

LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Pertanyaan untuk Informan Utama:

1. Digital PR apa yang digunakan oleh praktisi PR Surabaya Suites Hotel untuk memperbaiki citra?

Menemukan Fakta (*Fact Finding*)

1. Bagaimana cara praktisi PR Surabaya Suites Hotel untuk menemukan fakta dalam digital PR?
2. Apa alasan anda menggunakan riset tersebut?

Perencanaan dan Pemograman (*Planning and Programming*)

1. Rencana seperti apa yang anda lakukan untuk mendapatkan sasaran publik yang efektif?
2. Apa alasan anda untuk melakukan perencanaan tersebut?

Tindakan dan Komunikasi (*Action and Communication*)

1. Bagaimana strategi anda dalam menggunakan konten media sosial untuk memperbaiki citra pasca adanya isu hotel angker di Surabaya Suites Hotel?
2. Bagaimana anda mengundang influencer untuk bekerjasama dalam platform digital?
3. Dengan menggunakan platform digital apakah sudah dapat menarik minat pengunjung untuk menginap di hotel?
4. Apakah anda sering berinteraksi dengan khalayak di media sosial?
5. Bagaimana tindakan yang anda lakukan jika ada seseorang yang memberikan komentar negatif pada media sosial Surabaya Suites Hotel?

Evaluasi (*Evaluation*)

1. Evaluasi seperti apa yang dilakukan oleh anda terhadap konten-konten yang telah di upload pada media sosial Surabaya Suites Hotel?
2. Memperbaiki citra pasca adanya isu hotel angker apakah membuat anda kesulitan dalam membangun citra yang positif untuk kedepannya?
3. Dengan beberapa strategi yang telah digunakan apakah sudah memberikan feedback yang baik bagi Surabaya Suites Hotel?

Pertanyaan Untuk Informan Sekunder:

1. Apakah anda pernah menginap di Surabaya Suites Hotel?
2. Apakah anda mengikuti media sosial Surabaya Suites Hotel?
3. Menurut anda, konten-konten yang telah di upload pada platform digital Surabaya Suites Hotel apakah sudah menarik perhatian customer?
4. Apa yang membuat anda tertarik pada konten yang di upload pada media sosial Surabaya Suites Hotel?
5. Bagaimana pendapat anda mengenai efisien atau tidaknya pihak hotel dalam berkomunikasi atau interaksi pada platform digitalnya?

Lampiran 2 Transkrip Wawancara Informan Utama

Peneliti : Pertanyaan pertama yang mau saya tanyakan ke pak Bahar yaitu platform digital apa saja sih pak yang digunakan oleh Surabaya Suites Hotel dalam memperbaiki citra?

PR Hotel : Kita punya berbagai platform digital yang terdiri dari media sosial ada Instagram, TikTok, serta Facebook, Website, dan Virtual Tour 360. Platform digital tersebut sampai saat ini masih aktif dan sering kita gunakan agar publik mudah untuk mengakses serta mengetahui fasilitas yang kita punya.

Peneliti : Kalau dari beberapa platform digital yang dimiliki oleh Surabaya Suites Hotel sendiri tuh menurut pak Bahar bagaimana cara praktisi public relations menemukan fakta dalam digital PR?

PR Hotel : Kita menemukan fakta dalam digital PR itu dengan melakukan sebuah riset. Riset yang kita lakukan disini seperti melihat trend yang beredar di fyp atau reels. Pemilihan lagu, konten, dan jam upload yang harus diperhatikan, karena di media sosial itu bermain dengan algoritma. Selain itu, kita juga melihat *reach*, *accounts engaged*, dan *viewers* dalam setiap postingan.

Peneliti: : Mungkin dari beberapa media sosial yang dimiliki oleh Surabaya Suites Hotel apakah pak Bahar mempunyai target market atau menjangkau audiens yang sesuai dengan pesan dalam konten yang di upload?

PR Hotel: : Iya pasti, di media sosial kita juga memperhatikan target market yang kita inginkan, seperti melakukan perbandingan mulai dari umur, gender, dan generasi. Perbedaan dari beberapa elemen tersebut itulah yang dapat kita jadikan sebagai riset yang lebih dalam lagi, dan akhirnya kita menemukan bahwa generasi yang paling bagus buat coverage itu dari generasi Z dan riset paling bagus buat *selling* dari generasi X.

- Peneliti : Selain melihat target market dari perbandingan umur, gender, dan generasi. Apakah ada strategi lain yang dilakukan pak Bahar untuk memperbaiki citra?
- PR Hotel : Selain itu, kita juga berupaya untuk mengumpulkan masukan dari customer. Ketika tamu lagi breakfast kita harus dapat feedback, ada targetnya dari setiap staff. PR hotel harus mencari guest comment, contohnya hari ini yang breakfast ada 50 orang, maka pihak PR harus mengumpulkan minimal 70% guest comment secara verbal dan tulis. Jadi dari feedback itu nantinya yang akan kita perbaiki, memang tugas PR itu harus lebih banyak interaksi dengan tamu baik secara langsung maupun di platform digital.
- Peneliti : Oke baik, kalau perencanaannya nih seperti apa yang mau dilakukan untuk mendapatkan sasaran publik yang efektif?
- PR Hotel : Perencanaan yang ingin kita lakukan untuk kedepannya di platform digital yaitu pada website yang kita miliki. Kita ingin melakukan perubahan pada tema, tampilan, deskripsi, dan foto-foto kamar serta fasilitas.
- Peneliti : Apa alasan pak Bahar ingin meningkatkan dan melakukan perubahan pada website?
- PR Hotel : Alasannya kenapa ingin ditingkatin ya karena website juga merupakan platform digital kita yang masih aktif sampai saat ini, dari informasi yang terdapat pada website dapat membantu customer mengenal serta mengetahui fasilitas-fasilitas yang kita miliki, dan melakukan perubahan terhadap tampilan yang baru agar customer tertarik dengan pesan yang ada di dalam website.
- Peneliti : Selain peningkatan pada website, apakah punya perencanaan yang lain?

- Markom : Kita juga ingin memanfaatkan platform digital yang lain, rencananya sih buat podcast di Youtube. Nah kita kan juga ngikutin perkembangan era digital sekarang nih ya dan kita juga ingin jadi pioneer lewat channel lain.
- Peneliti : Menarik juga ya kak, terus kalau pembuatan konten di media sosial gitu apa di planning juga?
- Markom : Oh, iya pasti ada dong, kita juga merencanakan rangkaian konten yang akan dibuat dalam satu bulan. Contohnya di bulan mei ini kan HUT Surabaya nah pasti di awal bulan kita juga akan menyesuaikan promo apa saja nih yang mau disediakan terus kontennya mau dibuat seperti apa. Social media plan ini kita bikin pada tiga media sosial yang kita miliki yaitu Instagram, TikTok, dan Facebook.
- Peneliti : Selain itu, bagaimana sih strategi yang dilakukan oleh pihak PR dalam menggunakan konten media sosial untuk memperbaiki citra pasca adanya isu hotel angker?
- PR Hotel : Kita support untuk event-event nasional contohnya di hari kemerdekaan pasti kita ikut mengadakan lomba dan give away kamar seharga 17 rupiah untuk 8 orang pemenang, dalam rangka memperingati hari pahlawan kita juga bikin kompetisi. Event lainnya juga kita adain waktu ulang tahun Surabaya Suites Hotel ke 30, itu ada giveaway juga selama 30 hari secara berturut. Selain itu, terdapat sebuah challenge yaitu photos contest nasgor JK wrap secara on the spot dalam rangka kompetisi nasgor JK sebagai menu varian terbaru dari Surabaya Suites Hotel. Event-event tersebut di upload pada Instagram dari Surabaya Suites Hotel.
- Peneliti : Berarti sangat aktif ya pak media sosial dari Surabaya Suites Hotel dan konten yang di upload juga beragam, mungkin ada tindakan lain nih yang pak Bahar lakukan?

- PR Hotel : Kalau tindakan lainnya sih yang pertama kita lakukan untuk memberikan sebuah experience yaitu dengan mengundang media, corporate yang kepala-kepalanya kita undang, kerjasama dengan influencer, dan customer yang kita kasih compliment. Semua tindakan tersebut itu butuh waktu, tidak mudah. Banyak banget strategi yang kita lakukan contohnya seperti melakukan renovasi dari beberapa ruangan yang sudah lembab, sofa-sofa yang ada di café taman kita perbaruin lagi, lift juga sekarang sudah berfungsi 3, karpet dan bathup yang mungkin dulunya kurang layak akan kita perbaiki juga. Karena membangun image itu tidak sebentar apalagi dulunya ada isu hotel angker disini. Jadi dengan kita membawa mereka dalam sebuah experience yang bagus secara langsung, mereka juga akan story telling ke beberapa orang.
- Peneliti : Kalau yang mengundang dan bekerjasama dengan influencer dalam platform digital itu seperti apa ya pak?
- PR Hotel : Tindakan yang kita lakukan untuk bekerjasama dengan influencer itu seperti ada beberapa influencer yang butuh akomodasi dari hotel, kita pasti sediakan untuk mereka. Lalu, kerjasama ini dilakukan dengan cara influencer tersebut memberikan review sejujur-jujurnya dari apa saja yang telah kita berikan kepada mereka. Segmen influencer ini juga berbeda, ada yang food, travelling, dan beauty.
- Peneliti : Bekerjasama ini apa engagement dan followers yang dimiliki oleh influencer harus diperhatikan pak?
- PR Hotel : Iya pasti, kita harus lihat dulu nih aktivitas mereka itu seperti apa, engagement, dan followers mereka itu berapa. Karena semakin tinggi jangkauan influencer tersebut di media sosial, maka dengan konten digital yang mereka buat dapat membantu kita dikenal oleh publik dan bisa mendapatkan minat pengunjung untuk menginap di Surabaya Suites Hotel.

- Peneliti : Terus dengan adanya platform digital yang dimiliki oleh Surabaya Suites Hotel apakah sudah dapat menarik minat pengunjung untuk menginap di hotel?
- PR Hotel : Alhamdulillahnya kita dapat menarik pengunjung melalui media sosial dengan feedback yang baik. Adanya statistik yang terdapat pada Instagram dan TikTok, kita dapat melihat engagement dan itu benar-benar sesuai dengan apa yang kita inginkan.
- Peneliti : Berarti platform digitalnya sudah memiliki nilai daya tarik ya, kalau untuk berinteraksi dengan khalayak di media sosial itu seperti apa pak?
- PR Hotel : Cara kita berinteraksi dengan masyarakat di media sosial itu dengan membalas komentar di setiap postingan yang kita upload baik di Instagram maupun di TikTok, karena dua media sosial kita tersebut yang paling banyak dikunjungi oleh semua orang. Selain itu, ketika ada para tamu yang upload foto atau video dan mention ig kita, pasti kita akan repost story mereka. Itu salah satu kekuatan kita, mereka dapat sebuah experience dan kita anggap itu sebuah strategi yang berhasil.
- Peneliti : Bagaimana tindakan yang bapak Bahar lakukan jika ada seseorang yang memberikan komentar negatif pada media sosial Surabaya Suites Hotel?
- PR Hotel : Kita riset dulu nih kita cari tau dulu accountnya, terus dia staynya kapan. Kalau dia tidak ada record tracknya menginap disini kita langsung balas dengan cara yang baik, karena kalau komentar negatif itu di biarkan dan tidak di balas dengan kita itu akan lebih bahaya. Pasti semua orang lihat google review sebelum menginap di hotel, dengan cara kita balas komentar tersebut akan menjadi nilai plus buat rating hotel yang positif.

Tapi kalau dia pernah stay disini dan dia merasakan kekecewaan, kita ada kompensasi yang akan kita berikan.

Peneliti : Baik pak, terus di Surabaya Suites Hotel ini apa pernah membuat press release dan terpublish secara online?

PR Hotel : Pernah dong, contohnya tahun baru kemarin kita juga buat press release lalu kita kirim ke beberapa media agar dipublikasikan. Penggunaan press release ini kita gunakan sebagai cara memperkenalkan event yang kita laksanakan kepada publik dan agar semakin banyak orang yang tau tentang hotel kita.

Peneliti : Selain itu kan Surabaya Suites Hotel juga memiliki platform digital seperti website ya pak, itu websitenya masih aktif?

PR Hotel : Website yang kita miliki juga aktif sampai saat ini. Website tersebut bertujuan agar memudahkan khalayak untuk mengetahui informasi, fasilitas, dan dapat booking kamar secara online.

Peneliti : Kalau platform digital yang virtual tour 360 itu sudah lama dimiliki atau baru-baru ini pak?

PR Hotel : Baru banget satu bulan yang lalu kita buat platform digital virtual tour 360 ini. Karena kita juga pingin semua orang itu dapat lihat secara keseluruhan gitu, ga cuma dari beberapa ruangan aja. Kayak di virtual 360 tersebut kita kasih tunjuk semua fasilitas yang kita punya, contohnya nih kamu mau lihat ke lobby nanti tinggal klik aja bisa kamu geser tuh ke kanan, kiri, atas, dan mau langsung lihat ke kamar juga bisa. Istilahnya tuh kita kasih lihat dulu apa saja fasilitas yang ada disini secara keseluruhan dan mereka dapat melihat secara digital sebelum mengunjungi langsung di Surabaya Suites Hotel.

- Peneliti : Evaluasi seperti apa yang dilakukan oleh pak Bahar terhadap konten-konten yang telah di upload pada media sosial Surabaya Suites Hotel?
- PR Hotel : Dari konten-konten yang telah kita upload di media sosial itu pasti kita lihat jangkauannya berapa dari konten tersebut, jam uploadnya kapan, hashtag dan lagu yang digunakan, likesnya berapa, kalau misal hasil statistiknya tidak sesuai dengan yang kita inginkan pasti kita akan evaluasi dan melakukan riset lagi. Gimana cara menjangkau khalayak dan mendapatkan insight yang kita inginkan di konten-konten selanjutnya.
- Peneliti : Memperbaiki citra pasca adanya isu hotel angker apakah membuat pak Bahar kesulitan dalam membangun citra yang positif untuk kedepannya?
- PR Hotel : Memang harus sabar dengan semua proses yang dijalankan, karena kalau kita memperbaiki suatu permasalahan dengan cara instant itu pasti tidak akan bertahan lama. Dari strategi yang kita jalankan juga murni apa adanya tanpa memanipulatif. Meskipun Surabaya Suites Hotel ini hotel yang lama, hotel yang tua, tetapi kita tidak akan pernah menghilangkan historynya. Hanya merenovasi dari beberapa ruangan yang memang pencahayaannya kurang, lembab, dan kita juga harus banyak aktif dalam berinteraksi dengan khalayak.
- Peneliti : Dengan beberapa strategi yang telah digunakan apakah sudah memberikan feedback yang baik bagi Surabaya Suites Hotel?
- PR Hotel : Alhamdulillahnya sudah dapat feedback positif, karena kita juga berupaya untuk berkomunikasi dengan followers di media sosial. Dari beberapa media dan influencer yang bekerjasama dengan kita untuk melakukan sebuah review yang sejujur-jujurnya itu juga menghasilkan sebuah dampak positif untuk kita. Dampak positif yang kita maksud disini yaitu isu hotel

angker sudah perlahan hilang dan customer pun memiliki kepercayaan serta rasa nyaman menginap di Surabaya Suites Hotel. Salah satunya kita bisa lihat di google review, yang dimana sebelumnya rating Surabaya Suites di google review itu hanya 4.3 dan sekarang sudah di 4.5.”

Lampiran 3 Transkrip Wawancara Informan Sekunder

Peneliti : Apakah anda pernah menginap di Surabaya Suites Hotel?

Informan 1 : Iya saya pernah menginap di Surabaya Suites Hotel kak.

Informan 2 : Pernah kak tapi cuma satu kali.

Informan 3 : Iya pernah kak 2 kali saya staycation di Surabaya Suites Hotel.

Informan 4 : Pernah, 2 kali saya menginap disana. Yang pertama sih uda lama banget ya tahun 2017 dan yang kedua baru bulan Januari kemarin.

Peneliti : Apakah anda mengikuti media sosial Surabaya Suites Hotel?

Informan 1 : Iya mengikuti kak di Instagram

Informan 2 : Ikuti Instagramnya aja sih kak

Informan 3 : Saya follow Instagramnya Surabaya Suites Hotel aja sih kak

Informan 4 : Iya, di Instagram aja soalnya saya ngga pakai tiktok kak

Peneliti : Menurut anda, konten-konten yang telah di upload pada platform digital Surabaya Suites Hotel apakah sudah menarik perhatian customer?

Informan 1 : Sudah menarik kak, kontennya juga bagus dan cukup informatif. Cara penyampaian di dalam konten tersebut juga tidak setengah-setengah jadi kita sebagai customer juga bisa memahaminya dan Surabaya Suites sering update story juga si kak. Banyak promo juga di hotel ini, mungkin itu salah satunya ya mereka dapat menarik pengunjung

- Informan 2 : Menurut saya konten digital Surabaya Suites Hotel sudah cukup menarik perhatian customer kak, apalagi kadang ada live sale ya di Instagram tiap hari kamis. Memang kontennya pun sesuai dengan ekspektasi kita seperti waktu kita kunjungin tuh kamarnya memang luas, full wifi, dan di beberapa sudut depan kamar ada air isi ulangya.
- Informan 3 : Iya kak sudah cukup menarik perhatian dari konsumen sih, dari konten-konten yang sudah diposting tersebut dapat berguna sekali terutama bagi saya pribadi jadi tau. Pihak hotel juga sering sekali mengadakan promo-promo kamar, makanan tradisional yang disediakan ya taunya dari media sosial mereka. Jadi menurut saya konten digitalnya sudah memiliki daya tarik kak.
- Informan 4 : Ya sangat menarik kak apalagi pihak Surabaya Suites Hotel sering mengadakan live IG yang dimana mereka mempromosikan kamarnya dengan harga 395rb sudah dapat kamar yang luas. Saya dua kali staycation disana kak dulu yang pertama tahun 2017 dan yang kedua kalinya baru di Januari kemarin itu pun karena dapat diskon waktu lihat live IG. Saya terkesan dengan fasilitas disana kak terutama kamarnya, kalau ada kesempatan saya mau kok staycation disana lagi.
- Peneliti : Apa yang membuat anda tertarik pada konten yang di upload pada media sosial Surabaya Suites Hotel?
- Informan 1 : Konten yang memberitahukan tentang fasilitas dan promosi sih kak, tapi saya masih belum coba promonya. Mungkin lain waktu saya akan coba promo-promo yang disediakan oleh Surabaya Suites Hotel.
- Informan 2 : Itu tadi kak seperti live IG yang diadakan oleh Surabaya Suites Hotel dapat membuat saya tertarik dan saya staycation disana

juga karna dapat give away waktu ulang tahunnya Surabaya Suites Hotel yang ke 30 Tahun. Saya sebagai customer juga tertarik untuk staycation disana lagi kak dan kontennya juga memilki kesan yang bagus. Sering sering giveaway juga biar makin menarik.

Informan 3 : Kalau menurut saya sih saya jadi tau konten-konten yang diposting oleh pihak hotel yang selalu update tentang promo kamar, fasilitas, dan makanan tradisional yang disediakan.

Informan 4 : Saya tertarik saat diadakan live untuk booking kamar dengan harga murah dan saya juga dapat promo tersebut yang akhirnya bikin saya staycation untuk kedua kalinya disana.

Peneliti : Bagaimana pendapat anda mengenai efisien atau tidaknya pihak hotel dalam berkomunikasi atau interaksi pada platform digitalnya?

Informan 1 : Sebenarnya sih kurang efisien ya kak kalau berkomunikasi melalui platform digital, karena waktu itu aku pernah DM tapi di arahkan tanya melalui via WA aja. Tapi kalau untuk awareness mungkin sangat efisien karena kita jadi tahu fasilitas dan promo apa aja dari Surabaya Suites Hotel. Karena fasilitas dari hotel ini juga sesuai sama yang ada di platform digitalnya.

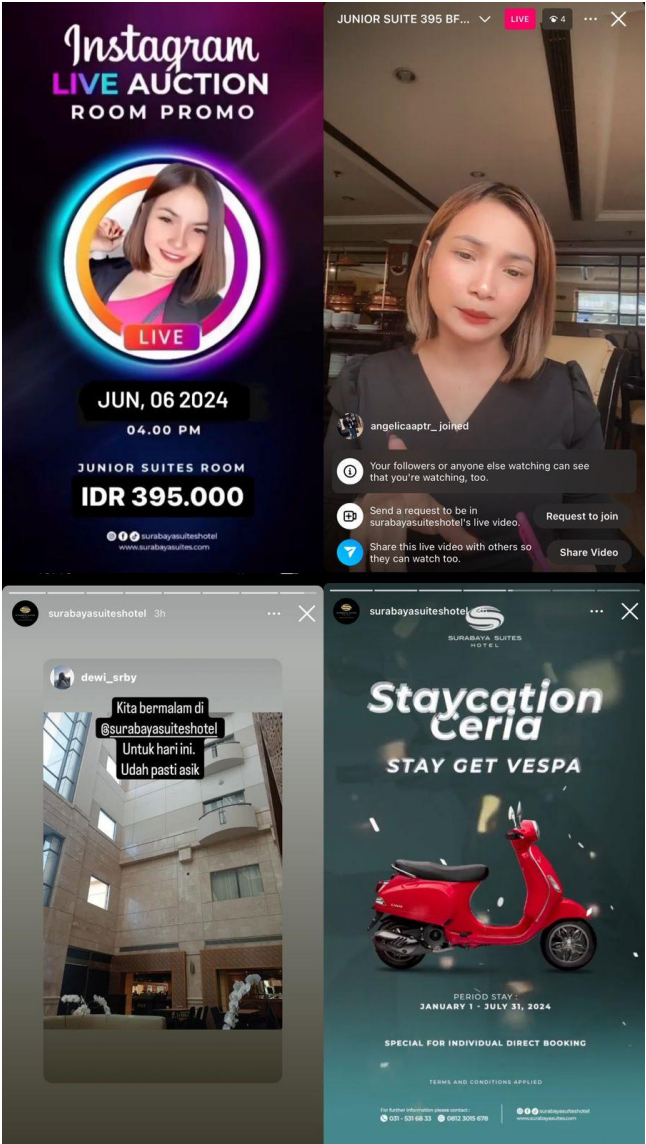
Informan 2 : Sejauh ini platform terpopuler itu Instagram dan TikTok ya kak, jadi menurut saya sangat efisien untuk berinteraksi antara pihak hotel dengan customer melalui platform digital tersebut. Pihak hotel juga fast respon dan pelayanannya juga sangat baik, hal itu membuat saya sebagai customer juga senang kalau pihak hotel fast dan good respon kak.

Informan 3 : Pelayanannya sangat baik kak sangat ramah juga. Berkomunikasi di platform digital menurut saya efisien soalnya kan DM atau komentar itu kan promosi yang minimum biaya

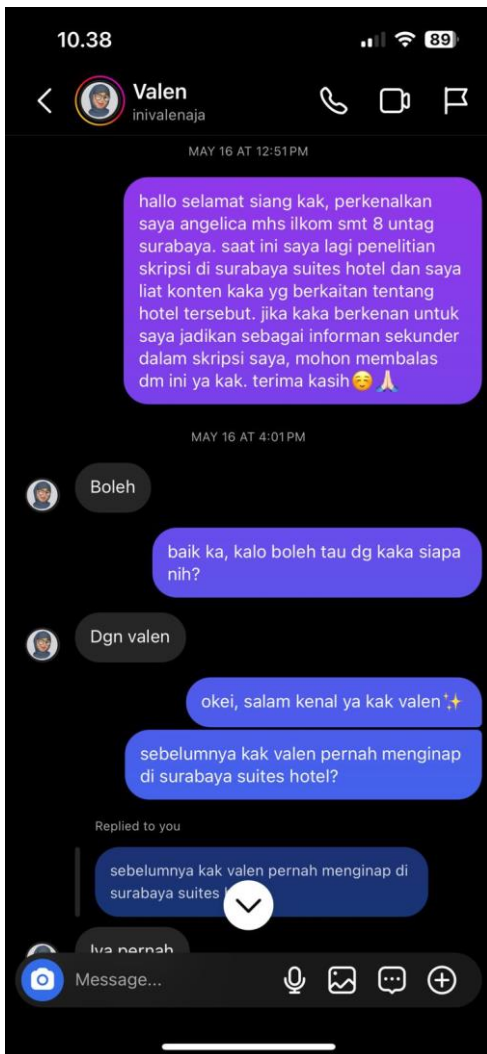
seperti menanyakan fasilitas atau kamar available atau tidak bisa ditanyakan lewat DM, dengan mengetik saja bisa memberi banyak informasi, tapi perlu juga pihak hotel harus cepat dan bersedia untuk menanggapi DM serta komentar dan hal tersebut sudah dilakukan oleh Surabaya Suites Hotel kak, saya lihat mereka juga sering balas komentar-komentar.

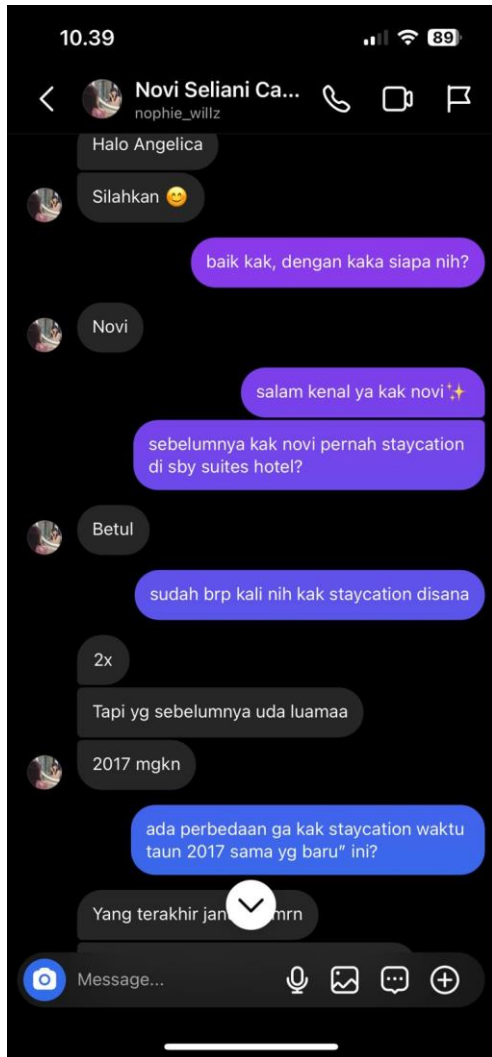
Informan 4 : Sejauh ini saya lihat mereka berinteraksi dengan customer di media sosial sudah cukup efisien dan baik kak, saya juga mengikuti Instagram Surabaya Suites Hotel. Staffnya ramah dan pihak hotel juga memberikan pelayanan yang baik di media sosial yang mereka miliki.

Lampiran 4 Dokumentasi











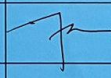


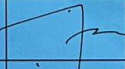
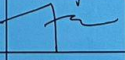
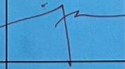



Lampiran 5 Kartu Bimbingan



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 : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Angelica Putri Hendrik Polman
 NBI : 1152000315
 Program Studi : Ilmu Komunikasi
 Dosen Pembimbing I : Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom
 Dosen Pembimbing II : Nara Garini Ayuningrum, S. Tr. I.Kom., M.A
 Judul Skripsi : Strategi Public Relations Surabaya Suites Hotel Dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Melalui Konten Digital
 Strategi Digital Public Relations Surabaya Suites Hotel Dalam Memperbaiki Citra Perca Adanya lu Hotel Angear

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
	28/2/2024	• Menambahkan sumber di LBM • menambahkan penjelasan di Teori Digital PR		
	8/3/2024	• Menambahkan urgensi di LBM • Landasan Teori dan konseptual		
	15/3/2024	• format penulisan		
	21/3/2024	ACC BAB 1-3		
	26/3/2024	• Cap Penelitian • Teknik Pengumpulan Data • Perbaikan kerangka pemikiran		
	3/4/2024	ACC BAB 1-2, Lampir Guide intaron		
	15/5/2024	Revisi Bab 4		
	15/5/2024	Bab 4		
	5/6/2024	ACC BAB 4 & 5 Citra besu sedang		
	5/6/2024	ACC BAB 1-5		

Lampiran 7 Lembar Revisi Dosen Penguji 2

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

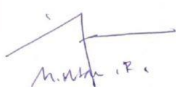
LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Angelica Putri Hendrik Polman
NIM : 1152000315
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 25 Juni 2024
Judul Skripsi : Strategi Digital Public Relations Surabaya Suites Hotel Dalam Memperbaiki Citra Pasca Adanya Isu Hotel Angker

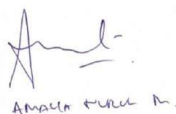
Catatan Perbaikan:

- Lengkapi daftar & statement dengan data & sumber referensi
- Revisi teknik pengumpulan data, khususnya observasi & dokumentasi
- Jelaskan cara ~~menentukan~~ wawancara narasumber, apakah langsung / DM IG
- Persepsi siapa strategi PR yg di Bab I itu sumbernya karena

Surabaya, 25 Juni 2024
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


M. Nur Rizki

Revisi dari Dosen Penguji,


Amalia Nurul H.

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

Lampiran 8 Lembar Revisi Dosen Penguji 3

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

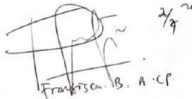
LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Angelica Putri Hendrik Polman
NIM : 1152000315
Hari/ Tanggal Ujian : Selasa, 25 Juni 2024
Judul Skripsi : Strategi Digital Public Relations Surabaya Suites Hotel Dalam Memperbaiki Citra Pasca Adanya Isu Hotel Angker

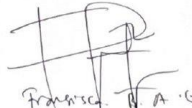
Catatan Perbaikan:

Bab 1 → Perhatikan Sumber.
↳ Tambahan berkaitan dengan perbaikan citra apa? Citra sebenarnya gimana?
↳ Tm hotel angker apakah hanya dan gambaran 1 isu aja?
Bab 2 → Karangan berpikir.
Bab 4 → perbandingan tambahkan analisis lakukan hanya deskripsi.
tambah hasil wawancara Surabaya.

Surabaya, 25-6-24
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,


Fransisca B. A. C.

Revisi dari Dosen Penguji,


Fransisca B. A. C.

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

Lampiran 9 Lembar Turnitin

Angelica bab 1,4,&5

ORIGINALITY REPORT

9% SIMILARITY INDEX	9% INTERNET SOURCES	2% PUBLICATIONS	3% STUDENT PAPERS
-------------------------------	-------------------------------	---------------------------	-----------------------------

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	1%
2	ejournal.upnvj.ac.id Internet Source	1%
3	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
4	journal.amikindonesia.ac.id Internet Source	<1%
5	proceedings.ums.ac.id Internet Source	<1%
6	journal.uii.ac.id Internet Source	<1%
7	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	<1%
8	superapps.kompas.com Internet Source	<1%
9	journal2.stikeskendal.ac.id Internet Source	<1%
10	123dok.com Internet Source	<1%

11	conference.untag-sby.ac.id Internet Source	<1 %
12	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya Student Paper	<1 %
13	brightsmilesite.wordpress.com Internet Source	<1 %
14	Submitted to IAIN Pekalongan Student Paper	<1 %
15	eprints.untirta.ac.id Internet Source	<1 %
16	jurnal.uns.ac.id Internet Source	<1 %
17	www.accomptec.co.id Internet Source	<1 %
18	id.123dok.com Internet Source	<1 %
19	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id Internet Source	<1 %
20	perpustakaan.poltekkes-malang.ac.id Internet Source	<1 %
21	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1 %
22	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %

Lampiran 10 Surat Keterangan Uji Turnitin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN

Nomor: 421/K/LOD/VI/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) by Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom

NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Angelica Putri

NBI : 1152000315

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%. Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 07 Juni 2024

Mengetahui

Kepala Lab. Otda,



Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom