

ABSTRAK

Komunikasi humor merupakan salah satu langkah penting dalam melakukan penyampaian pesan kepada audiens melalui media sosial. Karena dalam membangun pesan persuasif melalui konten humor dapat lebih mudah diterima dan dipahami oleh audiens. Riset dalam penelitian ini membahas mengenai pengelolaan konten Instagram di akun @zananachips berbasis komunikasi humor. Tujuan dari riset ini adalah untuk mengetahui bagaimana membangun kredibilitas dan pesan persuasif pada konten humor. Riset ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, pengumpulan data hasil riset ini melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Dalam riset ini menggunakan Elaboration Likelihood Model. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Zanana membangun pesan persuasif dan kredibilitasnya melalui jalur perifer dan sentral.

Kata Kunci: *Elaboration Likelihood Model*, Komunikasi humor, Pesan persuasif.