

LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan

STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA SURABAYA DALAM MENSOSIALISASIKAN MEDIA CENTER SURABAYA KEPADA MASYARAKAT

Interview Guideline

A. Data Diri Informan

Nama Lengkap :
Jabatan :
Jenis Kelamin :

B. Daftar Pertanyaan:

- 1) Seperti apakah kriteria bagi pihak atau orang yang ditunjuk untuk mensosialisasikan Media Center Surabaya?
- 2) Siapakah orang atau pihak yang ditunjuk untuk mensosialisasikan Media Center Surabaya kepada masyarakat?
- 3) Bagaimana isi pesan dan penyampaian informasi dalam proses sosialisasi tentang Media Center Surabaya?
- 4) Melalui media seperti apakah sosialisasi Media Center dilakukan?
- 5) Bagaimana kriteria untuk menentukan sasaran publik dari sosialisasi Media Center Surabaya?
- 6) Bagaimana efek yang diperoleh Pemkot Surabaya atau Dinkominfo setelah dilaksanakannya sosialisasi Media Center kepada masyarakat?
- 7) Bagaimana evaluasi yang dilakukan untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat akan adanya keberadaan Media Center?
- 8) Dari manakah pihak Pemerintah Kota Surabaya dalam mengetahui adanya peningkatan masyarakat terhadap adanya Media Center Surabaya?

Lampiran 2. Transkrip Wawancara

STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA SURABAYA DALAM
MENSOSIALISASIKAN MEDIA CENTER SURABAYA KEPADA
MASYARAKAT

Transkrip Wawancara

A. Data Diri Informan

Nama Lengkap : Rini Endrin Hindarti, S.E
Jabatan : Staf Seksi Pengelolaan Komunikasi Publik
Jenis Kelamin : Perempuan

B. Daftar Pertanyaan:

- 1) Seperti apakah kriteria bagi pihak atau orang yang ditunjuk untuk mensosialisasikan Media Center Surabaya?

“Kriteria bagi orang atau pihak yang ditunjuk untuk mensosialisasikan Media Center paling tidak harus memahami apa itu Media Center, kemudian ketika masyarakat ada yang bertanya kita tentunya harus dapat menjelaskan Media Center itu apa dan bagaimana penggunaannya. Tim Media Center awalnya terdiri dari enam orang yang kemudian menyusut menjadi empat orang dan awal masuk Media Center akan ada sebuah pelatihan, misalnya pelatihan mengenai komunikasi, pelatihan bagaimana menangani keluhan karena kami di sini memiliki latar belakang yang berbeda-beda, tidak semua dari lulusan komunikasi.”

- 2) Siapakah orang atau pihak yang ditunjuk untuk mensosialisasikan Media Center Surabaya kepada masyarakat?

“Pihak yang ditunjuk untuk sosialisasi itu tentunya pihak dari kita atau staf pemerintahan ya.”

- 3) Bagaimana isi pesan dan penyampaian informasi dalam proses sosialisasi tentang Media Center Surabaya?

“Untuk isi pesan tidak ada isi pesan khusus dalam mensosialisasikan Media Center ini kepada masyarakat. Kami mencoba untuk menjelaskan saja kepada masyarakat,

terutama kepada masyarakat yang mengajukan pertanyaan secara langsung kepada kita saat kita turun ke lapangan bertemu masyarakat. Jadi dalam sosialisasi ya kita menjelaskan apa itu Media Center, apa fungsi dan kegunaannya, kemudian bagaimana cara penggunaannya. Kita jelaskan ke masyarakat seperti itu, agar masyarakat mudah memahami jadi secara sederhana saja kita jelaskan.”

4) Melalui media seperti apakah sosialisasi Media Center dilakukan?

“Waktu awal 2011 itu kita rekap laporan perbulan yang dikomper pertahun. Waktu awal-awal tahun itu hanya sekitar 400-500 dari bulan Januari hingga Desember, setelah kita sosialisasi Media Center lewat kegiatan-kegiatan yang dilakukan pemerintah kota, pada tahun 2012 langsung naik menjadi sekitar 1000 laporan masuk dari masyarakat. Sosialisasi juga tetap dilakukan melalui sosial media Instagram, Facebook, Twitter, Telepon, kita dulu ada telepon konvensional tetapi sekarang sudah tidak ada, kemudian SMS dan WA tetap ada. Kita dalam berbagai kegiatan pemerintahan misalnya bansos ke masyarakat, dan kegiatan pemerintahan sebagainya juga kita pasti juga mensosialisasikan Media Center. Ya selalu kita selipkan untuk sosialisasi Media Center kepada masyarakat, agar masyarakat tahu pengaduan dapat disampaikan melalui wadah tersebut. Jadi media sosialisasi seperti yang saya kata kan tadi ya mbak, sosialisasi tetap dilakukan melalui media sosial. Sekarang media sosial dapat diposting kapan saja dan masyarakat juga dapat mengakses media sosial pemerintah kapan pun dan missal ada informasi yang perlu kita informasikan ke masyarakat dapat langsung kita poting di media sosial Pemerintah agar dapat dilihat dan dibaca masyarakat.”

5) Bagaimana kriterianya untuk menentukan sasaran publik dari sosialisasi Media Center Surabaya?

“Sasaran publik kita semua kalangan, semua usia, semua jenjang pendidikan, semua strata ekonomi, tetapi untuk di Media Center ini memang khusus untuk masyarakat yang telah memiliki Nomor Induk Kependudukan, sudah ber NIK atau punya Kartu Tanda Penduduk (KTP) Kota Surabaya. Kalau di media sosial siapa saja bisa. Karena memang untuk mengakses Media Center Surabaya harus memasukan atau *login* dengan menggunakan NIK yang ada pada KTP.”

6) Bagaimana efek yang diperoleh Pemkot Surabaya atau Dinkominfo setelah dilaksanakannya sosialisasi Media Center kepada masyarakat?

“Semakin banyak pengaduan itu belum tentu dan bukan berarti bahwa kinerja Pemerintah Kota Surabaya jelek atau buruk. Tapi masyarakat itu lebih apa ya, lebih aware dengan kotanya, lebih peduli. Oh ternyata di sini itu ada wadah yang aku bisa tanya tentang perizinan, mengeluhkan tentang keadaan jalan misalnya, jalan rusak, PJU (Penerangan Jalan Umum) padam seperti itu. Bahkan ada yang bermasalah dengan tetangganya sendiri itu lapornya ke kita, ke Pemerintah. Tapi tidak hanya keluhan saja, masyarakat juga bisa memberikan apresiasi kepada Pemerintah Kota Surabaya. Hal tersebut nantinya kita rekap untuk jadi bahan evaluasi. Masukan-masukan yang ada ini nantinya dibuat laporan seperti yang saya sampaikan dan nanti per tahun kita ada laporan evaluasi.”

- 7) Bagaimana evaluasi yang dilakukan untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat akan adanya keberadaan Media Center?

“Evaluasi kita tiap bulan ada laporan itu tadi ya dari hasil survey kepuasan masyarakat jadi laporan tersebut tentu jadi bahan evaluasi Pemerintah.”

- 8) Dari manakah pihak Pemerintah Kota Surabaya dalam mengetahui adanya peningkatan masyarakat terhadap adanya Media Center Surabaya?

“Untuk itu tentunya dari jumlah pengaduan yang terus meningkat, jadi kan dalam hal itu masyarakat mulai *aware* dengan kotanya. Ada pengaduan lalu disampaikan melalui Media Center. Kemudian ya dari hasil laporan survey kepuasan masyarakat.”

Lampiran 3. Transkrip Wawancara

STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA SURABAYA DALAM
MENSOSIALISASIKAN MEDIA CENTER SURABAYA KEPADA
MASYARAKAT

Interview Guideline

A. Data Diri Informan 2

Nama Lengkap : Maorisha Virginia, A. Md. Kom
Jabatan : Staf Seksi Pengelolaan Komunikasi Publik
Jenis Kelamin : Perempuan

B. Daftar Pertanyaan:

1. Seperti apakah kriteria bagi pihak atau orang yang ditunjuk untuk mensosialisasikan Media Center Surabaya?

“Kriteria dari pihak yang ditunjuk ini tentunya dari pihak internal sendiri, dari pihak pemerintah seperti itu ya dan kemudian mereka yang ditunjuk diberi pelatihan komunikasi yang nantinya mereka ini yang nantinya akan mengarahkan dan mengajarkan masyarakat apa dan bagaimana penggunaan Media Center ini. Jadi kita tentunya harus bisa berkomunikasi dengan masyarakat ya agar komunikasi ini lancar ya tentu kita ada pengarahan terlebih dahulu.”

2. Siapakah orang atau pihak yang ditunjuk untuk mensosialisasikan Media Center Surabaya kepada masyarakat?

(Sudah terjawab di pertanyaan sebelumnya)

3. Bagaimana isi pesan dan penyampaian informasi dalam proses sosialisasi tentang Media Center Surabaya?

“Isi pesannya seperti dari apa yang kita posting di media sosial seperti caption saja. Kalau bertemu langsung dengan masyarakat kita akan arahkan untuk menggunakan Media Center dalam menyampaikan pengaduan ataupun apresiasi kepada pemerintah. Jadi pengaduan masyarakat ini nanti akan

direspons dengan batas waktu sesuai peraturan yang ada. Jadi apa yang kita sampaikan memang tidak ada pesan khusus yang bagaimana, kita sosialisasi seperti itu.”

4. Melalui media seperti apakah sosialisasi Media Center dilakukan?

“Jadi saya jelaskan dulu ya, waktu kita melakukan sosialisasi melalui media sosial, biasanya masyarakat akan komen di salah satu postingan entah pada Instagram, Twitter atau Facebook, dari situ selanjutnya akan kita masukkan pengaduan ke Media Center untuk diproses. Kalau sosialisasi secara langsung saat kita turun ke lapangan dan bertemu masyarakat, biasanya ada yang nyeletuk membuat pengaduan. Dan biasanya seperti itu kan ibu-ibu ya. Daripada hanya membuat pengaduan seperti itu akhirnya kita mengarahkan masyarakat bila ada pengaduan silahkan memasukkannya ke dalam website Media Center atau platform resmi pemerintah lainnya agar bisa diproses dengan peraturan yang berlaku. Karena memang jika tidak segera direspons, kita akan mendapat sendtilan dan peringatan dari bapak Walikota. Kita juga membuat sebuah video singkat atau postingan tentang Media Center untuk kita upload ke dalam YouTube, Instagram, Facebook, dan media yang lain.”

5. Bagaimana kriteria untuk menentukan sasaran publik dari sosialisasi Media Center Surabaya?

“Sasaran publik tentunya seluruh masyarakat Kota Surabaya. Di Kota Surabaya ini memiliki yang namanya KIM yang merupakan kelompok informasi masyarakat. Mereka adalah perwakilan dari tiap masing-masing kecamatan atau kelurahan yang nantinya mereka ini yang menyebarkan informasi kepada warga-warganya. Kelompok Informasi Masyarakat atau KIM ini yang menunjuk dari kelurahan. Jadi ada SK dari kelurahan yang menunjuk KIM ini.”

6. Bagaimana efek yang diperoleh Pemkot Surabaya atau Dinkominfo setelah dilaksanakannya sosialisasi Media Center kepada masyarakat?

“Efeknya ini ada perbedaan Media Center yang dulu sama Media Center yang sekarang. Pertama itu kalau sekarang yang pasti dari sistem ya, dulu Media Center kalau ada pengaduan masuk ke Kominfo dulu, dari Kominfo kita yang menyampaikan ke Dinas lainnya kemudian merespon dan kita nanti yang menyampaikan kembali kepada masyarakat, jadi kita seperti perantara. Aga

ribet memang. Efek lainnya juga ada dari masyarakat yang membuat pengaduan kita sering dapat dari masyarakat misalnya, Media Centernya ini loh kayak gini-gini, jadi kita sampaikan ke tim dan tentunya tidak serta merta kita langsung mengabulkan permintaan mereka untuk membungkus Media Center ini. Tapi kita lihat dulu apakah yang disuruh oleh mereka adalah sebuah prioritas. Dan tentunya jadi semakin banyak pengaduannya, tetapi ya tidak melulu soal keluhan ya jadi apresiasi, saran, semua informasi.”

7. Bagaimana evaluasi yang dilakukan untuk mengetahui tingkat pengetahuan masyarakat akan adanya keberadaan Media Center?

“Evaluasinya ini bisa dari survey hasil kepuasan masyarakat, jadi nanti ada seperti quisoner, masyarakat ini nanti diminta untuk mengisi yang linknya atau menu yang ada dan kita taruh di website. Dari data tersebut kemudian kan kita buat laporan. Hasilnya kan nanti kelihatan ya, nah itu bisa kita jadikan bahan evaluasi gitu.”

8. Dari manakah pihak Pemerintah Kota Surabaya dalam mengetahui adanya peningkatan masyarakat terhadap adanya Media Center Surabaya?

“Kalau untuk itu bisa dari jumlah pengaduan yang masuk ke pemerintah. Jadi ada peningkatan laporan pengaduan mungkin seperti itu. Kalau setiap hari pengaduan bertambah bisa jadi masyarakat yang mengetahui juga bertambah meningkat gitu.”

Lampiran 5. Transkrip Wawancara

STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA SURABAYA DALAM
MENSOSIALISASIKAN MEDIA CENTER SURABAYA KEPADA
MASYARAKAT

Transkrip Wawancara

A. Data Diri Informan Masyarakat 1

Nama : Ibu Anjar
Profesi : Ibu Rumah Tangga
Jenis Kelamin : Perempuan

Data Diri Informan Masyarakat 2

Nama : Pak Wawan
Profesi : Pegawai swasta
Jenis Kelamin : Laki-laki

B. Daftar Pertanyaan:

1. Apakah anda mengetahui Media Center Surabaya?

Informan Masyarakat 1 : *“Saya belum pernah dengar mbak kayaknya, jadi enggak tau apa itu tadi Media Center Surabaya ya. Media Center itu yang ada di Siola Pelayanan Publik bukan? Saya yang belum pernah dengar mbak.”*

Informan Masyarakat 2 : *“Media Center? Enggak tau mbak apa itu maksudnya Call Center? Kalau Media Center saya kurang tau ya soalnya juga belum pernah mendengar apa itu tadi Media Center Surabaya. Selama ini sih belum ada yang disekitar saya atau daerah sini yang bahas tentang Media Center. Saya malah baru tau ini mbak, pas mbak tanya. Ternyata ada Media Center untuk pengaduan masyarakat gitu ya mbak.”*

2. Apakah ada upaya yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Surabaya atau melalui kelurahan mensosialisasikan Media Center Surabaya?

Informan Masyarakat 1 : *“Kalau saya kan ibu rumah tangga ya mbak, jadi kalau ada sosialisasi dari kelurahan itu ada dan kadang diatur dalam pertemuan seperti itu. Tapi kalau untuk sosialisasi Media Center belum ada sepertinya atau sudah ada sosialisasi pun sepertinya belum kena ke masyarakat. Bisa saja sosialisasinya belum sampai ke kita sebagai masyarakat ya mbak. Soalnya saya sama ibu-ibu lainnya kalau ada pertemuan atau sosialisasi dari kelurahan itu kita hadir. Seperti ini nanti sore ya ada pertemuan ibu-ibu di kelurahan mau ada sosialisasi mengenai lingkungan. Kemungkinan akan ada kerja bakti atau bagaimana begitu kabarnya.”*

Informan Masyarakat 2 : *“Kalau sosialisasi langsung saya sepertinya di tempat saya belum ada, kalau ada pun harusnya bisa menyebar diketahui masyarakat dari mulut kemulut ya, jadi nyebar dari tetangga atau dari teman. Informasi kan lumrah menyebar seperti itu. Sekarang pun bisa lewat WhatsApp kalau ada informasi dari RW misal, nah RW dapat dari kelurahan, pokoknya dari pemerintah ke masyarakat lah gitu. Ya jadi kalau ada sosialisasi harusnya ya bisa melalui WA. Atau misalnya informasi akan ada sosialisasi pemerintah untuk masyarakat, ibu-ibu atau bapak-bapak, ini mau ada sosialisasi Media Center seperti itu kan bisa melalui WA atau pemberitahuan langsung ya.”*

3. Apakah anda mengikuti akun media sosial milik pemerintah atau apakah pernah melihat-lihat postingan konten di media sosial resmi milik pemerintah?

Informan Masyarakat 1 : *“Kalau saya sih biasanya main Facebook dan sekarang sudah mulai bisa Instagram ya mbak, kalau lihat postingan pemerintah sih biasanya ya kalau ada munculnya di beranda gitu jadi ya tau mungkin kalau muncul di beranda saya. Kalau media sosial ya biasanya kita buat hiburan aja mbak, jadi kalau misal melihat postingan pemerintah ya*

jarang banget gitu.”

Informan Masyarakat 2 : *“Kalau mengikuti engga ya mbak, apalagi melihat-lihat jadi kalau muncul sekelibat aja di Facebook mungkin saya baca kan setidaknya jadi tau.”*

4. jika ada pengaduan yang ditujukan kepada pemerintah, anda akan menyampaikannya kemana?

Informan Masyarakat 1 : *“Pengaduan sih biasanya kita ya, saya dan ibu-ibu ke kelurahan mbak, atau ke Siola situ. Jadi ya missal ada saluran air yang buntu kita biasanya laporkan buat pengaduan.”*

Informan Masyarakat 2 : *“Pengaduan disampaikan melalui mall pelayan publik setahu saya. Jadi masyarakat Surabaya ya ke sana untuk buat pengaduan. Ya untuk mengurus apapun ya keperluan yang dibutuhkan.”*

Lampiran 4. Dokumentasi Skripsi



Foto 1: Peneliti dengan Rini Endrin Hindarti, S.E
Staf Seksi Pengelolaan Komunikasi Publik
Pemerintah Kota Surabaya



Foto 2: Peneliti dengan Maorisha Virginia, A. Md.
Kom
Staf Seksi Pengelolaan Komunikasi Publik
Pemerintah Kota Surabaya



Foto 3: Peneliti dengan Ibu Anjar
Masyarakat Kota Surabaya



Foto 4: Peneliti dengan Bapak Wawan
Masyarakat Kota Surabaya

Lampiran 6. Kartu Bimbingan Skripsi


UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA 188
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
 Gedung: F 101. Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fsip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Delia Ayu Puspita Sari
 NBI : 1151800311
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I : Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom.,M.Med.Kom
 Dosen Pembimbing II : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom
 Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Surabaya Dalam Mensosialisasikan Media Center Surabaya Kepada Masyarakat

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	Rabu 23/3 22	BAB I tambahan data melalui observasi dan wawancara mengenai media center Tambahan untuk latar belakang		
2.	Senin 28/3 22	Perbaikan BAB I Diskusi teori BAB II dan tambahan untuk lansiran konsep Perbaikan studi terdahulu		
3.	Rabu 6/4 22	Tambahan latar belakang Perbaikan kerangka konsep pemikiran BAB II Teori kurang cocok		
A	Senin 11/4 22	Perbaikan dan tambahan kerangka konsep pemikiran. Tambahan untuk studi terdahulu		
E	Kamis 14/4 22	Perbaikan dan penambahan Teori dalam bab II Perbaikan Penelitian terdahulu, persamaan, perbedaan dan gap penelitian		

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
6.	Senin 18/24 22	Revisi BAB III, penambahan pendekatan penelitian, jenis penelitian, subjek objek penelitian. Penambahan untuk metode pengumpulan data		
7.	Senin 25/1 22	Bimbingan Guide Interview penelitian ACC BAB I, II, III, Guide Interview		
8.	Rabu 18/5 22	Bimbingan BAB IV tambahan data melalui Observasi dan wawancara masyarakat Kota Surabaya		
9.	Rabu 25/5 22	Perbaikan BAB IV Diskusi sub BAB untuk analisis data		
10.	Senin 30/5 22	Revisi BAB IV Revisi analisis hasil wawancara		
11.	Rabu 8/6 22	Tambahan untuk kriteria informan Perbaikan dan tambahan untuk Bab IV		
12.	Rabu 15/6 22	Bimbingan BAB V Tambahan untuk BAB IV		
13.	Selasa 21/6 22	ACC BAB I - V		

Catatan:

1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan

Tanggal: 21-6-2022

Dosen Pembimbing I,

M. INSAH P.

Dosen Pembimbing II,

Bagus Cahya Shah A P

Lampiran 8. Lembar Perintah Revisi



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
 Gedung: F 101. Jl. Semolowatu 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : Delia Ayu Puspita Sari
N. B. I. : 1151800311
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	Tidak ada		

Setuju telah direvisi,
Dosen Penguji,

Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom.

Surabaya, Selasa 28 Juni 2022
Dosen Penguji,

Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom.



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
 Gedung: F 101, Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : *Delia Ayu Puspita Sari*
N. B. I. : *1151800311*
Jurusan : *Ilmu Komunikasi*

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL

Setuju telah direvisi,
 Dosen Penguji,

Dra. Noorshanti Sumarah, M.I.Kom.

Surabaya, Selasa 28 Juni 2022
 Dosen Penguji,

Dra. Noorshanti Sumarah, M.I.Kom.



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 Program Studi : Adm. Publik, Adm. Bisnis, Ilmu Komunikasi, Magister Adm. Publik, Doktor Ilmu Adm.
 Gedung: F 101, Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : fisip@untag-sby.ac.id

PERINTAH REVISI

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen Penguji Skripsi dari mahasiswa :

N A M A : *Delia Ayu Puspita Sari*
 N. B. I. : 1151800311
 Jurusan : *Ilmu Komunikasi*

Memerintahkan Untuk Mengadakan Revisi Skripsi Sbb :

NO	MATERI	BAB	HAL
	1. Perdalam LBM 2. Pertajam wawancara mendalamnya 3. Perjelas teori Harold Laswell dengan narasi yg mudah dipahami		

Setuju telah direvisi,
 Dosen Penguji,

Drs. Wdiyatno Ekoputro, MA.

Surabaya, Selasa 28 Juni 2022
 Dosen Penguji,

Drs. Wdiyatno Ekoputro, MA.

Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Surabaya dalam Mensosialisasikan Media Center Surabaya kepada Masyarakat

ORIGINALITY REPORT

15% SIMILARITY INDEX	16% INTERNET SOURCES	10% PUBLICATION S	10% STUDENT PAPERS
-----------------------------------	-----------------------------------	--------------------------------	------------------------------

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Merdeka Malang Student Paper	3%
2	jurnal.untag-sby.ac.id Internet Source	2%
3	jurnal.syntaxliterate.co.id Internet Source	1%
4	repo.undiksha.ac.id Internet Source	1%
5	jptam.org Internet Source	1%
6	repository.wima.ac.id Internet Source	1%
7	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
8	journal.uinsgd.ac.id Internet Source	1%
9	repository.umsu.ac.id Internet Source	1%

10	inspirasi.bpsdm.jabarprov.go.id Internet Source	1%
11	www.journal.akademikepolisian.com Internet Source	1%
12	ejournal.undiksha.ac.id Internet Source	1%
13	repository.upi.edu Internet Source	1%
14	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia	1%
15	Student Paper	1%
16	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%

Exclude quotes Off
Exclude bibliography Off

Exclude matches < 1%