

## KATA PENGANTAR

Tiada untaian kata yang paling indah selain Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah S.W.T atas segala berkah dan limpahan Rahmat -Nya sehingga penulis dapat menyusun skripsi dengan judul **“Pengaruh penggunaan Brand Ambassador BLACKPINK di Shopee terhadap Brand Awareness Shopee pada siswa SMA Negeri 6 Jakarta angkatan 2017 - 2019”** guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Komunikasi Program Studi *Digital Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercubuana.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada kedua orang tua penulis **Ibunda** dan Almarhum **Ayahanda** tercinta yang telah mengasuh, mendidik dan membesarkan penulis hingga saat ini. Orangtua yang selalu memberikan motivasi, do'a dengan keikhlasan dan kesabaran yang tak ternilai oleh apapun di dunia ini sejak penulis kecil, sekolah, memasuki bangku kuliah hingga penyelesaian skripsi ini.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, penulis senantiasa mengalami kesulitan - kesulitan, namun semuanya dapat teratasi berkat adanya bantuan dan dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis tak lupa mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dewi Sad Tanti, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga, pikiran dan dengan sabar memberi dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Advertising & Marketing Communication Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Ponco Budi Sulisty M.comn, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana yang telah memberikan izin kepada penulis dalam penulisan skripsi ini.

4. Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom. selaku Ketua Bidang Studi Digital Advertising and Marcomm Universitas Mercu Buana yang telah memberikan arahan, saran, serta nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
5. Kepada Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya Program Studi *Advertising & Marketing Communication* yang telah memberikan banyak pelajaran dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
6. Kepada Rizcha Fariyani yakni pacar penulis. Terimakasih telah menjadi pacar yang baik, menjadi penyemangat, penyelamat, memberi dukungan serta dorongan positif untuk penulis.
7. Kepada Moch Tazul, Setia Arum dan Fiqy yakni kakak kandung penulis. Terimakasih atas semua dukungan, kepercayaan, motivasi-motivasi, menjadi penyemangat, serta bantuan-bantuan yang diberikan kepada penulis.
8. Kepada Reza Fikri Lukman niar yakni sahabat penulis. Terimakasih atas dukungannya dengan meminjamkan Laptop penulis. Sehingga, penulis dapat mengerjakan skripsinya.
9. Kepada Mahasiswa Universitas Mercubuana Program Studi Advertising & Marcomm angkatan 2016 yang telah bersama – sama dalam suka mau pun duka dalam kegiatan perkuliahan, terimakasih atas kenangannya sehingga penulis banyak mendapatkan kenangan yang indah, sukses selalu Marcomm 16.
10. Kepada Tim Kuantitatif yakni teman mengerjakan skripsi penulis, khususnya James, Hayi, dan Dewi. Terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan, sehingga terciptanya skripsi ini.
11. Kepada group HJ.Toking yakni teman – teman yang selalu mendukung dalam penulisan skripsi.
12. Kepada PT Mahameru Aksara Agri yakni tempat penulis berkerja, yang memberikan izin untuk memberi kesempatan dalam penulisan penelitian.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Tidak lupa harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca serta dapat menambah pengetahuan bagi penulis sendiri.

Akhir kata penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan dari semua pihak.

Jakarta, 13 Januari 2020

**Moch Rizqy Firmansyah**

