

DAFTAR PUSTAKA

- Auliyani, F., Rika K., Hendra K. (2022). Analisis Gaya Bahasa pada Puisi “Rencong” Karya Fikar Weda dan Relevansinya terhadap Pembelajaran Sastra di SMA Kelas XI. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3, 1.
- Chaer, A. (2012). *Linguistik Umum*. Rineka Cipta.
- Chaer, A., L. Muliastuti. (2020). *PBIN4215 – Semantik Bahasa Indonesia (Edisi 2)*. Universitas Terbuka.
- Chaidir, M., C. T. Prakoso, K. M. Boer. (2018). Pengaruh Tagline Iklan Yamaha “Semakin di Depan” terhadap Kesadaran Merek pada Masyarakat Kecamatan Samarinda Ulu di Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 6, 1. [https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/02/eJournal%20%20chaidir%20\(02-21-18-04-08-20\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2018/02/eJournal%20%20chaidir%20(02-21-18-04-08-20).pdf)
- Halliday, M. (1973). *Exploration in the Function of Language*. Edward Arnold.
- Keraf, G. (2004). *Diksi dan Gaya Bahasa*. PT Gramedia.
- Kim, Wook-dong. (2002). 수사학이란 무엇인가 (*Susahakiran mueosingga*). 민음사 (*Mineumsa*)
- Kye, Hyoha. (2012). 한 중 속담 비교: 수사법을 중심으로 (*Han jung sokdam bigyo: susabeopeul jungsimeuro*). [Skripsi, Universitas Sangmyeong]. RISS. <https://m.riss.kr/link?id=T12954334>
- Labib A, M. A., D. Indrawati. (2021). Bentuk, Fungsi, dan Makna Slogan pada Kendaraan Angkutan Barang di Surabaya. *Jurnal Sapala*, 8, 2. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jurnal-sapala/article/view/41965>
- Lazfihma. (2014). *Analisis Gaya Bahasa dalam Slogan Iklan Minuman di Televisi* [Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta]. UNY Repository. <https://eprints.uny.ac.id/17939>
- Leech, G. N. (1981). *Semantic: The Study of Meaning*. Penguin Books
- Nafinuddin, S. (2020). Pengantar Ilmu Semantik (Pengertian, Hakikat, dan Jenis). Reprinted in *Preprints*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/b8ws3>
- Nurgiyantoro, B. (1981). Pemakaian Gaya Paralelisme. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*, 1(1), 41-64, <https://media.neliti.com/media/publications/96661-ID-pemakaian-gaya-paralelisme.pdf>
- Nurgiyantoro, B. (2017). *Stilistika*. Gadjah Mada University Press.
- Pranowo. (1996). *Analisis Pengajaran Bahasa*. Gadjah Mada University Press.

- Putri, P. A. (2021). *Analisis Penggunaan Gaya dan Fungsi Bahasa dalam Wacana Iklan Produk Kecantikan pada Majalah Elle Korea: Kajian Semantik*. [Unpublished thesis]. Universitas Gadjah Mada.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran *Brand Awereness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*, 6, 2. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>
- Risqita. A. M. (2021). *Analisis Gaya Bahasa pada Iklan Asuransi Korea Selatan dalam Kajian Semantik*. [Unpublished thesis]. Universitas Gadjah Mada.
- Setyawan, F., & Ferdinand, A. T. (2012). *Analisis Pengaruh Daya Tarik Pesan Iklan, Penggunaan Media Iklan dan Daya Tarik Promosi Penjualan terhadap Kesadaran Merek Indomaret (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro)*. [Tesis, Universitas Diponegoro]. UNDIP Repository. <http://eprints.undip.ac.id/38729>
- Siahaan, N. M., Kristin P. T., Fri S. S., Frinawaty L. B. (2022). Analisis Makna Leksikal pada Slogan-Slogan di SMP Negeri 35 Medan. *Jurnal Bahasa*, 11, 2. <https://doi.org/10.24114/kjb.v11i2.35941>
- Tarigan, H. G. (2013). *Pengajaran Gaya Bahasa*. Angkasa.
- Wijana, I. D. P. (2011). *Berkenalan dengan Linguistik*. A.com Press