

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Abdul, M. (2022). *Pesan Politik Di Media Sosial Twitter*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing.
- Anom, I. N. (2018). *Sinema Paradoks: Pengantar dan Konteks Kontemporer*. Jakarta: STMIK STIKOM Indonesia.
- Baser, G. (2023). *Komunikasi Digital Dalam Bingkai Riset*. Banyumas: CV. Amerta Media.
- Bungin, B. (2012). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Damaya. (Jakarta). *Super Student Preneur*,. 2018: Laksana.
- Dewi, R. S. (2019). Meme Sebagai Sebuah Pesan dan Bentuk Hiperrealitas di Media Sosia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18.
- Diah Ajeng, P. E. (2021). *Pemberdayaan Era Digital*. Yogyakarta: Bursa Ilmu.
- Eriyanto. (2013). *Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.
- Eriyanto. (2010). *Analisis Isi Pengantar Metodeologi Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya, Cet. 2*. Jakarta: Penerbit Kencana Prenda Media Group.
- Fadhilah, M. (2022). *Serenade Penyiaran Indonesia*. Depok: Mohamad Fadhilah Zein Digital Publishing.
- Faqih, A. (2021). *Merayakan Keberagaman Berbahasa*. Surabaya: Bitread Publishing.
- Fitriah, F. (2020). Analisis meme “kok bisa ya” di Media Sosial Menggunakan Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Barik*, 236.

- Gerung, J. (2021). *Media Sosial Dalam Digital Marketing Kesehatan*. Bogor: Guepedia.
- Hastuti, R. (2020). *Remaja Sejahtera Remaja Nasionalis*. Yogyakarta: Andi.
- Huda, A. (2021). *Teknik Multimedia dan Animasi*. Padang: UNP Press.
- Krippendorff, K. (1993). *Analisis Isi Pengantar Teori dan Metodologi Terjemahan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Lexy J, M. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Limor Shifman, “. i.-M. (2013). Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 362.
- Lumatihusnia, N. (2021). *Generasi Cerdas dan Bijak Bermedia Sosial*. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Moleong. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mutmainnah, M. S. (2020). Korupsi, Hibah dan Hadiah Dalam Perspektif Hukum Islam (Klarifikasi dan Pencegahan Korupsi). *Jurnal Hukum Islam: Al Hurriyah*, 162-163.
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual (Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nirwan. (2023). *Budaya dan Bahasa*. Badung: CV Intelektual Manifes Media.
- Nogi, H. (2005). *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Nova Rachmawati, “. J. (2019). Isu Sosial Dalam Bentuk Internet Meme Menjelang Pemilihan Presiden 2019. *Jurnal Scriputra*.

- Prajarani, D. (2020). *Media Sosial Periklanan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Prajarani, D. (2020). *Media Sosial Periklanan Instagram*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Purnama, W. (2019). *Komunikasi Kontemporer dan Masyarakat*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utam.
- Saadah, S. (2022). *Komunikasi Pemasaran Pariwisata*. Surabaya: Unitomo Press.
- Sarjana, S. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Sumatera Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi.
- Soter, N. (2022). *Pemasaran Digital*. Banyumas: CV. Pena Persada.
- Sperber, D. (1996). *Explaining Culture A Naturalistic Approach*. Massachusetts: Blackwell Publishers Inc.
- Syafrinaldi. (2023). *Komunikasi Digital*. Purwokerto: CV Amerta Media.
- Wahyuni, S. (2012). *Qualitative Research Method: Theory and Practice*. Jakarta: Salemba Empat.
- Wibawa, H. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial*. Jakarta: Pusat Humas Kemendag RI.
- Zuchdi, D. (2019). *Analisis Konten Etnografi & Grounded Theory dan Hermeneutika dalam Penelitian*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

Jurnal:

- Adhityakusuma, D. (2019). Analisis Konten Meme Politik Nurhadi-Aldo.
- Dewi, R. S. (2019). Meme Sebagai Sebuah Pesan dan Bentuk Hiperrealitas di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18.
- Dwi, E. (2011). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 71.
- Fitriannah, F. (2020). Analisis meme “kok bisa ya” di Media Sosial Menggunakan Semiotika Roland Barthes. *Jurnal Barik*, 236.

- Limor Shifman, “. i.-M. (2013). Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 362.
- Mutmainnah, M. S. (2020). Korupsi, Hibah dan Hadiah Dalam Perspektif Hukum Islam (Klarifikasi dan Pencegahan Korupsi). *Jurnal Hukum Islam: Al Hurriyah*, 162-163.
- Nova Rachmawati, ”. J. (2019). Isu Sosial Dalam Bentuk Internet Meme Menjelang Pemilihan Presiden 2019. *Jurnal Scriputra*.
- Siahaan, C. (2022). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Berkomunikasi di Lingkungan Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 2844.

Skripsi:

- Arik Setiawan, “Pesan Kritik Sosial Dalam Komik Bergener Humor Di Media Sosial Instagram”, Skripsi, 2019
- Munawarah, “Analisis Isi Pesan Dakwah Bergambar Pada Grup Meme Hijrah Post Di Media Sosisal Facebook”, Skripsi, 2023.
- Ramadhania Hartono, “Analisis Pemanfaatan Konten Meme di Instagram @Netflixid Dalam Upaya Membentuk Engagment Rate”, Skripsi, 2022.

Internet:

- Analisa.io, “Profile dan Hashtag Analytics”, di akses pada tanggal 04 Oktober 2023 pukul 20:09 WIB, dari <https://analisa.io/>.
- Data Books, “10 Negara dengan Jumlah Pengguna Instagram Terbanyak Dunia”, di akses pada tanggal 09 Mei 2023 pukul 13.40 WIB, dari <https://databoks.katadata.co.id/>

GoodStats, “Pengguna Instagram Berdasarkan Rentan Usia 2023”, di akses pada tanggal 09 Mei 2023 pukul 14.00 WIB, dari <https://data.goodstats.id/statistic>

Graduate Binus, “Memahami Meme Cara Komunikasi Gaya Baru”, di akses pada tanggal 03 Maret 2023 pukul 10.40 WIB, dari <https://graduate.binus.ac.id/>

“Meme” <https://balaibahasajateng.kemdikbud.go.id/2020/09/meme/>, diakses pada 26 November 2022, pukul 17.10 WIB.

“Meme” <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/meme/>, diakses pada 03 Desember 2022

Rumah Pemilu, “Political Jokes, Prakarsa Meme Politik Kaum Muda”, di akses pada tanggal 30 september 2023 pukul 14:49 WIB, dari <https://rumahpemilu.org>.