

**GAYA BAHASA DAN TEKNIK PERSUASIF
PADA IKLAN PASTA GIGI DI YOUTUBE TAHUN 2020**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan
Jurusan Pendidikan Bahasa dan Seni
Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia



DISUSUN OLEH

BIBIE ARYO SAPUTRA
NIM. 1713041412

**SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PERSADA KHATULISTIWA
SINTANG
2021**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Bibie Aryo Saputra
Nim : 1713041412
Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia
Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Seni
Judul Skripsi : Gaya Bahasa dan Teknik Persuasif pada Iklan
Pasta Gigi di Youtube Tahun 2020

Skripsi ini telah disetujui oleh pembimbing dan telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang panitia ujian Skripsi.

Sintang, Juli 2021

Pembimbing 1



Yudita Susanti, S.S., M.Pd.
NIDN. 1116028701

Pembimbing II



Debora Korining Tyas, M.Pd.
NIDN. 1109078401

Mengetahui
Ketua STKIP Persada Khatulistiwa Sintang



Didin Syafrudin, S.P., M.Si
NIDN. 110266603

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **“Gaya Bahasa dan Teknik Persuasif
pada Iklan Pasta Gigi di Youtube Tahun 2020”** yang disusun oleh:


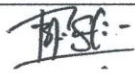


Nama : Bibie Aryo Saputra

Nim : 1713041412

Jurusan : Pendidikan Bahasa dan Seni

Prodi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

Telah dipertahankan dalam Sidang Ujian Skripsi, STKIP Persada Khatulistiwa
Sintang pada hari Rabu 28 Juli 2021.

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Yusuf Olang, M.Pd	Penguji I	
2	Tedi Suryadi, M.Pd	Penguji II	
3	Yudita Susanti, S.S., M.Pd	Pembimbing I	
4	Debora Korining Tyas, M.Pd	Pembimbing II	

Mengetahui
Ketua STKIP Persada Khatulistiwa Sintang



Didin Syafrudin, S.P., M.Si
NIDN. 110266603



**PERKUMPULAN BADAN PENDIDIKAN KARYA BANGSA
SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PERSADA KHATULISTIWA SINTANG
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA
INDONESIA**

*Jl. Pertamina Sengkuang Km. 4, Kotak Pos 126, Telp. (0565)
2022386, 2022387*

Email: pbsi.stkip2016@gmail.com Website: www.pbsi.stkippersada.ac.id






CATATAN PEMBIMBING PERTAMA







Hasil Konsultasi Mahasiswa

Nama : Bibie Aryo Saputra

NIM : 1713041412

Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

No	Tanggal	Keterangan Pembimbing	Paraf
1.	4 Februari 2021	Perbaiki latar belakang, kerangka berpikir, fokus penelitian, manfaat media, kajian penelitian yang relevan,	
2.	9 Februari 2021	Alasan penelitian, persuasif menurut teori siapa, kesimpulan diakhir kalimat, kartu data, judul dimiringkan.	
3.	18 Februari 2021	Paragraf minimal satu kalimat, kesimpulan dan definisi operasional. Sumber data primer dan data sekunder.	
4.	23 Februari 2021	Penambahan teori dilatar belakang, penambahan sumber data primer, dan kalimat didata sekunder.	
5.	24 Februari 2021	ACC Seminar Proposal Skripsi	

6.	15 Juni 2021	Perbaiki gaya bahasa double, tulisan miring pada bahasa asing, preposisi atau imbuhan, perbaiki gaya bahasa preposisi dan afiksasi dan imbuhan.	
7.	29 Juni 2021	Revisi implementasi penelitian terhadap pembelajaran bahasa Indonesia tingkat SMP.	
8.	7 Juli 2021	Perbaiki abstrak, silabus dan RPP kesimpulan.	
9.		Perbaiki abstrak dan implementasi, silabus dan RPP.	
10.	13 Juli 2021	Hilangkan kata dan pada abstrak	
11.	15 Juli 2021	ACC Skripsi untuk di sidangkan	

Sintang, Juli 2021

Pembimbing I



Yudita Susanti, S.S, M.Pd.
NIND. 111602870



**PERKUMPULAN BADAN PENDIDIKAN KARYA BANGSA
SEKOLAH TINGGI KEGURUAN DAN ILMU PENDIDIKAN
PERSADA KHATULISTIWA SINTANG
PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA DAN SASTRA
INDONESIA**

*Jl. Pertamina Sengkuang Km. 4, Kotak Pos 126, Telp. (0565)
2022386, 2022387*

Email: pbsi.stkip2016@gmail.com Website: www.pbsi.stkippersada.ac.id







CATATAN PEMBIMBING KEDUA



Hasil Konsultasi Mahasiswa

Nama : Bibie Aryo Saputra

NIM : 1713041412

Program Studi : Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia

No	Tanggal	Keterangan Pembimbing	Paraf
1.	16 Februari 2021	Perbaiki halaman, penambahan lampiran.	
2.	20 Februari 2021	Perbaiki cara kutipan, daftar pustaka sesuai alphabet.	
3.	24 Februari 2021	Paragraf minimal satu kalimat, kesimpulan dan definisi operasional.	
4.	24 Februari 2021	ACC Seminar Proposal Skripsi.	
5.	21 Juni 2021	Perbaiki hasil penelitian, jumlah data, persuasif menurut ahli, gaya bahasa metafora.	
6.	5 Juli 2021	Revisi abstrak, pembahasan bab 4, kesimpulan.	

7.	15 Juli 2021	Revisi abstrak, Bab 4 Tabel lebih dari setengah halaman, saran dideskripsikan saja, tidak dalam tabel. Kesimpulan jenis gaya bahasa, makna gaya bahasa, dan teknik persuasif.	
8.	26 Juli 2021	ACC Skripsi untuk di sidangkan	

Sintang, Juli 2021

Pembimbing II



Debora Korining Tyas, M.Pd.

NIDN. 1109078401

PERNYATAAN KEASLIAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini karya tulis saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana, baik di STKIP Persada Khatulistiwa maupun di Sekolah tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis dan dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di STKIP Persada Khatulistiwa.

Sintang, Juli 2021

Mahasiswa



Bibie Aryo Saputra
Nim. 1713041412

MOTTO & PERSEMBAHAN

A. Motto

Ada kemauan, keinginan, kesungguhan, usaha serta kerja keras inshaallah cita-cita akan tercapaian.

B. Persembahan

Teriring rasa syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan dengan ketulusan hati, karya ini kupersembahkan kepada:

1. Bapak dan ibu tercinta (sumber kebahagiaanku). Restumu adalah anugerah terindah dalam hidupku. Apa yang telah aku capai dan kuraih tidak lepas dari semua yang engkau tanamkan selama ini, terima kasih bapak dan ibu, semoga butiran keringat, do'a dan kesabaranmu terwujud sebagai cita-cita dan semangatku.
2. Teruntuk saudara kandung pertama perempuan. Terima kasih atas do'a, dorongan dan motivasinya, dan terima kasih juga karena selama peneliti kuliah telah ikut membantu membiayai selama ini, serta keponakan telah memberi saran dan masukan sampai pada penulisan skripsi ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dan mewujudkan cita-cita.
3. Perkumpulan Badan Pendidikan Karya Bangsa dan Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) Persada Khatulistiwa Sintang yang telah menyediakan sarana dan prasarana perkuliahan.

ABSTRAK

Bibie Aryo Saputra. 2021, *Gaya Bahasa dan Teknik Persuasif pada Iklan Pasta Gigi di Youtube Tahun 2020*. Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. Pembimbing I: Yudita Susanti, S.S., M.Pd. Pembimbing II: Debora Korining Tyas, M.Pd

Kata kunci : Gaya Bahasa Teknik Persuasif

Latar penelitian ini adalah gaya bahasa teknik persuasif yang terdapat dalam iklan pasta gigi di youtube tahun 2020 menggunakan bahasa yang menarik, indah serta menggunakan bahasa kiasan atau gaya bahasa teknik persuasif. Fokus penelitian tentang jenis gaya bahasa, makna gaya bahasa dan teknik persuasif pada iklan pasta gigi di youtube tahun 2020. Tujuan penelitian ini untuk mendeskripsikan jenis gaya bahasa, makna gaya bahasa dan teknik persuasif pada iklan pasta gigi di youtube tahun 2020. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dengan menggunakan pendekatan kualitatif, bentuk penelitian studi pustaka. Pengumpulan data menggunakan teknik simak catat atau dokumentasi. Alat pengumpulan data berupa dokumen dan kartu data. Hasil analisis data dalam penelitian ini terdapat tiga jenis gaya bahasa yaitu gaya bahasa perbandingan terdapat enam jenis gaya bahasa metafora terdapat 3 data, personifikasi terdapat 20 data, dipersonifikasi terdapat 2 data, antitesis 1 data, pleonasmе dan tautologi terdapat 6 data dan periphrasis terdapat 3 data. Gaya bahasa pertautan terdiri dari lima jenis yaitu, metonimia terdapat 24 data, sinekdoke terdapat 10 data, eponim terdapat 1 data, epitet terdapat 1 data dan antonomasia terdapat 1 data. Gaya bahasa perulangan terdiri dari tiga jenis yaitu, antanaklasis terdapat 18 data, mesodiplosis terdapat 1 data, dan epanalepsis terdapat 1 data. Sedangkan hasil penelitian dari teknik persuasif ditemukan 6 teknik persuasif. Jadi terdapat 92 jenis gaya bahasa dan terdapat enam teknik persuasif dalam iklan pasta gigi di youtube tahun 2020. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada iklan, dengan mempromosikan iklan di youtube bisa membuat konsumen menyukai hasil produk yang telah dipasarkan. Iklan dapat memengaruhi bentuk ideologi serta banyak menggunakan gaya bahasa. Penelitian ini dapat mempengaruhi bentuk ideologi yang tepat. Penelitian ini dapat diimplementasikan dalam pembelajaran bahasa Indonesia kelas VIII tingkat SMP 3.3, yaitu mengidentifikasi informasi teks iklan, slogan, atau poster yang terdapat dalam gaya bahasa dan teknik persuasif pada iklan pasta gigi di youtube tahun 2020. Dalam karya sastra gaya bahasa iklan, terdapat jenis-jenis, makna, dan teknik persuasif merupakan kajian paling cocok untuk menganalisis jenis-jenis, makna, dan teknik persuasif dalam karya sastra gaya bahasa iklan.

ABSTRACT

Bibie Aryo Saputra. 2021, Language Style and Persuasive Techniques for Toothpaste Advertisements on Youtube in 2020. Indonesian Language and Literature Education Study Program STKIP Persada Khatulistiwa Sintang. Supervisor I: Yudita Susanti, S.S., M.Pd. Advisor II: Debora Korining Tyas, M.Pd

Keywords: Persuasive Techniques

The background of this research is the style of persuasive technique language contained in toothpaste advertisements on YouTube in 2020 using attractive, beautiful language and using figurative language or persuasive technique language style. The focus of this research is on the type of language style, the meaning of language style and persuasive techniques in toothpaste advertisements on youtube in 2020. The purpose of this study is to describe the types of language styles, the meaning of language styles and persuasive techniques in toothpaste advertisements on youtube in 2020. using descriptive analysis method using a qualitative approach, the form of literature study research. Collecting data using a note-taking technique or documentation. Data collection tools in the form of documents and data cards. The results of data analysis in this study there are three types of language styles, namely comparative language style there are six types of metaphorical language style there are 3 data, personification there are 20 data, personified there are 2 data, antithesis 1 data, pleonasm and tautology there are 6 data and periphrasis there are 3 data . The linking language style consists of five types, namely metonymy with 24 data, synecdoche with 10 data, eponym with 1 data, epithet with 1 data and antonomasia with 1 data. Repetitive language style consists of three types, namely, there are 18 data for antanaklasis, 1 data for mesodiplosis, and 1 data for epanalepsis. While the results of research from persuasive techniques found 6 persuasive techniques. So there are 92 types of language styles and there are six persuasive techniques in toothpaste advertisements on YouTube in 2020. Based on the results of the analysis conducted on advertisements, by promoting advertisements on YouTube can make consumers like the results of products that have been marketed. Advertisements can influence the form of ideology and use a lot of language style. This research can influence the exact form of ideology. This research can be implemented in learning Indonesian for class VIII SMP 3.3, namely identifying information on advertising texts, slogans, or posters contained in language styles and persuasive techniques in toothpaste advertisements on YouTube in 2020. In literary works of advertising language style, there are types of -Types, meanings, and persuasive techniques are the most suitable studies to analyze the types, meanings, and persuasive techniques in literary works of advertising language style.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya lah Skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi ini berjudul **“Gaya Bahasa dan Teknik Persuasif pada Iklan Pasta Gigi di Youtube Tahun 2020.”** Selama menyusun Skripsi ini peneliti banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak yang memberikan motivasi dan saran kepada peneliti. Oleh sebab itu peneliti dengan hati yang tulus mengucapkan banyak terima kasih dan memberikan penghargaan setinggi-tingginya kepada mereka yang terhormat:

1. Yudita Susanti, S.S, M.Pd., Selaku pembimbing pertama sekaligus ketua Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia yang telah mesetujui proses penulisan Skripsi.
2. Debora Korining Tyas, M.Pd., Selaku dosen pembimbing kedua yang telah membimbing dan memberi arahan dan saran dalam penyusunan Skripsi ini.
3. Evi Fitrianingrum, M.Pd., Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang banyak memberikan motivasi dan saran.
4. Dr. Drs Y.A.T. Lukman Liberu., M.Si., Selaku Ketua Yayasan Badan Pendidikan Karya Bangsa Sintang.
5. Didin Syafruddin, S.P., M.Si., Selaku Ketua STKIP Persada Khatulistiwa Sintang yang telah menyediakan sarana prasarana perkuliahan.
6. Bapak/ibu Dosen STKIP Persada Khatulistiwa Sintang, yang telah memberikan dukungan dan memberikan ilmu kepada penulis selama kuliah.
7. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan semangat dan dukungan selama proses perkuliahan serta memberikan doa yang tiada henti-hentinya.

Penulis sudah berusaha maksimal mungkin dalam menyelesaikan skripsi ini dan kesempurnaan tidak mudah dicapai. Oleh karena itu, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan guna kesempurnaan skripsi ini.

Sintang, 28 Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR JUDUL	i
PERTSETUJUAN PEMBIMBING	ii
CATATAN PEMBIMBING I	iii
CATATAN PEMBIMBING II	v
PERNYATAAN KEASLIAN	vii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR MAJAS	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Pertanyaan Penelitian.....	4
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
F. Definisi Istilah.....	6

BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Hakikat Gaya Bahasa	8
B. Kajian Penelitian yang Relevan.....	40
C. Kerangka Penelitian.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
A. Metode Penelitian.....	43
B. Bentuk Penelitian.....	44
C. Teknik Pengumpulan Data	44
D. Alat Pengumpulan Data.....	45
E. Data dan Sumber Data	46
F. Teknik Analisis Data.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Deskripsi Hasil Temuan.....	50
B. Pembahasan	54
1. Gaya Bahasa Perbandingan	55
a. Majas Metafora	55
b. Majas Personifikasi.....	56
c. Majas Dipersonifikasi	64
d. Majas Antitesis	65
e. Majas Pleonasme dan Tautologi	66
f. Majas Perifrasis	68
2. Gaya Bahasa Pertautan	70
a. Majas Metonimia	70

b. Majas Sinekdoke.....	79
c. Majas Eponim	84
d. Majas Epitet	84
e. Majas Antonomasia.....	85
3. Gaya Bahasa Perulangan	86
a. Majas Antanaklasis	86
b. Majas Mesodiplosis	93
c. Majas Epanalepsis.....	93
4. Teknik Persuasif	94
C. Implementasi.....	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN.....	105

DAFTAR MAJAS

Majas Metafora	55
Majas Personifikasi	56
Majas Dipersonifikasi	64
Majas Antitesis.....	65
Majas Pleonasme dan Tautologi	66
Majas Perifrasis.....	68
Majas Metonimia	70
Majas Sinekdoke	79
Majas Eponim	84
Majas Epitet	84
Majas Antonomasia.....	85
Majas Antanaklasis	86
Majas Mesodiplosis.....	93
Majas Epanalepsis.....	93
Teknik Persuasif.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar

Halaman:

Kerangka Penelitian 42

DAFTAR LAMPIRAN

1. Silabus	105
2. RPP.....	107
3. Hasil Data Penelitian Gaya Bahasa Perbandingan.....	111
4. Hasil Data Penelitian Gaya Bahasa Pertentangan.....	125
5. Hasil Data Penelitian Gaya Bahasa Pertautan.....	148
6. Hasil Data Penelitian Gaya Bahasa Perulangan.....	181
7. Hasil Data Penelitian Teknik Persuasif.....	213
8. Kartu Data Penelitian Gaya Bahasa Perbandingan	225
9. Kartu Data Penelitian Gaya Bahasa Pertentangan	226
10. Kartu Data Penelitian Gaya Bahasa Pertautan.....	227
11. Kartu Data Penelitian Gaya Bahasa Perulangan	228
12. Kartu Data Penelitian Teknik Persuasif	229
13. Dokumentasi Iklan Pasta Gigi.....	230

DAFTAR PUSTAKA

- Aggito, Albi & Setiawan, Johan. 2018. *Metodologi penelian kualitatif*. Suka Bumi: CV jejak.
- Andriani. 2016. *Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Makassar Sulawesi Selatan*. Vol. 4. No 2. Hal. 73 – 78. (jurnal Economix diakses Desember 2016).
- Apriana, 2017. *Bahasa persuasif dalam iklan marie claire maison*. (Jurnal fakultas ilmu budaya Universitas hasanuddin).
- Arifin, 2012. *Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi Pepsodent di Kota Makassar*. (skripsi diakses february 2012).
- Discourse analysis -the free encyclopedia. *Jurnal (online) diakses di* (<http://www.aaai.org/AITopics/html/discourse.html>) pada 18 Oktober 2015.
- Hasyim. 2014. *Semiotika Iklan “Kekhawatiran” : Solusi Keluar Dari Masalah Kehidupan*. Vol. 2. No. 1. (Jurnal diakses Juni 2014).
- Nabillah, 2019. *Karya Tulis Ilmiah Gambaran Pemakaian Pasta Gigi yang Mengandung Lemon Essence dan Sea Salt dengan Pasta Gigi biasa Terhadap Penurunan Indeks Plak pada Siswa/I Kelas VI Sdn 026559 Binjai Kec Binjai Barat*. (deploma III diakses April 2019).
- Nur, 2013. *Pengaruh Kelas dan Status Sosial Terhadap Pembelian dan Konsumsi*. (Online) Jurnal Universitas Gunadarma diakses dari ([Journal.gunadarma.university](http://journal.gunadarma.university)) pada tanggal 5 Januari 2016.
- Lukitaningsih. 2013. *Iklan yang Efektif sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran*. Vol. 13. No 2. Hal 116 – 129. (jurnal diakses Oktober 2013)
- Oktavia, 2017. *Mengenal gaya bahasa dan pribahasa*. Bandung: CV. Rasi Terbit.
- Priambada. 2015. *Manfaat Penggunaan Media Sosial pada Usaha Kecil Menengah (Ukm)*. Copyright © 2015 SESINDO. (jurnal diakses 2-3 November 2015)
- Ramanda Dkk. 2019. *Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Body Image Bagi Perkembangan Remaja*. Vol. 5. No. 2. Hal. 121 – 135. (jurnal diakses 2019)
- Riskesdas, 2013. *Tentang Tingkat Caries Gigi Masih Tinggi*.

- Rohimah, 2015. *Analisis Teknik Persuasi dan Gaya Bahasa Iklan Pepsodent Di Media Televisi*. (artikel diakses Februari 2015).
- Setiaji, 2018. *Analisis gaya bahasa yang terdapat pada teks lagu back number*. (Jurnal fakultas bahasa dan seni, universitas negeri semarang).
- Siswono, 2014. *Teori dan praktik*. Yogyakarta: Deepublish grub penerbit CV Budi Utama.
- Siyoto. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: literasi media publishing, juni 2015.
- Sugiyono, 2016. *Metode penelitian kuantitati, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Warasto. 2018. *Analisa Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. Vol. 1. No.1. Hal. 1-12. (Jurnal diakses Februari 2018).
- <https://www.youtube.com/watch?v=DVZZHpCWvlw> di akses pada 6 Februari 2020
- <https://www.youtube.com/watch?v=CZzRFG8es8o> di akses pada 26 Maret 2020
- <https://www.youtube.com/watch?v=Ad8tW1ftVTY> di akses pada 1 April 2020
- <https://www.youtube.com/watch?v=5WrWlyAt1DQ> di akses pada 4 April 2020
- <https://www.youtube.com/watch?v=0L7NTWuf-J4> di akses pada 13 April 2020
- <https://www.youtube.com/watch?v=umJlooeffXo> di akses pada 5 Mei 2020
- <https://www.youtube.com/watch?v=MjaZMKkbWHQ> di akses pada 6 Mei 2020
- <https://www.youtube.com/watch?v=VeE47L8oNio> di akses pada 12 Mei 2020
- <https://www.youtube.com/watch?v=3QyPXrVtrjg> di akses pada 15 Mei 2020
- <https://www.youtube.com/watch?v=DAAxeNZTMDA> di akses pada 8 Juni 2020
- <https://www.youtube.com/watch?v=frSbKDEVswY> di akses pada 29 Juni 2020
- <https://www.youtube.com/watch?v=xPK0uole-ro> di akses pada 10 Juli 2020

<https://www.youtube.com/watch?v=pOAYluMNXGo> di akses pada 11 Juli 2020

<https://www.youtube.com/watch?v=PF33LFsLGgI> di akses pada 12 Juli 2020

<https://www.youtube.com/watch?v=nP4UQZcLbaI> di akses pada 14 Juli 2020

<https://www.youtube.com/watch?v=wjs-z9Qc0Uw> di akses pada 27 Juli 2020

<https://www.youtube.com/watch?v=Q3rx4blOnHw&t=8s> di akses pada 27 Juli 2020

<https://www.youtube.com/watch?v=NscoNhxPS7I> di akses pada 4 Agustus 2020

<https://www.youtube.com/watch?v=4dMO80Fe4mU> di akses pada 21 Agustus 2020

<https://www.youtube.com/watch?v=vSbhnyyYIYA> di akses pada 17 September 2020

<https://www.youtube.com/watch?v=R2NqzuujCzU> di akses pada 13 November 2020

https://www.youtube.com/watch?v=0V2DT7fU_VE di akses pada 19 November 2020

<https://www.youtube.com/watch?v=pD-4YaW3MOE> di akses pada 5 Desember 2020

<https://www.youtube.com/watch?v=oLIXQX2SZyI> di akses pada 7 Desember 2020

<https://www.youtube.com/watch?v=rkLR1DuA2hI> di akses pada 27 Desember 2020