

## DAFTAR PUSTAKA

- Ade Gusti. (2025). *Ukuran Feed Instagram Berubah? Ini Tips Konten Tetap Rapi!* IDWebHost.
- Ade Oki Pebiansyah, Rizaldi Putra, Lambok Rommy Sulaeman, M. S., Deni Utama, E. P., & Kurnaesih. (2024). MEMBUAT VIDEO PROMOSI DIGITAL DENGAN PROVOCATION METHOD (HOOK & TAGLINE). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(9), 2049–2058.
- Ahmad, J., & Development, I. C. (2020). Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis) Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis). *June, June*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.12201.08804>
- Ahmad Nizar., R., Lubis, M. S., & Samsuddin. (2021). Modul Metode Penelitian. In *Metode penelitian* (Vol. 5, Issue Oktober).
- Aini, S. N., A'yun, B. A. Q., Pradipta, E. D., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Retorika Visual Pada Konten Youtube Kanal Skinnyindonesian24 Dengan Judul "Youtube Lebih Dari Tv." *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 30–48. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40433>
- Alfarisy, M. (2024). ANALISIS TEKNIK PENGAMBILAN GAMBAR PADA PROGRAM. *Jurnal Bincang Komunikasi*, 2, 10–27.
- Alifia Rahmadina, K. K., & Yanto, A. (2025). Penerapan Unsur Sinematografi Oleh Director of Photography dalam Pembuatan Film Dokumenter "Tanah dan Waktu ." 6(2), 3133–3152.
- Atzmon, L. (2023). *DRS Digital Library Visual Rhetoric and the Special Eloquence of Visual Form*. 1–4.
- Bulmer, S., Oliver, M. B., Bulmer, S., & Buchanan-oliver, M. (2014). *Imagery Visual Rhetoric and Global Advertising Imagery*. November 2014, 37–41. <https://doi.org/10.1080/13527260500289142>
- Cahyani, R. W., Setyawan, I., & Irma, C. N. (2021). ANALISIS PENGGUNAAN BAHASA SEBAGAI EKSPRESI EMOSI PADA FILM MY STUPID BOSS 2. 6(April), 65–72.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dewi, A. K., Piliang, Y. A., & Saidi, A. I. (2022). Camera movement ' concept on social media in digitizing era. 4(4), 191–199.
- Erlyana, Y., Everlin, S., Yuwono, I. F., Desain, D., Visual, K., & Mulia, U. B. (2023). ANALISIS COLOR PALETTE BERDASARKAN RASA WARNA. 09(03), 396–411.
- Fathimatuzzahro, N. L., & Kusumandyoko, T. C. (2023). Analisis Retorika Visual Iklan Marjan Seri "Baruna Sang Penjaga Samudra" Episode 1. *Jurnal Barik*, 5(2), 286–

297. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>

- Firdaus, A., Saefullah, A., Noviar, E., & Asmana, Y. (2022). Pendidikan Dan Pelatihan yang Mempengaruhi Profesionalisme Guru: Studi Kualitatif Manajemen Sekolah. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia*, 1(3), 39-46. <https://doi.org/10.55542/jppmi.v1i3.271>
- Foss, S. K. (2004). Theory of visual rhetoric. *Handbook of Visual Communication: Theory, Methods, and Media*, 141-152.
- Goffman, E. (1963). *Notes on the management of spoiled identity*. 4-5.
- Gozali, J., Mansoor, A. Z., & Satria, F. (2025). Kajian Retorika Visual Iklan dalam Kampanye BCA "Don't Know? Kasih No!" (Versi Audio Visual). *Serat Rupa: Journal of Design*, 9(1), 83-100. <https://doi.org/10.28932/srjd.v9i1.8994>
- Haifa, N. M., Nabilla, I., Rahmatika, V., & Hidayatullah, R. (2025). Identifikasi Variabel Penelitian, Jenis Sumber Data dalam Penelitian Pendidikan Bahasa Arab / Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang berubah tergantung situasi tertentu. (Arib, M. F., dkk, 2024). : *Jurnal Pendidikan Dan Bahasa*, 2(2), 256-270.
- Hartanto, A. (2023). DALAM WAJAH IKLAN PARIWISATA INDONESIA DI ERA PANDEMI COVID-19: ANALISIS RETORIKA VISUAL. *Komunikasi Visual & Multimedia*, 09(01), 1-12.
- Hidayatus Sholihah, D., & S.S., M.A, T. (2024). Analisis Resepsi Kampanye #BeautyDiQuity Luxcrime pada Hari Perempuan: Kolaborasi Penyandang Disabilitas (Studi Pada Yayasan Rumah Kinasih). *The Commercium*, 9(1), 218-222. <https://doi.org/10.26740/tc.v9i1.64943>
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). Landasan Teori, Kerangka Pemikiran, Penelitian Terdahulu, & Hipotesis. In *Metode Penelitian* (Issue July).
- Jamil, M. J., & Asif, S. I. (2023). The Visual Rhetoric of Images: An Exploration of Visual Rhetorical Figures in Digital Advertising. *AlArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology*, 20(1), 119-141. <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/11680>
- Karja, I. W. (2022). *Makna Warna*. 110-116.
- L, A. R. (2022). *Good Enough Parenting*. Belajar Parenting. <https://belajarparenting.id/blog/posts/good-enough-parenting>
- Luzar, L. C. (2022). *HASIL DAN PEMBAHASAN Terminologi Warna*. 2(9), 1084-1096.
- Made, N., & Noviana, S. (2023). Pengaruh Stigma Sosial Terhadap Psychological Well-Being Penyintas Covid-19 The Effect of Social Stigma on the Psychological Well-Being of Covid-19 Survivors. 4(3), 415-420.

- Mutiara Nabila. (2023). *Historia Bisnis Mothercare, dari Inggris hingga Masuk ke Indonesia*. Entrepreneur Bisnis.Com. [https://entrepreneur.bisnis.com/read/20230901/52/1690489/historia-bisnis-mothercare-dari-inggris-hingga-masuk-ke-indonesia#goog\\_rewarded](https://entrepreneur.bisnis.com/read/20230901/52/1690489/historia-bisnis-mothercare-dari-inggris-hingga-masuk-ke-indonesia#goog_rewarded)
- Nababan, W. R., Rahmadani, N., Ortiz, W., Tamba, V., & Kurniawan, T. (2024). *Tantangan Bahasa di Era Digital Terhadap Kesalahan Berbahasa Dalam Komunikasi Media Sosial*. 3, 1–9.
- Nafida, Y., & Mandasari, V. (2025). *Strategi Campaign Kolaborasi KOL di TikTok untuk Brand Awareness dan Penjualan CV Avero Indonesia*. 4(2), 2736–2745.
- Nia Veronica Agustin, H., & Charlina. (2022). RHETORIC TECHNIQUES OF ROCKY GERUNG ININDONESIAN LAWYERS CLUB ANDCNN INDONESIA. *Sastronesia*, 10(2). <https://doi.org/10.32682/sastronesia.v>
- P, A. S. (2022). Analisis Retorika Visual Di Saluran Youtube Kementerian Kesehatan Pada Video Vaksinasi Bagian Dari Jihad Oleh Ustaz Das'Ad Latief. *Prosiding Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam Dan Sains*, 4(1), 425–431.
- Phetorant, D. (2020). *Peran Musik dalam Film Score*. 3(1), 91–102.
- Pradani, A. F. I., & Islam, M. A. (2022). Retorika Visual Iklan Gojek Versi Pesan Dari Rumah Buat Kita Yang Di Jalan. *Jurnal Barik*, 4(1), 12–24. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Puspitasari, M. (2023). *URGENSI RETORIKA SEBAGAI KETERAMPILAN BERBICARA DALAM MELAPORKAN HASIL OBSERVASI SISWA SMK Mega Puspitasari*. 5(1), 52–62.
- Putri, N. F. (2023). 18 Tahun Mothercare di Indonesia, Semakin Matang Jadi Sahabat Terpercaya Ibu. *Jawa Pos*. <https://www.jawapos.com/lifestyle/012441757/18-tahun-mothercare-di-indonesia-semakin-matang-jadi-sahabat-terpercaya-ibu>
- Raden Safira Ayunian Widhiati, Elly Malihah, S. (2022). Jurnal Paedagogy : Dukungan Sosial dan Strategi Menghadapi Stigma Negatif Jurnal Paedagogy : bisa dari dukungan keluarga dan juga dukungan sosial . Keluarga sebagai lingkungan terdekat. *Jurnal Paedagogy: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan*, 9(4), 846–857.
- Rahmani, D. A., Muhayati, S., & Kholis, I. (2025). *Analisis Data Kualitatif*. 9, 13037–13048.
- Risti, A. N., Hadisiwi, P., & Prihandini, P. (2022). Pengalaman komunikasi mahasiswa bercadar dalam menghadapi stigma masyarakat. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 6(2), 221–245.
- Rodin, R. (2023). *Dasar-dasar organisasi informasi: Teori dan praktik pengorganisasian dokumen perpustakaan dan informasi*. UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

- Rothe, S., & Kegeles, B. (2022). *Camera Heights in Cinematic Virtual Reality: How Viewers Perceive Mismatches Between Camera and Eye Height*.
- Setiawan, J. A., & Asiyah, B. N. (2023). Pengaruh Influencer Marketing, Collaboration Branding, dan Harga terhadap Minat Beli Virtual Skin pada Pemain Game Online Mobile Legends: Bang Bang di Kabupaten Blitar. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 20(1), 09–23. <https://doi.org/10.29313/performa.v20i1.10900>
- Siti Maryam, Pandu Prasetyo, V. M., & Program. (2021). Literasi Media Digital Pada Kampanye Greenpeace Id Di Media Sosial Instagram Dalam Merubah Perilaku Masyarakat. *Journal Upi*, 5(1), 242–253. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/view/948/737>
- Soraya, I. (2022). Retorika Visual dalam Human Interest Fotografi di Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 27–36. <https://doi.org/10.31294/jkom.v13i1.12034>
- Subakti, H., Syamil, R. U. H. G. D. E. M. Y. S. K. M. R. A. A., Musriati, M. A. F. M. S. H. J. P. N. S. T., & Amane, A. P. O. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue March).
- Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*.
- Susanto, D., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah. *Jurnal QOSIM Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53–61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- Swastikawara, S., Illahi, A. K., Fitrananda, C. A., Prasetyo, M. E. J., Syamsuddin, F., Irfayani, A., & Hidayah, S. (2025). Media Audio Visual Sebagai Alternatif Media Kampanye dan Penyebaran Pengetahuan Disability Awareness. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(5), 1849–1857. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i5.2573>
- Syafuddin, K. (2023). *Penggunaan Media Audio Visual ( Slide , Film ) Dan Media Rakyat Sebagai Alat Bantu Penyuluhan*. 1(01), 1–9.
- Widyanira, S., Zpalanzani Mansoor, A., & Satria, F. (2023). Retorika Visual Iklan Sosial Media Kolaborasi Vindes Dan Rans Entertainment Dalam Acara Tiba-Tiba Tennis. *Kartala*, 2(2), 48–62. <https://doi.org/10.36080/kvs.v2i2.95>
- Yu, Y., Rothenberg, L., & Moore, M. (2021). Exploring young consumer's decision-making for luxury co-branding combinations. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 49(3), 341–358. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-12-2019-0399>
- Zahra, F. (2021). Visual Rhetoric: Framing the Methodology for Truck Visuals Through Visual Rhetoric Theory and Rhetorical Appeals. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. *Www.Ijicc.Net*, 15(9), 2021. [www.ijicc.net](http://www.ijicc.net)
- Zaskia, A. H., Maulidina, C. A., Azalia, V., Fadilah, A., & Harum, T. M. (2024). *Jurnal Unik : Pendidikan Luar Biasa Literature Review : Pengaruh Stigma Sosial Terhadap Anak dengan Hambatan Intelektual Literature Review : The Impact of Social Stigma on*

