

**REPRESENTASI TRANSFORMASI BUDAYA MELALUI GAYA
MEMASAK DALAM IKLAN “SASA SANTAN ALA SISCA, *CHECK!*”**



SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Jenjang
Strata Satu untuk Sarjana Seni Program Studi Film dan Televisi

Disusun Oleh:

Elia Amaliana

NIM. 2102260

**PROGRAM STUDI FILM DAN TELEVISI
FAKULTAS PENDIDIKAN SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2025

**REPRESENTASI TRANSFORMASI BUDAYA MELALUI GAYA
MEMASAK DALAM IKLAN “SASA SANTAN ALA SISCA, *CHECK!*”**

Oleh :
Elia Amaliana

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Seni pada Fakultas Pendidikan Seni dan Desain

© Elia Amaliana 2025
Universitas Pendidikan Indonesia
Oktober 2025

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**REPRESENTASI TRANSFORMASI BUDAYA MELALUI GAYA
MEMASAK DALAM IKLAN “SASA SANTAN ALA SISCA, CHECK!”**

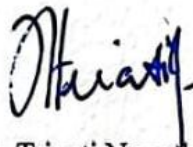
Diajukan Oleh:

Elia Amaliana

NIM. 2102260

Disetujui dan Disahkan Oleh:

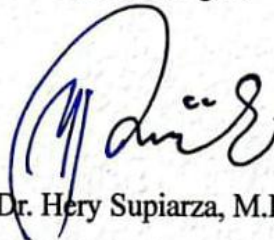
Pembimbing I,



Prof. Dr. Trianti Nugraheni, M.Si

NIP 197303161997022001

Pembimbing II,



Dr. Hery Supiarza, M.Pd.

NIP 197207212014091004

Mengetahui,

Ketua Program Studi Film dan Televisi



Dr. Harry Tjahjodiningrat, M. Pd.

NIP 197207222000121002

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

**REPRESENTASI TRANSFORMASI BUDAYA MELALUI GAYA
MEMASAK DALAM IKLAN “SASA SANTAN ALA SISCA, CHECK!”**

Diajukan Oleh:

Elia Amaliana

NIM. 2102260

Disetujui dan Disahkan Oleh:

Penguji I,



Yulia Puspita, M.Pd.

NIP 198107012005012004

Penguji II,



Stevanie Lumbangaol, M.Pd.

NIP 199505182024062001

Penguji III,



Galih Jatu Kurnia, S.Pd., M.Sn.

NIPT 920230219891101101

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elia Amaliana

NIM : 2102260

Program Studi : Film dan Televisi

Judul : Representasi Transformasi Budaya melalui Gaya Memasak dalam Iklan “Sasa Santan Ala Sisca, *Check!*”

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis ini merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya menjamin bahwa seluruh isi karya ini, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan merupakan plagiarisme dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika dikemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Bandung, Agustus
2025

Elia Amaliana

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena iklan digital yang tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga dapat menjadi medium representasi budaya. Iklan “Sasa Santan Ala Sisca, *Check!*” menampilkan pertemuan dua tokoh publik lintas generasi, yaitu Sisca Soewitomo dan Sisca Kohl. Kedua tokoh tersebut membawa nilai tradisional dan modern dalam praktik memasak. Sisca Soewitomo dengan prinsip memasaknya yang menjunjung warisan dan Sisca Kohl yang mengusung inovasi dan kreativitas dalam memasak. Pertemuan tersebut menciptakan negosiasi budaya, di mana perbedaan tidak menjadi pertentangan, melainkan dipertemukan dalam sebuah ruang transformasi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis konten. Teori representasi Stuart Hall menjadi pisau bedah untuk mengungkap bagaimana suatu budaya direpresentasikan melalui simbol visual dan verbal. Penggunaan teori naratif Tzvetan Todorov digunakan untuk melihat bagaimana kreator menampilkan konflik, serta bagaimana resolusi yang dihadirkan untuk membentuk pesan budaya yang harmonis. Teori Raymond Williams digunakan untuk mengidentifikasi adanya transformasi budaya serta menjelaskan bagaimana proses alur budaya tersebut dapat dipahami sebagai suatu bentuk transformasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa iklan ini merepresentasikan proses transformasi budaya melalui gaya memasak. Modernitas ditampilkan sebagai kerangka utama atau dominan, sementara tradisi hadir untuk memperkuat kedekatan emosional dan autentisitas iklan. Dengan demikian, selain menyampaikan pesan komersial iklan ini juga merefleksikan ideologi kreator yang menekankan pentingnya harmoni antara nilai lama dan nilai baru dalam konteks budaya populer.

Kata Kunci: representasi budaya, iklan, gaya memasak

ABSTRACT

This study is motivated by the phenomenon of digital advertising, which not only functions as a promotional medium but can also serve as a medium for cultural representation. The advertisement “Sasa Santan Ala Sisca, Check!” features a meeting between two public figures from different generations, Sisca Soewitomo and Sisca Kohl. Both figures bring traditional and modern values to cooking practices. Sisca Soewitomo upholds the principle of cooking that respects heritage, while Sisca Kohl promotes innovation and creativity in cooking. This meeting creates cultural negotiation, where differences do not become conflicts but are brought together in a space of transformation. This study uses a qualitative method with a content analysis approach. Stuart Hall's theory of representation is used as a tool to reveal how a culture is represented through visual and verbal symbols. Tzvetan Todorov's narrative theory is used to see how creators portray conflict and how the resolution presented forms a harmonious cultural message. Raymond Williams' theory is used to identify cultural transformation and explain how the process of cultural flow can be understood as a form of transformation. The results of the analysis show that this advertisement represents the process of cultural transformation through cooking style. Modernity is presented as the main or dominant framework, while tradition is present to reinforce the emotional closeness and authenticity of the advertisement. Thus, in addition to conveying a commercial message, this advertisement also reflects the creator's ideology, which emphasizes the importance of harmony between old and new values in the context of popular culture.

Keywords: *cultural representation, advertisement, cooking style*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian dan penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Penelitian dan penulisan skripsi ini tentunya telah melalui proses serta perjalanan yang cukup panjang, dan tidak terlepas dari dukungan, bimbingan serta bantuan dari berbagai pihak. Sehingga penulis ingin mengucapkan terima kasih yang amat besar kepada :

1. Keluarga tercinta, Bapak Agus Suryana, Mama Ela Uhaelasari dan Mama Daliyah, serta kakak tersayang, Indah Cahya Ningrum dan Eri Priyadi Raharja, yang selalu menjadi sumber kekuatan, cinta, dan doa dalam setiap langkah perjalanan penulis. Terima kasih atas segala doa, pengorbanan, kesabaran, dan kepercayaan yang tak ternilai.
2. Bapak Prof. Dr. H. Didi Sukyadi, M.A., selaku rektor Universitas Pendidikan Indonesia, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk menempuh pendidikan hingga tahap akhir penyusunan skripsi.
3. Ibu Prof. Dr. Trianti Nugraheni, M.Si dan Bapak Dr. Hery Supiarza, M.Pd selaku pembimbing sekaligus Wakil Dekan Fakultas Pendidikan Seni dan Desain, yang telah memberikan arahan dan membimbing penulis menyusun skripsi ini. Ilmu dan nasihat yang diberikan menjadi bekal berharga dalam proses akademik penulis.
4. Seluruh jajaran dosen Program Studi Film dan Televisi, yang telah membagikan ilmu, pengalaman serta semangat kreatif yang sangat berarti bagi penulis.
5. Seluruh staf akademik kampus, yang telah membantu kelancaran administrasi dan proses belajar selama penulis menempuh pendidikan.
6. Sahabat dan kerabat dekat penulis, Alfin, teman-teman “Apa itu tidur?”, Kamil, Zizah, Fathannisa, Sabrina, Dheva, Diaz, Sarah, Wirda, teman-teman “Mabar Roblox”, yang selalu hadir di saat suka dan duka, serta memberi semangat di tengah tekanan dan tantangan.

7. Rekan-rekan seperjuangan Lakshaditya – Kala (LK21), atas kebersamaan, kerja sama, dan semangat kolektif yang menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis di dunia akademik dan kreatif.
8. Spotify yang selalu menemani peneliti melalui *playlist* dari musik favorit yang menjadi energi tambahan sekaligus penenang ketika melewati proses skripsi yang panjang ini.
9. Terima kasih kepada Kopi Mandja Roastery, Ruang Duduk, Sans.co, yang telah menjadi ruang produktif yang nyaman selama proses penyusunan skripsi. Suasana yang tenang dan hangat turut menjaga fokus dan semangat peneliti dalam menulis.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan kontribusi, doa, dan dukungan moril maupun materil dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis berharap semoga segala kebaikan dan dukungan yang telah diberikan menjadi amal kebaikan dan mendapat berkah dari Allah Subhanahu Wa Ta'Ala.

Bandung, 6 Agustus

Peneliti

Elia Amaliana

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II	8
LANDASAN TEORI	8
2.1 Tinjauan Teoritis	8
2.2 Iklan	8
2.3 Teori Representasi Stuart Hall	9
2.4 Teori Tzevetan Todorov	15
2.5 Teori Raymond Williams	19
2.6 Kerangka Berpikir	26
2.7 Penelitian Terdahulu	26
BAB III	29
METODOLOGI PENELITIAN	29
3.1 Metode Penelitian	29

3.2	Sumber Data.....	29
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.4	Teknik Analisis Data.....	31
3.5	Validitas Data.....	32
3.6	Instrumen Penelitian.....	32
BAB IV		34
TEMUAN DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Gambaran Umum Sasa.....	34
4.2	Transformasi Budaya melalui Iklan.....	40
4.2.1	Analisis Naratif Tzevetan Todorov	43
4.2.2	Analisis Representasi Stuart Hall.....	51
4.2.3	Analisis Transformasi Budaya Raymond Williams.....	61
BAB V.....		67
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI		67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Rekomendasi.....	68
DAFTAR PUSTAKA		70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Flowchart</i> Naratif Tzvetan Todorov.....	18
Gambar 2. 2 <i>Flowchart</i> kategori budaya Raymond Williams.....	23
Gambar 4. 1 Logo Sasa.....	34
Gambar 4. 2 Sisca Soewitomo dan Sisca Kohl Memasak Bersama	37
Gambar 4. 3 Sisca Soewitomo	38
Gambar 4. 4 Sisca Kohl	39
Gambar 4. 5 Sisca Soewitomo dan Tri.....	44
Gambar 4. 6 Sisca Soewitomo Melihat Siaran Langsung Sisca Kohl	45
Gambar 4. 7 Siaran Langsung Sisca Kohl	45
Gambar 4. 8 Sisca Soewitomo Menegur Sisca Kohl	46
Gambar 4. 9 Sisca Kohl terkejut dengan Kedatangan Sisca Soewitomo.....	46
Gambar 4. 10 Sisca Soewitomo Mencicipi Masakan Sisca Kohl	48
Gambar 4. 11 Sisca Soewitomo Kecil.....	48
Gambar 4. 12 Sisca Soewitomo dan Sisca Kohl Memasak Bersama	49
Gambar 4. 13 Komentar Sisca Kohl	51
Gambar 4. 14 Sisca Soewitomo	53
Gambar 4. 15 Sisca Soewitomo Menegur Sisca Kohl	55
Gambar 4. 16 Proses Pembuatan Santan.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 4. 1 Tahap <i>Equilibrium</i>	44
Tabel 4. 2 Tahap <i>Disruption</i>	45
Tabel 4. 3 Tahap <i>Disruption</i>	46
Tabel 4. 4 Tahap <i>Resolution</i>	48
Tabel 4. 5 Tahap <i>New Equilibrium</i>	49
Tabel 4. 6 Gaya Memasak sebagai Ekspresi Diri.....	51
Tabel 4. 7 Gaya Memasak sebagai Warisan	53
Tabel 4. 8 Negosiasi Gaya Memasak	55
Tabel 4. 9 Produk sebagai Simbol.....	58

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir.....	26
Bagan 3. 1 Teknik Analisis Data	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi.....	74
Lampiran 2. Turnitin Penelitian	76
Lampiran 3. Laporan Bimbingan Skripsi.....	77
Lampiran 4. Matriks Kritik dan Saran Perbaikan Skripsi dari Penguji.....	81
BIOGRAFI PENULIS	83

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, A. R. (2021). Kritik Raymond Williams Terhadap Dominasi Budaya Marxis. *Sophia Dharma: Jurnal Filsafat, Agama Hindu, Dan Masyarakat*, 4(2), 28–43. <https://doi.org/10.53977/sd.v4i2.369>
- Abuaniza, A. (2015). *Raymond Williams Approach to Culture Studies*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.35876.60803>
- Adepati, M. K., & Samanik. (2018). Narrative Structure of the Minds of Billy Milligan Novel and Split Film. *2nd English Language and Literature International Conference (ELLiC)*, 2, 440–444.
- Alamsyah, F. F. (2020). Representasi, Ideologi dan Rekonstruksi Media. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(2), 92–99. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jail/article/view/2540>
- Alessandrina, D. (2023). Storytelling Jadi Rahasia Sukses PT Sasa Inti Sentuh Hati Pelanggan. *Marketeers*. <https://www.marketeers.com/storytelling-jadi-rahasia-sukses-pt-sasa-inti-sentuh-hati-pelanggan/>
- Ananta, B. D. B., & Andini, T. M. (2024). Narratology Tzvetan Todorov Perspective In Dazai Osamu's Film Adaptation "The Fallen Angel" Directed By Genjiro Arato. *EDUJ: English Education Journal*, 2(2), 31–43. <https://doi.org/10.59966/eduj.v2i2.1387>
- Aptifive, R., Kantor, M., Provinsi, B., Rahman, J. A., 101, H. N., & Telanaipura, J. (2015). *K a N D a I. 11*(2), 206–216. <http://id.wikipedia/wiki/neurosis>
- Astuti, S. I. (2003). "Cultural Studies" dalam Studi Komunikasi: Suatu Pengantar. *Mediator*, 4(1), 55–68.
- August, N., & Sunjaya, L. R. (2024). *Representasi Budaya Jember dalam Jember Fashion Carnival : Pendekatan Teori Representasi Stuart Hall*. 2(3).
- Bugge, A. B. (2015). *Cooking – As Identity Work Sociology of Food Cooking – As Identity Work*. November.
- California, S. (2016). *THE WHY AND HOW OF NARRATIVE ADVERTISING : AN INTEGRATED*. December.
- Candra, M. A., Enjeladinata, V., & Rizky Widana, M. (2023). Eksistensi Makanan Tradisional Di Tengah Gempuran Makanan Korea. *Prosiding Seminar Nasional*, 352–361.
- Danesi, M. (n.d.). *and Meanings. 1*.
- Destiana Putri, W. (2015). Sejarah Asal Mula Masakan Bersantan. *Republika*. <https://ameera.republika.co.id/berita/nrjzhf/sejarah-asal-mula-masakan-bersantan>
- Fadia, N. A., Ramdani, G., Anastasya, E., Luthfi, W., & Mahdi, R. (2025). *Representasi Budaya Memasak Instan Pada Masyarakat Urban Dalam Iklan Visual Sasa The Cultural Representation of Instant Cooking Practices in Urban Society through Sasa Visual Advertising*. 19(1).
- Fakultas, I. Y., Komunikasi, I., Jayabaya, U., Pulomas, J. J., & Kav, S. (2008). Relasi Institusi Sosial, Media, Budaya, Dan Bahasa Dalam Pemikiran Stuart Hall. *Jurnal Komunikologi*, 5(1), 88.
- Fallas, L. V. (2025). *How does traditional food preparation contribute to a healthy*.

- <https://www.lauravarelafallas.com/how-does-traditional-food-preparation-contribute-to-a-healthy/>
- Fanani, F. (2013). *Semiotika strukturalisme saussure*. V, 10–15.
- Febrianto, A., & Siroj, R. A. (2024). *Studi Literatur : Landasan Dalam Memilih Metode Penelitian Yang Tepat*. 01(02), 259–263.
- Fiske, S. J., Aryanto, S. M., Krisnawati, E., Herwandito, S., Tangguh, P., & Fiske, S. J. (2023). 3 1,2,3. 2(9), 1157–1172.
- Fiske, S. J., Sulisty, A., Hariyani, N., & Sejati, V. (2020). *Representasi Moralitas Dalam Iklan Teh Botol Sosro Versi “Semeja Bersaudara.”* 26.
- Fitrianti, R. (2021). Simulacrum Media Di Era Postmodern. *Bureaucracy Journal : Indonesia Journal of Law and Social-Political Governance*, 1(2), 92–117. <https://doi.org/10.53363/bureau.v1i2.29>
- Handayani, W. (2023). Jurnal Kemuhammadiyah dan Integrasi Ilmu MULTIMODAL , SEMIOTIKA DAN TERJEMAHAN SLOGAN PENDIDIKAN. *Jurnal Kemuhammadiyah dan Integrasi Ilmu*, 1.2, 84–99.
- Harsanto, P. W. (2015). GAYA HIDUP MODERN DAN IKLAN (Budaya Makan Mi Instan sebagai Identitas). *Imaji*, 7(1). <https://doi.org/10.21831/imaji.v7i1.6645>
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Hasanah, M., Thayyibah, A., & Khairi, M. (n.d.). HAKIKAT MODERN, MODERNITAS DAN MODERNISASI SERTA SEJARAH MODERNISASI DI DUNIA BARAT. *Jurnal Religion: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*.
- Hidayatullah, H. (2025). *Stuart Hall: Mengupas Budaya Media dan Kekuasaan di Balik Makna Kehidupan*. <https://mjscolombo.com/stuart-hall-mengupas-budaya-media-dan-kekuasaan-di-balik-makna-kehidupan>
- Ilmu, F., & Mulia, U. B. (2022). 1**, 2, 3. 17, 1–14.
- Jayanti, G. T., & Nurhutami, M. A. (2022). *Transformasi produk alat masak nasi pada masyarakat Sunda sebagai basis segmentasi pasar*. 5(2).
- Judijanto, L., Amalia, M. R., Lubis, A. F., & Febriyanto, W. (2024). Cultural Transformation through Digitalization: A Bibliometric Approach in Responding to Changes in Social Values, Norms, and Cultural Practices in Society. *West Science Social and Humanities Studies*, 2(08), 1366–1376. <https://doi.org/10.58812/wsshs.v2i08.1214>
- Kumolontang, N. (2015). Pengaruh Penggunaan Santan Kelapa Dan Lama Penyimpanan Terhadap Kualitas “Cookies Santang.” *Jurnal Penelitian Teknologi Industri*, 7(2), 69–79.
- Liyanti, L. (2017). Seminar Nasional Budaya Urban Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora: Tantangan dan Perubahan. *Sekolah Islam Terpadu Dan Ruang Negosiasi Identitas Kaum Urban Muslim*, 98–108.
- Mahtabi, R. O., & Eslamieh, R. (2015). Dominant, residual, and emergent: Opposing forces hovering over John Dos Passos’ U.S.A. *International Journal of Applied Linguistics and English Literature*, 4(6), 166–171. <https://doi.org/10.7575/aiac.ijalel.v.4n.6p.166>

- Mathematics, A. (2021). *TRADISI ANDINGINGI sDAN PENGARUHNYA TERHADAP KEHIDUPAN SOSIAL MASYARAKAT DI DESA JOJJOLO KECAMATAN BULUKUMPA KABUPATEN BULUKUMBA*. 1–23.
- McGuigan, J. (2012). Raymond Williams on Culture and Society. *Key Words: A Journal of Cultural Materialism*, 10, 40–54. <https://www.jstor.org/stable/26920315>
- Mufida, N. K., & Riyanti, M. T. (2022). Representasi Nilai budaya dalam Iklan Televisi Beverage “Purbasari dan Lutung Kasarung. *Dimensi*, 18(2), 173–184. <https://trijurnal.lemlit.trisakti.ac.id/index.php/dimensi/article/download/9640/7580/39982>
- Nasrudin, E., Sumarna, E., & Surahman, C. (2024). Examining the Characteristics of Generation Z and Their Implications for Students’ Character Education. *Jurnal Iman Dan Spiritualitas*, 4(4), 363–372. <https://doi.org/10.15575/jis.v4i4.40971>
- Nasrullah, R. (2022). *Teori dan riset media siber (cybermedia)*. Prenada Media.
- Ningsih, A. L. (2013). IKLAN YANG EFEKTIF SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN Ambar Lukitaningsih Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(2), 116–129.
- Nofia, V. S. S., & Bustam, M. R. (2022). Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Sampul Buku Five Little Pigs Karya Agatha Christie. *MAHADAYA: Jurnal Bahasa, Sastra, Dan Budaya*, 2(2), 143–156. <https://doi.org/10.34010/mhd.v2i2.7795>
- Noviadhista, U. F., Prasetyo, B. D., & Antoni. (2019). Komodifikasi Identitas Tionghoa Dalam Humor: Studi Encoding/Decoding Stuart Hall Tentang Pertunjukan Stand-Up Comedy Ernest Prakasa. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 2(3), 161–177. <https://doi.org/10.54783/japp.v2i3.28>
- Nurfebiaraning, S. (2016). Strategi Kreatif Pesan Video Advertising “OREO Penuh Keajaiban” Pada Youtube. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 4(1). <https://doi.org/10.12928/channel.v4i1.4205>
- Olivia, J., & Nurfebiaraning, S. (2019). Pengaruh Video Advertising Tokopedia Versi “ Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik ” Terhadap Respon Afektif. *Jurnal Lontar*, 7(1), 16–24.
- Özdoyran, G. (2020). *Handbook of Research on the Political Economy of Communications and Media*. May.
- Qonita. (2024, September 13). *CGI Transformasi Visual Di Dunia Pemasaran Modern*. <https://www.digitalmarketingschool.id/cgi-transformasi-visual-modern/>
- Rahmah, A., Widiyanarti, T., Ahadiyyah, A., Fauzan, A., Chaniago, A. N., Rifki, E., & Azahra, K. A. (2024). *Adaptasi dalam Komunikasi Antarbudaya : Membangun Jembatan antara Tradisi dan Modernitas*. 4, 1–14.
- Ramli M.Kholil. (2020). Konsep Kebudayaan KI HADJAR DEWANTARA. *Aqidah Dan Filsafat Islam*, 16–75.
- Redfield, R. (1947). The Folk Society. *American Journal of Sociology*, 52(4), 293–308. <https://www.jstor.org/stable/2771457>

- Sabre, A. A. M., & Mohandas, E. S. (2023). Analysis of Cross-Cultural Communication Challenges in the Movie ‘Outsourced’ (2006). *European Journal of Social Sciences Studies*, 9(3), 1–19. <https://doi.org/10.46827/ejsss.v9i3.1583>
- Sari, K. W., & Haryono, C. G. (2018). HEGEMONI BUDAYA PATRIARKI PADA FILM (Analisis Naratif Tzvetan Todorov Terhadap Film Kartini 2017). *Jurnal SEMIOTIKA*, 12(1), 1–26. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Shashidhar, R. (1997). Culture and Society: An Introduction to Raymond Williams. *Social Scientist*, 25(5/6), 33–53. <https://doi.org/10.2307/3517827>
- Soraya, D. (2017). *RETRO FASHION STYLE, SI “KUNO” YANG “KEKINIAN.”* Media Pijar. <https://mediapijar.com/2017/12/retro-fashion-style-si-kuno-yang-kekinian/>
- Suharyanto, A., & Wiflihani, W. (2024). Preserving Local Culture in the Era of Globalization: Balancing Modernity and Cultural Identity. *Path of Science*, 10(3), 5001–5005. <https://doi.org/10.22178/pos.102-16>
- Taum, Y. (2018). the Problem of Equilibrium in the Panji Story: a Tzvetan Todorov’S Narratology Perspective. *International Journal of Humanity Studies*, 2(1), 90–100. <https://doi.org/10.24071/ijhs.2018.020110>
- Upaya, S., & Karakter, P. (n.d.). *TRANSFORMASI NILAI-NILAI BUDAYA LOKAL SEBAGAI UPAYA PEMBANGUNAN KARAKTER BANGSA* Rasid Yunus.
- Walidin, W., & Tabrani, S. I. (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory (2021). *CV. Alfabeta, Bandung, September*, 405.
- World Association of Chefs Societies. (2025). *Preserving the Past, Cooking for the Future: How Heritage Cuisine Nourishes Culture, Health, and Innovation*. World Association of Chefs Societies. <https://worldchefs.org/preserving-the-past-cooking-for-the-future-how-heritage-cuisine-nourishes-culture-health-and-innovation/>
- Zulmiro, E. J. (2017). *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial REPRESENTASI BUDAYA DALAM IKLAN (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES DALAM IKLAN KUKU BIMA ENER-G) VERSI NUSA TENGGARA TIMUR* Elves Jose Zulmiro. 1, 2581.