Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi
Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Pengaruh Keterlibatan Emosional Persepsi Penonton terhadap Karakter: *When Life Gives You Tangerines*

DOI: https://doi.org/10.32509/dinamika.v12i2.7431

Annisa Syifa Az-zahra*, Iis Zilfah Adnan, Muhammad Hilman Firmansyah

Universitas Garut
Jl. Raya Samarang No.52A, Mekarwangi, Kec. Tarogong Kaler, Kabupaten Garut, Jawa Barat 44151
Indonesia
*Email Korespondensi: 24071122156@fkominfo.uniga.ac.id

Abstract *- This study aims to examine the influence of viewers' emotional engagement on character perception in the Korean drama When Life Gives You Tangerines. The research employed an explanatory quantitative approach using a survey method involving 100 Indonesian viewers who had watched the drama. Data were collected through an online questionnaire using a 5-point Likert scale and analyzed using simple linear regression. The findings reveal that emotional engagement has a positive and significant effect on viewers' perceptions of the characters, with a regression coefficient of 0.653 and a t-value of 7.992 (p < 0.001). Furthermore, the correlation coefficient (R) of 0.628 indicates a strong relationship between emotional engagement and character perception. The coefficient of determination (R^2) of 0.395 shows that emotional engagement accounts for 39.5% of the variance in character perception, while the remaining 60.5% is explained by other factors outside the research model. These findings suggest that higher levels of emotional engagement during the viewing experience leads to more positive perceptions of the characters. The study highlights the importance of emotional involvement as a key factor in shaping audience perceptions of characters in audiovisual media and contributes to the development of media psychology and mass communication studies.*
Keywords*: Korean Drama; Emotional Engagement; Audience Perception; Character Perception; Media Psychology*

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh keterlibatan emosional penonton terhadap persepsi karakter dalam drama Korea *When Life Gives You Tangerines*. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan teknik survei terhadap 100 responden yang merupakan penonton aktif drama Korea di Indonesia. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan skala Likert 1–5 dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan emosional berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi penonton terhadap karakter, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0.653 dan nilai t hitung sebesar 7.992 ($p < 0.001$). Selain itu, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.628 yang menunjukkan hubungan kuat antara kedua variabel. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.395 mengindikasikan bahwa keterlibatan emosional menjelaskan 39.5% variasi persepsi penonton terhadap karakter, sedangkan 60,5% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keterlibatan emosional yang dirasakan penonton selama menonton, semakin positif pula persepsi yang terbentuk terhadap karakter. Penelitian ini menegaskan pentingnya aspek emosional dalam proses pembentukan persepsi audiens terhadap karakter pada media audiovisual.
Kata Kunci: Drama Korea; Keterlibatan Emosional; Persepsi Penonton; Karakter; Psikologi Media

Submitted: 06-10-2026, **Accepted**: 10-26-2026, **Published**: 11-17-2026
CC BY-NC-SA 4.0. Copyright © [2026] The Author(s).

Pendahuluan

Drama Korea (K-drama) kini menjadi salah satu produk audiovisual yang paling banyak dikonsumsi lintas budaya melalui layanan streaming (Ju, 2020) . Kumar melaporkan bahwa pada 2024 penonton global menghabiskan sekitar 94 miliar jam untuk konten Korea di Netflix, dan sekitar 70 miliar jam di antaranya adalah K-drama. Daya tarik utama genre ini terletak pada narasi yang menekankan relasi interpersonal dan kedalaman emosi karakter. *When Life Gives You Tangerines* (2025) merupakan contoh yang relevan: serial ini mengangkat perjuangan keluarga, kehilangan, dan pencarian makna hidup, serta meraih penghargaan Best Drama pada Baeksang Arts Awards ke-61. Karena kekuatan serial semacam ini bertumpu pada karakternya, memahami bagaimana penonton menilai karakter menjadi penting bagi kajian komunikasi massa dan psikologi media. (Kumar, 2025)

Literatur menunjukkan bahwa keterlibatan emosional merupakan bagian inti dari pengalaman menonton, yang meliputi empati, identifikasi dengan karakter, dan keterbawaan dalam cerita (*narrative transportation*) (Busselle & Bilandzic, 2009; Schmidt et al., 2023). Felnhofer menemukan bahwa identifikasi karakter dipengaruhi oleh tingkat transportasi naratif. (Felnhofer et al., 2023) Penelitian lain menunjukkan bahwa respons emosional penonton dapat dipicu oleh unsur audiovisual seperti warna dan komposisi visual (Wahyuni & Heryanto, 2022) serta hubungan interpersonal antartokoh (Sari & Mansyur, 2021), dan bahwa menonton K-drama berkaitan dengan ekspresivitas emosi penonton (Fatima & Kewalramani, 2024) . Secara keseluruhan, temuan-temuan ini memperlihatkan bahwa emosi penonton mudah dibangkitkan dan berkaitan erat dengan kedekatan terhadap karakter.

Meski demikian, sebagian besar studi tersebut menempatkan emosi atau kedekatan dengan karakter sebagai *hasil* dari stimulus tertentu, bukan sebagai *prediktor* evaluasi karakter. Variabel dependen yang diukur pun cenderung berupa empati (Rahmadani et al., 2025) , mood (Wahyuni & Heryanto, 2022), atau sikap terhadap nilai tertentu (Lestari & Andika, 2024), bukan penilaian terhadap karakter itu sendiri, yakni bagaimana penonton menilai moralitas, memahami motif, memberi kesan, dan menerima karakter. Selain itu, kajian tentang keterlibatan penonton pada karakter umumnya dilakukan pada film atau serial Barat dan dengan pendekatan kualitatif atau eksperimental, sehingga besarnya pengaruh emosi terhadap persepsi karakter pada penonton K-drama di Indonesia belum terukur secara kuantitatif.

Kesenjangan ini penting karena persepsi terhadap karakter menentukan apakah pesan dan nilai dalam sebuah tayangan diterima atau ditolak penonton, dan setiap penonton dapat menafsirkan karakter yang sama secara berbeda (Maharani, 2022). Teori Afeksi sebagai Informasi (*Affect-as-Information Theory*; Schwarz & Clore, 1983; Albarracín & Kumkale, 2003; diterapkan pada studi media oleh (Oliver & Bartsch, 2010) memberi dasar teoretis: emosi yang dirasakan tidak hanya menjadi reaksi, tetapi dipakai sebagai informasi untuk menilai objek, termasuk tokoh fiksi. Berdasarkan teori ini, penonton yang lebih terlibat secara emosional diduga membentuk penilaian karakter yang berbeda dari penonton yang kurang terlibat. Dugaan ini belum diuji secara kuantitatif pada konteks penonton Indonesia.

Penelitian ini mengisi kesenjangan tersebut dengan menguji pengaruh keterlibatan emosional terhadap persepsi karakter pada penonton Indonesia yang telah menonton *When Life Gives You Tangerines*, menggunakan survei dan regresi linier sederhana. Kebaruan penelitian ini terletak pada tiga hal: (1) persepsi karakter diukur sebagai evaluasi multidimensi (penilaian, pemahaman, kesan, penerimaan, dan kesukaan), (2) keterlibatan emosional ditempatkan sebagai prediktor, dan (3) konteksnya adalah penonton K-drama bertema keluarga yang realistis di Indonesia. Hipotesis yang diuji adalah H_1: keterlibatan emosional berpengaruh signifikan terhadap persepsi terhadap karakter.

Metode Penelitian

Pendekatan kuantitatif eksplanatif digunakan dalam penelitian ini. Landasan filosofis yang mendasari penelitian ini adalah positivisme, yang memandang bahwa fenomena sosial dapat diamati dan diukur secara objektif (Sugiyono, 2022). Metode kuantitatif dipilih karena bertujuan menguji hipotesis serta hubungan sebab-akibat (kausalitas) antara Keterlibatan Emosional Penonton (X) sebagai variabel independen dengan Persepsi terhadap Karakter (Y) sebagai variabel dependen dalam drama Korea *When Life Gives You Tangerines*.

Survei dipilih sebagai teknik pengumpulan data utama karena memungkinkan peneliti memperoleh data kuantitatif dari sejumlah responden dalam waktu yang relatif singkat serta mengukur tingkat keterlibatan emosional dan persepsi penonton secara terstruktur melalui instrumen yang sama. Selain itu, metode ini dinilai sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada pengujian hubungan dan pengaruh antarvariabel melalui analisis statistik inferensial.

Metode ini dipilih dibandingkan wawancara mendalam, analisis komentar media sosial, maupun analisis resepsi audiens karena bertujuan mengukur besarnya pengaruh keterlibatan emosional terhadap persepsi karakter secara objektif dan dapat digeneralisasikan pada populasi yang lebih luas. Wawancara dan analisis resepsi audiens lebih tepat digunakan untuk menggali pengalaman subjektif serta interpretasi mendalam dari individu, sedangkan penelitian ini berfokus pada pengukuran hubungan antarvariabel yang dapat dianalisis secara statistik. Sementara itu, analisis komentar media sosial tidak digunakan karena data yang diperoleh cenderung tidak terkontrol, tidak selalu merepresentasikan karakteristik responden yang sesuai dengan kriteria penelitian, serta berpotensi menimbulkan bias dalam proses pengukuran variabel.

Pendekatan eksplanatif diterapkan untuk menguji hubungan kausal dan pengaruh antara keterlibatan emosional penonton dan persepsi terhadap karakter. Melalui paradigma positivis, penelitian dilakukan secara sistematis dan terukur guna memperoleh temuan yang objektif. Hipotesis penelitian: H_0: tidak terdapat pengaruh keterlibatan emosional penonton terhadap persepsi terhadap karakter; H_1: terdapat pengaruh keterlibatan emosional penonton terhadap persepsi terhadap karakter.

Populasi adalah penonton drama *When Life Gives You Tangerines* di Indonesia yang aktif mengonsumsi K-drama. Jumlah populasi tidak diketahui karena tidak tersedia data resmi, sehingga digunakan non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Kriteria responden: (1) telah menonton minimal 6 dari 12 episode, (2) berusia minimal 17 tahun, (3) berdomisili di Indonesia, dan (4) aktif mengonsumsi K-drama.

Ukuran sampel ditentukan dengan rumus Lemeshow untuk populasi tidak diketahui, $n = Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) / d^2$, dengan tingkat kepercayaan 95% ($Z = 1{,}96$), proporsi $p = 0{,}5$, dan margin of error $d = 0{,}10$. Perhitungan menghasilkan minimal 96,04 responden, yang dibulatkan menjadi 100 responden.

Instrumen berupa kuesioner tertutup dengan skala Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju sampai 5 = sangat setuju) yang terdiri atas tiga bagian: data demografis, variabel keterlibatan emosional (X), dan variabel persepsi terhadap karakter (Y). Total instrumen berjumlah 25 butir, terdiri atas 12 butir untuk X dan 13 butir untuk Y.

Keterlibatan emosional (X) diukur melalui empat dimensi: empati emosional, identifikasi dan apresiasi karakter, kedekatan emosional, serta respons dan intensitas emosional. Indikator disusun berdasarkan konsep keterlibatan naratif dan emosional dari (Busselle & Bilandzic, 2009) dan (Schmidt et al., 2023) , yang menekankan empati, identifikasi dengan karakter, dan respons afektif selama mengikuti cerita. Dimensi ini dipilih karena mewakili komponen afektif pengalaman menonton yang, menurut Teori Afeksi sebagai Informasi,

menjadi dasar penonton menilai suatu objek (Schwarz, 1983) serta sesuai dengan konflik emosional pada tokoh Ae-sun dan Gwan-sik dalam drama yang diteliti.

Persepsi terhadap karakter (Y), yaitu penilaian terhadap dua karakter utama, diukur melalui lima dimensi: penilaian, pemahaman, kesan, penerimaan, dan kesukaan terhadap karakter. Indikator disusun berdasarkan Teori Afeksi sebagai Informasi (Schwarz & Clore, 1983; (Albarracín & Kumkale, 2003) dan konsep persepsi (Robbins & Judge, 2023) Dimensi ini dipilih karena mencakup aspek evaluatif, kognitif, dan sikap terhadap karakter.

Instrumen dikembangkan sendiri oleh peneliti dengan menyesuaikan indikator pada Tabel 1 terhadap alur dan karakter dalam drama yang diteliti. Validitas dan reliabilitas diuji pada 100 responden penelitian. Contoh butir X: butir 3. Contoh butir Y: butir 25.

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran penelitian, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh keterlibatan emosional penonton terhadap persepsi penonton terhadap karakter.

H_1 : Terdapat pengaruh keterlibatan emosional penonton terhadap persepsi penonton terhadap karakter.

Alat ukur utama dalam studi ini berupa kuesioner penelitian yang telah divalidasi untuk mengevaluasi variabel independen dan dependen. Perangkat instrumen tersebut disusun menjadi beberapa kategori informasi guna mempermudah proses analisis, yang meliputi:

- Demografi Responden: Mencakup identitas dasar seperti jenis kelamin, usia, frekuensi menonton drama Korea, serta platform yang digunakan untuk menonton.
- Variabel Keterlibatan Emosional Penonton (*X*): Mengukur sejauh mana keterlibatan emosional (seperti empati, simpati, atau perasaan katarsis) yang dialami penonton selama menyaksikan narasi karakter dalam *When Life Gives You Tangerines*.
- Variabel Persepsi terhadap Karakter (*Y*): Menilai bagaimana audiens mengevaluasi sifat, motif, dan moralitas karakter utama berdasarkan informasi yang mereka terima secara visual maupun naratif dalam drama tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh penonton drama Korea *When Life Gives You Tangerines* di Indonesia yang memenuhi karakteristik penelitian, yaitu individu yang pernah menonton drama tersebut dan aktif mengonsumsi konten drama Korea. Namun, jumlah populasi tersebut tidak dapat diketahui secara pasti karena tidak tersedia data resmi mengenai jumlah penonton drama tersebut di Indonesia.

Oleh karena itu, teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode purposive sampling. Teknik ini dipilih karena responden ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden meliputi: (1) individu yang telah menonton drama *When Life Gives You Tangerines* (minimal 6 dari 12 episode), (2) berusia minimal 17 tahun, (3) berdomisili di Indonesia, dan (4) aktif mengikuti dan/atau mengonsumsi konten drama Korea. Kriteria ini bertujuan untuk memastikan bahwa responden memiliki pengalaman emosional yang memadai dalam menonton drama tersebut sehingga mampu memberikan penilaian yang valid terkait persepsi terhadap karakter.

Ukuran sampel dalam penelitian ini ditetapkan dengan menggunakan rumus Lemeshow, mengingat jumlah populasi penonton drama Korea *When Life Gives You Tangerines* di Indonesia tidak dapat diketahui secara pasti. Penentuan sampel dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% (Z = 1.96) dan batas kesalahan pengambilan sampel (*margin of error*) sebesar 10% (d = 0.10). Nilai proporsi (p) ditetapkan sebesar 0.5, karena belum tersedia data

awal mengenai distribusi karakteristik responden, sehingga menghasilkan estimasi ukuran sampel maksimum.

Rumus Lemeshow yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$\boldsymbol{n = \frac{Z^2 . p . (1 - p)}{d^2}}$$

Dengan keterangan:
n = jumlah sampel
Z = nilai Z pada tingkat kepercayaan 95% (1.96)
p = proporsi maksimum (0.5)
d = tingkat kesalahan (0.10)

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh ukuran sampel minimum sebesar 96.04 responden. Untuk mengantisipasi kemungkinan data tidak lengkap atau tidak valid serta guna meningkatkan keterwakilan responden, jumlah sampel kemudian dibulatkan ke atas menjadi 100 responden.

Prosedur penelitian dilaksanakan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan Google Forms kepada penonton drama Korea *When Life Gives You Tangerines* yang memenuhi kriteria penelitian. Tahap kedua adalah seleksi responden berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, yaitu berusia minimal 17 tahun, berdomisili di Indonesia, aktif mengonsumsi drama Korea, dan telah menonton minimal 6 dari 12 episode drama tersebut. Responden yang tidak memenuhi kriteria atau memberikan jawaban yang tidak lengkap tidak diikutsertakan dalam analisis.

Tahap ketiga adalah pengolahan dan analisis data yang meliputi proses editing, coding, tabulasi, serta pengujian statistik menggunakan perangkat lunak SPSS. Tahap terakhir adalah interpretasi hasil analisis dengan mengaitkan temuan penelitian pada teori keterlibatan emosional, persepsi audiens, dan hubungan audiens dengan karakter fiksi guna menjawab tujuan serta hipotesis penelitian.

Teknik analisis data dilakukan menggunakan statistik inferensial yang meliputi uji korelasi, regresi linier sederhana, uji hipotesis (uji-t), dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui hubungan, pengaruh, dan kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji-t pada model regresi linier sederhana dengan tingkat signifikansi sebesar 0.05. Hipotesis alternatif (H_1) diterima apabila nilai signifikansi (Sig.) < 0,05, sedangkan hipotesis nol (H_0) gagal ditolak apabila nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 (Tamba et al., 2025). Kualitas data dijamin melalui:

- Uji Validitas: Menggunakan *Pearson Correlation Coefficient* (r), di mana butir pertanyaan dinyatakan valid jika rhitung > rtabel ($\alpha = 0.05$).
- Uji Reliabilitas: Menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan ambang batas > 0.7 untuk memastikan konsistensi internal instrumen.
- Uji Asumsi Klasik: Meliputi uji normalitas (Kolmogorov–Smirnov) dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan model regresi memenuhi asumsi statistik yang diperlukan sebelum dilakukan pengujian hipotesis.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	No. butir	Contoh butir
Keterlibatan Emosional (X), 12 butir	Empati emosional	Merasakan emosi yang dialami karakter; ikut merasakan kesedihan dan keharuan karakter	3, 8	Saya merasa sedih saat Ae-sun dan Gwan-sik berpisah untuk sementara waktu.
	Identifikasi dan apresiasi karakter	Merasa terhubung dengan karakter; terinspirasi dan mengagumi perjuangan karakter	1, 2, 4, 5	Hubungan Geum-yeong dan Ae-sun yang kompleks membuat saya merasa terhubung.
	Kedekatan emosional	Merasa dekat dan terikat dengan karakter	6, 10, 11	Kesulitan yang dialami oleh Ae-sun membuat saya merasa lebih dekat dengannya.
	Respons dan intensitas emosional	Perasaan menjadi lebih intens; kesan emosional yang mendalam	7, 9, 12	Rintangan yang dialami para karakter membuat perasaan saya menjadi lebih intens saat menonton.
Persepsi terhadap Karakter (Y), 13 butir	Kesukaan terhadap karakter	Menyukai karakter berdasarkan emosi yang dirasakan	13, 14	Emosi yang saya alami saat menonton membuat saya menyukai karakter Ae-sun secara keseluruhan.
	Penilaian karakter	Menilai karakter dapat dipercaya, berdedikasi, dan baik secara keseluruhan	15, 17, 18, 23	Perilaku Gwan-sik membuat saya memandangnya sebagai seseorang yang berdedikasi.
	Kesan terhadap karakter	Karakter dianggap menarik, nyata, dan hidup	16, 19, 20	Emosi yang saya rasakan membuat Ae-sun tampak lebih nyata dan memiliki kompleksitas emosional.
	Pemahaman karakter	Memahami sifat dan tindakan karakter	21, 25	Interaksi dan tindakan Gwan-sik membuat saya memahami kesetiaan dalam karakternya.
	Penerimaan karakter	Menerima karakter dan memandang nilai hidupnya sejalan	22, 24	Kompleksitas pada karakter Gwan-sik membuat pandangan saya terhadapnya menjadi baik.

Sumber: Kuesioner penelitian, 2026

Prosedur Pengumpulan Data

Data dikumpulkan pada 9 April 2026 sampai 5 Mei 2026 melalui Google Forms. Tautan kuesioner disebarkan secara pribadi oleh peneliti melalui akun media sosial masing-masing di X, Instagram, Telegram, dan TikTok. Formulir memuat tiga bagian: (1) identitas responden (nama, usia, jenis kelamin), frekuensi menonton, dan platform menonton; (2) 12 pernyataan keterlibatan emosional (butir 1-12); dan (3) 13 pernyataan persepsi terhadap karakter (butir 13-25). Seluruh pertanyaan bersifat wajib diisi sehingga tidak terdapat data hilang pada butir pernyataan. Formulir tidak memuat pertanyaan saring tersendiri; kesesuaian responden dengan kriteria diperiksa pada tahap pembersihan data melalui jawaban usia dan frekuensi menonton. Terkumpul 100 respons, dan seluruhnya dianalisis karena tidak ada respons yang dieliminasi.

Metode analisis utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier sederhana untuk menguji pengaruh variabel Keterlibatan Emosional (X) terhadap Persepsi terhadap Karakter (Y). Analisis ini dipilih karena penelitian hanya melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen. Model regresi yang digunakan dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta X + e$$

Dengan Keterangan:

- $Y =$ Persepsi terhadap Karakter
- $a =$ Konstanta
- $\beta =$ Koefisien Regresi
- $X =$ Keterlibatan Emosional
- $e =$ *Error term* (galat)

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keterlibatan emosional memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi penonton terhadap karakter. Temuan ini mengindikasikan adanya hubungan sebab-akibat, di mana perubahan intensitas emosi secara langsung memengaruhi perubahan persepsi yang terbentuk. Dengan koefisien regresi sebesar 0.653, setiap peningkatan emosi diikuti oleh peningkatan persepsi, yang menunjukkan bahwa emosi berperan penting dalam proses evaluasi karakter.

Secara eksplanatif, hubungan ini dapat dijelaskan melalui Teori Afeksi sebagai Informasi (*Affect-as-Information Theory*), yang menyatakan bahwa emosi berfungsi sebagai sumber informasi dalam proses penilaian individu. Dalam konteks menonton, penonton tidak sepenuhnya memproses karakter secara rasional, melainkan menggunakan emosi sebagai dasar dalam menarik kesimpulan. Dengan demikian, emosi tidak hanya menyertai pengalaman menonton, tetapi juga mengarahkan interpretasi terhadap karakter.

Mekanisme ini diperkuat oleh proses psikologis seperti identifikasi, simpati, dan imitasi. Keterlibatan emosional mendorong penonton untuk menempatkan diri dalam perspektif karakter, sehingga batas antara pengalaman pribadi dan narasi menjadi semakin kabur. Akibatnya, persepsi yang terbentuk cenderung lebih kuat dan bersifat subjektif. Dalam hal ini, stimulus audiovisual seperti ekspresi nonverbal, warna, dan komposisi visual tidak secara langsung membentuk persepsi, melainkan bekerja melalui emosi sebagai variabel perantara, sehingga terbentuk alur kausal:

stimulus audiovisual → respons emosional → persepsi

Jika dikaitkan dengan penelitian terdahulu, temuan ini sejalan dengan Fauziah dan Waryanti (Fauziah & Waryanti, 2021) yang menunjukkan bahwa keterlibatan emosional memungkinkan terbentuknya kedekatan dengan karakter. Selain itu, hasil penelitian ini juga konsisten dengan Anggelika (Anggelika et al., 2024) serta Wahyuni dan Heryanto (Wahyuni & Heryanto, 2022) yang menegaskan bahwa elemen visual mampu membangkitkan keterlibatan emosional. Namun demikian, penelitian ini memberikan kontribusi lebih lanjut dengan memperjelas bahwa emosi tidak hanya muncul sebagai respons, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme yang menjembatani stimulus audiovisual dengan pembentukan persepsi. Di sisi lain, temuan ini memberikan perspektif berbeda dari Rahmadani (Rahmadani et al., 2025) yang menunjukkan bahwa preferensi genre tidak berpengaruh langsung terhadap empati, sehingga menegaskan bahwa intensitas emosi lebih menentukan dibandingkan karakteristik genre dalam membentuk persepsi.

Nilai koefisien determinasi sebesar 0.395 menunjukkan bahwa emosi memiliki kontribusi yang cukup kuat dalam menjelaskan variasi persepsi, meskipun bukan satu-satunya faktor. Hal ini mengindikasikan bahwa pembentukan persepsi juga dipengaruhi oleh variabel lain seperti latar belakang individu, pengalaman personal, dan konteks sosial. Dengan demikian, persepsi penonton merupakan hasil interaksi antara faktor afektif dan faktor eksternal. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa emosi bukan sekadar respons pasif, tetapi merupakan mekanisme kausal utama dalam pembentukan persepsi penonton terhadap karakter. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis dengan memperkuat posisi emosi dalam kajian komunikasi dan psikologi media, serta memberikan implikasi praktis bahwa keberhasilan suatu karya audiovisual sangat bergantung pada kemampuannya membangun keterlibatan emosional penonton.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa emosi bukan sekadar respons pasif, melainkan berperan sebagai mekanisme utama dalam pembentukan persepsi penonton terhadap karakter. Temuan ini memberikan kontribusi teoretis dalam memperkuat posisi emosi dalam kajian komunikasi dan psikologi media, serta implikasi praktis bahwa keberhasilan karya audiovisual sangat bergantung pada kemampuannya membangun keterlibatan emosional penonton.

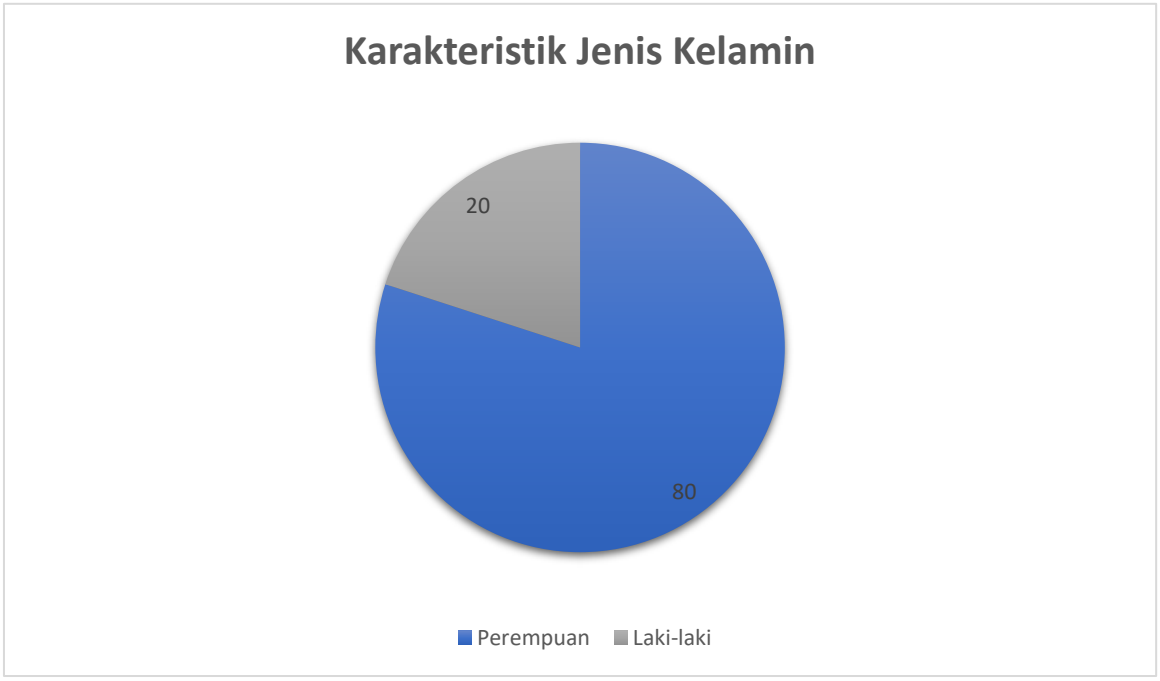
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan data yang bersifat numerik. Analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS untuk menguji pengaruh variabel keterlibatan emosional terhadap persepsi penonton terhadap karakter. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring menggunakan Google Forms kepada penonton aktif K-drama di Indonesia yang telah menonton *When Life Gives You Tangerines* (2025), yang tersebar di berbagai platform seperti Instagram, X (*formerly Twitter*), Telegram, dan TikTok. Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 1–5 untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap indikator variabel. Penelitian ini melibatkan variabel keterlibatan emosional (*X*) sebagai variabel independen dan persepsi (*Y*) sebagai variabel dependen, yang dianalisis melalui pengujian parsial dan uji kelayakan model untuk mengidentifikasi hubungan antarvariabel.

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 penonton *When Life Gives You Tangerines* yang berdomisili di Indonesia. Penulis menggunakan beberapa unsur penelitian. Dengan uraian karakteristik sebagai berikut:

Tabel 2. Karakteristik Responden (N = 100)

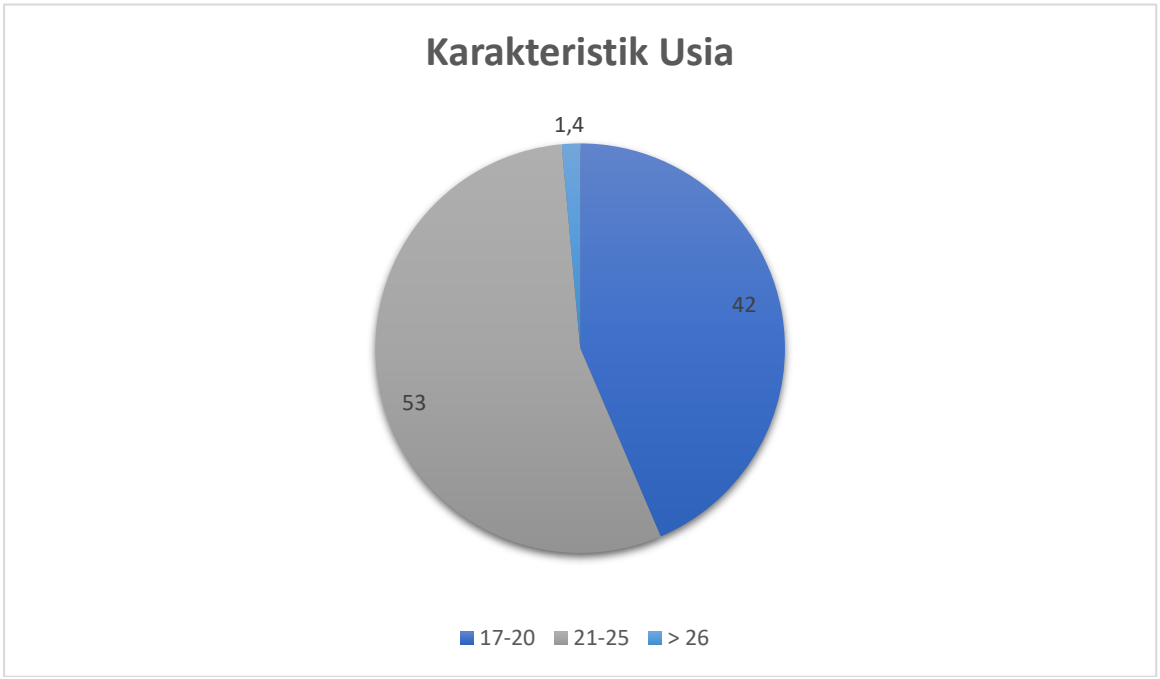
Karakteristik	Kategori	n	%
Jenis kelamin	Perempuan	80	80
	Laki-laki	20	20
Usia	17-20 tahun	42	42
	21-25 tahun	53	53
	> 26 tahun	1,4	1,4
Frekuensi menonton	Satu kali	81	81
	Dua kali	13	13
	Tiga kali atau lebih	2	2
	Belum selesai (minimal 6 episode)	4	4
Platform menonton	Netflix	71	71
	Platform non-resmi/lainnya	29	29

Sumber: Hasil penelitian, 2026



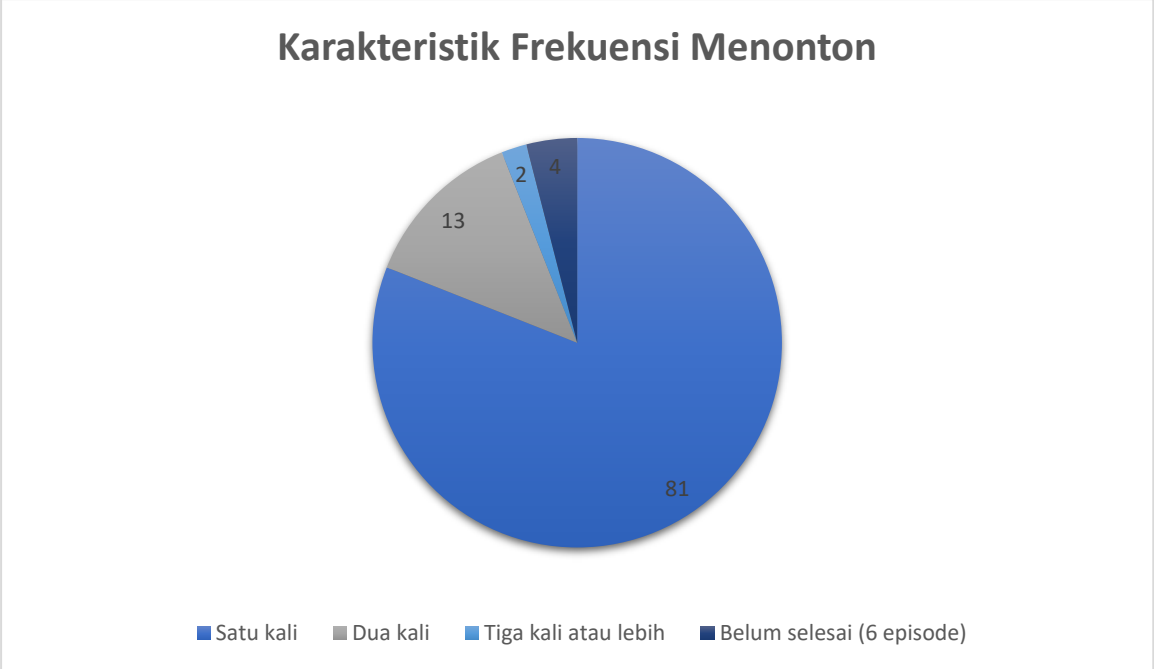
Gambar 1. Hasil Pengujian Karakteristik Jenis Kelamin
Sumber: Hasil penelitian, 2026

Pada gambar pertama, peneliti menggunakan karakteristik jenis kelamin sebagai salah satu unsur dalam penelitian. Berdasarkan data pada gambar tersebut, jumlah responden terbanyak berasal dari jenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 80 responden.



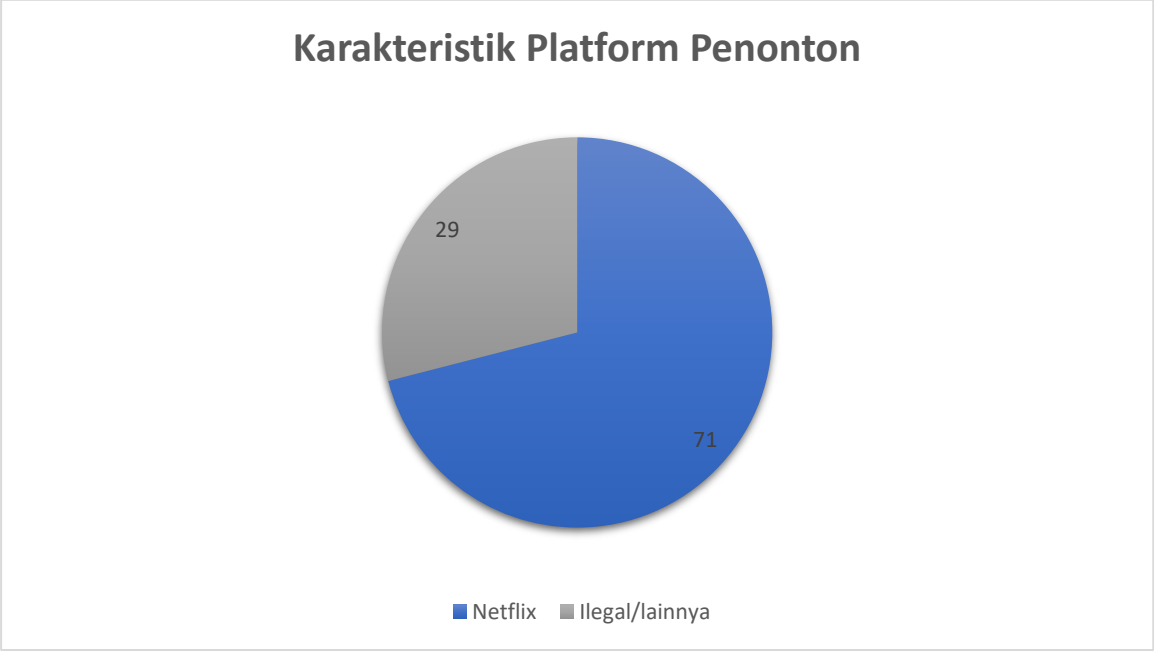
Gambar 2. Hasil Pengujian Karakteristik Usia
Sumber: Hasil penelitian, 2026

Pada gambar kedua, peneliti menggunakan karakteristik usia sebagai salah satu elemen dalam penelitian. Berdasarkan data pada gambar tersebut, rentang usia yang memperoleh jumlah tertinggi adalah usia 21–25 tahun dengan total 53 responden.



Gambar 3. Hasil Pengujian Karakteristik Frekuensi Menonton
Sumber: Hasil penelitian, 2026

Pada gambar ketiga, peneliti menggunakan karakteristik frekuensi menonton sebagai salah satu elemen dalam penelitian. Berdasarkan data pada gambar tersebut, frekuensi menonton yang memperoleh jumlah tertinggi adalah satu kali dengan total 81 responden.



Gambar 4. Hasil Pengujian Karakteristik Platform Penonton
Sumber: Hasil Penelitian, 2026

Pada gambar keempat, peneliti menggunakan karakteristik platform menonton sebagai salah satu elemen dalam penelitian. Berdasarkan data pada gambar tersebut, platorm penonton yang memperoleh jumlah tertinggi adalah Netflix dengan total 71 responden.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Butir	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
P1	X	0,284	0,195	Valid
P2	X	0,385	0,195	Valid
P3	X	0,353	0,195	Valid
P4	X	0,327	0,195	Valid
P5	X	0,273	0,195	Valid
P6	X	0,336	0,195	Valid
P7	X	0,410	0,195	Valid
P8	X	0,350	0,195	Valid
P9	X	0,382	0,195	Valid
P10	X	0,458	0,195	Valid
P11	X	0,463	0,195	Valid
P12	X	0,305	0,195	Valid
P13	Y	0,296	0,195	Valid
P14	Y	0,353	0,195	Valid
P15	Y	0,435	0,195	Valid
P16	Y	0,352	0,195	Valid
P17	Y	0,400	0,195	Valid
P18	Y	0,535	0,195	Valid
P19	Y	0,374	0,195	Valid
P20	Y	0,501	0,195	Valid
P21	Y	0,347	0,195	Valid
P22	Y	0,461	0,195	Valid
P23	Y	0,449	0,195	Valid
P24	Y	0,348	0,195	Valid
P25	Y	0,284	0,195	Valid

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2026

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 1 menggunakan *corrected item-total correlation*, seluruh item memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0.195). Maka dengan demikian, seluruh item pernyataan yang telah diolah dapat dinyatakan valid dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Rule of thumb	Keterangan
Keterlibatan Emosional (X)	0,701	0,7	Reliabel
Persepsi (Y)	0,714	0,7	Reliabel

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada setiap variabel lebih besar dari 0,7. Maka dengan demikian, seluruh item pernyataan yang telah diolah dapat dinyatakan bahwa seluruh instrumen dinyatakan reliabel.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

Asymp. Sig.	Kriteria	Keterangan
0,078	> 0,05	Berdistribusi normal

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2026

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai Asymp. Sig yang diperoleh sebesar 0.078 yang mana nilai tersebut lebih besar dari 0.05 sehingga data dapat dinyatakan berdistribusi normal.

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	t hitung	Sig.	Keterangan
Keterlibatan Emosional (X)	-0,718	0,474	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2026

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4 menunjukkan nilai signifikansi (Sig.) variabel **Keterlibatan Emosional (X)** sebesar 0.474 lebih besar dari 0,05 (0.474 > 0.05), maka model regresi dinyatakan memenuhi syarat asumsi klasik karena terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Variabel	Koefisien B	Standar error
(Konstanta)	2,791	0,589
Keterlibatan Emosional (X)	0,653	0,082

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2026

Berdasarkan tabel hasil uji regresi linier pada tabel 5, model persamaan regresi yang terbentuk menggunakan data hasil transformasi akar kuadrat (*square root*) adalah sebagai berikut:

$$Y = 2.791 + 0.653X + e$$

Persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta sebesar 2.791 menunjukkan bahwa jika variabel Keterlibatan Emosional (*X*) dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai variabel Persepsi (*Y*) adalah sebesar 2.791.
2. Koefisien Regresi Variabel Keterlibatan Emosi sebesar 0.653 bernilai positif. Hal ini mengindikasikan adanya hubungan yang searah, di mana setiap kenaikan satu satuan pada variabel Keterlibatan Emosi akan diikuti oleh peningkatan variabel Persepsi sebesar 0.653 unit.

Uji Hipotesis (Uji t):

Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji t), diperoleh nilai t hitung sebesar 7.992 dengan tingkat signifikansi (Sig.) sebesar < 0.001. Karena nilai signifikansi tersebut jauh lebih kecil dari 0,05 (< 0,001 < 0,05), maka dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Pertama (H1**)** diterima.

Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Keterlibatan Emosional (*X*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Variabel Persepsi (*Y*).

Semakin baik kondisi emosional yang dirasakan, maka akan semakin positif pula persepsi yang dihasilkan.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

Uji	Nilai	Sig.	Keterangan
t hitung (X → Y)	7,992	< 0,001	Signifikan
F hitung	63,872	< 0,001	Model layak
R	0,628	-	Hubungan kuat
R^2	0,395	-	39,5% variasi Y

Sumber: Hasil olah data penelitian, 2026

1. Uji T (Parsial): Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil analisis, variabel Keterlibatan Emosional memiliki nilai t hitung sebesar 7.992 dengan tingkat signifikansi 0.001. Karena nilai signifikansi (0.001) < 0.05 dan nilai t hitung (7.992) > t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Keterlibatan Emosi (*X*) berpengaruh signifikan terhadap variabel Persepsi (*Y*). Hal ini menunjukkan bahwa tinggi rendahnya tingkat emosi subjek penelitian memberikan dampak nyata terhadap persepsi yang terbentuk.
2. Uji F (Simultan/Kelayakan Model: Uji F digunakan untuk melihat kelayakan model regresi yang digunakan. Berdasarkan tabel ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 63.872 dengan tingkat signifikansi 0.01. Oleh karena nilai signifikansi jauh lebih kecil dari 0.05, maka model regresi ini dinyatakan layak untuk digunakan dalam memprediksi variabel Persepsi (*Y*). Hal ini mengonfirmasi bahwa variabel Keterlibatan Emosi (*X*) secara simultan memiliki kecocokan model yang baik terhadap variabel Persepsi (*Y*).
3. Koefisien Determinasi (R^2): Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen, dapat dilihat melalui nilai R *Square*. Hasil analisis menunjukkan nilai R *Square* sebesar 0.395.
   - Artinya: Variabel Keterlibatan Emosional (*X*) memberikan kontribusi pengaruh sebesar 39.5% terhadap variabel Persepsi (*Y*).
   - Sementara itu, sisanya sebesar 60.5% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan atau tidak diteliti dalam model penelitian ini.

Pengaruh Keterlibatan Emosional terhadap Persepsi Penonton pada Karakter

Berdasarkan hasil uji-t parsial, variabel Keterlibatan Emosional (X) menunjukkan nilai t hitung sebesar 7.992 dengan tingkat signifikansi < 0.001 ($\alpha = 0.05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa emosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi penonton terhadap karakter. Koefisien regresi sebesar 0.653 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel keterlibatan emosional akan diikuti oleh peningkatan persepsi sebesar 0.653, yang mengindikasikan adanya hubungan searah antara kedua variabel. Temuan ini menegaskan bahwa emosi merupakan faktor yang berperan dalam proses evaluasi karakter, di mana intensitas emosi yang lebih tinggi cenderung menghasilkan persepsi yang lebih positif.

Secara teoretis, hubungan tersebut dapat dijelaskan melalui Teori Afeksi sebagai Informasi (*Affect-as-Information Theory*), yang menyatakan bahwa emosi berfungsi sebagai sumber informasi dalam proses penilaian individu. Dalam konteks *When Life Gives You Tangerines*, pengalaman hidup Ae-sun dan Gwan-sik yang dipenuhi perjuangan, kehilangan, serta pengorbanan keluarga mendorong penonton untuk merasakan emosi yang serupa dengan yang dialami karakter. Emosi yang muncul selama proses menonton kemudian menjadi dasar

bagi penonton dalam memahami motif, menilai tindakan, dan membentuk persepsi terhadap karakter. Dengan demikian, persepsi terhadap karakter tidak hanya dibangun melalui informasi naratif yang disajikan, tetapi juga melalui pengalaman emosional yang dirasakan selama mengikuti perjalanan hidup karakter.

Temuan ini juga menunjukkan bahwa keterlibatan emosional penonton diperkuat melalui proses identifikasi karakter (*character identification*). Penonton cenderung menempatkan diri pada posisi karakter ketika menghadapi konflik yang dianggap relevan dengan pengalaman kehidupan nyata, seperti perjuangan keluarga, hubungan interpersonal, dan pencarian makna hidup yang ditampilkan dalam *When Life Gives You Tangerines*. Proses identifikasi tersebut memungkinkan penonton melihat dunia dari perspektif karakter sehingga terbentuk kedekatan psikologis yang lebih kuat.

Selain itu, keterlibatan emosional juga dapat dijelaskan melalui konsep empati naratif **(***narrative empathy***)**. Ketika penonton mengikuti perjalanan emosional karakter secara berkelanjutan, mereka tidak hanya memahami apa yang dialami karakter, tetapi juga ikut merasakan kesedihan, harapan, maupun kebahagiaan yang muncul dalam narasi. Empati naratif tersebut memperkuat pengalaman menonton dan menyebabkan persepsi terhadap karakter menjadi lebih positif serta mendalam. Dengan demikian, karakter tidak secara langsung menghasilkan persepsi positif, melainkan melalui proses identifikasi dan empati yang membangun keterlibatan emosional selama pengalaman menonton berlangsung.

Temuan penelitian ini juga didukung oleh berbagai penelitian internasional terkini mengenai keterlibatan emosional audiens terhadap karakter media. Felnhofer menemukan bahwa *character identification* dipengaruhi oleh tingkat *narrative transportation*, di mana audiens yang semakin larut dalam alur cerita cenderung membangun hubungan psikologis yang lebih kuat dengan karakter (Felnhofer et al., 2023).Temuan tersebut sejalan dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa keterlibatan emosional penonton terhadap karakter dalam *When Life Gives You Tangerines* berkontribusi terhadap terbentuknya persepsi yang lebih positif terhadap karakter. Selain itu, Schmidt menjelaskan bahwa perubahan emosi yang dialami audiens selama mengikuti narasi berperan dalam meningkatkan keterlibatan terhadap cerita dan karakter (Schmidt et al., 2023).

Dalam konteks penelitian ini, perjalanan hidup Ae-sun dan Gwan-sik yang dipenuhi konflik, kehilangan, dan harapan memungkinkan penonton mengalami respons emosional yang mendalam sehingga memengaruhi proses evaluasi karakter. Selanjutnya, Rustad dan Larsson menjelaskan bahwa keterlibatan audiens terhadap narasi media memengaruhi proses penerimaan (*audience reception*) dan interpretasi makna yang dibangun selama konsumsi media (Rustad & Larsson, 2021). Temuan penelitian ini juga relevan dengan perkembangan konsumsi drama Korea melalui platform streaming digital. Kumar menjelaskan bahwa peningkatan global penonton drama Korea pada layanan Netflix menunjukkan semakin kuatnya keterlibatan audiens terhadap narasi dan karakter yang ditampilkan dalam serial Korea.

Akses yang berkelanjutan terhadap cerita memungkinkan audiens mengikuti perkembangan karakter secara lebih intens sehingga memperkuat keterlibatan emosional selama proses menonton. Dalam konteks *When Life Gives You Tangerines*, keterlibatan emosional yang tinggi terhadap perjalanan hidup Ae-sun dan Gwan-sik menunjukkan bahwa pengalaman menonton melalui media streaming dapat memperkuat hubungan afektif audiens dengan karakter, yang pada akhirnya memengaruhi persepsi yang terbentuk terhadap karakter tersebut (Kumar, 2025). Temuan tersebut menunjukkan bahwa emotional engagement, character identification, audience reception, dan pola konsumsi media streaming saling berkaitan dalam membentuk persepsi audiens terhadap karakter fiksi.

Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat argumentasi bahwa persepsi terhadap karakter tidak hanya dibentuk oleh unsur naratif dan visual yang ditampilkan, tetapi juga oleh proses *emotional engagement*, *character identification*, *narrative empathy*, dan pengalaman resepsi audiens selama mengikuti cerita. Temuan ini juga relevan dengan studi mengenai budaya fandom digital yang menunjukkan bahwa keterikatan emosional terhadap karakter merupakan salah satu faktor yang mendorong audiens untuk terus mengikuti perkembangan cerita, berdiskusi dalam komunitas penggemar, serta membangun hubungan afektif dengan karakter media. Meskipun penelitian ini tidak secara khusus mengukur perilaku fandom, hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan emosional berkontribusi terhadap pembentukan persepsi positif terhadap karakter, yang pada tahap lebih lanjut dapat menjadi dasar munculnya keterikatan penggemar terhadap suatu karya audiovisual.

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F hitung sebesar 63.872 dengan tingkat signifikansi 0.010 (< 0.05) yang menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk menjelaskan hubungan antara variabel keterlibatan emosional dan persepsi. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.395 menunjukkan bahwa variabel keterlibatan emosional memberikan kontribusi sebesar 39.5% terhadap variasi persepsi penonton, sementara 60.5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun emosi merupakan variabel yang signifikan, pembentukan persepsi tetap dipengaruhi oleh faktor lain seperti latar belakang individu, pengalaman personal, dan konteks sosial.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan karakter dalam membangun persepsi positif tidak hanya ditentukan oleh sifat atau tindakan karakter itu sendiri, tetapi juga oleh kemampuan narasi dalam menciptakan identifikasi karakter, empati naratif, dan pengalaman menonton yang melibatkan emosi audiens secara mendalam.

Simpulan

Simpulan penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan emosional penonton berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi terhadap karakter dalam drama Korea *When Life Gives You Tangerines*. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat keterlibatan emosional yang dirasakan penonton selama mengikuti alur cerita, semakin positif pula persepsi yang terbentuk terhadap karakter. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh keterlibatan emosional penonton terhadap persepsi terhadap karakter dapat diterima.

Temuan ini menunjukkan bahwa pembentukan persepsi terhadap karakter tidak hanya dipengaruhi oleh informasi naratif dan visual yang disajikan dalam drama, tetapi juga oleh pengalaman emosional yang dialami penonton selama proses menonton. Keterlibatan emosional memungkinkan penonton mengembangkan identifikasi terhadap karakter, membangun empati naratif, serta memahami motivasi dan tindakan karakter secara lebih mendalam. Oleh karena itu, emosi berperan sebagai mekanisme penting yang menjembatani pengalaman menonton dengan proses evaluasi karakter.

Secara akademik, penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian komunikasi media, khususnya dalam memahami hubungan antara emotional engagement dan audience perception pada media audiovisual. Hasil penelitian memperkuat pandangan bahwa respons emosional audiens merupakan faktor penting dalam proses penerimaan pesan media dan pembentukan makna terhadap karakter yang ditampilkan. Selain itu, penelitian ini memperkaya literatur mengenai hubungan audiens dengan karakter fiksi melalui perspektif identifikasi karakter dan empati naratif dalam konteks konsumsi drama Korea.

Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi masukan bagi kreator konten, penulis naskah, dan industri media untuk mengembangkan karakter serta narasi yang mampu membangun keterlibatan emosional audiens. Karakter yang ditulis secara kompleks dan relevan dengan pengalaman kehidupan penonton berpotensi meningkatkan kedekatan emosional, keterikatan terhadap cerita, serta penerimaan audiens terhadap pesan yang disampaikan melalui media.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menguji satu variabel independen, yaitu keterlibatan emosional, sementara masih terdapat faktor lain yang dapat memengaruhi persepsi terhadap karakter, seperti pengalaman personal, preferensi genre, intensitas menonton, maupun latar belakang sosial budaya penonton. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain serta menggunakan metode campuran (*mixed methods*) agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai hubungan antara audiens dan karakter media.

Deklarasi

Pernyataan Penggunaan AI

Dalam penyusunan artikel ini, penulis menggunakan Claude (Anthropic, claude.ai) hanya untuk memeriksa dan memperbaiki kesalahan pengejaan (ejaan), dan merapikan kalimat pada tulisan. Alat ini tidak digunakan untuk menghasilkan gagasan, menyusun isi, menganalisis data, atau menulis bagian naskah. Seluruh isi artikel merupakan hasil pemikiran dan tulisan penulis. Penulis telah meninjau seluruh hasil perbaikan dan tetap bertanggung jawab penuh atas isi dan keakuratan artikel ini.

Kontribusi Penulis

- Annisa Syifa Az-zahra berperan sebagai penulis utama yang mengerjakan seluruh tahapan inti penelitian. Ia merumuskan gagasan dan kerangka penelitian, termasuk rumusan masalah, tinjauan pustaka, dan landasan teori (konseptualisasi). Ia merancang pendekatan kuantitatif eksplanatif, menyusun instrumen kuesioner untuk mengukur keterlibatan emosional dan persepsi terhadap karakter, serta menetapkan teknik analisis data (metodologi). Ia juga mengumpulkan data dari 100 responden melalui survei daring (investigasi dan pengumpulan data), lalu mengolah dan menganalisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, korelasi, regresi linier sederhana, uji-t, dan koefisien determinasi (analisis formal). Selain itu, ia menulis draf awal naskah secara keseluruhan serta mengerjakan revisi akhir (penulisan draf awal serta penulisan, peninjauan, dan revisi).
- Iis Zilfah Adnan meninjau dan merevisi seluruh naskah dari awal hingga akhir, yaitu pendahuluan, tinjauan pustaka, metodologi, hasil, pembahasan, dan kesimpulan, sehingga naskah menjadi koheren, sistematis, dan sesuai kaidah penulisan ilmiah (penulisan, peninjauan, dan revisi).
- Muhammad Hilman Firmansyah meninjau dan merevisi bagian metodologi, sistem penyebaran kuesioner, dan hasil penelitian. Perannya memastikan prosedur penelitian dan alur penyebaran instrumen dijelaskan dengan jelas, serta temuan statistik disajikan secara akurat dan konsisten (penulisan, peninjauan, dan revisi).
- Seluruh penulis telah membaca dan menyetujui versi akhir naskah ini.

Pernyataan Pendanaan

Penelitian ini tidak menerima pendanaan khusus dari lembaga pemerintah, swasta, maupun nirlaba mana pun. Seluruh biaya penelitian ditanggung secara mandiri oleh penulis. Konflik Kepentingan

Konflik Kepentingan

Para penulis menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan finansial, profesional, maupun personal yang berpotensi menimbulkan konflik kepentingan, baik nyata maupun yang dapat dipersepsikan, sehubungan dengan penelitian ini. Penelitian ini dilaksanakan secara independen, dan pihak mana pun

yang terkait dengan objek kajian tidak berperan dalam perancangan penelitian, pengumpulan dan analisis data, penyusunan naskah, maupun keputusan untuk mempublikasikan hasilnya.

Daftar Pustaka

Albarracín, D., & Kumkale, G. T. (2003). Affect as information in persuasion: A model of affect identification and discounting. *Journal of Personality and Social Psychology*, *84*(3), 453–469.

Anggelika, L., Robbani, M. A., Sari, M. P., & Multimedia, P. (n.d.). *Analisis Persepsi Emosi Manusia Terhadap Warna Dalam Film Inside Out* (Vol. 06, Number 03).

Busselle, R., & Bilandzic, H. (2009). Measuring narrative engagement. *Media Psychology*, *12*(4), 321–347.

Fatima, S., & Kewalramani, S. (2024). *Effect of Korean drama on emotional expressivity*. http://www.ijfmr.com

Fauziah, A., & Waryanti, E. (2021). Social Interaction in New Student Film Directed by Monty Tiwa. *Wacana : Jurnal Bahasa, Seni, Dan Pengajaran*, *5*(2), 16–21. https://doi.org/10.29407/jbsp.v5i2.17541

Felnhofer, A., Wittmann, L., Reichmann, A., König-Teshnizi, D., & Kothgassner, O. D. (2023). Character identification is predicted by narrative transportation, immersive tendencies, and interactivity. *Current Psychology*, *42*(22), 18567–18577. https://doi.org/10.1007/s12144-022-03048-4

Ju, H. (2020). Korean TV drama viewership on Netflix: Transcultural affection, romance, and identities. *Journal of International and Intercultural Communication*, *13*(1), 32–48. https://doi.org/10.1080/17513057.2019.1606269

Kumar, U. N. (2025). Analyzing the global increase in k-drama viewership through Netflix's top 10 ratings over the last 5 years. *International Journal of Research in Management*, *7*(1), 415–421. https://doi.org/10.33545/26648792.2025.v7.i1e.303

Lestari, C. A., & Andika, D. (2024). *Pengaruh terpaan film Barbie terhadap sikap feminitas perempuan pada pasangan*.

Maharani, D. (2022). Resepsi Mahasiswa Pada K-Drama Business Proposal Di Sbs & Netflix Rivanka Maharani. *Jurnal Dinamika Ilmu Komunikasi*, *8*(2), 75–92.

Oliver, M. B., & Bartsch, A. (2010). Appreciation as audience response: Exploring entertainment gratifications beyond hedonism. *Human Communication Research*, *36*(1), 53–81.

Rahmadani, P. A., Yanti, S. F., & Subroto, U. (n.d.). *Nathiqiyyah: Jurnal Psikologi Islam Pengaruh Preferensi Genre Film Terhadap Empati Pada Dewasa Awal Di Jakarta*. https://doi.org/10.46781/nathiqiyyah.v8i2

Rahmadani, P. A., Yanti, S. F., & Subroto, U. (2025). Pengaruh preferensi genre film terhadap empati pada dewasa awal di Jakarta. *Nathiqiyyah: Jurnal Psikologi Islam*, *8*(2). https://doi.org/10.46781/nathiqiyyah.v8i2

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2023). *Organizational behavior* (19th ed.). Pearson.

Rustad, G. C., & Larsson, A. O. (2021). Introducing quantitative reception aesthetics: Television reception and textual engagement. *Critical Studies in Television*, *16*(1), 7–29. https://doi.org/10.1177/1749602020974347

Sari, D. I., & Mansyur, A. (2021). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Citra Perusahaan Pt Mitrabara Adiperdana Tbk Di Kalimantan Utara. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, *1*(Vol 1, (3), 2021, 125-132).

Schmidt, M. L. C. R., Winkler, J. R., Appel, M., & Richter, T. (2023). Emotional shifts, event-congruent emotions, and transportation in narrative persuasion. *Discourse Processes*, *60*(7), 502–521. https://doi.org/10.1080/0163853X.2023.2252696

Schwarz, N. , & C. G. L. (1983). *Mood, misattribution, and judgments of well-being: Informative and directive functions of affective states. Journal of Personality and Social Psychology*. *45(3), 513-523.*

Sugiyono, S. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Vol. 27). Alfabeta.

Tamba, L., Marbun, S., & Nadapdap, K. (2025). Pengaruh Influencer, live streaming dan content marketing terhadap keputusan pembelian di Tiktok Shop. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, *4*(2), 2910–2916. https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.944

Wahyuni, F., & Heryanto, N. Y. (2022). Mempengaruhi Emosi Penonton Melalui Penerapan Color Psychology Dalam Merancang Visual Adegan Film. *De-Lite: Journal of Visual Communication Design Study & Practice*, *2*(1), 1. https://doi.org/10.37312/de-lite.v2i1.5769