

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriani, A., & Harahap, N. (2023). Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi MENGONTROL PENGGUNAAN GADGET PADA ANAK  
Abstrak Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi*, 4(3), 1083–1091.
- Ayu, I. W., Zulkarnaen, Z., & Fitriyanto, S. (2022). Budaya Digital Dalam Transformasi Digital Menghadapi Era Society 5.0. *Jurnal Pengembangan Masyarakat Lokal*, 5(1), 20–25. <https://doi.org/10.58406/jpml.v5i1.922>
- Aziz, A., & Fatmawati, F. (2019). Perencanaan Komunikasi Iklan Politik Gubernur Terpilih Pada Pilkada Riau 2018. *Jurnal Dakwah Risalah*, 30(1), 20. <https://doi.org/10.24014/jdr.v30i1.7078>
- Caldwell, D. (2023). *About Know Your Meme*. Literally Media, Ltd.  
<https://knowyourmeme.com/about>
- Crockett, Z. (2022). Can you get sued for using a meme? *The Hustle*.  
<https://thehustle.co/can-you-get-sued-for-using-a-meme/amp/>
- Dawkins, R. (2017). *The Selfish Gene: 40th Anniversary edition (Oxford Landmark Science 4th Revised edition)*.
- Dihni, V. A. (2022). *Data Penjualan Mie Instan*.  
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/11/intip-5-merek-mie-instan-terpopuler-di-indonesia-yang-harganya-bakal-naik>
- Edwards, P. (2015, December 11). The World War II meme that circled the world. *Vox*.
- Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). Marketing Strategy Analysis Kopi Arabika Specialty (Studi Kasus Pada Cv Frinsa Agrolestari). *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 1–14.  
<https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>

- Fitrianto, B., Ardoyo, N. A., Dewi, Y. R., & Meliala, Y. H. (2022). Penggunaan Meme dalam Pemasaran Digital Industri Fesyen “Dear.” *Jurnal Cyber PR*, 2(2), 185–197. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v2i2.2433>
- Gamara, F. A., & Ginting, R. (2021). Tindak Pidana Penghinaan Sebagai Representasi Penyebarluasan Meme Pada Platform Digital. *Recidive : Jurnal Hukum Pidana Dan Penanggulangan Kejahatan*, 10(1), 16. <https://doi.org/10.20961/recidive.v10i1.58844>
- Haryanto, A. T. (2021). *Pengguna Aktif Medsos RI 170 Juta, Bisa Main 3 Jam Sehari*. Detiknet. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-5407834/pengguna-aktif-medsos-ri-170-juta-bisa-main-3-jam-sehari>
- Hasian, I., & Putri, I. (2021). Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, 5(1), 726–739. <http://jurnal.trisaktimultimedia.ac.id/index.php/magenta/article/view/63>
- Haubursin, C. (2019). *Why Do Memes Matter?* Vox. <https://www.youtube.com/watch?v=bYJZA86dPEo>
- hidayat fahrul, D. (2023). *DAKWAH DIGITAL: ANALISIS ISI MEME ISLAMI PADA AKUN INSTAGRAM MEMEISLAM.ID*. UIN SYARIF HIDAYATULLAH JAKARTA.
- Ilhamsyah. (2021). *Pengantar Strategi Kreatif Advertising Era Digital* (D. Arum (ed.)). Andi (Anggota IKAPI).
- Koesoemadinata, M. I. P. (2013). *DISERTASI|DIFERENSIASI RUPA TOKOH DANGHYANG DORNA DALAM WAYANG KULIT CIREBON*. Institut Teknologi Bandung.
- Koesoemadinata, M. I. P. (2018). Visual Adaptation Of Wayang Characters In Teguh Santosa’s Comic Art. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 33(3), 401–408.

<https://doi.org/10.31091/mudra.v33i3.544>

- Moriarty, S. (2015). *Advertising & IMC Principle and Practice* (S. Wall (ed.); Tenth). Pearson Education Limited 2015.
- Mulya, H. K. (2023). Penggunaan Meme Satir di Instagram sebagai Media Promosi Vaksinasi Booster Covid-19. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia The Indonesian Journal of Health Promotion*, 6(7), 1315–1320.
- Nielsen, J. (2023). Nielsen Norman Group. *World Leaders in Research-Based User Experience*, Articles. <https://www.nngroup.com/articles/tone-of-voice-dimensions/#:~:text=The tone of any piece,tone of voice is critical>.
- Pahlevi, R. (2022). *Survei: Ini Merek Mi Instan Cup Paling Laku di Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/01/survei-ini-merek-mi-instan-cup-paling-laku-di-indonesia>
- Purnamawati, A. (2022). Kompetensi Komunikasi Lateral Pengurus Dalam Manajemen Koperasi. *Pengembangan Kinerja Manajemen Organisasi, Keuangan Dan Usaha Koperasi & UMKM*, 21–30.
- Putra, M. A. D. (2020). Perlindungan Hak Cipta Atas Potret Seseorang Yang Disebarkan Sebagai Meme. *JIPRO : Journal of Intellectual Property*, 3(1), 61–80. <https://doi.org/10.20885/jipro.vol3.iss1.art4>
- Quercia, J. della. (2011). *7 Memes That Went Viral Before The Internet Existed*. Cracked. [https://www.cracked.com/article\\_19119\\_7-memes-that-went-viral-before-internet-existed.html](https://www.cracked.com/article_19119_7-memes-that-went-viral-before-internet-existed.html)
- Rahayu, A. C. (2020). *Targetkan anak muda, Pop Mie luncurkan produk mie campur nasi*. Industri. <https://industri.kontan.co.id/news/targetkan-anak-muda-pop-mie-luncurkan-produk-mie-campur-nasi>
- Rahmallah, Z. V., & Wirasari, I. (2022). Analisis Strategi Bisnis Dan Penerapan Kebutuhan Desain Pada Tushe Di Masa Pandemi Covid-19. *Demandia*, 7(1),

141. <https://doi.org/10.25124/demandia.v7i1.4252>

Shifman, L. (2014). *Memes in Digital Culutre*. The MIT Press.

Siswanto, R. (2023). *Desain Grafis Sosial, Narasi, Estetika, dan Tanggung Jawab* (C. Heni (ed.); 1st ed.). PT Kanisius.

Soewardikoen, D. W. (2019). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual* (A. Bayu & M. Flora (eds.); edisi pert). Penerbit PT Kanisius.

Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual* (B. Anangga & F. Maharani (eds.); Edisi Revi). Penerbit PT Kanisius.

Sopian, P., & Mayana, R. F. (2021). Pelindungan Hak Cipta Terkait Gambar Karakter Disney Yang Di Transmisi Secara Ilegal Melalui Media Elektronik. *Jurnal Kertha Semaya*, 9(6), 1053–1062.  
<https://doi.org/10.24843/KS.2021.v09.i06.p13>

Stephen, A., Canthika, A., Subrata, D., & Veronika, D. (2020). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Indonesian Business Review*, 2(2), 233–248. <https://doi.org/10.21632/ibr.2.2.233-248>

Sudaryono. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Mix Method* (2nd ed.). PT RajaGrafindo Persada.

Susanto, dwi tony. (2020). *Metode Penelitian STUDI KASUS (Case Study)*. Research Metodology.  
<https://notes.its.ac.id/tonydwisusanto/2020/08/30/metode-penelitian-studi-kasus-case-study/>

Untung, I. (2022). *Meme for Marketing*. Marketeers TV.  
[https://www.youtube.com/watch?v=y4vokEtW90w&ab\\_channel=MarketeersTV](https://www.youtube.com/watch?v=y4vokEtW90w&ab_channel=MarketeersTV)