

Imitasi Perilaku Pada Adegan Drama Korea Untuk Pembentukan Perilaku Masyarakat

Oleh:

Wijayanti¹, Susi Yunarti², Dian Harmaningsih³

Universitas Persada Indonesia YAI^{1,2,3}

E-mail: wijayanti@upi-yai.ac.id¹; susi.yunarti@upi-yai.ac.id²;
dian.harmaningsih@upiyai.ac.id³

Abstrak

Penulisan artikel ini bertujuan untuk menjelaskan proses imitasi perilaku karena meningkatnya intensitas menonton drama Korea pada masyarakat kita. Drama Korea (Drakor) diakui sebagai tontonan yang sangat menghibur sehingga mampu menarik minat menonton secara signifikan. Apakah menonton melalui program televisi, OTT, atau media sosial seperti Youtube. Drakor mampu memenuhi kebutuhan Masyarakat yang menginginkan tontonan yang menghibur namun juga berkualitas dari segi konten dan juga aktor berpenampilan terbaik. Baik genre maupun cerita-nya yang mampu menggugah pikiran dan emosi. Drakor dianggap sebagai sinema yang paling mendekati realitas kehidupan sehari-hari, sehingga banyak adegan-adegan yang bisa dijadikan contoh perilaku serta perlu untuk diimitasi sebagai pembentukan perilaku baru. Dengan adanya trend yang meluas setelah menonton drakor, menimbulkan pertanyaan apakah drakor telah benar-benar berperan dalam pembentukan perilaku masyarakat saat ini. Berdasarkan pemikiran bahwa film atau tontonan dapat mempengaruhi perilaku masyarakat, dimana proses imitasi dapat terjadi setelah tahap observasional ketika menonton drakor secara intens. Dengan menerapkan metode analisis Miles dan Huberman hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak semua informan mau dan termotivasi untuk melakukan imitasi perilaku kebiasaan sehari-hari walaupun tahu itu hal yang positif. Maka disimpulkan pembentukan perilaku melalui imitasi adegan dalam drakor, tidak sepenuhnya berhasil, yang muncul hanyalah trend baru dimasyarakat, seperti *trend fashion, food and beverages* atau trend bahasa.

Kata kunci: Imitasi perilaku, adegan dalam drakor, pembentukan perilaku

1. PENDAHULUAN

Pengajaran perilaku melalui tontonan dapat menjadi sangat efektif karena adanya proses imitasi yang seringkali begitu mudahnya dilakukan oleh anggota masyarakat, terlepas apakah mereka hobi menonton atau tidak. Bentuk tontonan saat ini sudah sangat beragam

bentuknya, tidak hanya film bioskop yang untuk menontonnya dibutuhkan upaya dan biaya, sinetron dan drama yang dapat ditonton melalui televisi atau OTT sebagai media baru, bahkan video lepas yang bisa didapatkan melalui berbagai platform media sosial. Sementara perkembangan genre melahirkan banyak jenis tontonan yang dibuat dengan sangat kreatif dan inovatif.

Sebagai contoh berkembangnya berbagai trend dalam Masyarakat, apakah itu trend *fashion, food and beverages, trend* musik, atau *trend* berbahasa, akibat dari tontonan yang mereka serap. Namun dalam hal imitasi perilaku menjadi catatan tersendiri yang perlu dilakukan analisa lebih jauh lagi.

Menonton Drama Korea (Drakor) menjadi aktivitas yang disukai oleh masyarakat di era digital ini. Sekitar 73% masyarakat Indonesia menonton drama Korea, Dimana kalangan Milenial dan Gen Z sebagai penonton utama, Dari 1.211 responden, mayoritas (73%) mengaku rutin menonton drakor, dengan genre favorit dan aktor/aktris pujaan memengaruhi pilihan tontonan mereka. Survei sebelumnya (2023) juga menegaskan bahwa 73% pengguna platform OTT di Indonesia menonton konten Korea, menjadikannya konten asing paling diminati. Penonton drakor di Indonesia umumnya mengakses platform OTT seperti Netflix, Vidio, Disney+ Hotstar, dan Viu. Sekitar 77% menggunakannya untuk menonton serial, termasuk drakor. Menjadi satu fenomena karena popularitas drakor memiliki efek komersial yang signifikan di Indonesia, terutama di kalangan penonton muda, dimana drakor tidak hanya memengaruhi kebiasaan menonton, tetapi juga minat terhadap produk yang ditampilkan dalam

adegan, termasuk fashion, makanan, dan gaya hidup. (jakpat.net., 2025)

Pada hasil penelitian “Fenomena Menonton Drama Korea Terhadap Perubahan Gaya Hidup Remaja Di Desa Trimulyo Kec. Tegineneng” menunjukan bahwa; Terdapat indikasi perubahan yang dialami oleh remaja yaitu perubahan dalam gaya berpakaian yang membuat remaja lebih *stylish* dan percaya diri, perubahan dalam penampilan wajah ala Korea yang lebih natural dan elegan, perubahan dalam preferensi makanan ala Korea seperti yang ada dalam tayangan drama Korea, dan perubahan dalam gaya berbicara dengan penggunaan kosakata bahasa Korea dalam interaksi sehari-hari remaja. (Nanda, 2024) penelitian lainnya menyatakan bahwa; individu mampu meniru persis seperti sang aktor perbuat. Ketika mereka merasa termotivasi atas perilaku tersebut, mereka akan mengulanginya kembali dan juga mereka bisa memilih untuk meniru aktor dari tayangan Drama Korea tersebut. Mereka dapat merasa tontonan yang mereka tonton merupakan sebuah pengalaman baru yang menarik. akan mengingat perilaku tersebut yang tersimpan dengan baik dalam loker kognisi mereka, selanjutnya perilaku tersebut akan dikeluarkan di satu saat yang mereka inginkan lalu diterapkan dalam bentuk perilaku sesuai apa yang dilakukan oleh

aktor dalam sebuah tayangan Drama Korea yang sebelumnya mereka tonton. (M.Abdul Rozak Mubarak, 2024)

Daya tarik dari drakor selain dari aspek cerita adalah juga dari aktor atau aktris yang berperan di dalam drama yang memiliki wajah yang cantik atau tampan dengan tubuh yang proporsional. Selain itu, aktor atau aktris yang terlibat dalam sebuah drakor sangat baik dalam menjalankan perannya sehingga pesan moral dalam drakor dapat tersampaikan dengan baik kepada penonton kalangan muda khususnya. Drakor sebagai serial televisi yang berhasil meng-global diakui sebagai tontonan dengan kualitas produksi yang tinggi, jalan cerita yang menarik, serta beragam genre yang mampu menarik perhatian berbagai kalangan penonton. Durasi episode yang relatif singkat dan alur cerita yang padat. Drakor menjadi fenomena budaya populer yang sangat digemari di berbagai negara, termasuk Indonesia karena mampu menyentuh emosi penonton dengan cerita yang mengangkat nilai-nilai budaya Asia seperti cinta sejati, pengorbanan, dan kehidupan keluarga yang dekat dengan kehidupan sehari-hari masyarakat Asia pada umumnya. (Putri dkk, 2024)

Dampak positif drakor sebagai sebuah tontonan disepakati dapat menjadi hiburan untuk menghilangkan kejenuhan,

serta menambah wawasan terkait budaya korea, menambah wawasan tentang banyak hal, menambah kosa kata bahasa Korea, dapat mengurangi stres, menambah ilmu pengetahuan umum, sehingga dapat mengembangkan topik pembicaraan atau obrolan dengan teman sebaya, dan menjadikan hidup lebih optimis serta menjaga Kesehatan mental. (Redhita dkk, 2023) Teori *Uses and Gratifications* atau Penggunaan dan Pemenuhan Kebutuhan, menjelaskan bahwa individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan psikologis dan sosialnya, seperti hiburan, informasi, identitas, dan interaksi sosial. (Richard, 2020) Dalam konteks menonton drakor, media tontonan ini berguna untuk menghilangkan kejenuhan, mencari inspirasi, belajar budaya baru, dan mendapatkan hiburan yang menyenangkan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan apakah drakor dapat menjadi dasar membentuk perilaku melalui proses imitasi untuk pembiasaan perilaku baru. Dengan melakukan observasi dan dokumentasi pada sepuluh drakor yang sudah tayang di OTT untuk kurun waktu 10 tahun terakhir, serta wawancara kepada 25 mahasiswa penonton drakor.

2. LANDASAN TEORI

Film selalu mempengaruhi dan membentuk masyarakat berdasarkan

muatan pesan yang disampaikan. Tanpa pernah berlaku sebaliknya. Sementara Film selalu merekam realitas yang tumbuh dan berkembang dalam masyarakat dan kemudian memproyeksikannya ke atas layar. (Alex Sobur, 2006) Melalui pesan yang terkandung di dalamnya, film sebagai tontonan mampu memberi pengaruh bahkan mengubah dan membentuk karakter penontonnya. Semua materi media secara tidak terelakkan merupakan produk dari berbagai masa dan budaya yang membuatnya. Setiap genre membawa pesan dalam selubung protektif berupa bentuk hiburan populer yang mapan. Genre-genre tersebut didasarkan pada topic inti selain bersifat universal, atau tidak cepat usang. (Morissan dkk, 2010)

Perilaku Imitasi tidaklah berjalan secara otomatis tetapi dipengaruhi juga oleh sikap menerima dan mengagumi terhadap hal yang diimitasikan. Terdapat faktor yang berperan sampai individu melakukan imitasi, seperti kebiasaan menonton drakor yang saat ini sedang menjadi trend di kalangan Masyarakat. (Olivia M. Kaparang, 2013) Tahapan tersebut dikenal dengan Tahapan proses pembelajaran observasional yang terdiri dari: Proses perhatian (*attention*), proses mengingat (*retention*), proses reproduksi motoris (*motoris reproduction*) dan proses penguatan dan motivasional (*reinforcement*

and motivational). Tahapan ini berkaitan dengan Teori Belajar Sosial Albert Bandura.

3. METODOLOGI

Dengan melakukan observasi pada 10 drakor yang tayang di beberapa OTT seperti Netflix, VIU dan Prime Video, kemudian diperdalam dengan melakukan wawancara terhadap 25 mahasiswa yang gemar menonton drakor, penelitian ini akan menjelaskan bagaimana proses imitasi perilaku pada generasi Z serta kecenderungan perilaku yang banyak ditiru dan berkembang menjadi perilaku baru. Teknis analisis dengan menerapkan Model Miles dan Huberman adalah salah satu teknik analisis data yang paling efektif untuk penelitian kualitatif. Dengan tiga tahapan utama—reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan—model ini sangat membantu peneliti dalam mengelola data yang kompleks dengan cara yang sistematis dan terstruktur. Reduksi data kami menyaring adegan-adegan dari setiap episode drakor yang mencotohkan perilaku tertentu seperti kebiasaan cuci tangan, menggosok gigi, interaksi pertemanan yang saling menolong, membantu dan menjaga, kebiasaan kecil namun penting untuk kehidupan sehari-hari kita. Penyajian data menggunakan table dan gambar serta deskripsi narasi. Selanjutnya Menyusun

Kesimpulan dengan menarik benang merah dari pernyataan-pernyataan hasil wawancara serta studi literatur. (Siti Shalwa aulia, 2025)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil wawancara dengan 25 orang mahasiswa yang gemar menonton drakor, 80% adalah penonton yang intens (sering dan antusias), 8% menonton sesuai selera karena suka dengan aktornya atau ceritanya, sementara 12% hanya menonton karena ada idolanya di drama tersebut.

Tabel 1. Hasil wawancara

PERTANYAAN	JAWABAN
1. Apakah anda menonton drakor dengan intens	Ya, jawaban 80% narasumber dengan alasan menyukai semua genre dan cerita pada drakor, 8% karena suka dengan peran dan aktornya, 12% hanya menonton bila idolanya yang menjadi castnya.
2. Genre drakor apa saja yang anda suka	55% narasumber mengatakan tidak terlalu peduli dengan genre selama ceritanya menarik, 20% suka genre roman, 15% suka genre sageuk 10% suka thriller dan misteri.
3. Adegan apa yang paling	30% suka dengan adegan romansa,

disuka dalam drakor	25% adegan komedi, 25% adegan action karena begitu real, 10% adegan yang menggambarkan interaksi antara atasan dan bawahan di kantor, 10% adegan yang menggambarkan interaksi dengan teman sekolah atau sebaya.
4. Adakah perilaku dalam drama yang dapat dijadikan contoh dalam kehidupan sehari-hari	Banyak, begitu narasumber menjawab, semua sepakat banyak hal bisa dipelajari dan dicontoh dari menonton drakor
5. Apakah narasumber mengikuti dan menerapkan contoh perilaku tersebut	90% mengatakan tidak, 10% mencoba tapi tak bertahan lama, atau tak membuat itu menjadi kebiasaan baru walaupun tahu itu hal yang positif
6. Perilaku apa yang dapat dengan mudah diikuti	Semua narasumber sepakat hanya mengikuti apa yang menjadi trend saja, seperti <i>trend fashion</i> , <i>food n beverages</i> , atau trend bahasa

Sumber: Hasil pengolahan data peneliti

Bahwa film atau tontonan seperti drakor dapat menciptakan trend pada suatu masyarakat dapat dipahami bersama, karena sinema lebih dari sekadar pelarian dan hiburan. Pada saat yang tepat, dengan pesan yang tepat, sesuai konteks, film atau tontonan dapat berfungsi sebagai

akselerator budaya, seolah menyalakan api di ruang makan, di ruang sidang, atau di ruang kelas. Mungkin saja mengubah cara kita makan, cara kita memperlakukan orang lain, atau cara kita melihat dunia. Film dan tontonan seperti halnya drakor memiliki kekuatan unik, mungkin dapat membuat kita merasa, membuat kita berpikir, dan bahkan mendorong kita untuk bertindak. (Alex Sterling, 2025). Meniru perilaku yang tertangkap pada sebuah adegan film atau drakor dapat dilakukan dengan mudahnya oleh penonton apalagi bila itu merupakan adegan favoritnya, dan dilakukan oleh pemeran idolanya yang tampak keren dimata mereka.

Namun kebiasaan-kebiasaan kecil seperti mencuci tangan, menyikat gigi atau memasang *safety belt* sebelum berkendara, yang merupakan perilaku positif untuk kehidupan sehari-hari, justru terlewatkan oleh penonton. Begitu pula makna-makna tersirat dari sebuah adegan seringkali gagal dipahami sehingga pesan yang dimaksud tidak tersampaikan dan proses pembelajaran yang diinginkan dari menonton film atau drama-pun tidak terjadi. Terlebih alasan menonton drakor tidak selalu karena ceritanya bagus, dan fokus penonton lebih kepada *cast* yang keren. Ketimbang meniru sebuah perilaku, mengikuti trend seperti *fashion*, *food & beverages*, atau trend bahasa, itu yang

dilakukan oleh generasi muda kita setelah menonton drakor, seperti halnya budaya populer lainnya.

Table 2. Hasil observasi adegan pada drakor

GENRE DRAKOR	CATATAN ADEGAN
1. Drama sageuk	Terdapat adegan yang menggambarkan perjuangan dan perilaku kepahlawanan serta kegigihan sikap, juga kepatuhan pada hukum kerajaan
2. Drama romansa	Terdapat adegan yang menggambarkan perilaku dan sikap gentlemen, menghormati dan melindungi pasangan
3. Drama thriller, action, fantasi	Terdapat adegan yang menggambarkan perilaku yang mencerminkan ketelitian, kehati-hatian, kewaspadaan, serta sikap cerdas dan membela kebenaran
4. Drama komedi	Catatan adegan pada genre diatas juga ditemukan pada genre komedi, serta candaan antar teman atau kreatif prank

Sumber: Hasil pengolahan data peneliti

Drakor memiliki genre yang komplit, bahkan berbagai cerita dari kurun waktu

yang berbeda, jaman yang berbeda ataupun antar generasi terwakili oleh drakor. Penggambaran berbagai perilaku sehari-hari ataupun yang bersifat fantasi dapat ditemukan pada drakor. Tentu saja bentuk perilaku baik positif maupun negatif juga ditemukan pada drakor, karena drakor dikenal sebagai sinema yang sangat mendekati realitas. Fenomena ini, oleh Jean Baudrillard disebut sebagai "hiperrealitas," drakor merupakan simulasi realitas yang lebih nyata daripada realitas itu sendiri. Ini berarti representasi budaya Korea dalam media dapat membentuk persepsi dan gaya hidup yang lebih kuat daripada pengalaman dengan budaya Korea secara langsung. Sebagai konsekuensinya, penonton tidak hanya mengapresiasi, tetapi juga menjadikan citra budaya Korea yang mereka konsumsi melalui media sebagai standar ideal. Dimana, budaya Korea tidak hanya diadopsi sebagai bentuk apresiasi, tetapi juga diterima sebagai realitas ideal yang ingin ditiru sepenuhnya, dan berpotensi membentuk preferensi budaya yang perlahan-lahan menggeser tradisi lokal. (Yoga Irwan Maulana Musa, 2025)

Apakah yang ditiru oleh Masyarakat kita setelah menyerap budaya populer dari drakor? Drakor tayang dalam jangka waktu tertentu, sering dalam seri terbatas antara 12-16 episode, dan segera digantikan dengan seri baru. Namun karena

tayang di OTT, drama yang disukai dapat kita lihat berulang-ulang. Kita mungkin akan menjadi hafal dengan adegan-adegan tertentu atau kutipan-kutipan dialog di dalamnya. Terdapat banyak bentuk perilaku yang dapat ditangkap, direkam oleh pikiran kita, dan ditiru, baik itu perilaku yang positif maupun yang negatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses imitasi yang dialami terjadi dimulai dengan motivasi dan pengamatan atau tontonan yang berulang sehingga menyebabkan imitasi, baik disengaja maupun tidak disengaja. (Amelia, 2025) Hasil penelitian lainnya mengkonfirmasi bahwa informan mengalami imitasi budaya Korea dalam serial drama Korea yang beragam. Hasil tiruan para informan terbentuk dalam dua kategori budaya, yaitu budaya material berupa makanan khas dan penampilan khas, dan budaya nonmaterial berupa Bahasa dan budaya sopan santun Korea. (Nayla Zahra, 2020)

Imitasi merupakan konsep fundamental dalam proses pembentukan perilaku manusia. Imitasi dipahami sebagai proses belajar dengan cara meniru perilaku orang lain, terutama figur yang dianggap signifikan dalam hal ini adalah para aktor yang tampil dalam drakor. Kebiasaan-kebiasaan kecil yang baik dapat ditularkan melalui tontonan yang sering kita tonton. Seperti kebiasaan mencuci tangan, sikat

gigi, menggunakan *safety belt* saat berkendara (dalam drakor bahkan ditunjukkan bagaimana penumpang dikursi belakang juga harus menggunakan *safety belt*, atau kebiasaan berolahraga. Imitasi juga berperan dalam pembentukan nilai moral, drakor banyak menunjukkan nilai kejujuran, tanggung jawab, dan keterbukaan. Sesungguhnya para orang tua memiliki peluang lebih besar membentuk perilaku anak dengan nilai-nilai tersebut. Namun perilaku orang tua seringkali tidak konsisten mencontohkan perilaku yang diinginkan, sehingga pengalaman melalui tontonan yang berulang menjadi lebih efektif, karena pesan implisit yang ditangkap anak bukanlah nasihat verbal, melainkan perilaku nyata yang disaksikannya. Hal ini menunjukkan bahwa dalam proses imitasi, perilaku nyata yang disaksikan sendiri (walaupun hanya melalui adegan dalam drakor) jauh lebih berpengaruh dibandingkan instruksi lisan. Individu pada umumnya cenderung meniru apa yang dilakukan, bukan apa yang dikatakan. Inilah sebabnya mengapa imitasi memiliki kekuatan besar dalam membentuk karakter, baik ke arah positif maupun negatif. (Abd Majid HR Lagu, 2026)

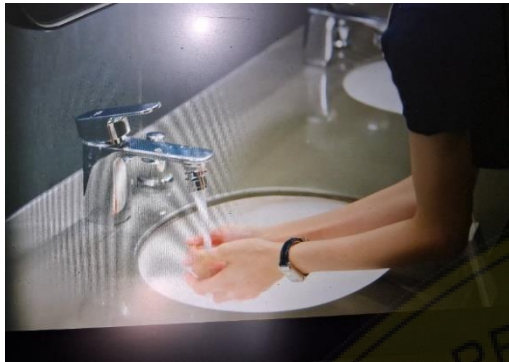
Menurut Albert Bandura, Melalui observasi dan imitasi, individu dapat mempelajari berbagai bentuk perilaku tanpa harus mengalami konsekuensi secara

langsung. Imitasi merupakan tahap lanjutan dari observasi, yaitu ketika individu mencoba mereproduksi perilaku yang telah diamati. Role model, seperti figur yang ditampilkan melalui media, memegang peranan penting. Bila terdapat relevansi perilaku yang diamati dengan kebutuhan individu, perilaku tersebut akan menjadi bermakna dan semakin menarik untuk dipelajari. Setelah memperhatikan, individu akan menyimpan bentuk perilaku tersebut dalam bentuk representasi mental, sebagai tahap retensi, di mana perilaku yang diamati diingat dan diorganisasikan dalam pikiran agar dapat diterapkan sebagai perilaku mereka sendiri. (Jihan Salma, 2025)

Drama Korea dengan tayangan yang memikat, menjadi stimulus perilaku imitasi yang signifikan pada penonton, terutama dalam gaya berpakaian, bahasa, dan kebiasaan sosial, dengan keberhasilan imitasi dipengaruhi oleh intensitas menonton, motivasi, dan pengendalian sosial. (Amelia, 2025) Perilaku imitasi yang muncul dari menonton drama Korea biasanya dimulai dari motivasi dan observasi berulang terhadap karakter atau gaya yang ditampilkan. Penonton, baik mahasiswa maupun remaja, cenderung meniru gaya bahasa, cara berpakaian, dan kebiasaan sosial yang mereka anggap menarik atau aspiratif. Proses ini bisa

terjadi dalam waktu relatif singkat, terutama jika menonton drakor dilakukan secara intens.

Gambar 1. Adegan cuci tangan



Sumber: Drakor tayang di OTT

Gambar 2. Adegan sikat gigi



Sumber: Drakor tayang di OTT

Gambar 3. Adegan berolahraga



Sumber: Drakor tayang di OTT

Gambar 4. Adegan menggunakan safetybelt



Sumber: Drakor tayang di OTT

Adegan-adegan pada gambar 1- 4 adalah adegan-adegan yang hampir selalu ada pada tayangan drakor, adegan tidak penting, tidak terkait cerita, sehingga bila adegan ini dihilangkan tidak akan mempengaruhi jalan cerita, namun terdapat misi pesan kebersihan dan Kesehatan, serta keselamatan, yang harus dilakukan sehari-hari oleh masyarakat. Para informan ternyata tidak terlalu menyadari adanya adegan-adegan ini dan tidak menemukan makna tujuan serta maksud ditampilkannya adegan tersebut. Mereka tidak termotivasi untuk melakukan imitasi perilaku, sehingga tidak terjadi perubahan perilaku yang dapat menjadi kebiasaan baru yang positif.

Gambar 5. Adegan membuang sampah yang dipilah-pilah



Sumber: Drakor tayang di OTT

Bukan hanya dari satu judul drama kita mendapati adegan memilah sampah atau membuang sampah sesuai tempatnya, sesuai kebijakan pemerintah Korea Selatan ‘Pay as you throw’, membuang sampah menggunakan plastik bertanda khusus, yang tersedia di setiap pasar swalayan, pesan tersebut disampaikan secara intensif melalui adegan dalam drakor. Kebiasaan membuang sampah seperti pada adegan drakor adalah kebiasaan yang wajib ditiru. Ternyata adegan ini-pun tidak menjadi perhatian para informan.

5. KESIMPULAN

Proses pembentukan perilaku melalui imitasi dari adegan pada tontonan, drama Korea, khususnya, dapat terjadi bila menonton drakor dilakukan secara intens, serta didukung pula oleh lingkungan yang menuntut masyarakat untuk selalu

mengikuti trend. *Trend fashion, food and beverages*, serta bahasa dapat dengan mudah diimitasi oleh penonton, para mahasiswa atau remaja khususnya, tetapi terkait kebiasaan sosial, ternyata tidak mudah untuk terjadi imitasi perilaku, karena bukan merupakan trend yang sedang berkembang dilingkungannya, adegan-adegan kebiasaan sosial yang positif lolos dari perhatian penonton karena dianggap adegan yang tidak penting. Maka pembentukan perilaku tidak sepenuhnya berhasil, ketidak-berhasilan imitasi perilaku lebih karena kegagalan penonton dalam menangkap adegan kebiasaan sosial walaupun tayang secara intensif.

Novelty dari penelitian ini adalah; pembentukan perilaku bukan sekedar berkembangnya trend baru di masyarakat.

Keterbatasan penelitian ini belum bisa menjelaskan sampai sejauh mana proses kultivasi budaya dapat dicapai dengan menonton drama Korea.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Majid HR Lagu. (2026). Imitasi: Antara kepalsuan dan pembentukan perilaku. In <https://uin-alauddin.ac.id/tulisan/detail/imitasi-antara-kepalsuan-dan-pembentukan-perilaku>.
- Alex Sobur. (2006). *Semiotika Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.

- Alex Sterling. (2025). Sepuluh film kuat yang secara radikal mengubah perilaku kehidupan nyata. *Https://Insight.Made-in-China.Com/Id/10-Oowerfull-Movies-That-Radically-Changed-Real-Life-Behavior*.
- Amelia, D. (2025). *Perilaku imitasi drama Korea pada mahasiswa program studi komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik Universitas Sumatera Utara angkatan 2020*.
- jakpat.net. (2025). Korean drama trend in Indonesia. *Https://Insight.Jakpat.Net/Korean-Drama-Trends-in-Indonesia/*.
- Jihan Salma. (2025). Proses belajar melalui observasi dan imitasi dalam teori belajar sosial Albert Bandura. *Kompasiana.Com*.
- M.Abdul Rozak Mubarak. (2024). *Intensitas menonton drama Korea dalam membentuk attitude mahasiswa Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kyai Haji Muhammad Syidiq Jember*.
- Morissan dkk. (2010). *Teori komunikasi Massa: Media, Budaya, dan Masyarakat*. Ghalia Indonesia.
- Nanda, O. F.-D. (2024). *Fenomena menonton drama Korea terhadap perubahan gaya hidup remaja di Desa Trimulyo Kecamatan Tegineneng*.
- Nayla Zahra. (2020). *Pengalaman Imitasi Budaya Korea Dalam Serial Drama Korea Pada Remaja*.
- Olivia M. Kaparang. (2013). Analisa Gaya Hidup Remaja dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea Melalui Televisi. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(2).
- Putri dkk. (2024). Konstruksi dan dampak “Drama Korea” dalam kehidupan sosial kinerja akademik dan motivasi karir. *Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Sosiologi*, 289–365.
- Redhita dkk. (2023). Kultivasi dan budaya K-pop (Studi analisis kultivasi drama Korea pada gaya komunikasi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jakarta). *Jurnal Bincang Komunikasi*, 1(2), 20–30.
- Richard, T. H. L. W. (2020). *Introducing Communication Theory: Analysis and Application*. Mayfield Publishing com.
- Siti Shalwa aulia. (2025). Model Teknis Miles dan Huberman dalam penelitian kualitatif. In *ebizmark Blog*.
- Yoga Irwan Maulana Musa. (2025). K-Drama Tak Sekedar Hiburan: Representasi, Aspirasi, dan Adaptasi Budaya yang Seru ditonton dan Serius Direnungkan. *Kompasiana.Com*.