

DAFTAR RUJUKAN

- Abadi & Hidayat Surya. 2017. Komodifikasi Agama dalam Iklan Televisi Ramadhan (Analisis Semiotika Terhadap Iklan TV Ramayana Edisi Ramadhan. *Tesis*. : 1–163.
- Abdillah, L. A. 2022. *Peranan Media Sosial Modern*. Palembang: Bening Media Publishing
- Abdullah, M. 2022. Analisis Multimodal Pada Iklan Indomie Hypeabis #PedasIndonesianyaHypeabis. *Journal of Economic Perspectives*, 2(1), hlm. 1–4. <https://doi.org/10.>
- Aisyah, S., dkk, H. 2021. *Dasar-Dasar Periklanan*. Jakarta: Universitas Bhayangkara.
- Anstey, M., & Bull, G. 2010. *Evolving Pedagogies: Reading And Writing In A Multimodal World*. Carlton, Australia: Education Services Australia Limited.
- Bear Brand. 2024. Murnikan Hati dan Jaga Kondisi. YouTube. <https://youtu.be/R->
- Bull, G., & Anstey, M. 2010. Helping Teachers to Explore Multimodal Texts.”*Curriculum Leadership Journal*. Vol 8, No. 16 hlm: 1–4.
- Dion Giinanto, Ameliasari, Y., & Setiyowati, D. 2024. *Panduan Pembelajaran dan Asesmen: Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar, dan Pendidikan Menengah*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Etikasari, Dian, dan Fatkiyah. 2025. “Menulis Teks Persuasif dengan Strategi Pemodelan Berbantuan Video Iklan Pada Siswa Kelas VIII SMP Ma’arif Mlandi Wonosobo.” *Narasi: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Indonesia*,

dan Pengajarannya, Vol. 03, No. 01, April, hlm. 40–50.

Febriani, Anisa Riski. “Sebaik-Baiknya Manusia Adalah Yang Bermanfaat Bagi Orang Lain, Ini Hadisnya!” *DetikHikmat*.

Finnah, F., & Muhammad, F. 2020. *Buku Pengantar Periklanan*. Medan: Lakeisha.

Hadi Utomo, S. R. 2023. Analisis Multimodal Representasi Ibu pada Feed Instagram @Jokowi: Ibu Yang Berdaya (?). *CALATHU: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), hlm. 1–10.

Hafrianto, Joko. 2019. Analisis Multimodal dalam Iklan Indomie Versi Arab.”

Halliday, M. A. K., & Matthiessen, C. M. I. M. n.d. *Halliday's Introduction To Functional Grammar*. London & New York: Routledge Taylor & Francis Group.

Hamdiyah. 2024. Analisis Wacana Multimodal Pada Gambar Iklan Nugget Kanzler Versi Nicholas Saputra Di Instagram.” *Anggaran: Jurnal Publikasi Ekonomi dan Akuntansi*. Vol 2, No. 2, hlm: 72–78.

Hermawan, B. 2021. *Analisis Wacana Multimodal untuk Pemula* (E. Kurniawan, Ed.). Cianjur: UPI PRESS.

Hoon, L. S. dkk. 2023. Analisis Multimodal pada Teks Iklan untuk Mengidentifikasi Aspek Ketulusan Iklan. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 6(2), hlm. 303–318. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7(1), hlm. 1–12.

Kayati, Afyah Nur. 2022. Pemanfaatan Teks Multimodal dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Untuk Penguatan Literasi Peserta Didik. *SANDIBASA I (Seminar Nasional Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia I)*. Vol 4, No. April (2022). hlm: 385–398.

- Kress, G., & van Leeuwen, T. 2012. *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication* (R. Rdojicic, Ed.). New York: Oxford University Press.
- Maghfiroh, Anna. 2025. Pengembangan Model Pembelajaran Menulis Teks Iklan Berbantuan Sumber Belajar Multimodal. *Jurnal Onoma: Pendidikan, Bahasa dan Sastra*. Vol 11, No. 1. hlm: 1037–1046.
- Maharani, A. dkk. 2023. YouTube Kids: Solusi Mengurangi Pengaruh Negatif pada Youtube bagi Siswa Sekolah Dasar. *Else (Elementary School Education*, 7(1), hlm. 1–15.
- Mufida, M. 2016. *Simbolisasi dan Pemaknaan Iklan Susu Bear Brand Edisi 2015 di Televisi* (Analisis Semiotika Roland Barthes) (Tesis). Universitas Islam Negeri Alauddin. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/4556/>
- Musthofa, A. 2020. *Makna Pesan Edukasi Iklan S26 Procal Gold Versi Dari Belajar Jadi Hebat: Analisis Semiotik Model Charles Sander Peirce*. Skripsi. UIN Sunan Ampel Surabaya. hlm 1-30.
- Permata Yanda, D. 2018. A Multimodal Discourse Analysis (MDA) On *Bidadari Bermata Bening* Novel By Habiburrahman El-Shirazy. *Gramatika STKIP PGRI Sumatera Barat*, 4(2), hlm. 1–189.
- Pradopo, R. D. 1999. Semiotika: Teori, Metode, dan Penerapannya dalam Pemaknaan Sastra. *Jurnal Humaniora*, 11(1), hlm. 76–84.
- Putri Vera, S. 2025. "Alternatif Bahan Ajar Teks Iklan. Hasil Wawancara Pribadi, 29 April 2025, SMPN 1 Srengat.
- Rusandi, & Rusli, M. 2021. Merancang Penelitian Kualitatif Dasar/Deskriptif dan Studi Kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 2(1), hlm. 48–60.

- Siagian. 2023. Pengembangan Pendekatan Multimodal Dalam Pembelajaran Bahasa
- Sugerman. 2024i. Ketransitifan Dalam Status Facebook: Perspektif Linguistik Fungsional Sistemik. *Ranah: Jurnal Kajian Bahasa*. Vol.13, No. 1 hlm: 141.
- Sumarno. 2020. “Analisis Isi dalam Penelitian Pembelajaran Bahasa dan Sastra.” *Jurnal Elsa*, Vol. 18, No. 2, September, hlm. 37–41.
- Siswanto, dkk. 2021. *Buku Ajar Periklanan Semester Ganjil*. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sahid Jakarta.
- Supardi. 2020. *Landasan Pengembangan Bahan Ajar* (S. Arifin, Ed.). Mataram: Sanabil. hlm. 20–35.
- Suyadi, Didik. Keutamaan Menunjukkan Kebajikan Kepada Orang Lain. *Muslim.or.Id..* <https://muslim.or.id/27176-keutamaan-menunjukkan-kebaikan-kepada-orang-lain.html#:~:text=diakses pada 17 Mei 2025.>
- T, M. N. 2024. Bear Brand. *Alodokter*. <https://www.alodokter.com/bear-brand> diakses 22 Oktober 2024.
- Thariq. 2021. *Periklanan & Manajemen Media*. Medan: UMSU Press. hlm:1-75
- Waraulia, A. M. 2020. *Bahan Ajar Teori dan Prosedur Penyusunan*. Madiun: UNIPMA Press. hlm. 45–67. Winaryati. 2019. Action Research dalam Pendidikan (Antara Teori Dan Praktek). *Unimus Press*, hlm. 124–135.
- Wulandari&Syamsul. 2024. Penggunaan Bahan Ajar Multimodal pada Pembelajaran Menulis Persuasi untuk Siswa Sekolah Menengah Pertama. *BAPALA* Vol. 11, no. 1 hlm: 38–49

Yulianti, D. n.d. *Metafungsi Bahasa dalam Penerjemahan Majas*. Denpasar: Pusat Penerbitan LP2MPP Institut Seni Indonesia. hlm. 56–72.

Yusri, A. Z., & Yanda, D. 2020. *Semiotika dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat*.