

DAFTAR PUSTAKA

- Aliffianto, A. Y. , & A. N. (2022). Sustainable tourism development from the perspective of digital communication. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(1), 110–125. <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/jsk/article/view/4434/2135>
- Andrianto, N. (2018). Pesan kreatif iklan televisi dalam Bulan Ramadan: Analisis semiotika iklan Bahagiannya adalah Bahagiaku. *Jurnal Studi Komunikasi*, 2(1), 17–31. <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.336>
- Andrianto, N. , & A. A. Y. (2020). Brand image among the purchase decision determinants. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(3), 700–715. https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/6442/1/1.%20Artikel_Jurnal%20Studi%20Komunikasi.pdf
- Andrianto, N. , & A. A. Y. (2021). Analisis Isi Gangguan Stress Pasca Trauma dalam Film 27 Steps of May. *Communicator Sphere*, 1(1), 20–30. <https://media.neliti.com/media/publications/556882-analisis-isi-gangguan-stress-pasca-traum-1f505006.pdf>
- Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Tourism dan Communication) Pemasaran dan Brand Destinasi*. Prenada Media Group.
- Christian, J. A., Bangsa, P. G., & Malkisedek, M. H. (2018). *Perancangan Media Komunikasi Visual Destination. 1*, 1–11.
- Dinas komunikasi dan Informatika Surabaya. (2016). *Buku Profil Surabaya*.
- Dyah, U., Noviyanti, E., & Aly, N. (2018). *POTENSI PENGEMBANGAN KAMPUNG WISATA LAWAS MASPATI SEBAGAI Program Studi DII Kepariwisata / Bina Wisata , Fakultas Vokasi , Universitas Airlangga Jalan Srikana No . 65 Surabaya. 3*(June), 218–231. https://www.researchgate.net/profile/Upik-Noviyanti-2/publication/343294282_POTENSI_PENGEMBANGAN_KAMPUNG_WISATA_LAWAS_MASPATI_SEBAGAI_DESTINASI_WISATA_BARU_SURABAYA/links/5f21abcc458515b729f131c1/POTENSI-PENGEMBANGAN-KAMPUNG-WISATA-LAWAS-MASPATI-SEBAGAI-D
- Hereyah, Y., & Kusumaningrum, R. (2019). Proses Destination Branding Dalam Membentuk Citra Tujuan Wisata Museum Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 9(2), 15–34. <https://doi.org/10.34010/jipsi.v9i2.2466>
- indonesia.go.id. (2019). *Surabaya Bertransformasi dari 'Kota Neraka' Jadi Kota Wisata*. Www.Indonesia.Go.Id.

<https://indonesia.go.id/ragam/pariwisata/sosial/surabaya-bertransformasi-dari-kota-neraka-jadi-kota-wisata>

- Komariah, Neneng. S. encang. Y. P. M. (2018). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 03(2), 158–174. <https://doi.org/10.26905>
- Larasati, N. K. R. (2017). *STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA BUDAYA YANG BERKELANJUTAN PADA KAMPUNG LAWAS MASPATI KOTA SURABAYA* [Institusi Teknologi Sepuluh November]. https://repository.its.ac.id/44108/1/3613100031-Undergraduate_Theses.pdf09
- maharani dwi, al amin hajaro fikri. (2021). MODEL KOMUNIKASI PARIWISATA KAMPUNG WARNA WARNI DESA BURAI KECAMATAN TANJUNG BATU KABUPATEN OGAN ILIR SUMATERA SELATAN. *Jurnal Riset Komunikasi*, 12, 21–37. <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom/article/view/10796>
- Maruto, N., Raosindah, urul A., & Huda, A. M. (2020). DESTINASI BRANDING KAMPUNG LAWANG SEKETENG SEBAGAI WISATA KULINER. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8, 118–134. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30659/jikm.8.2.118-133>
- Mh/sc. (2018, April 30). *Pariwisata Penyumbang Devisa Kedua*. Dpr.Go.Id. <https://www.dpr.go.id/berita/detail/id/20603/t/Pariwisata+Penyumbang+Devisa+Kedua>
- Moleong, L. J. (2017). *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF* (Revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Novaria, Rachmawati. M. Awin. L. S. Puji. I. S. (2019). Pemberdayaan Cincau Hijau dan Jahe sebagai Minuman Milenial di Desa Wisata Kampung Lawas Maspati Kota Surabaya. *Temu Ilmiah Ikatan Peneliti Lingkungan Binaan Indonesia (IPLBI)*, 98–104. <https://doi.org/https://doi.org/10.32315/ti.8.d098>
- Nugraha aat ruchiat, perbawasari susie, zubair feliza. (2017). Model Komunikasi Pariwisata Yang Berbasiskan Kearifan Lokal (Studi Deskriptif Kualitatif di Wilayah Lembang Kabupaten Bandung Barat). *Jurnal The Messenger*, 9, 231–240. <https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/468/329>
- Permana, A., Sumarah, N., & Romadhan, M. I. (2020). Fungsi Dinas Kebersihan dan Ruang Terbuka Hijau Sebagai Komunikator dalam Membangun Destination Branding Kampung Wisata Genteng Candirejo di Surabaya. *Representamen*, 6(02), 88–101. <https://doi.org/10.30996/representamen.v6i02.4271>

- Pujileksono, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif* (cetakan ke 2). Kelompok Intrans Publishing.
- Riyanto, D. Y. , A. N. , R. A. K. , & A. A. Y. (2019). A CONCEPTUAL FRAMEWORK FOR DESTINATION BRANDING IN JAWA TIMUR, INDONESIA. *Majalah Ekonomi: Telaah Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 24(2), 149–157.
https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/6167/1/Artikel_Majalah%20Ekonomi.pdf
- Santoso, R. , F. A. Y. A. , & A. N. (2020). PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS PADA KARANG TARUNA PERMATA ALAM PERMAI GEDANGAN SIDOARJO. *Jurnal Layanan Masyarakat*, 4(2), 326–338.
<https://doi.org/10.20473/jlm.v4i2.2020.326-338>
- Wahyuni, A. (2012). *STRATEGI DESTINATION BRANDING PAMEKASAN SEBAGAI KOTA BAIK (studi pada Dinas Perindustrian & Perdagangan Kota Pamekasan)* [Universitas Muhammadiyah Malang].
<http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/27618>
- Yustisia, K. (2019). *Buku Ajar Studi Ekowisata*. Deepublish.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara

1. Bagaimana awal mula berdirinya wisata kampung lawas maspati?
2. Bagaimana Komunikasi pemasaran pariwisata dalam hal penyebaran informasi destinasi wisata yang di terapkan oleh masyarakat/pokdarwis di kampung maspati?
3. Bagaimana proses pelaksanaan aktivitas pariwisata (event) yang ada di Kampung Maspati?
4. Bagaimana membangun ciri khas (slogan, Tagline, Logo) sebagai upaya dalam menguatkan identitas Kampung Maspati?
5. Apa saja tantangan dan hambatan dalam pelaksanaan kegiatan pariwisata berbasis masyarakat di Kampung Maspati?
6. Bagaimana arah konsep kampung wisata yang ditawarkan sebagai daya tarik wisata?
7. Bagaimana cara mengidentifikasi potensi yang ada di Kampung Maspati?
8. Bagaimana cara mempromosikan dan mendorong masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan pariwisata di Kampung Lawas Maspati?
9. Bagaimana keterlibatan penduduk lokal dalam kegiatan UMKM?
10. Apa saja produk wisata yang dapat menggambarkan identitas Kampung Maspati?

Lampiran 2. Transkrip Wawancara

TRANSKRIP WAWANCARA (02 DESEMBER 2022)

Informan :

1. Sabar Suharsono (Ketua RW dan Inisiator Kampung Lawas Maspati)
2. Saryani (Tim Kelompok Sadar Wisata)
3. Dani (Guide Lokal)

Peneliti: Bagaimana awal mula berdirinya wisata kampung lawas maspati?

- Sabar : Pada awalnya kita ikut Lomba Green and Clean dan itu modalnya tidak sedikit. Ya.. Paling sedikit 15 juta sampai 20 juta. Modalnya itu hasil dari urunan warga. Yang mana kita harus mempersiapkan beli taneman, membuat pipa, bank sampah dah lain sebagainya. Yang sifatnya hadiahnya tidak seberapa banyak. Hanya 3 juta, karena warga termotivasi. Kita Green and Clean kita menjuarai semuanya, semua RT itu kita juara. Lima RT juara. Saya lihat dari situ berarti RT saya, warga saya itu antusias sekali. Berarti warga saya ini luar biasa sekali, berarti warga saya ini bisa diajak bekerja sama. Dan yang masih dipegang penuh adalah budayanya, budaya gotong royong. Bagi saya lomba ini hanya termotivasi saja, tapi setelah lomba apa yang harus kita lakukan. Oleh sebab itu dari RT RT dan warga kami kumpulkan. Bagaimana biar bisa seperti ini apakah tiap hari itu kita harus nyiram nyiram tanaman, apakah setiap hari kita harus menjaga kebersihan, apakah setiap hari kita harus menjaga lingkungan? . Kita capek kalau harus menjaga lingkungan setiap hari. Dari sinilah bagaimana harus mendatangkan uang. Artinya kita sepakat untuk menjadikan wisata kampung, yaitu wisata yang bersih yang mempunyai hal hal yang unik. Akhirnya dari RT 1 dan RT 5 mempunyai Brand dan mengambil Brand Kampung Lawas Maspati. Kenapa si kampung lawas maspati? , karena berdasarkan sejarah kampung saya ini dulu di sini merupakan rumah kediaman Adipati dan Tumenggung pada waktu jaman Kerajaan Kraton. Kita pertama kali harus punya brand. Saya mengangkat brand "Kampung Lawas Maspati"

Peneliti: Bagaimana Komunikasi pemasaran pariwisata dalam hal penyebaran informasi destinasi wisata yang di terapkan oleh masyarakat/pokdarwis di kampung maspati?

- Sabar : Ada 5 hal yang kita lakukan untuk membranding atau mempromosikan informasi kampung kita : Pertama, warganya sendiri mau maju. Kedua, bekerja sama dengan pemerintah, Ketiga, harus profesional. Keempat harus bekerja sama dengan komunitas dan akademisi dan Kelima dengan media. Ya itu... selain itu dari media sosial aja

Peneliti: Bagaimana proses pelaksanaan aktivitas pariwisata (event) yang ada di Kampung Maspati?

- Saryani dan Dani : Untuk pelaksanaan event kita itu punya festival, namanya festival kampung maspati. Biasanya diadakan setahun sekali kalau gak bulan mei ya november mbak..soalnya bulan-bulan segitu kan bareng sama event pemkot jadi kita manfaatkan turis yang berkunjung ke acara pemkot juga datang ke festival kita. Kalo *event* itu warga yang ngatur semuanya mulai awal sampai terlaksana acara itu warga semua.

Peneliti: Bagaimana membangun ciri khas (slogan, Tagline, Logo) sebagai upaya dalam menguatkan identitas Kampung Maspati?

- Sabar : Ciri khas kita itu budaya mengingat kita sekarang itu, krisis budaya. Kita sudah hilang budaya budaya kepedulian sudah hilang. Ada orang meninggal cuek, budaya itu sudah hilang. Jadi memang salah satu keistimewaan Kampung Lawas Maspati ini dari sikap kedisiplinan dan sikap warga yang gotong royong, kompak. Iya.... dari situlah kita angkat budayanya mbak.
- Saryani dan Dani : Slogan kita itu apa ya dan. Oh... “Guyub Rukun Seduluran Selawase” jadi karna kita ini wisata basis masyarakat jadi ya kita semua itu gotong royong. Meskipun kita beda suku, agama tapi kita itu saling menghargai mbak, kita tiap lebaran entah natal, imlek, idul fitri itu selalu unjung-unjung gitu rukun gitu. Kalau logo dulu itu kita apa namanya gunung terus ganti ayam soalnya kan ada makam mbah buyut suruh neneknya sawunggaling, dan dulu itu sawunggaling identiknya sama ayam. Tapi sekarang udah ganti gambar daun gitu.

Peneliti: Apa saja tantangan dan hambatan dalam pelaksanaan kegiatan pariwisata berbasis masyarakat di Kampung Maspati?

- Sabar : Tantangannya sangat luar biasa mbak, kita membutuhkan ketulusan dan bekerja dengan hati. Tidak semuanya kita harus berpikir berorientasi dengan uang tapi membutuhkan ketulusan dan bekerja dengan hati

- Saryani dan Dani : Hambatannya ya kita kan ga memanggil tenaga kerja profesional dari luar jadi murni warga kampung sendirir. Jadi karna tidak ada yang digaji jadi ya sekarepe dewe. Manajemennya, manajemen sumber daya manusianya sama pengelolaannya.

Peneliti: Bagaimana cara mengidentifikasi potensi yang ada di Kampung Maspati?

- Sabar : Sebenarnya dari Green and Clean terus warga mau, kan yang penting warga mau dulu mba, awalnya dari situ lalu kita juga punya bangunan bersejarah juga

Peneliti: Bagaimana cara mempromosikan dan mendorong masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan pariwisata di Kampung Lawas Maspati?

- Saryani dan Dani : Promosi kita itu ya itu tadi mbak sosmed ada ig sama facebook, kalau selain itu ya kita biasanya ikut pameran. Kemaren ikut event yang ditunjungan itu 5 hari lumayan mbak omsetnya dapet banyak, soalnya semua kita keluarin ada makanan, minuman, daur ulang ada kurang lebih 100 ukm, biasanya kita juga nyambut kapal pake musik patrol terus sama buka stand jualan disitu, itu juga lumayan penghasilannya buat ukm sekalian mempromosikan kampung.
- Sabar : Kalau untuk memotivasi sebenarnya tidak ada karna memang dari awal itu warga juga mau buat dijadiin kampung wisata, tapi kan mungkin ga semua pro ada juga yang kontra, nah yang kontra ini juga tidak kita dorong mereka melihat, terus ya mungkin karena melihat omset jualan produk kan ya lumayan jadi mereka tergerak sendiri untuk ikut

Peneliti: Bagaimana keterlibatan penduduk lokal dalam kegiatan UMKM?

- Saryani dan Dani : Kalau keterlibatan masyarakat ya hampir semua mbak meskipun sebagian besar penggeraknya ya ibu-ibu sendiri. Kita kan punya produk kurang lebih 100 produk yang dibagi-bagi dalam tiap RT. Kemarin kita juga udah dibantu bikinin katalog sama ya anak-anak yang skripsi juga.

Peneliti: Apa saja produk wisata yang dapat menggambarkan identitas Kampung Maspati?

- Saryani dan Dani : Awalnya juga sih Kampung kita kan bertema jadi ada 5 RT setiap RT temanya beda-beda jadi kayak disini itu rt 1 temanya itu area 3d, hidroponik sama rumah 1907. RT 2 itu ada rumah ongko loro sama iconnya lidah buaya. RT 3 lingkungan dan pengolahan sampah. RT4 itu area

herbal. RT 5 area permainan lawas sama sejarah awal mula kampung lawas ini kan disitu nanti ada makam mbah buyut suruh sama rumah ndoro mantri nyamuk (raden sumomiharjo). kita bikin tema ini untuk branding kampung mbak dibantu sama akademisi anak ubaya biar kalau kesini itu gak boring jadi agar tamu itu menikmati setiap RT. Losmen ada di RT 5 yang dapur umum itu ya, sama pabrik roti pertama di Surabaya namanya Roti Buyut.

Lampiran 3. Kartu Bimbingan

29



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. Sebelohwaru 45 Surabaya (60118)
 Telp. 031 5925982, 5931800 psw. 159 e-mail : isip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Egga Alvionita

NBI : 1151700167

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing I : Beta Puspitaning Ayodya, S.Sos.,M.A.

Dosen Pembimbing II : MUCHAMAD RIZQI, S.I.KOM., M.MED.KOM

Judul Skripsi : Upaya Kehumasan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam Melakukan Destination Branding Kampung Lawas Maspati sebagai Pariwisata Berbasis Masyarakat

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	Senin 30/5/2022	Susunan teori di BAB II diperbaiki dan disusun instrumen pertanyaannya.		
				
3	31/22 /5	Bab II benarkan penulisan paragraf. terdapat Temuan teorinya Masukan dalam kerangka pikir		
				
				

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
6	14-6-22	Bab I LBM belum ada fokus permasalahan Benarkan penulisan pada BAB I Bab II Benarkan penulisan terdahulu Kerangka pikir benarkan sesuai kerangka teori	Ba	
7		- Latar belakang diperbaiki - kerangka pemikiran - deskripsi CBT ditambahkan - susun guide interview		M. Rizqi
8	23/11	Bab 3 benarkan Buat interview guide	Ba	
9	28/11	Susun guide interview		M. Rizqi
10	29/11	Lanjut ke bab 4	Ba	
11	6/12	Bab 4 perbaiki cara mengelompokkan antara Bab 4 dan Bab 5 Lanjut ke bab V	Ba	
12	6/12	Penyajian dan pembahasan diperbaiki Lanjut BAB V		M. Rizqi
13	12/12	ACC		M. Rizqi

Catatan:

1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
 2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing
- Bimbingan dinyatakan
Tanggal :

Dosen Pembimbing I,

B. Pratiwi
.....
NISA PRATIWI, S.P.

Dosen Pembimbing II,

M. Rizqi
.....
Much. Rizqi

Lampiran 4. Lembar Revisi

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI

JENIS UJIAN :
 Skripsi

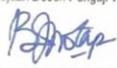
Nama : Egga Alvionita

NIM : 1161700167

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 20 Desember 2022

Catatan Perbaikan:

- Kerangka dasar pemikiran diperbaiki
- Triangulan sumber data belum teringat di bab 4
- Cek kembali daftar pustaka

Surabaya, 20 Desember 2022
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

(Beta Puspitaning A), 3/25

Revisi dari Dosen Penguji,

(Beta Puspitaning A)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI

JENIS UJIAN :

Skripsi

Nama : *Egga Alvionita*

NIM : *1151700167*

Hari/ Tanggal Ujian : *Selasa, 20 Desember 2022*

Catatan Perbaikan:

- *Informan dari pengunjung*
- *Evaluasi untuk pengelola di Pekanbaru*
-
-

Surabaya,
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

(Herlina K.)
Herlina K.

(Herlina K.)
Herlina K.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
 FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
 UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI

JENIS UJIAN :

Skripsi

Nama : Egga Alhionita.

NIM : 1151700167.

Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 20 Desember 2022

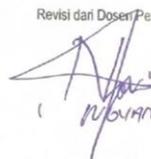
Catatan Perbaikan:

- pengenalan logo Kampung Lawas dari Font, gambar, icon dan lain-lain.
↳ Warna,
- penjelasan dari hal produk destinasi diperkuat.
- jelaskan identity dari ke RT 1-5 terlebih, keunggulan (SWOT).

Surabaya,
 Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


 (Nioyana)

Revisi dari Dosen Penguji,


 (Nioyana.)

Lampiran 5. Hasil Turnitin

ORIGINALITY REPORT			
14%	14%	2%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	digilib.uinsby.ac.id Internet Source		3%
2	jurnal.unissula.ac.id Internet Source		2%
3	123dok.com Internet Source		1%
4	jurnal.unej.ac.id Internet Source		1%
5	moam.info Internet Source		<1%
6	repository.its.ac.id Internet Source		<1%
7	repository.uph.edu Internet Source		<1%
8	Submitted to Universitas Gunadarma Student Paper		<1%
9	adoc.pub Internet Source		<1%

10	ejournal.iaiibrahimy.ac.id Internet Source	<1 %
11	es.scribd.com Internet Source	<1 %
12	kampunglawas.com Internet Source	<1 %
13	docplayer.info Internet Source	<1 %
14	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	<1 %
15	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
16	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %
17	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1 %
18	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	<1 %
19	repository.maranatha.edu Internet Source	<1 %
20	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
21	repository.uhn.ac.id Internet Source	<1 %

22	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
23	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
24	eprints.stikosa-aws.ac.id Internet Source	<1 %
25	id.m.wikipedia.org Internet Source	<1 %
26	journal.uta45jakarta.ac.id Internet Source	<1 %
27	jurnal.uns.ac.id Internet Source	<1 %
28	jurnal.utu.ac.id Internet Source	<1 %
29	www.scribd.com Internet Source	<1 %
30	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
31	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %
32	id.123dok.com Internet Source	<1 %
33	investasi.kontan.co.id Internet Source	<1 %

34 [investigasi.today](#) <1 %
Internet Source

35 [repository.wima.ac.id](#) <1 %
Internet Source

36 [www.ariston.com](#) <1 %
Internet Source

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

Lampiran 6. Wawancara dengan Narasumber Kampung Lawas Maspati

