

## DAFTAR PUSTAKA

- Alhaq, A, Murwonugroho, Wegig. (2022). Metamorfosis Mitos Gaya Jepang Pada Elemen Visual Kemasan Keripik Chuba Sebagai Branding Identity. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)* Vol. 10 No. 2, Hal 106-123
- Bungin, B. (2012). *Analisa Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, hal 60-61
- Hasegawa, Y. (2018). *The Cambridge Handbook Of Japanese Linguistics*. New York: Cambridge University Press, hal 18
- Hidayat, MJ (2009). Analisis Industri Budaya Pada Desain Produk Kemasan Makanan Industri Kecil Menengah. *Acintya Jurnal Penelitian Seni Budaya*, 1(2)
- Ichiro. (1991). *Semantik modern*, hal 1-3
- Iwabuchi, T. (1989). *Nihon Bunpoo Yoogo Jiten*, Sanseido, Tokyo
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. (2011), hal 1258
- Kinanthi, dan Nugroho, Rahardian. (2017). Makna Iklan Honda Freed Versi Honda Sensing Keluaran Tahun 2017 Lewat Tanda Lingual dan Visual (Kajian Semiotika)
- Lusiana, Y. (2017). Makna di Balik Produk Kuliner Berbahasa Jepang: Suatu Relasi Kuasa. *Bunga Rampai Komunikasi Indonesia*, hal 5
- Mahsun. (2005). *Metode Penelitian Bahasa Tahapan Strategi, Metode dan Tekniknya*. Jakarta: PT. Remaja Raja Grafindo Persada, hal 255.
- Mahsun. (2012). *Metode Penelitian Bahasa*. Jakarta: Rajawali Pers, hal 246
- Maulia, Dini, dan Febrina, Ria. (2020). Pengaruh bahasa Jepang dalam penamaan kuliner di kota Padang
- Moleong, Lexy J. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Hal 6
- Momiyama, Y. (1997). Kanyoku no Taikeiteki Bunseki, Inyu, Kanyu, Teiyu ni Motozuku Kanyoku no Imi no Seiritsu o Chushin dalam: Nagoya Daigaku Kokuga Bungaku, No.8. Nagoya Daigaku Kokugo Bungakukai

- Muhammad, F. (2019, Maret). Fandomnya Banyak, Yuk Lihat Kembali Perjalanan Anime di RI. CNBCIndonesia, <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190316114109-33-61045/fandomnya-banyak-yuk-melihat-kembali-perjalanan-anime-di-ri>
- Nurgiyantoro, Burhan. (2010). Teori Pengkajian Fiksi. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hal 40-41
- Pujiono, Mhd. (2011). Variasi Bahasa Jepang dalam Bentuk Iklan.
- Puspitasari, D, Yudi Suryadi, dan Heri Widodo. (2021). Industri Budaya dan Identitas Jepang dalam Produk Snack dan Minuman di Indonesia
- Putri, A. (2022). Penggunaan Huruf Jepang Untuk Penulisan Merek Pada Makanan Ringan Produk Morinaga Dan Koikeya
- Riyanto, Y. (2010). Metodologi Penelitian Pendidikan. Surabaya: SIC, hal 96
- Rohmah, Umi Choirur & Khasanah Umul. (2021). Gaya Bahasa Dalam Iklan Produk Minuman Dari Website Resmi Perusahaan Suntory. *Mezurashii*. (03)02, hlm 146.
- Saussure. (2007). Pengantar Linguistik Umum. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Setiawan, H, Rusmiati. (2003). Diksi dan Gaya Bahasa Pada Iklan Produk Makanan di Jepang (Kajian Semiotika), hal 1-7
- Sudaryanto. (1993). *Metode dan Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Duta Wacana University Press. Jurnal Prosiding Seminar Nasional PBSI. Hal 13-15
- Sudjianto, dan Dahidi, Ahmad. (2007). Pengantar Linguistik Bahasa Jepang. Jakarta: Kesaint Blanc
- Sujarwo, Okta Pratiwi Wijayanto dan Khasanah Umul. (2019). Makna Kanyouku ME (Mata) Dalam Novel Koizora Karya Mika. (01), hal 42
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. Hal 92-323
- Sukardi. (2008). Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya. Jakarta: Bumi Aksara. Hal 157
- Sutedi, D. (2019). Dasar-dasar Linguistik Bahasa Jepang (Revisi 2019). Bandung: Humaniora Utama press. Hal 122-127

Tresnasari, N. (2019). Dajare dalam nama produk iklan makanan dan minuman Jepang. *IZUMI*, 8(1), 1-8.

Yuliani, L, Saleha, A, Adji, M. 2022. Mitos dan Konstruksi Kecantikan yang Dibangun dalam Iklan Jepang SK II “Bareskin Chat”: Analisis Kajian Semiotika Barthes & Wolf. *IZUMI*, Volume 11 No 2, Hal 113

Yusri, L. D. (2013). Analisis bahasa dan simbol pada iklan kemasan sabun mandi Shinzui. *Journal Polingua: Scientific Journal of Linguistics, Literature and Language Education*, 2(1), 25-31. Doi: <https://doi.org/10.30630/polingua.v2i1.54>

