

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Fokus Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
1.5.1 Kegunaan Teoritis	9
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Humor pada Studi Komunikasi.....	11
2.1.1 Pengukuran Efektivitas Penggunaan Humor Dalam Iklan.....	12
2.1.2 Pengukuran Efektivitas Penggunaan Humor Dalam Iklan Dengan Kompleksitas Humor dan Keterkaitan Humor.....	15
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.3 Penelitian Terdahulu	19
2.4 Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28

3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	28
3.2.1	Operasional Variabel.....	28
3.3	Populasi dan Sampel	34
3.3.1	Populasi.....	34
3.3.2	Sampel.....	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	36
3.5.1	Uji Validitas	36
3.5.2	Uji Reliabilitas	38
3.6	Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1	Analisis Deskriptif	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Hasil Pengujian Intrumen.....	42
4.1.1	Uji Validitas	42
4.1.2	Uji Reliabilitas	43
4.2	Hasil Analisis Deskriptif.....	44
4.2.1	Karakteristik Responden.....	44
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.3	Analisis Hasil Penelitian Efektivitas Penggunaan Humor dalam Iklan Fituno pada Akun @dennysumargoreal	47
4.3.1	Tingkat Rata-rata Kompleksitas Humor Pada Iklan Fituno dalam Akun TikTok @Dennysumargoreal.....	47
4.3.2	Tingkat Rata-rata Keterkaitan Humor Pada Iklan Fituno dalam Akun TikTok @Dennysumargoreal	51
4.4	Analisis Hasil Penelitian Efektivitas Penggunaan Humor dalam Iklan Fituno “#HarusFit, Minum Fituno”	61

4.4.1	Tingkat Rata-rata Kompleksitas Humor Pada Iklan Fituno “#HarusFit, Minum Fituno”	61
4.4.2	Tingkat Rata-rata Keterkaitan Humor Pada Iklan Fituno “#HarusFit, Minum Fituno”	65
4.5	Hasil Perbedaan Tingkat Rerata Efektivitas Penggunaan Humor dalam Iklan di media sosial TikTok dan media sosial Youtube	74
4.6	Pembahasan.....	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		80
5.1	Kesimpulan	80
5.2	Saran	80
5.2.1	Saran Akademis	80
5.2.2	Saran Praktis	81
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN.....		87