

## DAFTAR PUSTAKA

- Birk, B. (2012). *Konnotation im Deutschen Eine Untersuchung aus morphologischer, lexikologischer und lexikographischer Perspektive* (Ludwig-Maximilians-Universität). Retrieved from [https://edoc.ub.uni-muenchen.de/16001/1/Birk\\_Bettina.pdf](https://edoc.ub.uni-muenchen.de/16001/1/Birk_Bettina.pdf)
- Busch, A. (2008). *Germanistische Linguistik*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG.
- Danesi, M. (2004). *Messages, Signs, and Meanings: A Basic Textbook in Semiotics and Communication* (3rd Editio). Toronto: Canadian Scholars' Press Inc.
- Darmawati, U. (2018). *Semantik Mengungkap Makna Kata* (A. Suparyanta, Ed.). Bandung: Penerbit Pakar Raya.
- Darmojuwono, S. (2009). *Pesona Bahasa: Langkah Awal Memahami Linguistik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ellinger, D. (2004). *Connotations and Gender in Ads* (No. V37296). Retrieved from <https://www.grin.com/document/37296>
- Hahneemann, S., & Philippi, J. (2013). *Deutsche Sprache spielend lernen*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG.
- Helmbrecht, J. (1991). *Neue Fragen der Linguistik*. Retrieved from <https://www.degruyter.com/document/doi/10.1515/9783111353180.173/html>
- IMS. (2020). Brigitte Profile. Retrieved from <https://www.internationalmediasales.net/international/portfolio/detail/brigitte/>
- IVW. (2020). Top 100 der am Kiosk erhältlichen Publikumszeitschriften (Abos+Einzelverkauf). Retrieved from <https://meedia.de/2020/04/22/ivw-blitz-analyse-zeitschriften-immerhin-112-titel-liegen-ueber-vorjahr-landlust-gewinnt-am-deutlichsten/>
- Janich, N. (2013). *Werbesprache*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG.
- Klabunde, R. (2018). *Linguistik: eine Einführung (nicht nur) für Germanisten, Romanisten und Anglisten*. Berlin: Springer-Verlag GmbH Deutschland.
- Meibauer, J. (2012). *What is a Context: Linguistic Approaches and Challenges*. Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu (Pertama)*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Nielsen. (2017). Media Cetak Mampu Mempertahankan Posisinya. Retrieved from <https://www.nielsen.com/id/news-center/2017/media-cetak-mampu-mempertahankan-posisinya/>
- Pratiwi, E. (2014). Analisis Makna Konotatif Iklan Kontak Jodoh di Situs Website [www.helga.de](http://www.helga.de). *Identitaet: Jurnal Bahasa Dan Sastra Jerman*, 03, 44–53.
- Prihantini, A. (2015). *Master Bahasa Indonesia (Cetakan Pe)*. Yogyakarta: PT Benteng Pustaka.
- Pujiyanto. (2013). *Iklan Layanan Masyarakat (I. Adwitya, Ed.)*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Regina College, M. (2008). *Kamus Istilah Desain Grafis dan Periklanan*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Research, S. (2020). *Umfrage unter Konsumenten zu beliebten naturkosmetischen Produkten im Jahr 2020*. Retrieved from <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/1139107/umfrage/umfrage-unter-konsumenten-zu-beliebten-naturkosmetischen-produkten/>
- Sugarman, J. (2007). *The Adweek Copywriting Handbook*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Suhandang, K. (2016). *Periklanan: Manajemen, Kiat dan Strategi (Edisi Revi)*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia.
- Suhardi. (2015). *Dasar-Dasar Ilmu Semantik (Cetakan Pe; Nurhid, Ed.)*. Yogyakarta: Penerbit AR-RUZZ MEDIA.
- Syahputri, A. E. (2018). *Konotasi Schlagzeile Pada Iklan Antirokok dalam Laman Deutsche Krebshilfe*. Universitas Negeri Jakarta.
- Triadi, D., & Bharata, A. S. (2010). *Ayo Bikin Iklan! Memahami Teori & Praktek Iklan Media Lini Bawah*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- Wahya, & Waridah, E. (2017). *Buku Besar Bahasa Indonesia (Cetakan pe; S. Siswiyanti, Ed.)*. Jakarta: Penerbit Bmedia Imprint Kawan Pustaka.
- Widhayani, A. (2020). *Mahir Menulis Kreatif Teks Iklan, Slogan, dan Poster*. Sukoharjo: Penerbit Yayasan Hidayatul Muftadi'in.