

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kepada Allah Subhanahu wa ta'ala atas limpahan rahmat, karunia, kekuatan, kesabaran dan hidayah-Nya. Atas izin yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Efektivitas Iklan *Online* di Instagram pada Brand Torch Dengan Pendekatan EPIC Model (Studi Pada *Followers* Instagram Torch)”**. Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan kelulusan dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi bagi mahasiswa program sarjana strata-1 (S-1) Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Periklanan dan Komunikasi Pemasaran, Universitas Mercu Buana.

Dalam perancangan skripsi sampai proses pembuatan skripsi ini penulis tidak jarang menemui berbagai macam kesulitan dan hambatan, namun berkat bantuan, dukungan dan bimbingan dari beberapa pihak, akhirnya penulis dapat mengatasi berbagai kesulitan tersebut. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada pihak-pihak yang secara langsung atau tidak langsung membantu dalam penulisan penelitian ini. Saya menyampaikan ucapan terimakasih yang tulus kepada:

1. Ibu S. Margaretha Niken Restaty, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dorongan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si sebagai Ketua Bidang Studi *Advertising & Marcomm* Universitas Mercu Buana yang telah memberikan bimbingan dan dorongan kepada penulis.

3. Bapak Riki Arswendi M.I.Kom dan Bapak Drs. Riswandi, M.Si selaku dosen penguji dan seluruh Dosen *Marketing Communication* Mercu Buana Menteng yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
4. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu mendoakan kesuksesan anaknya , kakak-adik penulis (Aziz, Adi & Rina), dan keluarga penulis yang telah mendoakan dan memberikan dukungan dan kasih sayangnya kepada penulis
5. Calon Istri Nadia Dwi Sufi, dimana selalu memberikan semangat dengan statementnya “Dari Kemarin Ngapain Aja”, dan doa untuk kelancaran skripsi agar cepat lulus dan menikah ?.
6. Rekan-rekan jurusan *Marketing Communication & Advertising* angkatan 2015 Universitas Mercu Buana Menteng yang telah banyak membantu penulis.
7. Sahabat-sahabat terkasih penulis yang telah mendoakan, terimakasih atas bantuan dan dukungannya, terutama *Hanom Priambono* (Nomnom), *Dwi Yan Siswanto* (Dwi), *Debora Intan Pamikasari* (Debo), *Dony Setyo Listiyanto* (Mas Don), *Rizky Dwinoto* (Mas Iky), *Yulisthiana Zainudin* (Thia), *Rizhfany Hedwig Exaudia Tandi* (Ucil) dan *Razh Miran* (Mas Razi) yang selalu mendoakan dan memberi semangat kepada penulis.
8. Rekan-rekan kerja yang selalu support untuk skripsi (Bp. Jajang, Bp. Indra, Bp. Fajar dan Team) serta perusahaan PT. Astra Daihatsu Motor.

Penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa Universitas Mercu Buana pada umumnya dan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi khususnya. Penulis menyadari akan kekurangan skripsi ini. Oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan skripsi ini. Sekian dan terimakasih.

Jakarta, 27 Maret 2019

Ari Diantoro



UNIVERSITAS
MERCU BUANA