

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Chaer. (2012). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Adam-Wintjen, C. (1998). *Werbung im Jahr 1947. Zur Sprache der Anzeigen in Zeitschriften der Nachkriegszeit*. In Reihe Germanistische Linguistik.
- Aisyah, S., Ali, Y., & Sudarso, A. (2021). *Dasar-Dasar Periklanan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Althaus, H. P., Helmut, H., & Wiegand, H. E. (1980). *Lexikon der Germanistischen Linguistik*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Arstiana, E. R. (2015). *Gaya Bahasa Iklan Jam Tangan Berbahasa Jerman*. 3–13.
- Bambang Dwi Atmoko. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Dudenredaktion. (n.d.). *Duden: Deutsches Universalwörterbuch*. Diakses pada tanggal 16 April 2025, dari <https://www.duden.de/>
- Flemmer, S. (2020). *Instagram als sozialer Prozess*. Institut Für Erziehungswissenschaft, 24, 10.
- Fricke, H., & Zymner, R. (1991). *Einübung in die Literaturwissenschaft : Parodien geht über Studieren*. Paderborn: Verlag Ferdinand Schöningh.
- Hartini, H. I., AR, H. F., & Charlina, C. (2017). *Kesantunan Berbahasa dalam Komentar Caption Instagram*. Indonesian Language and Literature Education, C, 1–14.
- Heyden, K., & Sallmann, M. (2023). Heyden, K., & Sallmann, M. (2023). *Quellen auslegen Konzepte und Methoden der Historischen Theologie*. wbg (Wissenschaftliche Buchgesellschaft). *Quellen auslegen Konzepte und Methoden der Historischen Theologie*. wbg (Wissenschaftliche Buchgesellschaft).
- Instagram. (n.d.). *About Instagram*. Diakses pada tanggal 23 Januari 2025, dari https://help.instagram.com/424737657584573/?helpref=uf_share
- Janich, Nina. (2010). *Werbesprache: ein Arbeitsbuch 4., erweiterte Auflage*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG.
- Keraf, G. (2009). *Diksi dan Gaya Bahasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kleinjohann, M. (2024). *Grundlagen der Werbung – Theorie - Markt - Ethik - Recht*. Köln: Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH.

- Krieg-Holz, U. (2018). *Werbesprache. Sprache Im Kommunikativen, Interaktiven Und Kulturellen Kontext*, 295–320. <https://doi.org/10.1515/9783110538601-013>
- Martin Mahovský. (2007). *Sprachliche ausdrucksmitel der werbung in der lebensmittelindustrie*. November.
- Mercedes Benz. (n.d.). *Corporate History*. Diakses pada tanggal 20 Januari 2025, dari <https://www.mercedes-benz.com>
- Rasdi, S. (2023). *BILDUNTERSCHRIFTEN INSTAGRAM @ TAGESSCHAU TENTANG COVID-19 DI JERMAN EDISI MARET 2020*.
- Reiter, M. (2019). *Überschrift, Vorspann, Bildunterschrift*. Köln: Halem.
- Repi, M. A. (2023). *Penggunaan Gaya Bahasa dalam Iklan Bir Berbahasa Jerman di Instagram*.
- Schicker, S., & Miškulin Saletović, L. (2022). *SPRACHLICHE HANDLUNGSMUSTER & KOMPETENZ*. Graz: Graz University Library Publishing.
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Aini, N., & Permana, B. G. (2024). *Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z*. 06(02), 11029–11037.
- Sudaryanto. (2015). *Metode dan Aneka Teknik Analisis Bahasa: Pengantar Penelitian Wahana Kebudayaan Secara Linguistik*. Yogyakarta: Sanata Dharma University Press.
- Sudjiman, P. (1993). *Bungai Rampai Stilistika*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukmadinata, N. S. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sulitiyowati, S. (2016). *Gaya Bahasa Iklan Minuman Capri-Sonne Berbahasa Jerman*. 4(June), 2016.
- Suwito, N. (2013). *Fungsi Dan Gaya Bahasa Iklan Kosmetik Berbahasa Jerman*. Yogyakarta: Fakultas Bahasa Dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta.
- Tarigan, H. G. (2013). *Pengajaran Gaya Bahasa*. Bandung: CV. Angkasa.
- Widyamartaya, A. (1990). *Seni Menggayakan Kalimat*. Yogyakarta: Kanisius.

Xu, Y. (2025). *Strategic Engagement and Brand Perception : An Analysis of Social Media Marketing in the Luxury Automobile Industry*. 0, 47–54.
<https://doi.org/10.54254/2754-1169/105/20241948>

