**DAFTAR PUSTAKA**

1. **BUKU**

Ahmadi, Dadi. 2002. “*Elektronik Public Relations (e-PR)*: Apa dan Bagaimana Bekerja”. Universitas Islam Bandung.

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Handbook of Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_. 2014. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif* : Simbiosa Rekatama Media

Ghony, Djunaidi, dan Almanshur, Fauzan. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitaitif*: Ar Ruzz Media.

Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik* . Jakarta: Bumi Aksara

Hidayat, Dasrun. 2013*. Media Public Relations : Pendekatan Studi Kasus Cyber Public Relations Sebagai Metode Kerja PR Digital* :Graha Ilmu

Kuswarno, Engkus. 2009. *Metode Penelitian KomunikasiFenomenologi*. Bandung: Widya Padjajaran

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi Budaya dan Socioteknologi*. Bandung : Simbiosa Rekatama Media.

Nurjaman, Kadar dan Khaerul Umam. 2012*. Komunikasi & Public Relations*. Bandung: Pustaka Setia

Onggo, Bob Julius. 2004. *Cyber Public Relations.* Jakarta: Elex Media Komputindo

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

1. **SUMBER LAIN :**

**Jurnal**

Sulandjari, Rekno. 2009. “Cyber Public Relations, SudahPerlukah?”.UniversitasPandanaran Semarang.Vol7, No 14. http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/dinsain/ article/view/130/127 ,diaksespada9April 2014.pukul 23:47

Fuadi, Arsha. 2013. “Pendekatan Cyber Public Relation Pada Strategi Kampanye Kehumasan Produk KFC Catering”. Universitas Indonesia.http://lib.ui.ac.id/file=digital/20369021-MK-ArshaFuady Algadri.pdf. Diakses pada 11 April 2014. Pukul 13.20.

Fitra, Welly. 2009-2010. “Fenomena Cyber Public Relations. http://himahumasunpad.com/web/2010/04/fenomena-cyber-public-relations/ .Diakses Pada 11 April 2014. Pukul 15.55.

**Lampiran 1**

**PERTANYAAN PENELITIAN**

**Kepada Informan Wellborn**

Shaliza : Bagaimana PR Wellborn membuat keputusan untuk akhirnya melakukan promosi di dunia cyber?

Shaliza : Apakah benar menurut anda perkembangan teknologi , kebutuhan pasar, dan perilaku konsumen yang menjadi motif anda mendirikan Cyber PR / PRonline?Mengapa Perkembangan Teknologi ?Mengapa Kebutuhan Pasar ?Dan Mengapa Perilaku Konsumen ?

Dengan memaknai motif, kemudian hal apa saja yang dilakukan

Shaliza : Mengapa harus dunia cyber/online?

Shaliza : Apakah media online/cyber sebagai target PR ini sangat efektif untuk berpromosi?

Shaliza : Apakah saat ini media online/cyber berdampak besar pagi penjualan wellborn?

Shaliza : Bagaimana strategi/ tindakan PR anda pada saat menggunakan media online/cyber ?

Shaliza : Bangaimana memanfatkan Media Online oleh PR wellborn agar memperoleh promosi dan penjualan yang baik, menggunakan media online/cyber apa saja?

Kemudian dengan latar motif masalalu tadi dan bagaimana wellborn memaknainya,

Shaliza : Apa sih, yang ingin wellborn capai dengan menggunakan media online/cyber?

Shaliza : Setiap Kegiatan pasti ada motif kedepannya, ataupun pencapaian kedepannya

Shaliza : Semisal Loyalitas, Reputasi, dan Menjangkau Pasar yang lebih Luas yang pernah dikatakan sebelumnya,Mengapa harus Loyalitas ?Mengapa Reputasi?Mengapa dengan Menjangkau Pasar yang lebih Luas?

**Kepada Informan /Konsumen**

Shaliza : Apa yang menjadi motif anda membeli produk wellborn?

Apakah ada pengalaman sebelumnya hingga anda memutuskan untuk memilih Wellborn?

Shaliza : Menggapa anda menyukai produk wellborn?

Shaliza : Apa sih kelebihan produk yang ditawarkan oleh wellborn dibandingkan produk clothing lainnya?

Shaliza : Dimana atau melalui apa anda biasanya membeli produk tersebut?

Shaliza : Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli produk wellborn di website atau melalui instagram dan percaya bahwa barang akan sampai sesuai harapan?

Shaliza : Bagaimana menurut anda promosi yang di jalankan oleh wellborn di media online?

Shaliza : Sejauh ini apakah pembelian produk wellborn melalui dunia cyber (website dan intagram) ini menguntungkan untuk anda atau tidak? Mengapa demikian?

Shaliza : Apakah hubungan yang dijalin wellborn melalui cyber (website atau instagram) sangat memudahkan anda untuk tetap berkoneksi dengan mereka?

Shaliza : Menurut anda apakah ada yang kurang atau harus diperbaiki dalam layanan wellborn di media cyber?

Shaliza : Apa harapan anda mengenai promosi yang dilakukan oleh wellborn didunia cyber untuk kedepannya?

**Lampiran 2**

**Foto dan Dokumentasi**







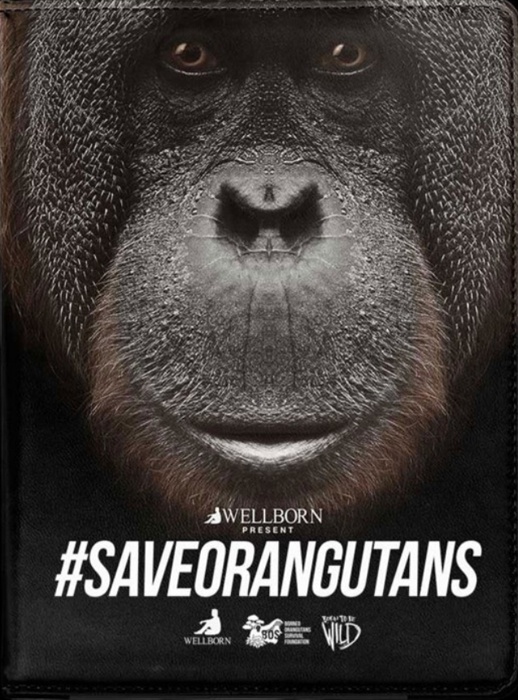
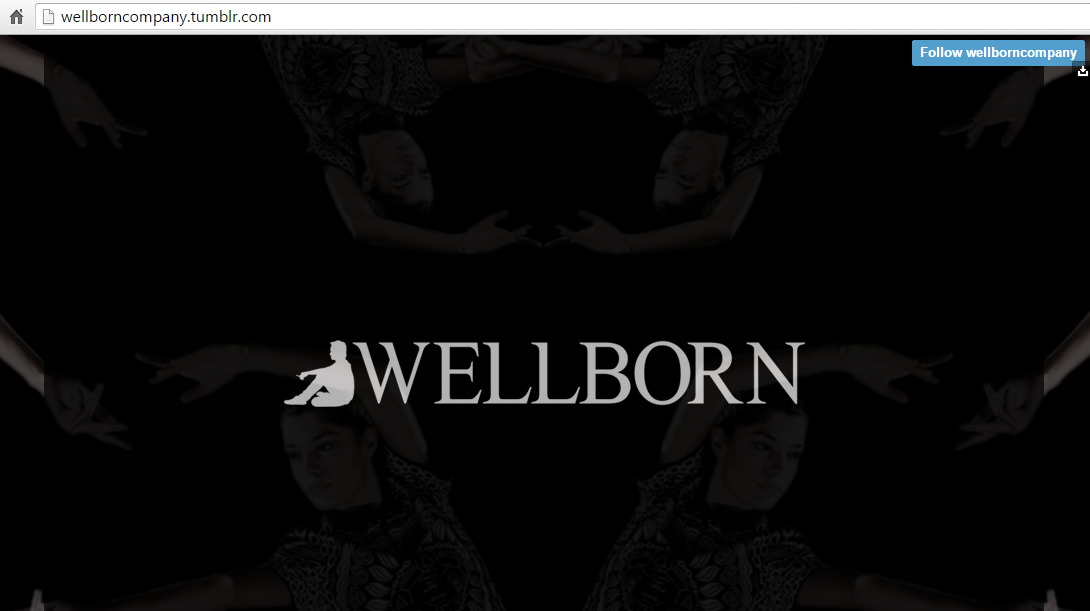


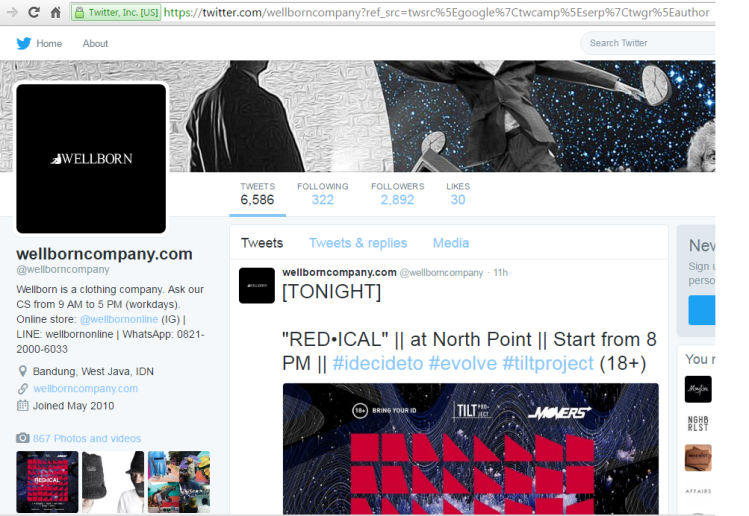
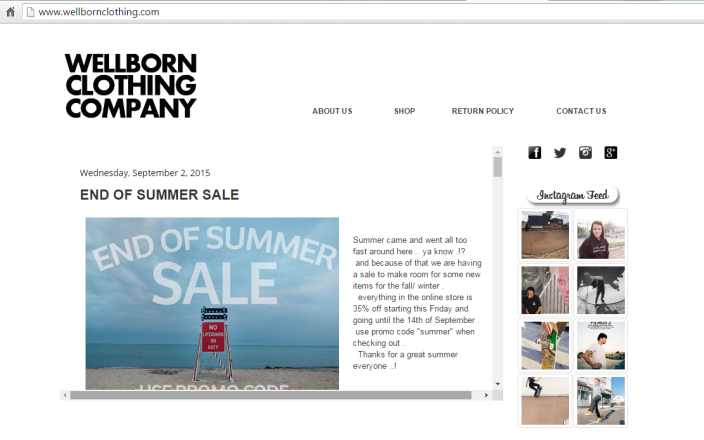
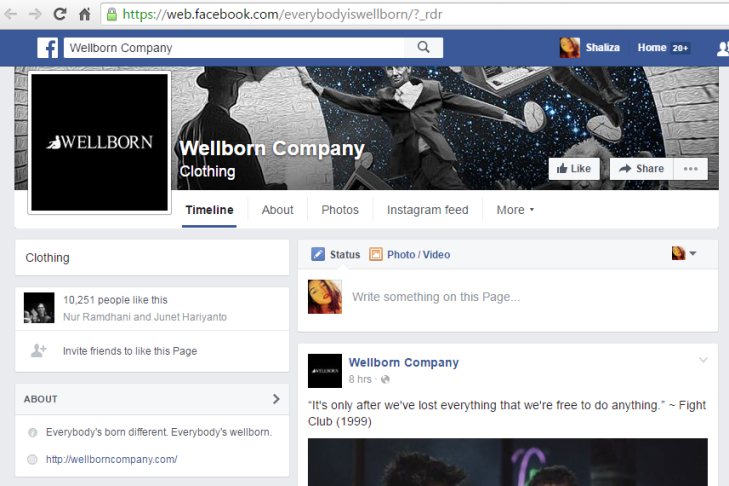
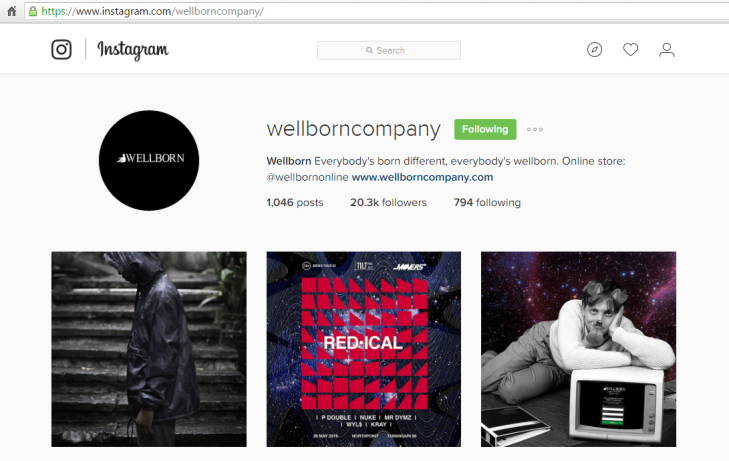


**Lampiran 3**

**Program and Cyber Uses by Wellborn**

****



****

**Lampiran 4**

**Kegiatan Bimbingan Skripsi**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No. | Hari/Tanggal | Pembahasan | Paraf  Pembimbing |
| 1. | Kamis, 10/03/2016 | 1. Pengajuan Judul dan Acc Judul |  |
| 2. | Rabu, 15/06/2016 | Bimbingan Outline   1. Revisi Konteks Penelitian 2. Revisi Kerangka Pemikiran |  |
| 3. | Kamis, 23/06/2016 | Bimbingan Outline   1. Revisi Bagan Kerangka Pemikiran 2. Revisi Kutipan |  |
| 4. | Kamis, 21/07/2016 | Bimbingan Outline   1. Tambahan Teori Fenomenologi dan Cyber menurut ahli 2. Tambahan di Metode penelitian |  |
| 5. | Jumat, 22/07/2016 | 1. Pemeriksaan Revisi 2. Acc Outline |  |
| 6. | Sabtu, 13/08/2016 | 1. Menyerahkan hasil revisi dari sidang Outline, berikut konsultasi |  |
| 7. | Selasa, 16/08/2016 | 1. Menyerahkan hasil revisi ulang oleh pembimbing dan diijinkan untuk lanjut ke Draft. |  |