

Implikatur Percakapan pada Bahasa Iklan Produk Pasta Gigi Pepsodent di Kanal Youtube

Izabella Ramadhani Putri¹

¹FIB Universitas Udayana, Indonesia
koresponden: izabellaramadhani46@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bentuk atau jenis implikatur percakapan serta fungsi-fungsi yang terdapat pada tuturan dalam bahasa iklan pasta gigi Pepsodent di kanal Youtube. Bidang linguistik yang relevan dalam melakukan analisis pada penelitian implikatur percakapan ini adalah teori pragmatik. Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode simak yang dilanjutkan dengan teknik transkripsi. Sedangkan metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini ada 3 metode yaitu metode padan dengan teknik dasar yang digunakan dalam metode padan ini yaitu teknik pilah unsur penentu (PUP), kemudian metode agih dengan teknik dasar bagi unsur langsung (BUL), serta metode analisis deskriptif. Hasil pembahasan pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa tuturan yang mengandung bentuk implikatur percakapan umum dan bentuk implikatur percakapan khusus. Dan setiap tuturan memiliki 4 fungsi implikatur yang berupa fungsi representatif/Asertif, fungsi direktif, fungsi komisif, dan fungsi ekspresif.

Kata kunci: implikatur, pragmatik, fungsi implikatur, iklan pasta gigi Pepsodent

Conversational Implicatures in Advertising Language of Pepsodent Toothpaste Products on Youtube Channel

Abstract: *This research aims to describe the form or type of conversational implicatures and functions contained in speech in the language of Pepsodent toothpaste advertisements on YouTube channels. The field of linguistics that is relevant in carrying out analysis in conversational implicature research is pragmatic theory. This research is descriptive qualitative in nature. The data collection method used in this research is the listening method followed by transcription techniques. Meanwhile, there are 3 methods used to analyze data in this research, namely the matching method with the basic technique used in this matching method, namely the determining element sorting technique (PUP), then the collection method with the basic technique for direct elements (BUL), as well as the analysis method. descriptive. The results of the discussion in this research show that there are several utterances that contain general conversational implicatures and specific conversational implicatures. And every utterance has 4 implicature functions, namely representative/assertive function, directive function, commissive function and expressive function.*

Key words: implicature, pragmatics, implicature function, Pepsodent toothpaste advertisement

Pendahuluan

Tidak dapat dipungkiri bahwa setiap orang sangat membutuhkan bahasa agar mampu berkomunikasi dan berinteraksi bersama masyarakat di lingkungan sekitar maupun di dunia maya dengan mudah. Manusia merupakan makhluk sosial. Oleh karena itu, manusia tidak mungkin terlepas dari suatu bahasa karena bahasa merupakan media untuk manusia bisa bersosialisasi dengan satu sama lain. Seperti yang dikatakan oleh Chaer (2011) bahwa kata “komunikasi” mencakup makna mengerti, berbicara, mendengar, dan membalas tindakan. Berdasarkan pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa manusia selalu menggunakan bahasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Selain sebagai alat komunikasi, bahasa juga memiliki peran sebagai sarana penyampaian informasi. Bahasa merupakan sistem lambang bunyi yang dipergunakan oleh para anggota suatu masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi, dan mengidentifikasikan diri (Kridalaksana, 2008:24).

Secara umum bahasa dipergunakan dengan cara ditulis dan diucapkan. Dalam penulisan ataupun pengucapan, tidak jarang penutur mengungkapkan argumentasinya dengan tidak menyatakan maksud dari inti pembicaraannya secara langsung, tetapi bisa jadi terdapat makna yang tersirat atau tersembunyi di balik tuturannya. Misalnya, dalam



memahami sebuah pidato, mitra tutur tidak hanya bergantung pada kata-kata yang diucapkan pembicara atau penutur, tetapi mereka juga memperhatikan fenomena di sekitar mereka. Selain dalam berpidato, biasanya fungsi bahasa juga ditemukan dalam berbagai macam kegiatan, salah satunya adalah dalam kegiatan komersial khususnya, seperti mempromosikan barang dalam bentuk iklan produk atau usaha.

Menurut Monle Lee dan Carla Johnson (2007), dalam perkembangannya periklanan tidak lagi dipahami sebagai aktivitas persuasi yang hanya dilakukan melalui kegiatan membagikan pesan sederhana, tetapi juga memberikan bisa memberikan pesan dari produk yang diiklankan dan mampu dicerna dan diterima oleh akal sehat para audiens. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan citra dan identitas produk iklan tertentu. Menurut Saladdin (2002) Iklan atau periklanan adalah satu di antara alat promosi, biasanya digunakan untuk mengarahkan komunikasi persuasif pada pembeli sasaran dan masyarakat, yakni bentuk penyajian iklan ini bersifat *nonpersonal*. Sementara Nurhalizah (dalam Kriyanto: 2008) beranggapan bahwa Iklan adalah sebagai bentuk komunikasi nonpersonal yang menjual pesan-pesan persuasif dari sponsor yang jelas untuk memengaruhi pembeli produk dengan membayar sejumlah biaya untuk media. Dari dua pengertian tersebut dapat diartikan bahwa iklan juga sangat penting bagi keberlangsungan hidup manusia dalam mengetahui informasi-informasi produk yang harus mereka beli. Iklan diklasifikasikan sebagai bentuk komunikasi pemasaran dan juga difungsikan untuk menyampaikan sebuah informasi ataupun imbauan tertentu.

Pada zaman sekarang ini, banyak orang cenderung gemar menyaksikan televisi atau mendengarkan radio. Dalam kaitan ini, media elektronik dimanfaatkan untuk mengiklankan suatu produk dan hal itu merupakan solusi yang paling efektif dilakukan. Meski demikian, penggunaan bahasa dan pemilihan kata yang akan diujarkan dalam sebuah iklan tentu merupakan hal utama yang harus diperhatikan oleh dalam menayangkan iklannya. Salah satu bidang linguistik yang dapat diterapkan untuk mengkaji permasalahan bahasa adalah teori pragmatik. Leech (2011:8) yang merupakan seorang ahli bahasa yang memercayai bahwa pragmatik adalah studi tentang makna ujaran dalam situasi atau konteks tertentu.

Penelitian ini akan mengkaji implikatur percakapan yang terdapat pada bahasa iklan salah satu produk pasta gigi "*Pepsodent*" di media elektronik televisi. Kajian pragmatik khususnya implikatur dapat membantu mengungkap cara iklan menggunakan bahasa untuk memengaruhi penonton dalam menggugah keunggulan produk. Pragmatik sebagai cabang linguistik yang mempelajari penggunaan bahasa dalam konteks komunikatif sangat relevan untuk menganalisis iklan. Iklan pasta gigi *Pepsodent* sendiri merupakan iklan yang cukup populer sejak dahulu. Meski iklan tersebut sudah dikemas dengan sangat baik, tetapi dalam penelitian ini akan digali pengetahuan lebih dalam tentang bahasa iklan agar para pembaca juga bisa lebih memahami maksud tuturan bahasa iklan. Hal inilah yang juga membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang implikatur dengan mengangkat judul "Implikatur Percakapan pada Bahasa Iklan Pasta Gigi Pepsodent".

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Metode penelitian ini digunakan untuk memperoleh fakta atau fenomena yang terjadi khususnya pada makna percakapan atau dialog yang terjadi serta untuk mendeskripsikan bentuk, jenis, dan fungsi implikatur percakapan pada iklan

Pepsodent yang ada di kanal *Youtube* maupun di Televisi. Data dari penelitian ini berupa tuturan-tuturan singkat dari tokoh iklan pepsodent yaitu seperti narator, tokoh ibu, ayah, anak, dokter, dan lain-lain. Sumber data dari penelitian ini adalah Kumpulan beberapa video iklan pepsodent dengan durasi 30 detik di kanal *Youtube* milik Pepsodent.

Metode pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode Simak. Metode Simak dilakukan dengan cara menyimak objek penelitian. Dalam penelitian ini akan dilakukan penyimak terhadap video yang berisi percakapan antara seorang anak, ibu, dan ayah guna menemukan tuturan yang mengandung implikatur percakapan simak. Kemudian dilanjutkan dengan teknik transkripsi. Teknik transkripsi ini merupakan proses mengubah rekaman audio atau video menjadi teks tertulis. Sedangkan metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini ada 3 metode yaitu metode padan dengan teknik dasar yang digunakan dalam metode padan ini yaitu teknik pilah unsur penentu (PUP), kemudian metode agih dengan teknik dasar bagi unsur langsung (BUL), serta metode analisis deskriptif.

Hasil dan Pembahasan

1.1 Bentuk Implikatur Percakapan

Implikatur pada hakikatnya terbagi menjadi dua jenis yang terdiri dari implikatur percakapan dan implikatur konvensional. Namun pada penelitian ini hanya berfokus pada implikatur percakapan. Implikatur percakapan juga memiliki dua bentuk yaitu implikatur percakapan umum dan implikatur percakapan khusus. Implikatur percakapan umum ialah implikatur yang kehadirannya di dalam suatu percakapan tidak membutuhkan konteks khusus Grice (1975: 56). Sedangkan pengertian dari implikatur percakapan khusus sendiri ialah implikatur yang terdapat dalam percakapan dan memerlukan konteks khusus (1975:45). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut akan dibahas hasil yang telah ditemukan dalam analisis bentuk implikatur percakapan pada bahasa iklan pasta gigi Pepsodent di kanal *Youtube* sebagai berikut.

Data 1

Konteks	<i>Seorang ibu menghampiri anak perempuannya yang berdiri di depan cermin sembari menatap wajahnya yang tampak cantik dengan hiasan wisudanya.</i>
Percakapan	<i>Ibu : Bangganya yang mau wisuda senyum gigi ya Anak : Tapi gigi kuningku yang bikin nggak bangga Ibu : Pepsodent whitening aja, 100% hilangkan noda kuning untuk memutihkan gigi</i>

(*Youtube*. Tanya Pepsodent, 27 Sept 2023)

Tuturan anak yang mengatakan “*Tapi gigi kuningku yang bikin nggak bangga*” memiliki makna bahwa sang anak merasa tetap tidak percaya diri ketika sang ibu menyuruhnya senyum dengan menunjukkan gigi karena ia memiliki permasalahan pada giginya yaitu berwarna agak kekuningan. Percakapan pada data satu merupakan jenis tuturan dengan penanda bentuk implikatur percakapan umum, karena tanpa konteks khusus tuturan pada percakapan tersebut maksud tuturan sang anak pada ibunya sudah jelas maknanya yang menyatakan bahwa sang anak tidak percaya diri karena giginya.

Data 2

Konteks	<i>Ayah menghampiri arif (anaknya) yang masih SD sedang duduk menonton televisi di ruang tamu sembari menunggu adzan maghrib untuk buka puasa.</i>
Percakapan	<i>Papa: Arif, ayah bangga deh puasa pertama kamu bakal kuat sampe waktu buka Arif: alhamdulillah pa, tapi arif belum minum seharian, nafasku bau gak? Papa: kan udah sikat gigi pakai Pepsodent pas sahur</i>

(Youtube. Tanya Pepsodent, 23 Maret 2023)

Tuturan ayah (Papa) yang mengatakan “*Arif, ayah bangga deh puasa pertama kamu bakal kuat sampe waktu buka*” memiliki makna bahwa ayah memuji Arif yang berhasil berpuasa dan kuat menahan lapar seharian hingga waktu buka puasa di hari pertama. Dan tuturan Arif yang membalas tuturan pujian sang ayah “*alhamdulillah pa, tapi arif belum minum seharian, nafasku bau nggak?*” memiliki makna bahwa arif merasa bersyukur tetapi ia juga khawatir jika nafasnya akan bau sebab ia belum makan dan minum seharian.

Percakapan pada data dua merupakan jenis tuturan dengan penanda bentuk implikatur percakapan khusus, karena tuturan pada percakapan tersebut maksudnya tidak akan jelas jika tanpa konteks. Pada tuturan Arif “*alhamdulillah pa, tapi arif belum minum seharian, nafasku bau nggak?*” jawaban tersebut terdengar tidak nyambung dengan tuturan ayah “*Arif, ayah bangga deh puasa pertama kamu bakal kuat sampe waktu buka*”. Karena mulanya ayah memberi pujian kepada arif yang berhasil puasa full di hari pertama sedangkan Arif masih duduk di bangku sekolah dasar. Balasan tuturan Arif kepada ayah terdengar sedikit tidak nyambung karena tiba-tiba ia bertanya tentang nafasnya. Akan tetapi dalam konteks kejadian tersebut terjadi pada bulan puasa jadi kalimat tuturan tersebut terdengar jelas apabila semua orang mengetahui konteksnya.

Tuturan Arif yang mengatakan “*alhamdulillah pa, tapi arif belum minum seharian, nafasku bau nggak?*” memiliki makna bahwa Arif ingin memastikan dengan cara bertanya kepada ayahnya apakah nafas arif terasa bau karena ia sedang melaksanakan puasa di bulan ramadhan yang artinya belum ada makanan atau minuman yang masuk ke dalam mulut selama seharian penuh. Dan tuturan ayah yang menjawab pertanyaan Arif “*kan udah sikat gigi pakai Pepsodent pas sahur*” memiliki makna bahwa nafas Arif tidak akan bau sebab ia sudah menyikat giginya menggunakan pasta gigi Pepsodent Ketika sahur.

Percakapan pada data dua merupakan jenis tuturan dengan penanda bentuk implikatur percakapan khusus, karena tanpa konteks khusus tuturan pada percakapan tersebut maksud tuturan Arif dan ayah tidak akan jelas. Pada tuturan sang ayah (papa) “*kan udah sikat gigi pakai Pepsodent pas sahur*” jawaban tersebut terdengar tidak nyambung dengan pertanyaan arif “*alhamdulillah pa, tapi arif belum minum seharian, nafasku bau nggak?*”. Karena pada umumnya jika ada pertanyaan dari seseorang seharusnya bisa dijawab dengan kata “iya/tidak” sebagai pernyataan memvalidasi penanya. Akan tetapi karena dalam konteks keluarga Arif selalu menggunakan pasta gigi Pepsodent, dan Pepsodent merupakan produk pasta gigi terbaik sejak lama, secara tidak

langsung sang ayah menjawab tuturan pertanyaan Arif bahwa nafasnya tidak akan bau meski seharian karena ia menggunakan Pepsodent.

1.2 Fungsi Implikatur Percakapan

Selain bentuk implikatur percakapan, pada penelitian ini juga akan dibahas terkait fungsi-fungsi yang terdapat pada tiap-tiap tuturan di iklan pasta gigi Pepsodent. Setelah dilakukan analisis pada iklan Pepsodent di kanal youtube, maka dapat ditemukan bahwa ada 4 fungsi implikatur yaitu fungsi representatif, fungsi direktif, fungsi komisif, dan fungsi ekspresif. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, berikut analisis fungsi implikatur pada iklan pasta gigi Pepsodent.

Data 3

<i>Konteks</i>	<i>Ibu, ayah, dan anak sedang melakukan kegiatan rutin sebelum tidur yaitu menggosok gigi di kamar mandi</i>
<i>Percakapan</i>	<i>Ayah : waktunya Pepsodent Anak : ngga ah ngantuk (Ibu datang menghampiri lalu menghubungi dokter melalui scan QR phone) Dokter : hai zi..yap, Pepsodent baru perbaiki lubang kecil tak kasat mata 10 kali lebih kuat cegah gigi berlubang.</i>

(Youtube. Tanya Pepsodent, 2 Sept 2022)

Berdasarkan penggalan kalimat tersebut di atas, kata “*hai zi..yap, Pepsodent baru perbaiki lubang kecil tak kasat mata 10 kali lebih kuat cegah gigi berlubang.*”

termasuk dalam fungsi implikatur representatif/asertif karena termasuk dalam kalimat yang mengandung pernyataan dan pendeskripsian. Arti dari kata yang dikutip, sang dokter menyatakan dengan jelas bahwa pasta gigi Pepsodent bisa membantu permasalahan gigi berlubang 10 kali lebih kuat yang berarti benar-benar ampuh. Secara tidak langsung tuturan tersebut mempromosikan pasta gigi Pepsodent kepada penonton dengan cara mendeskripsikan atau memberi penjelasan tentang keunggulan Pepsodent dalam mengatasi permasalahan gigi berlubang meski pernyataan tersebut tidak dilontarkan secara langsung.

Data 4

<i>Konteks</i>	<i>Ayah mengajak sang anak yang sedang menonton televisi untuk menggosok gigi dengan pasta gigi Pepsodent karena hari sudah malam.</i>
<i>Percakapan</i>	<i>Ayah : waktunya Pepsodent Anak : nggak ah ngantuk</i>

(Youtube. Tanya Pepsodent, 1 Sept 2023)

Berdasarkan penggalan kalimat tersebut di atas, kata “*nggak ah ngantuk.*” termasuk dalam fungsi implikatur komisif karena termasuk dalam penolakan. Arti dari kata yang dikutip yaitu sang anak menolak ajakan ayah untuk menyikat gigi karena sudah mengantuk sehingga ia merasa malas untuk sikat gigi. Dan dalam tuturan ayah “Waktunya Pepsodent” Secara tidak langsung tuturan tersebut mempromosikan pasta gigi Pepsodent kepada penonton dengan cara langsung menyebutkan merek produk yang mengandung fungsi implikatur komisif karena tuturan tersebut termasuk dalam kalimat

penutur yang menawarkan/mengajak mitra tutur untuk melakukan keinginan penutur (Ayah).

Data 5

- Konteks* Ibu (P1) sedang bernyanyi bersama sang anak perempuannya (P2) di depan wastafel kamar mandi, tiba-tiba ayah (P3) menghampiri.
- Percakapan* “aku,, gigi,,” (Ibu bernyanyi)
Anak : **coba tebak lagu baru mama !**
Ayah : (dengan ekspresi bertanya-tanya usai diberikan pasta gigi oleh ibu) **“Pepsodent?”**
Ibu : “ stttt” (Sambil meletakkan jari telunjuknya di depan bibir)

(Youtube. Tanya Pepsodent, 29 Agst 2023)

Berdasarkan penggalan kalimat tersebut di atas, tuturan “Coba tebak lagu mama!” merupakan fungsi direktif pada implikatur percakapan karena penutur (P1) melakukan sebuah perintah terhadap mitra tutur (P2). Dan respon jawaban P2 yaitu tuturan “Pepsodent?” juga merupakan fungsi direktif karena merupakan sebuah pertanyaan. Pertanyaan yang dituturkan oleh P2 merupakan bentuk jawaban yang masih belum valid karena merasa ragu.

Data 6

- Konteks* Seorang anak perempuan (P1) sedang bersantai sambil memakan snack dengan sang ibu (P2), lalu ia mengungkapkan bahwa ia menyukain strawberry
- Percakapan* Anak : **aku suka banget strawberry**
Ibu : Pepsodent kids rasa strawberry yang kamu suka
Anak : **yeyy**

(Youtube. Tanya Pepsodent, 31 Juli 2023)

Berdasarkan penggalan kalimat tersebut di atas, kata “aku suka banget strawberry” tuturan tersebut termasuk dalam fungsi implikatur ekspresif karena sang anak mengungkapkan perasaan emosionalnya yang begitu menyukai rasa strawberry. Begitu juga dengan kata “yey” yang dikatakan oleh anak yang berarti sang anak menunjukkan rasa kegembiraannya karena sang ibu menyediakan pasta gigi Pepsodent rasa stroberi. Secara tidak langsung tuturan tersebut juga bermaksud memberi informasi kepada penonton agar tertarik menggunakan Pepsodent. Percakapan ibu dan anak menyatakan bahwa pasta gigi Pepsodent menyediakan varian rasa baru yaitu strawberry untuk anak-anak.

Data 7

- Konteks* Kakek (P3) hendak melakukan pemeriksaan gigi di ruang dokter. Kemudian perawat (P2) yang berdiri di depan ruangan dokter mengetahui gerak-gerik kakek yang menandakan ingin masuk dan mengizinkan kakek untuk masuk

Percakapan Perawat: **“Silahkan masuk..”**
Beberapa menit kemudian
Dokter: **“bagus giginya pak”**
Kakek: **“kan dari dulu pakai Pepsodent”**

(Youtube. Tanya Pepsodent, 12 Mei 2018)

Analisis tuturan percakapan di atas adalah, tuturan *“Silahkan masuk”* yang dituturkan perawat termasuk dalam fungsi deklaratif pada implikatur percakapan karena tuturan tersebut menunjukkan bahwa P1 mengizinkan P3 untuk masuk ke ruangan pemeriksaan. Kemudian tuturan dokter (P2) yaitu *“bagus giginya pak”* juga merupakan fungsi deklaratif karena merupakan pernyataan dari seorang yang memiliki status sebagai dokter yang ditujukan untuk penyampaian atau memvonis bahwa keadaan gigi kakek saat ini dalam keadaan baik.

SIMPULAN

Hasil penelitian pada kajian implikatur percakapan ini telah dijelaskan makna dari tuturan-tuturan yang terdapat pada percakapan iklan pasta gigi Pepsodent. Dan ditemukan bahwa pada data 1 mengandung bentuk implikatur percakapan umum, dan pada data 2 mengandung implikatur percakapan khusus. Kemudian selain bentuk implikatur juga ditemukan beberapa fungsi implikatur yaitu pada data 3 merupakan fungsi representative/asertif, pada data 4 berupa fungsi komisif, data 5 menunjukkan fungsi direktif, dan pada data 6 menunjukkan fungsi ekspresif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifianti, I. (2008). Jenis Tuturan, Implikatur, dan Kesantunan dalam Wacana Rubrik Konsultasi Seks dan Kejiwaan pada Tabloid Nyata Edisi Maret s.d. Agustus 2006. Tesis. Universitas Negeri Semarang.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Alwi, H. 2003. *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Anggraeni, Titin. 2019. Penggunaan Implikatur Dalam Percakapan Novel Dilan: Dia Dilanku Tahun 1990 Karya Pidi Baiq. Tesis. Surakarta : Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Chaer, Abdul dan Agustina, Leonie. 2011. *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Gramedia Blog, *Mengenal Pendiri Youtube, Platform Berbagi Video Terbesar di Dunia*. (online). <https://www.gramedia.com/literasi/pendiri-youtube/>
- Grice, H. P. 1975. *Logic and Conversation. Syntax and Semantics*. Academic Press.
- Hariyo, Agung. 2014. “Implikatur Percakapan Dalam Iklan Produk Obat dig Televisi”. Skripsi. Yogyakarta
- Horn, L. R. 2012. *Implying and Inferring*. Cambridge University Press.
- Julianti, Sri. 2021. Implikatur Percakapan Pada Acara Podcast Di Kanal Youtube Deddy Corbuzier: Tinjauan Pragmatik. Skripsi. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Kridalaksana, Harimukti. 2008. *Kamus Linguistik: Edisi Keempat*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama Jakarta.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kusumaningsari, Ratih. 2013. Implikatur dalam Kartun Editorial "Kabar Bang

- One" di TV One (Ancangan Pragmatik dan Semiotik). Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Leech, Geoffrey. 2011. *Prinsip-Prinsip Pragmatik*. Penejemah: Oka, M.D.D. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press).
- Mayasari, Yulianti, Yuyun. 2016. Implikatur Percakapan dan Konvensional dalam Iklan Kartu Perdana di Televisi. Karawang.
- Marni, Silvia. Adrias. Tiawati, Lina. 2021. *Buku Ajar Pragmatik (Kajian Teoretis dan Praktik)*. Purbalingga : Eureka Media Aksara
- Monle Lee & Carla Jonson. *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta : Kencana Prenada Media Grup. 2007
- Mulyana. 2001. Implikatur dalam Kajian Pragmatik. 8 (19): 56-59. Diksi.
- Nilawati. 2020. Implikatur Pada Unggahan Endorsement Produk Kecantikan di Instagram (Kajian Pragmatik). Skripsi. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nugraheni, Yunita. 2010. Analisis Implikatur Pada Naskah Film Harry Potter and The Goblet Of Fire. Semarang: Fakultas Bahasa dan Budaya Asing. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Pratama, H., Nurkamto, J., Rustono, R. & Marmanto, S. 2017. Second Language Learners' Comprehension of Conversational Implicatures in English. 3L: The Southeast Asian Journal of English Language Studies. Vol. 23(3).
- Rahardi, Kunjana. 2005. *Pragmatik: Kesantunan Imperatif Bahasa Indonesia*. Semarang : Percetakan Erlangga.
- Rahayu, Riski. 2018. Implikatur Konvensional dalam Acara Stand Up Comedy Indonesia Season 7 di Stasiun Kompas TV. Tesis. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rustono. 1999. *Pokok-Pokok Pragmatik*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Saladin, Djaslim. Oesman, Yevis. 2002. *Intisari Pemasaran dan Unsur Pemasaran*. Bandung : Penerbit Lindakarya.
- Saladin, Djaslim. 2005. *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*. Bandung: Agung Ilmu.
- Sastronesia.id. 2021. Implikatur Dalam Pragmatik. (Online). <https://sastronesia.id/implikatur-dalam-kajian-pragmatik/>
- Sudaryanto. 1993. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Data*. Yogyakarta : Dutua Wacana University Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartono. 2020. *Pragmatik konteks Indonesia*. Gresik : Penerbit Graniti
- Suryanti. 2020. *Pragmatik*. Klaten : Penerbit Lakaesha.
- Syarifuddin. 2022. *Bahasa Wiraniaga (Prespektif Pragmatik)*. Jakarta : Penerbit Tahta Media Group
- Vivanco, Veronika. 2006. "Implicature and Explikatures in English and Spanish Commercial Messages: Pragmatic Level Versus Semantic Level." Gema Online of Jurnal Language Studies. Volume 6(2). Hlm. 31-47.
- Wikipedia. *Pepsodent*, (online), <https://id.wikipedia.org/wiki/Pepsodent>
- Wiryotinoyo, M. 2010. Implikatur Percakapan Anak Usia Sekolah Dasar. Malang: IKIP Malang. Volume 15 (1).
- Yule, George. 2014. *Pragmatik*. Yogyakarta, Pustaka Pelajar

Yuliantoro, Agus. 2020. *Analisis Pragmatik*. Surakarta : UNS Press

Yunansyah, Arga. 2016. *Bentuk Tuturan dan Implikatur Dalam Wacana Kartun Editorial Kolom Clekit di Koran Jawa Pos*. Yogyakarta.