

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN	xi
BAB I	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan	6
D. Manfaat	6
1. Manfaat Akademis	6
2. Manfaat Praktis	6
E. Kebaruan Penelitian	6
F. Sistematika Pembagian Bab	7
G. Kerangka Pemikiran	7
1. Humor dan Teori Ketidaksejajaran	7
2. X (Twitter) sebagai Platform Media Sosial dan Media Komunikasi Pemasaran	14
3. Humor dalam Pemasaran	19
4. Pemasaran Film Animasi	20
H. Kerangka Konsep	22
I. Definisi Operasional	22
BAB II	26
A. Pemasaran di Era Digital	26
B. X (Twitter) dan Humor	27

C. Upaya Pemasaran Film “Norm of the North” dan Akun X @NormofNorth	29
BAB III	34
A. Metode Penelitian.....	34
B. Populasi Sampel.....	35
C. Teknik Pengumpulan Data	35
D. Teknik Analisis Data	36
E. Uji Reliabilitas	36
BAB IV	45
A. Jenis Humor dalam Strategi Pemasaran Akun X @NormofNorth.....	46
1. Ironi	46
2. Sarkasme	48
3. Satir	51
4. Pernyataan Berlebihan atau Meremehkan	53
5. Penghinaan Diri Sendiri	56
6. Menggoda.....	58
7. Balasan pada Pertanyaan Retorik	60
8. Balasan Cermat pada Pertanyaan Serius	62
9. Bermakna Ganda	64
9. Mengubah Perkataan Terkenal	66
10. Plesetan Kata.....	70
B. Penggunaan Jenis Media Akun X @NormofNorth.....	71
C. Jenis Humor yang Dominan dalam Akun X @NormofNorth.....	72
D. <i>Post</i> dengan <i>Engagement</i> Tertinggi dalam akun X @NormofNorth	75
E. Pembahasan.....	76
BAB V.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran.....	82
1. Praktisi.....	82
2. Akademisi.....	83
Daftar Pustaka	84