

DAFTAR PUSTAKA

- Agisna, M., & Adi B. M. (2022). Analisis Humor Dalam Konten Tiktok @fadlanholao. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 19–30.
- Agushar, K. B. Z., & Gregorius G. S. (2022). Persepsi Remaja Kota Purwokerto terhadap Konten Dark Joke pada Media Sosial Youtube. *KONEKSI*, 6(2), 236–245.
- Agustina, W. (2022). *Persepsi Mahasiswa Pada Konten Video Terkait LGBT Dalam Kanal Youtube Deddy Corbuzier (Studi Kajian Persepsi Mahasiswa Aktivistis Kampus Universitas Nasional Terhadap Tayangan yang Berjudul “Tutorial Jadi G4y Di Indo!!=Pindah Ke Jerman”)*. Universitas Nasional.
- Annur, C. M. (2023). *Pengguna YouTube di Indonesia Peringkat Keempat Terbanyak di Dunia pada Awal 2023*. Databoks.Katadata.Co.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/pengguna-youtube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023> Diakses pada 16 Mei 2023
- Barito, R. B. (2021). Persepsi Orang Tua dan Anak Terhadap Konten Hiburan Di YouTube (Studi Kasus Remaja Usia 13-15 Tahun Di TPQ Nurul Ahya Pagesangan Surabaya). *COMMERCIMUM*, 04(02), 39–50.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Punbliciana*, 9(1), 140–157.
- Calista, T. & Mohammad S. (2021). Pembentukan Persepsi Masyarakat Pekerja Terhadap Vaksinasi COVID-19. *CARAKA: Indonesian Journal of Communications*, 2(1), 20–26.
- Fadhila, S., Darwin L., Andy W., & Fitria H. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbingan. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 53–60.
- Hasya, R. (2023). *Fenomena Podcast, Dianggap Konten Segar dan Mulai Dinikmati Gen Z Indonesia*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/fenomena-podcast-dianggap-konten-segar-dan-mulai-dinikmati-gen-z-indonesia-jGcdr> diakses pada 6 Agustus 2023
- Juliasari, A., Ilmah M., & Lydia. A. H. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pemasaran Akun @somethincofficial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(1), 8–21.
- Kotler, P., & Keller K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed). New Jersey: Pearson Education.

- Harahap, M.A., & Susri A. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 7(2), 13–23.
- Mahendra, S. A., & Heidy A. (2021). Surabaya Adolescent's Perception Of Women's Sensuality in The Showing "Showing In The Swimming Pool!! Bilyy Can't Stand" – YouTube Crazy Nikmir. *JOSAR*, 6(2), 112–120.
- Mulyadi, S., Heru B., & Hendro P. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Mixed Method* (Edisi 1). Depok: RajaGrafindo Persada.
- Oktaviane, T. (2021). *Pengaruh Viral Di Media Sosial, Dan Selebgram Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Raecca Lippie Serum*. STIE Malangkucecwara.
- Perkasa, G. (2023). *Laporan Kebahagiaan Dunia 2023 Dirilis, Finlandia Teratas, Indonesia?* Kompas.Com.
<https://lifestyle.kompas.com/read/2023/03/21/060000320/laporan-kebahagiaan-dunia-2023-dirilis-finlandia-teratas-indonesia-?page=all#:~:text=Berdasarkan%20Laporan%20Kebahagiaan%20Dunia%202023,berada%20satu%20peringkat%20di%20atasnya>. Diakses pada 20 Juli 2023
- Pertiwi, W. K. (2021). *Sejarah YouTube, Berawal dari Situs Kencan Online hingga Dibeli Google*. Kompas.Com.
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/15310057/sejarah-youtube-berawal-dari-situs-kencan-online-hingga-dibeli-google?page=all> Diakses pada 12 Mei 2023
- Rafiq, A. (2020). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Global Komunika*, 1(1).
- Rakhmat, J. (2021). *PSIKOLOGI KOMUNIKASI* (Edisi Revisi). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ratnamulyani, I. A., dan Beddy I. M. (2018). Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor. *Sosiohumaniora: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 20(2), 154–161.
- Riandi, A. P. (2022). *Pengertian Komedi: Ciri-ciri, Genre, dan Contohnya*. Kompas.Com.
<https://entertainment.kompas.com/read/2022/10/19/114328166/pengertian-komedi-ciri-ciri-genre-dan-contohnya?page=all> Diakses pada 21 Mei 2023
- Ricko, & Ahmad J. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231–237.

- Riyanto, G. P. (2023). *Pengguna TikTok di Indonesia Tembus 113 Juta, Terbesar Kedua di Dunia*. Kompas.Com.
<https://tekno.kompas.com/read/2023/07/10/11000067/pengguna-tiktok-di-indonesia-tembus-113-juta-terbesar-kedua-di-dunia?page=all> diakses pada 25 Juli 2023
- Solomon, M. R. (2012). *Consumer Behavior : Buying, Having, Being* (10th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susanti, E. (2022). *Pembawa Acara (Pewara)*. Bogor: IN MEDIA.
- Sya'bana, R. A. T., & Rahayu S. (2022). Fenomena Tren Posting Video/Foto Viral Akun Instagram @Awrekeh.Id: Studi Etnografi Virtual. *Prosiding Jurnalistik*, 8(1), 63–69.
- Wahyudi, A. P. (2014). Representasi Sensualitas Perempuan Dalam Foto Cover Majalah Dewi Edisi Maret Hingga Desember 2013. *Commonline*, 3(3), 411–419.
- Winarti, C. (2021). *Pemanfaatan Sosial Media oleh UMKM Dalam Memasarkan Produk di Masa Pandemi Covid-19*.
- Yusanto, F. (2019). Analisis Karakteristik Komedi Pada Kuis Waktu Indonesia Bercanda NET-TV. *Ekspresi & Persepsi*, 2(1), 13–27.