

REFERENCES

- Aisyah, O. N., Sasongko, S. D., & Lailiyah, N. (2021, December). Gaya Bahasa Retorika Iklan Makanan Pada Media Sosial Instagram. In *Prosiding SEMDIKJAR (Seminar Nasional Pendidikan dan Pembelajaran)* (Vol. 4, pp. 346-352).
- Agustina, T. S. (2020). Storytelling Sebagai Strategi Bisnis Sosial Start-Up Ojek Syar'i Berbasis Aplikasi di Surabaya. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 3(4), 448-460.
- Anugrah, D. V. (2020). *Teknik Retorika Dalam Ceramah Ustadz Dr. Syafiq Riza Basalamah* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Hidayat, S. (2021). Analisis Retorika Gibran Rakabuming Pada Panggung Debat Pilwalkot Solo 2020. *Media Komunikasi FPIPS*, 20(2), 61-69.
<https://sg.docworkspace.com/d/sID2dvdJbs-7frwY?sa=00&st=0t>
- Kasali, R. (2007). *Manajemen periklanan konsep dan aplikasinya*. Jakarta: Pusaka Utama Grafiti.
- Kurniati, I. A. (2019). Stand Up Comedy, Retorika Generasi Milenial. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 29-43.
- Madiyant, M. (2021). *Copywriting: Retorika iklan dan storytelling teori dan teknik menulis naskah iklan*. UGM PRESS.
- Melissa. (2012). Penggunaan Storytelling Dalam Proses Terjadinya Word of Mouth Pada Kampanye Produk Indomie Versi "Cerita Indomie". (Skripsi Sarjana, FISIP UI).
- Nurusholih, S. (1935). Analisis Retorika Visual Konten Iklan Produk Pada Account Instagram Bank BNI. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain Dan Periklanan (Demandia)*, 4 (2), 199-214.
- Prawida, N., Sutrisno, W., Ismail, W., & Prabaswari, A. D. (2023). Peningkatan Penjualan Kopi Bubuk Melalui Program Repackaging di Dusun Stabelan Kabupaten Boyolali. *Journal of Appropriate Technology for Community Services*, 4(2), 86-94.

- Putri, M. A. (2015). Gaya bahasa kiasan dalam wacana iklan Jepang. *Lingua Didaktika: Jurnal Bahasa dan Pembelajaran Bahasa*, 9(1), 30-36.
- Purba, C. A. (2019). REPRESENTASI IMEJ MEWAH IKLAN “ROLEX” DALAM MAJALAH FRANCHISE HARPERS BAZAAR INDONESIA. *Jurnal Bahasa Indonesia Prima (BIP)*, 1 (1), 52-58.
- Setyawan, H. (2017). Buku Ajar PENULISAN NASKAH IKLAN (RADIO&TELEVISI). Yogyakarta: Akademi Komunikasi Indonesia.
- Situmeang, I.V.O. (2016). Modul Pengantar Periklanan. Jakarta: UPI YAI.
- Soraya, I. (2018). Modul Dasar-Dasar Periklanan. Jakarta: Universitas Bina Sarana Informatika.
- Steviasari, P. C. (2020). RETORIKA DAKWAH USTADZ ABDUL SOMAD (Analisis Wacana Terhadap Youtube Ustadz Abdul Somad) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Sukendra, I. K., & Atmaja, I. (2020). Instrumen Penelitian. Mahamaru Press.
- Sulistyarini, D., & Zainal, A. G. (2020). Buku Ajar: Retorika.
- Triandjojo, I. (2012). Retorika Dalam Iklan Di Media Cetak Indonesia. *Jurnal Majalah Ilmiah Informatika*, 3(1).
- Umi, C. (2020). Arif Cerdas untuk Sekolah Dasar Kelas 5. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Wassid, I. (2011). Strategi Pembelajaran Bahasa, Remaja Rosdakarya
- Wahyuni, S. (2019). *Teknik Retorika Ustaz Abdul Somad Dalam Nasihat Pernikahan Di Youtube* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).