

**ANALISIS PENGGUNAAN DIKSI PADA MEDIA IKLAN PERAWATAN
KULIT KOREA: KAJIAN SEMANTIK**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan Program Studi Pendidikan Bahasa Korea

Oleh:

Adelia Putri Septianita

2007195

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA KOREA
FAKULTAS PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2025

**ANALISIS PENGGUNAAN DIKSI PADA MEDIA IKLAN PERAWATAN
KULIT KOREA: KAJIAN SEMANTIK**

Oleh:

Adelia Putri Septianita

2007195

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan Bahasa Korea

© Adelia Putri Septianita 2025

Universitas Pendidikan Indonesia

Januari 2025

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

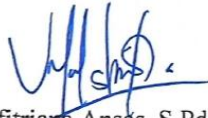
ADELIA PUTRI SEPTIANITA

2007195

ANALISIS PENGGUNAAN DIKSI PADA MEDIA IKLAN PERAWATAN KULIT KOREA: KAJIAN SEMANTIK

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing I



Velayeti Nurfitriana Ansas, S.Pd., M.Pd.

NIPT 920160119890610201

Dosen Pembimbing II



Jayanti Megasari, S.S., M.A.

NIPT 920200419920716201

Mengetahui

Ketua Program Studi Bahasa Korea FPBS UPI,



Didin Samsudin, M.M., CHCM., CIT.

NIPT 920160119760228101

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

Adelia Putri Septianita

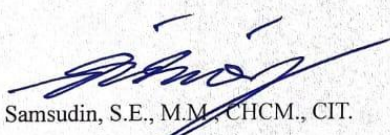
2007195

ANALISIS PENGGUNAAN DIKSI PADA MEDIA IKLAN PERAWATAN KULIT
KOREA: KAJIAN SEMANTIK

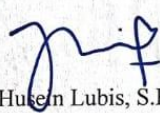
Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh:

Penguji I,

Penguji II,


Didin Samsudin, S.E., M.M., CHCM., CIT.

NIPT. 9201600119760228101


Arif Husein Lubis, S.Pd., M.Pd.

NIPT. 920200419940207101

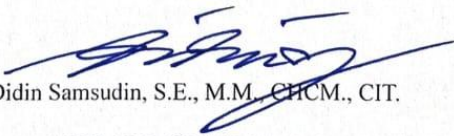
Penguji III,


Ashanti Widyana, S.Hum., M.A.

NIPT. 920200419940427201

Mengetahui,

Ketua Program Studi,


Didin Samsudin, S.E., M.M., CHCM., CIT.

NIPT. 9201600119760228101

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN BEBAS PLAGIARISME

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adelia Putri Septianita

NIM : 2007195

Program Studi : Pendidikan Bahasa Korea

Judul Karya : Analisis Penggunaan Diksi Pada Media Iklan Perawatan Kulit Korea: Kajian Semantik

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis ini merupakan hasil kerja saya sendiri. Saya menjamin bahwa seluruh isi karya ini, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan merupakan plagiarisme dari karya orang lain, kecuali pada bagian yang telah dinyatakan dan disebutkan sumbernya dengan jelas.

Jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap etika akademik atau unsur plagiarisme, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia.

Bandung, 20 Januari 2025



Adelia Putri Septianita

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan penulis kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Penggunaan Diksi Pada Media Iklan Perawatan Kulit Korea: Kajian Semantik”. Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan di Program Studi Pendidikan Bahasa Korea, Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra, Universitas Pendidikan Indonesia.

Dalam skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dan masih terbilang jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan permohonan maaf atas kekurangan yang ada. penulis mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari pembaca agar kedepannya penulis dapat menciptakan karya yang lebih baik. penulis berharap skripsi ini dapat menjadi acuan pengembangan referensi untuk topik terkait kedepannya dan bermanfaat bagi pembaca secara umum.

Bandung, Januari 2025

Yang membuat pernyataan,



Adelia Putri Septianita

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirabbil'alamin. Puji Syukur penulis ucapkan kepada ALLAH SWT karena berkat Rahmat serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu guna memenuhi syarat kelulusan dengan gelar sarjana pada Program Studi Pendidikan Bahasa Korea, Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra, Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Nuryani dan Bapak Hadiyanto selaku kedua orang tua penulis yang senantiasa memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang sehingga penulis pantang menyerah dalam segala proses penyusunan skripsi ini hingga selesai. Kepada kakak penulis, Maysellina Hadiyani, terima kasih telah memberi semangat, motivasi, dan kepercayaannya kepada penulis selama penyusunan skripsi. Dengan tulus dan kerendahan hati, penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia dan para Wakil Rektor beserta jajarannya.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Tri Indri Hardini, M.Pd., selaku Dekan FPBS dan para Wakil Dekan beserta jajarannya.
3. Bapak Didin Samsudin, S.E., M.M., CHCM., CIT., selaku Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Korea Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Ibu Risa Triarisanti, S.Pd., M.Pd., CNNLP. selaku Sekretaris Program Studi Pendidikan Bahasa Korea Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra Universitas Pendidikan Indonesia.
5. Ibu Velayeti Nurfitriana Ansas, S.Pd., M.Pd. selaku dosen pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan, arahan serta dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Jayanti Megasari, S.S., M.A. selaku dosen pembimbing II sekaligus sebagai validator ahli yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan bagi penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

7. Bapak Arif Husein Lubis, S.Pd., M.Pd., selaku dosen yang telah memberikan waktu dan ilmunya untuk menjadi validator abstrak bahasa Inggris.
8. Ibu Asma Azizah, S.S., M.A., Ibu Meutia Khaliya, S.Hum., M.Hum., Bapak Prof. Shin Young-duk, M.A., Ph.D., Bapak Lee Tae-gun, M.Ed., Ph.D., selaku dosen Pendidikan Bahasa Korea FPBS UPI yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
9. Ibu Teja Mustika, S. Ak. dan Asep Ahmad Suja'i, M.Pd., selaku staf administrasi Pendidikan Bahasa Korea FPBS UPI yang telah membantu penulis dalam mengurus administrasi selama perkuliahan.
10. Divana Allisya Alwie, Hanifah Al Muttaqin, dan Nuranidha Dwi Riana Mulatsih selaku sahabat penulis yang telah kebersamai penulis dan memberikan kenangan indah bagi penulis selama masa perkuliahan.
11. Seluruh teman-teman mahasiswa Pendidikan Bahasa Korea angkatan 2020 yang telah menghabiskan waktu dan berjuang bersama dalam perkuliahan.
12. Raheesh Hakim Azzaki dan Razan Fillio Farzana selaku keponakan yang senantiasa menghibur penulis.
13. Gegerasih No. 5 beserta penghuninya, Hana Hanifah Syahrir dan penghuni tidak tetap, Sarah Muhammad Abduh yang telah menjadi tempat, kebersamai penulis, serta memberikan kenangan terbaik pada masa perkuliahan.
14. Kamar kos Daarut Tijarah dan *coffee shop* Tjaritra, tempat dengan penuh kenangan selama penyusunan skripsi ini.
15. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberi dukungan, doa, motivasi, dan semangat untuk penulis dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.

Bandung, Januari 2025

Yang membuat pernyataan,



Adelia Putri Septianita

ABSTRAK

Kecantikan Korea atau yang biasa dikenal dengan istilah *K-Beauty*, terutama pada produk perawatan kulit wajah karena inovasi dan penggunaan bahan-bahan alami, membuatnya populer di berbagai macam kalangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemilihan kata atau diksi yang digunakan pada iklan produk-produk perawatan kulit Korea yang digunakan untuk mempromosikan suatu produk perawatan kulit tersebut, dengan menggunakan teori Leech, Saeed, dan Keraf. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan pemilihan poster iklan perawatan kulit Korea sebagai sumber data dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini ditemukan sebanyak 103 data diksi dari 20 poster iklan pada media daring, yang mana diksi atau pemilihan kata pada iklan-iklan perawatan kulit tersebut digunakan untuk menjelaskan fokus perawatan kulit, kandungan produk yang digunakan pada suatu produk iklan tertentu, dan juga digunakan untuk menunjukkan hasil yang dapat dicapai setelah penggunaan produk. Dari 103 data, penggunaan diksi denotatif pada kategori diksi bermakna denotatif dan konotatif menjadi yang paling dominan muncul, karena penggunaan diksi bermakna denotatif pada iklan ini memastikan penyampaian pesan dengan jelas dan efektif terkait produk yang ditawarkan pada iklan perawatan kulit korea. Penggunaan diksi pada kategori relasi leksikal yang dominan ditemukan yaitu hiponim, diikuti oleh polisemi, sinonim, dan antonim. Kemudian penggunaan diksi pada kategori jenis kata yang dominan ditemukan yaitu kata konkret, diikuti oleh kata populer, kata abstrak, kata serapan, dan kata ilmiah.

Kata Kunci: Diksi, Perawatan Kulit, Poster Iklan, Produk Korea, Semantik.

ABSTRACT

Korean beauty, commonly known as K-Beauty, especially in facial skincare products, has gained popularity among various demographics due to innovation and the use of natural ingredients. This research aims to analyze the choice of words or diction used in advertisements for Korean skincare products that are used to promote these products, utilizing the theories of Leech, Saeed, and Keraf. The research method is descriptive qualitative, with the selection of Korean skincare advertisement posters as the data source. The results of this study found a total of 103 diction data from 20 advertisement posters in online media, where the choice of words in these skincare advertisements is used to explain the focus of skincare, the ingredients used in a particular product advertisement, and to show the results that can be achieved after using the product. Among the 103 data, the use of denotative diction in the category of denotative and connotative diction emerged as the most dominant. This prominence is due to the clear and effective message delivery that denotative diction provides in these advertisements, ensuring that the products offered in Korean skincare advertisements are well communicated. The most dominant lexical relation category of diction identified is hyponymy, followed by polysemy, synonyms, and antonyms. Additionally, the most prevalent word type category of diction found includes concrete words, followed by popular words, abstract words, loanwords, and scientific words.

Keywords: Advertisement Poster, Diction, Korean Products, Semantics, Skincare

초록

한국 미용, 특히 얼굴 피부 관리 제품에서 흔히 K-뷰티라고 알려진 것은 혁신과 천연 성분의 사용으로 인해 다양한 인구층에서 인기를 얻고 있다. 본 연구는 이러한 제품을 홍보하는 데 사용되는 한국 피부 관리 제품 광고에서 사용된 어휘 또는 어휘 선택을 분석하고자 하며, Leech, Saeed, Keraf 의 이론을 활용한다. 연구 방법은 한국 피부 관리 광고 포스터를 데이터 소스로 선택한 기술적 질적 연구이다. 본 연구의 결과, 온라인 매체에서 20 개의 광고 포스터에서 총 103 개의 어휘 데이터를 발견했으며, 이러한 피부 관리 광고에서 사용된 어휘 선택은 피부 관리의 초점을 설명하고 특정 제품 광고에서 사용된 성분을 설명하며 제품 사용 후 달성할 수 있는 결과를 보여주는 데 사용된다. 103 개의 데이터 중 명시적 의미와 암시적 의미 범주에서 명시적 어휘의 사용이 가장 지배적이다. 이 우세는 이러한 광고에서 명시적 어휘가 제공하는 명확하고 효과적인 메시지 전달로 인해 한국 피부 관리 광고에서 제공되는 제품이 잘 전달되기 때문이다. 발견된 어휘의 관계적 범주 중 가장 지배적인 것은 하위어로, 이어서 다의어, 동의어, 반의어가 있다. 또한, 발견된 가장 널리 사용된 어휘 유형 범주는 구체적인 단어, 이어서 대중적인 단어, 추상적인 단어, 외래어, 그리고 과학적인 단어를 포함한다.

핵심어: 어휘 선택, 피부 관리, 한국 제품, 광고 포스터, 의미론

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI DAN BEBAS PLAGIARISME	iii
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
초록	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Semantik.....	6
2.2 Diksi	7
2.3 Iklan.....	13
2.4 Penelitian Terdahulu.....	16
2.5 Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Desain Penelitian	26
3.3 Instrumen Data	33
3.5 Teknik Pengolahan Analisis Data.....	35
3.6 Uji Validitas Data	36
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	37

4.1	Deskripsi Data	37
4.2	Analisis Penggunaan Diksi Pada Media Iklan Perawatan Kulit Korea	58
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI		85
5.1	Simpulan.....	85
5.2	Rekomendasi	86
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN.....		90

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	17
Tabel 3. 1 Data yang dijadikan sumber penelitian	28
Tabel 3. 2 Kartu Data	33
Tabel 4. 1 Contoh Diksi Denotatif Iklan Perawatan Kulit Korea.....	59
Tabel 4. 2 Contoh Diksi Konotatif Iklan Perawatan Kulit Korea	62
Tabel 4. 3 Contoh Diksi Sinonim Iklan Perawatan Kulit Korea	64
Tabel 4. 4 Contoh Diksi Antonim Iklan Perawatan Kulit Korea	67
Tabel 4. 5 Contoh Diksi Hiponim Iklan Perawatan Kulit Korea	70
Tabel 4. 6 Contoh Diksi Polisemi Iklan Perawatan Kulit Korea.....	73
Tabel 4. 7 Contoh Diksi Jenis Kata Abstrak Iklan Perawatan Kulit Korea	75
Tabel 4. 8 Contoh Diksi Jenis Kata Konkret Iklan Perawatan Kulit Korea	77
Tabel 4. 9 Contoh Diksi Jenis Kata Populer Iklan Perawatan Kulit Korea.....	79
Tabel 4. 10 Contoh Diksi Jenis Kata Ilmiah Iklan Perawatan Kulit Korea.....	82
Tabel 4. 11 Contoh Diksi Jenis Kata Serapan Iklan Perawatan Kulit Korea	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	25
Gambar 3. 1 Desain Penelitian	27
Gambar 4. 1 Poster Iklan Laneige	37
Gambar 4. 2 Poster Iklan Innisfree	38
Gambar 4. 3 Poster Iklan COSRX.....	40
Gambar 4. 4 Poster Iklan Nature Republic.....	41
Gambar 4. 5 Poster Iklan Benton	42
Gambar 4. 6 Poster Iklan Mamonde	43
Gambar 4. 7 Poster Iklan Hanyul	44
Gambar 4. 8 Poster Iklan Skin1004.....	45
Gambar 4. 9 Poster Iklan Hera	46
Gambar 4. 10 Poster Iklan Etude.....	47
Gambar 4. 11 Poster Iklan Sulwhasoo	48
Gambar 4. 12 Poster Iklan Roundlab.....	49
Gambar 4. 13 Poster Iklan Amore Pacific.....	50
Gambar 4. 14 Poster Iklan B.Ready	51
Gambar 4. 15 Poster Iklan IOPE	52
Gambar 4. 16 Poster Iklan Skinfood	53
Gambar 4. 17 Poster Iklan Happy Bath.....	54
Gambar 4. 18 Poster Iklan Skin U.....	55
Gambar 4. 19 Poster Iklan The Face Shop	56
Gambar 4. 20 Poster Iklan Face Factory	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Expert Judgement.....	90
Lampiran 2 Surat Keterangan Validasi Abstrak	91
Lampiran 3 Tabel Data	93

DAFTAR PUSTAKA

- Ameliyah, D., Mutiah, A., & Purnomo, B. E. (2024). DIKSI DAN GAYA BAHASA IKLAN PRODUK KECANTIKAN DALAM BEAUTY GUIDE ORIFLAME. *TOTOBuang*, 12(1).
- Anwar, S., & Salim, F. (2019). Penggunaan diksi dalam kumpulan cerita pendek Shen Congwen dalam kurun tahun yang berbeda. *Journal of Language, Literature and Teaching*, 1(1), 91-98.
- Bagaskoro, G. (2021). Analisis Diksi Pidato Kemenangan Presiden Joe Biden. *TANDA: Jurnal Kajian Budaya, Bahasa dan Sastra* (e-ISSN: 2797-0477), 1(02), 30-42.
- Busra, S. N., Sabrina, K. Z., Zainuddin, N. A. B. M., & Calista, N. A. (2024). Analisis Penggunaan Diksi dan Gaya Bahasa Beserta Maknanya dalam Lagu “Hormat Kepada Angin” Karya Nadin Amizah. *Pragmatik: Jurnal Rumpun Ilmu Bahasa dan Pendidikan*, 3(1), 146-158.
- Chaer, Abdul. 2003. *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Chaer, A., & Muliastuti, L. (2014). Makna dan semantik. *Semantik Bahasa Indonesia*, 1-39.
- Djajasudarma, F. (2006). *Metode linguistik: Ancangan metode penelitian dan kajian*.
- Endang, W., & Hermansyah, D. (2021). PENGGUNAAN DIKSI DAN DAYA BAHASA PADA LIRIK LAGU-LAGU KENSHI YONEZU. *Jurnal Bahasa dan Budaya Jepang*, 4(1).
- Fitri, A., Suprihatin, D., & Triyadi, S. (2024). Diksi Iklan Produk Makanan dan Minuman di Kanal Youtube Lemonilo Serta Relevansinya dalam Bahan Ajar Handout Teks Iklan Siswa Kelas VIII Tingkat SMP. *Jurnalistrendi: Jurnal Linguistik, Sastra dan Pendidikan*, 9(2), 360-372.
- Gunawan, M. E., & Subaweh, A. M. (2024). Kajian Semantik Dan Diksi Puisi “Perempuan Yang Membakar Sepi” Karya Nissa Rengganis Dan Pemanfaatannya Sebagai Buku Pengayaan Puisi Di SMA. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 2(5), 416-420.
- Gorys Keraf, D. (2009). *Diksi dan gaya bahasa*. Gramedia Pustaka Utama.
- Handayani, L. T., & Indah, R. N. (2022). *Denotation and Connotation in Beauty Advertisement: Implication for the teaching of Semantics*. *Wanastra: Jurnal Bahasa Dan Sastra*, 14 (1), 50–56.

Adelia Putri Septianita, 2025

ANALISIS PENGGUNAAN DIKSI PADA MEDIA IKLAN PERAWATAN KULIT KOREA: KAJIAN SEMANTIK

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu
pository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Harahap, M. R. (2021). *Semantic meaning analysis in the five Coldplay's songs* (Doctoral dissertation, IAIN Padangsidempuan).
- Husein, N. M. (2019). *A Semantic Analysis Of Lexical Relations In Muse Selected Song Lyrics* (Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA).
- Khoirunnayah, N. (2023). DIKSI DAN GAYA BAHASA PADA IKLAN DI AKUN INSTAGRAM SHOPEE. *sarasvati*, 5(2), 108-115.
- Kreidler, Charles W. *Introducing English Semantics*. Routledge, 1998.
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2008). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Leech, G. (1974). *Semantics*. Penguin Books.
- Nurfatwa, V. T. A., Nugroho, R. A., & Samsudin, D. The language style in the Korean language tourism advertising slogans on a YouTube channel. *Journal of Korean Applied Linguistics*, 3(1), 55-66.
- Maharani, A. (2020). Pemakaian diksi dalam penulisan caption media sosial Instagram. *Diksi*, 28(2), 179-189.
- Mertha, N. P. B. A., Nurita, W., & Meidariani, N. W. (2022). Keindahan Bahasa Melalui Penggunaan Diksi dan Gaya Bahasa pada Lirik Lagu “Kokkyu” dalam Album “Play” Karya Masaki Suda. *Jurnal Daruma: Linguistik, Sastra dan Budaya Jepang*, 2(3), 26-33.
- Meliala, R. M., & Malik, R. (2022). Efektifitas Pesan Iklan Poster All New Honda Scoopy 2021 Dengan EPIC Model. *Jurnal Pariwisata*, 2(1), 1-13.
- Mutmainah. (2021). *Pengaruh Korean Wave terhadap maraknya produk dan tren kosmetik Korea Selatan (K-Beauty) di Indonesia periode 2017 - 2020*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Rachma, N. T. (2023). *UNSUR SEMIOTIK MULTIMODAL DALAM IKLAN KOSMETIK BAHASA KOREA DAN INDONESIA* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Rahmi, P. (2021). *SEMANTIC RELATIONS RITUAL WANITA BEAUTY VLOGGER DI YOUTUBE CHANNEL TITAN TYRAH: KAJIAN SEMANTIS* (Doctoral dissertation, Program Studi Bahasa Inggris, Universitas Widyatama).
- Riskadamayanti, & Rapi Tang, M. (2021). Analisis diksi persuasif pada iklan layanan masyarakat protokol kesehatan Covid-19 di Kabupaten Soppeng.

- Indonesia: Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia, 2(3), 128-135.
<https://doi.org/10.12345/indonesia.v2i3.12345>
- Riana, N. D. (2024). *ANALISIS HONORIFIK IMPOLITENESS DALAM LINGKUNGAN KERJA PADA DRAMA KOREA JUVENILE JUSTICE: KAJIAN PRAGMATIK* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Rosmiati, A. (2024). *PILIHAN DIKSI DALAM PRODUCT PLACEMENT DALAM SINETRON TUKANG OJEK PENGKOLAN*.
- Sartika, R., Rahmat, W., Dwinitia, S., Satini, R., & Sari, A. W. (2020). *Pengantar kajian ilmu semantik*. Padang: CV. Panawa Jemboan.
- Saeed, J. I. (2009). *Semantics*. Wiley-Blackwell.
- Samsudin, D., Triarisanti, R., Megasari, J., Widyana, A., & Mahendra, H. R. D. P. (2023). Analisis Pembentukan Istilah - Istilah Linguistik dalam Bahasa Korea dan Bahasa Indonesia. *JLA (Jurnal Lingua Applicata)*, 6(2), 55-73.
<https://doi.org/10.22146/jla.76971>
- Septiasari, C. (2023). *ANALISIS MAKNA VISUAL DARI POSTER IKLAN SABUN LIFEBUOY ANTI KUMAN NO 1 DIDUNIA*.
- Susanto, R., & Ridwan, A. (2023). Makna Denotatif dan Konotatif kata "Taxi" pada Iklan FREE NOW! *E-Journal Identitaet*, 12(1), 11
- Putri, B. R., & Harisma, R. (2024). An An Investigation of Bts "Life Goes On" Song: A Consider of Denotative and Connotative Meaning (Semantic Analysis). *Serunai: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 10(1).
- Utami, S. W. (2021). *Komparatif Makna Penggunaan Metafora Hewan Dalam Sokttam (속담) Bahasa Korea Dengan Peribahasa Bahasa Indonesia: (Kajian Semantik)* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).
- Yuli, Y. R. S. (2022). ANALISIS PENGGUNAAN DIKSI PADA SOSIAL MEDIA INSTAGRAM. *JURNAL SENARAI BASTRA*, 2(2), 83-88.
- Yolanda, R., Khair, U., & Hartati, M. (2023). *Analisi Diksi Dan Gaya Bahasa Pada Iklan Produk Kecantikan di Media Youtube* (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Curup).
- Yotolembah, Ade Nurul Izatti G., et al. "Bahasa Indonesia dalam Karangan Ilmiah: Kaidah, Analisis Kesalahan, dan Solusi Praktis." (2023).