



Perbandingan Efektivitas Iklan Gucci Pada Media Metaverse dan Iklan Televisi Dengan Metode Epic Model (Studi Kasus Pada Generasi Z yang Tergabung dalam Iluni4968jogja)
Moch Haryo Jatinugroho, Dr. Widodo Agus Setianto, M.Si.

Universitas Gadjah Mada, 2024 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

PERBANDINGAN EFEKTIVITAS IKLAN GUCCI PADA MEDIA METAVERSE

DAN IKLAN TELEVISI DENGAN METODE “EPIC MODEL”

(Studi Kasus Pada Generasi Z yang Tergabung dalam Iluni4968jogja)

COMPARISON OF THE EFFECTIVENESS OF GUCCI ADVERTISING ON METAVERSE MEDIA AND TELEVISION ADVERTISING USING “EPIC MODEL”

(A Case Study on Generation Z Members of Iluni4968jogja)



Disusun Oleh:

Moch. Haryo Jatinugroho

19/439424/SP/28755

PROGRAM STUDI SARJANA S-1

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS GADJAH MADA

2024

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PERBANDINGAN EFEKTIVITAS IKLAN GUCCI
PADA MEDIA METAVERSE DAN IKLAN TELEVISI
DENGAN METODE “EPIC MODEL”
(Studi Kasus Pada Generasi Z yang Tergabung
dalam Iluni4968jogja)**


Disusun Oleh:

Moch. Haryo Jatinugroho
19/439424/SP/28755

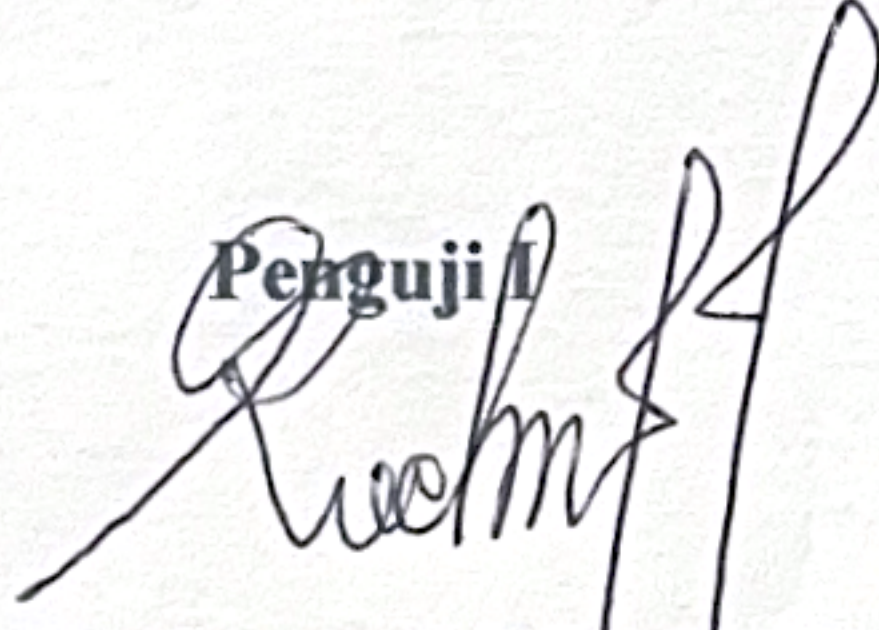
Skripsi ini telah diujikan dan dipertahankan di depan tim penguji
Pada tanggal **12 Desember 2024**
di Ruang Sidang Departemen Ilmu Komunikasi

Tim Penguji

Ketua Penguji / Dosen Pembimbing


Dr. Widodo Agus Setianto, M.Si.
NIP. 196108301990031001

Penguji I

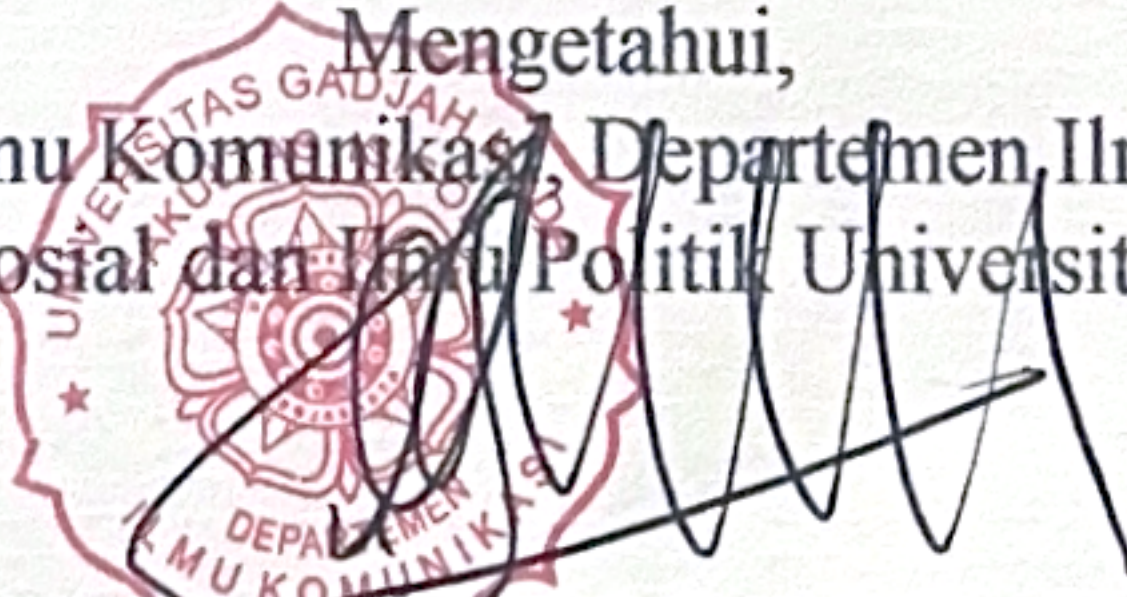

Dr. Rajiyem, S.I.P., M.Si.
NIP. 197202241999032001

Penguji II


Drs. Kurniawan Kunto Yuliarso, M.A.
NIP. 196307241989031001

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Gadjah Mada


Nyarwi Ahmad, S.I.P., M.Si., Ph.D.
NIP. 197901092008121002