

## 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
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>42</b>
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