

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa, karena berkat pertolongan dan rahmatNya sehingga saya dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi *Customer Relations* Ohana Enterprise dalam membangun *Brand Awareness*” ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Komunikasi pogram studi *Public Relations* di Universitas Mercu Buana.

Adapun penelitian dalam skripsi ini dilakukan berdasarkan ketertarikan terhadap topik keilmuan komunikasi setelah saya mengenyam pendidikan di fakultas Ilmu Komunikasi. Saya khususnya tertarik pada topik strategi komunikasi yang dibangun dalam membangun *brand awareness*, terutama memang bagi perusahaan yang baru saja dirintis.

Skripsi ini tentu tidak diselesaikan sendirian tanpa bantuan dari pihak lain. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan rasaterima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini baik berupa dukungan materi maupun dukungan moral. Ucapan terima kasih saya tujukan kepada:

1. Dosen pembimbing skripsi saya, Dr. Irmulan Sati T, SH, M.Si yang sudah banyak sekali berkontribusi, banyak meluangkan waktu, dan dengan sabar memberikan arahan dan bimbingan didalam pengerjaan skripsi ini.

2. Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Elly Yuliawati, M.Si Kepala Bidang Studi bidang Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas MercuBuana
4. Seluruh Bapak Ibu Dosen pengajar dan seluruh staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang sangat banyak berjasa dan membantu peneliti dalam segala bidang selama proses perkuliahan di Universitas Mercu Buana.
5. Kedua orang tua saya, yaitu Tumpak Pasaribu dan Arliana Sonti, dan adik perempuan saya satu-satunya Clara Fransiska yang selalu mencintai dan senantiasa mendoakan, memberikan semangat dan mendukung saya.
6. Bapak Peter, Bapak Yogi, Ibu Astrid dan Ibu Efi yang bersedia menjadi narasumber dan sangat membantu memberikan informasi apapun yang peneliti butuhkan selama penelitian berlangsung.
7. Teman, sahabat bahkan lebih dari sekedar saudara saya Marta, Irene, Daniel Ci Audry, Bang Andri, dan Koh Martin yang selalu mendukung, mendoakan, dan selalu siap membantu kapanpun dan dimanapun.
8. Kepada teman-teman yang sangat mendukung selama saya mengerjakan skripsi ini kepada Kak Puti, Kak Indri, Frida, Dara, Andree, Govinda, Indra dan Ulfa.
9. Serta seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu – persatu, yang sudah memberikan dukungan baik langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan skripsi ini.

Saya berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi khususnya kajian mengenai komunikasi dalam membangun *brand awareness*, dan semoga skripsi ini berguna bagi perusahaan-perusahaan yang juga masih merintis dan membangun *brand awareness*.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya sangat terbuka atas kritik dan saran yang ingin disampaikan dalam penyempurnaan skripsi ini. Terima kasih.

Jakarta, 23 Januari 2020

Arlita Novianti Tiurma



UNIVERSITAS
MERCU BUANA