LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Pedoman Wawancara Kepada Pengelola Wisata Lembah Pendawa (*Owner*)

Konsep/Fokus Pertanyaan	Indikator	Daftar Pertanyaan
Penggunaan Media Sosial	Penggunaan media sosial	Sejak kapan Bapak mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, dan apa alasan utamanya?
	Pendekatan audiens	Apa terdapat upaya untuk menjangkau calon pengunjung secara langsung lewat sosmed, misalnya dengan pesan pribadi (*Direct Message*), database pelanggan, atau komunitas tertentu?
Konten dan Video Marketing	Perencanaan Konten	Bagaimana Bapak menentukan konsep atau ide konten promosi yang ditampilkan di media sosial?
	Penentuan Waktu	Bagaimana Bapak menentukan waktu atau momen yang tepat untuk menjalankan program promosi di media sosial?
Search Engine Optimize (SEO)	Perencanaan Strategi	Bagaimana Bapak merancang strategi komunikasi pemasaran secara keseluruhan sebelum melakukan promosi di berbagai media?
Search Engine Marketing (SEM)	Iklan Berbayar	Apakah pernah menggunakan iklan berbayar (*ads*) di platform seperti Instagram atau TikTok? Jika iya, bagaimana pertimbangannya?
Analitik Data	Evaluasi Optimalisasi	Bagaimana cara Bapak mengevaluasi keberhasilan strategi pemasaran yang telah dilakukan?
Influencer Marketing	Kolaborasi	Apakah pernah bekerja sama dengan influencer, komunitas,

		atau media? Bagaimana proses dan dampaknya bagi promosi wisata ini?

Pedoman Wawancara Kepada Admin Media Sosial Instagram dan TikTok Wisata Lembah Pendawa

Konsep/Fokus Pertanyaan	**Indikator**	**Daftar Pertanyaan**
Penggunaan Media Sosial	Penggunaan Platfrom Media Sosial	Media sosial apa saja yang digunakan oleh Wisata Lembah Pendawa untuk kegiatan pemasaran, dan mengapa memilih platform tersebut?
	Pendekatan Audiens	Apakah ada cara tertentu yang Anda lakukan untuk menjangkau audiens secara lebih personal, misalnya melalui DM, live, atau komunitas?
	Pengelolaan *Engagement*	Bagaimana Anda merespons komentar, pesan, atau ulasan dari pengunjung di media sosial?
	Hubungan dengan Audiens	Bagaimana cara Anda menjaga hubungan baik dengan followers atau pengunjung melalui media sosial?
	Interkasi di Lapangan	Apakah Anda juga terlibat langsung di lokasi wisata untuk mendukung promosi? Jika iya, dalam bentuk apa? (misalnya melakukan *live* atau dokumentasi momen di media sosial setelah itu informasi promo melalui QR code atau arahan ke DM)
Konten dan Video Marketing	Perencanaan Konten	Bagaimana biasanya Anda merencanakan ide konten sebelum dipublikasikan di media sosial?

	Sumber Ide Konten	Dari mana biasanya mendapatkan inspirasi atau referensi dalam membuat konten promosi?
	Tugas dan Tanggung Jawab	Apa saja tanggung jawab utama Anda dalam mengelola akun Instagram dan TikTok?
	Target Audiens	Siapa target utama pengunjung yang ingin dijangkau melalui strategi komunikasi pemasaran ini, dan bagaimana cara menentukannya?
	Konsistensi Pesan	Bagaimana Anda memastikan konten yang dibuat tetap konsisten dengan identitas dan citra Lembah Pendawa?
	Strategi Promosi Konten	Konten seperti apa yang biasanya digunakan untuk menarik perhatian pengunjung, misalnya promo, giveaway, atau event?
Search Engine Optimize (SEO)	-	-
Search Engine Marketing (SEM)	Iklan Berbayar	Apakah Anda pernah mengelola atau terlibat dalam penggunaan fitur iklan berbayar? Bagaimana prosesnya?
Analitik Data	Evaluasi Kerja	Indikator apa yang biasanya Anda gunakan untuk menilai keberhasilan konten atau strategi yang dijalankan?
	Penjadwalan Promosi	Bagaimana Anda menentukan waktu yang tepat untuk mengunggah konten atau menjalankan promosi?
Influencer Marketing	Kolaborasi Digital	Apakah pernah bekerja sama dengan influencer atau kreator konten? Bagaimana pengalaman dan hasilnya?

Pedoman Wawancara Kepada Pengunjung Wisata Lembah Pendawa

Konsep/Fokus Pertanyaan	Indikator	Daftar Pertanyaan
Penggunaan Media Sosial	Interaksi Personal	Apakah Anda pernah berinteraksi langsung melalui DM, komentar, atau fitur lain? Bagaimana pengalaman Anda?
	Platform dan Interaksi Digital	Menurut Anda, apakah Instagram atau TikTok lebih membantu dalam memberikan informasi tentang tempat ini? Mengapa?
	Penilaian keseluruhan	Setelah melihat konten dan berkunjung langsung, bagaimana penilaian Anda terhadap cara promosi yang dilakukan? Apakah ada hal yang menurut Anda perlu ditingkatkan?
Konten dan Video Marketing	Daya Tarik Promosi	Apakah ada promo, diskon, atau event tertentu yang membuat Anda tertarik untuk berkunjung?
	Kepercayaan dan Citra	Seberapa besar Anda percaya terhadap informasi yang disampaikan melalui media sosial tersebut?
	Paparan konten	Saat melihat konten di Instagram atau TikTok, bagian apa yang paling menarik perhatian Anda?
	Persepsi visual	Bagaimana kesan Anda terhadap tampilan foto atau video yang diunggah di akun tersebut?
	Pengalaman di lokasi	Ketika datang langsung ke lokasi, apakah Anda menemukan hal yang sama seperti yang ditampilkan di media sosial?
	Keputusan berkunjung	Apa yang membuat Anda akhirnya memutuskan untuk

		datang? Apakah dipengaruhi oleh waktu posting atau tren tertentu?
Search Engine Optimize (SEO)	Pengalaman Awal	Bisa diceritakan bagaimana awalnya Anda mengetahui Wisata Lembah Pendawa? Apakah dari media sosial atau sumber lain?
Search Engine Marketing (SEM)	-	-
Analitik Data	-	-
Influencer Marketing	-	-

Lampiran 2. Transkip Wawancara Owner Wisata Lembah Pendawa

Informan/ Status	:	Suhartono (SU) / *Owner* Wisata Lembah Pendawa
Penanya	:	Adji (AD)
Hari/ Tanggal	:	Senin / 27 April 2026
Waktu	:	10.07 WIB
Lokasi	:	Wisata Lembah Pendawa (Jl. Sedap Malam, Bakalan, Durensewu, Kec. Pandaan, Pasuruan, Jawa Timur)

Inisial	Transkip
AD	Baik, selamat pagi Pak. Terima kasih banyak atas ketersediaannya dalam meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam wawancara ini. Perkenalkan, nama saya Dewo Adji Suryo Kusumo dari Komunikasi UNTAG, dan saat ini sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul ”*Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Media Sosial di Wisata Lembah Pendawa"*. Untuk keperluan analisis data, saya memohon izin untuk merekam wawancara ini.
SU	Iya, Boleh
AD	Baik, untuk pertanyaannya, bagaimana awal mula Bapak membangun dan mengembangkan Wisata Lembah Pendawa?
SU	Baik, terima kasih, Jadi awalnya saya juga senang dengan budaya dan wisata Bali yang bagus sudah terkenal sampai internasional. Intinya gini jadi saya itu kesana bagaimana ingin suasana Bali kayak Bedugul tersebut bisa saya bawa di Pulau Jawa. Pulau Jawa itu biar orang warga itu termasuk Masyarakat Pulau Jawa ga jauh-jauh ke Bali sehingga lebih

	irit dan tetap bisa menikmati suasana di Bali. Dari ide tersebut akhirnya terbentuk Wisata Lembah Pendawa itu.
SU	Jadi ini ya gini, kalau Visinya yang jelas kita itu sama-sama menikmati, dan orang pun juga ingin bisa menikmati di sana dengan tidak butuh banyak biaya besar dan bisa Kembali lagi, dan sama-sama merasakan jalan-jalan di Pandaan ini, biar wisatanya lebih baik lagi.
AD	Nomor tiga itu, Sejak kapan Bapak mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi?
AD	Pertanyaan nomor dua itu, apa visi utama yang ingin Bapak capai dalam mengembangkan destinasi Wisata seperti edukasi atau apa di sininya?
SU	Kita mulai tahun 2023 akhir, gitu.
AD	Media sosial apa saja yang digunakan?
SU	TikTok dan Instagram.
AD	Itu pak, bagaimana Bapak merancang strateginya komunikasi pemasaran secara keseluruhan? Strateginya itu promosinya gimana?
SU	Caranya gini, ayo mari kita daripada jauh-jauh ke Bali, kita ke suasana Bali yang ada di Pulau Jawa ini, di Pandaan ini, gitu aja biar ga jauh intinya. Misalnya nikmatin kunjungan kita itu menentukan tujuan pemasaran dulu, terus menyusun pesan yang dibuat, misalnya wisata keluarga dengan suasana di Bali di sesuaikan dengan mereka, setelah itu kita menyesuaikan jenis konten yang digunakan, misalnya instagram buat rells, TikTok buat live terus instastory buat interaksi.
AD	Bagaimana Bapak menentukan konsep atau ide konten promosi yang disampaikan di media sosial?
SU	Kalau konsep itu ditentukan oleh tren si mas, FYP di TikTok idenya itu yang menarik dan yang seru biar orang-orang disini mengajak lah, pokoknya gaya konten tidak keluar sama ciri khasnya Lembah Pendawa.
AD	Apakah pernah menggunakan iklan berbayar (ads) di platfrom seperti Instagram atau TikTok?
SU	Engga pakai, jadi promosi di Instagram dan TikTok itu ga pakai iklan berbayar, intinya kita buat konten terus kita upload sesuai sama harinya biar hemat aja, kita mengandalkan FYP
AD	Apa terdapat upaya untuk menjangkau calon pengunjung, kayak strateginya gimana? Biar orang-orang tuh tau Lembah Pendawa, itu gimana pak strateginya?
SU	Ya terima kasih, kita bekerja sama dengan pihak outbound dan edukasi anak-anak dari berbagai daerah di Jawa Timur, kita sudah bekerjasama

	dengan gemilang, ada CP yang lain itu nanti kembalikan edukasi anaknya datang ibunya juga ikut, itu juga bisa memasarkan, kita bisa tambah lebih, termasuk apa ya, terkenal ya di TikTok itu juga
AD	Kalau dalam situasi tertentu, apalah tim itu pernah melakukan promosi secara langsung di wisatanya gitu?
SU	Ya, ada, saya juga senang, dengan cara kita itu ngasi kode QR untuk scan buat mereka itu mengfollow Instagram dan TikTok terus komen atau share nanti dapat apa gitu, pada saat terdapat ada promo
AD	Strategi promosi apa saja yang biasanya digunakan untuk menarik minat pengunjung, apa seperti kayak diskon, atau seperti giveaway atau event gitu?
SU	Ya, otomatis itu jadi yang jelas kita di diskon sangat murah sekali. Jadi, yang kita itu tiketnya yang sangat murah sekali. Bahkan ada pertama, memang ada kita gratiskan terus masuk juga ada diskon berapa gitu, disana juga ada outbound, nanti digratiskan, diskonnya juga lebih banyak, terus masalah yang lain tadi, biar masuk ada promo event
AD	Bagaimana Bapak menentukan waktu atau momen yang tepat untuk menjalankan program promosi di media sosial?
SU	Mungkin waktu kayak hari besar atau event, kita langsung kasih momen promosi di media sosial, misalnya saat Hari Guru, pada saat Ramadan gitu. Terus kita liat unggahan pada saat mereka saat aktif pokoknya momen aja
AD	Bagaimana cara Bapak itu membangun dan menjaga hubungan baik dengan pengunjung?
SU	Ya, bagaimana pengunjung lebih nyaman kita kasih ada tempat duduk yang sejuk, katanya juga ada masuk toilet bagus. Termasuk yang servis yang nyaman , kita tetap harus seperti yang nyaman, tentunya saling menghormatinya, tetap bisa sopan dengan yang pengunjung.
AD	Apakah pernah bekerja sama dengan influencer gitu atau komunitas
SU	Pernah, kita bekerja sama dengan influencer komunitas biar jadi bagian strategi promosi kita juga sering kolab buat mempromosikan Wisata, dengan ngasi promosi.
AD	Bagaimana cara Bapak itu mengevaluasi keberhasilan strategi dari promosi-promosi yang tadi Pak?
SU	Kita kan saya kira alhamdulillah sudah agak lumayan lah. Jadi biasanya itu cari pengunjung tiap minggu itu ada peningkatan, jadi dengan adanya lagi seperti itu kayak dilihat dari hari weekend itu 1 minggu itu kan sudah

	lumayan lah dari hasil tadi. Ada outbound ternyata ibunya tuh ini anaknya minta balik lagi.
AD	Gitu aja sih pak terima kasih buat wawancaranya baik
SU	Iya, makasih

Lampiran 3. Transkip Wawancara Admin Media Sosial Instagram dan TikTok Wisata Lembah Pendawa

Informan/ Status	:	Zakia (ZA) / Admin Media Sosial Instagram dan TikTok Wisata Lembah Pendawa
Penanya	:	Adji (AD)
Hari/ Tanggal	:	Senin / 27 April 2026
Waktu	:	10.16 WIB
Lokasi	:	Wisata Lembah Pendawa (Jl. Sedap Malam, Bakalan, Durensewu, Kec. Pandaan, Pasuruan, Jawa Timur)

Inisial	Transkip
AD	Baik, selamat pagi Bu. Terima kasih banyak atas ketersediaannya dalam meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam wawancara ini. Perkenalkan, nama saya Dewo Adji Suryo Kusumo, mahasiswa Program Ilmu Komunikasi Untag Surabaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi tentang *"Strategi komunikasi pemasaran berbasis media sosial di Wisata Lembah Pendawa"*. Untuk keperluan analisis data, saya mohon izin untuk melakukan wawancara.
ZA	Iya.
AD	Pertanyaan pertama, media sosial apa saja yang digunakan oleh Wisata Lembah Pendawa untuk kegiatan pemasaran?
ZA	Kami menggunakannya TikTok dan Instagram.
AD	Apa saja tanggung jawab utama Anda dalam mengelola akun Instagram dan TikTok?
ZA	Biasanya yang lebih banyak adalah, kami memang setiap satu hari harus upload 1 video di setiap platform tersebut.
AD	Terus siapa target utama pengunjung yang ingin dijangkau melalui strategi komunikasi pemasaran itu bu?
ZA	Kalau dari Lembah Pendawa sendiri, karena kami konsepnya kan memang wisata keluarga, jadi semua kalangan, termasuk yang muda, anak-anak, orang tua, jadi bisa dinikmati semuanya.

AD	Bagaimana biasanya Anda merencanakan ide konten sebelum dipublikasikan di media sosial?
ZA	Kami biasanya mengikuti yang lagi FYP pada saat itu.
AD	Dari mana biasanya mendapatkan inspirasi atau referensi dalam membuat konten promosi?
ZA	Banyaknya dari teman-teman yang ada di Lembah Pendawa, dari pengunjung, dan balik lagi konten FYP ya mas.
AD	Apakah pernah mengelola atau terlibat dalam penggunaan fitur iklan atau berbayar gitu di Instagram atau TikTok gitu?
ZA	Tidak.
AD	Tidak ya.
AD	Apakah ada cara tertentu yang Anda lakukan untuk menjangkau audiens secara lebih personal, misalnya kayak mengirim pesan di DM atau live gitu?
ZA	Live kami memang hampir setiap hari itu live, terutama hari Minggu itu pasti ada live. Pasti kalau dm banyakan itu kami menjawab pertanyaan yang DM, termasuk menyalurkan nanti. Seandainya tanya tentang outbound. Akan kami info untuk nomor handphone yang bisa dihubungi kalau mau tanya resto, nanti juga kami sampaikan ke divisi masing-masing gitu.
AD	Apakah Anda juga terlibat langsung di lokasi wisata untuk mendukung promosi? Jika iya dalam bentuk apa?
ZA	Biasanya live sihman iya, live sama biasanya kadang juga ngisi konten juga.
AD	Konten seperti apa yang biasanya digunakan untuk menarik perhatian pengunjung, misalnya promo atau giveaway?
ZA	Giveaway, kami juga melakukan itu promo juga, dan padahal dia yang lagi itu kalau ada event. Misalnya, hari ibu hari anak, nanti kami ada event-event itu yang promonya di tanggal-tanggal itu juga.
AD	Bagaimana Anda menentukan waktu yang tepat untuk mengunggah konten atau menjalankan promosi?
ZA	Biasanya mengunggah konten itu banyak kan dilihat itu di sore dan pagi ya.
AD	Bagaimana cara ibu menjaga hubungan baik dengan followers atau pengunjung melalui media sosial?

ZA	Biasanya kami lebih ke ini sih menjawab pertanyaan yang dikomen-komen teman-teman, terus menjawab DM, dengan gitu kan ada timbal balik Kembali.
AD	Apakah pernah bekerja sama dengan influencer atau Kembali konten?
ZA	Pernah, seringkali sih, iya
AD	Apakah ada perbedaan atau kesamaan strategi di masing-masing platform? Seperti di Instagram dan TikTok?
ZA	Pastinya beda-beda pastinya beda ya mas. Ya. Iya, iya, kalo tiktok kan memang lebih rame. Lebih seru ya, bener.
AD	Bagaimana ibunya merespons komentar, pesan, atau ulasan dari pengunjung di media sosial?
ZA	Memang harus kami selesaikan apapun pertanyaan mereka di DM maupun di pertanyaan di balasan ya. Jadinya memang harus selesai. Jangan sampai ditinggalkannya ini setiap saat kami memang membalas itu.
AD	Kayak penggunaan Instastory?
ZA	Instastory itu biasanya memang dilanjutkan hanya kan? DM, itu beberapa ada yang ketinggalan barang saya kayak gitu, kan-kan tidak semuanya itu bisa mencari nomornya Lembah Pendawa, tapi begitu IG dan itu kan lebih mudah dicari.
AD	Bagaimana ibunya itu memastikan konten yang dibuat tetap konsisten dengan identitas dan citra Wisata Lembah Pendawa?
ZA	Pastinya kami akan selalu ini dengan wahana yang ada, kegiatan yang ada, atau mungkin kayak kemarin hari tari sedunia gitu, jadi konten itu nanti juga masuk ke sana kita. Ini benar-benar memang Kembali yang dilaksanakan di Lembah Pendawa.
AD	Indikator apa yang biasanya digunakan untuk menilai keberhasilan konten atau strategi yang dijalankan?
ZA	Kalau nomor 1 memang dari follower ya mas 2 dari banyaknya pengunjung yang melihat gitu. Nomor 3 adalah pengunjung yang datang, karena memang tujuannya itu ngge.
AD	Baik, terima kasih bu Zaskia
ZA	Iya, Bu Zakia
ZA	Iya, terima kasih Kembali.

Lampiran 4. Transkip Wawancara Pengunjung Wisata Lembah Pendawa

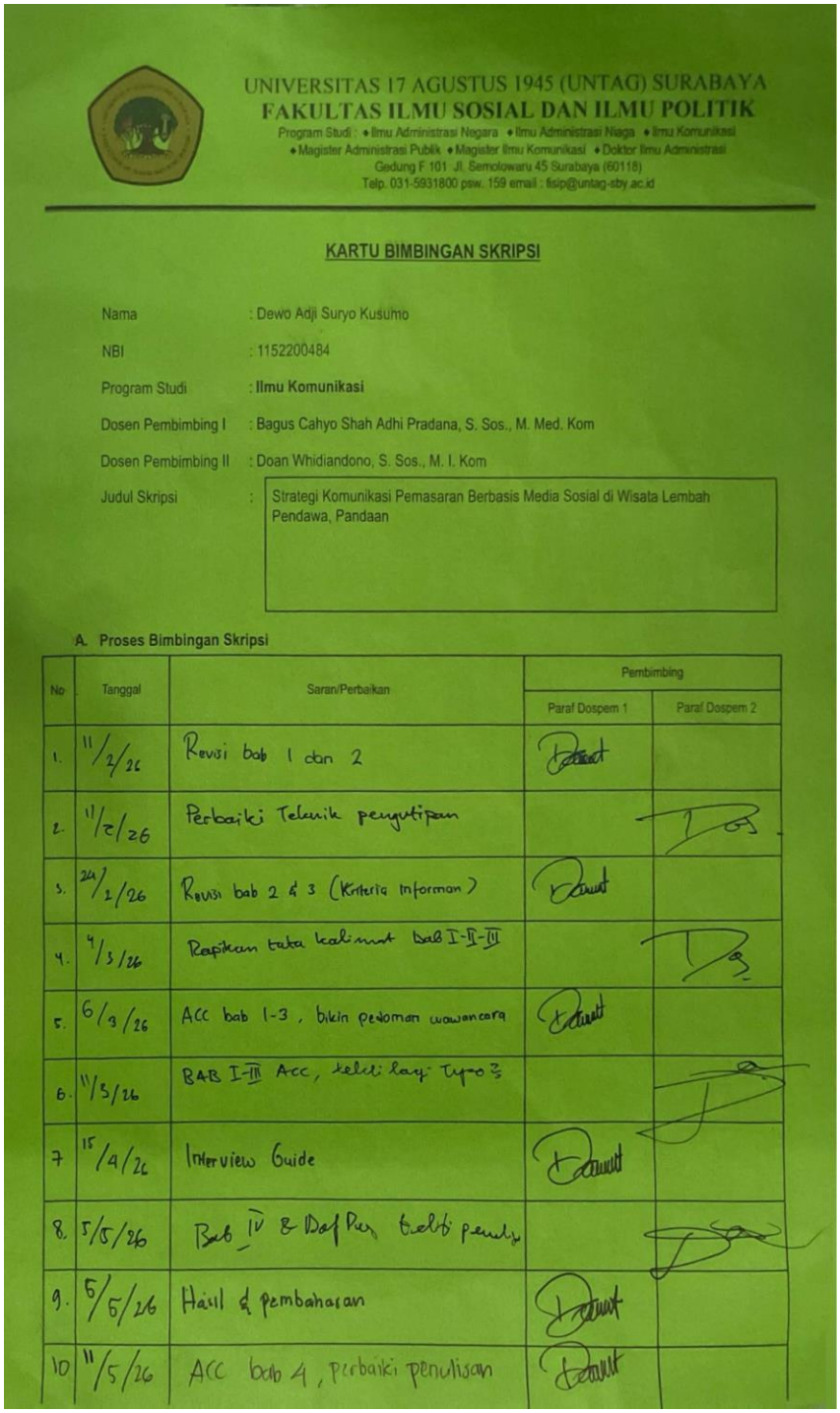
Informan/ Status	:	Alex (AL) / Pengunjung Yang Datang Karena Melihat Promosi di Media Sosial
Penanya	:	Adji (AD)
Hari/ Tanggal	:	Selasa / 28 April 2026
Waktu	:	12.45 WIB
Lokasi	:	Wisata Lembah Pendawa (Jl. Sedap Malam, Bakalan, Durensewu, Kec. Pandaan, Pasuruan, Jawa Timur)

Inisial	Transkip
AD	Baik selamat malam mas, terima kasih banyak atas ketersediaannya dalam meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam wawancara ini. Perkenalkan, nama saya Dewo Adji Suryo Kusumo, mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul *"Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Media Sosial Di Wisata Lembah Pendawa*". Untuk keperluan analisis data, saya ingin memohon izin mas untuk merekam wawancara ini mas.
AL	Iya, mas boleh.
AD	Oke, kalau boleh tahu masnya namanya siapa?
AL	Saya alex. Mas.
AD	Oke mas alex. Mungkin saya mulai ya, mas ya untuk wawancara. Untuk pertanyaan pertama, bisa diceritakan bagaimana awalnya masnya, itu mengetahui Wisata Lembah Pendawa, apakah dari media sosial atau sumber lain.
AL	Waktu itu, saya mengetahui lembah pendawa itu dari FYP tiktok, dan saya tertarik terhadap konten-kontennya mereka habis itu, saya mencoba menanyakan ke teman-teman saya. Ternyata itu ada yang pernah ke sana mereka itu sangat merekomendasikan Lembah Pendawa tersebut mas
AD	Saat melihat konten di Instagram atau TikTok, bagian apa yang paling menarik perhatian masnya?
AL	Bagi saya itu, saya tertarik dengan ide konsep mereka yang menampilkan lembah pendawa itu dengan detail mas, dan untuk konsepnya, itu sangat mengikuti tren yang seru serta mengajak untuk mengunjungi wisata ini.
AD	Bagaimana kesan masnya terhadap tampilan foto atau video yang di Post di akun tersebut?

AL	Untuk tampilannya, itu sangat menarik dan untuk kontennya itu kan selalu update setiap hari, dan di situ mereka itu menampilkan keseruan di Lembah Pendawa Mas.
AD	Apakah masnya pernah berinteraksi langsung atau melalui DM, terus komentar atau fitur lain?
AL	Pernah mas waktu itu pernah saya DM karena ada promosi. Jadi, yang jadi itu promosinya. Promosinya, itu mengharuskan untuk DM dan komentar untuk DM nya, itu sangat fast. Fast response mas, serta pernah juga komen di live tiktok nya Lembah Pendawa saya itu menanyakan terkait wahana yang ada di lembah pendawa. Itu apa saja.
AD	Terus, pas masnya datang ke lokasi apakah menemukan hal yang sama seperti yang ditampilkan di media sosial?
AL	Ya mas di sana itu terdapat ikon unik seperti di Bali. Jadi, sangat menarik bagi saya dan harga tiket yang sesuai seperti yang diiklankan.
AD	Apakah ada promo diskon atau event gitu mas, kayak apa yang membuat masnya itu tertarik untuk berkunjung?
AL	Waktu itu ada saya itu tertarik dikarenakan ada beberapa giveaway, serta diskon free tiket masuk yang syaratnya hanya follow IG sama tiktok, serta kemarin itu ada event hari tari sedunia mas kayak gitu.
AD	Apa yang membuat masnya tuh akhirnya memutuskan untuk datang apakah dipengaruhi oleh waktu posting atau tren pas posting gitu?
AL	Waktu itu, saya tertarik ketika saya melihat konten di TikTok dan IG. Jadi mereka itu kan selalu update setiap hari. Jadi kayak wah, ya, udah mas. Ya, udah ada niatan berkunjung lah ke sana.
AD	Seberapa besar masnya itu percaya terhadap informasi yang disampaikan melalui media sosial kayak IG sama tiktok ini?
AL	Awalnya itu saya ragu, tapi ketika saya melihat postingan tersebut. Jadi gini, mas waktu pas itu kan saya ragu, namun, ketika saya melihat postingan ataupun reels yang ada di IG, itu kan selalu update setiap hari. Akhirnya, saya mencoba berkunjung mas ternyata benar untuk promo-promo tersebut. Itu sesuai dengan postingan.
AD	Berati sekarang percaya ya mas?
AL	Iya
AD	Menurut masnya, apakah Instagram dan TikTok itu lebih membantu dalam memberikan informasi tentang tempat Wisata Lembah Pendawa ini?

AL	Bagi saya, itu sangat membantu mas dikarenakan untuk postingan di IG dan TikTok dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas, dan ketika ada promo atau event tertentu, kita, itu tidak ketinggalan info seperti itu.
AD	Selama lihat konten dan berkunjung langsung bagaimana penilaian masnya itu terhadap cara promosi yang dilakukan, apakah ada hal yang menurut masnya itu perlu ditingkatkan?
AL	Untuk saat ini, saya rasa cukup dan perlu dipertahankan sih karena dengan adanya reels ataupun iklan yang setiap hari kita itu selalu lebih update tentang Lembah Pendawa. Seperti waktu pas kemarin mas itu kan di Lembah Pendawa. Itu terkena banjir, namun saat itu juga mereka itu mengkonfirmasi lalu live serta postingan tiktok bahwa banjirnya itu tidak lama dan langsung surut, dan setelahnya itu, mereka tetap update terus terkait Lembah Pendawa seperti itu mas.
AD	Kondisinya mas?
AL	Ya, lebih kondisinya seperti apa mereka itu selalu update setiap hari.
AD	Oke baik, terima kasih mas buat berpartisipasi.
AL	Dengan senang hati mas.

Lampiran 5. Kartu Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi : ♦Ilmu Administrasi Negara ♦Ilmu Administrasi Niaga ♦Ilmu Komunikasi
♦Magister Administrasi Publik ♦Magister Ilmu Komunikasi ♦Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Dewo Adji Suryo Kusumo
NBI : 1152200484
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Dosen Pembimbing I : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom
Dosen Pembimbing II : Doan Whidiandono, S. Sos., M. I. Kom
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Media Sosial di Wisata Lembah Pendawa, Pandaan

A. Proses Bimbingan Skripsi

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	11/2/26	Revisi bab 1 dan 2		
2.	11/2/26	Perbaiki Teknik penyutipan		
3.	24/2/26	Revisi bab 2 & 3 (Kriteria Informan)		
4.	4/3/26	Rapikan tata kalimat bab I-II-III		
5.	6/3/26	ACC bab 1-3, bikin pedoman wawancara		
6.	11/3/26	BAB I-III ACC, teliti lagi Typo 3		
7	15/4/26	Interview Guide		
8.	5/5/26	Bab IV & Daf Pus, teliti penulis		
9.	5/5/26	Hasil & pembahasan		
10	11/5/26	ACC bab 4, perbaiki penulisan		

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi : ♦Ilmu Administrasi Negara ♦Ilmu Administrasi Niaga ♦Ilmu Komunikasi
♦Magister Administrasi Publik ♦Magister Ilmu Komunikasi ♦Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
11	12/05/26	ACC bab IV		
12	19/05/26	ACC bab V		
13	20/5/26	ACC bab 5		

B. Bimbingan Artikel Ilmiah dan Poster Hasil Luaran Skripsi

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	19/5/26	ACC Artikel dan Poster		
2	20/5/26	ACC Artikel & Poster		

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai
Tanggal : 20 Mei 2026

Dosen Pembimbing I,

Bagus Catyo Sidi A P

Dosen Pembimbing II,

Lampiran 6. Foto Dokumentasi Pengambilan Data Kepada Informan

1. Informan 1 (Suhartono/ SU)




2. Informan 2 (Zakia/ ZA)




3. Informan 3 (Alex/AL)




Lampiran 7. Surat Keterangan 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:506/K/LOD/V/2026

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

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom
NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Dewo Adji Suryo Kusumo
NBI : 1152200484

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.
Surat Keterangan ini diberikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran Ujian Skripsi"
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 21 Mei 2026

Mengetahui
Kepala Lab. Otoda,

Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

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

Lampiran 8. Hasil Turnitin



Skripsi Dewo Adji

ORIGINALITY REPORT

7%	5%	4%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya Student Paper	<1%
2	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	<1%
3	Welsa Alfiona Putri Yudnovon, Ringgo Eldapi Yozani, Evawani Elysa Lubis. "Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Batik Bukit Batu dalam Pembentukan Brand Awareness Kain Batik Bukit Batu", Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis, 2026 Publication	<1%
4	repositori.umrah.ac.id Internet Source	<1%
5	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1%
6	Hervina Afrianti Rahayu, Ika Sartika. "Peran Marketing Communication dalam Membangun Brand Awareness di The Highland Park Resort Hotel Bogor", Jurnal JTIK (Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi), 2026 Publication	<1%

Lampiran 9. Sertifikat Pemakalah Semakom



SERTIFIKAT

No: 103 /K/ILKOM/FISIP/V/2026

DIBERIKAN KEPADA:

Dewo Adji Suryo Kusumo

SEBAGAI:

PEMAKALAH

Dalam acara Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi Seri 8 dengan tema "Public Relations Strategis dalam Dinamika Komunikasi Kontemporer di Era Digital" yang diselenggarakan oleh Prodi Ilmu Komunikasi secara daring pada 25 Mei 2026.

Kaprodi Ilmu Komunikasi

Hajidah Filozakun Nadhilah Kusnadi, S.Sos., M.A

NPP: 20150220864

Lampiran 10. Lembar Perintah Revisi

Dosen Penguji 1

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Dewo Adji Suryo Kusumo
NIM : 1152200484
Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 12 Juni 2026
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Media Sosial di Wisata Lembah Pendawa, Pandaan

Catatan Perbaikan:

- Revisi Seperti yg telah dibahas pada waktu sidang

Surabaya, 24-6-26
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Bagus Cahyo Shah Adhi P.

Revisi dari Dosen Penguji,

Bagus Cahyo Shah A.P

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

Dosen Penguji 2

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Dewo Adji Suryo Kusumo
NIM : 1152200484
Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 12 Juni 2026
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Media Sosial di Wisata Lembah Pendawa, Pandaan

Catatan Perbaikan:

- Revisi bab II
- Revisi bab III
- Revisi bab IV

Surabaya, 25-6-26

Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

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

Dosen Penguji 3

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Dewo Adji Suryo Kusumo
NIM : 1152200484
Hari/ Tanggal Ujian : Jum'at, 12 Juni 2026
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pemasaran Berbasis Media Sosial di Wisata Lembah Pendawa, Pandaan

Catatan Perbaikan:

- Sistematika & Teknis Penulisan
- Teori Bauran Digital Marketing.
- Elaborasi bab 4 dgn Digital Marketing.
- Saran :- Upaya digital marketing
  - ~~Pentahy~~ digital Marketing Pengelolaan.

Surabaya, 19 Juni 2026

Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Hgidah F

Revisi dari Dosen Penguji,

Hajidah F.

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