

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## Lampiran 1

### RIWAYAT HIDUP

#### A. Identitas Diri

Nama	: Rosita
Tempat, Tanggal Lahir	: Karya Bhakti, 12 Juli 1999
Jenis Kelamin	: Perempuan
Status	: Lajang
Agama	: Islam
Pekerjaan	: Mahasiswa
Alamat	: Kharya Bhakti, Kec. Meraksa Aji Kab. Tulang Bawan, Lampung
No. Telp	: 081274180801
Email	: nnrositaputri99@gmail.com

#### B. Latar Belakang Pendidikan

TK Setia Bhakti	: Lulus tahun 2005
SDN 01 Paduan Rajawali	: Lulus tahun 2011
SMPN 1 Meraksa Aji	: Lulus tahun 2014
SMAN 1 Meraksa Aji	: Lulus tahun 2017
Universitas Pasundan	: 2017 - sekarang

#### C. Pengalaman Organisasi

Anggota ff'Dasta Band SMAN 1 Meraksa Aji	: Tahun 2015 – 2016
Paramanandi Marchingband Bina Kartika SMAN 1 Meraksa Aji	: Tahun 2016 – 2017

**D. Pengalaman Kerja**

<i>Crew Putri Hijab Indonesia</i>	: Tahun 2021
<i>Freelance Content Creator</i>	: Tahun 2021 – sekarang
<i>Komunitas @solcare.id</i>	: Tahun 2022 – sekarang
<i>Beauty Therapist</i>	: Tahun 2022 – sekarang

**E. Kemampuan**

*Public Speaking*  
*Make Up*  
*Bernyanyi*

Bandung, 6 Desember 2022

Hormat Saya,

(Rosita)

**Lampiran 2****SURAT PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan atau doktor) baik di Universitas Pasundan maupun di perguruan tinggi lain;
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing dan masukan penguji;
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka;
4. Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bandung, 6 Desember 2022

Yang membuat pernyataan

Rosita

---

NRP .172050349

### **Lampiran 3**

#### **Pedoman Wawancara**

##### **Informan Ahli :**

1. Mengapa pihak dhinda hijab memilih Selebgram Dinda untuk melakukan kegiatan komunikasi melalui media sosial Instagram dalam menarik pelanggan?
2. Kriteria seperti apa sajakah yang dimiliki oleh @dhinda.hijab dalam menentukan Selebgram untuk melakukan kegiatan komunikasi melalui media sosial Instagram?
3. Hal apa saja yang harus disampaikan oleh seorang Selebgram ketika sedang melakukan kegiatan komunikasi melalui media sosial Instagram agar menarik pelanggan?
4. Bagaimana cara pengemasan pesan yang harus dilakukan oleh Selebgram ketika melakukan komunikasi melalui media sosial Instagram agar dapat menarik pelanggan?
5. Adakah ketentuan dari pihak dhinda hijab mengenai waktu-waktu tertentu untuk Selebgram melakukan komunikasi melalui media sosial Instagram? Dan bagaimana pihak dhinda hijab mengetahui waktu yang efektif bagi Selebgram untuk melakukan komunikasi melalui media sosial Instagram?
6. Siapa sajakah yang menjadi target sasaran dari kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Selebgram melalui media sosial Instagram?
7. Bagaimana pihak dhinda hijab mengetahui bahwa pesan yang disampaikan oleh Selebgram yang dipilih, sudah sesuai dengan target sasaran?
8. Bagaimana cara dhinda hijab mengetahui adanya efek atau umpan balik yang didapatkan dari para pengguna media sosial Instagram (calon customers/customers) setelah Selebgram melakukan komunikasi melalui media sosial?
9. Setelah mengetahui adanya efek atau umpan balik yang terjadi, kemudian strategi apa saja yang dilakukan oleh pihak dhinda hijab melalui Selebgram dalam menanggapi efek atau umpan balik tersebut?

**Informan Pendukung (Selebgram) :**

1. Hal apa saja yang anda tawarkan sebagai selebgram kepada dhinda hijab dalam hal menarik pelanggan?
2. Apa yang membedakan anda dengan Selebgram lainnya sehingga dipilih oleh dhinda hijab dalam melakukan kegiatan komunikasi melalui media sosial Instagram untuk menarik pelanggan?
3. Apa saja pesan yang harus anda sampaikan ketika melakukan kegiatan komunikasi melalui media sosial Instagram mengenai dhinda hijab?
4. Bagaimana anda mengemas pesan-pesan yang harus anda sampaikan melalui media sosial mengenai dhinda hijab sehingga anda mampu menarik pelanggan?
5. Kapan saja waktu yang tepat bagi anda untuk melakukan kegiatan komunikasi melalui media sosial Instagram dalam menyampaikan pesan mengenai dhinda hijab?
6. Menurut anda, mengapa pengikut anda di media sosial Instagram menjadi target sasaran dari dhinda hijab?
7. Bagaimana anda menyesuaikan pengemasan pesan yang anda sampaikan melalui media sosial Instagram dengan para pengikut anda di media sosial Instagram?
8. Bagaimana cara anda mendapatkan suatu efek atau umpan balik dari para pengikut anda, ketika anda sedang melakukan kegiatan komunikasi melalui media sosial Instagram mengenai dhinda hijab?
9. Bagaimana cara anda mengetahui adanya efek atau umpan balik dari para pengikut anda ketika anda sedang melakukan kegiatan komunikasi melalui media sosial Instagram mengenai dhinda hijab?
10. Seperti apa sajakah tanggapan yang anda dapatkan ketika anda melakukan kegiatan komunikasi melalui media sosial Instagram mengenai dhinda hijab?

**Informan Pendukung (Pengikut Media Sosial Insatgram) :**

1. Menurut anda sebagai pengikut akun Instagram @dhinda.hijab, mengapa pihaknya memilih Selebgram Dinda untuk melakukan kegiatan komunikasi melalui media sosial Instagram tersebut?
2. Jika dibandingkan dengan Selebgram lain, apakah Adinda merupakan Selebgram yang menurut anda sesuai dengan dhinda hijab tersebut? Mengapa?
3. Setelah anda melihat kegiatan komunikasi yang di lakukan oleh Selebgram Adinda melalui media sosial Instagram mengenai dhinda hijab, informasi seperti apa yang anda dapatkan?
4. Menurut anda, apakah pengemasan pesan yang diberikan oleh Selebgram Adinda mengenai dhinda hijab menarik? Alasannya?
5. Di waktu kapan saja anda menggunakan media sosial Instagram untuk mendapatkan informasi-informasi terkini termasuk informasi mengenai dhinda hijab? Mengapa?
6. Apakah anda merasa bahwa anda merupakan salah satu dari target sasaran dhinda hijab? Mengapa?
7. Efek atau umpan balik seperti apa yang anda lakukan setelah melihat kegiatan komunikasi yang Selebgram Adinda lakukan melalui media sosial Instagram mengenai dhinda hijab?

**Informan Akademisi :**

1. Menurut pandangan anda sebagai akademisi, bagaimana menentukan Selebgram (pengirim pesan) yang sesuai dengan produk yang kita tawarkan? Dalam hal ini dhinda hijab.
2. Bagaimana kita bisa mengetahui bahwa Selebgram tersebut merupakan Selebgram yang pas dan sesuai dengan produk yang kita tawarkan? Dalam hal ini dhinda hijab.
3. Ketika melakukan kegiatan komunikasi melalui media sosial Instagram, menurut pandangan anda sebagai akademisi, pesan apa saja yang harus disampaikan melalui perantara Selebgram agar mampu menarik pelanggan?
4. Sebelum pesan disampaikan oleh Selebgram melalui media sosial Instagram, apa saja yang harus diperhatikan agar pesan yang tersampaikan sesuai dengan target sasaran?
5. Menurut anda, bagaimana cara yang tepat untuk menentukan target sasaran dalam melakukan kegiatan komunikasi melalui media sosial Instagram?
6. Apa yang akan terjadi jika salah menentukan target sasaran dalam melakukan kegiatan komunikasi melalui media sosial Instagram?
7. Strategi seperti apa yang harus dilakukan agar mampu menciptakan efek atau umpan balik yang efektif dari para pengguna media sosial Instagram ketika sedang melakukan kegiatan komunikasi melalui media sosial Instagram?



## Lampiran 4

### Dokumentasi



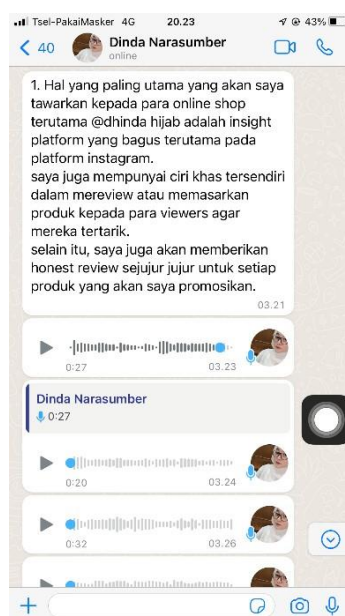
(Informan Ahli)



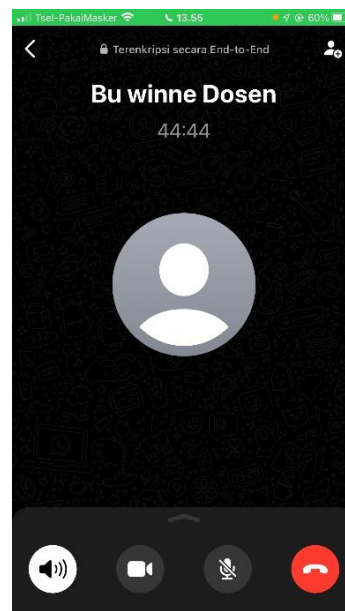
(Informan Syilva)



(Informan Mira)



(Informan Selebgram)



(Informan Akademisi)