

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfonso, M. N. 2021. Keambiguitasan Iklan Komersial Media Cetak *Balipost* dan Relevansinya terhadap Pembelajaran Teks Iklan di SMP. (*Doctoral dissertation*, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Agustin, R. J. P., & Astuti, C. W. 2021. Bahasa Persuasif pada Iklan Kosmetik di Televisi. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 8(1).  
<https://jurnal.stkipgriponorogo.ac.id/index.php/JBS/article/view/83/89>
- Ardiyanti, D., Rosalina, S., & Triyadi, S. 2022. Analisis Tindak Tutur Perlokusi dalam Iklan Tokopedia x BTS dan Relevansinya sebagai Bahan Ajar Materi Teks Iklan, Slogan, dan Poster di Sekolah Menengah Pertama. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa, dan Sastra*, 8(2), 866-877.
- Angin, T. B. B., & Syahrul, R. (2015). Pengembangan Modul Berbasis Pendekatan Konstektual pada Materi Menulis Iklan di Kelas VIII SMP 2 Padangsidempuan Sumatera Utara. *Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajaran*, 3(1). <https://ejournal.unp.ac.id/index.php/bsp/article/view/4908>
- Damayanti, A. D., Jannah, A. N., & Agustin, N. (2023). Implementasi Kurikulum Merdeka dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP Muhammadiyah 19 Sawangan. *Prosiding Samasta*.  
<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/SAMASTA/article/view/41-48>
- Dewi, N. P. S. S., & Wisudariani, N. M. R. 2022. Relevansi *Selebgram endorsement caption* sebagai Bahan Ajar dalam Pembelajaran Teks Iklan di SMP. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha*, 12(2), 145-154.
- Deri Wan Minto, D., & Rica Azwar, R. (2021). Penggunaan Kata Ganti terhadap Keberpilihan Penutur dalam Acara Mata Najwa di Trans7 Tentang UU Omnibus Law Cipta Kerja. *JURNALBASICEDU*, 5(06), 5352-5362.  
<http://repositori.unusubar.ac.id/9/>
- Hardilawati, Wan Laura. 2019. *Endorsement Media Pemasaran Masa Kini*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam*, 7(1), 88-98.  
<http://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/jim/article/view/920>

- Hartati, A. 2020. *Endorsement* sebagai Strategi Pemasaran Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus di Hayu Olshop Metro). (*Doctoral dissertation*, IAIN Metro).
- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. 2017. *Self-branding, 'micro-celebrity' and The Rise of Social Media Influencers*. *Celebrity Studies*, 8(2), 191-208.
- Kosasih. 2017. *Buku Teks Bahasa Indonesia SMP/MTS Kelas VIII*. Jakarta:Kemendikbud.
- Kosasih, Engkos. 2018. *Jenis-Jenis Teks dalam Mata Pelajaran Bahasa Indonesia SMP*. Jakarta: Erlangga.
- Morrison. 2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Najmatullail, R. 2021. Analisis Genre dan Register dalam Unggahan Instagram (Foto dan Takarir) Ridwan Kamil.
- Nainggolan, V. Y. B., Yakob, M., & Nucifera, P. 2020. Penggunaan Bahasa Persuasif dalam Iklan Niaga Bergambar pada Surat Kabar Serambi Indonesia Tahun 2019. *Jurnal Samudra Bahasa*, 3(2), 26-40. <https://ejurnalunsam.id/index.php/JSB/article/view/2501>
- Rastika, I. 2017. Menguak Layar Bisnis *Selebgram*. Kompas. <https://vik.kompas.com/selebgram/>
- Sari, V. P. 2021. Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Animaker dalam Pembelajaran Daring sebagai Sumber Belajar pada Teks Iklan, Slogan, atau Poster pada Siswa SMP Kelas VIII.
- Setyawati, N. (2018). Struktur Kebahasaan Teks Iklan Layanan Masyarakat. dalam Pertemuan Ilmiah Bahasa dan Sastra Indonesia (PIBSI). <https://proceeding.unikal.ac.id/index.php/pibsi40/article/view/119>
- Syafriani, S., Agustina, A., & Ngusman, N. (2018). Karakteristik Adjektiva dalam Iklan Majalah Gogirl!. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 5(2), 13-27. <https://ejournal.unp.ac.id/index.php/ibs/article/view/9584>
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono, 2022. *Metode Penelitian Kaulitatif*. Bandung: ALFABETA

Wendra, IWayan. 2019. *Penulisan Karya Ilmiah (Penulisan Proposal Penelitian, Skripsi, dan Artikel)*. Singaraja: Universitas Pendidikan Ganesha.

Wicaksono, M. S., & Yunitasari, D. 2018. Efektivitas *Endorser* dalam Promosi Pariwisata Indonesia. *Jurnal Gama Societa*, 1(1), 1-8.

