

Paparan Drama Tiongkok terhadap Pandangan Realitas Budaya Tiongkok pada Penonton di Indonesia

Jennifer Grace¹, Riris Loisa^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Email: jennifer.915220083@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*

Email: ririsl@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 11-01-2025, revisi tanggal : 05-02-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 15-03-2025

Abstract

This study is motivated by the growing penetration of Chinese dramas in Indonesia, which are increasingly competing with the dominance of Korean dramas, particularly among viewers aged 18–35 who are active consumers of digital media. This phenomenon indicates that foreign entertainment plays a role in shaping cross-cultural perceptions and has become part of the dynamics of cultural globalization. The study aims to measure the influence of exposure to foreign entertainment products on viewers' perceptions of the reality of the producing culture, using Cultivation Theory as the main framework to explain how intensive and repetitive exposure can affect audiences' understanding, attitudes, and behavioral tendencies. Variables such as frequency, duration, attention, and viewer involvement are derived from the concepts of media exposure and foreign entertainment, while the process of cultural perception formation is explained through the concept of stereotypes within the warmth-competence framework. This research employs a quantitative approach through an online survey of 100 respondents who meet the criteria of Chinese drama viewers. The findings affirm that foreign entertainment media plays a significant role as an agent of cultural transmission and contributes to shaping how audiences interpret cultural realities within the context of contemporary globalization.

Keywords: *cultivation theory, media exposure, stereotypes, foreign entertainment*

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penetrasi drama Tiongkok di Indonesia yang kini bersaing dengan dominasi drama Korea, terutama pada kelompok penonton berusia 18–35 tahun yang menjadi konsumen aktif media digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa hiburan asing berperan dalam membentuk persepsi budaya lintas negara dan menjadi bagian dari dinamika globalisasi budaya. Studi ini bertujuan mengukur pengaruh terpaa produk hiburan asing terhadap pandangan tentang realitas budaya produsen dengan menggunakan Teori Kultivasi sebagai landasan utama untuk menjelaskan bagaimana terpaa yang intensif dan berulang mampu memengaruhi pemahaman, sikap, serta kecenderungan perilaku penonton. Variabel frekuensi, durasi, atensi, dan keterlibatan penonton dijelaskan melalui konsep terpaa media dan hiburan asing, sedangkan proses pembentukan persepsi budaya dijelaskan menggunakan konsep stereotip dalam kerangka warmth dan competence. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif melalui survei daring kepada 100 responden yang memenuhi kriteria penonton drama Tiongkok. Temuan ini menegaskan bahwa media hiburan asing memiliki peran signifikan sebagai agen transmisi budaya dan turut membentuk cara audiens memaknai realitas budaya dalam konteks globalisasi kontemporer.

Kata Kunci: hiburan asing, paparan media, stereotipe, teori kultivasi

1. Pendahuluan

Globalisasi dan perkembangan teknologi informasi telah menciptakan lingkungan budaya yang semakin tanpa batas, memungkinkan arus nilai, tradisi, dan praktik budaya bergerak lintas negara dengan cepat (Rayhan et al., 2025). Dalam konteks ini, media hiburan seperti film dan drama tidak lagi berfungsi semata-mata sebagai sarana rekreasi, tetapi juga sebagai medium penyebaran ideologi dan representasi budaya suatu bangsa.

Di Indonesia, tampak semakin jelas pengaruh budaya Tiongkok, yang tidak hanya terlihat dari segi ekonomi, tetapi juga melalui hiburan yang sekarang mudah diakses oleh publik lewat platform streaming digital (Amalia, 2025). Berbagai data dari platform seperti Iqiyi, WeTV, Viu, dan Netflix mengungkapkan bahwa drama Tiongkok telah menjangkau jutaan pemirsa di seluruh dunia (Wang & Lobato, 2019). Kenaikan popularitasnya di Indonesia dapat dilihat dari drama seperti *The Prisoner of Beauty* dan *The First Frost* yang berhasil menarik lebih dari 20 juta pemirsa (Nurul Diva, 2025). Ini menunjukkan perubahan dalam preferensi masyarakat dan memperlihatkan kuatnya produk budaya Tiongkok dalam media lokal.

Kenaikan ini paling terpancar pada kelompok umur 18 hingga 35 tahun, yang merupakan pengguna paling giat dalam platform digital dan konsumen utama bagi konten *streaming* (Fajriyah1 et al., 2025). Kelompok ini sudah biasa menikmati hiburan dari berbagai budaya dengan intensitas tinggi, sehingga menjadi sangat penting untuk diteliti karena mereka menunjukkan cara konsumsi yang mendorong terbentuknya pandangan budaya melalui media.

Fenomena meningkatnya konsumsi drama Tiongkok dapat dipahami sebagai proses transmisi budaya, yakni ketika penonton menyerap nilai, norma, pola interaksi, dan representasi budaya yang muncul dalam tayangan (Barrett, 2020). Terpaan yang intensif tidak hanya memperkenalkan budaya asing, tetapi juga berpotensi membentuk stereotip atau ekspektasi tertentu mengenai masyarakat Tiongkok (Lee, 2016). Hal ini sejalan dengan Teori Kultivasi, yang menjelaskan bahwa penonton berat cenderung melihat realitas sosial berdasarkan gambaran yang mereka konsumsi secara berulang dari media (Junaidi, 2018).

Walaupun pengaruh drama Korea terhadap persepsi budaya di Indonesia telah banyak diteliti, kajian mengenai drama Tiongkok masih sangat terbatas. Padahal, peningkatan popularitasnya menunjukkan potensi pengaruh yang setara, terlebih karena kedua jenis hiburan tersebut dikonsumsi oleh kelompok usia yang sama dengan intensitas menonton yang tinggi. Studi sebelumnya pada drama Korea menunjukkan bahwa terpaan intensif dapat memengaruhi persepsi mengenai gaya hidup, standar kecantikan, dan nilai-nilai budaya (Tirasawasdichai et al., 2022).

Dengan demikian, penelitian mengenai drama Tiongkok penting dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dan memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai bagaimana hiburan asing membentuk pandangan tentang realitas budaya produsen di Indonesia.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan yang menekankan pengumpulan data terukur untuk dianalisis secara matematis dan statistik

guna memahami sikap, keyakinan, serta perilaku responden secara objektif (Waruwu et al., 2025). Pendekatan ini dipilih karena mampu menghasilkan temuan yang terstruktur, sistematis, serta dapat direplikasi. Metode yang digunakan adalah survei, yang memungkinkan peneliti memperoleh gambaran umum mengenai fenomena melalui pengambilan data dari sejumlah responden (Purnia & Alawiyah, 2019).

Populasi dalam penelitian ini merujuk pada seluruh individu yang memiliki karakteristik relevan dengan tujuan penelitian, yaitu penonton drama Tiongkok yang tinggal di Jakarta dan berusia 18–35 tahun (Suryani et al., 2023). Karena jumlah pasti populasi tidak diketahui, penentuan sampel dilakukan dengan mengikuti pendekatan untuk populasi tidak teridentifikasi sebagaimana diterapkan dalam penelitian terdahulu (Rosyida et al., 2023; Saputra et al., 2022). Hasil perhitungan mengarah pada kebutuhan minimal sekitar 100 responden, sehingga jumlah tersebut ditetapkan sebagai sampel penelitian.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama. Kuesioner dipilih karena mampu mengukur variabel penelitian melalui serangkaian pertanyaan yang disusun berdasarkan indikator teoretis (Suryani et al., 2023). Penggunaan skala Likert memudahkan peneliti mengidentifikasi sikap dan persepsi responden terhadap objek penelitian melalui pilihan jawaban terstruktur (Aditya Santika et al., 2023). Data penelitian terdiri dari data primer yang diperoleh langsung melalui penyebaran kuesioner, serta data sekunder yang diperoleh dari buku, jurnal, dan sumber ilmiah lain yang relevan (Sulung & Muspawi, 2024)

Analisis data meliputi pengujian normalitas untuk memastikan bahwa distribusi data memenuhi kriteria statistik parametrik. Uji Kolmogorov-Smirnov digunakan dengan syarat bahwa data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansinya berada di atas 0,10 (Marwinda & Danardono, 2024). Selanjutnya, uji t diterapkan untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah dalam model regresi linear sederhana (Alwy Yusuf et al., 2024). Regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis hubungan pengaruh antara variabel, sedangkan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen. (Pratama & Nugrohoseno, 2022)

Untuk memastikan keabsahan instrumen, uji validitas dilakukan dengan menganalisis hubungan antara skor tiap item dan total skor instrumen. Sebuah item dinyatakan valid apabila nilai r hitung melebihi r tabel pada tingkat signifikansi 0,10 (Sugiyono, 2022). Pengujian reliabilitas menggunakan teknik Cronbach's Alpha guna menjamin konsistensi internal instrumen. Nilai $\alpha \geq 0,60$ menunjukkan reliabilitas yang baik, sedangkan nilai 0,60–0,69 masih dapat diterima untuk penelitian eksploratoris (Dodiet Aditya Setyawan, 2021). Prosedur ini memastikan data penelitian akurat, konsisten, dan layak diinterpretasikan secara ilmiah.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Penulis menggunakan aplikasi SPSS versi 29 dalam pengelolaan data. Penulis mendapatkan hasil setelah melakukan proses pengelolaan data, sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X

| | Total Correlation | Keterangan | | Total Correlation | Keterangan |
|-----------|--------------------------|-------------------|-----------|--------------------------|-------------------|
| X1 | 0,589 | Valid | X9 | 0,450 | Valid |

| | | | | | |
|-----------|-------|-------|-----|-------|-------|
| X2 | 0,427 | Valid | X10 | 0,687 | Valid |
| X3 | 0,632 | Valid | X11 | 0,501 | Valid |
| X4 | 0,536 | Valid | X12 | 0,294 | Valid |
| X5 | 0,554 | Valid | X13 | 0,563 | Valid |
| X6 | 0,598 | Valid | X14 | 0,423 | Valid |
| X7 | 0,412 | Valid | X15 | 0,282 | Valid |
| X8 | 0,427 | Valid | X16 | 0,657 | Valid |

Sumber: Pengolahan data SPSS ver.29

Hasil uji validitas untuk variabel paparan hiburan asing menunjukkan bahwa nilai korelasi total untuk semua item pernyataan lebih besar daripada r tabel (0,1654). Oleh karena itu, setiap detail pernyataan dinyatakan valid dan memenuhi persyaratan kelayakan sebagai alat penelitian.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y

| | Total Correlation | Keterangan | | Total Correlation | Keterangan |
|-----------|--------------------------|-------------------|-----|--------------------------|-------------------|
| Y1 | 0,575 | Valid | Y9 | 0,454 | Valid |
| Y2 | 0,421 | Valid | Y10 | 0,695 | Valid |
| Y3 | 0,515 | Valid | Y11 | 0,381 | Valid |
| Y4 | 0,603 | Valid | Y12 | 0,395 | Valid |
| Y5 | 0,355 | Valid | Y13 | 0,595 | Valid |
| Y6 | 0,529 | Valid | Y14 | 0,431 | Valid |
| Y7 | 0,561 | Valid | Y15 | 0,482 | Valid |
| Y8 | 0,396 | Valid | | | |

Sumber: Pengolahan data SPSS ver.29

Temuan dari penilaian validitas mengenai konstruksi persepsi realitas menunjukkan bahwa setiap item pernyataan memiliki nilai korelasi kumulatif yang melampaui nilai r yang ditabulasikan sebesar 0,1654. Akibatnya, setiap item pernyataan individu dianggap valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|-------------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .782 | 16 |

Sumber: Pengolahan data SPSS ver.29

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X

| Reliability Statistics | |
|-------------------------------|-------------------|
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .685 | 18 |

Sumber: Pengolahan data SPSS ver.29

Berdasarkan Tabel 3 dan 4, yang memuat hasil uji reliabilitas untuk variabel X (paparan hiburan asing) dan variabel Y (pandangan tentang realitas), diperoleh nilai Cronbach's Alpha masing-masing sebesar 0,782 dan 0,685. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha

melebihi 0,60. Dengan demikian, seluruh item pada kedua variabel tersebut dapat dinyatakan andal dan layak digunakan dalam penelitian.

Setelah penilaian keandalan instrumen penelitian komprehensif, tahap selanjutnya mengharuskan pelaksanaan uji normalitas untuk memastikan bahwa kumpulan data mematuhi asumsi fundamental regresi linier. Evaluasi normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, yang menghasilkan nilai signifikansi 0,120. Sejalan dengan kriteria yang menetapkan bahwa data dianggap terdistribusi normal ketika nilai signifikansi melebihi 0,10, hasil menunjukkan bahwa residu dalam model telah memenuhi asumsi normalitas.

Berikut hipotesis penelitian ini:

Ha: Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara paparan hiburan asing (X) terhadap budaya asing (Y) pada penonton.

Ho: Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara paparan hiburan asing (X) terhadap pandangan tentang realitas budaya asing (Y).

Temuan empiris penilaian menunjukkan tingkat signifikansi 0,001, yang secara signifikan lebih rendah dari ambang batas yang telah ditentukan 0,10, di samping t-statistik 2,003, melebihi nilai kritis dari tabel distribusi t 1,660. Bukti statistik ini mengharuskan penolakan hipotesis nol (Ho) dan penerimaan hipotesis alternatif (Ha). Akibatnya, dapat disimpulkan bahwa paparan hiburan asing memberikan pengaruh besar pada persepsi mengenai realitas budaya asing. Investigasi ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Tirasawasdichai et al. (2022) yang menjelaskan dampak paparan hiburan asing pada persepsi realitas budaya asing.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|-------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 44.059 | 4.174 | | 10.556 | <,001 |
| | Paparan Hiburan Asing | .125 | .079 | .157 | 2.003 | .118 |

a. Dependent Variable: Pandangan Tentang Realitas

Sumber: Pengolahan data SPSS ver.29

Berdasarkan analisis regresi linier, konstanta ($a = 44,059$) menunjukkan bahwa persepsi tentang kenyataan budaya asing di antara responden tetap di angka 44,059 walaupun variabel hiburan asing berada pada nol atau tidak memiliki dampak. Dengan kata lain, meskipun tidak ada paparan hiburan asing, responden masih memiliki pandangan dasar mengenai kenyataan budaya asing pada tingkat tersebut.

Setelah diketahui bahwa paparan hiburan asing memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap pandangan tentang realitas budaya produsen, tahap selanjutnya adalah melihat sejauh mana masing-masing dimensi dalam kedua variabel berkontribusi terhadap hubungan tersebut

Sesuai dengan teori kultivasi, semua aspek dari paparan seperti seberapa sering, lamanya, tingkat perhatian, serta keterlibatan pikiran dan perasaan, berperan dalam membentuk pandangan dan persepsi budaya melalui media (Gerbner dalam Shrum, 2017). Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa paparan yang tinggi

terhadap media asing bisa meningkatkan efek kultivasi dan mungkin mengubah cara pikir serta sikap penonton (Abed, 2024; Azahra & Marlina, 2025).

Mengenai pandangan terhadap realitas, lima dimensi yang diuji menunjukkan kecenderungan yang positif. Dua dimensi utama dalam model konten stereotip, yaitu kehangatan dan kompetensi, memperlihatkan skor rata-rata yang cukup seimbang, yang menunjukkan bahwa responden memiliki penilaian positif terhadap budaya Tiongkok, baik dari sisi kehangatan maupun kompetensinya (Fiske, 2018). Dimensi afektif mendapatkan nilai tertinggi, yang menandakan adanya reaksi emosional positif terhadap budaya Tiongkok akibat paparan yang terus-menerus (Rahman & Hilmiyah, 2024). Di sisi lain, dimensi konatif memiliki rata-rata yang cukup tinggi, menunjukkan bahwa responden cenderung meniru atau mengadopsi nilai serta gaya hidup yang terlihat dalam drama; pola ini juga teridentifikasi dalam penelitian (Adawiyah et al., 2025a). Sedangkan dimensi kognitif menunjukkan nilai rata-rata terendah, tetapi tetap berada dalam kategori positif, yang berarti responden memperoleh pemahaman baru tentang budaya Tiongkok melalui media (Adawiyah et al., 2025b).

Secara umum, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa ketika paparan terhadap hiburan asing meningkat, terutama dalam hal perhatian, hal ini berkontribusi pada pembentukan pandangan yang lebih kuat mengenai budaya asing. Penelitian dari Tirasawasdichai et al. (2022) mendukung temuan ini dengan menjelaskan bahwa paparan yang terus-menerus dapat meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan penerimaan terhadap budaya secara bertahap. Dalam studi ini, pola yang sama teridentifikasi ketika keterlibatan perhatian mendorong reaksi emosional terhadap budaya Tiongkok. Proses ini menggambarkan bahwa media tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga memiliki kemampuan untuk membentuk sikap dan pandangan audiens melalui penggabungan antara pemahaman kognitif dan kedekatan emosional.

Keterhubungan antara partisipasi kognitif dan reaksi emosional sejalan dengan penelitian lain yang menunjukkan pengaruh besar dari intensitas paparan media, yang bisa meningkatkan minat dan kedekatan seseorang terhadap budaya tertentu. Sebagai contoh, penelitian mengenai kecanduan terhadap drama Korea (Thing et al., 2025) mengungkapkan bahwa semakin tinggi tingkat perhatian, frekuensi, dan durasi seseorang terpapar konten, semakin besar peluang munculnya ikatan emosional dengan budaya dan karakter yang ditampilkan. Pola ini mendukung temuan dalam penelitian ini, di mana perhatian yang tinggi dari responden terhadap hiburan Tiongkok juga mendorong terbentuknya kedekatan emosional dan pandangan positif terhadap budaya tersebut. Jadi, baik dalam konteks drama Korea maupun hiburan Tiongkok, paparan media yang konsisten memiliki peranan penting dalam membangun pemahaman budaya dan memperkuat cara audiens melihat realitas budaya asing yang mereka konsumsi.

Terakhir, hasil regresi linier sederhana menunjukkan koefisien positif sebesar 0,122, yang menandakan bahwa setiap peningkatan paparan hiburan asing diikuti peningkatan pada pandangan tentang realitas budaya asing. Nilai ini memperlihatkan arah hubungan yang positif dan mendukung hipotesis penelitian (H_a) bahwa paparan hiburan asing memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan pandangan tentang realitas budaya asing. Dengan demikian, temuan ini menegaskan bahwa media hiburan asing berperan dalam membentuk cara pandang audiens terhadap budaya yang ditampilkan.

4. Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa paparan hiburan asing berpengaruh positif dan signifikan terhadap pandangan tentang realitas budaya asing, di mana dimensi atensi menjadi aspek paling dominan karena responden menunjukkan keterlibatan yang tinggi saat mengonsumsi konten budaya asing, khususnya terkait budaya Tiongkok. Keterlibatan ini memungkinkan pesan media terserap lebih kuat dan memicu respons afektif, yang dalam temuan penelitian ini menjadi dimensi tertinggi pada variabel pandangan tentang realitas. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden tidak hanya menikmati konten, tetapi juga mengembangkan kedekatan emosional serta persepsi positif terhadap budaya yang ditampilkan. Dengan demikian, paparan hiburan asing terbukti tidak hanya memberi hiburan, tetapi juga membentuk cara pandang dan penerimaan budaya asing di kalangan audiens.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi, para responden, serta seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penelitian ini. Dukungan dan kontribusi yang diberikan sangat berarti sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Daftar Pustaka

- Abed, L. G. (2024). The Influence Of Media Exposure On Cultural Attitudes, Particularly Behavior In Saudi Arabia. *European Journal of Social Sciences Studies*, 10(4). <https://doi.org/10.46827/ejsss.v10i4.1828>
- Adawiyah, S. El, Patrianti, T., Hermanto, A., & Ginting, R. (2025a). Theory of cultivation in Korean drama on social media. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 104–117. <https://doi.org/10.14710/interaksi.14.1.104-117>
- Adawiyah, S. El, Patrianti, T., Hermanto, A., & Ginting, R. (2025b). Theory of cultivation in Korean drama in social media. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 104–117. <https://doi.org/10.14710/interaksi.14.1.104-117>
- Aditya Santika, A., Hamonangan Saragih, T., Kartini, D., & Ramadhani, R. (2023). Penerapan Skala Likert pada Klasifikasi Tingkat Kepuasan Pelanggan Agen BRILink Menggunakan Random Forest. 11(3). <https://doi.org/10.26418/justin.v11i3>
- Alwy Yusuf, M., Abraham, A., Rukmana, H., Negeri Makassar, U., P Pettarani, J. A., Rappocini, K., Makassar, K., & Selatan, S. (2024). Analisis Regresi Linier Sederhana dan Berganda Beserta Penerapannya. *Journal on Education*, 06(02).
- Amalia, Y. (2025, April 27). *China Makin Mendominasi Pasar Asia Tenggara Lewat Drachin*. <https://www.merdeka.com/uang/china-makin-mendominasi-pasar-asia-tenggara-lewat-drachin-388704-mvk.html?page=4>
- Azahra, S. N., & Marlina, Y. (2025). The Influence of Korean Drama Series on Behavioral Changes Among Adolescents at the Islamic University of Jakarta. *Juwara: Jurnal Wawasan Dan Aksara*, 5(1), 58–67. <https://doi.org/10.58740/juwara.v5i1.175>

- Barrett, H. C. (2020). Towards a Cognitive Science of the Human: Cross-Cultural Approaches and Their Urgency. *Trends in Cognitive Sciences*, 24(8), 620–638. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2020.05.007>
- Dodiet Aditya Setyawan, I. (2021). *Petunjuk Praktikum Uji Normalitas & Homogenitas Data Dengan Spss*.
- Fajriyah1, N., Zaenuri, R. Z., & Lubis, R. F. (2025). Pengaruh Penggunaan Platform Digital Netflix Terhadap Minat Menonton Film Indonesia Pada Mahasiswa Swins. <https://doi.org/10.37817/ikon.v29i1>
- Fiske, S. T. (2018). Stereotype Content: Warmth and Competence Endure. *Current Directions in Psychological Science*, 27(2), 67–73. <https://doi.org/10.1177/0963721417738825>
- Junaidi. (2018). Mengenal Teori Kultivasi dalam Ilmu Komunikasi Cultivation Theory in Communication Science. *SIMBOLIKA*, 4(1). <http://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika>
- Lee, P. S. N. (2016). The rise of China and its contest for discursive power. *Global Media and China*, 1(1–2), 102–120. <https://doi.org/10.1177/2059436416650549>
- Marwinda, T. D. N., & Danardono, D. (2024). Perbandingan Iuran Normal Pensiun Metode Entry Age Normal dan Projected Unit Credit dengan Suku Bunga CIR (Cox, Ingersoll, Ross). *Jurnal Pembelajaran dan Matematika Sigma (JPMS)*, 10(2), 133–138. <https://doi.org/10.36987/jpms.v10i2.5881>
- Nurul Diva. (2025, July 29). *10 Rekomendasi Drama China dengan Jumlah Penonton Paling Fenomenal, Ini Daftar Ratingnya*. <https://www.liputan6.com/showbiz/read/6117893/10-rekomendasi-drama-china-dengan-jumlah-penonton-paling-fenomenal-ini-daftar-ratingnya?page=3>. <https://www.liputan6.com/showbiz/read/6117893/10-rekomendasi-drama-china-dengan-jumlah-penonton-paling-fenomenal-ini-daftar-ratingnya?page=3>
- Pratama, R. A. M., & Nugrohoseno, D. (2022). *Jurnal Akuntansi dan Pajak*.
- Purnia, S. D., & Alawiyah, T. (2019). *Metode Penelitian (Strategi Menyusun Tugas Akhir)*.
- Rayhan, M., Jati, D. K., Zaky, F. N., Albian, M. R., & Purwanto, E. (2025). Globalisasi Budaya dan Media Digital: Dilema antara Modernisasi dan Pelestarian Budaya Lokal. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 2(3), 14. <https://doi.org/10.47134/diksima.v2i3.218>
- Rosyida, S. H., Priantilianingtiasari, R., Bisnis, M., Uin, S., & Tulungagung, A. R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan Dan Letak Geografis Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Via Salon Trenggalek. *Jurnal Maneksi*, 12(3).
- Saputra, A., Ekonomi, F., Bisnis, D., Lampung, U. B., Zainal, J., Pagar, A., Nomor, A., Pos, K., Lampung, B., Tiara, V., & Fakultas Ekonomi, N. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepatuhan Pajak Umkm Terhadap UU Perpajakan Nomor 28 Tahun 2007 Analysis Of Factors Affecting Msme Tax Compliance With Tax Law Number 28 Years 2007*. <https://www.ortax.org>
- Shrum, L. J. (2017). Cultivation Theory: Effects and Underlying Processes. In *The International Encyclopedia of Media Effects* (pp. 1–12). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0040>
- Sugiyono. (2022). *3.3 Metode Pengumpulan Data*.

- Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). *MEMAHAMI SUMBER DATA PENELITIAN : PRIMER, SEKUNDER, DAN TERSIER*.
- Suryani, N., Jailani, Ms., Suriani, N., Raden Mattaher Jambi, R., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2023). *Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan*. <http://ejournal.yayasanpendidikanzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Thing, Y., Purnama Sari, W., & Irena, L. (2025). *Pengaruh Terpaan Media dan Celebrity Worship terhadap Tingkat Adiksi Drama Korea pada Dewasa Awal*.
- Tirasawasdichai, T., Obrenovic, B., & Alsharif, H. Z. H. (2022). The impact of TV series consumption on cultural knowledge: An empirical study based on gratification–cultivation theory. *Frontiers in Psychology, 13*. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1061850>
- Wang, W. Y., & Lobato, R. (2019). *Chinese video streaming services in the context of global platform studies*.
- Waruwu, M., Pu`at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan, 10*(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>