

## REFERENCES

- Chakti, G. (2019). *The Book of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital* (Vol. 1). Celebes Media Perkasa.
- Ekoyono, R. D. (2019). *Analysis Of Figurative Language Used In English Slogan Of Commercial Beverage Products* (Doctoral dissertation, Universitas Pancasakti Tegal). <https://core.ac.uk/download/pdf/322773491.pdf>
- Firmansyah, A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Qiara Media. (2). Ariza, KM. (2017). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Objek Wisata Air Desa Ponggok Sebagai Desa Wisata Mandiri di Klaten*. (7). <https://core.ac.uk/download/pdf/148618622.pdf>
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Sosial Media Marketing*. PT Elix Media Komputindo, Jakarta. (5).
- Latifah, A. A. N., & Maryadi, M. A. (2021). *Types And Meaning Of Figurative Language In Slogans Of Cosmetics Products In Online Shop Companies* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta). <https://eprints.ums.ac.id/94731/>
- Massa, N. & Iskandar & Muhlis. (2021). *Analisis Kesulitan Siswa dalam Menulis Captions di Madrasah Aliyah Swasta Hubulo Bone Bolango Gorontalo*. (Fakultas Bahasa dan Sastra Universitas Negeri Makassar Sulawesi Selatan). <https://www.ejournal-jp3.com/index.php/Pendidikan/article/view/110/90>
- Mattern, J. (2017). *Instagram*. USA: North Mankoto, Minnesota. (6-10).
- Natipulu, HM. (2018). *Rhetorical Style and Figurative Style Used by Jokowi's Speech in Plenary Session Imf-World Bank Annual Meetings 2018*. 2, (2), 118-120.
- Nurdiana, N. (2015). *An analysis of figurative language in Katy Perry's song* (Doctoral dissertation, IAIN Palangka Raya). Carya, KAG, & Nyoman, S, & Qomariana, Y. (2016). *Figurative Language is Song Lyrics "Tears and Rain" BY James Blunt*. Udayana University. 17, (3), 36. <http://digilib.iain-palangkaraya.ac.id/254/>

- Rahmayani, & Suguarti, HD, & Maspuroh, U. (2021). Analisis Tindak Tutur pada Caption Instagram Tokopedia serta Pemanfaatannya sebagai Bahan Ajar Teks Persuasi di Sekolah Menengah Pertama. (Faculty of Education university of Pahlawan Tuanku Tambusai). <https://www.edukatif.org/index.php/edukatif/article/view/1310>
- Rosdiana, LA. (2019). Ketidakefektifan Kalimat Pada Caption Instagram Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Winaya Mukti. (Universitas Winaya Mukti). <https://journal.unpas.ac.id/index.php/literasi/article/view/1149>
- Sari, DP. (2016). Wujud Satuan Caption Dalam surat Kabar Kompas edisi Januari-Februari 2016 Dan Implementasinya Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Sma Kelas Xi. (Universitas Muhammadiyah Surakarta). (1). <https://eprints.ums.ac.id/46581/>
- Silviani, I., & Darus, P. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan Teknik Integrated Marketing Communication (IMC). Scopindo media pustaka. Surabaya.
- Situmorang, HS, & Mulyono, H, & Lailalan, TB. (2018). Peran dan Manfaat Social Media Marketing Bagi Usaha Kecil. 1 (2), 79. <http://perwiraindonesia.com/ajefb/index.php/jurnalAJEFB/article/view/31>
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D. Alfabeta, Bandung.
- Tyas, NC. (2017). The Translation of Figurative Language in the Poetry the Morning After. Udayana University. (2).