

Representasi Budaya Lokal Melalui Komunikasi Nonverbal Video Youtube Li Ziqi Tahun 2019-2021

Gabriella Novenna Varra Manuputty

Program Studi Ilmu Komunikasi, Stikosa-AWS

Email: hello.teresagabriella@gmail.com

Abstract

Nonverbal communication is a symbol of strengthening the meaning of the message conveyed. The symbols usage found in intercultural communication can represent culture. This study researched using the descriptive analysis method that explains the study analysis of nonverbal communication theory by Larry A. Samovar and Richard E. Porter to interpret local cultural representations on several scenes taken from Li Ziqi's video as physical appearance; the concept of time; silence; haptic; paralanguage; proxemics; body position and foot position; costume; posture and spatial arrangement; and the last one is expression. The conclusion of the research using this theory is that nonverbal communication in Li Ziqi's video can communicate messages in the form of representations of local Chinese culture to audiences around the world with different cultural backgrounds. Li Ziqi's phenomenal video illustrates the importance of nonverbal communication in reading diverse intercultural communication.

Keywords: *Nonverbal communication, Representation of culture, Intercultural communication.*

Abstrak

Komunikasi nonverbal sebagai simbol penguat makna atas pesan yang disampaikan. Penggunaan simbol juga terdapat pada komunikasi antarbudaya yang dapat merepresentasikan budaya. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif yakni penjabaran analisis kajian teori komunikasi nonverbal Larry A. Samovar dan Richard E. Porter. Penelitian ini bertujuan untuk menginterpretasi representasi budaya lokal pada beberapa cuplikan *scene* yang diambil dari video Li Ziqi meliputi penampilan fisik; konsep waktu; diam; haptik; parabahasa; proksemik; posisi tubuh dan posisi kaki; busana; postur tubuh dan penataan ruang; dan yang terakhir okulesik. Simpulan hasil penelitian ini adalah komunikasi nonverbal pada video Li Ziqi dapat mengkomunikasikan pesan berupa representasi budaya lokal Cina kepada penonton di seluruh dunia dengan latar belakang budaya berbeda. Video Li Ziqi yang fenomenal menggambarkan pentingnya komunikasi nonverbal dalam pembacaan komunikasi antarbudaya yang beragam.

Kata-kata Kunci: **Komunikasi Nonverbal, Representasi Budaya, Komunikasi Antarbudaya.**

PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang karenanya manusia tidak dapat hidup sendiri, ia memerlukan peran dari orang lain untuk bekerjasama melalui komunikasi. Komunikasi merupakan peristiwa sosial yang bertujuan untuk memberikan informasi, membentuk pengertian, menghibur, bahkan mempengaruhi orang lain (Faizah, 2006:141).

Dalam komunikasi menggunakan dua sistem *signal* yakni verbal dan nonverbal (Liliweri, 2011:38). Komunikasi adalah seni mengembangkan dan mendapatkan pengertian diantara orang-orang.

Komunikasi adalah proses penukaran informasi dan perasaan diantara dua orang atau lebih, dan penting bagi manajemen yang efektif (Moekijat, 2003:3). Berdasarkan pada komunikasi merupakan alat atau instrumen manusia dalam melangsungkan interaksi sosial baik secara individu maupun berkelompok dengan menggunakan sebuah simbol atau tanda yang dapat memberikan pesan. Tanda adalah sebuah stimulus yang menandakan kehadiran dari suatu hal, sebagai contoh air mata menjadi tanda untuk kesedihan maupun keharuan. Sedangkan simbol atau sekumpulan simbol-simbol diartikan sebagai lambang yang mengandung makna atau arti, sebagai contoh simbol segitiga pada legenda peta mengartikan gunung. Tanda dan simbol dalam berkomunikasi ditemukan pada komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal memiliki pesan hanya saja dikomunikasikan tanpa bersuara atau berkata-kata, biasanya disampaikan menggunakan isyarat. Menurut Hudjana (2003:26) menyatakan bahwa komunikasi nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata seperti komunikasi yang menggunakan gerakan tubuh, sikap, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak, dan sentuhan. Edward T. Hall pada tahun 1959 menyampaikan bahwa komunikasi nonverbal merupakan bahasa diam atau *silent language* dan memiliki dimensi tersembunyi atau *hidden dimension* atas suatu budaya.

Komunikasi nonverbal banyak mewarnai manusia dalam kesehariannya dengan orang lain secara langsung yang mengandung semua aspek komunikasi selain kata-kata sendiri. Ini mencakup bagaimana kita mengucapkan kata-kata, fitur, lingkungan yang mempengaruhi interaksi, dan benda-benda yang mempengaruhi citra pribadi dan pola interaksi. (Julia T. Wood, 2009: 131) Orang lain akan mengartikannya sesuai dengan pengalamannya. Komunikasi nonverbal mencakup tanda-tanda bagaimana seseorang mengomunikasikan pesan berupa kata-kata, seperti adanya perubahan nada dan volume, mimik wajah, gerakan tubuh, termasuk juga didalamnya pakaian atau atribut yang dipakai. Tanda nonverbal merupakan elemen penting dalam tradisi semiotika (Morison, 2013:92). Selain dalam kehidupan sehari-hari, tanda nonverbal tersebut sering ditemukan ketika sedang menonton pertunjukan teater, sinetron bahkan video di media sosial.

Penggunaan media sosial tidak dapat dipungkiri perkembangannya yang meningkat pesat. Jutaan warga dunia memiliki media sosial dan menikmati layanan yang disediakan situs-situs maya hanya dalam genggam tangan saja. Media sosial memiliki potensi yang besar untuk menjaring lingkungan interaksi dan pertemanan di dunia maya bahkan turut berperan dalam mengangkat fenomena media menjadi tren kehidupan pada era digital. Masyarakat membutuhkan informasi dan akses penting dalam mendapatkan informasi menjadi faktor penting dalam kehidupan mereka. Saat ini sudah sangat banyak *platform* media sosial yang digunakan masyarakat sebut saja misalnya *Path*, *Facebook*, *Instagram* dan salah satu yang paling populer adalah *YouTube*.

YouTube merupakan *platform* media sosial untuk berbagi video ke penggunaanya. *YouTube* menjadi konsumsi publik yang sangat disukai karena mudah diakses dan memiliki aneka ragam video dari seluruh belahan dunia dibandingkan dengan menonton televisi.

Dalam satu layar di beranda, pengguna akan disuguhkan berbagai macam video yang tersedia, bahkan pengguna dapat mengakses video apa yang mereka inginkan di kolom pencarian atau memilih berdasarkan kategori misalnya *Gaming*, *Entertaining*, *Music*, *Sport*, dan lain sebagainya. Selain menonton, seorang pengguna *YouTube* dapat berkarya dengan mengunggah hasil video mereka sendiri. Seorang tersebut dikenal juga dengan sebutan *Youtuber* yaitu pembuat konten atau lebih awam disebut *videographer* yang rutin membuat video tertentu sesuai konsep untuk diunggah di *YouTube*.

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi salah satunya melalui *YouTube* menjembatani proses komunikasi yang semakin mudah dirasakan oleh seluruh umat manusia di belahan bumi manapun sehingga menjadikan hubungan antar bangsa terasa dekat, dan menghilangkan sekat dalam komunikasi antarbudaya. Semakin meningkatnya kontak komunikasi dan hubungan antarnegara tersebut menunjukkan bahwa komunikasi global merupakan penyebab timbulnya akulturasi dan asimilasi kebudayaan. Kontak antarbudaya menjadi tidak terelakkan lagi sehingga masyarakat menerima informasi tentang keadaan yang dialami oleh bangsanya ataupun bangsa dan negara lain. Proses pertukaran informasi antarnegara ini juga meliputi pertukaran budaya sebagaimana masing-masing negara atau wilayah memiliki budayanya sendiri.

Pada era sekarang, media sosial adalah hal yang penting dan memiliki keunggulan untuk dipergunakan oleh manusia dalam upaya merepresentasikan budaya, menginformasikan budaya lokal dan menarik minat khalayak untuk ikut serta melestarikan budaya lokal yang mulai bergeser di era dunia modern ini. Sejumlah media sosial ada yang menampilkan unsur-unsur budaya lokal dalam unggahannya, seperti sejarah, penggunaan bahasa daerah, wisata budaya hingga informasi kuliner. Menjaring lingkungan interaksi dan teman di dunia maya menjadikan kekuatan baru untuk mengangkat kembali budaya lokal, memunculkan potensi budaya dan melestarikan nilai-nilai kearifan budaya sehingga informasi mengenai budaya lokal dapat diperoleh dengan mudah melalui media sosial.

Bak dua sisi mata uang, komunikasi dan budaya sejatinya tidak dapat terpisah dan saling memengaruhi satu sama lain. Budaya tidak hanya menentukan siapa bicara dengan siapa, tentang apa dan bagaimana komunikasi berlangsung, tetapi budaya juga turut menentukan cara orang menyandi pesan, makna yang dimiliki untuk pesan dan kondisinya untuk mengirim, memerhatikan, dan menafsirkan pesan. Komunikasi antarbudaya merujuk pada fenomena komunikasi antara komunikator dan komunikan yang berbeda latar belakang kultural menjalin kontak satu sama lain secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Rahardjo (2005), ketika komunikasi antarbudaya mempersyaratkan dan berkaitan dengan kesamaan dan perbedaan kultural antara pihak yang terlibat, karakteristik kultural dari para partisipan bukan merupakan fokus studi dari komunikasi antarbudaya, melainkan proses komunikasi antara individu dengan individu dan kelompok dengan kelompok lainnya. Secara alamiah, proses komunikasi antarbudaya berakar dari relasi antarbudaya yang menghendaki adanya interaksi sosial. Jelas dapat dimaksudkan bahwa manusia tidak dapat dikatakan berinteraksi sosial jika tidak melalui komunikasi.

Proses komunikasi antarbudaya tersebut menjadikan perilaku komunikasi individu yang digunakan untuk menyatakan identitas sosial. Perilaku itu dinyatakan melalui tindakan

berbahasa, baik secara verbal dan nonverbal. Dari perilaku berbahasa dapat diketahui identitas diri ataupun sosial, misalnya asal-usul suku bangsa, agama, ataupun tingkat pendidikan seseorang. Penyampaian proses komunikasi tersebut dapat melalui media yang merupakan saluran yang dilalui pesan atau simbol. Adapun perilaku komunikasi dalam beberapa tindakan komunikasi, bahasa verbal dan nonverbal saling menjadi pelengkap. Lambang-lambang nonverbal juga dapat berfungsi kontradiktif bahkan pengganti ungkapan verbal, misalnya ketika seseorang mengatakan terima kasih (bahasa verbal), orang tersebut akan melengkapinya dengan tersenyum (bahasa nonverbal) atau seseorang setuju dengan pesan yang disampaikan orang lain cukup mengatakannya dengan anggukan kepala (bahasa nonverbal). Dua komunikasi tersebut merupakan contoh bahwa bahasa verbal dan nonverbal bekerja bersama-sama dalam menciptakan makna perilaku komunikasi.

Kepedulian merepresentasikan budaya lokal melalui komunikasi nonverbal salah satunya dilakukan di *YouTube* oleh 李子柒 Li Ziqi. Dalam wawancaranya ia berkata, “Saya ingin menunjukkan kebudayaan Cina ke orang-orang di seluruh dunia.”. Dalam kehidupan pedesaan yang ditampilkan, Li Ziqi menyampaikan kehidupan sederhana bagi orang desa di Cina yaitu dengan hidup tenang, nyaman dengan alam jauh dari bisingsnya kota. Sebagai orang desa Cina, budaya tersebut antara lain bercocok tanam, beternak, menunjukkan kekayaan kuliner Cina berbahan produk tani dan ternak yang dikembangkan di desa, menjahit baju tradisional, menenun sutra, membuat furnitur dari bahan-bahan yang mudah ditemukan di desa hingga merayakan hari raya Cina.

Video berjudul “*Full Moon, Fragrance of Ripe Rice, Farmers Busy Harvesting Crops*” yang diunggah pada 14 September 2019, Li Ziqi bersama para petani menunjukkan proses panjang benih padi bertumbuh hingga panen dan diolah menjadi nasi putih dalam mangkuk. Sesuai dengan konsep ajaran Taoisme dari Cina yang menerangkan hubungan harmoni antara manusia dan alam, Li Ziqi ingin menunjukkan asal muasal bahan makanan sehari-hari dari proses alami alam. “Saya secara sederhana ingin orang-orang di kota mengetahui dari mana makanannya berasal,” ujar Li Ziqi (Li Ziqi, 2020).

Melalui media sosial *YouTube*, Li Ziqi berharap dapat mempromosikan budaya Cina ke dunia terutama tentang pelestarian kearifan budaya lokal asalnya meliputi seni lokal, seni tradisi atau warisan budaya kuno yang seiring berkembangnya zaman mulai terlupakan. Informasi mengenai kemunculan video Li Ziqi yang fenomenal melalui media sosial ternyata menarik perhatian khalayak dan media massa umum. Berkat videonya berjudul “*The Scholar’s Four Jewels of China*” yang memukau penontonnya dengan kemampuannya membuat tinta, kertas, kuas dan batu tinta sebuah kerajinan asli Cina menarik perhatian keluarga kerajaan Malaysia sehingga mengundang Li Ziqi untuk bertukar budaya. Videonya tayang pada 25 Maret 2019 silam.

Beberapa media massa baik cetak maupun elektronik banyak meliput tentang Li Ziqi. Tak sedikit pula media *online* yang memberikan ulasan maupun kritik tentang Li Ziqi dan videonya yang berlatarbelakang budaya Cina yang berbeda dengan budaya lainnya. Salah satunya pada video “*Chinese New Year’s decorations, goods and snacks!*” menunjukkan hari

raya Tahun Baru Cina, yaitu tahun banteng. Li Ziqi yang mengenakan Hanfu, baju tradisional Cina dibalut dengan jaket tebal terlihat sibuk membuat dekorasi-dekorasi yang dominan berwarna merah untuk dijadikan persembahan tradisi diiringi dengan musik instrumental Cina yang menenangkan. Selanjutnya dalam video yang dominan tanpa verbal tersebut, Li Ziqi menunjukkan keahliannya selain membuat dekorasi juga membuat hidangan khas Tahun Baru. Hidangan yang disajikan beragam dan tentunya memiliki makna tertentu. Video yang tayang pada 10 Februari 2021 tersebut hingga saat ini sudah menuai 40.525 komentar dan telah ditonton sebanyak 12.474.041 kali.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif disebabkan karena peneliti bermaksud menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata yang tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati. Sugiyono (2005:21) mengatakan bahwa metode ini dipakai untuk menggambarkan atau menganalisis hasil penelitian namun tidak digunakan untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Data yang diperoleh dijabarkan menggunakan kata-kata atau kalimat sehingga dapat menjadi sebuah wacana yang merupakan kesimpulan dari analisis data tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisa komunikasi antarbudaya yang di dalamnya termasuk bentuk perilaku komunikasi nonverbal untuk mengetahui makna pesan yang terkandung pada video sesuai dengan penampilan fisik, konsep waktu, diam, haptik, parabahasa, proksemik, postur tubuh dan posisi kaki, busana, postur dan okulesik. Penelitian dapat melihat bahwa komunikasi nonverbal yang merupakan bahasa diam atau silent language pada setiap potongan adegan mampu memiliki arti bila dianalisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Video *"Full Moon, Fragrance of Ripe Rice, Farmers Busy Harvesting Crops"*

Berdasarkan analisis komunikasi nonverbal, video ini memperlihatkan bahwa menggunakan waktu dapat memberi petunjuk berharga tentang bagaimana kita menghargai dan menanggapi waktu seperti konsep waktu Monokronik. Menggunakan waktu yang baik juga berkaitan dengan nilai-nilai etika kehidupan seperti kerja keras, tidak putus asa, bijaksana sesuai aliran Konfusianisme agar waktu tidak terbuang sia-sia. Terlihat pula hubungan harmonis antara manusia dan alam seperti aliran Taoisme ketika alam menyediakan dan manusia memanfaatkan.

Melalui video ini, Li Ziqi mengajak penonton untuk mengalami proses kehidupan yang lamban. Penonton dapat mengikuti sendiri proses-proses pertanian yang panjang beserta kesulitan-kesulitannya hingga pergantian musim. Istilah menikmati bekerja hingga "keringat menetes di tanah" sebelum menikmati cerianya memanen. Pada akhir video, penonton secara tidak langsung dapat memahami sudut pandang baru melalui budaya masyarakat Cina bahwa menikmati hasil karena proses jauh lebih bijaksana daripada instan.



Gambar.1
(sumber : dokumentasi youtube)

Video “*The Scholar’s Four Jewels of China*”

Berdasarkan analisis komunikasi nonverbal, video ini jelas menunjukkan persembahan hasil kerajinan tangan warisan budaya tradisional Cina oleh Li Ziqi ke penonton. Penempatan *setting* lokasi yang sederhana, membawa penonton menikmati suasana sederhana khas masyarakat Cina pada masa pemerintahan Dinasti yang digambarkan melalui busana yang digunakannya dan proses-proses pembuatan secara konvensional. Selain itu, penonton juga dibawa untuk mengalami perjalanan Li Ziqi melewati gunung dan hutan, menyaksikan matahari terbit dan terbenam, menikmati suasana pastoral dan pemandangan alam yang indah di Sichuan, Cina setiap detiknya.

Pembuatan “Empat Harta Karun Ruang Studi” sebagai label budaya yang mewakili ribuan tahun sejarah Cina membutuhkan waktu bertahun-tahun. Nilai-nilai positif masyarakat Cina secara psikis tergambar pada video ini bahwa mereka begitu menghormati warisan budayanya dan menghormati tradisinya untuk menurunkan budaya tersebut ke generasi penerus.

Melalui video ini, Li Ziqi menyampaikan pesan bahwa keahlian tradisional Cina mulai menghilang dari kehidupan modern sehari-hari. Tidak perlu semua orang tahu cara membuatnya, tetapi Li Ziqi ingin lebih banyak orang memahami dan mengingat warisan budaya tradisional Cina. Hal tersebut tentu terlihat asing bagi penonton dengan latar belakang budaya yang berbeda sehingga membuat penonton memiliki rasa ingin tahu tentang budaya lain yang eksotis.



Gambar.2
(sumber : dokumentasi youtube)

Video *"Chinese New Year's decorations, goods and snacks!"*

Berdasarkan analisis komunikasi nonverbal, yang dilakukan Li Ziqi pada video ini adalah mendokumentasikan budaya warisan adiluhung Cina yang turun-temurun dilakukan. Bentuk budaya tersebut diwujudkan dalam perayaan Imlek. Li Ziqi mengajak penonton menyimak kisahnya menampilkan dekorasi, makanan, suasana dan elemen lainnya di setiap sudut interior rumah Li Ziqi khas dengan citra nasional Cina. Adapun perpaduan suara alami dan lagu instrumental tradisional Cina sekaligus mengenalkan indahnya Cina yang oriental ke penonton. Sejatinya Imlek merupakan perayaan besar yang tidak hanya dilakukan masyarakat Cina tetapi juga dapat dirasakan oleh berbagai elemen dengan budaya yang berbeda. Dalam video ini, Li Ziqi menyampaikan bahwa Imlek tidak hanya sekedar perayaan ritual agama semata melainkan juga merupakan salah satu budaya Cina turun-temurun yang harus dirayakan demi menjaga nilai-nilai leluhur.



Gambar.3
(sumber :dokumentasi youtube)

KESIMPULAN

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui representasi budaya lokal pada video Li Ziqi di *YouTube* tahun 2019-2021 dengan melakukan analisis komunikasi nonverbal. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan data pada bab sebelumnya disimpulkan bahwa tiga video yang dipilih peneliti dapat membukakan jendela bagi penonton di seluruh dunia untuk melihat sedikit lebih banyak tentang citra budaya lokal Cina. Hal tersebut terlihat pada tiga video Li Ziqi yang jarang berbicara tetapi konsisten menampilkan budaya pakaian, makanan, perumahan, suasana pastoral dengan karakteristik khas Cina kepada penonton dengan budaya yang berbeda.

Peneliti menemukan bahwa penggunaan bentuk komunikasi nonverbal seperti penampilan fisik, konsep waktu, diam, haptik, parabahasa, proksemik, posisi tubuh dan posisi kaki, busana, postur dan penataan ruang dan okulesik dalam video dapat mengkomunikasikan lebih dari kata-kata yang terucap, menembus batas antar negara dan hambatan bahasa. Oleh

karena itu, penonton ditengarai dapat menangkap pesan representasi budaya lokal Cina pada tiga video Li Ziqi dengan baik.

Narasi keseharian unik masyarakat Cina pada tiga video Li Ziqi menunjukkan budaya lokal Cina baik dalam bentuk fisik dan psikis. Perilaku Nonverbal Li Ziqi menunjukkan nilai-nilai positif masyarakat Cina seperti ketekunan, semangat kerja keras yang tinggi dan independen. Li Ziqi telah menjadi inspirasi bagi seluruh penonton di seluruh dunia bahwa seorang perempuan Cina bisa menjadi mandiri, rajin, kreatif, lembut, cantik dan cerdas sekaligus. Nilai-nilai kebijaksanaan yang terkandung dalam etika kehidupan masyarakat Cina direpresentasikan oleh Li Ziqi untuk merealisasikan impian melalui kerja keras dan usaha tanpa kenal lelah.

Di lain sisi, video Li Ziqi juga sarat akan komunikasi antarbudaya yang memperlihatkan pesona unik budaya lokal Cina kepada penonton di seluruh dunia yang memiliki latar belakang budaya yang berbeda. Selain benda warisan budaya dan tradisi hari raya namun peradaban budaya Timur seperti Cina diungkap dengan jelas. Penonton disuguhkan tayangan gaya hidup tradisional masyarakat Cina yang bekerja saat pagi hari dan pulang saat malam, menikmati hasil kerja setelah proses panjang serta konsisten menjaga keharmonisan antara manusia dengan alam sebagai ajaran agama yang dianut.

Hal tersebut dimaksudkan agar penonton dengan budaya yang berbeda dapat memiliki lebih banyak pengetahuan dan pemahaman tentang budaya lokal Cina. Selain itu, peneliti juga menemukan bahwa Li Ziqi berupaya membuat video sebagai hiburan yang serupa dongeng melepas penat untuk penontonnya yang terjebak ritme kehidupan kota yang cenderung membuat stress.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhar, Rifqi. Strategi Komunikasi Pemain Barongsai Dalam Pementasan Di Klenteng Hong Tiek Hian Di Surabaya. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS)
- Bernard Realino Danu Kristianto, Rustono Farady Marta (2019), "Monetisasi Dalam Strategi Komunikasi Lintas Budaya Bayu Skak Melalui Video Blog YouTube."
- Deddy Mulyana, Jalaludin Rakhmat. (2006). *Komunikasi Antarbudaya: Panduan Berkomunikasi dengan Orang-Orang Berbeda Budaya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Dr. H. Aang Ridwan. (2016). *Komunikasi Antarbudaya: Mengubah Persepsi dan Sikap dalam Meningkatkan*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Fathoni, R. S. (2016, Maret 26). Sejarah Agama-Agama, Ajaran Taoisme. Diakses dari Wawasan Sejarah: <https://wawasansejarah.com/ajaran-taoisme/> pada 29 Juli 2021.
- Gracie Lawson Borders. (2006). *Media Organizations and Convergence: Case Studies of Media Convergence Pioneers*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Hofstetter, F. T. (2001). *Multimedia Literacy*. New York: Irwin/McGraw-Hill.
- Judith N. Martin, Thomas. K. (2010). *Intercultural Communication in Contexts*. Boston:
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.

- Kristiyono, J. (2015). Budaya Internet: Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Mendukung Penggunaan Media Di Masyarakat. *Scriptura*, 5(1), 23-30.
- Kristiyono, J., & Ida, R. (2020). Counter-hegemony of the East Java Biennale art community against the domination of hoax content reproduction. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 33(1), 26-35.
- Liliweri, A. (2001). *Gatra-gatra Komunikasi Antar Budaya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Moerdijati, Sri. (2012). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: PT Revka Pertra Media.
- Most subscribers for a Chinese language channel on YouTube. (25, Januari 2021). Diakses dari Guinness World Records: <https://www.guinnessworldrecords.com/world-records/622868-most-subscribers-for-a-chinese-language-channel-on-youtube> pada 3 Agustus 2021.
- Pramana, Aditya Sanggra. Komunikasi Nonverbal Dalam Pertunjukan Musik David Tudor 4'3" Karya John Cage. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya (Stikosa-AWS)
- Prawitasari, Johana E. (1995). *Mengenal Emosi Melalui Komunikasi Nonverbal*. Buletin Psikologi, 29.
- Riyanto. 2011. *Teknologi Informasi Pendidikan*. Yogyakarta: Gava Media.
- Romli, A. S. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Ting-Toomey, S. (1999). *Communicating Across Cultures*. New York. The Guilford Press.
- Yang, Lihui, dkk. (2005). *Handbook of Chinese Mythology*. New York: Oxford University Press.
- Js.Drs.Ongky Setio Kuncono, M. (2012, Juli 4). Nilai-Nilai Positif Budaya Tionghoa. Diakses dari SPOC: Studu Park Of Confucius: 1.
- wikibioworth. LI ZIQI. Diakses dari wikibioworth: <https://wikibioworth.com/li-ziqi/> pada 23 Juli 2021.
- Ziqi, L. (13, September 2019). Exclusive Interview With Li Ziqi, China's Most Mysterious Internet Celebrity. (Venus Wu, Pewawancara) Goldthread.
- Ziqi, L. (2020, Oktober 8). Special Interview With Li Ziqi. Weibo.