

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *METODE PENELITIAN KUALITATIF* (P. Rapanna, Ed.). Syakir Media Press.
- Batubara, J. (2017). Paradigma Penelitian Kualitatif dan Filsafat Ilmu Pengetahuan dalam Konseling. *Jurnal Fokus Konseling*, 3.
- Clara Sari, A. (2018). *KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL*.
<https://www.researchgate.net/publication/329998890>
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Third).
- Darmoko, Muri. , Y. anastyasia. , R. D. (2022). PENGEMBANGAN KAWASAN DESA WISATA SELOTAPAK MELALUI DIGITAL BRANDING GUNA MENINGKATKAN MUTU MEDIA PROMOSI. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6.
- Dillard, J. (2013). *GOALS-PLANS-ACTION THEORY OF MESSAGE PRODUCTION*.
- Doe, J. (2020). *Building Credibility in Humorous Content: An Experimental Study*.
- E.M. GRIFFIN. (2010). *A first look at communication theory* (8th ed.).
- Fachmy, R. N., Barkah, C. S., Herawaty, T., & Aulina, L. (2021). Strategi Optimalisasi Media Sosial Melalui Konten Humor dalam Peningkatan Penjualan Produk UMKM Di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Toko Sikece). *JEMMA (Journal of Economic, Management and Accounting)*, 4(2), 183.
<https://doi.org/10.35914/jemma.v4i2.784>
- Fadhallah. (2021). *WAWANCARA*. UNJ PRESS.
- Farida, S. Ning. , S. H. (2020). DESTINATION BRANDING WISATA BELANJA KABUPATEN MAGETAN (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Sentra Industri Di kabupaten Magetan). *Jurnal Bisnis Indonesia*.
- Handayani, N. P. Lely. , A. J. (2022). PERAN SOSIAL MEDIA DALAM MENINGKATKAN DIGITAL BRANDING PERUSAHAAN JASA. *SINTESA*, 5.
- Hartini, H. I. , A. H. F. , C. (2017). Kesantunan berbahasa dalam komentar caption Instagram. *Indonesian Language and Literature Education*, 1–14.
- Heath, R. L. (2013). *Encyclopedia of Public Relations* (2nd ed., Vol. 1). SAGE Publications.
- Javornik, A. (2018). *The Effects of Humorous Social Media Content on Influencer Credibility*.
- Kue, maria. S. christina. (2019). MODEL ELABORATION LIKELIHOOD DALAM PEMBENTUKAN PERSONAL BRANDING PITA’S LIFE DI YOUTUBE CHANNEL. *Jurnal Nomosleca*, 5.
- Kusmarni, Y. (2012). Studi Kasus. *Jurnal Edu UGM*.
- Lynch, O. H. (2002). Humorous Communication: Finding a Place for Humor in Communication Research. *International Communication Association*, 423–445.

- Martin, R. A. , K. N. A. , O. L. J. , & D. K. A. (2018). *Humor, Communication, and Interpersonal Relationships*.
- Morissan. (2019). *Riset Kualitatif*. prenada media.
- Mulyana, D. (2003). *Komunikasi Jenaka (Parade Anekdote, Humor, dan Pengalaman Konyol)*. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Nabila, D. et al. (2020). *Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0* (dhifa. , zahira, ghoniyatu. , syarief, m. aqib. , nurudin. , elvareta, octavia nabila, Ed.). Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group).
- Putri, C. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN CHERIE MELALUI MINAT BELI. *Jurnal Manajemen Dan Start up Bisnis, 1*.
- Quesenberry, K. A. (2019). *social media strategy* (Second edition). Rowman & Littlefield (An imprint of The Rowman & Littlefield Publishing Group, Inc).
- Ridha, N. (2017). PROSES PENELITIAN, MASALAH, VARIABEL DAN PARADIGMA PENELITIAN. *Jurnal Hikmah, 14*.
- Setiadi, A. (2016). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI. *AMIK BSI Karawang*.
- Smith, J. (2018). *The Role of Credibility in Humorous Communication: A Review and Synthesis*.
- Smith, J. (2020). The Impact of Humor in Communication: A Review of Research. *JOURNAL OF COMMUNICATION STUDIES*.
- Sudarmo, D. M. (2021). *Humor Quotient - Kecerdasan Humor*. Elex Media Komputindo.
- sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF DAN R & D*. ALFABETA, CV.
- Tania, Adelia. et al. (2020). *Media Sosial, Identitas, Transformasi, dan Tantangannya* (Nurudin, Ed.). Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang bekerjasama dengan Inteligencia Media (Intrans Publishing Group).
- Uno, H. B. (2020). *PARADIGMA PENELITIAN*.
- Utari, M. (2017). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN @princessyahrini TERHADAP GAYA HIDUP HEDONIS PARA FOLLOWERSNYA. *JOM FISIP, 4*.
- Yunus, ulani. (2022). *Digital branding teori dan praktek*. london school of public relations jakarta.