

referensi untuk melanjutkan penelitian-penelitian lainnya yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Abdul, Kabier. (2021). *Iklan harus bersifat komunikatif: Analisis Penggunaan Bahasa dalam Iklan Cetak*. Jurnal Komunikasi dan Media. 15 (2), 45-53.
- Aisyah, S. dkk. 2021. *Dasar-dasar Periklanan*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Agus, D. *Optimalisasi Penggunaan Bahasa Iklan Interaktif dalam pembeutan Iklan Online Produk Unggulan di Kelurahan Semarapura Kaja* Linguistic Community Services Journal. 2(1), 20-29.
- Arifin, E. (2010). *Teknik Konseling di Media Massa*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ana, Haerun. Irma. I. (2019), *Kemampuan Mengidentifikasi Stuktur teks dan Kalimat Persuasif dalam Teks Negosiasi Siswa kelas X SMA 1 Lohia*. Jurnal Bastra.
- Ayu, Dewi, W. (2023). *Problem Based Learning: membuka Peluang Kolaborasi dan Pengembangan Skill Siswa*. Jurnal Penelitian dan Penjamin Mutu.
- Bungin, Burhan. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Chemma, A. Rehman, M. dkk. (2016). *Apakah Slogan Memiliki dampak Positif dalam membangun Persepsi Merek: Studi Kasus tentang Kit Kat*. Jurnal Pemasaran dan Riset Konsumen. 28, 1-9.
- Damayanti, Astri. 2018. *Strategi Iklan Online (Studi Iklan Shopee di Media Sosial)*. Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Ponogoro. <http://etheses.iainponorogo.ac.id>. [10 Maret 2025]
- Hamruni. (2012). *Strategi dan Model-Model Pembelajaran Aktif Menyenangkan*. Yogyakarta: Investidaya.
- Harminingtyas, R. (2013). *Analisis Penggunaan Tagline pada setiap usaha Periklanan Minuman Ringan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kota Semarang*. Fokus Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ekonomi. 8(2), 1-10.

- Hanaya, Ayu, W. Bajraghosa, T. dkk. (2024). *Perancangan Komunikasi Visual Kampanye Gaya Hidup Berkelanjutan di Klangan Anak Kos*. Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Herlina, Vivi. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Kumpotindo.
- Heyadi, Dedi. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Bahasa*. Bandung: Pustaka Billah.
- Heryadi, Dedi. (2022). *Statistika Penelitian Untuk Penelitian Pendidikan*. Tasikmalaya: Universitas Siliwangi.
- Iga Mas Darwati, I. M. (2021). *Problem Based Learning (PBL): Suatu Model Pembelajaran Untuk Mengembangkan Cara Berpikir Kritis Peserta Didik*. Widya Accarya: *Jurnal Kajian Pendidikan FKIP Universitas Dwijendra*, 61-69.
- Isrok'atun dan Rosmala, A. (2018). *Model-Model Pembelajaran Matematika*. Jakarta: PT Bumi Aksara. Masyithah.
- Junianda, B. Amir, A. (2024). *Analisis Struktur dan Kalimat Persuasif dalam Teks Persuasi karya Siswa Kelas XI SMA Pertiwi 1 Padang*. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 411149:41155.
- Jaiz, Muhammad. 2014. *“Dasar-Dasar Penulisan iklan”* Yogyakarta: Graha Ilmu bekerjasama dengan Fisip Untirta Press.
- KBBI. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Edisi V daring*. Jakarta: Pusat Bahasa Kementerian Pendidikan Nasional.
- Kemendikbud. (2016). *Permendikbud Nomor 22 Tentang Standar Proses Pendidikan Dasar dan Menengah Tahun 2016*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI.
- Kemendikbud. (2016). *Permendikbud Nomor 24 Tahun 2016 Tentang Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar Pelajaran Pada Kurikulum 2013 Untuk Pendidikan Dasar dan Pendidikan Menengah*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI.
- Kosasih. E. (2017). *Bahasa Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kasali. R. (2007). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Pustaka Utama Grafiti. 979-444-242-9.

- Krisma, Natalia. (2019). *Analisis Body Copy dalam Iklan Cetak: Studi Kasus Pada Iklan produk Kosmetik di Majalah Femina*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Khakim Nor. Mela N. dkk. (2022). *Penerapan Model Pembelajaran Prolem Based Learning dalam Meningkatkan Motivasi Belajar*. Jurnal Citizenship Virtues.
- Keraf, Gorys. (2017). *Eksposisi dan Deskripsi*. Kaderal 5 Ende-Flores:Nusa Indah.
- Kosasih, E. (2018). *Jenis-jenis Teks: Fungsi, Stuktur dan kaidah*. Bandung:Yrama Widya.
- Lorenza, Wenny. 2015. *Representasi Prinsip Persuasi pada Iklan Layanan Masyarakat Sayang Bandung*”. Tangerang: Universitas Multimedia Nusantara.
- Liliweri, Alo. 1992. *Dasar-dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung: Citra Aditya.
- Maulana, Fadhil. (2024). *Pengaruh Strategi Call To Action Marketing Dalam Konten Tiktok Dan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Kalangan Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung*. International Journal Administration, Business Organization. 5 (1) 69-81).
- Maulina, F. Widodo, M. dkk. (2018). *Penggunaan Bahasa Persuasi Iklan Komersial di Televisi dan Implikasinya di SMP*. Jurnal Kata: Bahasa, Sastra, dan Pembelajarannya. 6(2), 1-8.
- Monica, L. dkk. (2015:4). *Persepsi Terhadap Iklan Botol tanpa Segel Plastik Studi Di Kelurahan Malayang I Timur Kota Manado*. Akta Diurna. Volume UV No. 3.
- Ngalimun. (2017). *Strategi Pembelajaran*. Yogyakarta: Parama Ilmu.
- Ni, Made. (2008). *Penerapan Model Problem Base Learning untuk Meningkatkan Partisipasi Belajar dan Hasil Belajar Teori Jurusan Ekonomi Undiksha. Laporan Penelitian*. 74-84.
- Oktavia. (2022). *Pengaruh Model Pembelajaran Problem Based Learning Terhadap Kemampuan Menelaah Struktur dan Kebahasaan Serta Menyajikan Teks Persuasi*. Tasikmalaya: Universitas Siliwangi.
- Purnama, K. A. (2024). *Pengaruh Strategi Call to Action dalam Konten Tiktok dan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Kalangan Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung*. International Journal Administration, Business & Organization.

- Pujriyanto, S. *Elemen-elemen dalam Iklan: Analisis dan Penerapannya dalam Media Cetak*. Jakarta: Penerbit media Cerdas.
- Pranata, M. (2001). *Headline: Fungsi dan Perancangannya*. Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana. 3 (1), 73-82.
- Rusman. (2011). *Model-model pembelajaran: Mengembangkan Profesionalisme Guru*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ryan, A. (2022). *Jenis-jenis Iklan: Komersial dan non-Komersial*. Jakarta: Penerbit Media Cerdas.
- Rindang, K. (2021). *Analisis Pengaruh Komunikasi Visual dalam Iklan Terhadap Persepsi Konsumen*. Jurnal Komunikasi Visual. 12(1). 45-58.
- Sanjaya, W. (2010). *Strategi Pembelajaran*. Jakarta: Kencana.
- Saputra, H. (2020). *Pembelajaran Berbasis Masalah (Problem Based Learning)*. Lampung: Perpustakaan IAI Agus Salim.
- Shoimin. (2018). *Model Pembelajaran Inovatif dalam Kurikulum 2013*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Shoimin, A. (2017). *68 Model Pembelajaran Inovatif dalam Kurikulum 2013*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono, 2019. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D" Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sintia, Rizki Dilla dkk. 2017. *Bahasa Iklan Layanan Masyarakat dan Implikasinya Terhadap Pembelajaran*. Jurnal Kata (Bahasa, Sastra, dan Pembelajaran). 5 (2): 1-10..<http://fkip.unila.ac.id>. Diakses [20 Juli 2020].
- Salamadian, S. (2017). *Perencanaan Komunikasi Visual*. Universitas STKOM Surabaya
- Santosa, S. (2002). *Advertising Gide Book*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Suhandang, Kustandi. 2005. *“Periklanan: Manajemen, Kiat dan Strategi”* Bandung: Penerbit Nuansa.
- Santosa, Sigit. (2009). *“Creative Advertising Petunjuk Teknik Mempersiapkan Iklan Cetak dan Elektronik dengan Efisien”* Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sintia. (2017). *Pengaruh iklan Media Sosial terhadap Minat Beli Konsumen*. Jakarta: Penerbit media Cerdas
- Salamadian. 2017. *10 Contoh Iklan Beserta Gambarnya, Strukturnya yang Menarik*. [Daring]. Tersedia: <https://salamadian.com/contoh-iklan/>. [10 Maret 2025]
- Sumbi, A dan Josephina, N. (2021). *Kemampuan Menentukan Kalimat Persuasif dalam Teks Negosiasi Siswa SMA*. EDUKATIF: Jurnal Ilmu Pendidikan. (3)4, 1798-1807. Daring: <https://www.edukatif.org/index.php/edukatif/article/view/689>. [4 Maret 2025]
- Triana, Novita, dkk. 2014. *Perancangan Iklan Televisi sebagai Media Promosi J.Six Cafe di Padang*. Program Studi Desain Komunikasi Visual FBS Universitas Negeri Padang: tidak diterbitkan.
- Trisdiani, Rahmayani. 2018. *Peningkatan Kemampuan Mengidentifikasi Informasi Teks Iklan dan Menyimpulkan Isi Iklan dari Berbagai Sumber dengan Menggunakan Pendekatan Contextual Teaching and Learning (Penelitian Tindakan Kelas pada Peserta Didik Kelas VIII SMP Negeri 5 Tasikmalaya Tahun Ajaran 2017/2018)*. Jurusan Pendidikan Bahasa Indonesia Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Siliwangi: tidak diterbitkan.
- Trianto. (2017). *Mendesain Model Pembelajaran Inovatif, Progresuf, dan Konstektual: Konsep, Landasan, dan Implementasinya pada Kurikulum 2013*. Prenada Media Group
- Trianto. 2010. *Model Pembelajaran Terpadu*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Triana, I. (2014). *Perencanaan iklan Televisi Sebagai Media Promosi J. Six café Padang*. Universitas Padang.
- Uyub, M. (2022). *Rancangan Pembelajaran Berkarakteristik Pembelajaran Inovatif Abad 21 pada Materi Teks Deskriptif dengan Model Pembelajaran Problem Based Learning di SMP Negeri 1 Talang*. Cakrawala, 22-30.
- Widiatmoko Suwardikun, D. (2009). *Persuasi Melalui Ilustrasi dalam Iklan Cetak*. Jurnal Seni Rupa dan Desain. 3 (2), 129-136.