

## **KATA PENGANTAR**

### **Bismillahirrahmannirahim**

Assalamualaikum. Wr. Wb

Alhamdulillah puji serta syukur saya panjatkan kepada Allah SWT – Tuhan semesta alam, yang telah memberikan nikmat serta berkah kehidupan kepada semua makhluknya di jagat raya ini. Shalawat serta salam tersanjungkan kepada manusia mulia baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa risalah bagi seluruh umatnya. Melalui pengantar ini, saya ingin mengungkapkan kebanggaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya, sehingga dapat mengikuti pendidikan di Program Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jurusan Ilmu Komunikasi Bisnis.

Sebagai persyaratan mendapatkan gelar Magister, maka saya ingin menyampaikan hasil penelitian saya dalam tesis yang berjudul **“Fenomena Crowdsourcing Dalam Konteks E-Marketplace (Studi kasus Kualitatif Festival Iklan Bukalapak Dari Sudut Pandang Co-orientation Theory)”**.

Tesis ini tidak mungkin bisa terselenggara dan berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan serta bantuan dari berbagai pihak yang telah bersedia memberikan bimbingan kepada saya. Untuk itu saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Syaiful Bakhri, SH, MH, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Dr. Endang Sulastry, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Jakarta.
3. Dr. Nani Nurani Muksin, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Jakarta dan penguji I Tesis. Terima kasih atas semua bimbingan, masukan, perhatian dan ilmu yang telah diajarkan sehingga bisa memberikan pencerahan.
4. Rizky Wisnoeuntoro S.Sos., M.Si., PhD., CSIM, FCGSIG, selaku Dosen Pembimbing Tesis. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Bapak Rizky yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan memberikan ilmunya di tengah-tengah kesibukannya bekerja. Bersedia saya ganggu secara langsung di jam-jam istirahat setiap hari kamis, maupun tidak langsung melalui telepon, chat di Whatsapp, serta email untuk memberikan arahan dan bimbingan yang membuka sekaligus memperkaya wawasan, sehingga tesis ini bisa menjadi titik kulminasi dari dua tahun studi magister saya. Terima kasih yang tak terhingga Pak Rizky.
5. Dr. Ispawati Asri, MM selaku dosen dan penguji tesis yang memberikan kepercayaan, sehingga tesis ini bisa diselesaikan.
6. Terima kasih kepada seluruh Dosen Magister Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah – Jakarta : Bapak Yuliandre Darwis, P.hd, Bapak Dr. Fal. Harmonis, M.Si, Bapak Dr. Harry Eko Susanto, M.Si, Ibu Dr. Astriana Sinaga, M.Si, Bapak Dr. Suwanto, M.S. Bapak Dr. Rulli Nasrullah. M.Si, Ibu Dr. Rini Sudarmanti, M.Si, Bapak Dr. Suprawoto, M.Si, Ibu Dra. Aminah Swarnawati, M.Si, Bapak Dr. Eddy Kurnia, M.Si, Bapak Dr. Ade Kadarismasn

- M.Si, dan Bapak Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, yang telah mengajarkan pelajaran dan memberikan ilmu atas semua ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat.
7. Terima kasih kepada Bukalapak.com : Mas Bayu Syerli Rachmat (Vice Presiden Marketing), Mbak Oci Ambrosia (Senior Brand and Communication Manager), Mas Faisal Rachmat (Creative Marketing Manager), dan Veni Duty Inovanty (*Content Marketing Manager*), atas kesabarannya menjawab segala pertanyaan serta memberikan data yang sangat bermanfaat bagi tesis ini
  8. Terima kasih kepada Divisi Marcom di Fortune Indonesia : Ebie, Gusti, Gita, Agie, dan Indah yang selalu memberikan semangat dan turut membantu menyelesaikan tesis ini.
  9. Terima kasih kepada mas Sapto Hendriyanto (Strategic Planning Director Dentsu Inc. yang telah memberikan masukan dan menjadi teman diskusi mengenai topik crowdsourcing serta brand co-creation. Dan terima kasih mas Dimas Djayadiningrat (Sutradara Film) atas segala pencerahan dan wawancara eksklusif mengenai trend iklan dan penjurian FIB di tengah kesibukan shooting.
  10. Terima kasih rekan-rekan semasa perkuliahan Magister Ilmu Komunikasi 2015 baik di Komunikasi bisnis: Arifa, mbak Sisca, teh Cici, Icha, Via, mbak Cha-cha, Mbak Dian, Bang Ojan, Bang Musa, dan Mas Budi politik maupun komunikasi bisnis. Komunikasi bisnis: Arifa, mbak Sisca, teh Cici, Icha, Via, mbak Cha-cha, mbak Dian, bang Ojan, bang Musa, dan Mas Budi. Dan Komunikasi politik: Bang Haji Rifat, mas Dedi Chandra, Ilham, Dek Halimah, bang Iwan Hamzah, bang Hary Eko, bang Hamidi, bang Bur, mba Tobo, bang Topik, dan bang Rijal.
  11. Terima kasih Untuk suamiku Zamry Aziz dan anakku Karrisa Amania Nuraini Aziz yang menjadi penyemangat dan memberikan motivasi yang luar biasa sehingga masa perkuliahan dan tesis ini bisa diselesaikan dengan tepat waktu.

Selanjutnya, selaku peneliti saya menyadari masih bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Dengan segala kerendahan hati saya ingin memohon maaf apabila terdapat kesalahan maupun kekurangan dalam pengerjaan tesis ini. Semoga bisa dimaklumi karena pada dasarnya merupakan proses pembelajaran yang dilakukan secara terus menerus. Atas segala perhatian, dukungan, motivasi maupun kerjasamanya, saya menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamualaikum. Wr. Wb

Jakarta, Juli 2017

**Hany Nurahmawati**