

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN HUMOR

DALAM IKLAN

(Studi Komparatif Deskriptif Iklan Humor Fituno Pada Akun TikTok @dennysumargoreal dan Iklan “#HarusFit, Minum Fituno”)

SKRIPSI

Diajukan untuk

Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

Cafriaty Mathylle Tampubolon

1502204206



**Universitas
Telkom**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TELKOM

BANDUNG

2024