

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, D., & Wulandari, S. (2021). *Ketrampilan Pembuatan Desain Kemasan Produk Olahan Bandeng*. Program Studi Arsitektur Fakultas Arsitektur dan Desain UPN Veteran Jawa Timur.
- Alam, W. M., Sandung, C. L., & Awaru, O. T. (2023). The Influence of the Korean Wave on the Dynamics of Multiculturalism Among Indonesia's Young Generation. *Journal of Indonesian Culture and Beliefs (JICB)*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.55927/jicb.v2i1.4431>
- Alhaq, A. R., & Murwonugroho, W. (2022). METAMORFOSIS MITOS GAYA JEPANG PADA ELEMEN VISUAL KEMASAN KERIPIK CHUBA SEBAGAI BRANDING IDENTITY. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 10, 106.
- Ambarwati, R., Arijanti, S., & Jayanto, I. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Idol Korea Dalam Mempromosikan Produk Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Dan Minat Pembelian Di Indonesia (Literatur Review). In *Jurnal Bisnis dan Manajemen West Science* (Vol. 2, Issue 01).
- Andieka, R. W., & Esiyansyah, T. R. W. (2023). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA DESAIN KEMASAN PRODUK PERAWATAN KULIT KHUSUS PRIA YANG MENEKANKAN KESAN MASKULINITAS (FOREMAN, NIVEA MEN, POND'S MEN). *Prosiding Seminar Nasional Desain, Pariwisata Dan Industri Kreatif*, 111.
- Andini, R. N. (2022). *ANALISIS DAMPAK MASUKNYA PRODUK RAMYUN TERHADAP PRODUKSI MI LOKAL DI INDONESIA TAHUN 2015-2019 DARI PERSPEKTIF NEO-IMPERIALISME*. Universitas Islam Indonesia.
- Andries, N. (2024, May 4). *Saranghaeyo! 8 Mi Instan Asal Korea Selatan yang Enak dan Halal, Kamu Wajib Coba Meski Sekali Seumur Hidup*. Radar Situbondo. <https://radarsitubondo.jawapos.com/khazanah/2004614561/saranghaeyo8-mi-instan-asal-korea-selatan-yang-enak-dan-halal-kamu-wajib-coba-meski-sekali-seumur-hidup?page=2>
- Angelina, D. (2022, July 27). *5 Merek Mi Instan Pilihan Masyarakat Indonesia 2022*. GoodStats. <https://goodstats.id/article/5-merek-mi-instan-pilihan-masyarakat-indonesia-2022-HeS3T>
- Angie, H. (2024, January 5). *Makanan Korea Apa yang Paling Disukai oleh Masyarakat Dunia?* KOREA.Net. <https://indonesian.korea.net/NewsFocus/FoodTravel/view?articleId=244935>
- Bahri, S. (2022). Semiotika Komunikasi Sebagai Satu Pendekatan Memahami Makna dalam Komunikasi. *JURNAL AL-FIKRAH*, 11(2), 182–193.

- Baywater. (2024, April 4). *The Importance of Packaging in Brand Differentiation*. Baywater Packaging. <https://baywaterpackaging.com/the-importance-of-packaging-in-brand-differentiation/>
- BBC News Indonesia. (2019, January 22). *Gara-gara perubahan iklim, Korea Selatan bisa jadi produsen pisang dan mangga*. BBC News Indonesia. <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-46955367>
- Butner, T. (2025, February 5). *From whimsy to wow—lessons from Korean packaging design*. Envato. <https://elements.envato.com/learn/korean-packaging-design>
- Cantika.com. (2024, June 13). *Indomilk Kenalkan Varian Rasa Autentik Korea, Gandeng Member Seventeen Jadi Brand Ambassador*. CANTIKA. <https://www.cantika.com/read/1879464/indomilk-kenalkan-varian-rasa-autentik-korea-gandeng-member-seventeen-jadi-brand-ambassador>
- Chaniago, S. W. P., & Prasetya, A. W. (2024, November 1). *Indomie Luncurkan Varian Korean Ramyeon Series, Gandeng Group Band Korea New Jeans*. Kompas. <https://www.kompas.com/food/read/2024/11/01/093100275/indomie-luncurkan-varian-korean-ramyeon-series-gandeng-grup-band-korea-new>
- Clove. (2024, August 21). *Mengoptimalkan K-Wave: Bagaimana Tren Budaya Korea Mengubah Pasar Indonesia*. Clove. <https://www.clove-research.com/id/our-thinking/mengoptimalkan-k-wave-bagaimana-tren-budaya-korea-mengubah-pasar-indonesia>
- Consumeri. (2025, March 17). *Korean Wave Merambah Produk Konsumsi di Indonesia*. Consumeri. <https://inventure.id/insights/korean-wave-merambah-produk-konsumsi-di-indonesia/>
- Erlyana, Y. (2022). ANALISIS SEMIOTIKA ORNAMEN PADA KEMASAN PRODUK LOKAL MINUMAN HERBAVERA. *Demandia*, 7(1), 45. <https://doi.org/10.25124/demandia.v7i1.3939>
- Fatimah. (2020). *Semiotika Dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat (ILM)*. Tallasa Media.
- Fauzan, F., & Sakinah, M. N. (2020). The denotative and connotative meaning in Sheila on 7 song lyrics “Film Favorit.” *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 6.
- Ferawati, L., Amalia, A., & Zahra, K. (2024, February 19). *Ramyeon, Menjaring Popularitas di Indonesia dari K-Drama*. Tirto.Id. <https://tirto.id/ramyeon-menjaring-popularitas-di-indonesia-dari-k-drama-gV4y>
- Fithratullah, M. (2018). Globalization and Culture Hybridity; The Commodification on Korean Music and its Successful World Expansion. *Social Sciences and Humanities*, 2, 83–89. <https://doi.org/10.29037/digitalpress.42264>

- Glodev, V., Wijaya, G., & Ida, R. (2023). The Korean Wave as the Globalization of South Korean Culture. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(1), 108–120. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i1.2671>
- Hapsari, H. R. (2023, May 16). 5 Rekomendasi Produk Mie Instan Sehat, Cocok untuk Stok di Rumah Nih! Yoursay.Id. <https://yoursay.suara.com/ulasan/2023/05/16/083206/5-rekomendasi-produk-mie-instan-sehat-cocok-untuk-stok-di-rumah-nih>
- Haryoko, S., Bahartiar, & Arwadi, F. (2020). *ANALISIS DATA PENELITIAN KUALITATIF (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Badan Penerbit UNM.
- Hidayati, W. (2021). Analisis Semiotika Roland Barthes Dalam Film Dua Garis Biru Karya Sutradara Gina S. Noer. *Jurnal Pendidikan Tematik*, 2, 53–59.
- Hidayatty. (2022, January 27). Arti Oppa dan Contoh Penggunaannya, Istilah Populer Bahasa Korea. IDN TIMES. <https://www.idntimes.com/life/education/arti-oppa-dan-contoh-penggunaannya-00-zcgqn-p0s8qw>
- Hirsch, D. (2014). CULTURAL CONTEXT IN MARKETING COMMUNICATION ON INTERNATIONAL MARKET. *Marketing of Scientific and Research Organizations*, 12(2), 3. <https://doi.org/10.14611/minib.12.02.2014.08>
- Jayanti, G. I. N., Wirawan, I. K. A., Susanthi, N. L., & Sujayanthi, N. W. M. (2022). Korean Pop (K-Pop) Culture Phenomenon On The Behavior Of Indonesian Society. *Journal of Art, Film, Television, Animation, Games and Technology*, 1(1), 44–50.
- Khoirunnisaa, F., & Hidayat, M. N. (2023). ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES PADA AKUN TIKTOK @DR.ZIEE. *JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Komunikasi*, 3, 91–101. <http://jurnal.utu.ac.id/JIMSI>
- Khristina, P., Gulo, D., & Lumbantoruan, N. M. (2025). KAJIAN SEMIOTIKA REPRESENTASI VISUAL DAN SENSORIK PADA KEMASAN PERMEN HOT HOT POP A SEMIOTIC ANALYSIS OF VISUAL AND SENSORY REPRESENTATION IN HOT HOT POP CANDY PACKAGING. *Jiic: JURNAL INTELEK INSAN CENDEKIA*, 2, 5422–5434. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Kress, G., & Leeuwen, T. van. (2020). *Reading Images The Alphabet of Visual Design* (4th ed.). London Routledge.
- Kusrianto, A. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Andi.
- Lutfianti, A., & Jasjfi, E. F. (2023). ANALISIS VISUAL KEMASAN BOTOL GOOD DAY PADA GAUL CREATION COMPETITION 2019 DENGAN TEMA “INDONESIA BANYAK RASA.” *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa Dan Desain*, 8, 1–18.

- Martin Roll. (2021, October). *Korean Wave (Hallyu) – The Rise of Korea's Cultural Economy & Pop Culture*. Martin Roll.
- Morton, J. (1997). *A Guide to Color Symbolism*. COLORCOM.
- Muhamad, N. (2024, August 8). *Mayoritas Penduduk Indonesia Beragama Islam pada Semester I 2024*. Databoks KataData. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/66b45dd8e5dd0/mayoritas-penduduk-indonesia-beragama-islam-pada-semester-i-2024>
- Natadjaja, L. (2006). COMPARATIVE STUDY OF NONGSHIM INSTANT NOODLE PACKAGING DESIGN IN SOUTH KOREA AND IN INDONESIA. *NIRMANA*, 8, 84. <http://www.petra.ac.id/~puslit/journals/dir.php?DepartmentID=DKV>
- Novitasari, L. (2024). Studi Komparasi Desain Kemasan Lama Vitacimin dengan Desain Kemasan Terbaru Versi Tahun 2016 Varian Fresh Lemon. *Jurnal Desain*, 11.
- Nur, N. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Penerapannya* (S. N. I. Trisnawati, Ed.). Tahta Media Group.
- Nurfitriani, Wahyuni, I., & Mubarak, A. (2023). ANALISIS SEMIOTIKA: ROLAND BARTHES DALAM IKLAN K-NATURAL WHITE BRIGHTENING BODY WASH VERSI AGATHA CHELSEA. *Jurnal Bahasa, Sastra, Seni, Dan Budaya*, 7, 691–702.
- Nurina, V. (2024, July 13). *Lima Makanan yang sering Muncul di Drama Korea*. RRI. <https://www.rri.co.id/kuliner/822390/lima-makanan-yang-sering-muncul-di-drama-korea>
- Permana, N. A., & Budiharjo, S. (2024). Pengaruh Kolaborasi Brand Lokal dengan Industri K-pop. *Universitas Bina Nusantara*, 1. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.13737.30561>
- Pressrelease.id. (2020, December 7). Mie Sedaap Perkenalkan Varian Baru: Rasa Otentik Korean Cheese Buldak, OMO Seadaapnya. *Kontan*. <https://pressrelease.kontan.co.id/news/mie-sedaap-perkenalkan-varian-baru-rasa-otentik-korean-cheese-buldak-omo-seadaapnya>
- Prestica, P. (2025, June 7). *Pengaruh Budaya Pop Korea di Indonesia*. Ganto.Co. <https://www.ganto.co/artikel/1164/pengaruh-budaya-pop-korea-di-indonesia.html>
- Purnamasari, P., Tasya, A., Trifadilah, D. A., & Nuraidah, K. (2024). INOVASI PRODUK INDOMIE DALAM MENYESUAIKAN SELERA GLOBAL UNTUK MENEMBUS PASAR INTERNASIONAL. *Jurnal Ekonomi Manajemen (JEKMa)*, 28(7), 409–416.
- Putri, A. R. C., & Riofita, H. (2024). Peran Kemasan Produk Dalam Menarik Minat Beli Konsumen. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(3), 43121–43128.

- Rahmadi. (2011). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN* (Syahrani, Ed.; 1st ed.). Antasari Press.
- Rana, A. (2022, September 8). *7 Makanan Korea Terpopuler di Indonesia, Dijual Sampai di Kaki Lima!* DetikFood. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-6278770/7-makanan-korea-terpopuler-di-indonesia-dijual-sampai-di-kaki-lima>
- Ruslan, D., Riska Gloria Nainggolan, I., Raihatul Muntaza, K., & Sembiring, M. (2025). Analisis Dominasi Indomie dalam Industri Mie Instan: Teori Kolusi Vertikal. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 866–873.
- Rustan, S. (2008). *Layout Dasar & Penerapannya*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Said, A. A. (2016). *Desain Kemasan* (D. Cahyadi, Ed.). Badan Penerbit UNM Makassar.
- Sari, N. L. D. I. D. (2013). ELEMEN VISUAL KEMASAN SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PRODUK. *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, 6, 43–52.
- Sari, R. K. (2023). The Analysis Of Semantics Meaning Found In Comments Of Instagram Account Of Infosumbar Based On Leech' Theories. *CELTI: Conference on English Language Teaching*, 3.
- Setiawardhani, W. O. (2025). Peran Packaging Dalam Strategi Marketing Bagi Daya Tarik Beli Konsumen (Studi Kasus Air Mineral UMTQU). *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi KOMUNIKATA* 57, 6, 152–162.
- Simbar, F. K. (2016). FENOMENA KONSUMSI BUDAYA KOREA PADA ANAK MUDA DI KOTA MANADO. *Holistik*, 1.
- Siregar, A., Yanti, D. D., Sipayung, D. V., Adani, M. I., Rianti, N. P., & Purnamasari, I. (2024). *PENGARUH GLOBALISASI TERHADAP IDENTITAS BUDAYA LOKAL THE IMPACT OF GLOBALIZATION ON LOCAL CULTURAL IDENTITY*. 1(JIIC: Jurnal Intelek Insan Cendekia), 4142–4151. <https://jicnusanantara.com/index.php/jiic>
- Sobur, A. (2013). *Semiotika Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Soecahyadi. (2015). *Desain Kemasan*. Universitas Sahid Jakarta.
- Subagyo, A., & Kristian, I. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Aksara Global Akademia.
- Sugiyono, & Lestari, P. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi* (Sunarto, Ed.). Alfabeta.
- Suherdiana, D. (2008). KONSEP DASAR SEMIOTIK DALAM KOMUNIKASI MASSA MENURUT CHARLES SANDERS PIERCE. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 4, 371–407.

- Supriyono, R. (2010). *Desain Komunikasi Visual*. Andi.
- Susanto, I. (2019). *MAKNA DESAIN PADA KAOS DISTRO BLOODS SEMARANG*. Universitas Semarang.
- Sutanto, A., & Ferrinadewi, E. (2024). PENGGUNAAN BUDAYA KOREA SELATAN DALAM UPAYA PEMASARAN PRODUK SUSU MUJIGAE UNTUK MENDORONG KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SURABAYA. *Seminar Nasional Ilmu Terapan (SNITER)*, 1–6.
- Suwardjono. (2008). *Aspek Tipografi dalam Penulisan Karya Ilmiah/Akademik/Profesional*. Fakultas Ekonomika dan Busines Universitas Gadjah Mada.
- Syahrana, K. M., Sukmawardani, R. R., & Subaldan, P. (2022). Representasi Perempuan Jepang sebagai Standar dalam Iklan Shinzui Body Lotion Edisi Tahun 2015. *Jurnal Audiens*, 3, 1–10. <https://doi.org/10.18196/jas.v3i1.11695>
- Tempo. (2024, November 15). *Tren Ekspor Makanan Korea Selatan ke Indonesia Naik Rp3.7 Triliun*. 2024. <https://www.tempo.co/internasional/tren-ekspor-makanan-korea-selatan-ke-indonesia-naik-rp3-7-triliun-1168869>
- Tinarbuko, S. (2009). *Semiotika Komunikasi Visual*. Jalasutra.
- TMN Institute. (2024, September 12). *Produk DKV dan Peranannya dalam Dunia Kreatif*. TMN Institute. <https://www.tmninstitute.com/produk-dkv-dan-peranannya-dalam-dunia-kreatif/>
- Triyono, A. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Bintang Pustaka Madani.
- Tuncer, F. F. (2023). Discussing Globalization and Cultural Hybridization. *Universal Journal of History and Culture*, 5(2), 85–103. <https://doi.org/10.52613/ujhc.1279438>
- Vera, N. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Wahyuwidiati, R. (2024, August 18). *Sepuluh Negara yang Terkenal dengan Kuliner Pedas*. RRI. <https://www.rri.co.id/kuliner/1054391/sepuluh-negara-yang-terkenal-dengan-kuliner-pedas>
- Wibowo, I. S. W. (2013). *Semiotika Komunikasi: Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Penulisan Skripsi Ilmu Komunikasi* (2nd ed.). Mitra Wacana Media.
- Yusifzai, T. (2021, October 1). *Why K-Pop Is so Popular Worldwide: A Geographical Breakdown of K-Pop Fans*. How Music Chart. <https://hmc.chartmetric.com/why-is-k-pop-popular/>