

DAFTAR PUSTAKA

- Abioye, Taiwo. 2011. Preference for Rhetorical Questions as An Index of Textual Message Effectiveness. *International Journal of Humanities and Social Sciences*, 1 (11):290-299.
- Advertising Council Japan. 2014. *About AC Japan*(on-line). https://www.adc.or.jp/about_ac/index.html, diakses 23 November 2021.
- Cunningham, Phillip J. 2011. Japan Quake Shakes TV: The Media Response to Catastrophe. *The Asia-Pacific Journal | Japan Focus*, 9 (6): 1-8.
- Durianto, dkk. 2003. *Invasi Pasar dengan Iklan yang Efektif*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Filia, 2012. *Pertanyaan dan Respons Bahasa Jepang pada Tayang Bincang Asaichi*. Prosiding Seminar Internasional Pendidikan Bahasa Jepang. Bali.
- Gapur, Abdul, Mhd. Pujiono. 2018. Konstruksi Interogatif Polar dalam Bahasa Jepang. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*, 7 (1):1-15.
- Hadiani, Umi Asti, M. Jamiluddin Ritonga. 2010. Penerapan Komunikasi Satu Arah di Media Komunikasi Internal “Hallo Online” PT Telkom Divre II Jakarta. *Jurnal Komunikologi*, 7 (1):83-99.
- Hastuti, Sri. 2013. Efektivitas Iklan Layanan Masyarakat di Televisi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2 (2):67-72.
- Inderasari, dkk. 2021. Analisis Penggunaan Gaya Bahasa Iklan Layanan Masyarakat Bijak Bersosial Media di Radio Kota Surakarta. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 7 (2):508-528.
- Keraf, Gorys. 2006. *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotobank. *Kourin*(on-line). <https://kotobank.jp/word/%E5%85%89%E8%BC%AA-63407>, diakses 19 Mei 2022.
- Leech, Geoffrey. 1993. *Prinsip-Prinsip Pragmatik*. Jakarta : Universitas

Indonesia.

- Miles, M.B, Huberman, A.M, dan Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*. USA: Sage Publications. Terjemahan Tjetjep Rohindi Rohidi, UI-Press.
- Moeliono, dkk. 2017. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Nadar, F.X. 2013. *Pragmatik & Penelitian Pragmatik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Natashia, D., 2015. Wacana Iklan Parodi Jepang Fanta Gakuen Sensei Series. *Lingua Cultura*, 9 (1):13-20.
- Neyole, E. N., Miruka, F. A., & Amukowa, N. D. 2021. Rhetorical Questions as An Off-Record Politeness Strategy in Language Use Among the Bukusu. *Research Journal in Modern Languages and Literatures*, 2 (2):70-77.
- Ngatmini & Larasati. 2017. *Kalimat Tanya dalam Interaksi Belajar-Mengajar Kapita Selekt Bahasa Indonesia di PBSI Universitas PGRI Semarang*. Seminar Nasional Hasil Penelitian (SNHP-V). Semarang.
- Pandean, Mariam L.M. 2018. Kalimat Tanya dalam Bahasa Indonesia. *Kajian Linguistik*, 5 (3): 75-88.
- Patriana, Eva. 2014. Komunikasi Interpersonal yang Berlangsung antara Pembimbing Kemasyarakatan dan Keluarga Anak Pelaku Pidana di BAPAS Surakarta. *Journal of Rural and Development*, 5 (2):203-214.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi: Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Putri, Meira Anggia. 2015. Gaya Bahasa Kiasan dalam Wacana Iklan Jepang. *Lingua Didaktika: Jurnal Bahasa dan Pembelajaran Bahasa*, 9 (1): 30-36.
- Sintia, Rizki Dilla, Mulyanto Widodo, Edi Suyanto. 2017. Bahasa Iklan Layanan Masyarakat dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA. *Jurnal Kata (Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya)*, 5 (2): 1-10.
- Rujiana, Rahima Zakiya. Rahayu & Budiani. 2016. Penggunaan Gaya Bahasa Ditinjau dari Struktur Kalimat pada Iklan (Studi pada Iklan Pocari Sweat Berbahasa Jepang dari Tahun 1980-an sampai Tahun 2000-an). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan*, 3

(2): 1-13.

Savana, Azizia Freda. 2012. Ragam Bahasa dalam Iklan Ponsel Jepang. *Diglossia*, 3 (2): 1-16.

Setiawan, H. & Rusmiyati, 2013. Diksi dan Gaya Bahasa Pada Iklan Produk Makanan di Jepang (Kajian Semiotika). *Hikari*, 1 (1): 1-7.

Shirinboyevna, Mamirova Dilnoza. 2020. Basic Features Of Advertising Language. *JournalNX*, 6 (10): 325-330.

Suhardi. 2013. *Sintaksis*. Yogyakarta: UNY Press.

Sulfiana, Irma, Cintya Nurika. 2019. Analisis Fungsi dan Bentuk Implikatur dalam Iklan Sprite: Kenyataan yang Menyegarkan di Televisi. *Hasta Wijaya*, 3 (2): 91-97.

Sutedi, Dedi. 2011. *Dasar-Dasar Linguistik Bahasa Jepang Nihongogaku no Kiso (Edisi Revisi)*. Bandung: Humaniora.

Tjandra, Shedly N. 2014. *Sintaksis Jepang*. Jakarta: Binus Media & Publishing.

Tokyo Metropolitan Government, Bureau of Social Welfare and Public Health. 2015. *Tasukeai no Shirushi Herupu Maaku*(on-line). <https://www.fukushihoken.metro.tokyo.lg.jp/helpmarkforcompany/about.html>, diakses 16 Maret 2022.

Tyasinestu, Fortunata. 2021. *Relasi Makna dan Perulangan dalam Lirik Lagu Anak Indonesia*. Prosiding Seminar Nasional Linguistik dan Sastra (SEMANTIKS). Surakarta.

Widyatama, Rendra. 2005. *Pengantar Periklanan*. Jakarta: Buana Pustaka Indonesia.

Wijana, I Dewa Putu. 1996. *Dasar-Dasar Pragmatik*. Yogyakarta: ANDI.

Yokoyama, Tomohiro. 2013. *Re-Evaluating The "Question" Marker Ka In Japanese*. Conference of The Canadian Linguistic Association. Kanada.

Yurnianti, Silvia, Ermanto, Zulfadhli. 2012. Gaya Bahasa Iklan Produk PT. Unilever Indonesia: Suatu Tinjauan Semantik Dan Pragmatik. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 1 (1): 42-50.