

REFERENCES

- Arikunto, S., & Practice, *PPSP* (2010). Create Rinka
- Azizah, A., Mustika, I., Primdika, R.B. (2020). Analysis of Caption Speech Acts on Ridwan Kamil's Instagram. *Parole: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 3 (3), 229-242.
- Azizah, R. U. N. (2023). *Jenis ragam bahasa dan pola interaksi dalam pembelajaran daring dengan media whatsapp di kelas viii a smp negeri 1 wanadadi juni 2021 kabupaten banjarnegara* (Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Purwokerto).
- Azzahrani, P. (2022). *Penggunaan ragam bahasa indonesia dalam sinetron tukang ojek pengkolan: Kajian Sociolinguistik* (Skripsi Sarjana, Universitas Hasanuddin).
- Data statistics Instagram. From Napoleon Cat. Retrieved on Mei, 20th 2023. From www.Napoleoncat.com.
- Devianty, R. (2021). Penggunaan kata baku dan tidak baku dalam bahasa indonesia. *EUNOIA: Jurnal pendidikan bahasa indonesia*, 1(2), 121-132.
- Eponiah, E., & Juhairi, I. (2022). Analisis gaya bahasa pada akun instagram@ kumpulan_puisi dan impikasinya terhadap pembaca. *Sinar Dunia: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Ilmu Pendidikan*, 1(3), 50-59.
- Fitriyani, K., & Mukhlis, M. (2021). Kalimat imperatif dalam teks prosedur. *Deiksis Jurnal*, 13(3), 241-248.
- Ginting, S. P. A., Rangkuti, R., & Yusuf, M. (2020). Function of the language style used in women commercial product advertisements: a stylistic analysis of language. *Rainbow: Journal of Literature, Linguistics and Culture Studies*, 9(2), 187-195.
- Goodwin, M. (2016). *Instagram marketing for business: How to get more targeted followers and build a brand on Instagram*. Philipp Klinkner.

- Hartini, H. I., AR, H. F., & Charlina, C. (2017). Kesantunan berbahasa dalam komentar caption Instagram. *Jurnal online mahasiswa: Fakultas keguruan dan ilmu Pendidikan*, 4 (2).
- Herisetyanti, T., Suharyati, H., Rejeki, S., (2019). Ragam Bahasa dalam Komponen Tutur. *Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana*, 25(2), 1-15.
- Indriati, L. (2016). *Pembentukan Brand Engagement Pada Pelanggan Telkomsel dan Indosat Melalui Media Sosial Facebook, Twitter Dan Instagram* (Skripsi Sarjana, Universitas Airlangga).
- Joos, M. (1967). *The Five Clocks: A Linguistic Excursion into The Five Styles of English Usage*. New York: Harcourt, Brace & World.
- Jubaedah, S., Setiawan, H., & Meliasanti, F. (2021). Analisis Kalimat Imperatif pada Pidato Nadiem Makarim Rekomendasi sebagai Bahan Ajar Teks Pidato Persuasif. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(6), 3808-3815.
- Keraf, G. (2021). *Language Style and Diction*. Jakarta: PT. Main Library Gramedia
- Kholifah, U., & Sabardila, A. (2020). *Analisis Kesalahan Gaya Berbahasa Pada Sosial Media Instagram dalam Caption dan Komentar*. *Jurnal Nusa*, 15(3), 352-364.
- Moleong Lexy, J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muftisirod, A. (2024). *Penggunaan ragam bahasa marketing dalam bidang usaha akomodasi pariwisata pada media sosial (Kajian Sociolinguistik)*. (Skripsi Sarjana, UIN Raden Mas Said Surakarta).
- Privana, E. O., Setyawan, A., & Citrawati, T. (2021). Identifikasi Kesalahan Siswa dalam Menulis Kata Baku dan Tidak Baku pada Mata Pelajaran Bahasa Indonesia. *Jurnal Pendidikan Bahasa*, 11(1), 22-25.
- Saputra, D.A (2016). *Analisis gaya bahasa dan moralitas dalam novel Sala Lelimengan karya Suparto Brata* (Skripsi Sarjana, Universitas Muhammadiyah Purworejo).

- Saputri, Y. E., Barus, J., & Muna, H. (2022). Language Styles Used in English Commercial Product and Educational Advertisements on Internet. *ITQAN: Jurnal Ilmu-ilmu Kependidikan*, 13(1), 15-40
- Santina, R. O., Hayati, F., & Oktariana, R. (2021). Analisis peran orangtua dalam mengatasi perilaku sibling rivalry anak usia dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan*, 2(1).
- Sugiyono, D. (2013). *Educational research methods with quantitative, qualitative and R&D approaches*.
- Sulistiyono, A., & Jakaria, J. (2022). Analisis Pengaruh Social Media Engagement Terhadap Relationship Quality Yang Dimediasi Oleh Faktor-faktor Relationship Management. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 11(1), 53-65.
- Utami, C. A., (2020). *An Analysis of Language Style on Instagram Captions as a Means of Promotion (a study at Sheraton Bandung Hotel & Towers 2020)*. (Skripsi Sarjana, Sastra Inggris).