

ABSTRAK

Konten humor memiliki daya tarik unik dalam komunikasi digital. Urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan memahami bagaimana humor tidak hanya menghibur, tetapi juga berperan dalam penyebaran informasi dan peningkatan kredibilitas oleh akun fanbase sepak bola, khususnya @simamaungcom. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana humor diaplikasikan melalui *caption* dan visual dalam membangun kredibilitas akun. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode analisis isi model Krippendorff dan wawancara mendalam terhadap satu informan ahli. Analisis dilakukan menggunakan teori komunikasi humor dari Mulyana (2008), teori retorika klasik Aristoteles (2007), dan retorika visual dari Foss (2004). Hasil penelitian menunjukkan bahwa humor dalam *caption* dan visual digunakan konsisten melalui bahasa lokal, simbol visual, serta gaya khas komunitas. Humor berfungsi tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai strategi retorik dalam menyampaikan informasi secara ringan dan membangun kepercayaan audiens terhadap akun.

Kata kunci: *Caption, Fanbase Sepak Bola, Humor, Komunikasi Digital, Kredibilitas, Visual*