

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, S. N., A'yun, B. A. Q., Pradipta, E. D., Akalili, A., & Kulau, F. (2021). Analisis Retorika Visual Pada Konten Youtube Kanal Skinnyindonesian24 Dengan Judul “Youtube Lebih Dari Tv.” *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 30–48. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40433>
- Apriyanti, Y., Lorita, E., & Yusuarsono. (2019). *Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah*. 6(1).
- Brueggemann, W. S. H. & B. J. (2007). *Rhetorical Visions*.
- Dr. Ajat Rukajat, M. Mp. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*.
- Dzuhrina, I. (2023). Retorika Visual Iklan Pariwisata Indonesia pada Akun Instagram Wondeful Indonesia dalam Masa Pra Pandemi dan Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Partisipatoris*, 4(1), 98–116.
<https://ejournal.umm.ac.id/index.php/jurnalpartisipatoris/article/view/27917%0Ahttps://ejournal.umm.ac.id/index.php/jurnalpartisipatoris/article/download/27917/12632>
- Effendy, R., Wulandari, P. A., Setyaningsih, L. A., & Mariani, A. (2021). Mengglobalkan Makanan Tradisional Lewat Media Sosial Youtube sebagai Budaya Tandingan (Studi Food Vlogger Nex Carlos sebagai Media Promosi Kuliner Lokal). *Jurnal Nomosleca*, 7(2), 148–159.
<https://doi.org/10.26905/nomosleca.v7i2.6581>
- Fernando, M. R., Pakolih, B. A., Jakti, M. N. K., Visual, D. K., Bahasa, F., & Pgri, U. I. (2023). *ANALISIS KHAYALAK PADA YOUTUBER FOOD VLOGGER RIA SW TAHUN 2018*. 581–587.
- Hayyan, N., Iffah, I., S, A. U., N, D. A. F., & Nisa, P. K. (2024). *Fenomena Konten Challenge Viral di Youtube Pada Kalangan Mahasiswa KPI 5C : Studi Kasus Konten Challenge Pada Kanal Youtube @ Mrbeast*. 2(December), 168–179.

- Martha, I. N. (2010). *Retorika dan penggunaannya dalam berbagai bidang*. 6(12), 61–71.
- Nurhapipah, A. (2024). *Strategi Kampanye Di Era Digital : Dengan Memanfaatkan Aplikasi X Dalam Pemilu 2024*. 2(3).
- Perpustakaan, J., Sitompul, W. W., Masitoh, S., & Tanjung, S. P. (2022). *Penelitian Tentang Youtube*. 2275.
- Pradani, A. F. I., & Islam, M. A. (2022). Retorika visual iklan Gojek versi Pesan dari Rumah Buat Kita yang di Jalan. *Jurnal Barik*, 4(1), 12-24. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Rahmatika, R., Yusuf, M., & Agung, L. (2021). *The effectiveness of YouTube as an online learning media*. *Journal of Education Technology*, 5(1), 152-158
- Safitri, L. A., Pradiatiningtyas, D., & Dewa, B. (2023). *Pengaruh Food Vlogger dan Promosi Endorse Media Sosial pada Brand Exposure Wisata Kuliner Klaten*. 28(3), 267–278.
- Saleh, S. (2017). *Analisis Data Kualitatif*.
- Skripsi, J. (2016). *Analisis Retorika Visual Pada Iklan A Mild Versi Manimal*.
- Soraya, I. (2022). Retorika Visual dalam Human Interest Fotografi di Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 27–36. <https://doi.org/10.31294/jkom.v13i1.12034>
- Sumarno. (n.d.). *Analisis Isi Dalam Penelitian Pembelajaran Dan Bahasa*.
- Vardhani, N. K., Siwi, A., & Tyas, P. (2003). *STRATEGI KOMUNIKASI DALAM INTERAKSI DENGAN MAHASISWA*. 9–16.