

## DAFTAR ISI

|   |      |
|---|------|
| HALAMAN PENGESAHAN .....                      |      |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....          | i    |
| KATA PENGANTAR .....                          | ii   |
| ABSTRAK.....                                  | iv   |
| ABSTRACT.....                                 | v    |
| DAFTAR TABEL.....                             | viii |
| DAFTAR GAMBAR .....                           | ix   |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                          | x    |
| BAB I.....                                    | 1    |
| PENDAHULUAN .....                             | 1    |
| 1.1 Latar Belakang.....                       | 1    |
| 1.2 Tujuan Penelitian .....                   | 6    |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian.....                | 6    |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                  | 6    |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis.....                   | 6    |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                   | 7    |
| 1.5 Waktu dan Lokasi penelitian.....          | 7    |
| BAB 2 .....                                   | 8    |
| KAJIAN PUSTAKA.....                           | 8    |
| 2.1 Tinjauan Teori.....                       | 8    |
| 2.1.1 Digital Branding.....                   | 8    |
| 2.1.2 Elaboration Likelihood Model (ELM)..... | 8    |
| 2.1.3 <i>Goals, Plan, Action</i> .....        | 9    |
| 2.1.4 Komunikasi Humor.....                   | 10   |
| 2.1.5 Caption/cutline .....                   | 11   |
| 2.1.6 Media Sosial.....                       | 11   |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                | 23   |
| 2.3 Kerangka Pemikiran.....                   | 30   |
| BAB 3 .....                                   | 31   |
| METODE PENELITIAN.....                        | 31   |
| 3.1 Paradigma Penelitian .....                | 31   |
| 3.2 Metode Penelitian .....                   | 32   |
| 3.2.1 Subjek dan Objek Penelitian.....        | 33   |
| 3.2.2 Lokasi Penelitian.....                  | 33   |
| 3.3 Metode Pengumpulan Data.....              | 33   |

|  |    |
|--|----|
| 3.3.2 Strategi & Prosedur pengumpulan data.....                              | 34 |
| 3.4 Metode Analisis dan Penjaga Keabsahan Data.....                          | 37 |
| 3.4.1 Analisis Data.....   | 37 |
| 3.3.2 Teknik Keabsahan Data.....   | 38 |
| BAB 4.....   | 40 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....   | 40 |
| 4.1 Karakteristik Informan.....  | 40 |
| 4.2 Hasil Penelitian.....  | 43 |
| 4.2.1 Membangun Kredibilitas Pada Konten Humor di Akun Instagram Zanana..... | 43 |
| 4.2.2 Konten Humor Sebagai Cara Membangun Pesan Persuasif.....               | 48 |
| 4.3 Pembahasan.....  | 61 |
| 4.3.1 Membangun Kredibilitas Pada Konten Humor di Akun Instagram Zanana..... | 61 |
| 4.3.2 Konten Humor Sebagai Cara Membangun Pesan Persuasif.....               | 64 |
| BAB 5.....   | 70 |
| KESIMPULAN DAN SARAN.....  | 70 |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 70 |
| 5.2 Saran.....   | 71 |
| 5.2.1 Saran Akademis.....  | 71 |
| 5.2.2 Saran Praktis.....   | 71 |
| DAFTAR PUSTAKA.....  | 72 |
| LAMPIRAN.....  | 74 |