

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa, -, R. R., & Nurul Chamidah. (2022). Pengaruh Word of Mouth Mengenai Live Streaming Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(2), 131–143. <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i2.230>
- Bikalawan, A. A., & Savitri, A. D. (2022). Teknik dan Gaya Bahasa Persuasif pada Iklan Akun Instagram Merek Lokal Minuman Menantea. *Bapala*, 9(4), 68–78.
- Bukit, E. F., Femmy, F., & Mayangsari, F. D. (2023). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Skintific. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 22(2), 323–332. <https://doi.org/10.32509/wacana.v22i2.3361>
- Darmawan, A. (2021). Analisis Bahasa Persuasi Dalam Iklan Layanan Masyarakat Tentang Covid-19. *Jurnal Skripta*, 7(2), 52–59. <https://doi.org/10.31316/skripta.v7i2.1902>
- Dawis, A. M., Meylani, Y., Heryana, N., Alfathoni, M. A. M., Sriwahyuni, E., Ristiyana, R., Januarsi, Y., Wiratmo, P. A., Dasman, S., Mulyani, S., Agit, A., Shoffa, S., & Baali, Y. (2023). *Pengantar Metodologi Penelitian*.
- Erfiati, R. D., & Helfi, Y. (2023). Analisis Pemasaran Digital: Strategi Konten Live Streaming Tiktok Untuk Memasarkan Produk Affiliate. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(4), 3400–3412.
- Fatimah, S., Hsb, H., Trinawati Sinaga, R., Carobelli, C., Aulia, M., Sinaga, P., Siregar, M. W., Bahasa, F., Seni, D., & Info, A. (2024). *Pemilihan Kata yang Menarik dan Unik pada Iklan Aplikasi Shoppe: Analisis Wacana Teks Persuasif*. 2893–2909. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Fitria, G. D. A., & Dr. Yuniseffendri, M. P. (2021). *Retorika Persuasif dalam Caption Postingan Akun Instagram Resmi Presiden Joko Widodo*. 8, 175–186. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/41404>
- Joy, M., Simanjuntak¹, S., Ritonga², P. L., Manurung³, S. V., Siregar⁴, M. W., Bahasa, P., Indonesia, S., Bahasa, F., & Seni, D. (2024). Penggunaan Bahasa Persuasif Beauty Influencer Pada Iklan Endorsement Kosmetik Di Tiktok
Beauty Influencer's Use of Persuasive Language in Cosmetic Endorsement

- Advertisements on Tiktok. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1(3). <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn>
- Juliana, H. (2023). Pengaruh Siaran Langsung Dan Manfaat Yang Dirasakan Terhadap Niat Beli Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Aplikasi Tiktok Shop. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(6), 1517–1538. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i6.754>
- Kridalaksana, Harimurti. 2008. Kamus Linguistik Edisi Keempat. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Luisa, A., Rangkuty, A. N. O., Zira, K., & Siregar, M. W. (2024). Analisis Wacana Persuasif Iklan Produk Kecantikan Lipstik pada Media Youtube Edisi Produk Best Seller. *Argopuro: Jurnal Multidisiplin Ilmu Bahasa*, 2(1), 71–80.
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Yogyakarta Press*. http://www.academia.edu/download/35360663/Metode_Penelitian_Kualitaif.docx
- Rahmahwati, N. Z., Yundiani, S., Putri, Z. A., Islam, U., Syarif, N., & Bahasa, G. (2025). *Gaya Bahasa dan Pemilihan Kata pada Podcast Rintik Sedu Episode "Kita Yang Terlupa."* 5941(1), 209–222.
- Ramadhan, F., & Nugraheni, L. (2022). Analisis Penggunaan Wacana Persuasif dalam Video Tiktok untuk Promosi Produk pada Akun@ dinprasetyo. id. *Seminar Nasional Peran Bahasa Dan Sastra Indonesia Dalam Industri Kreatif Era 5.0*, 1(1), 7–14.
- Salsabila, B. E. dan S. (2024). *Analisis Wacana Persuasif dalam Iklan di Instagram Sampang Water Park*. 10, 275–286.
- Santi, Meitha Sandra. 2019. Mengembangkan Wacana. DIY: Intan Pariwara PT.
- Sari, Y., & Samaya, D. (2021). Analisis Wacana Persuasif Iklan Produk Kecantikan Pada Media Online Tribun Sumsel dan Implikasinya terhadap Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Didactique Bahasa Indonesia*, 2(2), 59. <https://doi.org/10.52333/didactique.v2i2.873>
- Setyaningtyas, Y. W., Wijayanto, W., & Uripi, C. R. (2024). Pengaruh Iklan, Sistem COD, Promo Gratis Ongkir, dan Influencer Terhadap Keputusan

- Pembelian Produk Skintific di Shopee (Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto). *Seminar Nasional LPPM UMMAT*, 3, 131–144.
- Sulistriyani, S., & Kuntoro, K. (2021). Analisis Wacana Persuasif untuk Memotivasi Diri dalam Poster Covid-19 Pembelajaran Daring Siswa Kelas 6 Al Mujib SD Al Irsyad Al Islamiyyah 02 Purwokerto. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, 7(1), 83. <https://doi.org/10.30595/mtf.v7i1.9744>
- Syamsiyah, N., & Rosita, F. Y. (2020). Gaya Bahasa dalam Kumpulan Puisi “Dear You” Karya Moammar Emka. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v3i1.27>
- Tarigan, Henry Guntur. 2009. Pengajaran Gaya Bahasa. Bandung: Penerbit ANGKASA.
- Tarigan, Henry Guntur. 2021. Pengajaran Wacana. Bandung: Penerbit ANGKASA.
- Zukhruf, M., Al Ayubi, F., & Sulistyowati, H. (2023). Kemenarikan Pemilihan Kata pada Iklan Online Shop Aplikasi Shopee Analisis Wacana Persuasi. *Journal on Education*, 05(04), 17104–17114.