

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penayang, Kami panjatkan puja dan puji syukur atas kehadiran-Nya, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya. Shalawat serta salam senantiasa dipanjatkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah Peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “**Strategi Influencer Marketing dalam Pemasaran Produk *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) Di Masa Pandemi Covid-19**” tepat pada waktunya.

Pada kesempatan ini Peneliti ingin mengucapkan terimakasih terutama kepada kedua orang tua peneliti H Jejen Zaenal Arifin dan Yuli Sopiha yang telah memberikan doa dan bantuan serta kasih sayang yang tidak ada hentinya yang diberikan kepada saya, sehingga membuat Peneliti semangat untuk penyusunan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini telah Peneliti susun dengan maksimal dan mendapatkan bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat memperlancar pembuatan proposal ini. Untuk itu Peneliti menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pembuatan skripsi ini.

Selain itu, Peneliti menyadari terselesainya skripsi ini adalah berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, untuk itu melalui kesempatan ini dengan segala kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan rasa hormat, terimakasih, dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Yth. Prof. Dr. Ir. H. Eddy Soeryanto Soegoto, M.T.** selaku Rektor Universitas Komputer yang telah memberikan tempat untuk menuntut ilmu.

2. **Yth. Assoc. Prof. Dr. Lilis Puspitawati, SE.,M.Si.,Ak.** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) UNIKOM yang telah memberi kemudahan kepada Peneliti dalam penyusunan skripsi.
3. **Yth. Dr. Melly Maulin P.,S.Sos.,M.Si.** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberi kemudahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. **Yth. Siti Fatimah, S.I.Kom, M.Si.** selaku Dosen Penelaah yang telah bersedia menjadi penguji bagi peneliti serta bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini.
5. **Yth. Tine Wulandari, S.I.Kom., M.I.Kom.** selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini.
6. **Yth. Dr. Rismawaty, S.Sos, M.Si.** selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan, arahan dan kemudahan kepada Peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
7. **Yth. Seluruh Staf Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UNIKOM,** terima kasih dengan segala bantuan untuk membantu kelancaran penulisan penyusunan skripsi ini.
8. **Yth. Astri Ikawati A.Md.Kom dan Ratna Widiastuti A.Md.** selaku Staf Sekretariat Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung yang telah membantu semua keperluan Peneliti sebelum dan sesudah penulisan skripsi ini.

9. **Yth. Cindy Ozzie** selaku *Chief Commercial Officer* (CCO) PT. Usaha Pintar Pratama (Pasarnow), terima kasih telah memberikan izin untuk melakukan penelitian kepada Peneliti.
10. **Yth. Linda Hendra** selaku *Head of Marketing & Sales*, **Michelle Natasha Djuari** selaku *Branding Specialist*, dan **M. Kh Rachman Ridhatullah** selaku Ahli Komunikasi yang telah membantu dan memberikan data dan informasi yang dibutuhkan Peneliti.
11. **Yth. Para Informan Penelitian, Brian Ardianto** selaku *Influencer*, **Subkhi Dwipa** selaku *Customer* Pasarnow dan **Nurtika Rahayu** sebagai *Potential Customer* Pasarnow yang telah membagikan informasi dan pengalamannya secara detail terhadap Peneliti.
12. Teman-teman IK-1 dan Humas-5 seperjuangan kuliah yang selalu memberi dorongan, motivasi dan dukungannya selama Peneliti melakukan penulisan proposal penelitian ini.
13. Arief Faldiansyah, Linda Hendra, Intania Nur Wahyuni, Yunus Tajirin, Rama Satria Adjie, Nabel Muh.Hilmansyah, dan Noel Pradipta yang selalu memberikan semangat dan bantuan disaat proses penyusunan skripsi ini.
14. Semua pihak yang telah memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu per satu dalam penelitian ini.
15. *Last but not least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all the hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for, for never quitting.*

Terlepas dari semua itu, Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasanya. Oleh karena itu dengan tangan terbuka Peneliti menerima segala saran dan kritik dari pembaca agar Peneliti dapat memperbaiki hasil skripsi ini.

Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi tentang “**Strategi Influencer Marketing Dalam Pemasaran Produk Fast Moving Consumer Goods (FMCG) Di Masa Covid-19**” ini dapat memberikan manfaat maupun inspirasi bagi kita semua. *Aamiin.*

Bandung, Agustus 2022
Peneliti,

Mohammad Iqbal Assidiq
NIM. 418118016