

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiseputra, Lie Michael Eliantoro. 2009. "Analisis Wacana Iklan Operator Seluler di *Jawapos Malang*". *Skripsi*. Universitas Negeri Malang.
- Agustin, Yulia DKK. 2015. "Penggunaan Bahasa Iklan pada Papan Reklame (Studi Suevei Sepanjang Kampung Rambutuan sampai Lebak Bulus)". *Jurnal Pujangga*. Volume 1. Nomer 2. Hal 54-65.
- Andalia, Fanny dan Eko Budi Setiawan. 2015. "Pengembangan Sistem Informasi Pengolahan Data Pencari Kerja pada Dinas Sosial dan Tenaga Kerja Kota Padang". *Jurnal Ilmu Komputer dan Informatika*. 4 (2): 93-97. Diakses pada tanggal 24 Januari 2020. <https://ojs.unikom.ac.id>.
- Asmara, Rini. 2016. "Sistem Informasi Pengolahan Data Penanggulangan Bencana pada Kantor Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kabupaten Padang Pariaman". *Jurnal J-Clik*. 3 (2): 80-91. Diakses pada tanggal 24 Januari 2020 <http://ejurnal.jayanusa.ac.id>.
- Bagut, Ireneus Lyon Yuniman. 2019. "Penggunaan Bahasa dalam Iklan Minuman di Youtube". *Jurnal Bahasa, Sastra, dan Pembelajaran*. 2 (2): 50-62. Diakses pada tanggal 12 Agustus 2020. <http://ejurnal.budiutomomalang.ac.id>.
- Brata, Indra. 2017. "Analisis Iklan Rumah Spa dan Salon Kecantikan di Kecamatan Ubud". *Jurnal Ilmu Bahasa*. 3 (1): 16-29. Diakses pada tanggal 07 September 2020. <http://ejournal.warmadewa.ac.id>.
- Damayanti, Astri. 2018. "Strategi Iklan Online (Studi Iklan Shopee di Media Sosial) *Skripsi*. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Diakses pada Tanggal 20 Februari 2020. <http://etheses.iainponorogo.ac.id>.

- Dara, Adinda Rita. 2019. "Analisis Semiotika dalam Iklan Shopee 12.12 Sale Edisi Blackpink". *Skripsi*. Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Diakses pada Tanggal 03 Januari 2020. <http://digilib.uinsby.ac.id/>.
- Davis, Gordon B. 1999. *Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen: Bagian 1 Pengantar*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- Fitriani, Reni. 2015. *Kisi-kisi Pasti Ujian Nasional SMP 2015 Prediksi Akurat*. Jakarta: Lembar Pustaka Nasional.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Hutahaean, Sorta. 2004. "Analisis Bahasa Iklan pada Majalah Kartini". *Jurnal Ilmu Budaya*. Volume 1. Nomer 1. Hal 21-35.
- Kertamukti, Rama. 2015. *Strategi Kreatif dalam Periklanan Konsep Pesan, media Branding, Anggaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. Online. Tersedia di [kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kamus](http://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/kamus). Diakses pada 13 Maret 2020.
- Laily, Masrurul. 2018. "Isi Pesan dan Kreativitas Iklan *Shopee* Versi Pak Jokowi Bagi-bagi Sepeda". *Jurnal Translitera*. 6:13-23. Diakses pada Tanggal 04 Januari 2020. <http://ejournal.unisbablitar.ac.id/>.
- Lee, Monlee dan Carla Johnson. 2011. *Prinsip-prinsip Pokok Periklanan dalam Perspektif Global*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Lapasau, Merry. 2015. "Bahasa Ilmiah dalam Teks Iklan Bahasa Indonesia dan Jerman". *Jurnal Sositologi*. Volume 14. Nomer 2.

- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massal*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Meidita, Yusrini, Suprato, dan Retno Indah Rokhmawati. 2018. “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Kepercayaan dan Loyalitas Pelanggan pada *E-commerce* (Studi Kasus: Shopee)”. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*. 2(11):5682-5690. Diakses pada tanggal 04 Januari 2020. <http://j-ptiik.ub.ac.id>.
- Moelong, Lexy J. 2014. *Metode Penilaian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mudlofar, Ali. 2012. *Aplikasi Pengembangan Kurikulum Satuan Tingkat Guruan dan Bahan Ajar dalam Guruan Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Musaffak. 2015. “Analisis Wacana Iklan Makanan dan Minuman pada Televisi Berdasarkan Struktur dan Fungsi Bahasa”. *Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 1 (2): Hal 224-232. Diakses pada tanggal 07 September 2020. <http://ejournal.umm.ac.id/>.
- Nanang, Hanafi. 2009. *Konsep Strategi Pembelajaran*. Bandung: PT Rafika Aditama.
- Nasrial, Oktavia Handayani dan Nur Atnan. 2019. “Pengaruh Iklan TV Shopee Versi “Goyang Shopee 9.9 Super Shopping Day” terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee”. *e-Proceeding of Management*. 6 (1): 1635-1644. Diakses pada tanggal 11 Agustus 2020. <http://libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id>.

- Natashia, Dian. 2015. "Konsep Cantik pada Iklan Majalah Kartini Tahun 2014 dan Koran Kompas Tahun 1979: Analisis Semantik". *Jurnal Lingua Cultura*. 9 (2): 88-93. Diakses pada tanggal 17 Juli 2020. <https://Journal.binus.ac.id>.
- Nurgiantoro, Burhan. 2012. *Penilaian Pembelajaran Bahasa Berbasis Kompetensi*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta.
- Nursalim, 2014. "Iklan dan Implikasinya dalam Pendidikan". *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*. 17 (2): 255-264. Diakses pada tanggal 29 Juli 2020. <http://ejournal.uin.suska.ac.id>.
- Pendit, Gordon. B. 1999. *Makna Informasi*. Jakarta: Kesaint-Blanc.
- Rachmani, Nur. 2015. "Analisis Semiotika Iklan Ades Versi "Langkah Kecil Memberikan Perubahan" dalam Menyingkap Pesan Tersembunyi tentang Kepedulian Lingkungan Hidup". *eJournal Ilmu Komunikasi*. 3 (2): 432-446. Diakses pada tanggal 12 Agustus 2020. <https://ejournal.ilkom.fisip.unmul.ac.id>.
- Rosita, Nela Indri. 2016. "Analisis Makna dalam Iklan Kartu Seluler". *Jurnal Bastra*. 1(1): hal 1-24. Diakses pada tanggal 07 September 2020. <http://ojs.uho.ac.id/>.
- Sandra, Moriarty dkk. 2011. *Adversiting Edisi Kedelapan*. Jakarta: Kencana.
- Setianto, Widodo Agus. 2015. "Wacana dan Representasi Ideologi Iklan Politik di awal Reformasi". *Jurnal IPTEK-Kom*. 17 (2): 99-112. Diakses pada tanggal 12 Agustus 2020. <http://etd.repository.ugm.ac.id>.
- Setiowati, Ilma Dzina DKK. 2020. "Analisis Wacana pada Iklan Ojek Online Grab

dan Gojek”. *Jurnal Bahasa & Sastra*. 5(1): hal 6-23. Diakses pada tanggal 07 September 2020. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/>.

Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu Edisi 5 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Sidik, Abdurrahman. 2018. “Analisis Iklan Produk Shampoo Pantene menggunakan Teori Semiotika Pierce”. *Jurnal Ilmiah "Technologia"*. 9(4): Hal 201-208. Diakses pada tanggal 07 September 2020. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id>

Sintia, Rizki Dilla dkk. 2017. “Bahasa Iklan Layanan Masyarakat dan Implikasinya terhadap Pembelajaran”. *Jurnal Kata (Bahasa, Sastra, dan Pembelajaran)*. 5 (2): 1-10. Diakses pada tanggal 20 Juli 2020. <http://fkip.unila.ac.id>.

Sudaryanto. 2015. *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.

Suwito. 2013. “Analisis Gaya Bahasa Iklan di Televisi”. *Jurnal Nosi*. Volume 1. Nomer 4.

Tanca, Jhenika Tiara dan Sri Budi Lestari. 2018. “Pengaruh Terpaan Iklan Shopee di Televisi dan Interaksi *Reference Group* terhadap Minat Bertransaksi secara Online”. *Ejournal3 Undip*. 6(3). 1-12. Diakses pada 06 Januari 2020. <https://ejournal3.undip.ac.id>.

<https://shopee.ac.id/campaigns/?smtt=210.27230>. Diakses pada tanggal 20 November 2019. 15:47.

Zamzani, dkk. 2017. “Eksistensi Bahasa dalam Iklan Televisi Indonesia”. *LITERA*.  
16 (2): 349-364. Diakses pada tanggal 04 Agustus 2020.  
<https://journal.uny.ac.id>.