

## DAFTAR PUSTAKA

- Alyusi, S. D. (2016). *Media sosial : Interaksi, Identitas dan Modal Sosial*. Jakarta: Kencana.
- Aristoteles. (2007). *On Rhetoric a Theory of Civic Discourse, Second Edition*. Oxford University Press.
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research*.
- Brandmentions. (2025). *@simamaungcom's Analyze*. Retrieved from Brandmentions: Brandmentions
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*, 142.
- CNN Indonesia. (2024). *Korban Rusuh Suporter Persib: 21 Orang Luka, 1 Masih Dirawat di RS*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/olahraga/20240925024832-142-1147940/korban-rusuh-suporter-persib-21-orang-luka-1-masih-dirawat-di-rs>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. SAGE Publications.
- Dartiningsih, B. E. (2016). *Gambaran Umum Lokasi, Subjek, Dan Objek Penelitian*. Malang: Universitas Trunojoyo.
- Data, T. (2019). Wawancara, Angket Dan Tes. *Raden Fatah*.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE Handbook of Qualitative Research (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 107-115.
- Fadhallah, R. A. (2021). *Wawancara*. Jakarta Timur: UNJ Press.
- Foss, S. K. (2004). *Theory of Visual Rhetoric*. Routledge.
- Furqon, M. A., Hermansyah, D., Sari, R., Sukma, A., Akbar, Y., & Rakhmawati, N. A. (2018). Analisis Sosial Media Pemerintah Daerah di Indonesia Berdasarkan Respons Warganet.
- Gulas, C. S., & Weinberger, M. G. (2006). *Humor in Advertising: A Comprehensive Analysis*.

- Hartono et al, M. J. (2018). *Metoda pengumpulan dan teknik analisis data*. Penerbit Andi.
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 1277-1288.
- Ihsan, T., Aribowo, M. F., Indra, A. M., & Triwahyuni, A. (2023). Analisis Deskripsi Pemilihan Tema Konten untuk Pemasaran Sosial Media Instagram dalam Peningkatan Personal Branding.
- Jackson, K., & Bazeley, P. (2019). *Qualitative Data Analysis with NVivo (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Jahja, A. S. (2017). Subyek, Responden, Informan dan Partisipan. *Perbanas Institute*.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*.
- Katz, E., Blumber, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *Public Opinion Quarterly*, 509-523.
- Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah Republik Indonesia. (2025). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Retrieved from Kamus Besar Bahasa Indonesia: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>
- Krippendorff, K. (2018). *Content analysis: An introduction to its methodology (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Kumparan. (2024). *Cegah Rusuh, Polisi Cegah Bobotoh Persib Datang ke Jatim*. Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/kumparannews/cegah-rusuh-polisi-cegah-bobotoh-persib-datang-ke-jatim-22qX6n4Pb0u/1>
- Luik, J. E. (2020). *Media Baru : Sebuah Pengantar*. PETRA.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2.
- Martin, R. A. (2007). *The psychology of humor: An integrative approach*. Academic Press.
- Martin, R. A., & et al. (2018). *Humor, Communication, and Interpersonal Relationships*.
- Martin, R., & Ford, T. (2018). *The Psychology of Humor : An Integrative Approach*. Academic Press.
- Mattern, J. (2017). *Instagram*. Minnesota: Abdopublishing.com.
- Merdeka. (2024). *Laga PSS vs Persib Ricuh di Solo, 1.000-an Bobotoh Diamankan Polisi*. Retrieved from Merdeka: <https://www.merdeka.com/peristiwa/laga-pss-vs-persib-ricuh-di-solo-1000-an-bobotoh-diamankan-polisi-254735-mvk.html>

- Meyer, J. C. (2000). Humor as a double-edged sword: Four functions of humor in communication. *Communication Theory*.
- Mulyana, D. (2008). *Komunikasi Humoris : Belajar Komunikasi Lewat dan Humor*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nafsyah, A. S., Maulidiah, S. R., Nurlia, A. S., & Adhyanti, W. P. (2022). Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi.
- Priyono, P. E. (2022). *Komunikasi dan Komunikasi Digital*. GUEPEDIA.
- Rakanda, D. R. (2019). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z atau IGENERATION di Desa Cawas. *Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z atau IGENERATION di Desa Cawas*.
- Result Sports. (2022). *Global Football Digital Benchmark 2022*. Retrieved from Global Football Digital Benchmark 2022: <https://result-sports.com/blog/gfdb22/>
- Richards, L. (2021). *Handling Qualitative Data: A Practical Guide (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Ruggerio, T. E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication & Society*, 3–37.
- Sari, D. N., & Fasa, M. I. (2024). Analisis Konten Instagram Sebagai Strategi Digital Marketing Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. *Computers in Human Behavior*.
- Shiftman, L. (2014). *Memes in digital culture*. MIT Press.
- Simamaung. (2025). *Instagram Simamaung*. Retrieved from Instagram: [instagram.com/simamaungcom](https://www.instagram.com/simamaungcom)
- Sports Pundit. (2025). *Sports Pundit*. Retrieved from Sports Pundit: <https://sportspundit.com/soccer/terms/2890-man-of-the-match>
- Sudarsono, B. (2012). Dokumentasi, Informasi, Dan Demokratisasi. *Jurnal Dokumentasi dan Informasi*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 504–525.
- Taecharungroj, V., & Nueangjamnong, P. (2015). The Effect of Humor on Virality: The Study of Internet Memes on Social Media. *International Journal of Internet Marketing and Advertising*, 163-181.
- Watie, E. D. (2011). Komunikasi dan Media Sosial. *Komunikasi dan Media Sosial*.
- We Are Social. (2024). *Digital 2024*. Retrieved from We Are Social: <https://wearesocial.com/digital-2024>
- Wirga, E. W. (2017). Analisis Konten Personal Branding Influencer Mobile Legends: Bang Bang (MLBB) @JonathanLiandi pada Media TikTok: Pendekatan Digital Discourse.
- Woof, N. H., & Silver, C. (2018). *Qualitative Analysis Using NVivo: The Five-Level QDA Method*. Routledge.
- Zulfirman, R. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa Dalam Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian, Pendidikan dan Pengajaran*, 149.