

## KATA PENGANTAR

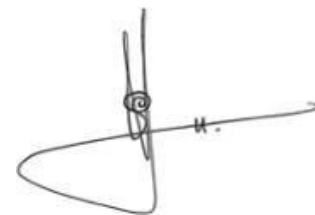
Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Faktor Iklan Herbalife di Media Sosial Instagram @herbalifeindonesiaofficial dalam Menurunkan Berat Badan” dengan baik dan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial Universitas Telkom. Di era digital ini, media sosial telah menjadi platform yang sangat berpengaruh dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam hal penyebaran informasi peningkatan kesehatan. Instagram sebagai salah satu platform media sosial terpopuler, telah menjadi sarana yang efektif bagi perusahaan, termasuk produk-produk kesehatan dan penurunan berat badan seperti Herbalife. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr Adiwijaya S.Si., M.Si. selaku Rektor Universitas Telkom.
2. Ade Irma Susanty, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial Universitas Telkom.
3. Idola Perdini Putri, Ph.D. selaku Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi Universitas Telkom.
4. Dr. Rita Destiwati, selaku dosen pembimbing yang telah mencurahkan waktu dan memberi bimbingan dan arahan, serta menyampaikan saran-saran berharga selama proses pengerjaan skripsi.
5. Abdul Fadli Kalaloi, S.Ikom, M.A. selaku dosen wali yang telah memberikan waktu, arahan, dan masukan selama proses pengerjaan skripsi.
6. Seluruh dosen dan staff Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama masa perkuliahan.

7. Ayahku Herry Susanto, Mamaku yang paling hebat Neni Novianti, dan kedua adikku yang telah memberikan dukungan kasih sayang, doa terbaik,
8. Teman Kostku Tazkiya Syifa dan Fitri Nur yang selalu membantu dan memberikan arahan kepada penulis selama proses penyusunan Skripsi ini
9. Rafi Priansa, yang telah kebersamaian penulis selama penyusunan dan pengerjaan skripsi dalam kondisi apapun, terima kasih ikut serta mendoakan, memberikan semangat, menemani, dan memotivasi penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
10. Para responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran. Semoga penelitian ini dapat memberikan wawasan baru tentang bagaimana strategi komunikasi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan keterlibatan konsumen dalam konteks pemasaran digital.

Bandung, 22 Juli 2024



Hernita Febriana Sari  
NIM :  
1502204037