



## ABSTRAK

### REPRESENTASI BUDAYA KOREA PADA IKLAN INDOMIE KOREAN RAMYEON VERSI NEW JEANS (ANALISIS SEMIOTIKA ROLAND BARTHES)

Firstanisa Putri Wida  
5211711051

Penelitian dalam Iklan "Indomie Korean Ramyeon" versi New Jeans ini bertujuan untuk menganalisis representasi budaya dengan memanfaatkan konsep-konsep seperti makna denotatif, konotatif, dan mitos yang dikembangkan oleh Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan data yang dikumpulkan berupa dokumentasi-dokumentasi adegan yang berkaitan dengan budaya korea. Hasil analisis semiotika terhadap Iklan "Indomie Korean Ramyeon versi New Jeans" mengungkapkan bahwa secara denotatif iklan Indomie Korean Ramyeon menampilkan sekelompok perempuan yang mengenalkan dan mencoba varian baru indomie korean ramyeon. Sedangkan secara konotatif iklan ini menampilkan grup idol korea yang sedang populer dan memiliki pengaruh besar dalam dunia kpop menjadi bintang iklan yang mengajak untuk mencoba varian baru Indomie Korean Ramyeon. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan adanya mitos bahwa Indomie Korean Ramyeon mirip dengan ramyeon asli korea hal ini diakui New Jeans sebagai perwakilan orang asli korea. Iklan Indomie Korean Ramyeon menampilkan beberapa elemen yang mencerminkan budaya Korea, seperti adegan makan menggunakan sumpit, kehadiran bintang iklan yang merupakan penyanyi grup K-pop asal Korea, serta penggunaan pengucapan tulisan bahasa Korea dan penyajian ala ramyeon korea dalam iklan tersebut.

**Kata Kunci:** Representasi, Budaya Korea, Iklan, Semiotika

## **ABSTRACT**

### **REPRESENTATION OF KOREAN CULTURE IN THE INDOMIE KOREAN RAMYEON ADVERTISEMENT NEW JEANS VERSION: ROLAND BARTHES SEMIOTIC ANALYSIS**

*Firstanisa Putri Wida*  
5211711051

*This study on the "Indomie Korean Ramyeon" commercial advertisement featuring New Jeans aims to analyze cultural representation by utilizing concepts such as denotative meaning, connotative meaning, and myth as developed by Roland Barthes. This research employs a descriptive qualitative method with data collected in the form of documentation of scenes related to Korean culture. The semiotic analysis of the "Indomie Korean Ramyeon" commercial featuring New Jeans reveals that, denotatively, the advertisement shows a group of women introducing and trying the new Indomie Korean Ramyeon variant. Connotatively, the commercial features a popular Korean idol group with significant influence in the K-pop world as the brand ambassadors inviting viewers to try the new Indomie Korean Ramyeon variant. Furthermore, the study identified a myth that Indomie Korean Ramyeon closely resembles authentic Korean ramyeon. This is acknowledged by New Jeans as a representation of native Koreans. The commercial presents several elements reflecting Korean culture, such as scenes of eating using chopsticks, the presence of K-pop group singers as brand ambassadors, and the use of Korean language pronunciation and writing, alongside the presentation style typical of Korean ramyeon.*

**Keywords:** *Representation, Korean Cultural, Advertisement, Semiotics*