

## DAFTAR PUSTAKA

- Aulita, C. T. (2023). DAMPAK KOREAN POP TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU PADA PENGGEMAR NCTZEN JAKARTA. *Repostory UIN Syarif Hidayatullah*. Retrieved from <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/73077/1/CAHYA%20TRI%20A-FDK.pdf>
- Aziza, S. N., & Rachman, M. Y. (2023). Pengaruh Bangtan Sonyeondan (BTS) Sebagai Brand Ambassador, Daya Tarik Iklan, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa S1 FEB ULM). *Jurnal Pendidikan Tambusai Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pahlawan*, 1. doi: <https://doi.org/10.31004/jptam.v7i3.9921>
- Batubara, A. R., & Pratomo, N. W. (2024). Analisis Semiotika Roland Barthes dalam Film Mencuri Raden Saleh Karya Angga Dwimas Sasongko. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/378942036\\_Analisis\\_Semiotika\\_Roland\\_Barthes\\_dalam\\_Film\\_Mencuri\\_Raden\\_Saleh\\_Karya\\_Angga\\_Dwimas\\_Sasongko](https://www.researchgate.net/publication/378942036_Analisis_Semiotika_Roland_Barthes_dalam_Film_Mencuri_Raden_Saleh_Karya_Angga_Dwimas_Sasongko)
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat. *Jurnal Fokus Konseling Volume 3, No. 2*, 1. doi:<https://doi.org/10.26638/jfk.387.2099>
- Billah, N. S. (2022). REPRESENTASI PEMBERDAYAAN PEREMPUAN DALAM IKLAN GRABCAR VERSI #AMANUNTUKSEMUA (Analisis Semiotika Roland Barthes). *MEDIALOG: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1. doi:10.35326/medialog.v5i1.1242
- Budiman, V., Loisa, R., & Pandrianto, N. (2019). Peran Brand Ambassador Pada Iklan Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Iklan Youtube LG G7 ThinQ BTS). *Prologia, Journal Untar*, 1. doi:<https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3743>
- Claranita, T., & Loisa, R. (2019). Konstruksi Realitas Kehidupan dalam Video Klip Lagu Tong Hua. *Koneksi*, 614. doi:10.24912/kn.v2i2.3944
- Culture and the Arts Hallyu (Korean Wave)*. (n.d.). Retrieved from Korea.net: <https://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu>
- Darmaprawira, S. (2002). *Warna : teori dan kreativitas penggunaannya*. Bandung: ITB Press. Retrieved from <https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=13253#parentHorizontalTab1>
- DATAREPORTAL. (2024). DIGITAL 2024: INDONESIA. *We Are Social, Meltwater*, 7. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

- Eko, S. (2015). *Menyusun proposal penelitian kualitatif skripsi dan tesis*. Yogyakarta: Suaka Media. Retrieved from [https://perpustakaan.bnpp.go.id/bulian/index.php?p=show\\_detail&id=177](https://perpustakaan.bnpp.go.id/bulian/index.php?p=show_detail&id=177)
- Fatimah. (2020). Warna. In Fatimah, & A. Nuzul, *Semiotika dalam kajian Iklan Layanan Masyarakat (ILM)* (p. 80). Sulawesi Selatan: Gunadarma Ilmu. Retrieved from <http://repositori.iain-bone.ac.id/777/1/Buku%20Semiotika%20ILM%20Fatimah.pdf>
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA. Retrieved from [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=-uZjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR6&dq=info:zFN8dl5pqKoJ:scholar.google.com&ots=-%20D5Xwm0B\\_A&sig=81Xim9bYx4gTWOJdo687\\_1wg7kQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=-uZjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR6&dq=info:zFN8dl5pqKoJ:scholar.google.com&ots=-%20D5Xwm0B_A&sig=81Xim9bYx4gTWOJdo687_1wg7kQ&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Gabrielle, A. (2023). Implementasi Shared Value pada Komunikasi Corporate Social Responsibility PT Bank Central Asia Tbk. dalam Meningkatkan Stakeholder Engagement (Studi Kasus Program Desa Binaan Wukirsari Yogyakarta). *Knowledge Center Universitas Multimedia Nusantara*, 54. Retrieved from <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/25844/>
- Gemiharto, I., Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2017). KAJIAN KRITIS TAYANGAN TELEVISI FAVORIT. *protvf*, 2. doi:10.24198/ptvf.v1i1.13329
- Griffin, E., Sparks, G., & Ledbetter, A. (2023). *A First Look at Communication Theory, 11th Edition*. Mc Graw Hill. Retrieved from <https://www.mheducation.com/highered/product/first-look-communication-theory-griffin-sparks/M9781264296101.html>
- Hidayanto, F., & Ilmi, M. Z. (2015). PENTINGNYA INTERNET SEHAT. *Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan*, 21. Retrieved from <https://journal.uin.ac.id/ajie/article/view/7888/6897>
- Husaina, A., Haes, P. E., Pratiwi, N. I., & Juwita, P. R. (2018). ANALISIS FILM COCO DALAM TEORI SEMIOTIKA ROLAND BARTHES. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1. doi:<https://doi.org/10.38043/jids.v2i2.1706>
- Jaufarry, S., & Utami, L. S. (2022). Makna Satire Tersembunyi dalam Iklan (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan A Mild Versi Bukan Main). *Koneksi, Journal Untar*, 1. doi:10.24912/kn.v6i1.10434
- Kaparang, O. M. (2013). ANALISA GAYA HIDUP REMAJA DALAM MENGIMITASI BUDAYA POP KOREA MELALUI TELEVISI. *Acta Diurna Koomunikasi Vol. 2 No. 2*, 1. Retrieved from

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/1138>

- KOMINFO. (2022, Maret 17). *Mendorong Transformasi Digital Berkelanjutan G20*. Retrieved from <https://www.kominfo.go.id/content/detail/40822/mendorong-transformasi-digital-berkelanjutan-g20/0/artikel>
- Kurniawati, S., & Pratiwi, R. Z. (2021). DRAMA KOREA DAN IMITASI GAYA HIDUP: STUDI KORELASI PADA MAHASISWA KPI IAIN SURAKARTA. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 1,2. Retrieved from file:///C:/Users/inotech/Downloads/ulfaargestya,+241-270.pdf
- Liliweri, A. (2005). *Prasangka dan Konflik ; Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Multikultur*. Yogyakarta: Lkis Pelangi Aksara. Retrieved from [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=t61oDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=komunikasi+lintas+budaya+&ots=BeXWdTjVsH&sig=yMTNI7KxB6AWCiIwngTVP5ravw&redir\\_esc=y#v=onepage&q=komunikasi%20lintas%20budaya&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=t61oDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=komunikasi+lintas+budaya+&ots=BeXWdTjVsH&sig=yMTNI7KxB6AWCiIwngTVP5ravw&redir_esc=y#v=onepage&q=komunikasi%20lintas%20budaya&f=false)
- M., N. (2024). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, PROMOSI, DAN VIRAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TOS TOS (Survei pada Penggemar NCT Dream Konsumen Tos Tos di Indonesia. *Universitas Pembangunan Nasional "Veteran"*, x. Retrieved from <http://eprints.upnyk.ac.id/38740/>
- Madani , A., & Ambarwati, J. (2023). SUBKULTUR ANAK MUDA DALAM IKLAN KOPIDI INDONESIA: KAJIAN SEMIOTIKA ROLAND BARTHES. *Vol 25 No 1 (2024): SEMIOTIKA: Jurnal Ilmu Sastra dan Linguistik*, 1. Retrieved from <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/SEMIOTIKA/article/view/31091/13363>
- Malik, S. I. (2019). The Korean Wave (Hallyu) and Its Cultural Translation by Fans in Qatar. *International Journal of Communication*, 1. Retrieved from <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/9591/2877>
- Margaretha, S. (2023). Mitos Standar Kecantikan Korea Selatan dalam Iklan Brand Kecantikan Lokal (Analisis Semiotika Roland Barthes pada Iklan K-Natural White Brightening Series). Retrieved from <https://kc.umh.ac.id/id/eprint/25955/>
- Mudjiyanto, B., & Nur, E. (2013). Semiotika Dalam Metode Penelitian Komunikasi. *Jurnal Penelitian Komunikasi Pekommas*, 16 (1), 77. doi:<https://doi.org/10.30818/jpkm.2013.1160108>

- Muhammad, H., & Widiastuti. (2018). Analisis Semiotika Warna pada Artikel "The Connotation of English Colour Terms: Colour-Based X-Phesims" Dengan Menggunakan Pendekatan Semiotika Roland Barthes. *PRODI S3 LINGUISTIK*, 2. Retrieved from [https://www.researchgate.net/publication/325391700\\_Analisis\\_Semiotika\\_Warna](https://www.researchgate.net/publication/325391700_Analisis_Semiotika_Warna)
- Muslih, M. (2019). Dinamika Pengembangan Ilmu di UIN Malang dan UIN Yogyakarta. *Kalimah Jurnal Studi Agama-Agama dan Pemikiran Islam*, 1. doi:<https://doi.org/10.21111/klm.v17i1.2939>
- Nawiroh, V. (2014). *Semiotika dalam Riset Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Neuman, W. L. (2000). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Teaching Sociology. doi:<http://dx.doi.org/10.2307/3211488>
- Nugroho, S. A. (2011). Hallyu di Indonesia: Selama Dekade Pertama di Abad ke-21. 1,2. Retrieved from Academia Edu: [file:///C:/Users/inotech/Downloads/Hallyu\\_di\\_Indonesia\\_Selama\\_Dekade\\_Pertam.pdf](file:///C:/Users/inotech/Downloads/Hallyu_di_Indonesia_Selama_Dekade_Pertam.pdf)
- Nugroho, S. A. (2011). Hallyu di Indonesia: Selama Dekade Pertama pada Abad ke-21 (Hallyu in Indonesia: The First Decade of the 21st Century). *INAKOS (International Association)*, 1-2. Retrieved from [https://www.academia.edu/931355/Hallyu\\_di\\_Indonesia\\_Selama\\_Dekade\\_Pertama\\_pada\\_Abad\\_ke\\_21\\_Hallyu\\_in\\_Indonesia\\_The\\_First\\_Decade\\_of\\_the\\_21st\\_Century](https://www.academia.edu/931355/Hallyu_di_Indonesia_Selama_Dekade_Pertama_pada_Abad_ke_21_Hallyu_in_Indonesia_The_First_Decade_of_the_21st_Century)
- Oktaviani, J., & Pramadya, T. P. (2021). Korean Wave (Hallyu) dan Persepsi Kaum Muda di Indonesia: Peran Media dan Diplomasi Publik Korea Selatan. *87Insignia Journal of International Relations* Vol. 8, No. 1, 88. doi:10.20884/1.ins.2021.8.1.3857
- Paksi, D. N. (2021). Warna Dalam Dunia Visual. *IMAJI Film Fotografi Televisi & Media Baru*. doi:10.52290/i.v12i2.49
- Pradiani, T. (2017). PENGARUH SISTEM PEMASARAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN HASIL INDUSTRI RUMAHAN. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*. doi:<https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Pradoko, A. S. (2017). *Paradigma metode penelitian kualitatif Keilmuan seni, humaniora, dan budaya*. Yogyakarta: UNY PRESS. Retrieved from [https://drive.google.com/file/d/1v08EbO10ZSFRhyGy75Q3Lt0\\_D6VOb0cK/view](https://drive.google.com/file/d/1v08EbO10ZSFRhyGy75Q3Lt0_D6VOb0cK/view)

- Pujiyanto. (2013). Iklan Layanan Masyarakat. Yogyakarta: ANDI. Retrieved from <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/65728/iklan-layanan-masyarakat.html>
- Putri, I. P., Liany, F. D., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *protvf*, 69. doi:10.24198/ptvf.v3i1.20940
- Putri, T. M., & Ramadhika, A. (2024). PENGARUH BRAND AMBASSADOR IDOL K-POP NCT DREAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TORTILLA TOSTOS DI KALANGAN NCTZEN DI KOTA BANDUNG. *Nusantara Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UM-Tapsel*, 1. doi:<http://dx.doi.org/10.31604/jips.v11i4.2024.1556-1562>
- Rafkahanun, R., Indira, D., Ardiati, R. L., & Soemantri, Y. S. (2022). Representasi Budaya Ramadan di Indonesia dalam Iklan Gojek Versi Ramadan 2021: Kajian Semiotika Roland Barthes. *STILISTIKA Jurnal pendidikan bahasa dan sastra*, 1. doi:<https://doi.org/10.30651/st.v15i1.8797>
- Rahadjo, H Mudjia;. (2010). Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif. Malang: UIN MAULANAN MALIK IBRAHIM MALANG. Retrieved from <https://uin-malang.ac.id/r/101001/triangulasi-dalam-penelitian-kualitatif.html>
- Ramadhan, M. H. (2022). PENGARUH PPKM TERHADAP INTERAKSI ANTAR INDIVIDU. *Jurnal Psikolog Jambi*. doi:<http://dx.doi.org/10.22437/jpj.v7i1.20136>
- Razak, A. (2023). INTERAKSI SIMBOLIK UNTUK AKUNTANSI SEKTOR PUBLIK. *Eskos*. doi:<http://dx.doi.org/10.31573/eksos.v11i1.576>
- Riwu, A., & Pujiati, T. (2018). Analisis Semiotika Roland Barthes pada Film 3 Dara. *DEIKSIS*, 1. doi:10.30998/deiksis.v10i03.2809
- Sendow, B. E., Mamentu, M., & Rengkung, F. (2019). KOREAN WAVE SEBAGAI INSTRUMEN SOFT POWER DIPLOMASI KEBUDAYAAN KOREAN SELATAN DI INDONESIA. *POLITICO jurnal ilmu politik*, 1. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/politico/article/view/30494/0>
- Simanjuntak, F. A., Hambali, H., & Primahardani, I. (2022). Studi Tentang Dampak Korean wave Dalam Gaya Hidup Mahasiswa Universitas Riau. *Journal Of Science And Education Research*, 1. doi:<https://doi.org/10.62759/jser.v1i2.18>



- Sobur, A. (2006). *Analisis Teks Media : Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, Dan Analisis Framing (Cetakan ke-4)*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya. Retrieved from <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=571679>
- Sudarsono, H. (2014). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Jember: Pustaka Abadi. Retrieved from <https://repository.utssurabaya.ac.id/68/1/Manajemen%20Pemasaran%20%28Gabung%20Cover%29.pdf>
- Sugiyanti, L., Arwani, A., Dewi, R. S., & Fadhillah, M. D. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Pemasangan Iklan Di Media Sosial. *Jurnal masarin (Manajemen Pemasaran Internasional)*, 215. doi:<http://dx.doi.org/00.00000/000000>
- Susanto, B., Chariri, F. N., Syaokani, M. M., Hardianto, A., Rochman, M., & Daniswara, A. A. (2021). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Information*, 1. doi:<https://doi.org/10.31603/ce.4244>
- Tobing, D. S. (2016). Teknik Pengambilan Gambar. Jakarta: issue. Retrieved from [https://issuu.com/fikri.0797/docs/buku\\_-\\_teknik\\_pengambilan\\_gambar](https://issuu.com/fikri.0797/docs/buku_-_teknik_pengambilan_gambar)
- Utoyo, A. W. (2021). Visual communication analysis the effect of signs and colors on traffic safety in Jakarta. *https://iopscience.iop.org/journal/1755-1315*. doi:10.1088/1755-1315/729/1/012087
- Valenciana, C., & Pudjibudojo, J. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea pada Remaja Milenial di Indonesia. *VOL. 8 NO. 2 : JURNAL DIVERSITA DESEMBER* . doi:10.31289/diversita.v8i2.6989
- Vindriana, N. D., Mustamar, S., & Mariati, S. (2018). POLITIK KEBUDAYAAN DALAM NOVEL SINDEN KARYA PURWADMADI ADMADIPURWA: KAJIAN SEMIOTIKA ROLAND BARTHES. *SEMIOTIKA*, 84. doi: 10.19184/semiotika.v19i2.10463
- Wachyuni, S. S., Dalimarta, Z. A., Stefani, F., Kinasih, H. N., Puspitasari, L. C., & Hermanto, M. F. (2023). PENGARUH MAKANAN TRADISIONAL PADA DRAMA KOREA TERHADAP MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN INDONESIA KE KOREA SELATAN. *Journal of Tourism Destination and Attraction*, 1. doi:<http://dx.doi.org/10.35814/tourism.v11i1.4596>
- Wahyuningratna, R. N., & M.B.P, R. L. (2022). REPRESENTASI IMPERIALISME BUDAYA DALAM VIDEO MUSIK BTS. *CommLine*,

1. Retrieved from  
<https://jurnal.uai.ac.id/index.php/commline/article/view/911/661>
- Wakil, A., Cahyani, R. R., Harto, B., Latif, A. S., Hidayatullah, D., Simanjutak, P., . . . Sihombing, F. A. (2022). TRANSFORMASI DIGITAL DALAM DUNIA BISNIS. Retrieved from  
[https://www.researchgate.net/publication/368665940\\_TRANSFORMASI\\_DIGITAL\\_DALAM\\_DUNIA\\_BISNIS](https://www.researchgate.net/publication/368665940_TRANSFORMASI_DIGITAL_DALAM_DUNIA_BISNIS)
- Westerman, G., Calm ejane, C., Bonnet, D., Ferraris, P., & McAfee, A. (2011). *Digital Transformation: A Road-Map for Billion-Dollar Organizations*. Capgemini. Retrieved from [https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/07/Digital\\_Transformation\\_\\_A\\_Road-Map\\_for\\_Billion-Dollar\\_Organizations.pdf](https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2017/07/Digital_Transformation__A_Road-Map_for_Billion-Dollar_Organizations.pdf)
- Wibowo, I. S. (2018). *Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media. Retrieved from  
<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1216585>
- Widianti, F. D. (2022). DAMPAK GLOBALISASI DI NEGARA INDONESIA. *Jurnal Inovasi Sektor Publik Volume 2, Nomor 1*, 75. Retrieved from  
<http://jurnal.uwp.ac.id/fisip/index.php/jisp/article/view/122/50>
- Wirianto, R., & Girsang, L. R. (2017). REPRESENTASI RASISME PADA FILM “12 YEARS A SLAVE” (ANALISIS SEMIOTIK ROLAND BARTHES). *Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bunda Mulia*,. Retrieved from  
[https://www.academia.edu/67708599/REPRESENTASI\\_RASISME\\_PAD\\_A\\_FILM\\_12\\_YEARS\\_A\\_SLAVE\\_Analisis\\_Semiotika\\_Roland\\_Barthes\\_](https://www.academia.edu/67708599/REPRESENTASI_RASISME_PAD_A_FILM_12_YEARS_A_SLAVE_Analisis_Semiotika_Roland_Barthes_)
- Yunianto, I. (2021). TEKNIK FOTOGRAFI, Belajar Daris Basic Hingga Professional. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik Bekerja sama dengan Universitas Sains & Teknologi Komputer (Universitas STEKOM). Retrieved from  
[https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb\\_98f1e582634e76fa8f6da6d576a18d3b93ca3036\\_1642059912.pdf](https://digilib.stekom.ac.id/assets/dokumen/ebook/feb_98f1e582634e76fa8f6da6d576a18d3b93ca3036_1642059912.pdf)
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). TIPE PENELITIAN DESKRIPSI DALAM ILMU KOMUNIKASI. *Jurnal Diakom, Vol. 1 No. 2*, 89. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/278580-tipe-penelitian-deskripsi-dalam-ilmu-kom-a74b7b08.pdf>