

DAFTAR PUSTAKA

Alwi, H., dkk. (1998). *Tata Bahasa Baku Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Anggreyni, N. (2021). *Kesalahan Berbahasa pada Baliho dan Papan Nama Pertokoan sebagai Materi Ajar* [Skripsi tidak diterbitkan]. Universitas Siliwangi.

Asrory, M. A., Zamani, M. A., & Daroini, A. (2022). Kelayakan Bahan Ajar Bahasa Indonesia Berbasis Teks Fungsional. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa*.

Badan Standar, Kurikulum, dan Asesmen Pendidikan. (2024). *Keputusan Kepala BSKAP Nomor 032/H/KR/2024 tentang Capaian Pembelajaran pada Pendidikan Anak Usia Dini, Jenjang Pendidikan Dasar, dan Jenjang Pendidikan Menengah pada Kurikulum Merdeka*. Jakarta: Kemendikbudristek.

Delfia, E., & Gusfitri, M. L. (2021). *Buku Panduan Peserta didik Bahasa Indonesia untuk SMP Kelas VIII*. Jakarta: Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.

Gustiar, I., & Saepurokhman, A. (2023). Analisis Kelayakan Perangkat Pembelajaran Bahasa Indonesia di Sekolah Menengah Pertama. *Jurnal Metafora Pendidikan*.

Heryadi, D. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*. Bandung: Pustaka Billahi.

Kasali, R. (1995). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.

Keraf, G. (1982). *Argumentasi dan Narasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan dan Strategi Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Kosasih, E. (2014). *Jenis-Jenis Teks dalam Mata Pelajaran Bahasa Indonesia SMP/MTs*. Bandung: Yrama Widya.

Kosasih, E. (2017). *Strategi Belajar dan Pembelajaran Implementasi Kurikulum 2013*. Bandung: Yrama Widya.

- Kosasih, E. (2021). *Pengembangan Bahan Ajar*. Bandung: Bumi Aksara.
- Liliweri, A. (1992). *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Lusianti, N., & Nuraini, L. (2025). Rekomendasi Modul Ajar Teks Iklan Multimodal untuk SMP Kelas VIII. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*.
- Malik, A., Murtadho, F., & Kusmayati, S. (2022). Pengembangan Bahan Ajar Teks Iklan Berbasis Media Otentik Lintas Platform. *Jurnal Kompetensi Berbahasa*.
- Maulina, S. (2018). Implikasi Kebahasaan Persuasi Iklan Komersial Televisi dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMP. *Jurnal Bahasa dan Edukasi*.
- Morisan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Ningsih, D. A. (2021). *Pengembangan Modul Pembelajaran Teks Iklan Layanan Masyarakat Berbasis Pendekatan Saintifik* [Skripsi tidak diterbitkan]. Universitas Siliwangi.
- Novianti, R., Supriadi, O., & Setiawan, H. (2022). Unsur Kebahasaan Teks Persuasi Iklan Layanan Masyarakat pada Ruang Publik. *Jurnal Pedagogi Linguistik*.
- Prastowo, A. (2015). *Panduan Kreatif Membuat Bahan Ajar Inovatif: Menciptakan Metode Pembelajaran yang Menarik dan Efektif*. Yogyakarta: Diva Press.
- Rahma, A. M. (2022). *Bahasa Iklan Toko Daring pada Media Sosial Instagram dan Pemanfaatannya sebagai Bahan Ajar Teks Iklan Kelas VIII SMP* [Skripsi tidak diterbitkan]. Universitas Siliwangi.
- Safi'i, A., Apriyatin, S., & Ibrahim, M. (2023). Telaah Struktur dan Kaidah Kebahasaan Teks Iklan dalam Materi Ajar Bahasa Indonesia SMP Kelas VIII. *Jurnal Pendidikan Literasi*.
- Udin, M., Hanafi, A., & Badara, A. (2025). Analisis Kelengkapan Unsur Informasi Produk pada Iklan Komersial Kontemporer. *Jurnal Riset Linguistik*.
- Zazila, N. (2023). Karakteristik dan Fungsi Iklan Nonkomersial sebagai Penyampai Pesan Sosial. *Jurnal Komunikasi Publik*.