

## DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. 2017. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Darmawanti, Sri. AA. 2019. *Analisis Kalimat Imperatif dalam Video Tutorial Skincare Clarin Hayes di Youtube dan Relevansinya pada pembelajaran Teks Prosedur di SMA*. Artikel E-Journal. Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia. Universitas Pendidikan Ganesha. (diakses pada tanggal 25 februari 2022)
- Haryatmoko. 2019. *Critical Discourse Analysis (Analisis Wacana Kritis) Landasan Teori, Metodologi, Dan Penerapan*. Depok: PT RajaGarfindo Persada.
- Indrawati, NFN. 2019. "Analisis Elaboration Likelihood Model Dalam Kalimat Persuasi Kampanye Presiden 2019 Di Facebook." *UNDAS: Jurnal Hasil Penelitian Bahasa Dan Sastra* 15(2):175. doi: 10.26499/und.v15i2.1741.
- Kemendikbud. 2017. *Bahasa Indonesia Kelas VIII*. Jakarta.
- Kemendikbud. 2019. Wacana dalam masyarakat: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Kotler. P. Amstrong. G. 2018. *Principle of marketing (17<sup>th</sup>)*. United Kingdom: Pearson Educational Limitid.
- Kompas. 2022. Facebook Instagram dan Youtube: <https://tekno.kompas.com/read/2018/11/06/09020007/tiktok->

[sudah-lampau- facebook-instagram-dan-youtube](#) (diakses pada tanggal 27 Oktober 2022, pukul 23.15).

Kosasih, E. 2017. *Bahasa Indonesia Kelas VIII*. Jakarta: Pusat Kurikulum dan Perbukuan, Balitbang, Kemdikbud.

Kosasih, E., and Endang Kurniawan. 2020. *Jenis-Jenis Teks Fungsi, Struktur, Dan Kaidah Kebahasaan*. Bandung: Penerbit Yrama Widya.

Lipschultz, H.J. 2018. *Social Media Communication (2<sup>nd</sup> ed)*. New York:

Routledge. Tersedia pada

<https://www.ebooks.com/en-us/book/95800336/social-media-communication/jeremy-harris-lipschultz/>

Mahsun. 2017. *Metode Penelitian Bahasa Tahapan, Strategi, Metode, Dan Tahapannya*. Jakarta: Rajawali Pers.

Nina. Ratnasari, Ana. Fakherunisa 2021. *Analisis Kalimat Persuasif pada Iklan Penerimaan Mahasiswa Baru di STKIP Muhammadiyah Bogor untuk Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa 2020/2021 pada Masa Pandemi COVID-19*. STKIP Muhammadiyah Bogor. Jurnal Ilmiah *Hospitality*. Volume 10, No. 1 Juni 2021.

Nugroho Aji, Wisnu. 2021. *Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*. Artikel E-Journal. Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. Universitas Widya Dharma Klaten, Volume 5, No.3.

Paramita, Eka Putri. 2022. *Analisis Kalimat Persuasif dalam Strategi*

*Komunikasi Penjualan Onlinen di Media Sosial Instagram (IG).*  
Artikel *E-Journal*. Universitas Mataram. Volume. 7, No. 1.  
<https://journal.ummat.ac.id/index.php/telaah/article/view/6939>.  
(diakses pada tanggal 25 maret 2022)

Pertiwi, Dian. 2019. *Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Jumlah Debitur di PT. BNI Persero TBK Kantor Cabang Padang.*  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.  
Universitas Riau. Jurnal FISIP Vol. 6 Edisi 1 Januari.

Reza, Faisal. 2016. *Strategi Promosi Penjualan Online Lazada.Co.Id.*  
Artikel E- Journal Kajian Komunikasi. Volum 4, No.1. PT Bank  
Mandiri (Persero) Tbk. Tersedia pada  
<http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/6179>

Statistika. 2022. Number of monthly unique tiktok users:  
<https://www.statista.com/statistics/1299807/number-of-monthly-unique-tiktok-users/> (diakses pada tanggal 27 Oktober 2022, pukul 23.34).

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D.*  
Bandung: ALFABETA CV.

Setyawati, Nanik. 2021. *Struktur Kebahasaan Iklan Layanan Masyarakat.*  
Universitas PGRI Semarang.  
<https://proceeding.unikal.ac.id/index.php/pibsi40/article/view/119>

Sumirat & Suryana, Soleh & Asep. 2014. *Komunikasi Persuasif.* Banten:  
Universitas Terbuka

Tempo. 2022. TikTok sediakan Platform untuk promosi Bisnis:

<https://tekno.tempo.co/read/1358615/tiktok-sediakan-platform-untuk-promosi-bisnis> (diakses pada tanggal 27 Oktober 2022, pukul 23.04).

Okezone.com. 2020. Jumlah Unduhan tiktok kalah facebook dan

instagram: <https://techno.okezone.com/read/2020/01/16/207/2153835/jumlah-unduh-tiktok-kalahkan-facebook-dan-instagram> (dikutip pada tanggal 27 Oktober 2022, pukul 22.57).

Wahyuningsih, and Hindun. 2022. "Penggunaan Media Iklan Youtube Kemenkes Dalam Persuasi." *Tabasa: Jurnal Bahasa Sastra Indonesia Dan Pengajarannya* 3(1):84–94.

Yoniantini, D.M. 2022. *Kalimat Persuasif dalam Komunikasi di Media Sosial Instagram*. Artikel *E-Journal*. Universitas Mataram. Tersedia pada <https://scholar.google.com/citations?user=CMMCjDkAAAAJ&hl=id>

Zaenal, Arifin. E. 2017. *Perkembangan Teori dan Teknik Analisis Wacana: Dari Teori Konvensional ke Teori Moderen*. Universitas Indraprasta PGRI. *Jurnal Pujangga* Volum. 3 No. 1 Juni.