

DAFTAR PUSTAKA

- Barthes, R. 2017. *Elemen-Elemen Semiolog*, Yogyakarta: Basabasi.
- Berger, Arthur Asa. 2010. *Pengantar Semiotika*. Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Budiman, Kris. 1999. *Kosa Semiotika*. Yogyakarta: Lkis.
- Bungin, Burhan. 2003. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chandler, D. 2002. *Semiotics: The Basic*, New York: Routledge.
- Cobley, Paul dan Litza Jansz. 1997. *Mengenai Semiotika: for Beginners*. Inggris: Icon Books Ltd.
- Coubly, P dan Janz L. 2022. *Semiotika Untuk Pemula*, Yogyakarta: Antitesis.
- Danesi, Marcel. 2004. *Pesan, Tanda dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Devi, R. (2014). Struktur keluarga Jepang kontemporer dalam tiga novel karya Ogawa Yoko. *Lingua Cultura*, 8(2),
- Elsy, P., Wirawan, I. B., & Saptandari, P. (2024). Kodokushi as the Impact of Juggernaut of Modernity in Japanese Hyper-Aging Era. *MOZAIK HUMANIORA*, 24(1), 28–43.
- Fanani, Fajriannoor. 2013. Semiotika Strukturalisme Saussure. *Jurnal The Messenger*, Vol. 5, No. 1
- Febrian, Popo. 2012. Analisis Semiotika dalam Iklan Puchi-Puchi. *Skripsi*. Padang: Universitas Andalas.
- Hastuti, N. (2015). Daya Tarik Bunga Sakura Bagi Masyarakat Jepang. *Jurnal Izumi*, 5(1), 57-63.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kirk, J., & Miller, M. L. (1986). *Reliability and Validity in Qualitative Research*. Sage Publications.
- Kridalaksana, Harimurti. 2008. *Kamus Linguistik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, Rachmat. 2006/2007. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran, Laporan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lestari, R. (2021). Keterampilan Mengolah Makanan dalam Film Little Forest. *Kiryoku: Jurnal Studi Kejepangan*, 5(2)
- Moleong, Lexy J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. hlm. 3
- Nagari, Ayu Puspita. 2018. “Makna Denotasi dan Konotasi Tanda Verbal Iklan Bir Asahi Super Dry”. *Skripsi. Japanology*. Vol. 6 No. 2
- Nasib. (2024). Pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian. *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 1(1)
- Noviana, F. (2015). Kesederhanaan Wabi-Sabi dalam Upacara Minum Teh refleksi apresiasi terhadap hal sederhana. *Jurnal Izumi*, 5(1)
- Nugrahani, F. 2014. *Metode penelitian kualitatif*, Solo: Cakra Books.
- Oshima, D. Y. (2023). The semantics and sociopragmatics of the Japanese honorific titles *san*, *kun*, and *chan*. *Journal of East Asian Linguistics*, 32, 169–200.
- Pateda, M. 2001. *Semantik Leksikal*, Jakarta: PT Rineka Cipta.

- Prabowo, R. M., & Tjandra, S. N. (2014). Fenomena muenshakai sebagai akibat pola hidup individualisme serta dampaknya terhadap keadaan sosial dan ekonomi di Jepang. *Lingua Cultura*, 8(2),
- Roslina, L. (2017). Shoku bunka: Warna budaya dan tradisi dalam makanan Jepang. *Izumi*, 6(2)
- Sari, G. G. 2013. "Analisis tanda verbal iklan smartphone NTT Docomo di media televisi Jepang: Kajian semiotik". *Skripsi*.
- Sartini, Ni Wayan. 2007. "Tinjauan Teoritik tentang Semiotik." *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, Vol. 20, No. 1
- Sobur, A. 2003. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sobur, A. 2004. *Analisis Teks Media*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sudaryanto, S. 2018. *Metode dan Teknik Analisis Bahasa*, Yogyakarta: Sanata Dharma University Press anggota APPTI.
- Suma, M. (2025). Cultural Review of Indonesian Proverbs: Valuable Insights into Character Education through their Philosophical and Semantic Structures. *IJRIAS Journal*, 10(9), 829–836.
- Van Zoest, Aart. 1993. *Semiotika: Tentang Tanda, Cara Kerjanya dan Apa yang Audiens Lakukan Padanya*. Jakarta: Yayasan Sumber Agama.
- Verhaar, JWM. 2004. *Asas-Asas Linguistik Umum*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Widdiawati. 2013. Analisis Kemasan Produk Permen Milky Tinjauan Semiotik. *Skripsi*. Padang: Universitas Andalas.
- Widiadnya, P. I. G. A. V. 2020. "Semiotika Tanda Verbal Dan Visual Pada Iklan Kampanye Pencegahan Penyebaran COVID-19". *KULTURISTIK: Jurnal Bahasa Dan Budaya*. Vol.4 No. 2.
- Widyatama, Rendra. 2007. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Williamson, Judith. 1978. *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*. London: Marion Boyars.

Sumber Data :

マルコメ公式チャンネル. "【アニメCM】マルコメ 料亭の味 夏休みの思い出篇." *YouTube Video*, 14 Agustus 2022.

<https://www.youtube.com/watch?v=LyA80zOJEe4>.

INTAGE Inc. (2026). SRI+® (Nationwide Retail Store Panel Survey). Intage Inc. *Marukome Co., Ltd.*, 2022