

KATA PENGANTAR

Puji dan rasa syukur saya persembahkan kepada Allah SWT, karena atas izinnya penulis dapat menyelesaikan penulisan karya ilmiah ini yang berjudul **“PENDAPAT KONSUMEN TERHADAP BRAND FASHION KITC DI INSTAGRAM”** untuk memenuhi syarat sebagai sarjana S1 Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan serta penulisan karya ilmiah ini penulis masih sangat jauh dari kata sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Peneliti berharap ini bisa bermanfaat bagi diri sendiri, *clothing brand* KITC dan mahasiswa Telkom University.

Selesainya naskah penulisan karya ilmiah ini tidak lepas dari bantuan dari semua pihak yang membantu dengan memberikan semangat dan do'a kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dosen pembimbing peneliti, Yth. Dr. Dewi K. Soedarsono, M.Si yang senantiasa membimbing peneliti dengan sukacita, sabar, ikhlas dan dermawan dalam membagikan ilmu-ilmunya selama penelitian ini berlangsung.
2. Dosen penguji peneliti, Yth. Itca Istia Wahyuni, S.I.Kom., MBA dan Yth. Indria Angga Dianita, S.Sos., M.A.B yang dengan sabar memberikan arahan serta saran, dan dengan baik hati memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memperbaiki penelitian ini agar penelitian ini bisa menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi kepentingan akademis, praktisi dan masyarakat umum.
3. Dosen wali peneliti, Yth. Ruth Mei Ulina Malau, S.I.Kom., M.I.Kom. yang juga dengan ikhlas membimbing peneliti sejak awal menduduki bangku perkuliahan hingga saat ini.
4. Yth. Seluruh Bapak/Ibu pengajar program studi Ilmu Komunikasi Universitas Telkom yang senantiasa telah ikhlas membagikan ilmunya kepada peneliti sejak awal menempuh masa studi.
5. Seluruh staf administrasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom yang selalu sigap, dan informatif dalam memberikan segala informasi yang berkaitan dengan akademik selama peneliti menempuh masa studi.
6. Co-Founder dari KITC, Yth. Mas Faidhan Noe'man yang telah mengizinkan untuk mengadakan penelitian mengenai analisis strategi komunikasi

pemasaran akun mereka di Instagram dengan menggunakan perspektif konsumen dan memberikan beberapa informasi dasar mengenai perusahaan yang dapat membantu penyelesaian penelitian ini.

7. Seluruh konsumen dan pengikut dari Instagram KITC yang telah berkenan dan dengan sukarela menjadi informan kunci dan informan ahli dalam penelitian ini.
8. Kedua orang tua peneliti. Papah Muhammad Hasanuddin dan Mamah Risma Winiari yang telah ikhlas merawat peneliti sejak lahir, yang selalu bekerja keras agar peneliti mampu mendapatkan pendidikan, serta fasilitas penunjang pendidikan yang baik dan yang telah memberikan rasa semangat dan rasa cinta tanpa pamrih agar peneliti dapat terus menyelesaikan penelitian dan menyelesaikan berbagai jenjang pendidikan yang telah ditekuni peneliti selama ini.
9. Kedua kakak peneliti. Ega dan Eki yang selalu memberikan hiburan, petuah kehidupan dan rasa semangat kepada peneliti untuk menyelesaikan penelitian dan masa studi peneliti.
10. Ketiga kakak tingkat perkuliahan peneliti, Indira Tasya, Dea Anggita dan Nabilah Nararya yang selalu memberikan peneliti semangat dan saran agar penelitian ini bisa berjalan dengan baik.
11. Seluruh sahabat-sahabat terbaik peneliti, Kevin, Luthfi, Al, Irvine, Bohan, Ashri, Akmal Muldan, Estu, Beri, Bagas Pratama, Bagas Saputra, Gugun, Ali, Hauzan, Danan, Krishna, Rianne, Rachma Ayu, Ismania, Nova, Akmal Wijanarko, Gilang Fidriansyach dan sahabat-sahabat lainnya yang selalu menghibur peneliti dikala sedih, selalu mewarnai masa-masa perkuliahan peneliti dengan canda tawa, dan dengan ikhlas saling membagikan rasa semangat kita untuk sama-sama bisa menyelesaikan perkuliahan ini.

Bandung, 14 Februari 2022



Muhammad Naqsyabandi