

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Chaer, L. A. (2014). *Sosiolinguistik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anjani, Y. (2016). *Tindak Tutur dalam Wacana Iklan Berbahasa Indonesia di YouTube: Sebuah Kajian Pragmatik*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Ayu Kusumawati, Y., Eko Budiwaspada, A., & Iwan Saidi, A. (2016). *Makna Kecantikan Pada Iklan YouTube Kosmetik Berlabel Halal (Studi Kasus: Mazaya Divine Beauty)*. *Jurnal Sosioteknologi*, 15(1), 96–105. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2016.15.1.9>
- Badan POM. (2017). *Peraturan Kepala Badan POM RI Nomor 8 Tahun 2017 tentang Pedoman Pengawasan Periklanan Obat*. 24 pages.
- Chaer, A. (2013). *Pengantar Semantik Bahasa Indonesia*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Dendy Triadi, A. S. B. (2010). *Ayo Bikin Iklan! Memahami Teori & Praktik Iklan Media Lini Bawah*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Dr. Uhar Suharsaputra, M. pd. (2012). *Metode Penelitian kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Refika Aditama.
- Griffiths, A. (2012). *Iklan Powerful untuk Bisnis Anda Berawal dari Buku ini!* Jakarta: Tangga Pustaka.
- Gunawan, I. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kunandar. (2011). *Penelitian Tindakan Kelas Sebagai Pengembangan Profesi Guru*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mahsun. (2017). *Metode Penelitian Bahasa*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Morissan, M. . (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenamedia Group.
- Mulyasa, E. (2007). *Standar Kompetensi dan Sertifikasi Guru*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nadar, F. (2013). *Pragmatik dan Penelitian Pragmatik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Nadar, F. (2009). *Pragmatik & Penelitian Pragmatik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Prasetya, R. A. (2017). *Tindak Tutur pada Iklan Produk Makanan Cepat Saji di YouTube dan Impilkasinya*. *J-Symbol (Bahasa, Sastra, Dan Pembelajarannya)*, 1–12.
- Rachmat Kriyantono, P.(2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Malang: UB Press.
- Rahardi, R. kunjana. (2002). *Pragmatik: Kesantunan Imperatif dalam Berbahasa*. Jakarta: Erlangga.
- Romadhani, N. M., & Junieles, R. (2017). *Analisis Tindak Tutur pada Bahasa Iklan Produk*

- Mie Instan Indomie di YouTube*. Konfiks: Jurnal Bhasa , Sastra Dan Pengajaran.
- Rusminto, N. (2009). *Analisis Wacana Bahasa Indonesia*. Bandar Lampung: Universtas Lampung.
- Saputri, N.I, dkk. (2021). *Analisis Tindak Tutur dalam Iklan Produk Kecantikan di YouTube*. Journal of English Language Teaching and Linguistics. 6(1), 1-11.
- Sikana, A. M., & Fadhillah, R. L. (2020). *Tindak Tutur Ilokusi Pada Iklan Fair and Lovely di YouTube*. Imajeri: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia, 03(1), 93–104.
- Sofyanti, A. (2018). *Produk Kecantikan Berbahaya Marak di Sosmed*, BPOM Gelar Penyuluhan.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Analisis Bahasa*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tarigan, H. G. (2015). *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: CV Angkasa.
- Tarigan, Henry Guntur. (2015). *Pengajaran Pragmatik*. Bandung: Angkasa.
- Wahyuni, S., & Ibrahim, S. (2012). *Asesmen Pembelajaran Bahasa*. Bandung: Refika Aditama.
- Wibowo, Bambang Setia., 2016. Pengaruh Kreativitas dalam Iklan, Reputasi Bintang Iklan dan Waktu Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan Serta Dampaknya Terhadap Minat Pembelian Konsumen. STIE YKPN Yogyakarta.
- Widodo, M. dan I. W. A. S. (2016). *Prinsip Percakapan*. Yogyakarta: TEXTIUM.
- Wijayanti, E. A. (2017). *Tindak Tutur pada Iklan Radio di Yogyakarta*. Universitas Sanata Dharma.
- Yule, G. (2014). *Pragmatics*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yusri, S.Pd., M. P. (2016). *Ilmu Pragmatik dalam Perspektif Kesopanan Berbahasa*. Yogyakarta: Deepublish.
- Zaim, M. (2014). *Metode Penelitian Bahasa: Pendekatan Struktural*. Padang: Sukabina Press.