

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Syakir Media Press.
- Amalia, A.C. & Sagita, G. 2019. Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *JURNAL SOSIAL : Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2): 51–59.
- Boediman, E.P. 2022. Sosial Media Sebagai Media Baru dalam Perspektif Praktisi Public Relations Pada Era Generasi Milenial. *Avant Garde*, 10(2): 217.
- Butsi, F.I. 2019. Memahami pendekatan positivis, konstruktivis dan kritis dalam metode penelitian komunikasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 2(1): 48–55.
- Erlita, N. 2016. Potret Periklanan di Media Massa Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Sosial*, 5(2): 199–210.
- Febrianto, S. 2015. PENGARUH PENGGUNAAN HUMOR DALAM IKLAN TERHADAP BRAND RECOGNITION (Studi Iklan Televisi Djarum 76 Seri “Jin” .
- Fitriah, M. 2018. Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual. *Deepublish*.
- Fitriya, S.G. & Sumardijjati, S. 2023. Analisis Resepsi Remaja Perempuan terhadap Iklan Citra “Ragam Cantik Indonesia.” *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(10): 7657–7664.
- Ghassani, A. & Nugroho, C. 2019. PEMAKNAAN RASISME DALAM FILM (ANALISIS RESEPSI FILM GET OUT). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2): 127–134.
- Harahap, N. 2020. *PENELITIAN KUALITATIF*. 1 ed. Medan: Wal ashri Publishing.
- Hardani, Auliya, N.H., Andriani, H., Fardani, R.A., Ustiawaty, J., Utami, E.F., Sukmana, D.J. & Istiqomah, R.R. 2020. *METODE PENELITIAN KUALITATIF & KUANTITATIF*. Jakarta: Pustaka Ilmu.

- Hariyanto, K.R. 2023. Studi Resepsi Iklan Tvc Rokok U-Mild. *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Humaniora*, 4(2): 73–87.
- Hartati, S. 2020. PENGARUH SENSE OF HUMOR TERHADAP KOMUNIKASI INTERPERSONAL PADA ANGGOTA KOMUNITAS STAND UP COMEDY TEBING TINGGI. *Bisman Info*, 7(2).
- Hartono, L. 2015. Teknik Humor Dalam Film Warkop DKI. *Jurnal e-Komunikasi Universitas Kristen Petra*, 3(1).
- Hastuti, S. 2013. EFEKTIVITAS IKLAN LAYANAN MASYARAKAT DI TELEVISI. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2): 67–72.
- Istiningtyas, L. 2016. HUMOR DALAM KAJIAN PSIKOLOGI ISLAM. *Jurnal Ilmu Agama: Mengkaji Doktrin, Pemikiran, dan Fenomena Agama*, 15(1): 37–59.
- Janna, M. 2016. Pengaruh Iklan Aqua Terhadap Keputusan Membeli Masyarakat di Kompleks BTN Tritura-Antang Kota Makassar (Studi Iklan Televisi). *Jurnal Ilmu Komunikasi UIN Alaudin Makassar*, 12(9).
- Lestari, A.E. & Kusuma, R.S. 2023. Analisis Resepsi Pengguna Twitter Terhadap Fan War “Safa Space.” *Jurnal Audiens*, 4(3): 440–453.
- Listya, A. 2018. Konsep dan Penggunaan Warna dalam Infografis. *Jurnal Desain*, 6(01): 10.
- Lucyanduri, F. 2015. *PERKEMBANGAN ESTETIKA FOTO DALAM IKLAN (Studi Dokumen Foto dalam Iklan Kosmetik Revlon di Majalah Femina Tahun 2000 - 2014)*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Maharani, A.S. 2022. Media Informasi di Ranah Media Sosial: Perubahan Karakteristik dan Peran Jurnalistik Sebagai Media Baru. *PERSPEKTIF*, 11(2): 710–717.
- Meilasari, S.H. & Wahid, U. 2020. Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Isi Pesan Pada Iklan Wardah Cosmetics “Long Lasting Lipstic Feel The Color.” *Journal Komunikasi*, 11(1): 1–8. Tersedia di <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom/index>.
- Morissan 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa. Kencana Prenada Media Grup*.

- Mustajab, R. 2023. *Indonesia Miliki 97,17 Juta Pengguna Instagram hingga Akhir 2022*. dataindonesia.id. Tersedia di <https://dataindonesia.id/internet/detail/indonesia-miliki-9717-juta-pengguna-instagram-hingga-akhir-2022> [Accessed 26 Oktober 2023].
- Nasih, M. & Gozaly, A.H. 2021. ANALISIS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PEREKRUTAN PESERTA DIDIK BARU DI SMP PLUS DARUSSALAM BLOKAGUNG TEGALSARI BANYUWANGI. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam (JMPID)*, 270(2): 270–291.
- Novitasari, N., Nabila, C. & Fratiwi, W.H. 2020. Analisis Kendala Guru Dalam Menerapkan K13 Terhadap Hasil Belajar Siswa Di Sdn Pegadungan 8 Petang. *Jurnal Pendidikan dan Sains*, 2(1).
- Nugroho, I. 2019. *HUMOR SEBAGAI KOMUNIKASI DAKWAH (Studi Kasus Humor Kyai di Pondok Pesantren Hudatul Muna 1)*. Ponorogo: IAIN Ponorogo.
- Pertiwi, I.A. & Oktarina Costa, R. 2023. PEMAKNAAN KHALAYAK PADA IKLAN YOUTUBE GOJEK #SEBELUM GOJEK BELI BARANG URGENT PERJALANANNYA PANJANG, GO-MART-IN AJA! *JOURNAL OF HUMANITIES AND SOCIAL STUDIES*, 1(2): 600–608. Tersedia di <https://www.youtube.com/@gojekindonesia9783>.
- Purbohastuti, A.W. 2017. EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2).
- Puspitaningrum, D. 2023. CRAZY RICH DI MEDIA SOSIAL DITINJAU DARI TEORI ENCODING-DECODING. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 4(2): 487–494.
- Putri, Y.E., Elita, F.M. & Gemiharto, I. 2023. PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @BPS\_STATISTICS TERHADAP EKUITAS MEREK BADAN PUSAT STATISTIK. *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 6(1): 17–31.
- Rianto, P. 2020. *MODUL METODE PENELITIAN KUALITATIF*. 1 ed. Yogyakarta: Penerbit Komunikasi UII.

- SANTOSO, A.N. 2022. *EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL INSTAGRAM INFO SUSKA TERHADAP PENYEBARAN INFORMASI DI KALANGAN MAHASISWA*. Riau: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Shifman, L. 2013. Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 18(3): 362–377.
- Sinulingga, K.N.V.P., Sunarto & Pudjo Santosa, H. 2023. Analisis Resepsi Khalayak Terhadap Objektifikasi Perempuan Dalam Serial Netflix “Squid Game.” *Jurnal Interaksi Online*, 11(3). Tersedia di <https://fisip.undip.ac.id/>.
- Situmorang, J. & Lubis, E.E. 2018. PENGARUH DAYA TARIK HUMOR DALAM IKLAN DI YOUTUBE TERHADAP BRAND IMAGE BUKA LAPAK. *JOM FISIP*, 5(2).
- Suaib, E., Rafli, Z. & Muliastuti, L. 2019. Tipe dan Fungsi Humor dalam Acara Indonesia Lawak Klub di Trans 7. *Madah: Jurnal Bahasa dan Sastra*, 10: 123.
- Tutiasri, R.P. 2023. Analisis Resepsi Remaja pada Nilai Budaya dan Religius dalam Iklan Sirup Marjan (Edisi Baruna Sang Penjaga Samudera). *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(7): 4961–4967.
- Varenia, I.A.N. & Phalguna, I.B.Y. 2022. Implikasi Media Baru Sebagai Media Komunikasi Dan Teknologi Informasi. *Sadharananikarana: Jurnal Ilmiah Komunikasi Hindu*, 4(1): 623–632.
- Yusuf Muri, A. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. 4 ed. Jakarta: KENCANA.