



## DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, R. 2018. "Struktur dan Fungsi Bahasa dalam Wacana Iklan Pasta Gigi Sensodyne". *Jurnal Pertemuan Ilmiah Bahasa dan Sastra Indonesia (PIBSI)*, h, 459-470.
- Astuti, S. P. 2017. "Persuasi dalam Wacana Iklan". *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa dan Sastra*, 12(1), 38-45. <https://doi.org/10.14710/nusa.12.1.38-45>.
- Fitriani, W. A. C. 2019. "Analisis Tindak Tutur dalam Wacana Iklan Radio". *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 8(1), 51-59.
- Kasiyan, K. 2012. "Hegemoni Estetika Postcolonial dalam Representasi Iklan di Media Massa Cetak Indonesia Kontemporer". *Humaniora*, 24(3), 292-302.   
/\*doi:<http://dx.doi.org/10.22146/jh.1371>\*/  
doi:<https://doi.org/10.22146/jh.1371>.
- Koentjaraningrat. 1989. *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Aksara.
- Marlina. 2019. "Wacana Iklan Toko Daring Tokopedia.com". Skripsi S-1 Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Musaffak, M. 2015. "Analisis Wacana Iklan Makanan Dan Minuman pada Televisi Berdasarkan Struktur dan Fungsi Bahasa". *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya (e-Journal)*, 1(2), 224-232. doi:<https://doi.org/10.22219/kembara.v1i2.2618>.
- Nirmala, V. 2015. "Tindak Tutur Ilokusi pada Iklan Komersial Sumatera Ekspres". *Jurnal Kandai*, 11(2), 139-150.
- Octaviani, S. 2021. "Performativitas dan Komodifikasi Androgini di Media Sosial". *Jurnal Kawistara*, 11(2), 186-197.   
/\*doi:<http://dx.doi.org/10.22146/kawistara.v11i2.65442>\*/  
doi:<https://doi.org/10.22146/kawistara.v11i2.65442>.
- Pramudita, Aditya Eko. 2015. "Wacana Iklan Layanan Telepon Seluler". Skripsi S-1 Bahasa dan Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Rajiyem & Setianto, W. 2012. "Konstruksi Budaya Dalam Iklan: Analisis Semiotik Terhadap Konstruksi Budaya Dalam Iklan "Viva Mangir Beauty Lotion"". *Humaniora*, 16(2), 155-167.   
/\*doi:<http://dx.doi.org/10.22146/jh.815>\*/  
doi:<https://doi.org/10.22146/jh.815>.
- Saifudin, Akhmad. 2020. "Implikatur Percakapan dalam Studi Linguistik Pragmatik (Conversational Implicature in Pragmatic Linguistic Studies)". *JALABAHASA*. 16. 15. 10.36567/jalabahasa.v16i1.423.
- Septiani, R. 2014. "Analisis Wacana Isi Pesan Iklan Politik Pemilihan Kepala Daerah DKI Jakarta Di Media Internet". *Jurnal The Messenger*, 6(1), 56-65. doi:<http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v6i1.170>.
- Situmorang, J. R. 2008. "Mengapa Harus Iklan?". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 4(2).
- Wijana, I Dewa Putu. 1996. *Dasar-dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijana, I Dewa Putu. 2021. *Dasar-dasar Pragmatik*. Yogyakarta: TS Publisher.



## DAFTAR LAMAN

Cakti, Aji. 2021. “Erick Thohir: Beriklan Terus Dijalankan Termasuk di Masa Pandemi”.

(Online)

(<http://www.jktinfo.id/article/erick+thohir%3A+beriklan+terus+dijalanka>  
[n+termasuk+di+masa+pandemi](http://www.jktinfo.id/article/erick+thohir%3A+beriklan+terus+dijalanka) diakses 3 Juli 2021).

<https://covid19.go.id/tentang-covid19> (diakses 25 April 2022).

Tim Penulis, Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. 2021. “Hasil Pencarian - KBBI Daring.” Diakses Januari 2022.