

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Babbie, E. (2021). *The Practice of Social Research*. Cengage Learning, Inc.
- Berger, A. A. (1993). *An Anatomy Of Humor*. Transaction Publishers.
- Bhatia, P. S. (2019). *Social Media & Mobile Marketing*. Wiley.
- Burgess, J., & Green, J. (2009). *Youtube: Online Video and Participatory Culture* (1st ed.). Polity Press.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, Inc.
- Eriyanto. (2002). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. LKiS Yogyakarta.
- Eves, D. (2021). *The YouTube Formula: How Anyone Can Unlock the Algorithm to Drive Views, Build an Audience, and Grow Revenue*. John Wiley & Sons.
- Hatcher, L. (2018). *The Audience and Business of Youtube and Online Videos*. Lexington Books .
- Hudson, J., & Loisa, R. (2023). *Deskripsi Gaya Komunikasi Ekspresif Penyiaran Modern Berbasis Audio*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* . Pearson Education.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *THEORIES OF HUMAN COMMUNICATION*. Waveland Press, Inc.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications, Inc.
- Miller, M. (2009). *Youtube for Business: Online Video Marketing for Any Business* (1st ed.). Que.
- Saldana, J. (2021). *The Coding Manual for Qualitative Researchers*. SAGE Publications Ltd.
- Solis, B. (2010). *Engage! - The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Wiley & Sons, Inc.
- Suharyanto, R. O. T. C. (2019). *Logika Ilmu Berpikir Kritis*. PT KANISIUS.

Tubbs, S. L., & Moss, S. (2006). *Human Communication: Principles and Contexts* (10th ed.). McGraw-Hill.

Yan, F. (2020). *Image, Reality and Media Construction*. Springer Nature Singapore.

Artikel Jurnal

Aini, N., & Hariyanto, D. (2023). *Kompas.Com Media Framing Analysis of Government Public Communications in Overcoming the Covid-19 Pandemic (Periode June-July 2021)*. <https://doi.org/10.21070/ups.1370>

Aldianto Muheldi, M., & Firmonasari, A. (2024). ANALISIS TUTURAN IDEOLOGI COKI PARDEDE SEBAGAI AGNOSTIK DALAM PERSPEKTIF DEKONSTRUKSI DERRIDA. In *Sastra Indonesia dan Daerah* (Vol. 14, Number 1).

Alfianita, M., & Banowo, E. (2025). *PENGARUH LITERASI DIGITAL DAN INTENSITAS MENONTON CHANNEL YOUTUBE MALAKA PROJECT TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI POLITIK*. <https://doi.org/10.53856/wge46j38>

Amir, A. K., Lailiyah, F., & Ningsih, M. (2022). *ANALISIS SEMIOTIKA DARK JOKE DAN SATIRE COKI PARDEDE DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM*. 2(2). <http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/pawitrakomunika>

Aulia, M., & Suryandari, N. (2025). ANALISIS GAYA KOMUNIKASI AKUN @NEOHISTORIA_ID DALAM PENYAMPAIAN KONTEN SEJARAH DI TWITTER. *JMA*, 3(6), 3031–5220. <https://doi.org/https://doi.org/10.62281/v3i6.2186>

A'yunia, K., & Savitri, A. (2022). *STRUKTUR DAN KAIDAH KEBAHASAAN TEKS ANEKDOT PADA VIDEO ROASTING OLEH KOMIKA DALAM MEDIA SOSIAL YOUTUBE*. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/46104>

Darliani, K., Radhiah, & Harliyana, I. (2025). *UJARAN KEBENCIAN PADA KOLOM KOMENTAR MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM ANIES BASWEDAN*. 06(01). <https://doi.org/10.29103/jk.v6i1.20689>

Erliadi, B., Tua, H., Firman, & Duri, R. (2026). Information Management in Public Communication in The City Governments of Banda Aceh and Langsa. *Jurnal*

- Ilmu Administrasi Negara (JUAN)*, 14(1), 41–54.
<https://doi.org/10.31629/juan.v14i1.8351>
- Fadilah, E., Widyatama, M., Ihsani, I., Samudra, R., Utomo, A., Islamy, A., & Kesuma, R. (2024). Analisis Tindak Tutur Representatif Coki Pardede Dalam Tayangan Video Why So Serious? Pada Kanal Youtube Malaka Project. *Mutiara : Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 2(4), 255–277.
<https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i4.1494>
- Hapsari, N. E., Fatinova, D., & Ardan, F. (2025). Analisis Komunikasi Persuasif Capres 2024 Dalam Debat KPU (Kajian Retorika Aristoteles). *Citizen : Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 5(1), 165–175.
<https://doi.org/10.53866/jimi.v5i1.652>
- Hasanah, P. A., & Zuhriah. (2024). GAYA KOMUNIKASI PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM BERPENDAPAT MENGENAI KASUS PELECEHAN SEKSUAL. In *eScience Humanity* (Vol. 4, Number 2).
<https://doi.org/10.37296/esci.v4i2.114>
- Hidayah, N. N., & Azizah, R. N. (2025). Analisis Framing Model Robert N. Entman dalam Representasi Politisi Muda Verrell Bramasta di Instagram. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 5(3).
<https://doi.org/10.55606/juitik.v5i3.1585>
- Ihsan, M., Samosir, H. E., & Khatibah. (2026). *Media as a Means of Public Communication: Analysis of the Impact of Social Media on the Formation of Public Opinion*. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(1), 24–34.
<https://doi.org/10.29240/jdk.v11i1.16482>
- Izzuddin, R. Z., Putro, A. N. S., & Asih, S. (2026). *Peran Etika Komunikasi Publik Dalam Mencegah Pernyataan Kontroversial Pejabat Publik*. 14(1), 96–114.
<https://doi.org/10.25299/medium.v14i1.27773>
- Maresta, D., & Farisi, A. A. (2024). *Gaya Komunikasi Dakwah Ustaz Yahya Zainul Maarif di Kanal Youtube Al-Bahjah TV*. 7, 139–154. <https://doi.org/10.55372/bilhikmahjkpi.v2i1.22>
- Nurjanah, A. (2023). *Digital-Based Public Communication of Public Relations of the Sleman Regency Government During the COVID-19 Pandemic Special*

Region of Yogyakarta. Jurnal Aristo (Social, Politic, Humaniora), 11(2), p. <https://doi.org/10.24269/ars.v11i2.6767>

Pratama, S., Sesiati, R., & Zaliman, I. (2025). Clustering Komentar YouTube Terkait Kesempatan Kerja Gen Z di Luar Negeri: Studi pada Video Channel BeritaSatu. In *SISKOMTI* (Vol. 7, Number 2). <https://ejournal.uniled.ac.id/index.php/Uniled-SISKOMTI>

Putri, I., Dendi, Syukerti, N., Muyaldi, A. I., & Maulana, I. (2022). *MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PERGESERAN INTERAKSI SOSIAL REMAJA* (Vol. 2, Number 2). <https://doi.org/10.56869/jikoba.v2i2.422>

Putri, K. Y. S., Fazli, L., Iskandar, I., Gumelar, G., & Pandjaitan, R. H. (2024). Analysis of the Agenda Setting Strategy Applied by Narasi TV's Creative Team towards the 2024 Presidential and Vice-Presidential Election Issue through Musyawarah Program. *Studies in Media and Communication*, 12(3), 115–128. <https://doi.org/10.11114/smc.v12i3.6861>

Radjak, S. M., Tahir, A., & Kamuli, S. (2026). The Public Communication Model of the Government of Gorontalo Province as a Strategy for Enhancing Public Trust from a Governance Perspective. *Ilomata International Journal of Social Science*, 7(2), 598–605. <https://doi.org/10.61194/ijss.v7i2.2136>

Rheiza, & Dharmawan, A. (2023). *KOMUNIKASI PUBLIK DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA DALAM MENGINFORMASIKAN KEBIJAKAN PEMERINTAH (Studi Kasus Pada Bidang Pengelolaan Informasi Dan Komunikasi Pubik Diskominfo Kabupaten Sidoarjo)*. <https://doi.org/10.26740/tc.v6i3.53301>

Sari, S. N., & Hia, N. (2021). *GAYA KOMUNIKASI PUSTAKAWAN PADA PENGGUNA PADA TAMAN BACAAN MASYARAKAN LITERASI SOSIAL*. <https://e-journal.sari-mutiara.ac.id/index.php/tekesnos/article/view/2250>

Sari, Z., Sakinah, & Mufaro'ah. (2024). Membangun Hubungan yang Positif melalui Komunikasi yang Efektif. *Khirani: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 2(4), 242–253. <https://doi.org/10.47861/khirani.v2i4.1385>

- Susanti, K., & Sriganda, M. (2021). *Gaya Komunikasi Ferdy Tahier dan Didi Riyadi dalam Tayangan Ferdy and Didi Show pada Kanal DiTiv*. <https://doi.org/10.21009/Communications.4.1.4>
- Syarif, F. N. S., Syarah, M. M., & Herman. (2025). Content Planning sebagai Strategi Komunikasi Publik pada Media Sosial Balai Penerapan Modernisasi Pertanian (BRMP) Jakarta. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi Digital*, 2(4), 18. <https://doi.org/10.47134/jbk.d.v2i4.4418>
- Wasniah. (2024). Analisis Kesalahan Berbahasa pada Kolom Komentar Media Sosial TikTok Tataran Fonologi. *DIKBASTRA: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 6(2). <https://doi.org/10.22437/dikbastra.v6i2.34096>
- Wicaksono, H. S. B., & Abadi, T. W. (2025). *Billboard Media as Public Communication for Mudik Gratis Participation : Media Billboard sebagai Sarana Komunikasi Publik untuk Partisipasi dalam Program Mudik Gratis*. <https://doi.org/10.21070/how.v2i3.262>

Internet

- Statista. (2026, April 27). *YouTube advertising audience reach as of April 2026, by country (in millions)*. Diana Elagina. <https://www.statista.com/statistics/280685/number-of-monthly-unique-youtube-users/>

Intelligentia - Dignitas