

PENGUNAAN BAHASA PERSUASIF PENJUALAN BARANG DALAM IKLAN MEDIA INSTAGRAM

USE OF PERSUASIVE LANGUAGE SALE OF GOODS IN ADVERTISING INSTAGRAM MEDIA

Zetyadi¹, Arum Pujiningtyas²

Prodi pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Tadulako

adhvfy99@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini berjudul penggunaan bahasa persuasif penjualan barang dalam iklan media instagram . Tujuan dalam penelitian ini adalah mendeskripsikan penggunaan bahasa persuasif penjualan barang dalam iklan media instagram. Pengajuan penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil observasi penulis, di mana dalam kehidupan sehari-hari masyarakat sudah sangat dimudahkan dalam hal jual-beli (berdagang) menggunakan beberapa media elektronik maupun media cetak sehingga penulis terfokus pada penggunaan bahasa persuasif dalam penelitian ini karena bahasa persuasif merupakan jenis bahasa yang digunakan untuk mempromosikan sebuah barang. Dengan mendeskripsikan penggunaan bahasa persuasif penjualan barang dalam iklan media instagram, masyarakat akan lebih mengetahui penggunaan bahasa seperti apa yang dibutuhkan dalam berdagang dan media-media pendukung dalam penjualan tersebut salah satunya media instagram yang merupakan objek penulis dalam penelitian ini. Metode yang digunakan adalah deskriptif-kualitatif, karena tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan penggunaan bahasa persuasif penjualan barang dalam iklan media instagram. Melalui teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi atau pengamatan dalam penelitian ini, diperoleh informasi tentang penggunaan bahasa persuasif penjualan barang dalam iklan media instagram yakni, 1. Berdasarkan tujuan, yang didalamnya meliputi iklan informatif, iklan persuasi, dan iklan pengingat. 2. Berdasarkan sifat, yaitu iklan komersial yang meliputi iklan konsumen, iklan antarbisnis, iklan perdagangan, iklan pengecer dan iklan respon langsung.

Kata kunci : bahasa persuasif, iklan, media instagram

Abstract: *This research is titled the use of persuasive language in the sale of goods in Instagram media advertisements. The purpose of this study is to describe the use of persuasive language in the sale of goods in Instagram media advertisements. The submission of this research was carried out based on the results of the author's observations, where in everyday life people have been greatly facilitated in terms of buying and selling (trading) using several electronic and print media so that the author focused on the use of persuasive language in this study because persuasive language is a type of language used to promote an item. By describing the use of persuasive language in selling goods in Instagram media advertisements, people will be more aware of the use of language like what is needed in trading and supporting media in sales, one of which is Instagram media which is the object of the author in this study. The method used is descriptive-qualitative, because the purpose of this research is to describe the use of persuasive language in selling goods in Instagram media advertisements. Through data collection techniques using observation or observation techniques in this study, information was obtained about the use of persuasive language in the sale of goods in Instagram media advertisements, namely, 1. Based on purpose, which includes informative advertising, persuasion advertising, and reminder advertising. 2. By nature, namely commercial advertising which includes consumer advertising, business-to-business advertising, trade advertising, retailer advertising and direct response advertising.*

Keywords: *persuasive language, advertising, instagram media*

Komunikasi merupakan suatu kebutuhan pokok bagi tiap-tiap individu. Dalam kehidupan sehari-hari, bahasa diperlukan untuk menjalankan segala aktifitas manusia. Bahasa yang digunakan berupa bahasa lisan dan bahasa tulis. Bahasa lisan berfungsi untuk menyampaikan informasi dari pembicara kepada pendengar dan bahasa tulis berfungsi untuk menyampaikan informasi dari penulis kepada pembaca. Selain untuk menyampaikan informasi, Bahasa juga berfungsi untuk mempromosikan sebuah barang dalam konteks berdagang atau berjualan.

Salah satu jenis bahasa yang digunakan untuk mempromosikan sebuah barang dalam konteks berdagang adalah bahasa persuasif. Bahasa persuasif bertujuan untuk meyakinkan,

mengajak, merayu atau membujuk pembacanya untuk melakukan suatu perbuatan dan aktivitas seperti yang disampaikan oleh penulis.

Dalam kehidupan masyarakat saat ini, sudah lebih dipermudah dengan adanya jaringan internet yang tersedia di Indonesia di sertai dengan begitu banyak media sosial yang bisa dimanfaatkan untuk berdagang atau menjual suatu barang dengan mudah. Salah satu media yang di gemari kalangan masyarakat yaitu media instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang telah membawa perubahan pada pola berkomunikasi antara satu orang dengan orang lain. Saat ini, hampir semua orang menggunakan media sosial instagram sebagai hiburan, tanpa memandang usia dan genre. Beberapa orang menggunakan instagram sebagai media untuk berdagang atau berjualan dengan cara membagikan foto atau video barang yang hendak dijual serta mencantumkan tulisan di bawah gambar yang mengandung bahasa persuasif.

Permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah bagaimana penggunaan bahasa persuasif penjualan barang dalam iklan media *instagram*. Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan penggunaan bahasa persuasif penjualan barang dalam iklan media *instagram*.

Media sosial instagram merupakan media sosial yang bersifat umum sehingga berbagai kalangan bisa menggunakan media sosial tersebut untuk berjualan atau berdagang, tidak sedikit orang yang tertarik untuk menggunakan media instagram sebagai media promosi dagangannya, sehingga dibutuhkan bahasa persuasif dalam mempromosikan barang tersebut agar lebih menarik minat pembeli. Devito (dalam Hennita et al, 2020:231) mengemukakan bahwa bahasa persuasif adalah proses mempengaruhi sikap, keyakinan, nilai atau perilaku orang lain.

Berdasarkan uraian diatas, penulis terfokus untuk meneliti penggunaan bahasa persuasif penjualan barang dalam iklan media instagram. Alasan penulis memilih menggunakan bahasa persuasif dalam penelitian ini karena bahasa persuasif merupakan jenis bahasa yang digunakan untuk mempromosikan sebuah barang dalam konteks berdagang sesuai dengan judul penelitian. Penulis juga memilih media instagram sebagai objek dalam penelitian ini karena menurut beritasatu.com, instagram menduduki peringkat ketiga setelah youtube dan whatsapp sebagai media sosial terpopuler dan paling banyak digunakan pada rentang usia di kisaran 16 hingga 64 tahun di dibandingkan dengan media sosial facebook dan twitter. Penulis tidak memilih media youtube dan whatsapp karena jarang ditemukan penjualan barang berbasis media online pada kedua aplikasi tersebut.

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan penggunaan bahasa persuasif penjualan barang dalam iklan media instagram

METODE

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Sebagaimana yang di kemukakan Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2012:4) bahwa penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari perilaku orang yang diamati. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif, artinya berbentuk kata-kata, kalimat-kalimat, dan paragraf-paragraf yang mengandung aspek penggunaan bahasa persuasif dalam penjualan barang pada media instagram.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi atau pengamatan. Dalam teknik ini, penulis mengobservasi unggahan-unggahan iklan pada media instagram kemudian penulis mengamati apakah iklan-iklan tersebut menggunakan bahasa persuasif sesuai dengan teori yang digunakan penulis atau tidak. Setelah melakukan observasi atau pengamatan, penulis juga menggunakan teknik catat. Teknik catat adalah mencatat beberapa bentuk yang relevan bagi penelitian dari penggunaan bahasa secara tertulis (Mahsun, 2005:93). Pada teknik ini, penelitian membaca hasil dari observasi atau pengamatan objek terlebih dahulu, kemudian melakukan pencatatan terhadap data-data yang sudah didapatkan sebagai bahan yang

akan diteliti dalam penelitian ini. Instrumen pengumpulan data ialah alat ukur atau pedoman yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian kualitatif peneliti sendiri yang berperan sebagai instrumen utama dan instrumen tambahan yaitu alat tulis, laptop dan gawai. Hal ini sejalan dengan pendapat Sugiyono (2013: 59) mengatakan bahwa dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti itu sendiri. Maka pengetahuan dan wawasan kebahasaan peneliti menjadi kunci pokok keberhasilan penelitian.

Menurut Miles dan Huberman (1984) teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian kualitatif meliputi tiga aspek, yaitu: (1) Reduksi Data (*Data Reduction*), reduksi data artinya, data harus dirampingkan, dipilih mana yang paling penting, disederhanakan dan diabstraksikan. Dalam kegiatan mereduksi, peneliti mengumpulkan informasi melalui pengumpulan data mengenai penggunaan bahasa persuasif penjualan barang dalam iklan media *instagram*, kemudian mencatat hal-hal yang diperlukan secara terperinci. (2) Penyajian Data (*Data Display*), Setelah mereduksi data, langkah selanjutnya ialah menyajikan data. Data yang disajikan adalah iklan pada media *instagram* yang sudah di pilah sesuai dengan ciri-ciri penggunaan bahasa persuasif. (3) Penarikan Kesimpulan, Kesimpulan disusun berdasarkan rumusan masalah yang diajukan, yaitu bagaimana penggunaan bahasa persuasif penjualan barang dalam iklan media *instagram*. Setelah data direduksi dan disajikan maka langkah selanjutnya adalah penarikan kesimpulan yaitu menyusun kesimpulan dari data-data yang didapat dari awal. Maka pada tahap ini, peneliti menyimpulkan hasil penggunaan bahasa persuasif penjualan barang dalam iklan media *instagram*.

HASIL

1. Berdasarkan Tujuan

1.1 Iklan Informatif

DATA	
GAMBAR IKLAN	KALIMAT PERSUASIF
 <p>(Gambar 1) Sumber iklan : @scarlett_whitening</p>	<p>BARU !! Scarlett Herbalism Mugwort mask Yeayy !! ini nih yang udah banyak di tungguin Buat kamu yang punya kulit berjerawat, berminyak, dan pro-pori besar, gak perlu khawatir lagi nih. Soalnya sekarang ada Herbalism Mugwort mask dari scarlett ! kandungan nutrisinya mengontrol kadar minyak berlebih dan menyamarkan pori, guys. Udah gitu, mugwort extract di dalamnya meredakan peradangan akibat jerawat. Kamu bisa dapatkan dengan klik link di bio scarlett resmi yang sudah verivied (centang biru).</p>

1.2 Iklan Persuasi

DATA	
GAMBAR IKLAN	KALIMAT PERSUASIF



(Gambar 5)
Sumber iklan : @pijakbumi

[KURO Meguro Japan Live On pijakbumi.com]
Anyway, nama Meguro adalah salah satu nama kota di Jepang yang jadi inspirasi dalam desain terbaru KORA saat ini .
Selain akan dirilis di Indonesia, KORA Meguro akan tersedia di Jepang juga.
KORA Meguro sudah bisa di order dalam 3 warna
Soybean, Black dan All White ukuran 36-44
Harga : Rp419.000
Terbuat dari Recycled Cotton (Soybean and Black) dan Cotton (All White)

1.3 Iklan Pengingat

DATA	
GAMBAR IKLAN	KALIMAT PERSUASIF
	<p>BACK IN STOCK #eigerproduct ✓ Eiger bautou watch Art 910003358... 619.000,- Ready dua pilihan warna Bautou adalah jam tangan yang cocok digunakan untuk kegiatan sehari-hari maupun traveling. Diameter kurang lebih 50mm Fitur</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tahan air hingga 10 ATM - Bulan, Tanggal, AM/PM, dan fitur EL Backlight yang berfungsi untuk membuat layar jam menimbulkan cahaya - Mode tampilan standar; jam, menit, detik, hari, tanggal, bulan - Fungsi chronograph dengan lap operation - Stopwatch - Berbunyi tiap jam - Fungsi alarm dengan output sinyal buzzer - 12/24 hour format switch option - Waktu dunia - Timer - Tambahan tali dan baterai cadangan <p>Buruan yuk melipir ke store kami, @eigertalise_palu Jln. Yos Sudarso Blok B no.41 (Ruko Talisa Plasa) Palu-sulteng</p>

(Gambar 9) Sumber iklan: @eigertalise_palu	Ditunggu kedatangannya yah kak.
---	---------------------------------

B. Berdasarkan Sifat
2.1 Iklan Komersial
a. Iklan konsumen

DATA	
GAMBAR IKLAN	KALIMAT PERSUASIF
 <p>(Gambar 13) Sumber iklan : @dermagift</p>	<p>Mau distyling gaya apapun, hasilnya jelek dan berkembang kaya singa, tetap aja rambut susah diatur, tapi apa ya penyebab dari rambut yang susah diatur ?</p> <p>Umumnya, rambut susah diatur disebabkan rambut rusak karena hair dryer, catokan, salah perawatan rambut, dan salah shampoo. Untungnya dermagift paham banget nih sama masalah-masalah rambut, pakai rangkaian produk Dermagift shampoo dan hair serum secara rutin untuk dapetin rambut sehat dan mudah diatur</p> <p>Please, #EnjoyHairyMu!</p> <p>Yuk dapetin rangkaian produk Dermagift sekarang, Klik link yang ada di bio ya!</p>

b. Iklan Antarbisnis

DATA	
GAMBAR IKLAN	KALIMAT PERSUASIF
 <p>(Gambar 14) Sumber iklan : @alat_kopi_malang</p>	<p>Paket kedai 10.0</p> <p>Halo.. Gimana dengan kedai kopi kalian, apakah sudah mantap ?? nah kali ini ada paket yang sangat-sangat lengkap nih. Dan juga sudah di bekali mesin kopi dan grinder yang terbaik di kelasnya. Dengan mesin wingkin retro dan grinder n900 kalian bisa buat kopi kalian di atas 50 cup/hari.</p> <p>Paket lengkap ini terdiri dari :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mesin Espresso wingkin210 2. Grinder n900 (Espresso Based) 3. Grinder n600 (Manual Brew) 4. Tamper click 58 mm 5. Tamping Matt Double 6. Jugger 20-40 cc 7. 2 Espresso Shot glass 8. Hario V60 Dripper 01 9. Server V60 Glass 01 10. V60 scale with timer 11. Scale small 1 kg



(Gambar 17)

Sumber Iklan :

@alat_kopi_malang

- 12. Vietnam Drip 120 cc
- 13. Gooseneck kettle 1.2 + Thermo
- 14. Milk jug telfon 350 cc
- 15. Basket blind
- 16. Digital timer

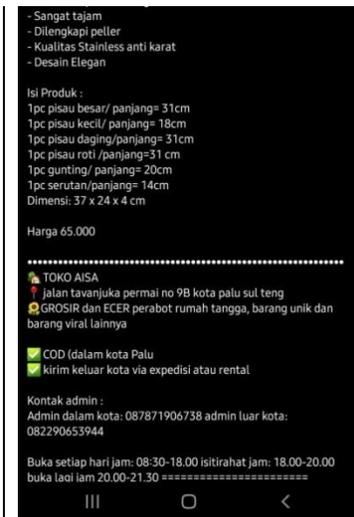
Bonus biji kopi Houseblend + Garansi servis & sparepart

Nah gimana ? barangnya ok kan ? ayo buruan stok kami terbatas, jangan sampai ketinggalan.

Dan yang paling penting harga paket ini pastinya lebih murah dari pada beli retail satuan, jadi kalian bisa hemat sampai jutaan rupiah.

c. Iklan Perdagangan

DATA	
GAMBAR IKLAN	KALIMAT PERSUASIF
	<p>*PISAU SET WARNA KERAMIK*</p> <p>Set pisau serbaguna yang terbuat dari bahan stainless steel non stick coating cocok untuk digunakan dirumah tangga ataupun dijadikan hadiah untuk keluarga terdekat atau orang kesayangan anda.</p> <p>1 set terdiri dari 6 pisau dengan warna kombinasi (tidak bisa pilih satu warna karena sudah satu set) dan satu serutan.</p> <p>Spesifikasi :</p> <ul style="list-style-type: none"> - 6 pcs pisau set - Pisau dilapisi anti lengket - Sangat tajam - Dilengkapi peller - Kualitas stainless anti karat - Desain elegan <p>Isi produk :</p> <p>1pc pisau besar / panjang = 31 cm 1pc pisau kecil / panjang = 18 cm 1pc pisau daging / panjang = 31 cm 1pc gunting / panjang = 20 cm 1pc serutan / panjang = 14 cm</p> <p>Dimensi : 37 x 24 x 4 cm Harga 65.000 TOKO AISA Jalan tavanjuka permai nomor 9B kota palu</p>



(Gambar 19)
Sumber iklan :
[@koleksiaisa](#)

SulTeng
Grosir dan ecer perabot rumah tangga, barang unik dan barang viral lainnya
✓ COD (dalam kota palu)
✓ Kirim luar kota via ekspedisi atau rental
Kontak admin :
Admin dalam kota : 087871906738
Admin luar kota : 082290653944
Buka setiap hari jam : 08.30-18.00 istirahat jam : 18.00-20.00 buka lagi jam 20.00-21.30

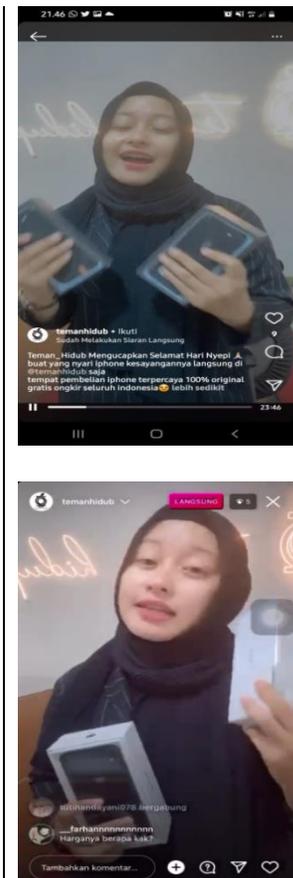
d. Iklan Pemgecer

DATA	
GAMBAR IKLAN	KALIMAT PERSUASIF
<p>11.09</p> <p>CHRISTMAS GIVEAWAY 30 PAIRS VENTELA REPUBLIC HIGH</p> <p>ventelashoes</p> <p>Disukai oleh desiretayasa dan 31.447 lainnya ventelashoes HO..HO..HO.. It's giving season!</p> <p>Be ready for CHRISTMAS GIVEAWAY</p> <p>30 pairs Ventela Republic High untuk 30 orang beruntung! Periode 21-23 Desember 2021 Pengundian dan pengumuman pemenang tanggal 24 Desember 2021 Geser untuk cek detail syarat & ketentuannya yo, guys Yuk, langsung join!</p>	<p>HO..HO..HO.. It's giving season! Be ready for CHRISTMAS GIVE AWAY 30 pairs Ventela Republic High untuk 30 orang beruntung ! Periode 21-23 Desember 2021 Geser untuk cek detail syarat dan ketentuan yah guys Yuk, langsung join!</p>

(Gambar 22)
Sumber iklan : [@ventelashoes](#)

e. Iklan Respon Langsung

DATA	
GAMBAR IKLAN	KALIMAT PERSUASIF



(Gambar 24)

Sumber iklan : @temanhidub

“bisa suruh kerabatnya dtang ke makasar store kami melihat kondisi fisik apakah betul fisik dari iphone @temanhidub itu betul-betul perfect, betul-betul mantap, di jamin 100% original.

Untuk 256 untuk seri iphone kita tersisah dua unit dan untuk seri iphone X yang 64 kita tersisah 3 unit untuk warna silvernya, kita lanjut di seri iphone 10x, untuk seri iphone 10x kita readynya warna silver da nada juga yang warna grey nya di jamin full set di jamin kondisi fisik sangat mulus dan tentunya gratis ongkir, selalu saya ucapkan gratis ongkir di seluruh Indonesia karena walaupun kalian ada di mana saja kalian ada di luar kota manapun, di pelosok-pelosoknya makasar, pelosok daerah manapun intinya di Indonesia masih Sulawesi selatan ataupun masih di Negara Indonesia, kalian tetap di gratis ongkirkan. Tenang, untuk jasa pengirimannya kami terjamin 100% sampai pada tujuan dan tentunya kondisi unit kalian akan aman terkendali tanpa adanya kekurangan.

Saya lanjut, kita ready iphone X 10x kita ada warna silver da nada juga warna graynya dan baterainya masih sehat sekali, ini baterainya 100% kondisi fisik dijamin masih mulus banget.

Oke kita lanjut lagi diseri iphone 10x Max ini yang 256 GB tersisah 2 unit, buruan yang mencari seri iphone 10x Max kalian buruan keep karena kita tersisah 2 unit”

PEMBAHASAN

Peneliti menguraikan secara penelitian mengenai penggunaan bahasa persuasif penjualan barang dalam iklan media *instagram*, dengan menggunakan analisis deskriptif. Penelitian ini akan dikemukakan beberapa data yang diperoleh sebagai bukti hasil penelitian.

Adapun pembahasan mengenai penelitian tentang penggunaan bahasa persuasif penjualan barang dalam iklan media *instagram* diuraikan berikut :

1. Berdasarkan Tujuan

Menurut Rachmat Kriyantono (2013:35) jenis iklan berdasarkan tujuannya dibagi menjadi 3, antara lain :

1.1 Iklan Informatif

Sebuah iklan dikategorikan ke dalam iklan informatif jika materi iklan bertujuan untuk memberitahu produk baru, menginformasikan perubahan harga dan kemasan produk, menjelaskan cara kerja produk, mengurangi ketakutan konsumen dan mengoreksi informasi yang keliru terhadap produk.

1.2 Iklan Persuasi

Kategori iklan persuasi adalah memiliki merek yang di iklankan, menganjurkan membeli merk yang di iklankan, mengubah persepsi konsumen tentang merek tertentu, dan membujuk konsumen untuk membeli atau menerima penawaran sekarang.

1.3 Iklan Pengingat

Kategori dalam iklan pengingat yaitu mengingatkan bahwa produk itu mungkin akan sangat di butuhkan dalam waktu dekat, menjaga kesadaran akan produk, menjalin hubungan baik dengan konsumen, mengingatkan di mana membeli produk itu, mengingatkan konsumen di waktu pasaran sepi, dan memantapkan atau meneguhkan bahwa pilihan konsumen tepat.

2. Berdasarkan Sifat

Menurut Rachmat Kriyantono (2013:35) jenis iklan berdasarkan sifatnya dibagi menjadi 2, antara lain :

2.1 Iklan Komersial

Iklan komersial merupakan iklan yang bersifat menjual produk atau jasa secara langsung. Yang termasuk ke dalam jenis iklan komersial antara lain :

a. Iklan konsumen

Merupakan iklan yang menjual barang-barang konsumsi seperti shampoo, pakaian, mobil, permen, dan barang-barang yang di konsumsi lainnya.

b. Iklan Antarbisnis

Merupakan iklan yang menawarkan barang-barang nonkonsumsi. Sasaran iklan adalah perusahaan-perusahaan atau sebuah usaha bersifat umum seperti pedagang-pedagang yang menyajikan sesuatu menggunakan alat-alat tersebut maka dari itu di katakana bersifat nonkonsumsi.

c. Iklan Perdagangan

Merupakan iklan yang menawarkan barang yang akan di jual lagi. Sasaran iklan ini adalah para pemasok, grosir, agen, atau pengecer. Misalnya, iklan yang menginformasikan ada potongan harga besar-besaran untuk pembelian bentuk partai. Iklan perdagangan menjual produk atau barang yang nantinya akan di jual kembali oleh pembelinya.

d. Iklan Pengecer

Merupakan iklan yang dilakukan oleh pengecer agar dagangannya laku. Misalnya “*discount besar-besaran di Ramaya Store selama Ramadhan*” dari contoh tersebut penjual bertujuan mengajak masyarakat untuk membeli.

e. Iklan Respon Langsung

Merupakan iklan jenis baru yang memungkinkan konsumen dapat memberikan respon langsung ketika melihatnya. Artinya, antara si pengiklan dengan konsumen terjadi interaksi langsung.

2.2 Iklan nonkomersial

Adalah iklan yang bersifat tidak secara langsung menjual produk atau jasa. Iklan ini bersifat “*soft-selling*”, yaitu lebih menjual citra bukan menjual produk. Yang termasuk dalam iklan ini antara lain iklan-iklan korporat atau berkaitan dengan badan usaha yang sah sesuai hukum.

Dalam jenis iklan nonkomersial ini, penulis tidak menyajikan data karena tidak sesuai dengan judul penelitian penulis dimana penulis terfokus pada penjualan barang dalam iklan media instagram. Akan tetapi, pada jenis iklan ini tidak menjual barang.

KESIMPULAN

Berdasarkan penyajian data yang dilakukan dapat diperoleh kesimpulan bahwa jumlah data penelitian tentang penggunaan bahasa persuasif penjualan barang dalam iklan media instagram sebanyak 24 (dua puluh empat) data.

Jenis-jenis penggunaan bahasa persuasif yaitu : 1) berdasarkan tujuannya yang dibagi menjadi tiga, iklan informatif, iklan persuasi, dan iklan pengingat. 2) berdasarkan sifatnya yaitu iklan

komersial dan non komersial. Iklan komersial dibagi menjadi empat, iklan konsumen, iklan antarbisnis, iklan perdagangan, iklan pengecer, dan iklan respon langsung. 3) berdasarkan media penyebarluasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2003. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto. 2004. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Chaer. 2002. *Psikolinguistik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Hennita, Prisyliya dan Saffira. 2020. *Analisis Komunikasi Persuasif pada Akun Instagram Frelynshop dalam Meningkatkan Brand Image*. Jakarta: Medialog
- Kridalaksana. 2014. *Fungsi dan Sikap Bahasa*. Nusa Indah: Enda Flores
- Kriyantono, Rachmat. 2013. *Manajemen Periklanan Teori dan Praktek*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press)
- Munirah. 2015. *Pengembangan Menulis Paragraf*. Yogyakarta: Deepublish
- Moleong. 2010. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono. 2015. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA