

DAFTAR RUJUKAN

- Agung, M., & Minangkabawi, H. (2024). Membangun Kepercayaan yang Berkelanjutan di Era Disruptif Komunikasi: Perspektif Media dan Komunikasi Digital. *Jurnal Komunikasi*, 18(April), 265–280. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol18.iss2.art9>
- Andzani, D., & Irwansyah. (2023). Dinamika Komunikasi Digital: tren, tantangan, dan Prospek Masa Depan. *DMIRATION: Jurnal Syntax*, 4(11), 1964–1976. <https://doi.org/hIps://doi.org/10.46799/jsa.v4i7.671>
- Angelica, E., Siagian, B. A., & Simaremare, J. A. (2025). Pengaruh Kemampuan Berpikir Metafora Berbantuan Padlet terhadap Kemampuan Menulis Teks Puisi Siswa Kelas XI SMA. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 14(1), 71–79. <https://pbsi-upr.id/index.php/Bhinneka/article/view/221>
- Arianto, B., & Handayani, B. (2023). Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Kewargaan: Studi Etnografi Digital. *ARKANA: Jurnal Komunikasi Dsn Media*, 2, 220–236. <https://doi.org/10.62022/arkana.v2i02.5813>
- ATaturia, D. M. A., & Wibiasy, P. E. M. (2024). Metafora “Beranjak Dewasa” dalam Lirik Lagu takut Karya Idgitaf: Kajian Linguistik Kognitif. *Epigram*, 21(2), 100–114. <https://doi.org/https://doi.org/10.32722/epi.v21i2.7156>
- Augustine, T. A., & Purwanto, J. (2025). Pilihan Leksikon dan Fungsi ransaksional Jargon dalam Wacana Beauty review kaha Packaging di TikTok. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(12). <https://doi.org/10.62281/ss41r167>
- Azis, S. kikan fayesha, & Ekaputri, S. D. (2025). *Analisis Konten Review “Tasya Farasya Approved” di Media Sosial Tiktok dalam membangun Brand Trust* [Universitas Telkom Indonesia]. <https://repositori.telkomuniversity.ac.id/pustaka/239479/analisis-konten-review-tasya-farasya-approved-di-media-sosial-tiktok-dalam-membangun-brand-trust-dalam-bentuk-buku-karya-ilmiah.html>
- Cahya, A. D., Umaya, N. M., & Muhajir. (2025). Metafora Ontologis Dalam Novel Cala Ibi Karya Nukila Amal. *ALINEA: Jurnal Bahasa, Sastra Dan Pengajaran*, 5(1), 163–174. <https://doi.org/https://doi.org/10.58218/alinea.v5i1.1330>
- Endarwati, D., Harjito, & Suciati, S. (2025). Pengembangan Bahan Ajar Puisi Berbasis Peduli Lingkungan dengan Metode Demonstrasi Kelas X. *Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarnya*, 10. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26877/teks.v9i1.1407>
- Fuadi, A. H., Nugraha, T. C., & Malik, M. Z. A. (2025). Metafora Konseptual dalam Syair Tema Cinta Unggahan Akun Instagram @NasserAlwobair: Analisis Semantik Kognitif. *Titian : Jurnal Ilmu Humaniora*, 09(01).
- Hikmah, M. U., & Sutami, H. (2025). Polemik Pilpres 2024: Analisis Metafora

- Konseptual. *Linguistik Indonesia*, 1, 137–153.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26499/li.v43i1.721>
- Indayanti, A. I., Caesar, I., Agustini, R., & Husen. (2024). Upaya Meningkatkan Kurangnya Motivasi Belajar dalam Menentukan Fakta dan Opini dalam teks Argumentasi dengan Menerapkan Model Pembelajaran Proble Based Learning (PBL) Berbantu Media Pembelajaran Quiziz. *Jurnal Literasi: Jurnal Penelitian Bahasa Dan Sastra Indonesia Serta Pembelajarannya*, 8, 352–361. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25157/literasi.v8i2.16431>
- Irawan, N., Ar, L. Y., Salmia, Amalia, N. R., Oktaviana, R., & Anhar. (2025). Literasi Digital dan Kemampuan Menulis Argumentasi Siswa SMA. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6(6), 10011–10018. <https://doi.org/http://doi.org/10.54373/imeij.v6i6.4347>
- Jayanti, Y. O. D. (2024). *Pesan Persuasif dalam Konten Review Produk Perawatan Kulit Merek Lokal di Media Sosial TikTok (Analisis Isi Akun TikTok Beauty Influencer dalam Review Produk Brand Skincare Lokal Skin Game)* [Universitas Muhammadiyah Malang]. https://eprints.umm.ac.id/id/eprint/8713/1/PENDAHULUAN.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Karlina, A., Harmaen, D., & Marlia. (2022). Keterbacaan Bahan Ajar SMA/SMK Kelas X pada Bab VII Mendalami Puisi dan Relevansinya dengan Pemahaman Siswa. *Didakti: Jurnal Ilmiah PGSD FKIP Universitas Mandiri*, 08, 1628–1636. <https://doi.org/https://doi.org/10.36989/didaktik.v8i2.466>
- Khaddafi, M., Kusuma, L. P., Ulfriti, L., & Azzahra, T. P. (2025). Perbandingan Metode Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dalam Arahkan Ilmu Akuntansi. *Jurnal Inovasi Ekonomi Syariah Dan Akutansi*, 2, 208–218. <https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jiesa.v2i4.1388>
- Krisdanu, C. A., & Sumantri, K. A. (2023). TikTok sebagai Media Pemasaran Digital di Indonesia. *Jurnal Psychomutiara*, 2, 24–36. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.51544/jlmk.v7i2.4173>
- Kurniawati, A. E., Kencana, R. A. L., Solehah, \Risma, Saputra, A. H., & Siddiq, D. M. (2024). Analisis Perkembangan dan Relevansi Teori Komunikasi Digital dalam Era Media Sosial : Suatu Kajian Literatur. *A,Merta: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 124–134. <https://ejournal.amertamedia.co.id/index.php/amerta/article/view/566%0A>
- Laila, N. R., & Sahila, S. (2026). Metafora Konseptual dalam Iklan Wardah Beauty Moves You (Tinjauan Semantik Kognitif). *BAHTERA: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 25, 40–50. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/bahtera.251.05>
- Lakoff, G., & Johnson, M. (1980). *The Metaphorical Structure of the Human Conceptual System*.
- Luh, N., Rai, P., & Meidariani, N. W. (2023). Metafora Orientasional dalam Novel Kimi No Na Wa Karya Makoto Shinkai. *Daruma: Linguistik, Sastra*

- Dan Budaya Jepang*, 4(6). <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/daruma/article/view/5586>
- Manja. (2025). Pemahaman Penelitian Mahasiswa pada Mata Kuliah Metode Penelitian Kualitatif. *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan*, 8(2), 62–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.37567/syiar.v8i2>
- Maretha, A., Khairin, A., Nur, P., Dwi, R., Saputra, H., & Anhar. (2025). Analisis Penggunaan TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Komunikasi Gen Z. *IMEIJ: Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 6(8), 12053–12064. <https://doi.org/https://doi.org/10.51544/jlmk.v7i2.4173>
- Maulana, I., Suwandi, & Sugianti. (2024). Analisis Metafora Konseptual pada Anime One Piece Episode 1071-1075 dengan Pendekatan Semantik Kognitif. *Jurnal Bahasa Indonesia*, 02(02), 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.59966/jbi.v2i2.1100>
- Najihah, D., & Septiani, D. (2024). TikTok as a New Media For the Future of Indonesian Creative Work. *Inject: Interdisciplinary Journal of Communication*, 9(1), 139–158. <https://doi.org/https://doi.org/10.18326/inject.v9i1.1980>
- Pamungkas, D. S., Saputra, I. B., & Laksana, A. (2024). Strategi Komunikasi Digital Melalui Media Sosial Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1. <https://doi.org/https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.461>
- Parapat, D. A., & Azhar, A. A. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sumber Informasi Berita Bagi Mahasiswa FIS UIN Sumatera Utara Medan. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2, 46–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.59435/gjmi.v2i10.943>
- Pradianti, K. (2023). Konseptualisasi Metafora dalam Ulasan Parfum pada Media Sosial TikTok. *Jurnal Sasindo Unpam*, 11, 39–45. https://www.researchgate.net/publication/376770846_KONSEPTUALISASI_METAFORA_DALAM_ULASAN_PARFUM_PADA_MEDIA_SOSIAL_TIKTOK
- Prayogi, I., & Oktavianti, I. N. (2020). Mengenal Metafora dan Metafora Konseptual. *Sasindo: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 45–70. https://journal.upgris.ac.id/index.php/sasindo/article/viewFile/6807/3473?utm_source=chatgpt.com
- Puspitoning, E., Santoso, A., & Martutik. (2026). Analisis Metafora Konseptual dalam Dongeng Nusantara (Linguistik Kognitif dalam Cerita Anak). *Hasta Wiyata*, 9(1), 28–41. <https://doi.org/10.21776/ub.hastawiyata.2025.009.01.03>
- Ramadhani, R., Riyantini, R., Emiliana, M., & Hervira, D. P. (2023). Analisis Isi Pesan Persuasif Dalam Konten Media Sosial Tiktok @ Rubicommunity Mengenai Kampanye Pemberdayaan Perempuan. *Jurnal Communicology*, 11(2), 178–191. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/COMM.1102.02>

ABSTRACT

- Salma. (2022). *Kaidah Kebahasaan Teks Argumentasi*. Deepublish.
<https://penerbitdeepublish.com/information/kaidah-kebahasaan-teks-argumentasi>
- Salsabila, M. (2023). *Konten “RACUN” pada Media Sosial TikTok Sebagai Pendorong Perilaku Konsumtif Remaja dalam Belanja Online* [UIN Syarif Hidayatullah Jakarta].
https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/72514/1/MILLA_H_SALSABILA.FISIP.pdf
- Septiyanda, A., & Tamsin, A. C. (2025). Kontribusi Penguasaan Kosakata terhadap Keterampilan Menulis Teks Puisi Kelas X SMA Negeri 8 Padang. *EDU SEARCH*, 6, 380–389.
<https://doi.org/https://doi.org/10.47827/jer.v6i2.815>
- Sidabutar, U., & Mulyadi. (2023). Kajian Metafora dan Metonimi pada Iklan Gudang Garam “Nyalakan Merahmu.” *KONFIKS: Jurnal Bahasa, Sastra & Pengajaran*, 10(1), 24–33. <https://doi.org/https://doi.org/10.26618/jk/10789>
- Sinaga, S. C., & Mailin. (2023). Pengaruh Aplikasi TikTok Terhadap Perubahan Gaya Hidup dan Pola Pikir Masyarakat di Silau Bayu Kecamatan Gunung Maligas. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah KEagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(5), 3426–3435. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i5.2744>
- Solihin, O., Anggreany, S., Rais, R., & Siregar, B. (2023). Komunikasi Digital Untuk Motivasi Generasi Z Meningkatkan Keterlibatan dalam Bidang Pertanian Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 41(2), 79–95.
<https://epublikasi.pertanian.go.id/berkala/fae/article/view/3548>
- Sukini. (2026). Pelatihan Literasi Kritis Berbasis Teks Argumentatif untuk Meningkatkan Keterampilan Berpikir Kritis Siswa Sekolah Menengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(3), 20941–20954.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5541>
- Ulfa, C. (2026). Analisis Multimodal Terhadap Strategi Komunikatif dalam Konten TikTok sebagai Inovasi Media Pembelajaran BIPA Mandiri. *SEBIPA: Seminar Internasional BIPA UMSU*, 2, 307–314.
<https://proceeding.umsu.ac.id/index.php/sebipa/article/view/1294>
- Utami, A. D., Fadlilah, M., Aini, N. Q., Syafutri, R. A., Pendidikan, F. I., & Padang, U. N. (2024). Struktur dan Ciri-Ciri Teks Argumentasi dalam Bahasa Indonesia : Analisis dan Contoh. *Jurnal Riset Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Budaya*, 2(3).
<https://doi.org/https://doi.org/10.61132/semantik.v2i3.845>
- Wulandari, P., & Sumarlan, I. (2026). Media Sosial Tiktok dan Dinamika Gaya Komunikasi Remaja. *Jurnal Impresi Indonesia*, 5(4), 1697–1707.
- Zahra, M. A. N., Wulandari, W., & Widya, Y. A. C. (2023). TikTok Sebagai Media Sosial Populer Untuk Komunikasi Bisnis. *Jurnal Syntax Idea*, 5(10).
<https://doi.org/https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416>

Zakaria, M., & Setyo, L. W. (2025). Kajian Kebahasaan Akun TikTok “@kuliner1menit_”: Gaya Bahasa dan Makna. *IDIOMATIK: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 8(1), 1–9.
<https://doi.org/https://doi.org/10.46918/idiomatik.v8i1.2643>
PENDAHULUAN