

DAFTAR RUJUKAN

- Abdurrahman, A. (2011). Pragmatik; Konsep Dasar Memahami Konteks Tuturan. *LiNGUA: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra*, 1(2), 1–19. <https://doi.org/10.18860/ling.v1i2.548>
- Albaburrahim, A., & Alatas, M. A. (2021). Analisis Implikatur Percakapan pada Pedagang Jamu di Pasar Tradisional Prenduan, Madura. *GHANCARAN: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 3(1), 39–52. <https://doi.org/10.19105/ghancaran.v3i1.4602>
- Arfianti, I. (2020). *Pragmatik: Teori dan Analisis (Buku Ajar)*. CV. Pilar Nusantara.
- Arya, S. M., Pratama, I. A., Iqbal, I., Siddik, R., Wahid, R. M. (2022). Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini. 3. 13(2), 5.
- Asriyani, W., Wahidah, A. D., Solihatun, F. (2022). Jurnal Pendidikan dan Konseling. 4, 5900–5908.
- Aziska, P. R., Anggita, P. D., Pradana, D. A., Waljinah, S. (2019). Analisis Kesalahan Gaya Bahasa pada Iklan Produk Minuman di Televisi. *Analisis Kesalahan Gaya Bahasa Pada Iklan Produk Minuman Di Televisi*, 4.
- Bawamenewi, A., Ndruru, M., Harefa, N. A. J., Riana., Hura, D., Harefa, T., Waruru, L., Halawa, N., Zega, I., Bu'ulolo, Y. (2023). Buku Ajar Kajian Analisis Wacana Dan Pragmatik. Cv. Intelektual Manifes Media.
- Erlita, N. (2016). Potret Periklanan Di Media Massa Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Sosial*, 5, 199–210.
- Fatimah, E. A., & Kartika, A. D. (2022). Fungsi Implikatur pada Iklan Kekerasan terhadap Hewan (Tier Im Recht). *Identitaet*, 11(2), 265–276.
- Fawziyyah, S., & Santoso, B. W. J. (2017). Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Implikatur Percakapan pada Iklan Kosmetik di Televisi: Kajian Pragmatik Info Artikel. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6(3), 323–330. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/seloka>
- Gaffar, M. S. (2019). Analisis Makna Implikatur Iklan Layanan Masyarakat Di Kota Makassar. *Hilos Tensados*, 1, 1–476.

- Irma, C. N. (2019). Analisis Fungsi Dan Bentuk Implikatur Dalam Iklan Sprite: Kenyataan Yang Menyegarkan Di Televisi. *Hasta Wiyata*, 2(2), 26–32. <https://doi.org/10.21776/ub.hastawiyata.2019.002.02.03>
- Kemal, I. (2013). Makna kontekstual Bahasa Iklan Rokok di Televisi. *Deiktis: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 1(2), 205–214. <https://doi.org/10.53769/deiktis.v1i2.192>
- Leech, G. (2011). *Prinsip-Prinsip Pragmatik*. Penejemah: Oka, M.D.D. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press).
- Lestari, D., & Arifianti, I. (2023). Implikatur Konvensional Dan Implikatur Non Konvensional Pada Novel Kita Pergi Hari Ini Karya Ziggy Zezyazeoviennazabrizkie. *Jubindo: Jurnal Ilmu Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 8(02), 17–26. <https://doi.org/10.32938/jbi.v8i02.4457>
- Maemunah, S. (2019). Implikatur Percakapan dalam Novel Pesantren Impian Karya Asma Nadia. *El-Banar : Jurnal Pendidikan Dan Pengajaran*, 02(April), 44–48.
- Meirisa, M., Rasyid, Y., & Murtadho, F. (2017). Tindak Tutur Ilokusi Dalam Interaksi Pembelajaran Bahasa Indonesia (Kajian Etnografi Komunikasi di SMA Ehipassiko School BSD). *Bahtera : Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 16(2), 1–14. <https://doi.org/10.21009/bahtera.162.01>
- Miles, M. B. D. A. (1994). Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode–metode Baru*, 2829-0747.
- Moleong, L., J. (2006), *Metode Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya.
- Murtini, M., Listyawati, I. H., & Prasetyanto, W. E. (2023). Efektivitas Iklan di Youtube dan Komunitas Merek serta pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(2), 107–121. <https://doi.org/10.54131/jbma.v10i2.164>
- Nasarudin, N., Yulisna, R., Sartika, R., Sari, A. W., Satini, R., Anggraini, D., Nurjannah., Susanti, S., Rahmi, A., Saerudin, S., Wachyudi, K., Arisandi,V., Febriana, N. (2024). *Pragmatik*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Noviyanti, T., & Noveria, E. (2023). Tindak Tutur Asertif dalam Novel Ancika: comedDia Yang Bersamaku Tahun 1995 Karya Pidi Baiq dan Implikasinya. *Simpati*, 1(1), 184–198. <https://doi.org/10.59024/simpati.v1i1.78>
- Purba, A. (2022). *Sosiopragmatik: Suatu Kajian Teoritis*. Komunitas Gemulun Indonesia, 18-19.

- Putradi, A. W. A., & Supriyana, A. (2024). *Pragmatik*. Bumi Aksara.
- Rahmaniar, S. (2018). Penggunaan Tindak Tutur Ekspresif Dalam Interaksi Pembelajaran Bahasa Indonesia Kelas X SMA Negeri 8 Mandai Maros. *Universitas Negeri Makasar*, 1–16.
- Rosyamto, A. H. P. (2014). Implikatur percakapan dalam iklan produk obat di televisi. Skripsi. Yogyakarta.
- Ruriana, P. (2012). Gaya Dan Bahasa Iklan Di Televisi. Medan Bahasa, 37. https://www.academia.edu/download/99950241/Medan_Bahasa_Juni_2012.pdf#page=52.
- Safitri, R. D., & Mulyani, M. (2021). Teori Tindak Tutur dalam Studi Pragmatik| Rizki Dian Safitri, dkk. 59 Kabastra Is Licensed Under Creative Commons Attribution-Noncommercial-NoDerivatives 4.0 International License Teori Tindak Tutur Dalam Studi Pragmatik. *Jurnal Kabastra*, 1(1), 59–67.
- Saputra, A. D. W., & Saptomo, S. W. (2023). Kesantunan Tindak Tutur Direktif Dialog Film “Insyaallah Sah” Karya Benni Setiawan: Kajian Pragmatik. *Fonema: Jurnal Ilmiah Edukasi Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6, 192–203. <http://ejurnal.unitomo.ac.id/index.php/pbshttp://dx.doi.org/10.25139/fn.v6i2.67>
- Sari, N., Radhiah, R., & Safriandi, S. (2021). Analisis Makna Implikatur Dalam Wacana Iklan Layanan Masyarakat Pada Media Sosial. *KANDE Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 1(1), 45. <https://doi.org/10.29103/jk.v1i1.3410>
- Saskara, I. P. A. (2021). *Buku Ajar-Media Periklanan Berbasis Implementasi Tutorial Praktek: Dasar, Penggunaan dan Pembuatan Iklan*. Swasta Nulus.
- Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., Solihin, E. H., Kunci, K., Online, I., Online, P., Minat, D., & Konsumen, B. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. *Jurnal Sain Manajemen*, 2(1), 2685–6972. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Simatupang, S., Butarbutar, M., Chandra, E., Silalahi, M., Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung, S., Surabaya No, J., Dwikora, K., & Siantar Barat, K. (2022). Maker: Jurnal Manajemen Media Sosial Youtube Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. Desember, 8(2), 137–147. <http://www.maker.ac.id/index.php/maker>
- Sugiyono, S. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, R&D. Bandung: Alfabeta, 1(11).

- Sumilat, J. L. (2015). Makna Slogan dalam Iklan Elektronik Berbahasa Inggris pada Majalah Berbahasa Indonesia. *Jurnal Elektronik Fakultas Sastra Universitas SAM RATULANGI*, 4(3), 1–13.
- Wijayanti, N. (2023). *Implikatur Percakapan pada Film “Kukira Kau Rumah” Karya Umay Shahab*. 1–78.
- Wulandari, C. (2012) Bahasa Iklan Dan Kemampuan Berbahasa Masyarakat. In *Prosiding Seminar Nasional* (P. 64).
- Yolandini, R. P. (2021). *Implikatur Percakapan pada film Dua Garis Biru karya Gina S. Noer* (Doctoral dissertation, Universitas Jambi).
- Yule, G. (2006). Pragmatik. Terjemahan Indah Fajar Wahyuni. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yuniarti, N. (2014). Implikatur Percakapan dalam Percakapan Humor. *Jurnal Pendidikan Bahasa*, 3(2), 225–240.
<https://journal.ikipgriptk.ac.id/index.php/bahasa/article/view/168>