

**KOHESI LEKSIKAL PADA IKLAN KOMERSIAL DALAM LIMA
MAJALAH BERBAHASA KOREA**

(Kajian Semantik)

SKRIPSI

diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan
Program Studi Pendidikan Bahasa Korea



oleh

Serly Rachmawati

NIM 1507037

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA KOREA
FAKULTAS PENDIDIKAN BAHASA DAN SAstra
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2020**

**KOHESI LEKSIKAL PADA IKLAN KOMERSIAL DALAM LIMA
MAJALAH BERBAHASA KOREA**

(Kajian Semantik)

oleh
Serly Rachmawati
NIM 1507037

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan pada Program Studi Pendidikan Bahasa Korea
Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra

©Serly Rachmawati 2020
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2020

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis.

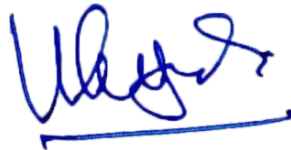
LEMBAR PENGESAHAN

SERLY RACHMAWATI

**KOHESI LEKSIKAL PADA IKLAN KOMERSIAL DALAM LIMA
MAJALAH BERBAHASA KOREA**
(Kajian Semantik)

disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I



Prof. Dr. Didi Sukyadi, M.A.

NIP 196706091994031003

Pembimbing II



Didin Samsudin, S.E., M.M.

NIP 920160119760228101

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Korea

Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra

Universitas Pendidikan Indonesia



Didin Samsudin, S.E., M.M.

NIP 920160119760228101

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

SERLY RACHMAWATI

**KOHESI LEKSIKAL PADA IKLAN KOMERSIAL DALAM LIMA
MAJALAH BERBAHASA KOREA**
(Kajian Semantik)

disetujui dan disahkan oleh penguji :

Penguji I



Risa Triarisanti, M.Pd.

NIP 920160119780419201

Penguji II



Velayeti Nurfitriana Anas, M.Pd

NIP 920160119890610201

Penguji III



Asma Azizah, S.S., M.A.

NIP 920190219921231201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Bahasa Korea

Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra

Universitas Pendidikan Indonesia



Didin Samsudin, S.E., M.M.

NIP 920160119760228101

HALAMAN PERNYATAAN

*Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “**Kohesi Leksikal pada Iklan Komersial dalam Lima Majalah Berbahasa Korea**” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.*

Bandung, 27 Juli 2020

Yang Membuat Pernyataan

Serly Rachmawati

1507037

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmaanirrahiim,

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat, rahmat, dan hidayah serta karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada panutan kita semua Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, juga kepada kita semua selaku umatnya.

Skripsi ini berjudul “Koehesi Leksikal pada Iklan Komersial dalam lima Majalah Berbahasa Korea”. Penyusunan skripsi ini merupakan laporan penelitian tertulis untuk memenuhi salah satu syarat mengikuti ujian sidang Sarjana dalam rangka menyelesaikan studi jenjang strata satu pada Program Studi Pendidikan Bahasa Korea Fakultas Pendidikan Bahasa dan Sastra Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan dan dapat digunakan sebagai bahan kajian bagi pihak-pihak yang memerlukan serta bermanfaat bagi penulis, khususnya bagi pembaca.

Bandung, 27 Juli 2020
Penulis,

Serly Rachmawati

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirabbilalamiin, rasa syukur yang paling utama kepada pemberi nikmat. Dalam penyusunan skripsi ini penulis senantiasa diberi kesehatan dan kelancaran serta mendapat banyak bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak baik moral maupun materiel. Oleh karena itu penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penulis selama penyusunan skripsi ini terutama kepada :

1. Allah SWT yang maha kuasa, karena atas segala rahmat dan izin-Nyalah semua pencapaian ini terjadi.
2. Kepada keluargaku, ayahanda tercinta Sarnu dan ibunda tercinta Lilis Juwariah yang selalu mencurahkan do'a, semangat dan kasih sayang kepada penulis, sehingga limpahan berkah selalu mengiringi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa kepada saudaraku Hendra Andika Putra, S.Pd, Lisa Nurfitriani, dan Yudha Nugraha yang selalu memberi semangat dan motivasi kepada penulis. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kasih sayang-Nya kepada keluargaku.
3. Kepada bapak Prof. Dr. Didi Sukyadi, M.A. selaku pembimbing I yang selalu memberikan bimbingan, arahan, dorongan, serta semangat kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Kepada bapak Didin Samsudin, S.E., M.M. selaku pembimbing II yang telah memberikan arahan, masukan serta waktunya untuk bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Kepada bapak Lee Tae Gun, M.Ed., Ph.D. selaku dosen linguistik bahasa Korea yang sudah bersedia untuk menjadi validator bagi penelitian ini.
6. Kepada segenap dosen Prodi Pendidikan Bahasa Korea yang telah memberikan waktunya serta bekal ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Kepada sahabat seperjuangan dari awal perkuliahan hingga saat ini, Ratih Putri Permatasari dan Inneke Ayu Mutia. Triowekwek, terimakasih sudah bertahan sejauh ini sahabatku. Semoga sehat selalu.

8. Kepada sang kekasih, Adhitya Dirgantara yang selalu menyempatkan waktu di sela kesibukannya. Terima kasih karena selalu ada untuk memberi semangat dan juga motivasi, sehingga penulis bisa sampai di titik ini.
9. Para sahabatku, Rd. Sarah Muflihah, Enur Rosmaya, Kinanti Saraswati, Maisa Budiman, Herlina Riana, Witri Rosdiyanti, Elsa Aisyah, Ghina Nabila Ramadhanty, dan Ani Andriani yang selalu membantu dan memberi semangat serta motivasi bagi penulis selama penyusunan skripsi ini.
10. Kepada Nadhifah Salsabila, Dhiya Megajauza, Intan Mika Pebriana, dan seluruh mahasiswa Pendidikan Bahasa Korea angkatan 2015, terima kasih telah berjuang bersama teman-temanku.
11. Serta berbagai pihak lainnya yang berpengaruh dalam proses penyelesaian skripsi ini namun tidak sempat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan bantuannya kepada penulis dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat di kemudian hari. *Aamiin Allahumma Aamiin.*

Bandung, Juli 2020

Penulis,

Serly Rachmawati

KOHESI LEKSIKAL PADA IKLAN KOMERSIAL DALAM LIMA MAJALAH BERBAHASA KOREA

(Kajian Semantik)

Serly Rachmawati
Program Studi Pendidikan Bahasa Korea
serlyrachmawati2706@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang bentuk-bentuk kohesi leksikal dalam iklan komersial yang terdapat pada lima majalah berbahasa Korea sebagai penunjang keutuhan suatu wacana iklan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya penggunaan bahasa bagi keberhasilan sebuah iklan dan adanya perbedaan makna suatu kata tergantung pada sudut pandang seseorang. Berdasarkan permasalahan tersebut penelitian ini bertujuan untuk mengetahui 1) bentuk kohesi leksikal yang terdapat pada iklan komersial dalam lima majalah berbahasa Korea. 2) bentuk kohesi leksikal yang paling dominan pada iklan komersial dalam lima majalah berbahasa Korea. 3) fungsi penggunaan bentuk kohesi leksikal terhadap iklan komersial berbahasa Korea. Penggunaan majalah yang berbeda-beda bertujuan agar iklan komersial yang didapat lebih beragam. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data penelitian dikumpulkan menggunakan metode simak dan teknik catat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 30 iklan komersial, penggunaan repetisi mendominasi. Hal ini dikarenakan repetisi memiliki peran yang menguntungkan dalam sebuah iklan. Sebagian besar iklan komersial yang dianalisis menggunakan repetisi untuk menekankan keunggulan-keunggulan dari produk/jasa yang diiklankan. Penggunaan repetisi pada semua iklan yang telah dianalisis tidak melebihi batas optimum pengulangannya, sehingga tidak menimbulkan dampak yang negatif. Hal ini menunjukkan bahwa iklan komersial yang telah dianalisis merupakan iklan yang kohesif, terlihat dari penggunaan bentuk-bentuk kohesi leksikal yang membuat wacana iklan komersial menjadi utuh dan mudah dipahami.

Kata Kunci: Kohesi, Kohesi Leksikal, Iklan Komersial

LEXICAL COHESION AT COMMERCIAL ADVERTISING IN FIVE KOREAN MAGAZINES

(Semantic Study)

Serly Rachmawati
Korean Language Education Study Program
serlyrachmawati2706@gmail.com

ABSTRACT

This study examines the forms of lexical cohesion in commercial advertisements found in five Korean-language magazines as an integrated part of an advertising discourse. This research is conducted due to the importance of language usage as a determining factor of how successful an advertisement would be, and the differences of the derived meaning of a word depending on one's perspective. Based on these problems, this study aims to determine 1) the form of lexical cohesion that can be found in commercial advertisements in five Korean-language magazines. 2) the most dominant form of lexical cohesion in commercial advertisements in five Korean-language magazines. 3) the function of used lexical cohesion forms in Korean commercial advertisements. As for the reason behind the use of different magazines is to get more diverse commercial advertisements. This study employs descriptive qualitative method. The research data were collected through careful comprehension and note-taking technique. The results show that out of 30 commercial advertisements. This is because repetition is widely used due to its beneficial role in an ad. Majority commercial advertisements analyzed use repetition to emphasize the advantages of the advertised product/service. The use of repetition on all advertisements that have been analyzed does not exceed the optimum limit for repetition, so it doesn't cause a negative impact. This showed that the analyzed commercial advertising is a cohesive advertisement that can be viewed using a form of lexical cohesion that makes commercial advertising discourse intact and understandable.

Keywords: Cohesion, Lexical Cohesion, Commercial Advertisements

한국어의 다섯 잡지에 있는 상업 광고의 어휘적 응집성

(의미론 연구)

세를리 라흐마와띠

한국어 교육과

serlyrachmawati2706@gmail.com

국문초록

본 연구는 한국어 5 권의 잡지에서 광고 담화의 응집력을 뒷받침하는 상업 광고의 어휘적 응집성 형태를 조사하였다. 이 연구는 광고의 성공을 위해 언어를 사용하는 것의 중요성과 관점에 따른 단어의 의미의 차이에 의해 이루어졌다. 이러한 문제를 바탕으로 본 연구의 목표는 1) 5 개 한국어 잡지의 상업 광고에 있는 어휘 응집성의 형태 분석, 2) 5 개 한국어 잡지의 상업 광고에서 가장 지배적인 어휘 응집성 분석 등이다. 3) 한국어 상업 광고에서 사용된 어휘적 응집성 형식의 기능. 다양한 잡지를 사용하는 이유는 다양한 상업 광고를 많이 얻을 수 있기 때문이다. 이 연구는 서술적이면서 유용성 있는 방법을 사용하였다. 연구 자료는 심도 있는 조사와 필사하는 방법을 통해 수집되었다. 분석 결과는 30 개의 상업 광고 중에 동형반복 사용이 지배적임을 보여 주었다. 광고에서 동형반복이 유익한 역할을 가지고 있기 때문이다. 분석된 대부분의 상업 광고는 광고된 제품 / 서비스의 장점을 강조하기 위해 동형 반복을 사용한다. 분석된 모든 광고에서 동형반복 횟수를 사용하는 것이 반복에 대한 최적 한계를 초과하지 않아서 부정적인 영향을 미치지 않는다. 이는 분석된 상업 광고가 상업 광고 담화를 완전하고 이해하기 쉽게하는 어휘적 응집성을 사용함으로써 볼 수 있는 응집성 광고임을 보여주었다.

주제어: 응집성, 어휘적 응집성, 상업 광고

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
KATA PENGANTAR	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Pengertian dan Jenis Kohesi.....	9
2.2 Pengertian Kohesi Leksikal.....	10
2.3 Bentuk-bentuk Kohesi Leksikal	11
2.1.1 Reiterasi (반복).....	11
2.1.2 Kolokasi (연어적 의미).....	33
2.4 Pengertian Iklan.....	34
2.5 Fungsi dan Tujuan Iklan.....	35
2.6 Jenis Iklan.....	36
2.7 Unsur-unsur dalam Iklan	37
2.8 Bahasa dalam Iklan.....	39
2.9 Penelitian Terdahulu.....	41
2.10 Kerangka Pemikiran	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Desain Penelitian	48
3.2 Sumber Data	49

3.3	Pengumpulan Data.....	50
3.4	Analisis Data	51
3.5	Triangulasi Data	55
3.6	Isu Etik.....	55
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN		57
4.1	Bentuk-bentuk Kohesi Leksikal	57
	4.1.1 Reiterasi (반복).....	57
	4.1.2 Kolokasi (연어적 의미).....	103
4.2	Bentuk Kohesi Leksikal yang paling Dominan.....	109
4.3	Fungsi Penggunaan bentuk Kohesi Leksikal pada Iklan Komersial ...	114
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI		118
5.1	Simpulan.....	118
5.2	Implikasi	119
5.3	Rekomendasi	120
DAFTAR PUSTAKA		121
DAFTAR LAMPIRAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Hubungan Hierarki (상하관계)	30
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	47
Gambar 2. 3 Desain Penelitian	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kartu Data Penelitian	50
Tabel 3. 2 Penyajian Data	52
Tabel 3. 2 Tabulasi Data Penelitian	54
Tabel 4. 1 Data 1, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	58
Tabel 4. 2 Data 2, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	59
Tabel 4. 3 Data 3, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	60
Tabel 4. 4 Data 5, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	61
Tabel 4. 5 Data 6, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	62
Tabel 4. 6 Data 7, Majalah 객석 (gaekseok), Vol. 364, edisi 06 tahun 2014	64
Tabel 4. 7 Data 12, Majalah 한인 뉴스 (Korean News) edisi 04 tahun 2018	65
Tabel 4. 8 Data 18, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	65
Tabel 4. 9 Data 19, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	66
Tabel 4. 10 Data 20, Majalah 객석 (gaekseok), Vol. 364, edisi 06 tahun 2014	68
Tabel 4. 11 Data 21, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	69
Tabel 4. 12 Data 23, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	70
Tabel 4. 13 Data 30, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	71
Tabel 4. 14 Data 7, Majalah 객석 (gaekseok), Vol. 364, edisi 06 tahun 2014	72
Tabel 4. 15 Data 9, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	73
Tabel 4. 16 Data 10, Majalah Korea Tourism News bulan Agustus tahun 2014	74
Tabel 4. 17 Data 11, Monthly Dance Magazine Momm bulan Oktober 2014	75
Tabel 4. 18 Data 19, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	76
Tabel 4. 19 Data 20, Majalah 객석 (gaekseok), Vol. 364, edisi 06 tahun 2014	78
Tabel 4. 20 Data 22, Majalah 객석 (gaekseok), Vol. 364, edisi 06 tahun 2014	78
Tabel 4. 21 Data 23, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	79
Tabel 4. 22 Data 30, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	81
Tabel 4. 23 Data 1, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	82
Tabel 4. 24 Data 5, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	83
Tabel 4. 25 Data 6, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	84
Tabel 4. 26 Data 7, Majalah 객석 (gaekseok), Vol. 364, edisi 06 tahun 2014	85

Tabel 4. 27 Data 9, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	87
Tabel 4. 28 Data 14, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	88
Tabel 4. 29 Data 15, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	89
Tabel 4. 30 Data 18, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	90
Tabel 4. 31 Data 22, Majalah 객석 (gaekseok), Vol. 364, edisi 06 tahun 2014....	91
Tabel 4. 32 Data 23, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	92
Tabel 4. 33 Data 1, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	94
Tabel 4. 34 Data 11, Monthly Dance Magazine Momm bulan Oktober 2014.....	95
Tabel 4. 35 Data 4, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	96
Tabel 4. 36 Data 10, Majalah Korea Tourism News bulan Agustus tahun 2014...98	
Tabel 4. 37 Data 13, Majalah 객석 (gaekseok), Vol. 364, edisi 06 tahun 2014....	98
Tabel 4. 38 Data 14, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	100
Tabel 4. 39 Data 16, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	101
Tabel 4. 40 Data 20, Majalah 객석 (gaekseok), Vol. 364, edisi 06 tahun 2014..	102
Tabel 4. 41 Data 6, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	103
Tabel 4. 42 Data 8, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	105
Tabel 4. 43 Data 13, Majalah 객석 (gaekseok), Vol. 364, edisi 06 tahun 2014..	105
Tabel 4. 44 Data 17, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	106
Tabel 4. 45 Data 19, Majalah New Hanul edisi 11 tahun 2014	107
Tabel 4. 46 Tabulasi Hasil Analisis Data.....	109

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. Iklan Komersial berbahasa Korea
Lampiran II. Iklan Komersial yang tidak terdapat bentuk Kohesi Leksikal
Lampiran III. Lembar Validasi
Lampiran IV. Biodata Penulis.....

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, H.P, & Abdullah, A. (2012). *Linguistik Umum*. (1st ed). Erlangga, p.94.
- Afifuddin. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Pustaka Setia, p.143.
- Agustina, W. D. (2013). *Kohesi Leksikal pada Iklan Komersial Berbahasa Prancis*. Universitas Negeri Semarang.
- American Marketing Association. (2020). *Competitive PR and Advertising Analysis*. Dipetik 05 22, 2020, dari <https://www.ama.org/competitive-pr-and-advertising-analysis/>
- Aprinica, N. P. (2016). *Wacana Iklan Kosmetik berbahasa Inggris (Studi Kasus pada Majalah Seventeen)*. Universitas Gadjah Mada.
- Ariaji, I. B. (2018). *Analisis perangkat kohesi dalam wacana cerita pendek Chuumon No Ooi Ryouriten*. Universitas Diponegoro.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta, p.172.
- Bahaziq, A. (2016). Cohesive Devices in Written Discourse: A Discourse Analysis of a Student's Essay Writing. *Journal English Language Teaching*, 9 (7).
- Busri, H., & Badrih, M. (2018). *Linguistik Indonesia Pengantar Memahami Hakikat Bahasa*. Madani Media.
- Chaer, A. (2002). *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. PT Rineka Cipta, p.34.
- Chaer, A. (2007). *Linguistik Umum*. Jakarta: PT Rineka Cipta, p.305-306.
- Choi Jae Hee. (2014). *Hangugo Gyoyuk Munpeopron*. Taehaksa, p.130, p.234.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Pustaka Belajar, p.4.
- Dwinuryati, Y., Andayani., Winarti, R. (2017). Analisis Kohesi Gramatikal dan Leksikal pada Teks Eksposisi Siswa Kelas 10 Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 8 (1).
- Glass, G.W.& Hopkins, K.D. (1984). *Statistical Methods in Educations and Pschology*. Englewood Cliff: Prentice Hall Inc.
- Halliday, M., & Hasan, R. (1976). *Cohesion in English*. London: Longman Group Limited, p.5-6, p.6, p.31, p.88-89, p.91, p.146, p.274, p.278.

- Hereyah, Y. (2014). Iklan Mobil di Media Cetak Analisis Elemen Copywriting dan Visualisasi di Majalah SWA. *Jurnal Visi Komunikasi*, 13 (2), 169 - 184.
- Jong Hye. (2017). Hanguko Jeobsoksa-e Hyeongtae-wa Euimijeok Teukseong. *Hanguko Gyoyuk Yeonguje*, 12 (2) 81, 83, 85, 86, 89.
- Kang Beom Mo, (2010). *Eono Phuroseun Eonohak Gaeron*. Hanguk Munhwasa, p.201.
- Kasali, R. (1995). *Manajemen Periklanan*. Grafiti, p.9.
- Kholifah, S. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif Berbagai Pengalaman dari Lapangan*. PT Raja Grafindo Persada.
- Kim Ji Hyeong, & Lee Min Woo. (2015). *Waegugoroseo-eui Hanguko Gyoyuk-eul wihan Hangukohak-eui Ihae*. Dosochulphan Pakijong, p.123,p.191, p.199.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. (Milenium ed) PT INDEKS.
- Kusuma, D. A. (2013). *Kohesi dan Koherensi Tajuk Rencana Surat kabar Solopos dan Relevansinya dengan Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP*. Universitas Sebelas Maret.
- Lapasau, M. (2015). Bahasa Ilmiah dalam Teks Iklan Bahasa Indonesia dan Bahasa Jerman. *Jurnal Sositologi*, 12 (2), 118.
- Leech, G. N. (1966). *English in Advertising: A Linguistic Study of Advertising in Great Britain*. Longman, p.59.
- Leech, G. N. (1997). *Principles of Pragmatics*. London and New York, p.22.
- Lee, M. (2011). *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Kencana. p.3.
- Lee Seul Gi. (2017). Topik Modelling-e tareun Godeunghaksaeng Nonseolmun-eui Eunggyeolseong-kwa Eungjibseong-eui Sanggwan Bunseok. *Gugo Gyoyukhak Yeongu*, 25 (3).
- Lim Chae Hoon. (2010). *Eohwi Euimi Gwangye-wa Eohwijeok Eungjibseong*. Sungsil Daehakyo.

- Lim Chae Hoon. (2014). Eohwijok Eunggyeolsong-e Kibanhan Hangugo Eohwi-wa Sseugi Nengryeok Pyeongga-e Daehan Siron. *Gukje Hangugo Gyoyukhakhwe*, 2014 (0), 331.
- Lim Ji Ryong. (2011). *Hakyo Munpeop-kwa Munpeop Gyeoyuk*. Pakijong, p.361, p.376.
- Mahlberg, M. (2006). Lexical Cohesion Corpus Linguistic Theory and its Application in English Language Teaching. *International Journal of Corpus Linguistics*, 11 (3) 364.
- Mahsun, M. (2017). *Metode Penelitian Bahasa Tahapan, Strategi, Metode, dan Tekniknya*. PT Raja Grafindo Persada, p.91, p.93, p.123, p.124.
- Masrukhi, M. (2014). Struktur Iklan Komersial di Media Cetak Mesir (Structure of Commercial Advertisement in Egypt Printed Media). *Jurnal CMES*, 7 (2), 127.
- Miles, M. B., & Huberman, M. (2007). *Analisis Data Kualitatif, Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Universitas Indonesia Press.
- Mowen, J., & Minor, M. (2001). *Perilaku Konsumen*. (2nd ed). Erlangga, p.425.
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Referensi, p.10.
- Mulyana. (2005). *Kajian Wacana*. Tiara Wacana, p.65, p.132-133, p.133, p.134.
- Nunan, D. (1992). *Teori dan Praktik*. Rebia Indah Prakarsa, p.14.
- Oktavianus. (2006). *Analisis Wacana Lintas Bahasa*. Andalas University Press, p.63.
- Parera, J. D. (2004). *Teori Semantik*. Erlangga, p.62, p.63, p.67, p.72, p.75, p.76.
- Park Deok Yu. (2009). *Hakyo Munpeopron-eui Ihae*. Dosochulphan Yoklak, p.348-349, p.352.
- Park Hye Jin., Lee Min Hye. (2017). Hangugo Hakseubjaeui Sseugi Tekseuteu Nathaneun Eunggyeolseongkwa Eungjibseongeui Sanggwan Bunseok. *Urimalgeul: The Korean Language and Literature*, 7 (0).
- Parwati, E. (2011). Kohesi Leksikal Repetisi Pada Wacana ‘Wayang Durangpo’ dalam Surat Kabar Harian Jawa Pos Edisi Februari-April 2010. *Jurnal Artikulasi*, 12 (2) 809.
- Pateda, Mansoer. (2010). *Semantik Leksikal*. Jakarta: Rineka Cipta, p.110.

- Prastica, D. W. (2013). *Kohesi sebagai pembentuk keutuhan wacana Srumuwus dalam majalah Djaka Lodang*. Universitas Gadjah Mada.
- Pratama, M. G. (2013). *Fenomena Slogan Iklan di Majalah PC World edisi tahun 2009-2010 Satu Kajian Wacana Argumentatif*. Universitas Widyatama.
- Satori, D., & Komariah, A. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior*. Engelwood Cliffs, p.166.
- Shimp, T. (2003). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi*. (5th ed). Erlangga, p.357.
- Stainback, S. W. (1988). *Understanding & Conducting Qualitative Research*. Dubuque Iowa, p.330.
- Subroto, E. D. (1992). *Pengantar Metode Penelitian Linguistik Struktural*. Surakarta: UNS Press.
- Sudaryat, Y. (2009). *Makna dalam Wacana*. CV Yrma Widya, p.32, p.37, p.40, p.44.
- Sudijono, A. (2011). *Evaluasi Pendidikan*. Raja Grafindo Persada, p.43.
- Sujinah, Fatin, I., & Rachmawati., D. K. (2018). *Buku Ajar Bahasa Indonesia Edisi Revisi*. UM Surabaya Publishing, p.6, p.52.
- Suk Gye Hyun. (2015). [Best Brand] Lotte Chilsung's Icic 8.0 makes waves in water market. Dipetik Juli 8, 2020, dari <https://n.news.naver.com/article/044/0000159544>
- Sumarlam. (2003). *Teori dan Praktik Analisis Wacana*. Pustaka Cakra Surakarta, p.44.
- Tarigan, H. (2009). *Pengajaran Wacana*. Angkasa, p.93.
- Warren, M. (2008). Cohesive Chains and Speakers'choice of Prominence. *International Journal of Corpus Linguistics*, 11 (3), 46.
- Widyatama. (2005). *Pengantar Periklanan*. Pustaka Book Publisher, p.133.
- Widyawati, A. (2017). Bahasa Iklan Penawaran Barang atau Jasa dan Implementasinya dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Dasar. *Jurnal Stilistika*, 3 (2) 3-4.

- Yoon Pyung Hyeon. (2016). *Gugo Euimiron*. Dosochulphan Yeoklak, p.56, p.139, p.141, p.142-143, p.143, p.145, p.145-147, p.154, p.155, p.156, p.157.
- Yun Yu Jeong. (2018). [A Study on Application of Cohesion and Coherence to Subject Appearing and Disappearing in Chinese Writing Text by Koreans](#). *The Journal of Chinese Cultural Studies* (41).
- Yuwono, U. (2005). *Pesona Bahasa Langkah Awal Memahami Linguistik*. PT Gramedia Pustaka Utama, p.98, p.99.
- Zaimar, O. K., & Harahap, A. B. (2011). *Telaah Wacana: Teori dan Penerapannya*. Komodo Books, p.148, p.149.
- Zanah, S. W. S., Djatmika., Wiratno, Tri. (2018). Kohesi Gramatikal dan Leksikal dalam Kumpulan Jokes "The God Loves Golfers" Karya Ray Foley. *Journal of Linguistics*, 3 (1).
- Zidny, D. M. (2013). *Metafora Kecantikan dalam Iklan di Mata Konsumen*. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.