

**PERBANDINGAN PERSEPSI *AUDIENCE* ANTARA IKLAN YANG
MENGANDUNG HUMOR DAN TIDAK MENGANDUNG HUMOR**

**(Studi Eksperimental pada Iklan *Ramayana Department Store*
dan Iklan *Matahari Department Store*)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

Ira Yuni Mirandha

1204130019

Marketing Communication



FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2017