Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dinas Pariwisata Kota Surabaya Melalui Instagram (@kotalamasurabaya) Dalam Mempromosikan Wisata Sejarah Kota Lama Surabaya

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan

Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Strata–1

Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh :

RADITO JULIAN AL HASZMIN

NBI.1152200345

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2026

Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dinas Pariwisata Kota Surabaya Melalui Instagram (@kotalamasurabaya) Dalam Mempromosikan Wisata Sejarah Kota Lama Surabaya

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan

Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Strata–1

Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh :

RADITO JULIAN AL HASZMIN

NBI.1152200345

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2026

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : **Radito Julian Al Haszmin**

NBI : **1152200345**

Judul : **Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dinas Pariwisata Kota Surabaya Melalui Instagram (@kotalamasurabaya) Dalam Mempromosikan Wisata Sejarah Kota Lama Surabaya**

Surabaya, 10 Juni 2026

Mengetahui,	**Disetujui Oleh,**
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	**Dosen Pembimbing 1**
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	
Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S.	**Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom.**
NPP.20110.86.0062	**NPP.20150.17.0752**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 10 Juni 2026

Dewan Penguji :

1. **Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom.** ( )
   Ketua

2. **Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom.** ( )
   Anggota II

3. **Doan Wbdhiandono, S.Sos., M.I.Kom.** ( )
   Anggota III

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S.

NPP. 20110.86.0062

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Radito Julian Al Haszmin
NBI	1152200345
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dinas Pariwisata Kota Surabaya Melalui Instagram (@kotalamasurabaya) Dalam Mempromosikan Wisata Sejarah Kota Lama Surabaya

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri serta atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip, atau menulis Sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut, akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti Sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran dan tidak ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun.

Surabaya,10 Juni 2026



(Radito Julian Al Haszmin)

UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail: perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Radito Julian Al Haszmin
NBI/NPM	: 1152200345
Fakultas	: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Jenis Karya	: Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ***Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)***, atas karya saya yang berjudul:

"Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dinas Pariwisata Kota Surabaya Melalui Instagram (@kotalamasurabaya) Dalam Mempromosikan Wisata Sejarah Kota Lama Surabaya"

Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di	: Surabaya
Pada Tanggal	: 22 Juni 2026

Yang Menyatakan,



(Radito Julian Al Haszmin)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, karya ini saya persembahkan kepada:

Kedua Orang Tua Tercinta Terima kasih atas cinta, dukungan, dan doa yang tiada henti. Kalian adalah sumber inspirasi dan kekuatan saya dalam menyelesaikan karya ini.

Dosen Yang telah membimbing dan memberikan ilmu serta motivasi, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Terima kasih atas segala arahan dan kesabaran yang diberikan.

Teman-Teman Seperjuangan Yang selalu memberikan semangat dan dorongan, serta menemani dalam suka dan duka selama proses penyusunan karya ini. Kebersamaan dan kerjasama kita adalah bagian penting dari perjalanan ini.

Almamater Tercinta Terima kasih atas kesempatan dan fasilitas yang diberikan sehingga saya dapat menuntut ilmu dan menyelesaikan karya ini dengan maksimal.

Diri Sendiri Sebagai bentuk apresiasi atas kerja keras, ketekunan, dan kesabaran yang telah dilakukan untuk menyelesaikan karya ini. Semoga ini menjadi langkah awal untuk mencapai cita-cita yang lebih tinggi.

RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama	: Radito Julian Al Haszmin
Tempat, Tanggal Lahir	: Surabaya , 15 Juli 2003
Alamat	: Jl Jetis Kulon IV no 25 RT 07 RW 04
Kebangsaan	: Indonesia
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Agama	: Islam
No. Telp / Email	**:** 085158842045/raditojulian2@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Jenjang	Sekola/Instansi/Universitas	Jurusan	Periode
SD	SDN Ketintang 1 Surabaya	-	2010-2016
SMP	SMPN 32 Surabaya	-	2016-2019
SMA	SMA Muhammadiyah 2 Surabaya	MIPA	2019-2022
Strata I	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	Ilmu Komunikasi	2022-Sekarang

ABSTRAK

Radito Julian Al Haszmin, 2026, Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dinas Pariwisata Kota Surabaya Melalui Instragam (@kotalamasurabaya) Dalam Mempromosikan Wisata Sejarah Kota Lama Surabaya

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran digital yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kota Surabaya melalui akun Instagram @kotalamasurabaya dalam mempromosikan wisata sejarah di Kota Tua Surabaya. Penelitian ini dimotivasi oleh tingkat kunjungan wisatawan yang masih rendah, yang cenderung meningkat hanya pada acara-acara tertentu, sehingga dibutuhkan strategi promosi digital yang efektif dan berkelanjutan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori *Integrated Marketing Communication* (IMC) digunakan untuk menganalisis komunikasi digital melalui media sosial. Subjek penelitian adalah pengelola akun Instagram @kotalamasurabaya, yang berada di bawah Dinas Pariwisata Kota Surabaya. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi pemasaran digital untuk mempromosikan pariwisata warisan budaya di Kota Tua Surabaya.

Dinas Pariwisata Kota Surabaya melalui akun Instagram @kotalamasurabaya telah menerapkan strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) secara terpadu dalam mempromosikan Wisata Sejarah Kota Lama Surabaya. Strategi tersebut diwujudkan melalui penggunaan konten visual yang menarik, storytelling informatif, dan Instagram Ads untuk membangun citra destinasi (*advertising*), penyelenggaraan berbagai kegiatan budaya, edukasi, dan walking tour sebagai bentuk promosi berbasis pengalaman (*sales promotion*), pemanfaatan media sosial untuk membangun citra positif serta menjalin komunikasi dua arah yang responsif dengan masyarakat (*public relations*), pemberian layanan informasi secara personal melalui fitur *Direct* Message dan dukungan pemandu wisata (*personal selling*), serta optimalisasi berbagai fitur Instagram seperti Reels, Stories, hashtag, polling, kuis, dan sesi tanya jawab untuk memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan interaksi audiens (*direct and digital marketing*).

Kata Kunci : Strategi komunikasi pemasaran digital, Instagram, wisata sejarah, Kota Lama Surabaya, komunikasi digital

SUMMARY

Radito Julian Al Haszmin, 2026, Surabaya City Tourism Office's Digital Marketing Communication Strategy Through Instagram (@kotalamasurabaya) in Promoting Historical Tourism in Surabaya's Old City

This study aims to examine the digital marketing communication strategy implemented by the Surabaya City Tourism Office through the Instagram account @kotalamasurabaya in promoting historical tourism in Surabaya Old Town. The study was motivated by the relatively low number of tourist visits, which tend to increase only during certain events, indicating the need for an effective and sustainable digital promotional strategy.

This research employed a descriptive qualitative method with data collection techniques consisting of observation, interviews, and documentation. The Integrated Marketing Communication (IMC) theory was used to analyze digital communication activities conducted through social media. The research subjects were the managers of the Instagram account @kotalamasurabaya under the Surabaya City Tourism Office. The study focused on digital marketing communication strategies used to promote cultural heritage tourism in Surabaya Old Town.

The findings reveal that the Surabaya City Tourism Office has implemented an integrated Integrated Marketing Communication (IMC) strategy through the Instagram account @kotalamasurabaya in promoting Surabaya Old Town Heritage Tourism. The strategy includes the use of attractive visual content, informative storytelling, and Instagram Ads to build the destination's image (advertising); the organization of cultural events, educational programs, and walking tours as forms of experiential promotion (sales promotion); the utilization of social media to establish a positive image and foster responsive two-way communication with the public (public relations); the provision of personalized information services through Direct Message features and support from tour guides (personal selling); and the optimization of Instagram features such as Reels, Stories, hashtags, polls, quizzes, and question-and-answer sessions to expand promotional reach and enhance audience engagement (direct and digital marketing).

Keywords: Digital marketing communication strategy, Instagram, historical tourism, Surabaya Old Town, digital communication.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas berkat, rahmat, dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **"Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dinas Pariwisata Kota Surabaya Melalui Instagram (@kotalamasurabaya) dalam Mempromosikan Wisata Sejarah Kota Lama Surabaya."** Penyusunan Skripsi Tahun Ajaran 2026 ini dilakukan sesuai dengan arahan dan ketentuan yang ditetapkan oleh Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Adapun lokasi penelitian Skripsi ini dilakukan di Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga serta Pariwisata Kota Surabaya, khususnya pada pengelolaan akun Instagram @kotalamasurabaya sebagai media promosi wisata sejarah Kota Lama Surabaya. Penulisan Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan,kerjasama dari berbagai pihak baik moril maupun materil untuk menyelesaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Diantaranya yaitu kepada:

1. Bapak Dr. Harjo Seputro, S.T., M.T selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
3. Ibu Hajidah Fildzahun Nadhila Kusnadi S.Sos., M.A selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus Surabaya
4. Bapak Muchamad Rizqi S.I Kom., M.Med.Kom selaku Dosen Pembimbing satu yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukan beliau, memberikan kritik,saran dan pengarahan kepada Penulis dalam proses penulisan skripsi ini
5. Ibu Fransisca Benedicta Avira Citra Paramita, S.I.Kom., M.Med.Kom Selaku Dosen Pembimbing Dua yang telah meluangkan waktu ditengah

kesibukan beliau, memberikan kritik, saran dan pengarahan kepada Penulis dalam proses penulisan skripsi ini.

6. Kepada Kedua orang tua saya tercinta Bapak Kuntoyo dan Ibu Mimien Bibiet Tuminie terimakasih atas atas segala cinta, doa, kasih sayang, pengorbanan, serta perjuangan yang tidak pernah berhenti untuk saya. Kalian adalah sosok luar biasa yang selalu memberikan dukungan dan mengupayakan pendidikan terbaik bagi anak-anaknya, bahkan di tengah berbagai kesulitan dan pengorbanan yang mungkin tidak pernah saya ketahui sepenuhnya. Gelar ini saya persembahkan kepada Ayah dan Ibu sebagai bentuk rasa syukur, hormat, dan terima kasih atas segala yang telah diberikan dengan penuh keikhlasan. Semoga Ayah dan Ibu senantiasa diberikan kesehatan, kebahagiaan, keberkahan, serta umur yang panjang, karena saya masih ingin melihat dan merasakan kehadiran kalian dalam setiap langkah, perjalanan, dan pencapaian hidup saya di masa mendatang.
7. Terima kasih kepada adik saya tercinta, Griselda Nova Anindita, yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan kebahagiaan di setiap proses perjalanan saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Kehadiranmu menjadi salah satu sumber motivasi bagi saya untuk terus berjuang dan memberikan yang terbaik. Terima kasih atas perhatian, doa, serta dukungan yang telah diberikan selama ini. Semoga segala cita-cita dan impian yang kamu miliki dapat tercapai, serta kita selalu diberikan kesehatan, kebahagiaan, dan kesempatan untuk saling mendukung dalam setiap langkah kehidupan.
8. Terima kasih kepada sahabat-sahabat tersayang saya, Davin Yudian Saputra, Dani Prasista, Dendi Eko Yulianti, dan Fahmy Aditya Wibisana, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan saya selama menempuh pendidikan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, motivasi, serta berbagai pengalaman yang telah kita lalui bersama. Kehadiran kalian memberikan semangat dan warna tersendiri dalam setiap proses yang saya jalani hingga mampu menyelesaikan skripsi ini. Semoga persahabatan yang telah terjalin dapat terus terjaga, dan semoga kita semua diberikan kemudahan serta kesuksesan dalam meraih cita-cita dan impian di masa depan.

9. Terima kasih kepada Bowo, Farhan, Subchan, Dicky, dan Jovani yang telah menjadi teman seperjuangan selama menjalani perkuliahan. Terima kasih karena selalu hadir untuk berbagi cerita, pengalaman, bantuan, dan semangat di berbagai situasi, baik dalam kegiatan akademik maupun di luar perkuliahan. Banyak momen yang telah kita lewati bersama dan menjadi kenangan yang tidak terlupakan. meraih cita-cita yang diimpikan dan tetap menjaga hubungan baik yang telah terbangun selama ini.
10. Terima kasih kepada partner saya, Sasadhara Andhadari, yang telah memberikan dukungan, doa, perhatian, serta semangat selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena selalu hadir untuk mendengarkan, memberikan motivasi di saat sulit, dan menemani setiap proses yang saya lalui dengan penuh kesabaran. Dukungan yang diberikan menjadi salah satu sumber kekuatan bagi saya untuk terus berjuang dan menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik, dan semoga kita senantiasa diberikan kebahagiaan, kesehatan, serta kesuksesan dalam meraih cita-cita dan impian di masa depan.
11. Terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri yang telah bertahan, berjuang, dan tidak menyerah dalam menyelesaikan setiap proses perkuliahan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Terima kasih karena tetap melangkah meskipun dihadapkan pada berbagai tantangan, keraguan, dan kelelahan selama perjalanan ini. Pencapaian ini menjadi bukti bahwa usaha, kesabaran, dan kerja keras yang telah dilakukan tidak pernah sia-sia. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari langkah-langkah besar berikutnya dan pengingat bahwa saya mampu menghadapi setiap tantangan yang datang di masa depan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **ii**
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI ..... **iii**
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **iv**
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI ..... **v**
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ..... **v**
HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **vi**
RIWAYAT HIDUP ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
KATA PENGANTAR ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xiii**
DAFTAR TABEL ..... **xvi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xviii**
DAFTAR BAGAN ..... **xix**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Pertanyaan Penelitian 8
1.3 Batasan Penelitian 8
1.4 Tujuan Penlitian 9
1.5 Manfaat Penelitian 9
1.5.1 Manfaat Teoritis 9
1.5.2 Manfaat Praktis 9
BAB II KAJIAN PUSTAKA **11**
2.1 Penelitian Terdahulu 11
2.1.1. Tinjauan Penelitian Terdahulu 13
2.2 Landasan Teori 16
2.2.1. Integrated Marketing Communication (IMC) 16
2.3. Landasan Konsep 22
2.3.1 Komunikasi Pemasaran 23
2.3.2 Komunikasi Pemasaran Digital 30
2.3.3 Pariwisata 33
2.3.4 Wisata Sejarah 34
2.3.5 Instagram 36
2.4 KERANGKA PEMIKIRAN 38

BAB III METODE PENELITIAN 41
3.1 Pendekatan Penlitian 41
3.2 Jenis Penelitian 42
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 43
3.4 Sumber Data 43
3.4.1 Sumber Data Primer 44
3.4.2 Sumber Data Sekunder 44
3.5 Teknik Pengumpulan Data 45
3.5.1 Obesrvasi 45
3.5.2 Wawancara 46
3.5.3 Dokumentasi 46
3.6 Teknik Analisis Data 46
3.6.1 Reduksi Data 46
3.6.2 Penyajian Data 47
3.6.3 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi 47
3.7 Keabsahan Data 47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 49
4.1 Deskripsi Subjek dan Objek Penelitian 49
4.1.1 Dinas Pariwisata Kota Surabaya 49
4.1.2 Deskripsi Subjek Penelitian 51
4.1.3 Deskripsi Informan 52
4.2 Hasil Penelitian 53
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dinas Pariwisata Kota Surabaya Melalui Instragam (@kotalamasurabaya) Dalam Mempromosikan Wisata Sejarah Kota Lama Surabaya 53
4.2.2 Penerapan *Integrated Marketing Communication* (IMC) dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dinas Pariwisata Kota Surabaya Melalui Instragam (@kotalamasurabaya) Dalam Mempromosikan Wisata Sejarah Kota Lama Surabaya 58
4.2.2.2 Sales Promotion (Promosi Penjualan) 62
4.3 Hasil Pembahasan 80
4.3.1 Advertising (Periklanan) Dalam Mempromosikan Wisata Sejarah Kota Lama Surabaya 80
4.3.2 *Sales Promotion* (Promosi Penjualan) Dalam Mempromosikan Wisata Sejarah Kota Lama Surabaya 82
4.3.3 Public Relations (Hubungan Masyarakat) Dalam Mempromosikan Wisata Sejarah Kota Lama Surabaya 84

4.3.4 Personal Selling (Penjualan Personal) Dalam Mempromosikan Wisata Sejarah Kota Lama Surabaya.....86
4.3.5 *Direct Marketing* dan *Digital Marketing* (Pemasaran Langsung dan Digital) Dalam Mempromosikan Wisata Sejarah Kota Lama Surabaya 88
BAB V PENUTUP.....91
5.1 Kesimpulan 91
5.2 Rekomendasi..... 94
5.2.1 Rekomendasi Akademis.....94
5.2.2 Rekomendasi Praktis.....95
DAFTAR PUSTAKA 97
LAMPIRAN.....102

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 11
Tabel 4. 1 Informan 51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 akun instagram @kotalamasurabaya 6
Gambar 1. 2 Postingan Akun Instagram @kotalamasurabaya 6
Gambar 4.1 Program Kerja Dinas Pariwisata Kota Surabaya 49
Gambar 4.2 Konten Instagram @kotalamasurabaya 54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara 102
Lampiran 2 Hasil Wawancara 104
Lampiran 3 Surat Izin Penelitian 117
Lampiran 4 Dokumentasi Wawancara 119
Lampiran 5 Data Peendukung Wawancara 121
Lampiran 6 Surat Keterangan Bebas Turnitin 123
Lampiran 7 Kartu Bimbingan 125
Lampiran 8 Bukti Publikasi Jurnal 127
Lampiran 9 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 1 128
Lampiran 10 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 2 129
Lampiran 11 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 3 130

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir Penelitian 38