

DAFTAR PUSTAKA

SUMBER BUKU:

Amilia, F., & Anggraeni, A. (2019). *Semantik Konsep dan Contoh Analisis*. Malang: Madani.

Busch, A. (2007). *Germanistische Linguistik* (4th ed.). Tübingen: Gunter Narr Verlag

Butar-butar, C. (2021). *Semantik* (N. Amalia (ed.)). Medan: Umsu Press

Chaer, A (1994). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.

Gross, H. (1998). *Einführung in die germanistische Linguistik*. München: IUDICIUM Verlag GmbH.

Haider, J. (2008). *Konsumentenverhalten und Werbung unter Betrachtung motivationspsychologischer und sozialpsychologischer Theorien*. Norderstedt: GRIN Verlag.

Haller, M. (2012). *Die Beziehung zwischen Bedeutung, Bezugsgegenstand, Übersetzung und Gebrauch*: GRIN Verlag.

Heuen, T. (2015). Werbung. In *Deutsche Apotheker Zeitung* (Vol. 155, Issue 17). Kamp-Lintfort: Springer Galber.

Janich, N. (2013). *Werbesprache* (6th ed.). Tübingen: Narr VERLAG.

Jefkins, F. (1978). *Public Relations for Marketing Management* (2nd ed.). London: The Macmillan Press LTD.

Keraf, G. (2009). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Kerstin, G. (2007). *Werbung und Ethik*. Hamburg: Diplomica GmbH.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th Global Edition*. In *Pearson Education Limited* (Global Edi). Harlow: Pearson Education Limited.

Lindner, K. (2014). *Einführung in die Germanistische Linguistik*. München: C. H. Beck.

Lukmantoro, T., & Hedi, S. (2010). Sosok Caleg Lokal Dalam Iklan-Iklan Politik: Kajian Semiotika Terhadap Iklan-Iklan Politik Caleg Lokal Di mediaMassa Cetak Lokal Jawa Tengah. *Beyond Borders: Communication Modernity & History*.

Nainggolan, V., & Jacob, M. (2020). Penggunaan Bahasa Persuasif Dalam Iklan Niaga Bergambar Pada Surat Kabar Serambi Indonesia Tahun 2019. *Jurnal Samudra Bahasa*, 3(2)

Parera, D. (2004). *Teori Semantik* (Kedua). Jakarta: Erlangga.

Spinner, Kaspar (1977). *Zeichen, Text, Sinn*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.

Tischer, U., Forst, A., & Gärtner, U. (2018). *Text, Kontext, Kontextualisierung Moderne Kontextkonzepte und antike Literatur*. Zürich: Georg Olms Verlag Hildesheim

SUMBER ONLINE:

Ayo Bandung. 2018. Dipetik Febuari 2022 dari Nasional

<https://www.ayobandung.com/nasional/pr-79629125/survei-nielsen-media-cetak-tetap-dipercaya-dan-dibaca-publik>

Badan Pusat Statistik. 2018. Dipetik Maret 2022 dari Sosial Budaya

<https://www.bps.go.id/statictable/2019/10/17/2077/proporsi-penduduk-berumur-5-tahun-ke-atas-yang-membaca-surat-kabar-majalah-media-cetak- maupun-elektronik-selama-seminggu-terakhir-menurut-provinsi-tipe-daerah-dan-jenis-kelamin-2018.html>

CNN Indonesia. 2021. Dipetik April 2022 dari Trends

<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20210302113825-277-612580/fokus-pada-wajah-perempuan-abaikan-kesehatan-kulit-lainnya>

Deutsche Welt. 2020. Dipetik Febuari 2022 dari Budaya

<https://www.dw.com/id/mencela-dan-ucapan-mesra-dalam-bahasa-jerman/a-53161511#:~:text=Kosa%20kata%20keluarga%20babi%20ini,!%20Babi%20mungilk%20u%2C%20Bayi%20babiku>

Nielsen. 2017. Dipetik Febuari 2022 dari Pusat Berita

www.nielsen.com/id/news-center/2017/media-cetak-mampu-mempertahankan-posisinya/

Presseplus. 2019. Dipetik Maret 2022 dari *Die Brigitte Zeitschriften im Potrait*

<https://www.presseplus.de/blog/brigitte-zeitschrift/>

Ranking The Brands. 2017. Dipetik Maret 2022 dari Brand Rankings

<https://www.rankingthebrands.com/The-Brand-Rankings.aspx?rankingID=27&year=1205>

Statista. 2022. Dipetik Juni 2022 dari Cosmetics & Personal Care

<https://www.statista.com/statistics/1010903/nivea-brand-value-worldwide/>

Suara.com. 2020. Dipetik April 2022 dari Bisnis

<https://www.suara.com/bisnis/2020/08/25/181636/media-cetak-mulai-ditinggalkan-masyarakat-beralih-ke-media-online>

World Branding Award. 2016. Dipetik Maret 2022 dari Winner

<https://awards.brandingforum.org/winners-2016-2017/>

