

DAFTAR PUSTAKA

- Astrea dkk. 2019. *Analisis Majas dalam Lirik Lagu Daerah Sambas*. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa Universitas Tanjungpura, 8 (6), 9.
- Aidha dkk. *Majas Hiperbola dalam Tuturan Vicky Prasetyo pada Kanal Youtube Trans7 Official*. Jurnal Pendidikan Tambusai, 6 (1), 3297.
- Ariyono dkk. *Paradoks dan Hiperbola dalam Kumpulan Cerita Koala Kumal Karya Raditya Dika*. Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Negeri Semarang, 6 (1), 38.
- Chaer, Abdul. 1995. *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. (Jakarta: Rineka Cipta.
- Damayanti, Rini. 2016. *Hiperealitas Wacana Persuasi Iklan Kartu Telepon Seluler*. Jurnal Buana Bastra Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, 3 (1), 78.
- Fausen. 2021. *Majas Perbandingan dalam Antologi Puisi Jangan Lupa Bercinta Karya Yudhistira Anm Massardi*. Skripsi. Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia STKIP PGRI Bangkalan.
- Gunawan, Hendra. *Deskripsi Penggunaan Bahasa dalam Iklan Politik pada PILEG 2019 di Kabupaten Sumbawa*. Jurnal Pendidikan IPS Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Samawa Rea, 9 (2), 124.
- Joko Briyandewo. 2017. *Jenis-jenis Iklan dan Teknik Persuasi dalam Tiga Puluh Iklan Surat Kabar Kompas Periode 2015-2017*. Skripsi. Program Studi Sastra Indonesia Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, Yogyakarta.
- Kasali, Rhenald. 2007. *Manajemen Periklanan*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Keraf, Gorys. 2004. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*. Jakarta : PT. Prehalindo.
- Kridalaksana. 2001. *Kamus Linguistik*. Jakarta : Gramedia.
- Kuspriyono, Taat. 2015. *Penggunaan Gaya Bahasa pada Iklan Web PT. Loreal Indonesia (Studi Kasus PT. Loreal Indonesia)*. Jurnal Komunikasi, VI (1), 2.
- Kusumawati. 2010. *Analisis Pemakaian Gaya Bahasa pada Iklan Produk Kecantikan Perawatan Kulit Wajah di Televisi*. Skripsi. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Laboratorium Gizi. 14 Agustus 2020. *Cerdas Memilih Suplemen Kesehatan untuk Mencegah Covid-19*. Diakses pada 14 Agustus 2022 dari <https://laboratoriumgizi.jatimprov.go.id/cerdas-memilih-suplemen-kesehatan-untuk-mencegah-covid-19/>

- Lee, Monle dan Carla Johnson. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Prespektif Global*. Jakarta : Prenada Media.
- Luqman Arif Hidayat. 2014. *Majas Hiperbola dalam Film The Expendables 3 : Kajian Semantis*. Skripsi. Program Studi Bahasa dan Sastra Inggris Universitas Padjajaran, Jatinangor.
- Media Indonesia. 16 Oktober 2021. *Apa Itu Iklan? Berikut Definisi, Karakteristik, Tujuan, dan Jenisnya*. Diakses pada 20 Juli 2022 dari <https://m.mediaindonesia.com/humaniora/440483/apa-itu-iklan-berikut-definisi-karakteristik-tujuan-dan-jenisnya>
- Nurgiyantoro. 2005. *Stilistika*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Prasojo R, Tsar. 2013. *Diksi dan Gaya Bahasa dalam Rubrik Konsultasi Tabloid Nyata Edisi Januari-Maret 2012*. Jurnal Sapala Universitas Negeri Surabaya, 1 (1), 10.
- Riswandi. 2009. *Dasar-dasar Penyiaran*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Santoso, Erica Delia dkk. 2019. *Benarkah Iklan Online Efektif untuk Digunakan dalam Promosi Perusahaan*. Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia, 13 (1), 29.
- Simatupang, Taufik. 2004. *Aspek Hukum Periklanan Perspektif Perlindungan Konsumen*. Bandung : PT. Citra Bakti.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tarigan, Henry Guntur. 2009. *Pengajaran Semantik*. Bandung : Angkasa.