

**PENGARUH ASPEK DIVERGENSI DALAM KREATIVITAS IKLAN
SHOPEE VERSI '11.11" DI YOUTUBE TERHADAP NILAI HIBURAN
PERSEPAIAN PADA IKLAN SHOPEE, SIKAP TERHADAP IKLAN
SHOPEE DAN SIKAP TERHADAP APLIKASI SHOPEE**

**(Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta)**

SKRIPSI

**Disusun untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar
Sarjana Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**



Disusun Oleh:

LUTHFIY ROZAN HANIFAH

20160530218

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2020

