

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, P.J.R. ,dkk. (2021). Bahasa Persuasif Pada Iklan Kosmetik Di Televisi. *Jurnal Bahasa dan Sastra* ,8(1) : 51-53.
- Batu, L.G.K. (2019). Persuasif Iklan Kecantikan Wardah Pada Media Cetak Dan Media Televisi. *Jurnal Kajian Bahasa,Sastra Indonesia dan Pembelajaran*, 3(2) : 196.
- Cahyani, N.I. (2018). Daya dan Teknik Persuasif DataIklan Permen Pada Channel Iklanesia di Youtube Periode Januari Sampai April 2017. *Skripsi*. Purwokerto : Universitas Muhammadiyah Purwokerto
- Daud Wennita,dkk .(2018).Analisis DataTradisi Upacara Ladung Bio'suku Dayak Kenyah Lepo'Tau Di Desa Nawang Baru Kecamatan Kayan Hulu Kabupaten Malinau : Kajian Folklot. *Jurnal Ilmu Budaya*, 2(2) : 170.
- Darmawan, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Erviani Olivia. (2017). Teknik Komunikasi Persuasif Dinas Pariwisata Kota Samarinda Dalam Meningkatkan Kualitas Daya Tarik Wisata Kota Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 5(3) : 238.
- Herminingsih ,dkk. (2022). Pengaruh Youtube Sebagai Media Pembelajaran Dalam Perkembangan Kognitif Afektif Dan Psikomotor Siswa. *Prosiding Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society 5.0*, 1(1): 81.
- Ibrahim. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Ismayani, A. (2019). *Metodologi Penelitian*. Banda Aceh: Syiah Kula University Press. <https://webadmin-ipusnas.perpusnas.go.id/ipusnas/publications/books/163291>
- Keraf, G. (2007). *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyanto, R. (2013). *Manajemen Periklanan : Teori dan Praktek*. Malang: Universitas Brawijaya Press. <https://webadmin-ipusnas.perpusnas.go.id/ipusnas/publications/books/31412>
- Kulup, I. L. , Nursafitri Anisa. (2020). Teknik Persuasif pada Paidpromote Produk di Instagram Fanbase K- Pop Indonesia . *Jurnal Ilmiah Fonema* ,3(2) : 143 – 144.
- Mahsun. (2012). *Metode Penelitian Bahasa : tahapan,strategi,metode dan teknikny* *Edisi Revisi*. Jakarta: RT.Raja Garafindo Persida.
- Muhammad. (2014). *Metode Penelitian Bahasa*. Jogjakarta: Ar - Ruzz Media. <https://webadmin-ipusnas.perpusnas.go.id/ipusnas/publications/books/64695>

- Narbuko, Cholid dan Achmadi, Abu. (2005). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Nurfebiaraning, S. (2017). *Manajemen Periklanan*. Yogyakarta: Deepublish.
<https://webadmin-ipusnas.perpusnas.go.id/ipusnas/publications/books/109118>
- Pratiwi, S.I, dan Suroso, Eko. (2020). Jenis -jenis Praanggapan pada Vlog "Atta Halilintar" di Youtube Unggahan Maret 2020. *Jurnal Bahasa & Sastra Indonesia*, 2(1) : 66-67.
- Prastowo, A. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jogjakarta: Ar- Ruzz Media.
- Paridawati Ita, dkk. (2021). Persepsi Orangtua Terhadap Penggunaan *Smartphone* pada Anak Usia Dini di Desa Indrasakti Kecamatan Tapung Kabupaten Kampar. *Journal On Teacher Education*, 2(2) : 30 – 31.
- Sardiman, dkk. (2008). *Khazanah Ilmu Pengetahuan Sosial 1 untuk Kelas VII SMP dan MTS*. Solo: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.
- Sari Yuli, Samaya Deni. (2021). Analisis Wacana Persuasif Iklan Produk Kecantikan Pada *Media Online Tribun Sumsel* dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Didactique Bahasa Indonesia*, 2(2) : 61.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Jogjakarta: Sananta Dharma University Press.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Susanti Yudhitia, dkk. (2021). Gaya Bahasa Dan Teknik Persuasif Pada Iklan Pasta Gigi di Youtube Tahun 2022. *Jurnal Kanasari*, 6(2) : 95.
- Susanto, A. G., Ridwan Agus. (2021). Kajian Metonimia Pada Iklan Fanta. *E- Journal Identitaet*, 12(2) : 2-3.