

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dengan konten hiburan, termasuk film animasi. Banyak penonton tidak hanya menikmati film, tetapi juga aktif membuat dan membagikan konten terkait film di platform digital, yang dikenal sebagai User Generated Content (UGC). Fenomena ini menimbulkan pertanyaan tentang faktor-faktor yang mendorong produksi UGC, salah satunya adalah kepuasan penonton terhadap pengalaman menonton. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kepuasan Penonton Film Jumbo terhadap Aktivitas Produksi *User Generated Content*: Studi pada Mahasiswa di Indonesia di media sosial. Landasan teori yang digunakan adalah Message Design Logic dari O’Keefe (1988), yang menekankan bahwa kepuasan dapat mendorong individu untuk merancang dan menyampaikan pesan melalui UGC. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei terhadap 384 responden melalui teknik purposive sampling. Instrumen penelitian berupa kuesioner online dengan skala Likert, sedangkan analisis data menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan penonton berpengaruh positif dan signifikan terhadap aktivitas produksi UGC dengan koefisien regresi sebesar 0,928 dan kontribusi pengaruh 72,9%. Artinya hipotesis alternatif bahwa kepuasan penonton memengaruhi aktivitas produksi *User Generated Content* dapat diterima. Kepuasan tetap menjadi faktor penting yang mendorong penonton untuk memproduksi UGC. Dengan demikian, H_a diterima dan H_0 ditolak.

Kata kunci: kepuasan penonton, produksi pesan, User Generated Content (UGC), teori Message Design Logic, media sosial.

ABSTRACT

The rise of social media has transformed the way audiences interact with entertainment content, including animated films. Viewers are no longer passive consumers but actively create and share content related to films on digital platforms, widely known as User Generated Content (UGC). This phenomenon raises questions regarding the factors that drive UGC production, one of which is audience satisfaction with the viewing experience. This study aims to analyze The Influence of Audience Satisfaction with the Film Jumbo on User Generated Content (UGC) Production: A Study on Indonesian University Students in social media. The theoretical foundation is Message Design Logic (O'Keefe, 1988), which emphasizes that satisfaction can encourage individuals to design and deliver messages through UGC. The research employed a quantitative approach with a survey of 384 respondents selected through purposive sampling. Data were collected using an online questionnaire with a Likert scale and analyzed through simple linear regression. The results indicate that audience satisfaction has a positive and significant influence on UGC production, with a regression coefficient of 0.928 and a contribution of 72.9%. This means the alternative hypothesis (H_a) is accepted, while the null hypothesis (H_0) is rejected. Audience satisfaction remains a key factor driving the production of UGC.

Keywords: audience satisfaction, message production, User Generated Content (UGC), Message Design Logic theory, social media.