pengetahuan keuangan yang lebih baik.

Sebelum digunakan untuk menguji hipotesis, instrumen penelitian perlu diuji untuk mengetahui kualitas alat ukur yang digunakan. Uji instrumen dalam penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Menurut Ghazali (2021), uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah suatu instrumen atau pernyataan mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi instrumen dalam mengukur suatu konstruk. Kualitas instrumen penelitian dinilai melalui dua prosedur utama, yaitu pengujian kualitas item dan pengujian reliabilitas internal. Pengujian kualitas item dilakukan dengan mengevaluasi keterkaitan antara setiap item dengan skor total. Hubungan ini digunakan untuk menilai sejauh mana tiap item konsisten dalam mencerminkan konstruk yang hendak diukur. Item yang memiliki korelasi rendah terhadap skor total dapat dianggap kurang mampu merepresentasikan konstruk secara baik, sedangkan item dengan korelasi tinggi menunjukkan bahwa item tersebut selaras dengan keseluruhan instrumen. Selanjutnya, reliabilitas instrumen diuji menggunakan Cronbach's Alpha dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics. Cronbach's Alpha dipilih karena mampu memberikan gambaran mengenai konsistensi internal antaritem dalam satu instrumen. Khusus pada variabel Y yang menggunakan skor dikotomis 0-1, Cronbach's Alpha tetap dapat dimanfaatkan sebagai ukuran konsistensi internal dan secara matematis memiliki keterkaitan dengan pendekatan KR-20 (Kuder-Richardson 20) yang memang dirancang untuk item dikotomis. Dengan demikian, penggunaan Cronbach's Alpha pada variabel Y tetap dapat dipertanggungjawabkan secara metodologis. Nilai hasil pengujian kualitas item dan reliabilitas tersebut tidak disajikan pada bagian ini, melainkan ditampilkan secara rinci pada bagian Hasil dan Pembahasan.

Data yang telah diperoleh melalui kuesioner selanjutnya dianalisis secara kuantitatif menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics. Analisis data dilakukan untuk mengetahui kondisi masing-masing variabel serta menguji pengaruh Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa. Menurut Sugiyono (2019), analisis data dalam penelitian kuantitatif dilakukan setelah seluruh data dari responden terkumpul dan diarahkan untuk menjawab rumusan masalah serta menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Prosedur analisis yang diterapkan mencakup statistik deskriptif, regresi linear sederhana, pemeriksaan residual, uji heteroskedastisitas Glejser, korelasi Spearman, dan curve estimation. Setiap teknik analisis memiliki fungsi yang berbeda dan saling melengkapi dalam menjawab tujuan penelitian serta menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran awal mengenai distribusi skor variabel penelitian. Gambaran tersebut disajikan melalui nilai minimum, maksimum, rata-rata (mean), dan standar deviasi. Informasi ini membantu peneliti memahami kecenderungan umum data, seperti seberapa tinggi tingkat paparan responden terhadap drama dan film bertema bisnis serta seberapa baik tingkat literasi keuangan mereka, sebelum melangkah ke analisis inferensial yang lebih kompleks. Karena penelitian ini hanya melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen, pengujian pengaruh dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Menurut Ghazali (2021), regresi linear digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel independen dan variabel dependen serta mengetahui arah hubungan tersebut. Dalam penelitian ini, Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis merupakan variabel independen (X), sedangkan Literasi Keuangan Mahasiswa merupakan variabel dependen (Y). Persamaan regresi linear sederhana dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + BX + \varepsilon$$

Keterangan: Y merupakan Literasi Keuangan Mahasiswa, α merupakan konstanta, B merupakan koefisien regresi Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis, X merupakan Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis, dan ε merupakan residual atau error term. Analisis ini menjadi teknik utama untuk menguji hipotesis penelitian, khususnya untuk mengetahui apakah paparan drama dan film bertema bisnis berpengaruh positif terhadap literasi keuangan mahasiswa.

Pemeriksaan residual dilakukan untuk menilai apakah penggunaan model regresi linear sudah tepat. Pemeriksaan ini mencakup pengujian normalitas residual, yang bertujuan memastikan bahwa residual tersebar mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini terpenuhi, maka hasil estimasi model regresi dapat dianggap lebih valid dan dapat dipercaya. Sebaliknya, apabila asumsi normalitas tidak terpenuhi, hasil analisis perlu ditafsirkan dengan lebih hati-hati. Uji Glejser digunakan untuk mengevaluasi adanya heteroskedastisitas dalam model regresi. Heteroskedastisitas terjadi apabila varians residual tidak konstan di seluruh nilai variabel independen. Uji ini dilakukan dengan menganalisis keterkaitan antara variabel independen dan nilai absolut residual. Jika tidak ditemukan hubungan yang signifikan, maka model dapat dianggap bebas dari masalah heteroskedastisitas, sehingga estimasi koefisien regresi tetap dapat dipercaya.

Korelasi Spearman digunakan sebagai analisis tambahan (robustness check) untuk mengevaluasi arah, kekuatan, dan signifikansi hubungan monotonik antara X dan Y. Berbeda dengan regresi linear, korelasi Spearman menggunakan pendekatan berbasis peringkat (rank), sehingga tidak mensyaratkan asumsi linearitas maupun normalitas yang ketat. Analisis ini berfungsi untuk memperkuat atau memverifikasi temuan dari analisis regresi utama, sekaligus memastikan bahwa hasil yang diperoleh tidak sepenuhnya bergantung pada satu teknik analisis saja. Curve estimation digunakan sebagai analisis eksploratif tambahan untuk membandingkan kecocokan antara model linear dan model kuadratik. Model kuadratik dalam penelitian ini dirumuskan sebagai:

$$Y = \alpha + B_1X + B_2X^2 + \varepsilon$$

Analisis ini bertujuan untuk melihat apakah hubungan antara X dan Y sepenuhnya bersifat linear atau justru menunjukkan indikasi pola nonlinier. Dengan demikian, curve estimation berfungsi sebagai pelengkap yang membantu peneliti memahami bentuk hubungan antara kedua variabel secara lebih menyeluruh, sekaligus mengantisipasi kemungkinan bahwa hubungan tersebut tidak sepenuhnya dapat dijelaskan oleh model linear sederhana. Hasil dari analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih kaya mengenai dinamika hubungan antara paparan drama dan film bertema bisnis dengan literasi keuangan mahasiswa.

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis memiliki pengaruh terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa. Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah bahwa Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis berpengaruh positif terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa. Hipotesis tersebut sesuai dengan model penelitian yang menempatkan Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis sebagai variabel independen dan Literasi Keuangan Mahasiswa sebagai variabel dependen. Berdasarkan hubungan antara kedua variabel

serta hasil penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian, hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Paparan drama dan film bertema bisnis berpengaruh positif terhadap literasi keuangan mahasiswa.

Seluruh pengujian inferensial dalam penelitian ini menggunakan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Tingkat signifikansi ini berfungsi sebagai ambang batas untuk menentukan apakah hasil analisis statistik dapat dianggap bermakna secara empiris. Nilai $p < 0,05$ diinterpretasikan sebagai hasil yang signifikan secara statistik, yang berarti terdapat bukti yang cukup untuk menolak hipotesis nol. Sebaliknya, nilai $p \geq 0,05$ menunjukkan bahwa bukti statistik belum mencukupi untuk menolak hipotesis nol, sehingga hubungan yang diamati belum dapat dinyatakan signifikan secara statistik. Penetapan $\alpha = 0,05$ ini konsisten dengan konvensi umum dalam penelitian sosial dan ekonomi, serta digunakan secara seragam pada seluruh prosedur pengujian agar interpretasi hasil tetap konsisten dan dapat dibandingkan satu sama lain.

HASIL

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa yang memenuhi kriteria sebagai responden, yaitu mahasiswa yang pernah menonton drama atau film bertema bisnis dan bersedia mengisi kuesioner penelitian. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, terkumpul sebanyak 100 respons. Setelah dilakukan penyaringan berdasarkan kelengkapan jawaban dan kesesuaian dengan kriteria penelitian, sebanyak 81 responden ditetapkan sebagai sampel akhir yang digunakan dalam analisis. Variabel independen dalam penelitian ini adalah Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis (X), sedangkan variabel dependennya adalah Literasi Keuangan Mahasiswa (Y). Variabel X diukur melalui delapan item skala Likert, sedangkan variabel Y diukur melalui sepuluh soal objektif yang dikodekan 1 untuk jawaban benar dan 0 untuk jawaban salah atau tidak tahu.

Sebelum digunakan untuk menguji hipotesis, instrumen penelitian diuji terlebih dahulu melalui uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah setiap butir pernyataan atau pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti. Untuk variabel Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis (X), pengujian dilakukan dengan mengevaluasi nilai Corrected Item-Total Correlation pada setiap item. Hasilnya menunjukkan bahwa seluruh item variabel X memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation di atas 0,30, dengan rentang 0,577-0,718. Dengan demikian, seluruh item X01-X08 dinyatakan layak dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis (X)

Ite m	Corrected Item-Total Correlation	Keputusa n
X01	0,577	Valid
X02	0,702	Valid
X03	0,656	Valid
X04	0,710	Valid
X05	0,663	Valid
X06	0,710	Valid
X07	0,718	Valid
X08	0,592	Valid

Uji reliabilitas variabel X menghasilkan Cronbach's Alpha sebesar 0,890 untuk delapan item, yang menunjukkan konsistensi internal sangat baik. Untuk variabel Literasi Keuangan Mahasiswa (Y), hasil uji validitas menunjukkan bahwa sembilan dari sepuluh item memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation di atas 0,30. Sementara itu, item Y03 memperoleh nilai 0,112 sehingga memiliki daya diskriminasi relatif rendah dan perlu ditinjau. Meskipun demikian, secara keseluruhan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,791 menunjukkan bahwa instrumen Y tetap memiliki konsistensi internal yang memadai dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Literasi Keuangan Mahasiswa (Y)

Ite m	Corrected Item-Total Correlation	Keputusan
Y01	0,526	Layak
Y02	0,606	Layak
Y03	0,112	Perlu ditinjau
Y04	0,639	Layak
Y05	0,675	Layak
Y06	0,353	Layak
Y07	0,504	Layak
Y08	0,391	Layak
Y09	0,459	Layak
Y10	0,569	Layak

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keteranga n
Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis (X)	8	0,890	Reliabel
Literasi Keuangan Mahasiswa (Y)	10	0,791	Reliabel

Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran awal mengenai distribusi skor kedua variabel. Variabel Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis (X) memiliki nilai minimum 24, maksimum 40, rata-rata (mean) 32,01, dan standar deviasi 4,122. Sementara itu, variabel Literasi Keuangan Mahasiswa (Y) memiliki nilai minimum 30, maksimum 100, rata-rata 91,11, dan standar deviasi 16,733. Jika dilihat dari skor total Y sebelum dikonversi, nilai minimum adalah 3, maksimum 10, dengan rata-rata 9,11 dan standar deviasi 1,673. Rata-rata Y yang sangat tinggi menunjukkan kecenderungan ceiling effect, yaitu sebagian besar responden memperoleh skor mendekati batas maksimum. Kondisi ini perlu diperhatikan karena dapat membatasi variasi skor Y dan memengaruhi karakter residual model.

Tabel 5. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
X_TOTAL	81	24	40	32,01	4,122
Y_SCORE	81	30	100	91,11	16,733
Y_TOTAL	81	3	10	9,11	1,673

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan variabel Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis sebagai variabel independen (X) dan Literasi Keuangan Mahasiswa sebagai variabel dependen (Y). Hasil analisis menunjukkan nilai R sebesar 0,330 dan R Square sebesar 0,109. Nilai R sebesar 0,330 menunjukkan adanya hubungan positif yang cukup antara Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis dan Literasi Keuangan Mahasiswa. Sementara itu, nilai R Square sebesar 0,109 menunjukkan bahwa Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis mampu menjelaskan sebesar 10,9% variasi Literasi Keuangan Mahasiswa. Sisanya sebesar 89,1% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,097 dan Standard Error of the Estimate sebesar 15,897.

Tabel 6. Model Summary

Indikator	Nilai
R	0,330
R Square	0,109
Adjusted R Square	0,097
Std. Error of the Estimate	15,897

Hasil analisis varians (ANOVA) menunjukkan nilai F sebesar 9,633 dengan signifikansi 0,003. Nilai Sum of Squares Regression sebesar 2.434,427 dengan df 1 dan Mean Square 2.434,427, sedangkan Sum of Squares Residual sebesar 19.965,573 dengan df 79 dan Mean Square 252,729. Total Sum of Squares sebesar 22.400,000 dengan df 80. Karena nilai signifikansi

0,003 lebih kecil dari 0,05, maka model regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini dapat dinyatakan signifikan secara statistik.

Tabel 7. Hasil ANOVA

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2.434,427	1	2.434,427	9,633	0,003
Residual	19.965,573	79	252,729	-	-
Total	22.400,000	80	-	-	-

Berdasarkan tabel coefficients, diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 48,265 + 1,338X + e$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 48,265 menunjukkan bahwa apabila Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis dianggap bernilai konstan atau tidak mengalami perubahan, maka nilai Literasi Keuangan Mahasiswa diperkirakan sebesar 48,265. Sementara itu, koefisien regresi Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis sebesar 1,338 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis akan diikuti oleh peningkatan Literasi Keuangan Mahasiswa sebesar 1,338 satuan. Koefisien regresi yang bernilai positif menunjukkan bahwa hubungan antara Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis dan Literasi Keuangan Mahasiswa memiliki arah positif. Nilai t hitung sebesar 3,104 dengan signifikansi 0,003.

Tabel 8. Coefficients

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	95% CI
Konstanta	48,265	13,918	-	3,468	0,001	20,563-75,968
X_TOTAL	1,338	0,431	0,330	3,104	0,003	0,480-2,197

Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t untuk mengetahui apakah Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis berpengaruh secara signifikan terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa. Hipotesis yang diuji adalah H1: Paparan drama dan film bertema bisnis berpengaruh positif terhadap literasi keuangan mahasiswa. Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diperoleh nilai t hitung sebesar 3,104 dengan nilai signifikansi $p = 0,003$. Dengan jumlah responden sebanyak 81 orang dan tingkat signifikansi 5%, nilai t tabel pada derajat kebebasan 79 adalah sekitar 1,990. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar daripada t tabel ($3,104 > 1,990$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($p = 0,003 < 0,05$). Dengan demikian, H1 diterima. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa Paparan

Drama dan Film Bertema Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa. Artinya, semakin tinggi tingkat paparan dan keterlibatan mahasiswa terhadap drama dan film bertema bisnis, semakin tinggi pula kecenderungan tingkat literasi keuangan mereka.

Arah positif tersebut sejalan dengan Social Cognitive Theory yang digunakan sebagai landasan teori. Bandura (2001) menyatakan bahwa seseorang bisa mendapatkan pengetahuan bukan hanya dari pengalaman pribadi, tetapi juga dengan mengamati tindakan, informasi, serta akibat yang diperlihatkan oleh lingkungan atau media. Drama dan film bertema bisnis mampu menampilkan beragam aktivitas keuangan, misalnya investasi, pemanfaatan modal, utang, risiko, pengelolaan perusahaan, dan pengambilan keputusan finansial. Saat mahasiswa menyimak informasi tersebut, proses pengamatan itu dapat menjadi salah satu bentuk pembelajaran informal. Oleh karena itu, SCT dipakai untuk menjelaskan bagaimana paparan informasi bisnis dan keuangan dalam drama atau film berpotensi memiliki kaitan dengan pengetahuan keuangan mahasiswa.

Delapan item variabel Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis dinyatakan valid (*Corrected Item-Total Correlation* 0,577-0,718) dan reliabel (Cronbach's Alpha 0,890), sehingga alat ukur variabel X dalam penelitian ini cukup konsisten. Tingkat keterpaparan dan keterlibatan mahasiswa terhadap tayangan yang berisi informasi, aktivitas, keputusan, situasi, dan topik seputar bisnis dan keuangan dapat mencerminkan seberapa besar perhatian mereka terhadap isi bisnis dan keuangan dalam tayangan. Semakin besar perhatian mahasiswa terhadap isi tersebut, semakin besar pula kemungkinan informasi itu diolah menjadi pengetahuan. Hal ini sejalan dengan temuan Angelica et al. (2023) yang menunjukkan bahwa konten keuangan di media sosial berpengaruh terhadap literasi keuangan Generasi Z sebesar 20,4%, dan jumlah topik keuangan yang ditonton menjadi faktor yang paling berpengaruh. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa keterpaparan seseorang terhadap informasi keuangan lewat media dapat berhubungan dengan pengetahuan keuangannya. Dalam ranah tayangan hiburan, Kamil dan Prihanto (2022) juga menemukan bahwa K-Drama memiliki kaitan positif dan signifikan dengan literasi keuangan dan inklusi keuangan masyarakat di Jakarta dan Tangerang. Hasil ini mengindikasikan bahwa informasi yang terkandung dalam media hiburan dapat berkaitan dengan pemahaman keuangan penontonnya.

Dari sisi variabel Literasi Keuangan Mahasiswa, sembilan dari sepuluh item memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* di atas 0,30, sedangkan item Y03 memperoleh nilai 0,112 sehingga memiliki daya diskriminasi relatif rendah dan perlu ditinjau. Secara keseluruhan, nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,791 menunjukkan bahwa instrumen Y tetap memiliki konsistensi internal yang memadai. Literasi keuangan dalam penelitian ini ditekankan pada dimensi pengetahuan keuangan objektif, yakni kemampuan mahasiswa dalam menjawab pertanyaan tentang konsep dasar keuangan dan investasi. Pengukuran literasi keuangan meliputi pemahaman tentang inflasi dan daya beli, anggaran, bunga, pengelolaan keuangan, saham, reksa dana, risiko investasi, diversifikasi, pertimbangan dalam berinvestasi, serta pinjaman berbunga. Dengan demikian, skor literasi keuangan menggambarkan sejauh mana mahasiswa memahami konsep dasar keuangan dan investasi. Yanto et al. (2021) memperlihatkan bahwa media sosial turut berperan dalam membentuk pengetahuan dan sikap keuangan mahasiswa ekonomi dan bisnis di Indonesia. Temuan itu menunjukkan bahwa sumber informasi di luar

pendidikan formal juga dapat berkaitan dengan terbentuknya pengetahuan keuangan mahasiswa.

Nilai R sebesar 0,330 menunjukkan hubungan positif yang cukup antara Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis dan Literasi Keuangan Mahasiswa. Dengan bahasa sederhana, mahasiswa yang memiliki tingkat paparan dan keterlibatan lebih tinggi terhadap drama dan film bertema bisnis cenderung memiliki skor literasi keuangan yang lebih tinggi, dan pola itu cukup jelas. Hubungan ini belum sempurna. Angka 0,330 tidak mendekati 1, jadi ada responden yang pola jawabannya tidak mengikuti kecenderungan umum tersebut. Nilai R Square sebesar 0,109 menunjukkan bahwa Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis mampu menjelaskan sekitar 10,9% variasi Literasi Keuangan Mahasiswa. Artinya, sebagian perbedaan skor literasi keuangan antar responden dapat dijelaskan oleh perbedaan tingkat paparan mereka terhadap drama dan film bertema bisnis. Untuk penelitian dengan satu variabel bebas, angka ini menunjukkan bahwa Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis punya peran yang berarti. Sisanya, 89,1%, dijelaskan oleh faktor lain di luar model yang tidak diteliti. Penelitian ini tidak menguji faktor-faktor tersebut, sehingga data ini tidak memberi bukti tentang faktor mana yang berpengaruh. Sebagai dugaan saja, faktor seperti pendidikan formal, pengalaman pribadi, lingkungan keluarga, atau media lain mungkin ikut berperan, tetapi hal itu bukan hasil penelitian ini. Dengan demikian Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis tidak bisa disebut sebagai satu-satunya penentu literasi keuangan. Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis adalah salah satu faktor yang berhubungan dengan literasi keuangan, di antara faktor lain yang belum diketahui.

Dua catatan tentang instrumen dan model perlu disampaikan. Pertama, item Y03 memiliki daya diskriminasi rendah sehingga perlu ditinjau. Kedua, hasil uji asumsi menunjukkan bahwa residual model regresi linear tidak berdistribusi normal (Kolmogorov-Smirnov $p < 0,001$; Shapiro-Wilk $p < 0,001$) dan terdapat indikasi heteroskedastisitas (Glejser $p = 0,001$). Nilai skewness residual sebesar -1,976 dan kurtosis sebesar 3,816 juga memperlihatkan kemencengan ke kiri dan penyimpangan dari bentuk normal. Oleh karena itu, inferensi dari regresi OLS standar perlu ditafsirkan secara hati-hati. Meskipun demikian, pemeriksaan outlier dan influential case menunjukkan nilai maksimum Cook's Distance sebesar 0,338 yang masih di bawah batas praktis 1, sehingga tidak terdapat dasar kuat untuk menyatakan satu observasi secara ekstrem mendominasi model. Hasil regresi sebaiknya dibaca dengan memperhatikan keterbatasan tersebut.

Tabel 9. Hasil Uji Normalitas Residual

Uji	Statistik	df	Sig.	Kesimpulan
Kolmogorov-Smirnov	0,245	81	<0,001	Tidak normal
Shapiro-Wilk	0,771	81	<0,001	Tidak normal

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	95% CI
Konstanta	44,204	9,285	-	4,761	<0,001	25,722-62,686

X_TOTAL	-	0,288	-	-	0,001	-1,613 - -
	1,041		0,377	3,617		0,468

Tabel 11. Pemeriksaan Outlier/Influential Case

Indikator	Nilai
Standardized residual minimum	-3,675
Standardized residual maksimum	1,234
Cook's Distance maksimum	0,338

Sebagai analisis pendukung, dilakukan uji korelasi Spearman untuk mengevaluasi arah, kekuatan, dan signifikansi hubungan monotonik antara X dan Y. Hasilnya menunjukkan Spearman's rho sebesar 0,324 dengan signifikansi 0,003 dan N = 81. Hal ini berarti terdapat hubungan positif dan signifikan antara Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis dengan Literasi Keuangan Mahasiswa. Hasil ini konsisten dengan arah dan signifikansi model regresi linear, sehingga memberikan dukungan nonparametrik terhadap temuan hubungan X dan Y. Analisis ini berfungsi untuk memperkuat atau memverifikasi temuan dari analisis regresi utama, sekaligus memastikan bahwa hasil yang diperoleh tidak sepenuhnya bergantung pada satu teknik analisis saja.

Tabel 12. Hasil Uji Spearman

Hubungan	Spearman's rho	Sig. (2-tailed)	N
X_TOTAL dengan Y_SCORE	0,324	0,003	81

Selanjutnya, dilakukan pemeriksaan bentuk hubungan menggunakan curve estimation untuk membandingkan kecocokan antara model linear dan model kuadratik. Model linear menghasilkan R Square sebesar 0,109 dengan F sebesar 9,633 dan signifikansi 0,003, dengan persamaan $48,265 + 1,338X$. Model kuadratik menghasilkan R Square sebesar 0,199 dengan F sebesar 9,716 dan signifikansi $<0,001$, dengan persamaan $-203,689 + 17,014X - 0,240X^2$. Model kuadratik memiliki R Square sebesar 0,199, lebih tinggi dibandingkan model linear sebesar 0,109. Selisih R Square sebesar 0,090 menunjukkan bahwa penambahan komponen kuadratik memberikan peningkatan kecocokan model. Koefisien X^2 yang negatif menunjukkan pola hubungan yang naik pada tingkat paparan tertentu lalu cenderung melandai atau menurun pada tingkat paparan yang sangat tinggi. Temuan ini sebaiknya diposisikan sebagai analisis eksploratif karena desain utama penelitian bersifat cross-sectional dan variabel Y menunjukkan ceiling effect.

Tabel 13. Hasil Curve Estimation

Model	R Square	F	df 1	df 2	Sig.	Persamaan
Linear	0,109	9,633	1	79	0,003	$48,265 + 1,338X$
Quadratic	0,199	9,716	2	78	<0,001	$-203,689 + 17,014X - 0,240X^2$

Dari sisi teori, hasil penelitian ini sejalan dengan landasan yang dipakai pada tinjauan pustaka. Bandura (2001) menyatakan bahwa seseorang bisa mendapatkan pengetahuan lewat proses mengamati informasi yang disajikan media. Drama dan film bertema bisnis dapat mengenalkan mahasiswa pada beragam konsep keuangan melalui jalan cerita dan keputusan yang diambil para tokoh. Semakin besar perhatian mahasiswa terhadap isi bisnis dan keuangan dalam tayangan, semakin besar pula kemungkinan informasi itu diolah menjadi pengetahuan. Koefisien positif dan hasil uji t yang signifikan sesuai dengan arah hubungan tersebut. Dengan kata lain, data dari 81 mahasiswa mendukung hubungan teoritis yang dirumuskan dalam kerangka konseptual. Karena R Square hanya 10,9%, dukungan itu bersifat sebagian: Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis terbukti berkaitan dengan Literasi Keuangan Mahasiswa, tetapi tidak menjelaskannya secara penuh.

Temuan ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yang tercantum dalam tinjauan pustaka. Kamil dan Prihanto (2022) menemukan bahwa K-Drama berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan dan inklusi keuangan masyarakat di Jakarta dan Tangerang. Angelica et al. (2023) menemukan bahwa konten keuangan di media sosial berpengaruh terhadap literasi keuangan Generasi Z sebesar 20,4%. Octaviany et al. (2025) menemukan bahwa rata-rata skor pemahaman siswa meningkat signifikan dari 56,7 pada pre-test menjadi 82,3 pada post-test setelah menggunakan film pendek sebagai media audiovisual. Rahma et al. (2026) juga menemukan bahwa penggunaan film pendek memberikan peningkatan yang signifikan terhadap pemahaman literasi keuangan. Persamaannya jelas: media, baik media sosial maupun film, berhubungan positif dengan literasi keuangan.

Perbedaannya ada pada jenis media, karakteristik responden, dan konteks penelitian. Kamil dan Prihanto (2022) mengkaji K-Drama secara umum, bukan drama atau film bertema bisnis, dan respondennya masyarakat umum, bukan mahasiswa. Angelica et al. (2023) meneliti media sosial, bukan drama atau film, dengan responden Generasi Z di Sumatra dan Jawa. Octaviany et al. (2025) menggunakan film yang memang dibuat sebagai media edukasi dengan subjek siswa SMA, bukan mahasiswa. Rahma et al. (2026) juga menggunakan film yang dirancang khusus sebagai media edukasi. Penelitian ini menempatkan paparan drama dan film komersial bertema bisnis yang ditonton sebagai hiburan sebagai satu-satunya variabel bebas, dan hasilnya menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan pada mahasiswa. Temuan ini melengkapi bukti yang selama ini banyak berasal dari media sosial, K-Drama secara umum, atau film yang dirancang khusus untuk edukasi. Sisa variasi sebesar 89,1% juga tidak dapat dikaitkan dengan variabel tertentu karena tidak ada variabel lain yang diteliti di sini.

Secara kontekstual, hasil penelitian ini menggambarkan kondisi pembelajaran informal yang menjadi latar penelitian. Mahasiswa tidak selalu memperoleh pengetahuan keuangan dari pendidikan formal saja. Mereka juga terpapar berbagai informasi keuangan melalui media yang mereka konsumsi dalam kehidupan sehari-hari, termasuk drama dan film yang ditonton sebagai hiburan. Drama dan film bertema bisnis dapat menampilkan situasi seperti pengelolaan perusahaan, investasi, penggunaan modal, utang, risiko, keuntungan, kerugian, serta pengambilan keputusan keuangan. Dari tayangan tersebut, mahasiswa bisa mendapat gambaran tentang konsep-konsep keuangan, misalnya bagaimana tokoh menghadapi risiko investasi atau mengambil keputusan finansial. Mereka juga bisa menilai seberapa relevan informasi tersebut dengan kondisi yang mereka hadapi, lalu memakai penilaian itu untuk memperkaya pemahaman mereka.

Temuan ini penting karena mahasiswa merupakan kelompok yang mulai menghadapi berbagai keputusan keuangan secara lebih mandiri, seperti pengelolaan uang saku, menabung, penggunaan pinjaman, serta pengenalan terhadap investasi. Literasi keuangan penting karena membantu mahasiswa memahami informasi keuangan, mengenali risiko, dan mempertimbangkan keputusan yang sesuai dengan kondisi yang dihadapi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan drama dan film bertema bisnis memang berperan dalam pembentukan literasi keuangan. Bagi mahasiswa, ini berarti drama dan film bertema bisnis dapat menjadi sumber informasi tambahan mengenai keuangan. Bagi perguruan tinggi dan pihak yang bergerak dalam edukasi keuangan, hasil ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan pendekatan literasi keuangan berbasis media audiovisual yang lebih dekat dengan pola konsumsi media generasi muda.

Hasil ini perlu dibaca sesuai cakupan sampelnya. Jumlah responden hanya 81 orang dan responden dipilih berdasarkan kriteria tertentu, sehingga hasilnya tidak otomatis berlaku untuk seluruh mahasiswa. Selain itu, variabel literasi keuangan menunjukkan indikasi ceiling effect karena sebagian besar responden memperoleh skor tinggi, dengan rata-rata 91,11. Kondisi ini dapat membatasi variasi skor Y dan memengaruhi karakter residual model. Satu item literasi keuangan (Y03) juga memiliki Corrected Item-Total Correlation sebesar 0,112 sehingga daya diskriminasinya rendah. Residual model regresi linear tidak berdistribusi normal dan uji Glejser menunjukkan adanya heteroskedastisitas. Curve estimation menunjukkan indikasi hubungan nonlinier, sehingga model linear tidak sepenuhnya menangkap pola data. Desain penelitian yang bersifat cross-sectional dan non-eksperimental juga membuat hasil tidak boleh ditafsirkan sebagai bukti kausal mutlak. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa Paparan Drama dan Film Bertema Bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap Literasi Keuangan Mahasiswa dan menjelaskan sekitar 10,9% variasinya. Sisanya dipengaruhi faktor lain yang belum diteliti. Dengan begitu rumusan masalah terjawab dan H1 diterima, tanpa menyimpulkan bahwa paparan drama dan film bertema bisnis adalah satu-satunya penentu literasi keuangan mahasiswa.

Tabel 14. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian	Indikator	Kesimpulan
Validitas X	CITC 0,577-0,718	Seluruh item layak
Reliabilitas X	$\alpha = 0,890$	Sangat baik
Validitas Y	9 item $>0,30$; Y03 = 0,112	Y03 perlu ditinjau
Reliabilitas Y	$\alpha = 0,791$	Memadai
Regresi linear	$B = 1,338$; $p = 0,003$	Arah positif dan signifikan
Koefisien determinasi	$R^2 = 0,109$	10,9% variasi Y dijelaskan X
Normalitas residual	Shapiro-Wilk $p < 0,001$	Tidak terpenuhi
Heteroskedastisitas	Glejser $p = 0,001$	Terdeteksi
Outlier/influence	Cook's D maks. = 0,338	Tidak ada influence ekstrem
Spearman	$\rho = 0,324$; $p = 0,003$	Positif dan signifikan
Curve estimation	R^2 kuadratik = 0,199	Indikasi hubungan nonlinier

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh paparan drama dan film bertema bisnis terhadap literasi keuangan mahasiswa. Berdasarkan hasil analisis terhadap 81 responden yang memenuhi kriteria penelitian, dapat disimpulkan bahwa paparan drama dan film bertema bisnis memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap literasi keuangan mahasiswa. Hal ini ditunjukkan oleh hasil analisis regresi linear sederhana yang menghasilkan persamaan $Y = 48,265 + 1,338X$, dengan koefisien regresi variabel X sebesar 1,338 dan nilai signifikansi sebesar 0,003 ($p < 0,05$). Arah koefisien yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat paparan mahasiswa terhadap drama dan film bertema bisnis, semakin tinggi pula tingkat literasi keuangannya. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H1) yang menyatakan bahwa paparan drama dan film bertema bisnis berpengaruh positif dan signifikan terhadap literasi keuangan mahasiswa dapat diterima, sedangkan hipotesis nol (H0) ditolak. Besarnya kontribusi variabel paparan drama dan film bertema bisnis terhadap literasi keuangan mahasiswa ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,109. Nilai tersebut berarti bahwa 10,9% variasi skor literasi keuangan mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel paparan drama dan film bertema bisnis, sedangkan sisanya sebesar 89,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam

penelitian ini. Meskipun kontribusi yang diberikan tergolong kecil, hasil ini tetap menunjukkan bahwa media hiburan yang memuat unsur bisnis dan keuangan memiliki keterkaitan dengan tingkat literasi keuangan mahasiswa. Hasil ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu, seperti Kamil dan Prihanto (2022) yang menemukan pengaruh K-Drama terhadap literasi keuangan, serta Angelica et al. (2023) yang menunjukkan bahwa konten keuangan di media sosial berpengaruh terhadap literasi keuangan Generasi Z. Temuan tersebut memperkuat argumen bahwa paparan terhadap media yang memuat informasi bisnis dan keuangan, baik yang bersifat edukatif maupun hiburan, dapat berkaitan dengan pemahaman keuangan seseorang.

Hasil uji instrumen menunjukkan bahwa seluruh item variabel X (X01-X08) dinyatakan valid dengan nilai Corrected Item-Total Correlation berkisar antara 0,577 hingga 0,718, serta nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,890 yang menunjukkan konsistensi internal sangat baik. Pada variabel Y, sembilan dari sepuluh item dinyatakan layak dengan nilai Corrected Item-Total Correlation di atas 0,30, sedangkan satu item (Y03) memperoleh nilai 0,112 sehingga perlu ditinjau karena daya diskriminasinya relatif rendah. Meskipun demikian, nilai Cronbach's Alpha variabel Y sebesar 0,791 menunjukkan bahwa instrumen Y tetap memiliki konsistensi internal yang memadai. Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan secara umum mampu mengukur variabel X dan variabel Y dengan valid dan reliabel. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik, diketahui bahwa residual model regresi tidak berdistribusi normal, dengan hasil uji Shapiro-Wilk menunjukkan $p < 0,001$, serta nilai skewness residual sebesar -1,976 yang memperlihatkan kemencengan ke kiri. Selain itu, uji Glejser menunjukkan adanya indikasi heteroskedastisitas dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 ($p < 0,05$). Meskipun demikian, pemeriksaan outlier dan influential case menunjukkan nilai maksimum Cook's Distance sebesar 0,338, yang masih di bawah batas praktis 1, sehingga tidak terdapat dasar kuat untuk menyatakan satu observasi secara ekstrem mendominasi model. Uji Spearman sebagai analisis pendukung menunjukkan hubungan positif dan signifikan antara variabel X dan variabel Y ($p = 0,324$; $p = 0,003$), yang konsisten dengan hasil regresi linear. Sementara itu, curve estimation menunjukkan bahwa model kuadratik memiliki R^2 sebesar 0,199, lebih tinggi dibandingkan model linear sebesar 0,109, sehingga terdapat indikasi bahwa hubungan antara paparan drama dan film bertema bisnis dengan literasi keuangan mahasiswa tidak sepenuhnya bersifat linear.

Tingginya rata-rata skor literasi keuangan mahasiswa sebesar 91,11 dengan standar deviasi 16,733 menunjukkan adanya indikasi ceiling effect, yaitu kecenderungan sebagian besar responden memperoleh skor mendekati batas maksimum. Kondisi ini dapat membatasi variasi skor variabel Y dan memengaruhi karakter residual model. Oleh karena itu, temuan utama penelitian ini lebih tepat dipahami sebagai adanya hubungan positif yang signifikan antara tingkat paparan drama dan film bertema bisnis dengan literasi keuangan mahasiswa pada sampel penelitian, bukan sebagai bukti kausal yang mutlak. Hal ini juga sejalan dengan desain penelitian yang bersifat cross-sectional dan non-eksperimental, sehingga hasil penelitian tidak dapat menetapkan hubungan sebab-akibat secara langsung antara kedua variabel. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa paparan drama dan film bertema bisnis memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap literasi keuangan mahasiswa, meskipun kontribusinya tergolong kecil dan terdapat beberapa keterbatasan dalam model regresi yang digunakan. Temuan ini memberikan gambaran bahwa media hiburan yang dekat dengan

kehidupan mahasiswa, seperti drama dan film bertema bisnis, dapat menjadi salah satu sumber informasi informal yang berkaitan dengan pemahaman keuangan. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa, perguruan tinggi, maupun peneliti selanjutnya dalam mengembangkan pendekatan literasi keuangan melalui media yang relevan bagi generasi muda.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, variabel literasi keuangan menunjukkan indikasi ceiling effect karena sebagian besar responden memperoleh skor yang tinggi, sehingga variasi skor variabel Y menjadi terbatas dan dapat memengaruhi karakter residual model. Kedua, satu item literasi keuangan (Y03) memiliki *Corrected Item-Total Correlation* sebesar 0,112 sehingga daya diskriminasinya rendah dan perlu ditinjau kembali. Ketiga, residual model regresi linear tidak berdistribusi normal, sehingga hasil pengujian hipotesis perlu ditafsirkan secara hati-hati. Keempat, uji Glejser menunjukkan adanya heteroskedastisitas, yang berarti varians residual tidak homogen. Kelima, curve estimation menunjukkan indikasi hubungan nonlinier, sehingga model linear tidak sepenuhnya menangkap pola data. Keenam, desain penelitian bersifat cross-sectional dan non-eksperimental, sehingga hasil penelitian tidak dapat ditafsirkan sebagai bukti kausal yang mutlak.

Berdasarkan hasil penelitian dan keterbatasan yang telah diuraikan, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran bahwa tayangan hiburan yang memuat unsur bisnis dan keuangan dapat menjadi salah satu sumber informasi informal yang bermanfaat, sehingga mahasiswa dapat lebih memperhatikan informasi keuangan yang muncul dalam tayangan yang ditonton. Bagi perguruan tinggi, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengembangkan program edukasi literasi keuangan dengan memanfaatkan media yang dekat dengan kehidupan mahasiswa, seperti drama dan film bertema bisnis. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan butir literasi keuangan dengan tingkat kesulitan yang lebih beragam agar variasi skor lebih baik, mempertimbangkan metode inferensial yang lebih robust terhadap pelanggaran asumsi klasik, serta mempertimbangkan desain penelitian eksperimental atau longitudinal agar hubungan sebab-akibat dapat dianalisis lebih lanjut.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelica, A. E., Zen, T. S., & Hasanah, E. N. (2023). The effect of financial contents on social media towards financial literacy on Generation Z in Sumatra and Java. *Journal of Consumer Studies and Applied Marketing*, 1(1), 37-45.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3(3), 265-299.
- Emanuella, N. K., Pamungkas, A. S., & Cokki. (2026). Pengaruh film terhadap motivasi berinvestasi dan niat berinvestasi: Studi eksperimental pada mahasiswa. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 8(3), 1048-1057.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26* (Ed. ke-10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giang, C. M., Tram, D. T. L., Quyen, P. T. P., & Thao, N. V. (2023). What leads to online review helpfulness on e-commerce platform? Examining the moderating effect of high and low prices. *The University of Danang Journal of Science and Technology*, 21(6.1), 104-109.
- Kamil, I., & Prihanto, H. (2022). The phenomenon of K-Drama (Korean Wave) in influencing the level of financial literacy and public financial inclusion. *Moestopo International Review on Societies, Humanities, and Sciences*, 2(1), 21-26.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2011). *Principles of marketing* (14th ed.). Pearson.
- Octaviany, F., Hidayat, S., & Nulhakim, L. (2025). Enhancing financial literacy through audio-visual learning: The impact of short films on students' understanding of the Rupiah. *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 17(3), 5299-5306.
- Rahma, H. N., Safitri, R. N., Arfandy, R. R. P., Hutagalung, M., & Pamungkas, E. (2026). The role of short film-based creative media on understanding financial literacy for achieving SDGs 4.6 universal literacy and numeracy in Indonesia. *Journal of Pedagogy and Education Science*, 5(1), 240-260.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Thaharrah, E. (2021). *Strategi edukasi pasar modal di era pandemi Covid-19 kepada millennial (Studi kasus pada generasi millennial Indonesia usia 21-35 tahun di 2021)*.
- Yanto, H., Ismail, N., Kiswanto, K., Rahim, N. M., & Baroroh, N. (2021). The roles of peers and social media in building financial literacy among the millennial generation: A case of Indonesian economics and business students. *Cogent Social Sciences*, 7(1), 1947579.