

DAFTAR PUSTAKA

- Abdelghany, Soha El Saeed. (2019). "Power of Identity in Charity Advertising: A Systemic Functional Linguistic Approach". *International Journal of Linguistics, Literature and Translation*, 2(6): 83-90.
- Arifin, E. Zaenal, Aswinarko, Bambang Sumadyo, dan Hilda Hilaliyah. (2012). *Teori dan Kajian Wacana Bahasa Indonesia*. Tangerang: Pustaka Mandiri.
- Bolen, William H. (1984). *Advertising*. New York: Wiley.
- BusinessofApps. (2023). "Twitter Revenue and Usage Statistics". <https://www.businessofapps.com/data/twitter-statistics/>, diakses pada 16 Maret 2023 pukul 17.00.
- Campaign.com. (2022). "Tentang Kami". <https://campaign.com/about>, diakses pada 10 Oktober 2022 pukul 10.35.
- Chaer, Abdul dan Leoni Agustina. (2010). *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal*. Jakarta: Rineka Cipta.
- (2014). *Sosiolinguistik: Perkenalan Awal (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Databoks. (2023). "Pengguna Twitter di Indonesia Capai 24 Juta hingga Awal 2023, Peringkat Berapa di Dunia?". <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-24-juta-hingga-awal-2023-peringkat-berapa-di-dunia#:~:text=Berdasarkan%20laporan%20We%20Are%20Social,periode%20yang%20sama%20tahun%20sebelumnya>, diakses pada 16 Maret 2023 pukul 09.30.

Datereportal. (2023). “Digital 2023: Global Overview Report”.
<https://datereportal.com/reports/digital-2023-global-overview-report>, diakses
pada 16 Maret 2023 pukul 09.15.

Elza Amanda Fauziah, “Wacana Persuasi dalam Akun Twitter @GRABID”. Skripsi
Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah
Mada, 2021, tidak diterbitkan.

Holmes, Janet. (2013). *Introduction to Sociolinguistics*. New York: Routledge.

Ifa Rolyana, “Partikel dalam Bahasa Indonesia Ragam Informal”. Tesis Program Studi
Pascasarjana Ilmu Linguistik, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada,
2012, tidak diterbitkan.

Kesuma, Tri Mastoyo Jati. (2007). *Pengantar (Metode) Penelitian Bahasa*.
Yogyakarta: Carasvatibooks.

Mahadhisa, Stevani Anggyasti. “Wacana Penjualan Kosmetik dalam Postingan Akun
Instagram @elsbeauty7”. Skripsi Program Studi Sastra Indonesia, Fakultas
Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada, 2020, tidak diterbitkan.

Marlina, “Wacana Iklan Toko Daring Tokopedia.com”. Skripsi Program Studi Sastra
Indonesia, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada, 2019, tidak
diterbitkan.

Popova, Ksenia V. (2018). “Persuasion Strategy in Online Social Advertising”.
Training, Language and Culture, 2(2): 55-65.

Purnami, Wening Handri. (2021). “Wacana Pesan Singkat Iklan Penawaran Pinjaman”.
Widyaparwa, 49(2): 213-227.

Rani, Abdul, Bustanul Arifin, dan Martunik. (2006). *Analisis Wacana Sebuah Kajian
Bahasa dalam Pemakaian*. Malang: Bayumedia.

- Sultan, “Wacana Iklan Operator Seluler Tinjauan Sosiopragmatik”. Tesis Program Studi Pascasarjana Ilmu Linguistik, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Gadjah Mada, 2009, tidak diterbitkan.
- Tafzani, Budi Muhammad. (2017). “Masalah Sosial dan Wirausaha Sosial”. *Share Social Work Journal*, 7(1): 91-101.
- Tsuda, Yukio. (2008). “English Hegemony and English Divide”. *China Media Research*, 4(1): 47-55.
- Wardhaugh, Ronald dan Janet M. Fuller. (2015). *An Introduction to Sociolinguistics*. West Sussex: Wiley Blackwell.
- Wijana, I Dewa Putu. (2019). *Pengantar Sociolinguistik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Yusof, Maslida. (2018). “Trend Ganti Nama Diri Bahasa Melayu dalam Konteks Media Sosial”. *Malaysian Journal of Communication*, 34(2): 36-50.