

## Lampiran 1 Daftar Pertanyaan

### PELAKSANAAN KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS KETAHANAN PANGAN DAN PERTANIAN KOTA SURABAYA DALAM MEMPROMOSIKAN EKOWISATA HUTAN MANGROVE GUNUNG ANYAR

#### *Interview Guideline*

#### **A. Wawancara dengan Staff DKPP Kota Surabaya bagian Staff Adminstrasi (Kebun Raya Mangrove)**

Tujuan melakukan wawancara dengan staff DKPP Kota Surabaya bagian staff administrasi adalah karena Staff Administrasi Kebun Raya Mangrove merupakan orang terpenting yang mengetahui keseluruhan kerja dari suatu lembaga.

1. Apakah ada hal yang menarik dari destinasi ekowisata mangrove ini?  
Pertanyaan ini berhubungan dengan deskripsi subjek dan objek penelitian tentang ekowisata mangrove.
2. Selama ini, apa saja media online yang digunakan pihak DKPP dalam menyampaikan informasi ekowisata mangrove gunung anyar?  
Pertanyaan ini berhubungan dengan deskripsi subjek dan objek penelitian tentang ekowisata mangrove.
3. Produk apa yang dipasarkan oleh DKPP Kota Surabaya terhadap ekowisata ini?  
Pertanyaan ini berhubungan dengan “*Product*” Model Bauran Pemasaran menurut Neil Borden dan Jerome McCarthy.
4. Apakah ada harga tiket masuk bagi ekowisata ini? Ataupun biaya fasilitas lainnya?  
Pertanyaan ini berhubungan dengan “*Price*” Model Bauran Pemasaran menurut Neil Borden dan Jerome McCarthy.
5. Bagaimana pihak DKPP dalam memenej bidang pariwisata, pemasaran, destinasi, serta aksesibilitas ekowisata hutan mangrove?

6. Dan apakah akses transportasi menuju mangrove gunung anyar telah memadai bagi pengunjung?

Pertanyaan ini berhubungan dengan "*Place*" Model Bauran Pemasaran menurut Neil Borden dan Jerome McCarthy.

7. Selama ini, apa saja media online yang digunakan pihak DKPP dalam mempromosikan ekowisata mangrove gunung anyar? Bagaimana respon pengunjung yang dihasilkan dengan promosi secara langsung dari pihak DKPP?

Pertanyaan ini berhubungan dengan "*Promotion*" Model Bauran Pemasaran menurut Neil Borden dan Jerome McCarthy

## **B. Wawancara dengan Staff DKPP Kota Surabaya bagian Pemelihara Kebun Raya Mangrove**

Tujuan melakukan wawancara dengan bagian Pemelihara Kebun Raya Mangrove adalah karena bagian tersebut yang sehari-harinya terjun kelapangan.

1. Apakah ada hal yang menarik dari destinasi ekowisata mangrove ini?

Pertanyaan ini berhubungan dengan deskripsi subjek dan objek penelitian tentang ekowisata mangrove.

2. Selama ini, apa saja media online yang digunakan pihak DKPP dalam menyampaikan informasi ekowisata mangrove gunung anyar?

Pertanyaan ini berhubungan dengan deskripsi subjek dan objek penelitian tentang ekowisata mangrove.

3. Produk apa yang dipasarkan oleh DKPP Kota Surabaya terhadap ekowisata ini?

Pertanyaan ini berhubungan dengan "*Product*" Model Bauran Pemasaran menurut Neil Borden dan Jerome McCarthy.

4. Apakah ada harga tiket masuk bagi ekowisata ini? Atau pun biaya fasilitas lainnya?

Pertanyaan ini berhubungan dengan "*Price*" Model Bauran Pemasaran menurut Neil Borden dan Jerome McCarthy.

5. Bagaimana pihak DKPP dalam memenej bidang pariwisata, pemasaran, destinasi, serta aksesibilitas ekowisata hutan mangrove? Dan apakah akses transportasi menuju mangrove gunung anyar telah memadai bagi pengunjung?

Pertanyaan ini berhubungan dengan “*Place*” Model Bauran Pemasaran menurut Neil Borden dan Jerome McCarthy.

6. Selama ini, apa saja media online yang digunakan pihak DKPP dalam mempromosikan ekowisata mangrove gunung anyar? Bagaimana respon pengunjung yang dihasilkan dengan promosi secara langsung dari pihak DKPP?

Pertanyaan ini berhubungan dengan “*Promotion*” Model Bauran Pemasaran menurut Neil Borden dan Jerome McCarthy.

**C. Wawancara dengan Staff DKPP Kota Surabaya bagian Asisten Koordinator (Kebun Raya Mangrove)**

Tujuan melakukan wawancara dengan bagian Asisten Koordinator (Kebun Raya Mangrove) adalah sebagai pendukung dari bahan wawancara penelitian ini.

1. Selama ini, apa saja media online yang digunakan pihak DKPP dalam menyampaikan informasi ekowisata mangrove gunung anyar?

Pertanyaan ini berhubungan dengan deskripsi subjek dan objek penelitian tentang ekowisata mangrove.

2. Produk apa yang dipasarkan oleh DKPP Kota Surabaya terhadap ekowisata ini?

Pertanyaan ini berhubungan dengan "*Product*" Model Bauran Pemasaran menurut Neil Borden dan Jerome McCarthy.

3. Apakah ada harga tiket masuk bagi ekowisata ini? Atau pun biaya fasilitas lainnya?

Pertanyaan ini berhubungan dengan "*Price*" Model Bauran Pemasaran menurut Neil Borden dan Jerome McCarthy.

4. Bagaimana pihak DKPP dalam memenej bidang pariwisata, pemasaran, destinasi, serta aksesibilitas ekowisata hutan mangrove? Dan apakah akses transportasi menuju mangrove gunung anyar telah memadai bagi pengunjung?

Pertanyaan ini berhubungan dengan "*Place*" Model Bauran Pemasaran menurut Neil Borden dan Jerome McCarthy.

5. Bagaimana respon pengunjung yang dihasilkan dengan promosi secara langsung dari pihak DKPP?

Pertanyaan ini berhubungan dengan "*Promotion*" Model Bauran Pemasaran menurut Neil Borden dan Jerome McCarthy.

## Lampiran 2 Scripting Wawancara

### PELAKSANAAN KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS KETAHANAN PANGAN DAN PERTANIAN KOTA SURABAYA DALAM MEMPROMOSIKAN EKOWISATA HUTAN MANGROVE GUNUNG ANYAR

#### *Scripting Interview Guide*

Apakah ada hal yang menarik dari destinasi ekowisata mangrove ini?

**Ibu Ani Sofiatun:** “Hutan Mangrove Gunung Anyar dalam ekowisata menarik minat pengunjung dengan Jogging Track sebagai daya tarik utama. Di tempat ini, wisatawan dapat menikmati kegiatan jogging di jalur Jogging Track sambil menikmati pemandangan tumbuhan mangrove dan beragamsatwa mangrove lainnya. Mereka juga memanfaatkan pemandangan dari ala mini untuk berfoto ria. Dan bahkan brand baju pernah memanfaatkan keindahan alam ekowisata untuk berfoto disini. Ga hanya pemandangannya, kita juga menyediakan fasilitas berupa spot foto seperti Menara, dan nantinyakita akan menambah spot foto disini agar menarik minta wisatawan berkunjung”

**Ibu Habibah:** “Yang menarik dari kita, kita mempunyai sekitar kurang lebih 50 jenis tanaman mangrove disini. Kita sudah melampaui koleksi yang ada dibali sekitar 30 an jenis tanaman. Dan disini juga mungkin keindahan alamnya kali ya yang menarik bagi pengunjung. Karena bosan dengan pemandangan kota, mereka biasanya kesini untuk sekedar berlibur sambil menghirup udara segar”

Selama ini, apa saja media online yang digunakan pihak DKPP dalam menyampaikan informasi ekowisata mangrove gunung anyar?

**Ibu Ani Sofiatun:** “Selama ini kita memakai media online yaitu Instagram. Orang orang yang ingin melihat informasi ekowisata kami bisa melalui Instagram DKPP Kota Surabaya.”

**Ibu Habibah:** “Kita biasanya dominan menggunakan Instagram. Tetapi kita juga punya website DKPP untuk sumber informasi secara luas tentang dinas

kami. Yah lebih ke Instagram saja, tetapi Instagram kita tidak berfokus pada satu info mangrove gunung anyar ini saja. Wisata kita banyak, seperti mangrove wonorejo, mangrove gunung anyar, mangrove medoka, romokali adventure, pasar kan hias gunung sari, dan lain-lain. Maka dari itu kadang wisatawan juga bingung jika ingin tau ekowisata ini sedang buka atau tutup. Karenakan kita masih membangun infrastruktur sebelum berubah nama menjadi kebun raya mangrove”

**Bapak Husni Rahman:** “Instagram. Kita hanya punya Instagram untuk mengetahui informasi yang dibagikan ke masyarakat mengenai info-info terkini. Mungkin kedepannya ingin lebih memperluas lagi informasi tidak hanya melalui Instagram tapi juga seperti tiktok, youtube, dan lain-lain.”

**Produk apa yang dipasarkan oleh DKPP Kota Surabaya terhadap ekowisata ini?**

**Ibu Ani Sofiatun:** “Hutan Mangrove Gunung Anyar dalam ekowisata menarik minat pengunjung dengan Jogging Track sebagai daya tarik utama. Di tempat ini, wisatawan dapat menikmati kegiatan jogging di jalur Jogging Track sambil menikmati pemandangan tumbuhan mangrove dan beragamsatwa mangrove lainnya. Potensi hutan mangrove ini juga memiliki peran penting dalam mencegah abrasi dan tsunami. Kami memasarkan keindahan alam wisata ini dengan fokus pada potensi ekowisata yang besar bagi alam dan masyarakat”

**Ibu Habibah:** “Mungkin kita memiliki produk-produk UMKM yang kita jualkan dan kita tawarkan pada pengunjung. Seperti POKDARWIS dan kelompok tani. Namun ketika kita sudah launching nama baru menjadi kebun raya mangrove, kita akan menciptakan produk olahan atau industry kreatif kita agar pengunjung bisa menikmati dan juga membeli”

**Bapak Husni Rahman:** “Jadi, promosi yang kita lakukan berupa wisata hutan mangrove, seperti fasilitasnya, keindahannya, itu kita pasarkan pada masyarakat yang mengunjungi wistaa ini.”

Apakah ada harga tiket masuk bagi ekowisata ini? Atau pun biaya fasilitas lainnya?

**Ibu Ani Sofiatun:** “Gratis, Cuma didepan itu memang ditarik parkir kendaraan. Nah kabarnya ketika kita sudah launching nama baru kita pastinya membuat harga tiket masuk bagi pengunjung. Ini jelas masih sesuai target pasaran kita ya”

**Ibu Habibah:** “Untuk saat ini kita masih memberikan gratis bagi harga tiket masuk ke tempat wisata. Namun wisatawan dapat berkunjung untuk menikmati ekowisata ini tanpa dipungut biaya. Kecuali biaya parkir diawal pintu masuk. Ketika kita sudah launching nama baru menjadi Kebun Raya Mangrove, kita akan menetapkan biaya masuk wisata. Informasinya tentang adanya HTM masih tetap melalui Instagram DKPP ”

**Bapak Husni Rahman:** “HTM masih gratis ya, jika kita launching nama baru menjadi krm kita pastinya memberikan HTM. Tetapi rencana jika kita ada fasilitas baru seperti wahana ATV dan lain-lain kita akan kenakan biaya tambahan juga.

Bagaimana pihak DKPP dalam memenej bidang pariwisata, pemasaran, destinasi, serta aksesibilitas ekowisata hutan mangrove? Dan apakah akses transportasi menuju mangrove gunung anyar telah memadai bagi pengunjung?

**Ibu Ani Sofiatun:** “Sejauh ini kita memiliki patokan lokasi yang mudah diingat masyarakat. Lokasi ekowisata hutan mangrove terletak di gunung anyar dan sangat mudah ditemukan sebelum memasuki wisata, lebih mudah karena kita dekat dengan MERR (Middle East Ring Road). Secara aksesibilitas kita masih bisa dijangkau kok wisata nya. Jika pengunjung berkendara pribadi, tetapi untuk rombongan tour belum. Sejauh ini belum aktif bekerja sama dengan agen tour and travel dalam membuat paket tour edukasi mengenai wisata mangrove”

**Ibu Habibah:** “Biasanya kan wisatawan membawa kendaraan pribadi mereka. Wisatawan yang ingin berkunjung biasanya mencari tahu lewat media online

kita seperti Instagram DKPP Kota Surabaya. Lokasi sudah tersedia di Google Maps sehingga memudahkan pengunjung kesini”

**Bapak Husni Rahman:** “Kita ada pembangunan lahan parkir didepan, ini menurut saya bisa mempermudah pengunjung untuk memarkirkan kendaraan pribadi mereka. Ini mempermudah akses pengunjung untuk berkunjung kesini”

Selama ini, apa saja media online yang digunakan pihak DKPP dalam mempromosikan ekowisata mangrove gunung anyar? Bagaimana respon pengunjung yang dihasilkan dengan promosi secara langsung dari pihak DKPP?

**Ibu Ani Sofiatun:** “Dinas memiliki media online website resmi dan akun Instagram resmi. Disitu kita mempromosikannya. Biasanya berupa konten anak-anak muda yang biasanya bikin, lalu ada ajakan untuk berwisata kesini. Cuman belum efisien kalo memasarkannya lewat Instagram saja, apalagi DKPP ini juga menaungi banyak wisata disurabaya. Jadi tidak focus. Mungkin kita juga ada event besar lalu orang-orang datang kesini, itu secara langsung promosi dari kita kalo iniloh disurabaya ada tempat senyaman ini jauh dari kehidupan kota. Yah mungkin itu bisa jadi patokan kita untuk membuat orang yang datang tertarik dan bakal bilang lagi keteman-temannya dari mulut ke mulut.

**Ibu Habibah:** “Kita hanya menggunakan media promosi lewat digital saja seperti Instagram. Namun Instagram ini hanya milik akun Dinas yaitu DKPP. Kita hanya memiliki akun Instagram milik Dinas saja, tetapi tidak terfokuskan oleh wisata ini namun wisata se-surabaya lainnya yang dinaungi oleh DKPP. Saya ingin jika Instagram mangrove gunung anyar ini memiliki isntagram pribadi sendiri seperti kebun binatang Surabaya. Namun DKPP meminimalisir agar tidak terjadi banyak kesalahan dalam membuat konten apalagi tentang edukasi. Jika ada kesalahan sedikit ini bisa menjadi permasalahan kita dan konsekuensi kit ajika memiliki akun Instagram sendiri. Semoga kedepannya ada media promosi sendiri bagi mangrove gunung anyarini.

**Bapak Husni Rahman:** “Jadi, promosi yang kita lakukan berupa wisata hutan

Mangrove. Promosi nya melalui Instagram, lalu ada juga review-review dari pengunjung seperti melalui youtube atau tiktok. Kita hanya di Instagram milik DKPP saja sih, tapi sesuatu keberuntungan jika ada promosi secara tidak langsung yang dibuat oleh pengunjung jika berwista kesini. Mereka biasanya berkunjung lalu bikin konten-konten gitu dan mengupload di akun socmed pribadi milik mereka”.

**Lampiran 3 Dokumentasi**



## Lampiran 4 Lembar Perintah Revisi Penguji 1

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

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Safira Dewi Purnama

NIM : 1151900206

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 19 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

- Revisi seperti yg telah dibahas pada waktu sidang
- Judulnya diganti sesuai dg isi & hasil penelitian

Surabaya, 3 Juli 2023

Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,



( Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom )



( Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom )

## Lampiran 5 Lembar Perintah Revisi Penguji 2

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

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Safira Dewi Purnama

NIM : 1151900206

Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 19 Juni 2023

Catatan Perbaikan:

Bongkar! Judul, sub judul, lb tidak sejalan!

Surabaya, .....  
Persetujuan Dosen Penguji 1 Telah Revisi/Perbaikan, Revisi dari Dosen Penguji 1,

(  )  
Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si

(  )  
Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si



## Lampiran 7 Hasil Turnitin

Artikel_Safira_Dewi_1151900206_1.docx			
ORIGINALITY REPORT			
20%	19%	6%	5%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
1	dosen.upi-yai.ac.id Internet Source		5%
2	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper		2%
3	www.satujam.com Internet Source		2%
4	www.researchgate.net Internet Source		1%
5	repository.uin-suska.ac.id Internet Source		1%
6	etheses.uinsgd.ac.id Internet Source		1%
7	arwiranews.com Internet Source		1%
8	repository.unib.ac.id Internet Source		1%
9	conference.untag-sby.ac.id Internet Source		1%

10	<a href="http://ejournal.unsri.ac.id">ejournal.unsri.ac.id</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://katadata.co.id">katadata.co.id</a> Internet Source	1 %
12	Submitted to Udayana University Student Paper	<1 %
13	<a href="http://journal.bungabangsacirebon.ac.id">journal.bungabangsacirebon.ac.id</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://id.m.wikipedia.org">id.m.wikipedia.org</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://lib.ui.ac.id">lib.ui.ac.id</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://repository.usahidsolo.ac.id">repository.usahidsolo.ac.id</a> Internet Source	<1 %
17	<a href="http://jurnalbki.uinsby.ac.id">jurnalbki.uinsby.ac.id</a> Internet Source	<1 %
18	<a href="http://repository.upi.edu">repository.upi.edu</a> Internet Source	<1 %
19	<a href="http://beta.steemit.com">beta.steemit.com</a> Internet Source	<1 %
20	<a href="http://ejournal.raharjo.ac.id">ejournal.raharjo.ac.id</a> Internet Source	<1 %
21	<a href="http://karantinasby.pertanian.go.id">karantinasby.pertanian.go.id</a> Internet Source	<1 %

22	<a href="http://karyailmiah.unisba.ac.id">karyailmiah.unisba.ac.id</a> Internet Source	<1 %
23	<a href="http://repository.ar-raniry.ac.id">repository.ar-raniry.ac.id</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="http://bimawa.uad.ac.id">bimawa.uad.ac.id</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://www.scilit.net">www.scilit.net</a> Internet Source	<1 %
26	"HCI International 2022 – Late Breaking Posters", Springer Science and Business Media LLC, 2022 Publication	<1 %
27	Muhammad Supriyanto, Muhammad Taali. "PENGARUH BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX) TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN MENGINAP DI THE SUN HOTEL MADIUN", Epicheirisi: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran dan Kesekretariatan, 2022 Publication	<1 %
28	<a href="http://docplayer.info">docplayer.info</a> Internet Source	<1 %
29	<a href="http://ejurnal.its.ac.id">ejurnal.its.ac.id</a> Internet Source	<1 %
30	<a href="http://ejurnal.stmik-budidarma.ac.id">ejurnal.stmik-budidarma.ac.id</a> Internet Source	<1 %

31	id.scribd.com Internet Source	<1 %
32	jurnal.unpad.ac.id Internet Source	<1 %
33	jurnalnasional.ump.ac.id Internet Source	<1 %
34	mamazahra.wordpress.com Internet Source	<1 %
35	repository.its.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes  Off

Exclude matches  Off

Exclude bibliography  On

## Lampiran 8 Lembar Bimbingan



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

Program Studi • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi  
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi  
 Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)  
 Telp. 031-5991742, 5931800 psw 159 email : fisp@untag-sby.ac.id

### KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Safira Dewi Purnama  
 NBI : 1151900206  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Dosen Pembimbing I : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom  
 Dosen Pembimbing II : Muchamad Rizqi, S.I Kom., M Med.Kom  
 Judul Skripsi : Analisis Strategi Perencanaan Komunikasi Pariwisata Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya Dalam Mempromosikan Ekowisata Hutan Mangrove Gunung Anyar

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	1/3 '23	LBM, RM, TP Komunikasi Pariwisata > BAB II Promosi		
2.	27/3 '23	- " -		
3.	30/3 '23	BAB 1 ACC "-		
4.	3/4 '23	Latar Belakang Masalah - Penelitian terdahulu		
6.	12/5 '23	- Latar Belakang masalah - Penelitian terdahulu		
7.	3/5/23	Landasan Teori Landasan konseptual > Bab II		
8.	3/5 '23	Landasan Teori Landasan konseptual kerangka pemikiran > Bab II		
9.	9/5/23	kom pemaasan pariwisata > Bab II kerangka pemikiran kritera informasi - Bab III		



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

Program Studi : ♦ Administrasi Publik ♦ Administrasi Bisnis ♦ Ilmu Komunikasi  
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi  
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)  
Telp. 031-5991742, 5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

No.	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
10.	11/5/23	Landasan konseptual - Bab II kritera Informan - Bab III		
11.	12/5/23 /6	BAB II - IV ACC. Perbaiki pada catatan yg diberikan.		
12.	23/5/23 /6	Interview Guide untuk wawancara		
13.	6/6/23	Koreksi Interview Guide untuk wawancara		
14.	12/6/23	Revisi Bab IV		
15.	13/6/23	Revisi Bab 4		
16.	14/6/23 /6	BAB IV dan V ACC.		

Catatan:

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai

Tanggal : 14-6-23

Dosen Pembimbing I,

(Bagus Cahyo Shih, A.P.)

Dosen Pembimbing II,

(Muchlis Rizqi)

