

DAFTAR RUJUKAN

- Azaria, P. A. (2014). Pengaruh Internet Marketing Terhadap Pembentukan Word of Mouth dan Efektivitas Iklan dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Administrasi Bisnis*, 1-7.
- Brand, B. (2020, Mei 16). <https://www.youtube.com/>. Dipetik Juni 13, 2020, dari https://www.youtube.com/watch?v=j_mNhr1FLEk.
- Chaer, A. (2012). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Coca-cola. (2016, Maret 4). <https://www.youtube.com/>. Dipetik Juni 13, 2020, dari <https://www.youtube.com/watch?v=wmSPKN392Dw>.
- Fanta. (2020, Januari 30). <https://www.youtube.com/>. Dipetik Juni 13, 2020, dari <https://www.youtube.com/watch?v=SPMu69wDSPE>.
- Hariningsih, E. (2014). Analisis Perilaku Penghindaran Iklan Internet oleh Konsumen. *Siasat Bisnis*, 180-189.
- Hastuti, S. (2013). Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat di Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 67-72.
- Iklan_TV_Indonesia. (2018, Mei 24). <https://www.youtube.com/>. Dipetik Juni 13, 2020, dari <https://www.youtube.com/watch?v=EMPfhwZIxUs>.
- Iklanesia-HD. (2018, Juni 6). <https://www.youtube.com/>. Dipetik Juni 13, 2020, dari <https://www.youtube.com/watch?v=wkdEeVeSXdc>.
- Keraf, G. (2010). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kuku-Bima. (2019, Juli 17). <https://www.youtube.com/>. Dipetik Juni 13, 2020, dari <https://www.youtube.com/watch?v=yDGm8P-eyuY>.
- Kuspriyono, T. (2015). Penggunaan Gaya Bahasa Pada Iklan Web PT. L'Oreal Indonesia (Studi Kasus PT. L'Oreal Indonesia). *Jurnal Komunikasi*, 1-9.
- Lasegar_ID. (2017, April 7). <https://www.youtube.com/>. Dipetik Juni 13, 2020, dari <https://www.youtube.com/watch?v=1YjH5K3SETw>.
- Lazfihma. (2014). *Analisis Gaya Bahasa dalam Slogan Iklan Minuman di Televisi*. Skripsi tidak diterbitkan. Yogyakarta: Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Negeri Yogyakarta.
- Mahsun. (2012). *Metode Penelitian Bahasa : Tahapan Strategi, Metode, dan Tekniknya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mustika, L. D., & Hasanah, L. U. (2020). Analisis Gaya Bahasa pada Slogan Kemasan Makanan Produk Jepang. *Mezurashii*, 55-62.
- Nurgiyantoro, B. (2018). *Stilistika*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- PocariID. (2019, September 6). <https://www.youtube.com/>. Dipetik Juni 13, 2020, dari https://www.youtube.com/watch?v=DCfk7tc_KqE.
- Pratiwi, D. P. (2015). *Iklan Komersial Pada Media Elektronik: Gaya Bahasa, Makna, dan Ideologi*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Pratiwi, D. P. (2015). *Iklan Komersial Pada Media Elektronik: Gaya Bahasa, Makna, dan Ideologi*. Disertasi tidak diterbitkan. Denpasar: Program Pascasarjana.
- Ratnaningsih, A. (2018). *Bahasa Indonesia: untuk Perguruan Tinggi*. Yogyakarta: Media Akademi.
- Sprite. (2017, Juli 7). <https://www.youtube.com/>. Dipetik Juni 13, 2020, dari <https://www.youtube.com/watch?v=4Q1aHxXJD5k>.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Satoto. (2012). *Stilistika*. Yogyakarta : Ombak (Angota IKAPI).
- Tarigan, H. G. (2013). *Pengajaran Gaya Bahasa*. Bandung: Angkasa.
- Vardani, E. N., & Dzarna. (2017). *Keterampilan Menulis*. Malang: Beranda.
- Yakult. (2019, September 27). <https://www.youtube.com/>. Dipetik Juni 13, 2020, dari <https://www.youtube.com/watch?v=HJiXxdg0UJM>.
- Yurnianti, S. (2012). Gaya Bahasa Iklan Produk PT Unilever Indonesia: Suatu Kajian Semantik dan Pragmatik. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 42-50.