

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Q., et al. (2023). *Analisis Diksi dan Gaya Bahasa dalam Iklan Grabfood dan Rekomendasinya Sebagai Alternatif Bahan Ajar Di SMP. Jurnal Pendidikan dan Konseling. (Online).* 5 (2), 5500
- Arikunto, S., et al (2019). *Penelitian tindakan kelas*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arman. Et al., (2023). Analisis Gaya Bahasa dalam Iklan Komersil di Kendari. *ALFABETA: Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya. (online).* 6 (2), 89
- Awaliyah, P., et al. (2025). Penggunaan gaya bahas iklan *skincare* pada aplikasi tiktok terhadap keputusan pembelian dan relevansinya dalam pembelajaran kelas VIII. *Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mnadiri. (online).* 11 (2). 315-316.
- Azhari dan Sazali. (2023). Eksistensi produk wardah dalam pemasaran di media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO. (online).* 8 (2): 248.
- Bahri, H.Z., et al. (2024). Etika Bisnis Periklanan Pada Aplikasi Tjtrok Shop Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Studi Multidisipliner (online).* 8 (6), 1047-1048
- Canggara, H. (2023). *Etika komunikasi: Menjadi mnusia yang santun berkomunikasi dalam era digital*. Kencana.
- Chaer, A. (2014). *Linguistik umum*. Jakarta: PT Rhineka Cipta.
- Chaer, A., & Agustina. (2010). *Sosiolingitik pengenalan awal*. Jakarta PT Cipta
- Damayanti, L., et al. (2025). Analisis pesan lingistik dan ikonik pada iklan wardah versi beauty moves you dan kesesuaiannya dengan bahan ajar bahasa Indonesia bagi siswa SMP kelas VIII. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan. (online).* 11. (8C). 29 dan 59.
- Fadhilah, N. A., et al. (2024). Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Pemasaran Digital E-Commerce: Studi Kasus Iklan Shoppe. *Jurnal Bahasa Daerah Indonesia. (online).* 1 (2), 11-12
- Fahmy, S., et al. (2024). Peran Penggunaan Bahasa Indonesia dalam Meningkatkan Daya Tarik dan Minat Konsumen Lokal di Era Pemasaran Digital. *J-CEKI: Jurnal Cendikia Ilmiah. (online).* 3 (6) 6331

- Faradilla, D., et al. (2024). Peran Etika Pemasaran Digital dalam Membangun Kepercayaan Konsumen: Pengaruh Transparansi Informasi Sebagai Variabel Intervening pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar). *Jurnal EKSOPODA Jurnal Of Interdisipliner. (Online)*.1 (3)
- Febiana, D. (2023). Analisis Pemuatan Dan Pelanggaran Maksim Grice Dalam Tuturan Live Tiktok. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia. (online)*. 8 (3), 690-697
- Finny, F., & Gustina. (2020). Perencanaan konten edukatif di media sosial. *Jurnal Abadi masyarakat. (online)*. 5 (2): 24.
- Fitri, N., et al. (2025). Analisis Gaya Bahasa Iklan pada Supermarket Edisi Ramadhan 2025 di Instagram. *Jurnal Pariwisata, Bisnis Digital Dan Manajemen. (Online)*. 4 (1), 53.
- Halliday, M. A. K. (1985). *An introduction to fungsional grammar*. Edward Arnold.
- Handayani, et al. (2023). Kreativitas berbahasa melalui eksplorasi gaya bahasa iklan promosi *skincare* di media tiktok. *Jurnal Pembelajaran Bahasa dan Sastra. (online)*. 10 (3): 264-265.
- Harahap, Z., et al. (2025). *Systematic literature review: Implementasi pendidikan karakter melalui cerita untuk meningkatkan kejujuran siswa. Jurnal Ilmu Manajemen Retai (JIMAT)*. (online). 6 (2). 191.
- Harahap, D., (2023). Pendampingan cara berbicara yang sopan dan santun terhadap anak sekolah dasar 200409. *Jurnal Pengabdian Masyarakat. (online)*. 2 (1). 230-231.
- Hasan, F. (2024). *Pengembangan buku pengayaan bahasa Indonesia berbasis kreatif lokal Madura untuk mningkatkan pemahaman nilai budaya dan motivasi belajar siswa kelas 5 MI/SD*. Laporan Penelitian. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Hidayatullah, A. et al. (2025). Forms And Functions Of Politeness In The Language Of Sundanese Ethnic Students: Patterns, Frequency, And Influence. *Integrative Bussines& Economics (Online)*. 15 (2), 268

- Indriani, L., et al. (2024). Pengaruh skincare terhadap perubahan kulit pada warga daerah pesisir kota Makassar. *Publikasi Ilmiah Perkumpulan Intelektual Madani Indonesia. (online)*. 3 (2): 79).
- Jasid, A., et al (2024). Variasi Bahasa dalam Iklan Situs Belanja Online Shopee Edisi Maret 2023: Kajian Sociolinguistik. *Jurnal Pesona. (online)*. 10 (1), 14-15
- Jayanti, S., et al. (2022). Tingkat pengetahuan generasi Z tentang penggunaan *Skicare* yang aman di RW 08 kelurahan Patrang Kabupaten Jember. *Jurnal Ilmiah Farmasi AKFAR, (online)*. 5 (2), 21-22.
- Keraf, G. (2007) *Diksi dan gaya bahasa*. Gramedia.
- Kosasih, E (2017). Bahasa Indonesia SMP/MTS kelas VIII. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kosasih, E. (2021). *Pengembangan bahan ajar*. Jakarta Timur: Bumi Aksara.
- Krismayanty. W., et al (2025). Sendi gaya bahasa dalam konten youtube untuk meningkatkan daya tarik dan efek finansial. *Jurnal DIKSATRASIA (online)*. 9 (2). 334-338.
- Krisnawati, W.A., et al. (2026). Strategi Intentionality Dan Acceptability Dalam Wacana Iklan Digital (Studi Kasus) Produk Kosmetik Wardah Di Media Sosial. *Jurnal Ilmiah FONEMA (Edukasi Bahasa Dan Sastra Indonesia. (Online)*. 9 (1), `925-927
- Kusuma, A. F., et al. (2024). Etika Periklanan pada Era Digital: Hoax dan Penipuan. *Jurnal LOCUS: Penelitian & Pengabdian. (online)*. 3 (7), 607
- Lova, C., & Maharani, D. (2024). Khawatir Kecanggihan AI, Melaney Ricardo Pernah Jadi Korban Pelangsing Berat Badan. *(online)*. Kompas.Com.<https://www.kompas.com/hype/read/2024/01/26/140701866/khawatir-kecanggihanai-melaney-ricardo-pernah-jadi-korban-iklan-pelangsing?page=all>
- Mahsun. (2017). *Metode penelitian bahasa: Tahapan, strategi, metode, dan tekniknya*. Depok: Rajawali Grafindo Persada.

- Malikha, U. (2024). Penggunaan Bahasa Iklan di Media Sosial Aplikasi Tiktok: Analisis Pragmatik Pada Iklan Produk Kecantikan Skintific. *Jurnal Tinta. (online)*. 6 (2), 202-203.
- Matthew, A. (2024). Transparansi dan Kejujuran Terhadap Pengiklanan Online. *JINC Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara (online)*. 1(3), 4567 dan 4573
- Nadhi, R. M. et al. (2023). Prinsip Etika Bisnis pada Digital Marketing: Literature Review. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis. (online)*. 10 (2), 191-194
- Nandavita, Y. A., et al. (2025). Etika dalam Pemasaran: Upaya Mewujudkan Keadilan dan Perlindungan Konsumen di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen (online)*. 2(1b), 2364-2365
- Nugroho, D.A. (2020). Analisa Pragma Pelanggaran Maksim Percakapan Dalam Iklan Mie Sedap: Sebagai Proses Kreatif Pembuatan Iklan. *Jurnal komunikasi profesional. (Online)*. 4 (1), 58
- Parapat dan Azhar, (2024). Pemanfaatan media sosial sosial Tiktok sebagai sumber informasi berita bagi mahasiswa FIS UIN Sumatera Utara Medan. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu. (online)*. 2 (10): 47.
- Pratiwi, N. et al., (2023). Hubungan pengetahuan dengan pemilihan *skincare* pada remaja putri di SMPN 1Awangpone. *Window of Public Health Journal. (online)*. 4 (4): 631.
- Putri, E. et al., (2022). Analisis pelaksanaan program remedial dan pengayaan di SMAN1 Kerinci. *Jurnal Penelitian Sains dan Pendidikan. (online)*. 2 (1): 62.
- Racmawati, I., et al (2021). *Pemasaran melalui media sosial: Usaha mikro kecil menengah*. Bandung: Tel-U Press.
- Rahmayanti, S., et al. (2024). Gaya Bahasa Persuasi Pada Iklan di Tiktok. *Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia dan Pembelajaran. (online)*. 4 (1), 36
- Rakhmat, J. (2015). *Retorika Modern pendekatan praktis*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ratnawati, S. et al. (2025). Etika Komunikasi Sebagai Landasan Strategi Pemasaran Digital di Media Online. *Jurnal Janaloka. (online)*. 3 (2) 319-320

- Renovriskha dan Tugiat. (2023). Penggunaan gaya bahasa iklan produk kecantikan pada youtube dan relevansinya sebagai materi pembelajaran SMP. *Jurnal pembelajaran bahasa dan sastra. (online)*. 10 (1): 42.
- Revamonte, L. J. C., et al. (2023). Discourse Analysis On Vague Language Used In Advertisement Videos By Tiktok Influencers. *International Journal Of Language And Literary Studies. (Online)*. 5 (2), 125-129
- Revaya, M., & Nurani, N. (2023). Analisis Pelanggaran Etika Pariwisata Indonesia dalam Iklan Le Minerale versi Pesan dari Ikatan Dokter Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen. (Online)* (7), 194–204.
- Roli, A. (2024). *Komunikasi digital*. Ruang karya bersama.
- Salsabila, L., et al. (2025). Kejujuran Sebagai Nilai Fundamental dalam Persaingan Dagang Masyarakat Digital. *Jurnal Kajian Budaya & Media (online)*. 2 (3), 21-23
- Sevenia, B. (2025). Kajian Etika Bisnis Terhadap Overclaim Produk Skincare Menggunakan Influencer. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen (online)*. 5 (2), 360-362
- Sihombing, S., et al. (2022). *Pemasaran digital*. Purwakerto: Pena Persada.
- Sitorus, E., et al. (2025). Analisis penggunaan bahasa promosi influencer tiktok dalam iklan Glad2glow terhadap minat beli gen Z. *Jurnal pengabdian masyarakat dan riset pendidikan (online)*. 4 (2). 7663.
- Srisulistiwati, B. D., et al. (2025). Gaya Bahasa dalam Iklan terhadap Minat Beli Pelanggan. *All Fields Of Science J-LAS Jurnal Penelitian. (online)*. 5(4), 439
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suli, S.R., et al. (2025). The rhetorical model of selling skintifik sometik products poted on tiktok. *ASHLITION JOURNAL. (online)*. 3 (2), 1
- Sumadiria, A.S. (2016). *Bahasa jurnalistik: Panduan praktis penulis dan jurnalis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Suryadi, A., et al. (2022). *Pemasaran digital*. Pustaka Baru Press.
- Susilo, D. (2023). *Komunikasi pemasaran digital*. PT Literasi Nusantara Abadi Group.

- Syahri, A. H. (2024). Peranan Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital 5.0. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial*. (online). 1(2), 360-361.
- Syiammi, A. A., et al. (2025). Pengaruh penggunaan bahasa Indonesia dalam pemasaran produk pakaian di shoppe untuk meningkatkan daya tarik konsumen. *JEBS (Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Sosial)*. (online). 2 (4), 136
- Tarigan, H. (1985). *Pengajaran Gaya Bahasa*. Angkasa.
- Undang-Undan Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan atas Undang- Undang Nomor 11 Tahun 2008tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Widhayani, A. (2020). *Mahir menulis kreatif teks iklan, slogan, dan poster*. Yayasan Hidayatul Muftadi`in (HM Publisher).
- Winarti, C. (2021). Pemanfaatan sosial media oleh UMKM dalam pemasaran produk di massa pandemi covid-19. *Universitas Tanjungpura*. (online): 195.
- Widyatama, R. 2007. Pengantar Periklanan. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.
- Yudistira, S., et al. (2025). Analisis Penurunan Nilai Kejujuran dan Amanah dalam Bisnis Era Digital: Urgensi Pendidikan Etika Digital Berbasis Keteladanan Rasulullah SAW. *TABIR Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*. (online) 13 (3), 743-744