

DAFTAR PUSTAKA

- Adika, D. (2025). *PRAGMATIK: Teori dan Analisis Makna Konteks dalam Bahasa*. Bali: Penebit Intelektual Manifes Media.
- Alim, S., & Dharma, A. F. (2021). Youtube Sebagai Ruang Publik Alternatif Bagi Anak Muda. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4 (1), 2.
- Amri, Y. K. (2025). *SEMIOTIK: Memahami dan Mengulas Bahasa Verbal dan Nonverbal*. Medan: UMSU Press.
- Ananda, D. (2024). Penggunaan Media History Timeline Digital untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kronologi. *Jurnal UPI*, 124-132.
- Anderson, L. W., & Krathwohl, D. R. (2001). *A Taxonomy for Learning, Teaching, and Assessing: A Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives*. New York: Longman.
- Anggraeni, T., & Hendaryan, R. (2025). Sikap Bahasa Vincent dan Desta dalam Channel Youtube Vindes (Alternatif Pengembangan Bahan Ajar Pidato). *DIKSATRASIA*, 9, 383-394.
- Annisa, & Muttaqin, I. (2024). Membangun Masa Depan Pendidikan: Peran kepemimpinan Visioner Dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan. *Moral : Jurnal kajian Pendidikan Islam*, 127-137.
- Apriliani, S., & Ali, D. S. (2024). Pengaruh Kredibilitas Dr.Richard Lee sebagai Social Media Influencer Pada Brand ImageAthena. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 217-233.
- Ardiyanti, S., Eriyanti, R. N., & Ansorayah, S. (2024). Pengembangan Materi Ajar Teks Pidato Berbasis Kesantunan Berbahasa di SMPN 44 Jakarta. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa dan Sastra*, 10, 1222-1229.
- Arifin, Z. (2008). *Dasar-dasar Penulisan Ilmiah*. Jakarta: Grasindo.
- Aristoteles. (2018). *Retorika Seni Berbicara*. Yogyakarta: BasaBasi.
- Arruda, W. (2019). *Diri Digital Anda: Pencitraan Merek Pribadi yang Sejati di Era Virtual*. Jakarta: Masyarakat Amerika untuk Pelatihan & Pengembangan.
- Audrezet. (2022). Authenticity under Threat: When Social Media Influencers Need to Go Beyond Self-Presentation. *Journal of Bussniness Research*, 557-569.
- Badan Standar, Kurikulum,d dan Asesmen Pendidikan. (2025). Capaian Pembelajaran pada Pendidikan Anak Usia Dini, Jenjang Pendidikan Dasar, dan Jenjang Pendidikan Menengah. *KEMENTERIAN PENDIDIKAN*

DASAR DAN MENENGAH BADAN STANDAR, KURIKULUM, DAN ASESMEN PENDIDIKAN, (hal. 88-97). Jakarta.

Basit, L. (2022). *Lensa Gender di Media Massa: Meta Analisis Politisi Perempuan*. Medan: UMSU Press.

Chaer, A. (2019). *Linguistik Umum*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.

Copi. (2014). *Introduction to Logic*. New York: Routledge.

Darmawan, D., & Sa'i, M. (2025). Penerapan Teknik Public Speaking untuk Membangun Komunikasi Meyakinkan Melalui Ekspresi dan Gestur. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1229-1239.

Daud, R. (2024). Penerapan Pendekatan Contextual Teaching and Learning (CTL) dalam Proses Pembelajaran Untuk Meningkatkan Pemahaman Siswa. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 226-239.

Deo, L. F. (2025). Komunikasi Food Vlogger @Kokobuncit dalam Perilaku Kuliner Digital: Citra, Narasi, dan Engagement. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 1-16.

Departemen Pendidikan Nasional. (2008). *Panduan Pengembangan Bahan Ajar*. Jakarta.

DeVito, J. (2016). *The Interpersonal Communication Book*. New York: Pearson.

Dhiya, R. N., Pramesthi, J., & Irwansyah. (2021). Analisis Retorika Aristoteles pada Kajian Ilmiah Media Sosial dalam Mempersuasi Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 81-104.

Diliana, E. (2025). Strategi Bahasa dalam Permintaan Maaf Tokoh Publik: Analisis Linguistik Forensik terhadap Klarifikasi Aldy Maldini di Media Sosial. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 1328-1327.

Dilianna, E. (2025). Strategi Bahasa dalam Permintaan Maaf Tokoh Publik: Analisis Linguistik Forensik terhadap Klarifikasi Aldy Maldini di Media Sosial. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 1328-1337.

Effendy, O. (2015). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Faridah, L. (2024). Penerapan Taksonomi Bloom Revisi: Studi Tentang Kemampuan Mencipta (C6) dalam Pembelajaran Fikih . *Jurnal Miftahul Ilmi: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 95-105.

Fatmawaty. (2024). *Strategi Viral Marketing*. Makassar: Penerbit Reads Media.

- Ferina, S., & Sari, W. P. (2025). Kredibilitas Komunikator pada Platform YouTube dengan Konten Misteri. *Prologia*, 338-346.
- Firdaus, M. R., & Asy'ari, N. A. (2025). Analisis Authentic Personal Branding Dr. Tirta di Instagram dan TikTok. *Jurnal Komunikasi Global*, 91-116.
- Gagne, R. M. (1985). *The Conditions of Learning and Theory of Instruction*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Gobel, S. A., & Usman, I. (2025). Komunikasi Persuasif: Seni Mempengaruhi Tanpa Memaksa. *J-DIKUMSI*, 27-47.
- Gudykuns, W. G. (2005). *Theorizing About Intercultural Communication*. California: Sage Publications.
- Harianto. (2022). Penulisan Artikel Dakwah Berbasis Struktur Argumentasi Toulmin. *INTELEKSIA*, 65-81.
- Herliana, & Bakri, M. (2025). Analisis Model Pembelajaran Kontekstual Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Siswa UPT SPF SD Inpres Mannuruki 1 Kota Makassar. *BJE*, 356-363.
- Indonesia., K. K. (2022). *Farmakope Herbal Indonesia (Edisi II)*. Jakarta: Departemen Kesehatan Republik Indonesia.
- Islami, N. A. (2025). Interaksi Parasosial Dan Strategi Komunikasi Food Influencer: Studi Kasus Akun Instagram @Abang.Lapar Dalam Membangun Kepercayaan Dan Keterhubungan Gen Z. *Anterior Journal*, 20-26.
- Izzah, Sholikhah, H. A., & Ansori. (2024). *Penulisan Bahan Ajar: Teori & Implimentasi*. Palembang: Bening Media Publishing.
- Jalaluddin, R. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kakarla, U. (2025). Emotional Intelligence in Interpersonal Communication. *International Journal of Innovative Scientific Research*, 111-121.
- Kari, R. (2024). Analisis Wacana VAN DIJIK pada Media Sosial Tiktok: Dampak dan Potensi Penggunaan Berkala untuk Kebutuhan Media. *Jurnal Ide Bahasa*, 136-148.
- Karima, W., & Yuliarti, A. (2024). Retorika Dakwah Ustadz Hanan Attaki dalam Podcast Spotify Season 5 Episode #LibatinAllah. *PERSUASI (Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa Ilmu Komunikasi)*, 109-122.
- Kementerian Pendidikan, K. R. (2024). Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 12 Tahun 2024 tentang

- Kurikulum pada Pendidikan Anak Usia Dini, Jenjang Pendidikan Dasar, dan Jenjang Pendidikan Menengah. Jakarta: Kemendikbudristek.
- Keraf, G. (1991). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Keraf, G. (2007). *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Gramedia.
- Khadijah. (2024). Mengembangkan Sosial Emosional Anak Melalui Metode Bercerita. *Dewantara: Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 137-146.
- Koles, B., Audrezet, A., Moulard, J., Ameen, N., & McKenna, D. (2024). Koles, B., Audrezet, A., Moulard, JG, Ameen, N., & McKenna, B. (2024). Influencer virtual autentik: Manifestasi autentik di metaverse. *Journal of Business Research*, 170-180.
- Kosasih. (2021). *Pengembangan Bahan Ajar*. Jakarta: Sinar Grafika Offset.
- Kusumajati, H., & Jannatania, J. (2025). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Branding dan Komunikasi Siswa Tingkat Sekolah Menengah. *Dedikasi2025*, 80-90.
- Kusyairi, Ad, F., & Ummah, H. (2024). Menumbuhkan Keterampilan Berbicara Dalam Pembelajaran Bahasa di Sekolah. *Journal of Social Sciences, Economics and Education*, 239-251.
- Lestari, A., Faizah, H., & Charlina. (2024). Retorika Berbahasa Shabira Alula dalam Akun Tiktok @Shabiraalula. *JlIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 7, 1092-1096.
- Lopez, S. O. (2018). *Vulnerability in Leadership: The Power of the Courage to Descend*. United States: ProQuest LLC.
- Majid, A. (2013). *Perencanaan Pembelajaran: Mengembangkan Standar Kompetensi Guru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mardi, M., Putri, D., Yamenelly, & Syofiani. (2025). Efektivitas Podcast Edukatif sebagai Media Inovasi Pembelajaran Bahasa Indonesia di Era Digital. *Edu Cendikia: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 481-493.
- Maryani, S., & Setiawan. (2021). Pengembangan E-Modul Interaktif Materi Esensial untuk Memfasilitasi Kemandirian Belajar dan Mereduksi Beban Kognitif (Cognitive Load) Siswa. *Jurnal Pendidikan Matematika dan Sains*, 112-123.
- Mashuri, K. (2024). Efektivitas Komunikasi Nonverbal Guru terhadap Motivasi Belajar Siswa di Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Bahorok. *Jurnal Sintaksis: Pendidikan Guru Sekolah Dasar, IPA, IPS dan Bahasa Inggris*, 9-16.

- McCroskey, J. C., & McCain, T. A. (1974). *The measurement of interpersonal attraction*. Lexington: Kentucky: Speech Communication Association.
- Meiarni, I. (2025). Peningkatan Keterampilan Berbicara Siswa melalui Berbagai Strategi Pembelajaran. *Jurnal Pemikiran Pendidikan dan Keguruan*, 56-63.
- Miftah, M. (2022). *Peran, Fungsi, dan Pemanfaatan Media Pembelajaran*. Bandung: Feniks Muda Sejahtera.
- Mulyana, A. (2025). *Critical Thinking: Menuju Berargumen Logis dan Terstruktur*. Kuningan: Goresan Pena.
- Mulyana, D. (2010). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Musawir, L. O., & dkk. (2026). *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*. Sumatra Barat: Tri Edukasi Ilmiah.
- Muslich, M. (2010). *Text Book Writing: Dasar-Dasar Pemahaman, Penulisan, dan Pemakaian Buku Teks*. Jakarta: Ar-Ruzz Media.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV Harfa Creative.
- Nasution, D. A. (2025). Critical Thinking di Era Distorsi Informasi: Membedah Hoaks, Misinformasi, dan Bias Kognitif pada Generasi Z. *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)*, 254-260.
- Nugroho, D. (2025). *TEKNIK PRESENTASI Teori, Praktik, dan Inovasi di Era Digital*. Surabaya: Cipta Media Nusantara.
- Nurgiyono, B. (2019). *Penilaian Pembelajaran Bahasa*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Nurhayati, S. e. (2024). *Buku Ajar Psikologi Pendidikan*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Pradita, L. E., Jayanti, R., Mardliyah, A., & Suwanda, E. (2019). *Berbahasa Produktif melalui Keterampilan Berbicara: Teori dan Aplikasi*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Prastowo, A. (2015). *Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif*. Yogyakarta: Diva Press.
- Prastowo, A. (2015). *Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif*. Yogyakarta: Diva Press.
- Pratama, D. A. (2024). *Bangkit dari Gagal: Rahasia Menata Ulang Hidup dengan Percaya Diri*. Medan: HGU Publishing. .

- Putra, N. (2018). *Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif*. Yogyakarta: Diva Press.
- Putri, E., & Febrianti, F. (2026). Personal Branding Digital dalam Meningkatkan Keberhasilan Bisnis Gen Z di Era Society. *DIDAKTIK*, 262-273.
- Putri, N., & Burhan, U. (2025). Strategi Akun @Shelmadess dalam Membangun Personal Branding Dan Karier Melalui Platform Tiktok. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 29-40.
- Putri, S., & Azeharie, S. (2021). Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok. *KONEKSI*, 280-288.
- Qura, U., Ibrahim, N., Yanti, P. G., & Baadilla, I. (2022). Pengaruh Podcast (Siniar) Youtube terhadap Peningkatan Keterampilan Berbicara . *Ranah (Jurnal Kajian Bahasa)*, 352.
- Rahmatullah, S. (2025). Analisis Isi Pesan Dakwah Motivasional Dalam Podcast Ketika Lupa Menikmati Hidup Pada Kanal Youtube Cahaya Untuk Indonesia. *Jurnal Sains Student Research*, 570-581.
- Rahmatullah, S. (2025). Analisis Isi Pesan Dakwah Motivasional Dalam Podcast Ketika Lupa Menikmati Hidup Pada Kanal Youtube Cahaya Untuk Indonesia . *KAMPUS AKADEMIK PUBLISING* , 572.
- Rakhmat, J. (2012). *Retorika Modern (Pendekatan Praktis)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ramadhani, P., & Darma, S. (2025). Bahasa Tubuh Sebagai Sarana Penguat Emosi Dalam Penyutradaraan Film Lisan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan* , 9938-9945.
- Ramdani, A. (2022). Pengembangan Bahan Ajar Berbicara untuk Pelajar BIPA Tingkat Pemula Tinggi. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 45-56.
- Razali, G., & Dyanasari, R. (2024). Public Relations Vindes Media Corp di Era Post-Truth: Evolusi Psikologis Persepsi Masyarakat Urban. *Jurnal Public Relations*, 1-6.
- Rintoh. (2025). *Retorika Modern (Seni Berbicara di Dunia yang Terhubung)*. Surabaya: Penerbit Bima Utama Press.
- Riyadi, W. (2025). *Kewirausahaan: Tantangan, Risiko dan Kegagalan dalam Usaha*. Jambi: Penerbit Buku Sonpedia.
- Rohayati, N. (2021). *Model Inovatif Kreatif dalam Pembelajaran Menulis Sastra*. Makassar: CV. Tohar Media.

- Rosanti, A., & Nur, F. (2025). Analisis Personal Branding Jeniffer Coppen sebagai Influencer dan Entrepreneur di Media Instagram. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 956-970.
- Ruytenbeek, N., & Holtgraves, T. (2025). A study of linguistic mitigation, writer empathy and recipient personality in requesting and bringing bad news via email. *Journal of Pragmatics*, 1781-1799.
- Ryanda, A. A. (2025, Juli 14). *Retorika Politik Digital di Era Virtual*. Diambil kembali dari Kumparan: <https://kumparan.com/aahsyant/retorika-politik-digital-di-era-virtual-24zwwGRPgk7>
- Salma, A. (2025). Studi Kasus Gaya Komunikasi Reyno Alvaro dalam Penyampaian Pesan Edukasi di Instagram. *Journal of Digital Communication Science*, 90-100.
- Salsa. (2025, October 25). *Personal Branding di Era Digital: Kunci Sukses Karir dan Bisnis*. Diambil kembali dari Universitas Multimedia Nusantara: <https://www.umn.ac.id/personal-branding-di-era-digital-kunci-sukses-karir-dan-bisnis/>
- Salsabila, I., & Zulfiningrum, R. (2025). Source of Credibility Pada Konten Produk Beauty Influencer. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran dan Penelitian*, 209-229.
- Sanjaya, W. (2013). *Penelitian Pendidikan: Jenis, Metode dan Prosedur*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Saputra, M. R. (2025). Dinamika Komunikasi Persuasif dalam Media Massa: Teknik, Strategi, dan Pengaruh terhadap Perilaku Masyarakat. *Al Nahyan Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 62-73.
- Saputra, R. A. (2024). *Retorika (Teori dan Teknik Praktis Seni Berbicara di Era Digital)*. Banyumas: Wawasan Ilmu.
- Sebastian, G. (2023). Persuading Patients Using Rhetoric to Improve Artificial Intelligence Adoption: An Experimental Study. *Journal of Medical Internet Research*, 25, 1-12.
- Setiawati, A., & Arista. (2018). *Piranti Pemahaman Komunikasi dalam Wacana Interaksional: Kajian Pragmatik*. Malang: UB Press.
- Shovmayanti, N. (2025). *Komunikasi Interpersonal*. Jambi: Penerbit Buku Sonpedia.
- Sitepu, B. P. (2012). *Penulisan Buku Teks Pelajaran*. Jakarta: Remaja Rosdakarya.

- Sitohang, K. (2019). *Berpikir Kritis: Kecakapan Hidup di Era Digital*. Sleman: PT Kanisus.
- Steinberg, S. (2006). *Persuasive Communication Skills (Public Speaking)*. South Africa: Creda Communication.
- Suardi. (2024). Meningkatkan Kredibilitas Media di Indonesia dalam Era Disrupsi Informasi: Strategi Menghadapi Misinformasi Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO*, 249-258.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif (Untuk Penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif)*. Bandung: Penerbit Alfabeta Bandung.
- Suhermi, L., & Barokah, N. (2025). Pembelajaran Kontekstual sebagai Inovasi Kreatif dalam Menjadikan Materi Ajar Lebih Bermakna. *Jurnal Ilmu Sosial, Pendidikan Dan Humaniora (JISPENDIORA)* , 90-104.
- Sulmayanti, I. (2025). Analisis Retorika Ferry Irwandi dalam Video YouTube: “How to Be a Good Storyteller”. *PENTAS: Jurnal Ilmiah Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 2-11.
- Susanti, S. e. (2024). *Retorika dalam Publik Speaking*. Padang: CV. Gita Lentera.
- Syawalia, D. M. (2024). Persepsi Masyarakat pada Makna Ekspresi Wajah dan Gestur Tubuh dalam Berkomunikasi. *Journal of Governance and Public Administration(JoGaPA)*, 74-84.
- Talaue, G. M. (2022). Aristotle’s Rhetorical Triangle as Applied to Advertisement: Its Impact to Saudi Arabian College Student Consumers. *International Journal of Applied Management Theory and Research*, 4, 1-18.
- Tambunan, L. (2010). *Khotbah dan Retorika: Peran Retorika dalam Penyampaian Firman*. Jakarta: PT BPK Gunung Mulya.
- Tarigan, H. G. (2008). *Berbicara sebagai Suatu Keterampilan Berbahasa*. Bandung: Penerbit Angkasa Bandung.
- Toulmin, S. (2003). *The Uses of Argument*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Utami, T. A., & T, D. (2021). Pengembangan Lembar Kerja Peserta Didik Elektronik (E-LKPD) Berbasis Digital untuk Meningkatkan Keterampilan Aktivitas Mandiri Siswa. *Jurnal Pedagogi dan Pembelajaran*, 48-59.

- Wibowo, M. (2024). *Komunikasi Kepemimpinan: Meningkatkan Efektivitas di Lingkungan Bisnis Modern*. Indramayu: PT Adab Indonesia.
- Widyaputra, F. (2025). Strategi Personal Branding dalam Meningkatkan Kredibilitas dan Daya Saing Influencer. *Indonesian Journal of Intellectual Publication*, 277-286.
- Wulandari, T. E., & Herdiyanto, F. E. (2025). Analisis Retorika Profetik dalam Pidato Dedi Mulyadi dan Relevansinya dengan Pembelajaran Menulis Teks Pidato Kelas VIII. *Pena: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 15, 56-80.
- Zahra, W., & Kusumawardhani, L. (2024). Analisis Isi Logical Fallacy pada Iklan “Azarine” di Akun Instagram @azarinecosmeticofficial. *Jurnal Konfergenti*, 106-124.
- Zulkarnaini, S., Mardiningsih, & Sugianti. (2024). Teknik Retorika dalam Penggunaan Pathos, Logos, Ethos dalam Video Pidato Joko Widodo di Youtube. *Jurnal Bahasa Indonesia*, 74-81.