

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Harif Siswanto, H. (2021) *Buku Ajar Periklanan*. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Sahid Jakarta.
- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Adhy, K. E. A. S. . (2024). Ragam Bahasa Persuasif dalam Iklan Niaga di Facebook. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 10246-10251. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i9.5740>
- Aisyah, S., Ali, Y., Sudarso, A., Sovianti, R., Febrianty, F., Sitanggang, A. O, & Rosita, Y. D. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yayasan Kita Menulis.
- Al Ayubi, M. Z. F., & Sulistyowati, H. (2023). Kemenarikan Pemilihan Kata Pada Iklan Online Shop Aplikasi Shopee Analisis Wacana Persuasi. *Journal on Education*, 5(4), 17104-17114.
- Amalia, N. A., & Wahyudi, A. B. (2018). *Struktur dan Satuan Pengisi Teks Iklan di Situs Online Serta Implikasinya dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Angin, T. B. B., & Syahrul, R. (2015). Pengembangan Modul Berbasis Pendekatan Konstektual Pada Materi Menulis Iklan Di Kelas VIII SMP 2 Padangsidempuan Sumatera Utara. *Bahasa, Sastra, dan Pembelajaran*, 3(1).
- 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.
- Asfar, I. T., & Taufan, I. (2019). Analisis Naratif, Analisis Konten, dan Analisis Semiotik (Penelitian kualitatif). *no. January*, 1-13.
- Asropah, A., Septiana, I., Muhajir, M., & Ripai, A. (2022). Peningkatan Kemampuan Menulis Artikel Ilmiah Populer Bagi Guru. *Kumawula J. Pengabd. Kpd. Masy*, 5(1), 156-163.
- Baiti, H. U. N., & Yanti, F. (2021). Relevansi Iklan Shopee COD: Sebuah Kajian Pragmatik. *Tabasa: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, Dan Pengajarannya*, 2(1), 49-72.
- Barlian, E. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif & kuantitatif*. Sukabina Press.

- Cahyadi, R. A. H. (2019). Pengembangan Bahan Ajar Berbasis ADDIE Model. *Halaga: Islamic Education Journal*, 3(1), 35-42.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Chaer, A. (2012). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Charlina, C., Septyanti, E., Mustika, T. P., & Rahmi, A. (2022). Electronic Module as Learning Needs to Write Exposition Texts for Junior High School Students. *Journal of Education and Learning (EduLearn)*, 16(2), 219-225.
- Christandian, P. T. A., Simpen, I. W., & Putra, A. A. P. (2020). Analisis Wacana Iklan Minuman pada Media Internet. *Linguistika: Buletin Ilmiah Program Magister Linguistik Universitas Udayana*, 27(2).
- Daryanto, A. D., & Dwicahyono, A. (2014). *Pengembangan perangkat Pembelajaran (silabus, RPP, PHB, bahan ajar)*. Yogyakarta: Gava Media.
- Destyana, N. P., & Premananto, G. C. (2021). Pengaruh Influencer Type dan Disclosure of Sponsorship Pada Konten Bersponsor di Instagram. *PERWIRA-Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, 4(2), 75-89.
- Dewi, N. P. S. S., & Wisudariani, N. M. R. (2022). Relevansi Caption Endorsement Selebgram Sebagai Bahan Ajar Dalam Pembelajaran Teks Iklan Di SMP. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Undiksha*, 12(2), 145-154.
- Djajasudarma, F. (2010). *Wacana: Pemahaman dan Hubungan Antarunsur (Ketiga)*. Bandung: Refika Aditama.
- Effendy, O. U. (2015). *Dinamika Komunikasi*. Bandung Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: PT. LKiS Pelangi Aksara.
- Ermawati, N. D. (2013). *Analisis Alih Kode Dan Campur Kode Pada Lirik Boy Dan Girl Band* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Purwokerto).
- Fadilla, A. R., & Wulandari, P. A. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(3), 34-46.
- Farhana, A. N., Lestari, W. P., & Prasetyaningtyas, W. E. (2019). Bahasa Sebagai Kontrol Sosial dalam Bermasyarakat, Berbangsa dan Bernegara. *Simposium Nasional Ilmiah & Call for Paper Unindra (Simponi)*, 1(1).
- Fatmawati, F., & Anjarsari, P. (2021). Stimulus Guru dan Respon Siswa Dalam Pembelajaran Bahasa Arab di Tingkat SMP. *Al-Urwatul Wutsqa: Kajian Pendidikan Islam*, 1(2), 13-26.

- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiya, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., & Waris, L. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Fitri, A., Suprihatin, D., & Triyadi, S. (2024). Diksi Iklan Produk Makanan dan Minuman di Kanal Youtube Lemonilo Serta Relevansinya dalam Bahan Ajar Handout Teks Iklan Siswa Kelas VIII Tingkat SMP. *Jurnalistrendi: Jurnal Linguistik, Sastra dan Pendidikan*, 9(2), 360-372.
- Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital. *JISAMAR (Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research)*, 5(4), 1006-1013.
- Frandida, E., & Dalman, D. (2024). Penggunaan Bahasa Persuasif Iklan Body Lotion Sebagai Alternatif Bahan Ajar Pada Siswa SMP. *SASTRANESIA: Jurnal Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 12(1), 17-31.
- Ghandi, F. A., & Martutik, M. (2022). Persuasif dalam Iklan Indomie pada Media Sosial Twitter. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 2(5), 676-692.
- GoodStats. (2025). Mayoritas Generasi Z Menghabiskan Waktu Luang dengan Media Sosial. *GoodStats*. <https://goodstats.id/article/mayoritas-generasi-z-menghabiskan-waktu-luang-dengan-media-sosial-KT9NM>
- Gusfitri, M. L., & Elly, D. (2021). Bahasa Indonesia untuk SMP Kelas VIII. *Jakarta Selatan: Pusat Perbukuan Badan Standar, Kurikulum dan Asesmen Pendidikan*.
- Habsari, Renititi. (2012). Diksi dan Gaya Bahasa pada Iklan Televisi Cita Cinta Edisi 2010. *Jember: Universitas Jember*.
- Hairuddin, D., & Radmila, K. D. (2017). Hakikat Prosa dan Unsur-unsur Cerita Fiksi. *Jurnal Bahasa*, 1(1), 1-6.
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 7(2), 13-23.
- Hariningsih, E. (2013). Internet Advertising Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Interaktif. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(2).
- Harmain, R. (2021). Upaya meningkatkan partisipasi siswa pada materi mengidentifikasi macam-macam limbah melalui metode diskusi. *Dikmas: Jurnal Pendidikan Masyarakat dan Pengabdian*, 1(1), 35-42.
- Hasan, M. Et al. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. Penerbit Tahta Media.
- Hunowu, R. P. S. (2021). Perancangan Video Company Profil Universitas Ichsan Gorontalo. *Jurnal Nawala Visual*, 3(2), 93-98.

- Hymes, D. (1967). Models of the interaction of language and social setting. *Journal of social issues*, 23(2).
- Isodarus, P. B. (2017). Pembelajaran Bahasa Indonesia berbasis teks. *Sintesis*, 11(1), 1-11.
- Jakpat. (2022). Indonesia E-Commerce Trends 2nd Half of 2022. *Jakpat Survey Report*. <https://insight.jakpat.net/indonesia-e-commerce-trends-2nd-half-of-2022/>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68.
- Kardian, A. (2018). Upaya Meningkatkan Keterampilan Menyimak Puisi Dengan Menggunakan Metode Course Review Horay. *METAMORFOSIS. Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia dan Pengajarannya*, 11(1), 15-22.
- Kasali, R. (2007). *Manajemen Periklanan Konsep dan Aplikasinya*. Jakarta: Pusaka Utama Grafiti.
- Kasanova, R. (2016). Penggunaan teknik persuasif dalam iklan. *Jurnal Komposisi*, 1(2), 101-110.
- Keraf, G. (2017). *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kosasih, E. (2017). *Bahasa Indonesia SMP/MTs Kelas VIII*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta.
- Kotler, P. (2011). Reinventing marketing to manage the environmental imperative. *Journal of marketing*, 75(4), 132-135.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas, Jilid 1 dan Jilid 2*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). Service marketing. *Marketing Management*, 228-249.
- Kotler, P., & Lane, K. (2011). Keller.(2012) *Marketing Management*. New Jersey: Pearson. Prentice Hall. Inc.
- Kuswoyo, K. (2015). Pendekatan Pragmatik Dalam Pembelajaran Bahasa. *El-Wasathiya: Jurnal Studi Agama*, 3(2), 158-167.
- Larita, S., Halik, A., & Tajibu, K. (2020). Instagram sebagai media promosi dinas kebudayaan dan kepariwisataan Sulawesi Selatan. *Washiyah: Jurnal Kajian Dakwah dan Komunikasi*, 1(1).
- Leech, G. (1966). *A linguistic study of advertising in Great Britain*. Longmans.
- Lishiella, L. (2022). Pengaruh Electronic Word of Mouth pada# Racunshopee di Tiktok Terhadap Pembelian Impulsif Produk Fashion oleh Remaja di Kelapa Gading Barat. *Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie*.

- Mahsun, M. S. (2005). *Metode Penelitian Bahasa: Tahapan Strategi, Metode dan Tekniknya*. PT RajaGrafindo Persada.
- Mailani, O., Nuraeni, I., Syakila, S. A., & Lazuardi, J. (2022). Bahasa sebagai alat komunikasi dalam kehidupan manusia. *Kampret Journal*, 1(2), 1-10.
- Miles, M. B. D. A. (1992). Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode–metode Baru*, 2829-0747.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. 3rd.
- Moleong, L. J. (2013). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Moriarty Sandra, Nancy Mitchell, & William Wells. (2011). *Advertising*. Jakarta: Kencana
- Mulyana, D. (2008). *Metodologi penelitian kualitatif: Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu sosial lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, & Yahya, M. (2005). *Kajian wacana: Teori, metode & aplikasi prinsip-prinsip analisis wacana*. Tiara Wacana.
- Murdiyanto, E. (2020). *Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal) Edisi I*. Yogyakarta Press.
- Musaffak, M. (2015). Analisis wacana iklan makanan dan minuman pada televisi berdasarkan struktur dan fungsi bahasa. *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 1(2), 224-232.
- Muslikhah, R. S., & Kusumaningrum, S. D. (2019). Peran Iklan Media Sosial Dan Kesadaran Merek Pada Niat Beli Konsumen. In *International Conference on Accounting Research and Education*.
- Nabila, N., Hariadi, J., & Fadhilah, M. A. (2023). Bahasa Persuasif pada Iklan Lowongan Pekerjaan Langsa di Media Sosial Instagram. *Jurnal Samudra Bahasa*, 6(1), 59-67.
- Nadar, F. X. (2013). *Pragmatik & penelitian pragmatik*. Graha Ilmu.
- Nida, F. L. K. (2014). Persuasi dalam media komunikasi massa. *Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam "AT-TABSYIR"*, 2(2), 77-95.
- Nisa, K. (2018). Analisis kesalahan berbahasa pada berita dalam media surat kabar Sinar Indonesia Baru. *Jurnal Bindo Sastra*, 2(2), 218-224.
- Nisa, U. (2024). Penggunaan Bahasa Dalam Iklan di Televisi Analisis Pragmatik pada Pesan Persuasi. *Eduthink: Jurnal Pemikiran Pendidikan Islam*, 5(03), 128-136.

- Noermanzah, N. (2019). Bahasa sebagai alat komunikasi, citra pikiran, dan kepribadian. In *Seminar Nasional Pendidikan Bahasa dan Sastra* (pp. 306-319).
- Novianti, M., Supriadi, O., & Setiawan, H. (2022). Analisis Struktur dan Unsur Kebahasaan Teks Persuasi pada Video Iklan Layanan Masyarakat “Perilaku Konsumtif” dan Pemanfaatannya sebagai Bahan Ajar Teks Persuasi di Kelas VIII SMP. *Jurnal Education and Development*, 10(3), 380-385.
- Nurhanifah, D. (2022). *Pemanfaatan YouTube TuneJava Sebagai Media Penyebaran Informasi Digital* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Nurgiyantoro, B. (2018). *Teori pengkajian fiksi*. UGM press.
- Pateda, M. (2011). *Linguistik Sebuah Pengantar*. Bandung: Angkasa.
- Poerwati, L. E. (2019). *Panduan Memahami Kurikulum 2013*. Prestasi Pustaka
- Prastowo, A. (2019). *Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif Menciptakan Metode Pembelajaran yang Menarik dan Menyenangkan*. Yogyakarta: Diva Press
- Primadani, V. S. (2013). *Wacana Marketing Revolution Tung Desem Waringin: Analisis Wacana Berdasarkan Tujuan Komunikasi Dan Fungsi Ilokusi* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Putra, G. L. A. K. (2019, February). Pemanfaatan Animasi Promosi dalam Media YouTube. In *SENADA (Seminar nasional manajemen, desain dan aplikasi bisnis teknologi)* (Vol. 2, pp. 259-265).
- Putri, R. D., Setyawan, D. H., Putra, R. A., & Khatimah, H. (2023). Pengaruh Iklan Influencer Dan Fitur Live Streaming Terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet By Najla. *MRBEST*, 1(2), 12-26.
- Rani, A., & Arifin, B. (2006). Martutik. *Analisis Wacana: Sebuah Kajian Bahasa dalam Pemakaian*. Malang: Bayumedia Publishing, 25.
- Richadinata, K. R. P., & Astitiani, N. L. P. S. (2021). *Pengaruh Iklan Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Lingkungan Universitas Bali Internasional* (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Riko, R., Lestari, F. A. P., & Lestari, I. D. (2020). Penggunaan Media Sosial sebagai Media Pembelajaran di sekolah menengah pertama. *JCES (Journal of Character Education Society)*, 3(2), 258-266.
- Rozali, Y. A. (2022, January). Penggunaan analisis konten dan analisis tematik. In *Penggunaan Analisis Konten Dan Analisis Tematik Forum Ilmiah* (Vol. 19, p. 68).
- Riyantoro, B., & Harmoni, A. (2013). Efektivitas Iklan Melalui Jejaring Sosial sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Keripik Pedas Maicih. *Prosiding PESAT*, 5.

- Sa'adah, A. N., Rosma, A., & Aulia, D. (2022). Persepsi generasi Z terhadap fitur Tiktok Shop pada aplikasi Tiktok. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 131-140.
- Sabila, E. N. (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Meningkatkan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Di MIN 2 Kediri* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Safitri, A., & Rohmah, N. (2023) Pengembangan Bahan Ajar Digital Pada Materi Menulis Teks Iklan Siswa Kelas VIII SMPN 4 Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 11(2), 83-93.
- Saipurrahman. (2014). Tips Menulis Artikel Ilmiah Populer. <http://www.academia.edu/4940675/KA>. *Academia Edu*.
- Sari, A. A. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations Teori dan Praktik*. Deepublish.
- Sari, D. R., Tangkudung, J., & Hanif, A. S. (2018). Evaluasi Program Pemusatan Latihan Daerah (Pelatda) Bolavoli Pasir Putri Dki Jakarta. *Jurnal Ilmiah Sport Coaching and Education*, 2(1), 8-16.
- 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), 59-68.
- Schlosser, A. E., Shavitt, S., & Kanfer, A. (1999). Survey of Internet users' attitudes toward Internet advertising. *Journal of interactive marketing*, 13(3), 34-54.
- Setiawan, F. A. (2020). Pengaruh Iklan Media Luar Ruang “OVO” Terhadap Minat Beli Kopi “Janji Jiwa” ITC Cempaka. *Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie*.
- Setiawati, E., & Rusmawati, R. (2019). *Analisis Wacana: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Universitas Brawijaya Press.
- Sidiqin, M. A., & Mawaddah, R. (2022). Kajian Makna Pada Kumpulan Puisi Baju Bulan Karya Joko Pinurbo: Implementasi Pengembangan Bahan Ajar Di Smp. *Serunai: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(1), 54-58.
- Simanjuntak, M. J. S., Ritonga, P. L., Manurung, S. V., & Siregar, M. W. (2024). Penggunaan Bahasa Persuasif Beauty Influencer Pada Iklan Endorsement Kosmetik Di Tiktok. *Jurnal Intelek Dan Cendikiawan Nusantara*, 1(3), 3246-3256.
- Skinner, B. F. (2013). *Ilmu Pengetahuan dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sudarti, D. O. (2019). Kajian teori behavioristik stimulus dan respon dalam meningkatkan minat belajar siswa. *Jurnal Tarbawi*, 16(2).

- Sugyono. (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Suhariyanto, S. (2014). Iklan Komersial Di Radio Dan Perilaku Konsumtif Masyarakat. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 6(1).
- Suherli, D. (2017). *Buku Guru Bahasa Indonesia*. Jakarta: Pusat Kurikulum dan Perbukuan.
- Sukendro, G., Loisa R., & Yoeditadi Ristek-Brin, B. A. L. H. (2020) *Manajemen Iklan*. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Tarumanegara.
- Susanti, Y., Tyas, D. K., & Saputra, B. A. (2021). Gaya bahasa dan teknik persuasif pada iklan pasta gigi di Youtube tahun 2020. *Jurnal Kansasi*, 6(2), 90-101.
- Syah, M. (2013). *Psikologi Pendidikan: Dengan Pendekatan Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tamburaka, A. (2013). *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media*. Jakarta: PT. Rajagrafindo.
- Tarigan, H. (2009). *Telaah Buku Teks Bahasa Indonesia*. Bandung: Angkasa.
- Trianto, R. (2021). Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Kasus Di SD Luqman Al Hakim Surabaya). *An-Nida': Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 9(2), 95-120.
- Utami, R., & Rizal, M. (2022). Bahasa dalam konteks sosial (Peristiwa tutur dan tindak tutur). *JUMPER: Journal of Educational Multidisciplinary Research*, 1(1), 16-25.
- Untari, D., & Handani, S. S. (2022). Endorsement sebagai trend pemasaran modern melalui media sosial pada akun Instagram Awkarin. *Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Digital*, 1-10.
- Wahyuni, D. (2014). Menggunakan Teks sebagai Sarana Adaptasi Sosial. *Gramatika: Jurnal Ilmiah Kebahasaan dan Kesastraan*, 2(2), 124-132.
- Wekke, I. S. (2019). Studi Naskah Bahasa Arab: Teori, Konstruksi, dan Praktik. *Studi Naskah Bahasa Arab: Teori, Konstruksi, dan Praktik (Issue November 2019, pp. 1-284)*.
- Widalismana, M., & Lestari, N. D. (2017). Analisis Hasil Belajar Mahasiswa Menggunakan Media Cetak dengan Media Elektronik Pada Mata Kuliah Matematika Ekonomi di Universitas PGRI. *PINUS: Jurnal Penelitian Inovasi Pembelajaran*, 3(1), 41-48.
- Widiastuti, R. N. (2018). *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Komunikasi Pemerintah*. Jakarta: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian dan Informatika.

- Wiratno, T., & Santosa, R. (2014). Bahasa, fungsi bahasa, dan konteks sosial. *Modul Pengantar Linguistik Umum*, 1-19.
- Wisanggeni, T. (2017). *Jam Mahir Menjadi MC dan Berpidato dalam Bahasa Indonesia*. Yogyakarta: Araska.
- Yasir. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pekanbaru Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.
- Yuba, M. Z. P. (2022). *Pemanfaatan Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Fotografi Produk Menggunakan Smartphone Pada Akun TikTok@NASIONP* (Doctoral dissertation, Universitas Bhayangkara Surabaya).
- Yule, G. (2018). *Pragmatik*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Zam-Zam, V. A. (2016). Pengembangan bahan ajar Fisika berbasis kearifan lokal untuk siswa kelas VIII SMP/MTs pada materi usaha dan energi, tekanan, dan cahaya. *Universitas Islam Negeri Walisongo*.
- Ziveria, M. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Facebook Sebagai Sarana Efektif Pendukung Kegiatan Perkuliahan di Program Studi Sistem Informasi Institut Teknologi dan Bisnis Kalbe. *Jurnal sains dan teknologi*, 4(2), 169-178.

