

## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, M., & Rozi, F. (2024). *Resepsi Gen Z Pada Konten Podcast Denny Sumargo Berjudul "Penulis Contekan Presiden, Jokowi Tidak Lebih Baik Dari Presiden Sebelumnya-Tom Lembong."* 4(2), 192–201.
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150.
- Anshori, & Wardani. (2024). New Media dan Fenomena Politainment (Studi Resepsi Audiens Terhadap Citra Diri Pada Konten Tiktok @sandiuono.official). *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–19.  
[http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Aprianti, N. (2023). *Analisis Partisipasi Pemilih Pemula dalam Melaksanakan Pemilihan Umum Bupati Kerinci di Desa Agung Koto Iman*. 3(1), 7–15.
- Atma, D., Danadharta, I., & Kusumaningrum, H. (2023). *Analisis Resepsi Pemberontakan Remaja di Kalangan Anak Muda dalam Web Series "Dear Stranger" 1*.
- Azhari, T., Hermendra, & Septyanti, E. (2023). Gaya Bahasa Satire dalam Talkshow Mata Najwa "Jenaka di Negeri Opera." *Jonedu.Org*, 05(04), 13870–13877.  
<https://www.jonedu.org/index.php/joe/article/view/2401>
- Barker, C. (2008). *Cultural Studies: Theory and Practice*.
- Chano, T. M., & Paramita, S. (2019). Transformasi Komunikasi Politik Melalui Media Sosial Instagram (Studi terhadap Akun @karyaadalahdoa). *Koneksi*, 3(1), 176. <https://doi.org/10.24912/kn.v3i1.6201>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook of Qualitative Research*.
- Edhi, N. A. (2020). Gaya Bahasa Satire Dalam Film Er Ist Wieder Da Karya David Wnendt. *Identitaet*, 9(3), 48–56.
- faturossyiddin, abdullah hafidz ridho, & Hidayati, U. (2023). Analisis Resepsi Khalayak Remaja Mengenai Pesan Moral Dalam Film Doraemon Stand By Me 2. *Lektur, Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1).  
<https://journal.student.uny.ac.id/index.php/ilkom/article/view/19252>
- Febriyanti, D. A., & Tjahjono, T. (2021). Maksim Kuantitas Dalam Tuturan Satire Konten #DPO Pada Akun Instagram @Bintangemon. *Bapala*, 8(6), 122–128.  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/41615%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id/index.php/bapala/article/view/41615/35822>
- Fikolbi, S., Khobiroh, F., & Cheryl, W. A. (2023). Analisis Resepsi Penyebaran Gagasan Bacapres Tahun 2024 Dalam Tayangan Youtube Mata Najwa. *Prosiding Seminar Nasional*, 072–081.

- Gultom, & Arviani. (2023). Resepsi Khalayak Terhadap Konten Kritik Sosial “Dewan Perampok Rakyat” Bem Ui Di Tiktok. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(10), 4607–4617.
- Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., & Willis, P. (2011). *Budaya Media Bahasa Teks Utama Pencanang Cultural Studies 1972-1979*. Jalasutra.
- Haris, & Azwar. (2024). Analisis Resepsi Kelompok Pemilih Pemula Pemilu 2024 terhadap Iklan Politik Audiovisual Partai Amanat Nasional (PAN). *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 139–158. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.957>
- Husna, I., & Hero, E. (2022). Analisis Semiotika Ferdinand De Saussures Makna Pesan Iklan Rokok A Mild Versi Langkah. *Journal of Discourse and Media Research*, 1(01), 44–59.
- Kustiawan, W., Rizky Ramadhani, K., Valentina Damanik, S., & Muharramsyah, A. (2022). Pengaruh Iklan Politik Dalam Mengambil Aspirasi Rakyat. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(8), 1371–1380. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i8.178>
- Limilia, P., & Fuady, I. (2021). *Literasi media, chilling effect, dan partisipasi politik remaja*.
- Locita, F. K., & Kalaloi, A. F. (2022). Analisis Resepsi Masyarakat Di Kecamatan Lembang Terhadap Sosialisasi Siaran Televisi Digital. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 3355–3363.
- Mahardika, R. A. D., & Gilang Gusti Aji, S.I.P., M. S. (2023). Analisis Resepsi Generasi Z Terhadap Konten Berbagi Pada Akun Tiktok @iben \_ ma. 7, 162–168.
- Mamun, M. A. A., & Hasanuzzaman, M. (2020). Semiotika Humor Politikdalam Tayangan Talk Showsentilan Sentilun. *Energy for Sustainable Development: Demand, Supply, Conversion and Management*, 16(1), 1–14.
- Merdekawati, A. (2024). Legalitas Upaya Propaganda Pencitraan Politis Capres dalam Negosiasi Pemilu 2024 ( Perspektif Hukum dan Komunikasi ). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume*, 4(1), 12389–12406.
- Meydiawati, I., & Alamiyah, S. S. (2023). Kritik Sosial Dalam Konten Komedi “Ingin Jadi Rakyat Yang Baik” Di Akun Instagram @Bintangemon. *Jurnal Signal*, 11(1), 26. <https://doi.org/10.33603/signal.v11i1.7546>
- Muhamad, N. (2024). *KPU: Pemilih Pemilu 2024 Didominasi oleh Kelompok Gen Z dan Milenial*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Mulyadi, S., Basuki, H., & Prabowo, H. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif dan Mixed Method*. PT RajaGrafindo Persada.
- Mustajab, M. L. H. (2018). Analisis Resepsi Remaja Islam Surabaya Tentang Meme Islam di Media Sosial. *Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, 1–152. [http://digilib.uinsby.ac.id/22251/6/M. Latiful Hanan Mustajab\\_F02715156.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/22251/6/M. Latiful Hanan Mustajab_F02715156.pdf),
- Nababan, W. M. C. (2024). KPU Akui Tingkat Partisipasi Pemilih Pemilu 2024

Sedikit Turun. *Kompas.Id*, 1.

- Novianti, S., & Lova, C. (2022). *Bintang Emon Jadi Perbincangan Netizen Usai Tampil Stand Up di Konten Somasi, Kenapa?* Kompas.Com.  
<https://www.kompas.com/hype/read/2022/06/01/191249666/bintang-emon-jadi-perbincangan-netizen-usai-tampil-stand-up-di-konten?page=all>
- Nur, E. (2020). Tanggapan Generasi Z Terhadap Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mendukung Keterlibatan Dalam Pemilu Legislatif 2019. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 24(2), 117–131.  
<https://doi.org/10.46426/jp2kp.v24i2.122>
- Oktayusita, S. H., Suparno, B. A., & Rochayanti, C. (2020). Reception Analysis of Millennials Generation to Ads in Social Media. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 17(2), 125. <https://doi.org/10.31315/jik.v17i2.3696>
- Perangin-angin, L. L. K., & Zainal, M. (2018). Partisipasi Politik Pemilih Pemula Dalam Bingkai Jejaring Sosial Di Media Sosial. *Jurnal ASPIKOM*, 3(4), 737. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i4.210>
- Permatasari, W. B., & Alamiyah, S. S. (2023). *Analisis Resepsi Konten Pendidikan Seksual Berbasis Islam dalam Instagram @ taulebih . id*. 6(2021), 8031–8039.
- Pramesti Dewi, L., & Rusadi, U. (2023). Resepsi Youtube Deddy Corbuzier dan Indonesia: Literasi Keberagaman sampai Politik Gender dan Seksualitas. *Rd D Lokita Pramesti Dewi Udi Rusadi*, 3(2), 482–490.  
<https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i3.2514>
- Pratiwi, B. (2023). *Wacana Satirisme pada Konten Digital Kanal Youtube*. 12, 39–47.
- Putri, D. S., Achmad, Z. A., Alamiyah, S. S., Arviani, H., & Febrianita, R. (2022). Kritik Satire pada Pejabat Negara Indonesia melalui Roasting Stand-Up Comedy Kiky Saputri di Youtube. *Jurnal Nomosleca*, 8(2), 132–145.  
<https://doi.org/10.26905/nomosleca.v8i2.7673>
- Rahmiati, D. (2011). *Satire Politik Dalam Lagu “Andai Ku Gayus Tambunan.”*
- Reistani, A. P. (2022). Bahasa Satire Dalam Akun Instagram @Quotes\_Nurhadialdo\_. *Jurnal Ilmiah Pedagogy*, 21(1 oktober), 30–42.
- Ridwan, Nugraha, & Alamsyah. (2023). Persepsi Penonton Terhadap Unsur Komedi Satire Kepada Pemerintah Dalam Program Acara Lapor Pak Trans 7. *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 29(1), 17–25.
- Salsabila, B. V., & Simatupang, E. C. (2021). Satir On The Political Meme Of President Donald Trump: A Semantic. *Industry and Higher Education*, 3(1), 1689–1699.  
<http://journal.unilak.ac.id/index.php/JIEB/article/view/3845%0Ahttp://dspace.u.c.ac.id/handle/123456789/1288>
- Saragih, R. I., & Tutiasri, R. P. (2023). Penerimaan Pemilih Pemula pada Partisipasi Politik (Konten Total Politik: Proporsional Terbuka VS Proporsional Tertutup). *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9), 7398–7403.  
<https://doi.org/10.54371/jiip.v6i9.2965>

- Singaraja, M. K. (2022). *Satir Politik Indonesia Dalam Kartun*. 1(2011).
- Situmeang, B. S. (2024). *Pemaknaan Pengikut Instagram @politikin.aja terhadap Personal Branding Calon Presiden*. 8(3), 418–432.
- Sjoraida, & Nugraha. (2023). Upaya Peningkatan Pengetahuan Politik Melalui Sosialisasi Pendidikan Politik Bagi Generasi Z. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(2), 104–111. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i2.20>
- Suciartini, N. N. A. (n.d.). *Bahasa Satire Dalam Meme Media Sosial*. 1–9.
- Sudjatmiko, & Hariyanto. (2024). Satire dan Kritik Sosial dalam Stand-Up Roasting Mamat Alkatiri. *Journal of Library and Archival Science*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.47134/jip.v1i1.2744>
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, CV.
- Suryani, L. Y., & Yuliadi, I. (2022). *Peran Media Sosial Tiktok Terhadap Perubahan Pola Interaksi Sosial Remaja di SMK Kesehata Al- Ma ' arif Sumbawa Tahun 2022*. 1(1), 18–21.
- Tutiasri, R., Wibowo, A. A., & Pradana, J. P. (2023). Analisis Resepsi Remaja Penonton Video FYP Terhadap Popularitas Konten Kreator Unik (@bnirehan1) “Begitu Sulit Lupakan Rehan.” *JCommsci - Journal of Media and Communication Science*, 6(2), 1–10. <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v6i2.205>
- Wahid, U. (2016). *Komunikasi Politik Teori, Konsep, Aplikasi Pada Era Media Baru* (N. S. Nurbaya (ed.)). Simbiosia Rekatam Media.
- Wasetyo, T. A., Safrudin, W. R., Mulyana, Y. T., Fadillah, F., Faqih, A., & Putra, D. (2023). *Analisis Makna Visual Terhadap Film Joker Dengan Menggunakan Teori Encoding Dan Decoding*. 634–640.
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi Pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). *Scriptura*, 11(1), 41–52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.41-52>