

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, N. (2020). Bentuk Tindak Tutur Lokusi dan Ilokusi Pedagang dan Pembeli di Pasar Sekip Ujung, Palembang. Sumatera Selatan: Jurnal Ilmiah Kebahasaan dan Kesastraan.
- Austin, J. L. (1982). *How to Do Things with Word*, Oxford: Clarendon Press.
- Azizah, A., Mustika, I., Primndhika, R.B. (2020). Analisis Tindak Tutur Caption Dalam Instagram Ridwan Kamil, Bandung: IKIP Siliwangi Bandung.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, K. P. (2016). *KBBI Daring*. Diambil dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id/Beranda>.
- Brogan, Chris. (2010). *Social Media 101 Tactic and Tips to Develop Your Business Online*. Manhattan: John Wiley & Sons.
- Brutu, M. B. (2020). Analisis Implikatur Dalam Iklan Kosmetik di Tiongkok. Medan: Universitas Sumatra Utara.
- Cangara, Hafied. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Chaer dan Agustina. (1995). *Sosiolinguistik, Suatu Pengantar*. Jakarta: Rineka cipta.
- Chaer dan Agustina. (2004). *Sosiolinguistik: Perkenalan awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cresswell, Fawaid (Penerjemah). (2019). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Jakarta: Yayasan Mitra Netra.
- Damayanti, R. (2018). Diksi dan Gaya Bahasa dalam Media Sosial Instagram. Surabaya: Jurnal Widyaloka
- Diambil dari Materi Bahasa Indonesia: materibahasaindonesia.web.id.
- Diambil dari Dosen Bahasa: dosenbahasa.com.
- Dijk, Van. (1997). Diambil dari www.discourses.org.
- Faramida, I., Charline, Hermandra. (2019). Tindak Tutur Representatif pada Caption Instagram. Jurnal Tuah vol. 1.
- Rosdiana, Yusi. (2009). *Modul Hakikat Bahasa*. Universitas Terbuka.
- Pratamanti, E.D., Daryono, Ulami, M.D. (2021). Implikatur Pada Meme Islam di Instagram Sebagai Wujud Digitalisasi Media Dakwah: Kajian Pragmatik. Semarang: Jurnal Dinamika Sosial Budaya

- Guba, E.G., . (1981). *Effective Evaluation*. Amerika Serikat: Jossey-Bass Publishers.
- Hartini, H.I, Hasnah, F.AR., Charlina. (2017). *Kesantunan Berbahasa Dalam Komentar Caption Instagram*. Riau: Universitas Riau.
- Hamidah, J., Normuliati, S. (2020). *Analisis Tindak Tutur Endorse di Media Sosial Instagram*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Hidayah, T., Sudrajat, R.T., Firmansyah, D. (2020). *Analisis Tindak Tutur Lokusi, Ilokusi, Dan Perlokusi Pada Film 'Papa Maafin Risa'*. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*. Bandung: IKIP Siliwangi Bandung.
- Hymes, D. (2010). *Dell Hymes and the Ethnography of Communication*. London: Sage Publishers.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi V*. (2016). Jakarta.
- Kasali, R. (1992). *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kridalaksana, H. (2011). *Kamus Linguistik Edisi Keempat*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Krisyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Leech dan Yvonna. (1993). *Prinsip-prinsip Pragmatik*. Jakarta: Universitas Indonesia
- McQuail, Denis. (1992). *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta: Erlangga
- Miles dan Huberman. (1984). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasution, S. (2007). *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Nugrahani, F. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*, Surakarta: Farida Nugrahani.
- Rohmadi, M. (2014). *Kajian Pragmatik Percakapan Guru dan Siswa dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia*. Surakarta: Jurnal Penelitian Pendidikan.

- Rustono. (1999). *Pokok-pokok Pragmatik*. Semarang: IKIP Semarang Press.
- Saladin dan Oesman. (2002) *Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Sikana, A.M., Fadillah, R.L. (2020). Tindak Tutur Ilokusi pada Iklan Fair and Lovely di Televisi.
- Subroto, E. (1992). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- Sugiyono, P. D. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suhartono dan Yuniseffendri. (2014). *Pragmatik*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Surianti, Akhir, M., Nojeng, A. (2020). Tindak Tutur Ilokusi Sebagai Media Penyampaian Pesan Sosial pada Iklan Layanan Masyarakat. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Syaikhoh, Z.A., Santoso, A.B., Winarsih, E. (2018). Implikatur pada Unggahan Instagram Produk "Matahari Departement Store" Bulan April 2018. Madiun: Universitas PGRI Madiun.
- Umaroh, L., Kurniawati, N. (2020). Dominasi Ilokusi dan Perlokusi dalam Transaksi Jual Beli. Semarang: Universitas Dian Nuswantoro
- Wahyuni, S.T., Retnowaty, Ratnawati, I. (2018). Tindak Tutur Ilokusi pada Caption Akun Islami di Instagram. Balikpapan: Jurnal Basataka.
- Widoyoko, E. P. (2012). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wijaya, I. D. (1996). *Dasar-dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wijayanti, M., Tajuddin, S., Anwar, M. (2020). Tindak Tutur Representatif dalam Antologi Naskah Drama Antologi Naskah Drama Sarapan Terakhir. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.