LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 HASIL WAWANCARA

Transkrip Wawancara Narasumber 1
Identitas Informan

Nama	: Amalia Kurniawati
Jabatan	: Kepala Bidang Perikanan
Instansi	: Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya
Tanggal Wawancara	: 25 Mei 2026
Tempat Wawancara	: Kantor Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya

TRANSKRIP WAWANCARA

P : "Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan pengelola atau Pemerintah Kota Surabaya dalam memperkenalkan Romokalisari Adventure Land kepada masyarakat dan wisatawan?

A : "Strategi komunikasi yang kami lakukan lebih mengarah pada pengenalan kawasan Romokalisari sebagai wisata berbasis edukasi dan lingkungan. Jadi bukan hanya tempat hiburan, tetapi juga tempat belajar mengenai ekosistem pesisir, mangrove, dan pemberdayaan masyarakat sekitar. Kami memanfaatkan media sosial pemerintah, publikasi kegiatan, liputan media, sampai event-event tertentu untuk menarik perhatian masyarakat. Selain itu, kami juga sering melibatkan sekolah maupun komunitas supaya pesan edukasinya bisa lebih terasa.

P : "Media apa saja yang digunakan dalam promosi Romokalisari Adventure Land, baik media digital maupun media konvensional?"

A : "Untuk media digital kami aktif menggunakan Instagram, TikTok, YouTube, dan website resmi Pemerintah Kota Surabaya. Karena saat ini masyarakat lebih cepat menerima informasi melalui media digital. Sedangkan media konvensional yang digunakan antara lain pemberitaan koran, radio lokal, baliho, serta kerja sama dengan media televisi ketika terdapat kegiatan tertentu di Romokalisari Adventure Land."

P : "Mengapa konsep eduwisata dipilih sebagai identitas utama destinasi Romokalisari Adventure Land?"

A : "Karena kawasan Romokalisari memiliki potensi alam yang sangat mendukung konsep tersebut. Di sana terdapat kawasan mangrove, wilayah pesisir, dan aktivitas masyarakat nelayan yang memiliki nilai edukasi tinggi. Kami ingin

wisatawan datang tidak hanya untuk rekreasi, tetapi juga memperoleh pengetahuan mengenai lingkungan dan konservasi. Konsep eduwisata ini juga sejalan dengan program pembangunan wisata berkelanjutan Kota Surabaya."

P : "Bagaimana pengelola membangun citra atau brand destination Romokalisari Adventure Land agar berbeda dengan destinasi wisata lain di Surabaya?

A : "Kami membangun identitas Romokalisari Adventure Land sebagai wisata alam edukatif yang tetap modern dan menarik untuk semua kalangan. Di satu sisi terdapat unsur konservasi lingkungan, namun di sisi lain tersedia aktivitas wisata yang menyenangkan seperti ATV, perahu wisata, area foto, dan sebagainya. Hal tersebut yang kami tonjolkan agar masyarakat melihat bahwa Romokalisari berbeda dengan wisata perkotaan pada umumnya."

P : "Pesan utama apa yang ingin disampaikan kepada wisatawan terkait keberadaan eduwisata di kawasan ini?"

A : "Pesan utamanya adalah wisata tidak selalu berkaitan dengan hiburan semata. Di Romokalisari, wisatawan juga dapat belajar mengenai pentingnya menjaga lingkungan pesisir dan mangrove. Kami ingin masyarakat memiliki kesadaran bahwa kawasan alam seperti ini perlu dijaga bersama karena memiliki manfaat besar bagi lingkungan kota."

P : "Bagaimana pengelola mengintegrasikan unsur edukasi lingkungan dan rekreasi dalam strategi komunikasinya?"

A : "Kami mengemas pesan edukasi dengan cara yang lebih ringan dan menarik. Misalnya melalui konten media sosial yang menjelaskan fungsi mangrove, kegiatan penanaman pohon, maupun edukasi pesisir yang dikombinasikan dengan visual wisata yang menarik. Dengan demikian masyarakat tidak merasa digurui dan tetap dapat menikmati sisi rekreasinya."

P : "Sejauh mana media sosial berperan dalam meningkatkan awareness masyarakat terhadap Romokalisari Adventure Land?"

A : "Perannya sangat besar. Bahkan sebagian besar pengunjung mengetahui Romokalisari dari media sosial. Konten video pendek dan foto-foto wisata cukup efektif dalam menarik perhatian masyarakat, terutama generasi muda. Selain itu, media sosial membantu memperluas jangkauan promosi dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan promosi konvensional."

P : "Apakah terdapat target audiens tertentu dalam strategi komunikasi wisata ini?"

A : "Tentu ada. Kami menyasar beberapa kelompok sekaligus, terutama keluarga, pelajar, mahasiswa, dan komunitas lingkungan. Karena konsepnya eduwisata, pelajar menjadi salah satu target utama. Namun kami juga ingin tempat ini dapat dinikmati oleh masyarakat umum sebagai ruang rekreasi yang edukatif."

P : "Bagaimana bentuk kerja sama atau kolaborasi yang dilakukan dengan media, komunitas, influencer, atau stakeholder lain?"

A : "Kami cukup sering berkolaborasi dengan media lokal untuk publikasi kegiatan. Selain itu, terdapat kerja sama dengan komunitas lingkungan, sekolah, kampus, hingga content creator lokal untuk membantu memperkenalkan Romokalisari Adventure Land kepada masyarakat yang lebih luas. Biasanya dalam bentuk peliputan kegiatan, event bersama, atau promosi melalui media sosial mereka."

P : "Apa saja kendala yang dihadapi dalam membangun citra Romokalisari Adventure Land sebagai destinasi eduwisata berbasis konservasi?"

A : "Tantangannya cukup banyak. Salah satunya masih ada masyarakat yang memandang wisata hanya sebagai tempat hiburan biasa sehingga pesan edukasinya belum sepenuhnya tersampaikan. Selain itu, karena lokasinya berada di kawasan pesisir, faktor cuaca juga memengaruhi kenyamanan wisatawan dan kegiatan promosi"

P : "Bagaimana cara pengelola memastikan bahwa pesan promosi yang disampaikan sesuai dengan pengalaman nyata wisatawan di lapangan?"

A : "Kami berusaha menampilkan kondisi yang realistis dalam promosi. Apa yang ditampilkan pada media sosial maupun publikasi menggambarkan kondisi sebenarnya di lapangan. Selain itu, kami juga rutin melakukan evaluasi terhadap fasilitas dan pelayanan agar pengalaman pengunjung tetap sesuai dengan ekspektasi mereka."

P : "Sejauh mana keterlibatan masyarakat lokal dan pelaku UMKM dalam mendukung komunikasi dan promosi destinasi wisata ini?"

A : "Keterlibatan masyarakat lokal sangat penting. Banyak UMKM di sekitar kawasan yang ikut berkembang karena adanya wisata ini. Mereka juga secara tidak langsung membantu promosi melalui produk maupun interaksi dengan wisatawan. Dengan demikian pengembangan wisata ini tidak hanya mendukung sektor pariwisata, tetapi juga perekonomian masyarakat sekitar."

P : "Apakah pengelola melakukan evaluasi terhadap efektivitas strategi komunikasi yang telah dijalankan?"

A : "Ya, kami melakukan evaluasi secara berkala. Evaluasi dilakukan dengan melihat jumlah kunjungan wisatawan, respons masyarakat di media sosial, tingkat interaksi konten, hingga masukan langsung dari pengunjung. Dari hasil evaluasi tersebut kami dapat mengetahui strategi yang efektif dan aspek yang masih perlu diperbaiki."

P : "Bagaimana respons masyarakat dan wisatawan terhadap branding Romokalisari Adventure Land sebagai destinasi wisata berbasis eduwisata?"

A : "Secara umum responsnya cukup positif. Banyak pengunjung menilai tempat ini berbeda karena tidak hanya menawarkan hiburan, tetapi juga pengalaman belajar mengenai lingkungan. Selain itu, saat ini masyarakat mulai tertarik terhadap wisata alam dan konsep wisata berkelanjutan."

P : "Apa harapan dan rencana pengembangan strategi komunikasi ke depan untuk memperkuat brand destination Romokalisari Adventure Land sebagai ikon eduwisata Kota Surabaya?"

A : "Ke depan kami ingin memperkuat identitas Romokalisari sebagai ikon wisata edukasi pesisir Kota Surabaya. Strateginya dilakukan melalui peningkatan kualitas konten digital, memperluas kolaborasi dengan berbagai pihak, serta menghadirkan lebih banyak program edukasi lingkungan yang menarik bagi masyarakat. Harapannya, Romokalisari Adventure Land semakin dikenal tidak hanya di Surabaya, tetapi juga di luar daerah sebagai destinasi eduwisata unggulan."

Transkrip Wawancara Narasumber 2

Identitas Informan

Nama	: Maruli
Jabatan	: Pengelola Romokalisari dari DKPP
Instansi	: Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya
Tanggal Wawancara	: 25 Mei 2026
Tempat Wawancara	: Kantor Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya

TRANSKRIP WAWANCARA

P : "Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan pengelola atau Pemerintah Kota Surabaya dalam memperkenalkan Romokalisari Adventure Land kepada masyarakat dan wisatawan?"

M : "Strategi yang kami lakukan lebih ke pendekatan yang dekat dengan masyarakat. Jadi bukan hanya promosi wisata biasa, tetapi kami juga menekankan bahwa Romokalisari memiliki nilai edukasi dan lingkungan. Kami aktif memperkenalkan melalui media sosial Pemerintah Kota Surabaya, kegiatan event, hingga kerja sama dengan sekolah dan komunitas. Selain itu, kami juga sering mengikuti pameran maupun kegiatan pariwisata agar masyarakat mengetahui bahwa di Surabaya terdapat wisata alam dan edukasi seperti Romokalisari Adventure Land."

P : "Media apa saja yang digunakan dalam promosi Romokalisari Adventure Land, baik media digital maupun media konvensional?"

M : "Untuk media digital, kami memanfaatkan Instagram, TikTok, YouTube, dan website Pemerintah Kota Surabaya. Konten yang disajikan biasanya berupa video wahana, edukasi mangrove, kegiatan wisata keluarga, serta dokumentasi berbagai event. Sementara itu, media konvensional yang digunakan meliputi banner, baliho, pemberitaan media cetak, radio lokal, hingga publikasi melalui kegiatan dinas."

P : "Mengapa konsep eduwisata dipilih sebagai identitas utama destinasi Romokalisari Adventure Land?"

M : "Karena kawasan Romokalisari memiliki potensi lingkungan yang sangat kuat. Kami tidak ingin kawasan ini hanya menjadi tempat hiburan, tetapi juga dapat memberikan pengetahuan kepada pengunjung. Konsep eduwisata dipilih agar masyarakat dapat menikmati wisata sambil belajar mengenai lingkungan, konservasi, pertanian, dan ekosistem pesisir. Dengan demikian, terdapat nilai tambah yang ingin kami bangun dari destinasi ini."

P : "Bagaimana pengelola membangun citra atau brand destination Romokalisari Adventure Land agar berbeda dengan destinasi wisata lain di Surabaya?"

M : "Kami berupaya menampilkan identitas yang unik, yaitu wisata petualangan berbasis edukasi lingkungan. Jika destinasi lain lebih berfokus pada hiburan perkotaan atau pusat perbelanjaan, Romokalisari menawarkan suasana alam, edukasi, dan aktivitas luar ruangan. Branding tersebut dibangun melalui visual promosi, konsep kegiatan, serta pengalaman langsung yang dirasakan pengunjung saat berkunjung."

P : "Pesan utama apa yang ingin disampaikan kepada wisatawan terkait keberadaan eduwisata di kawasan ini?"

M : "Pesan utama yang ingin kami sampaikan adalah bahwa wisata tidak selalu harus berorientasi pada hiburan semata. Di Romokalisari, pengunjung dapat berekreasi sambil belajar menjaga lingkungan dan mengenal potensi kawasan pesisir Surabaya. Kami berharap masyarakat memiliki kepedulian terhadap alam melalui pengalaman wisata yang menyenangkan."

P : "Bagaimana pengelola mengintegrasikan unsur edukasi lingkungan dan rekreasi dalam strategi komunikasinya?"

M : "Kami menggabungkan unsur edukasi ke dalam berbagai aktivitas wisata. Misalnya melalui pengenalan mangrove, edukasi budidaya, maupun penjelasan mengenai ekosistem pesisir yang dikemas secara santai dan tidak terlalu formal. Dengan cara tersebut, pengunjung tetap merasakan pengalaman berwisata sekaligus memperoleh informasi dan pengetahuan baru."

P : "Sejauh mana media sosial berperan dalam meningkatkan awareness masyarakat terhadap Romokalisari Adventure Land?"

M : "Peran media sosial sangat besar. Banyak pengunjung mengetahui Romokalisari justru dari media sosial. Konten video pendek dan dokumentasi pengunjung cukup efektif dalam meningkatkan rasa penasaran masyarakat. Selain itu, saat ini masyarakat cenderung melihat visual destinasi terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk berkunjung ke suatu tempat wisata."

P : "Apakah terdapat target audiens tertentu dalam strategi komunikasi wisata ini, misalnya wisatawan keluarga, pelajar, atau komunitas pecinta lingkungan?"\

M : "Ya, terdapat target audiens tertentu. Sasaran utama kami adalah keluarga dan pelajar karena konsep wisata yang diusung bersifat edukatif. Selain itu, komunitas lingkungan juga menjadi target karena memiliki ketertarikan terhadap isu konservasi dan kegiatan berbasis alam. Namun secara umum, destinasi ini terbuka untuk seluruh kalangan Masyarakat."

P : "Bagaimana bentuk kerja sama atau kolaborasi yang dilakukan dengan media, komunitas, influencer, atau stakeholder lain dalam mempromosikan destinasi ini?"

M : "Kami beberapa kali bekerja sama dengan media lokal untuk publikasi kegiatan maupun event. Selain itu, kami juga menggandeng komunitas lingkungan, sekolah, serta content creator lokal agar informasi mengenai Romokalisari dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas. Kolaborasi tersebut biasanya dilakukan dalam bentuk liputan kegiatan, kunjungan wisata, maupun kampanye lingkungan."

P : "Apa saja kendala yang dihadapi dalam membangun citra Romokalisari Adventure Land sebagai destinasi eduwisata berbasis konservasi?"

M : "Salah satu kendalanya adalah masih adanya masyarakat yang menganggap kawasan pesisir kurang menarik dibandingkan wisata modern. Oleh karena itu, kami harus terus membangun pemahaman bahwa wisata alam juga memiliki daya tarik yang besar. Selain itu, tantangan lainnya adalah menjaga konsistensi fasilitas dan kondisi lingkungan agar tetap nyaman bagi pengunjung."

P : "Bagaimana cara pengelola memastikan bahwa pesan promosi yang disampaikan sesuai dengan pengalaman nyata wisatawan di lapangan?"

M : "Kami selalu berupaya menampilkan promosi yang sesuai dengan kondisi nyata di lapangan. Apa yang ditampilkan dalam media sosial maupun publikasi benar-benar menggambarkan aktivitas yang tersedia di lokasi wisata. Selain itu, kami juga rutin menerima masukan dari pengunjung sebagai bahan evaluasi terhadap pelayanan dan fasilitas yang ada."

P : "Sejauh mana keterlibatan masyarakat lokal dan pelaku UMKM dalam mendukung komunikasi dan promosi destinasi wisata ini?"

M : "Masyarakat lokal memiliki keterlibatan yang cukup besar, terutama para pelaku UMKM di sekitar kawasan wisata. Kehadiran Romokalisari Adventure Land turut membantu meningkatkan aktivitas ekonomi masyarakat. Kami juga mendukung keterlibatan mereka dalam berbagai event dan kegiatan wisata agar pengunjung dapat mengenal produk-produk lokal yang ada di kawasan Romokalisari."

P : "Apakah pengelola melakukan evaluasi terhadap efektivitas strategi komunikasi yang telah dijalankan? Jika iya, bagaimana bentuk evaluasinya?"

M : "Ya, evaluasi dilakukan secara berkala. Kami melihat jumlah pengunjung, respons masyarakat di media sosial, serta umpan balik langsung dari wisatawan. Melalui evaluasi tersebut, kami dapat mengetahui jenis konten maupun program yang paling diminati serta aspek-aspek yang masih perlu diperbaiki."

P : "Bagaimana respons masyarakat dan wisatawan terhadap branding Romokalisari Adventure Land sebagai destinasi wisata berbasis eduwisata?"

M : "Secara umum respons masyarakat dan wisatawan cukup positif. Banyak pengunjung menilai bahwa konsep wisata edukasi seperti ini masih jarang ditemukan di Surabaya. Mereka tertarik karena dapat menikmati wisata alam sekaligus memperoleh pengalaman baru mengenai lingkungan dan kawasan pesisir."

P : "Apa harapan dan rencana pengembangan strategi komunikasi ke depan untuk memperkuat brand destination Romokalisari Adventure Land sebagai ikon eduwisata Kota Surabaya?"

M : "Ke depan kami ingin memperkuat promosi digital dan memperbanyak kegiatan kolaboratif dengan sekolah, komunitas, serta media kreatif. Harapannya, Romokalisari Adventure Land dapat semakin dikenal sebagai ikon eduwisata Kota Surabaya, tidak hanya oleh masyarakat lokal tetapi juga oleh wisatawan dari luar daerah."

Transkrip Wawancara Narasumber 3
Identitas Informan

Nama : Sugeng Riyadi
Jabatan : Pengelola Lapangan Romokalisari Adventure Land
Instansi : Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya
Tanggal Wawancara : 20 Mei 2026
Tempat Wawancara : Romokalisari Adventure Land

TRANSKRIP WAWANCARA

P : "Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan pengelola atau Pemerintah Kota Surabaya dalam memperkenalkan Romokalisari Adventure Land kepada masyarakat dan wisatawan?"

M : "Kalau dari kami di lapangan, strategi komunikasinya lebih banyak melalui pendekatan langsung kepada masyarakat dan pengunjung. Jadi bukan hanya promosi secara online, tetapi kami juga sering mengadakan kegiatan di lokasi agar masyarakat datang dan merasakan langsung suasananya. Biasanya setelah pernah berkunjung, mereka akan menceritakan pengalaman tersebut kepada orang lain atau membagikannya melalui media sosial."

P : "Media apa saja yang digunakan dalam promosi Romokalisari Adventure Land, baik media digital maupun media konvensional?"

M : "Untuk media digital, kami memanfaatkan Instagram, TikTok, dan media sosial milik Pemerintah Kota Surabaya. Selain itu, terkadang terdapat liputan YouTube dari content creator lokal. Sementara untuk media konvensional, promosi dilakukan melalui spanduk kegiatan, publikasi acara, hingga kerja sama dengan media lokal ketika terdapat event tertentu."

P : "Mengapa konsep eduwisata dipilih sebagai identitas utama destinasi Romokalisari Adventure Land?"

M : "Karena tempat ini memang tidak hanya diperuntukkan sebagai sarana hiburan. Pengunjung dapat belajar mengenai lingkungan pesisir, mangrove, dan kehidupan masyarakat sekitar kawasan Romokalisari. Oleh karena itu, konsep eduwisata dianggap paling sesuai karena mampu memberikan pengalaman yang berbeda kepada wisatawan."

P : "Bagaimana pengelola membangun citra atau brand destination Romokalisari Adventure Land agar berbeda dengan destinasi wisata lain di Surabaya?"

M : "Kami lebih menonjolkan wisata alam dan suasana terbuka. Jika di Surabaya terdapat banyak wisata perkotaan, maka di Romokalisari pengunjung dapat menikmati alam sekaligus mengikuti aktivitas edukatif. Kami ingin Romokalisari dikenal sebagai tempat wisata keluarga yang santai namun tetap memiliki unsur pembelajaran."

P : "Pesan utama apa yang ingin disampaikan kepada wisatawan terkait keberadaan eduwisata di kawasan ini?"

M : "Kami ingin menyampaikan bahwa menjaga lingkungan dapat dimulai dari hal-hal sederhana dan dapat dilakukan sambil berwisata. Dengan demikian, pengunjung tidak hanya datang untuk berfoto, tetapi juga memahami pentingnya kawasan pesisir dan lingkungan di Kota Surabaya."

P : "Bagaimana pengelola mengintegrasikan unsur edukasi lingkungan dan rekreasi dalam strategi komunikasinya?"

M : "Biasanya kami menyisipkan unsur edukasi dalam setiap aktivitas wisata. Contohnya ketika pengunjung menaiki perahu atau berkeliling kawasan, mereka diberikan penjelasan mengenai mangrove dan kondisi lingkungan sekitar. Konsep tersebut dikemas secara santai agar pengunjung tetap merasa nyaman selama berwisata."

P : "Sejauh mana media sosial berperan dalam meningkatkan awareness masyarakat terhadap Romokalisari Adventure Land?"

M : "Media sosial sangat membantu. Banyak pengunjung yang awalnya mengetahui Romokalisari melalui TikTok maupun Instagram. Saat ini masyarakat lebih mudah tertarik apabila melihat video mengenai suasana destinasi wisata. Oleh karena itu, konten visual memiliki pengaruh yang cukup besar dalam menarik minat masyarakat untuk berkunjung."

P : "Apakah terdapat target audiens tertentu dalam strategi komunikasi wisata ini, misalnya wisatawan keluarga, pelajar, atau komunitas pecinta lingkungan?"\

M : "Ada, terutama keluarga dan pelajar. Karena konsep yang diusung adalah eduwisata, sekolah-sekolah juga cukup tertarik untuk melakukan kunjungan. Selain itu, komunitas lingkungan sering datang untuk mengikuti kegiatan seperti penanaman mangrove maupun kampanye lingkungan."

P : "Bagaimana bentuk kerja sama atau kolaborasi yang dilakukan dengan media, komunitas, influencer, atau stakeholder lain dalam mempromosikan destinasi ini?"

M : "Kami terbuka untuk berkolaborasi dengan berbagai pihak. Terkadang terdapat komunitas yang mengadakan kegiatan di lokasi ini, kemudian diliput oleh media. Selain itu, beberapa influencer lokal juga pernah membuat konten mengenai Romokalisari sehingga promosi dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas."

P : "Apa saja kendala yang dihadapi dalam membangun citra Romokalisari Adventure Land sebagai destinasi eduwisata berbasis konservasi?"

M : "Tantangan yang dihadapi adalah masih adanya masyarakat yang belum memahami konsep eduwisata. Sebagian pengunjung datang dengan ekspektasi seperti taman hiburan biasa. Oleh karena itu, kami perlu terus memberikan

pemahaman bahwa Romokalisari merupakan destinasi wisata alam yang mengedepankan edukasi lingkungan."

P : "Bagaimana cara pengelola memastikan bahwa pesan promosi yang disampaikan sesuai dengan pengalaman nyata wisatawan di lapangan?"

M : "Kami berupaya menjaga fasilitas dan pelayanan agar sesuai dengan apa yang dipromosikan. Selain itu, kami juga memperhatikan komentar maupun masukan dari pengunjung sebagai bahan evaluasi sehingga kekurangan yang ada dapat segera diperbaiki."

P : "Sejauh mana keterlibatan masyarakat lokal dan pelaku UMKM dalam mendukung komunikasi dan promosi destinasi wisata ini?"

M : "Masyarakat sekitar cukup terlibat, khususnya para pelaku UMKM yang berjualan di kawasan wisata. Kehadiran mereka membantu menciptakan suasana yang lebih hidup sekaligus memperkenalkan produk-produk lokal kepada wisatawan yang berkunjung ke Romokalisari."

P : "Apakah pengelola melakukan evaluasi terhadap efektivitas strategi komunikasi yang telah dijalankan? Jika iya, bagaimana bentuk evaluasinya?"

M : "Ya, evaluasi dilakukan dengan melihat jumlah pengunjung, aktivitas media sosial, serta tanggapan pengunjung setelah berkunjung ke lokasi. Dari hasil evaluasi tersebut, kami dapat mengetahui program promosi yang paling efektif dan aspek-aspek yang perlu ditingkatkan."

P : "Bagaimana respons masyarakat dan wisatawan terhadap branding Romokalisari Adventure Land sebagai destinasi wisata berbasis eduwisata?"

M : "Respons masyarakat dan wisatawan cukup baik. Banyak pengunjung yang menyampaikan bahwa tempat ini cocok untuk wisata keluarga karena menawarkan suasana yang berbeda dibandingkan wisata perkotaan pada umumnya. Selain itu, konsep edukasi lingkungan yang diterapkan juga dinilai menarik dan tidak membosankan."

P : "Apa harapan dan rencana pengembangan strategi komunikasi ke depan untuk memperkuat brand destination Romokalisari Adventure Land sebagai ikon eduwisata Kota Surabaya?"

M : " Harapan kami adalah Romokalisari dapat semakin dikenal luas sebagai destinasi wisata edukasi unggulan di Kota Surabaya. Ke depan, kami ingin memperbanyak kegiatan edukatif, memperkuat promosi digital, serta meningkatkan kerja sama dengan komunitas maupun sekolah agar jumlah pengunjung terus meningkat."

LAMPIRAN 2 SURAT IZIN PENELITIAN

Surat izin observasi ke dinas dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

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 pow. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

Surabaya, 18 Mei 2026

Nomor : 1110/K/FISIP/V/2026
Lampiran : 1 (satu) berkas Proposal
Perihal : **Permohonan Ijin Observasi**

Kepada Yth. : Kepala Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya
Jl. Pagesangan II/56, Kec. Jambangan, Surabaya 60233

Dengan hormat.
Sehubungan dengan pemenuhan data sebagai syarat menyelesaikan mata kuliah Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dengan observasi dan wawancara.
Berkenaan dengan hal tersebut diatas, maka bersama ini kami mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin dan bantuan kepada mahasiswa di bawah ini:

No.	Nama dan NIM	Alamat	No. Tlp
1.	Putri Puspitasari (1152200138)	Jl. Tuwowo Rejo III No. 31, Surabaya	082137443936

Guna melakukan pengambilan data di:

"Romokalisari Adventure Land (Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya)"

Dengan Judul Skripsi: **"Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kota Surabaya dalam Membangun Brand Destination pada Eduwisata Romokalisari Adventure Land"**.

Demikian permohonan kami, atas perhatian serta kerjasamanya disampaikan terima kasih.

Dekan,

Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S
NPP 20110.86.0062

Surat izin observasi dari Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya

PEMERINTAH KOTA SURABAYA
DINAS KETAHANAN PANGAN DAN PERTANIAN
Jalan Pagesangan II Nomor 56 Surabaya 60233 Surabaya
Telepon (031) 8282328 Faksimile (031) 8282328
Laman surabaya.go.id, Pos-el: dinaskppsby@surabaya.go.id

Surabaya, 20 Mei 2026

Nomor : 400.14.5.4/6117/436.7.9/2026
Sifat : Biasa / Terbuka
Lampiran : 1 Berkas
Hal : Persetujuan Kegiatan Penelitian Skripsi Bagi Mahasiswa a.n Putri Puspitasari Dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945
di -
Surabaya

Menindaklanjuti surat dari Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945, Tanggal: 18 Mei 2026, Nomor: 1110/K/FISIP/V/2026, Perihal: Permohonan Ijin Observasi, bersama ini disampaikan persetujuan pelaksanaan kegiatan penelitian skripsi pada Bidang Perikanan, bagi mahasiswa dengan data sebagai berikut:

No	Nama Mahasiswa	Judul Penelitian Skripsi	Periode Penelitian Skripsi	Metode Penelitian Skripsi
1.	Putri Puspitasari	Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kota Surabaya dalam Membangun Brand Destination pada Eduwisata Romokalisari Adventure Land	25 Mei 2026 s.d. 1 Juli 2026	Permohonan Wawancara Bersama Kepala Bidang Perikanan

Berkenaan dengan penyelenggaraan kegiatan penelitian skripsi yang dilaksanakan di Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian Kota Surabaya, Mahasiswa yang telah melaksanakan kegiatan penelitian dapat menyampaikan laporan pelaksanaan kegiatan tersebut maksimal 14 (empat belas) hari setelah penelitian berakhir melalui nomor telepon/faksimile (031) 8282328 dan website: https://dkpp.surabaya.go.id/Kirim-Surat.

Demikian persetujuan ini disampaikan, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surat ini Ditandatangani Elektronik Oleh:
a.n. KEPALA DINAS
SEKRETARIS
RINA HERMAJANTI, SE, M.Si
Pembina Tingkat I / IVB
NIP. 197204031998032001

Tembusan:
Yth. Putri Puspitasari

Balai Besar Sertifikasi Elektronik - Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BSrE
- UU ITE No 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
"Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetakannya merupakan alat bukti hukum yang sah"

LAMPIRAN 3 DOKUMENTASI BERSAMA NARASUMBER

Foto dengan Ketua Bidang Perikanan dan Pengelola dari Dinas Ketahanan Pangan Kota Surabaya



Foto saat wawancara dengan pihak Dinas



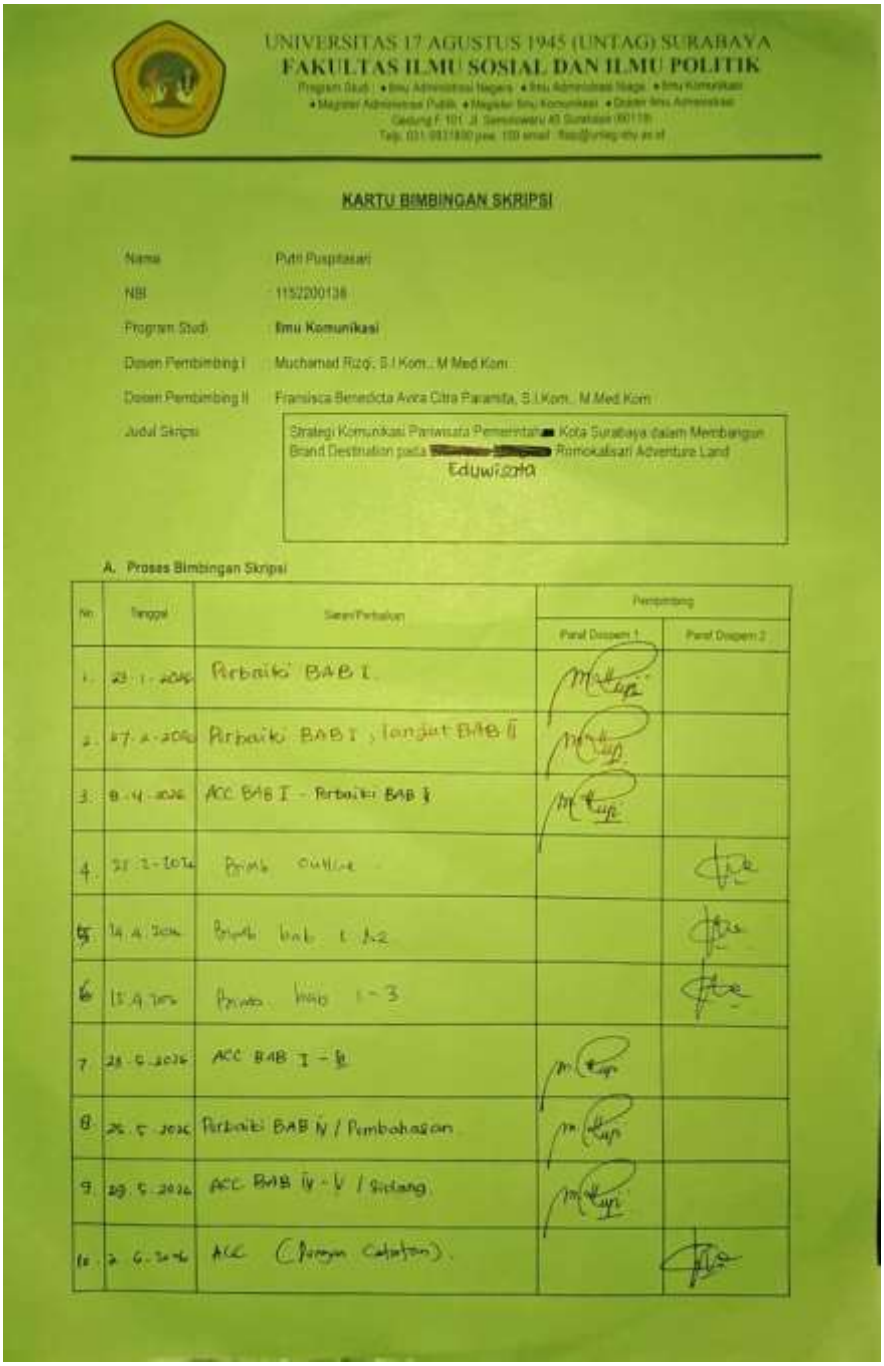
Foto dengan Pengelola Lapangan Romokalisari Adventure Land



Foto saat wawancara dengan Pengelola Lapangan Adventure Land



LAMPIRAN 4 KARTU BIMBINGAN



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 pswt. 133 email : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	Putri Puspitasari
NBI	1152200138
Program Studi	Ilmu Komunikasi
Dosen Pembimbing I	Muchamad Rizqi, S.I.Kom., M.Med.Kom
Dosen Pembimbing II	Fransisca Benedicta Avira Citra Paramita, S.I.Kom., M.Med.Kom
Judul Skripsi	Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah [redacted] Kota Surabaya dalam Membangun Brand Destination pada [redacted] Romokalisari Adventure Land Eduwisata

A. Proses Bimbingan Skripsi

No.	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Pand. Dosen 1	Pand. Dosen 2
1.	23-1-2026	Perbaiki BAB I.		
2.	27-2-2026	Perbaiki BAB I, lanjut BAB II		
3.	8-4-2026	ACC BAB I - Perbaiki BAB II		
4.	31-3-2026	Bimb online		
5.	14-4-2026	Bimb bab I, II		
6.	15-4-2026	Bimb bab I-3		
7.	28-5-2026	ACC BAB I - II		
8.	28-5-2026	Perbaiki BAB IV / Pembahasan		
9.	29-5-2026	ACC BAB IV - V / Sidang		
10.	2-6-2026	ACC (Ramyan catatan)		

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 Dosen 1	Paraf Dosen 2

B. Bimbingan Artikel Ilmiah dan Poster Hasil Luaran Skripsi

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dosen 1	Paraf Dosen 2
1.	8 C 2016	Perbaiki Subtansi		

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai
Tanggal : 2 - 6 - 2016

Dosen Pembimbing I,

(Much. Rizqi)

Dosen Pembimbing II,

(Anggraini S.H., M.C.P.)

LAMPIRAN 5 SK DAN PRESENTASE HASIL 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:611/K/LOD/VI/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 : Putri Puspitasari
NBI : 1152200138

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, 2 Juni 2026

Mengetahui
Kepala Lab. Otoda,

Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

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

Skripsi Putri Puspitasari

ORIGINALITY REPORT

10%	7%	4%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Afifah Dina Fatin, M. Husni Tamrin, Deasy Arieffiani, Agus Wahyudi. "Community Empowerment Through Asset-Based Tourism Development: A Case Study Of Romokalisari Adventure Land, Surabaya", JKMP (Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik), 2024 Publication	1%
2	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1%
3	core.ac.uk Internet Source	<1%
4	docplayer.info Internet Source	<1%
5	Ari Adiansyah, Melati Mediana Tobing. "UPAYA MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI STRATEGI OMNICHANNEL MARKETING (STUDI PADA STARTUP FINTECH PT MILOV BALOK SEJAHTERA)", Network Media, 2025 Publication	<1%
6	repository.unissula.ac.id Internet Source	<1%
7	Submitted to Politeknik Pariwisata NHI Bandung Student Paper	<1%

8	ejournal.ybli.or.id Internet Source	<1%
9	www.coursehero.com Internet Source	<1%
10	www.scribd.com Internet Source	<1%
11	repository.uinpalopo.ac.id Internet Source	<1%
12	ojs2.polimedia.ac.id Internet Source	<1%
13	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	<1%
14	123dok.com Internet Source	<1%
15	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1%
16	ejournal.uniska-kediri.ac.id Internet Source	<1%
17	eprints.unwahas.ac.id Internet Source	<1%
18	Submitted to UIN Sunan Gunung DJati Bandung Student Paper	<1%
19	repository.ubaya.ac.id Internet Source	<1%
20	Bayu Andrianto, Amin Silalahi, Nugroho Edie Santoso. "Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Klien Event Organizer CV Ritme Ajib Jember", JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi), 2025	<1%

	Publication	
21	Submitted to Universitas Bosowa Student Paper	<1 %
22	www.nikeshirts.us.com Internet Source	<1 %
23	dispertan.semarangkota.go.id Internet Source	<1 %
24	repositori.uma.ac.id Internet Source	<1 %
25	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
26	repository.upnjatim.ac.id Internet Source	<1 %
27	Lisaryadi Lisaryadi, Mutya Istikarani, Iwan Aprianto, Mahdayeni Mahdayeni. "Strategi Sinergi Manajemen Humas dan Pemasaran dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Publication	<1 %
28	kc.umn.ac.id Internet Source	<1 %
29	Stephanie Astrid Ayu, Citra Anggraini Tresyanto, Paola Sharon Susila. "Strategi Pemasaran 7P Pada Penciptaan Kepuasan Pengunjung Wisata Romokalisari Surabaya", POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 2024 Publication	<1 %
30	Submitted to Universitas Islam Negeri Raden Fatah Student Paper	<1 %

31	orbitindonesia.com Internet Source	<1%
32	Arini Sulistyowati, Dwi Wahyu Prasetyono. "MODEL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DI KAWASAN EKS LOKALISASI DOLLY SURABAYA", Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi, 2019 Publication	<1%
33	Submitted to Konsorsium PTS Indonesia - Small Campus II Student Paper	<1%
34	Submitted to Fakultas ISIP Student Paper	<1%
35	id.123dok.com Internet Source	<1%
36	pakisjournal.com Internet Source	<1%
37	polrescimahi.id Internet Source	<1%
38	Submitted to Business and Economics Student Paper	<1%
39	I Gusti Made Riko Hendrajana. "Pariwisata Minat Khusus sebagai Strategi Transformasi dan Diversifikasi Destinasi di Kabupaten Badung, Bali", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Publication	<1%
40	jurnal.pancabudi.ac.id Internet Source	<1%
	repository.uin-suska.ac.id	

41	Internet Source	<1%
42	Arya Putra Hadiwianto, Diqi Fakrun Shiddieq, Dwi Nurhayati. "ANALISIS EFEKTIFITAS VIDEO KOMERSIL DALAM STRATEGI PEMASARAN DIGITAL PADA SAMI RAOS", Djtechno: Jurnal Teknologi Informasi, 2025 Publication	<1%
43	Mita Dwi Lestari, Moh Agung Surianto. "Analisis Analisis Strategi Implementasi Integrated Marketing Communication Di PT BPW Shafira Lintas Semesta", Jurnal Mahasiswa Manajemen, 2024 Publication	<1%
44	al-afkar.com Internet Source	<1%
45	anzdoc.com Internet Source	<1%
46	dailynewshungary.com Internet Source	<1%
47	journal.student.uny.ac.id Internet Source	<1%
48	manunggalmedia.blogspot.com Internet Source	<1%
49	mediajatim.com Internet Source	<1%
50	repository.iainpare.ac.id Internet Source	<1%
51	repository.ipb.ac.id:8080 Internet Source	<1%

52	repository.stp-bandung.ac.id Internet Source	<1%
53	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1%
54	sumedang.jabarekspres.com Internet Source	<1%
55	wkachipurri.com Internet Source	<1%
56	www.konkritnews.com Internet Source	<1%
57	www.netralnews.com Internet Source	<1%
58	Afna Fitria Sari. "ETIKA KOMUNIKASI", TANJAK: Journal of Education and Teaching, 2020 Publication	<1%
59	Raniasa Putra, M. Nur Budiyanto, Juliantina Juliantina. "Pengembangan Desa Padang Bindu melalui Optimalisasi Objek Wisata di Kecamatan Semidang Aji", Jurnal Pengabdian Masyarakat (ABDIRA), 2025 Publication	<1%
60	Roni Mulyana, Meria Octavianti. "Strategi Pemasaran Hibrida untuk Keberlanjutan UMKM Makanan Tradisional", Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB), 2026 Publication	<1%
61	Sakinah Rahmania, Dyah Intan Puspitasari, Luluk Lia Rakhma. "Hubungan Paparan Media Sosial dan Pengetahuan Gizi dengan Kebiasaan Membaca Label Gizi pada	<1%

	Pengguna Media Sosial di Indonesia", Ghidza: Jurnal Gizi dan Kesehatan, 2025 Publication	
62	beritasatumedia.cld.bz Internet Source	<1 %
63	bpiw.pu.go.id Internet Source	<1 %
64	cdn.indonesia-investments.com Internet Source	<1 %
65	createbitcoin2017id.blogspot.com Internet Source	<1 %
66	dwiselvianaocha.blogspot.com Internet Source	<1 %
67	edoc.pub Internet Source	<1 %
68	etd.umy.ac.id Internet Source	<1 %
69	id.scribd.com Internet Source	<1 %
70	journal-laaroiba.com Internet Source	<1 %
71	media.neliti.com Internet Source	<1 %
72	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
73	repository.unas.ac.id Internet Source	<1 %
74	www.mistar.id Internet Source	<1 %



75	afidburhanuddin.wordpress.com Internet Source	<1%
76	Siti Osa Kosassy, Dian Rizke, F. Yasmeardi, Daniel Jusari, Iis Surianti. "Peran Pemerintah Nagari dalam Melestarikan Budaya Nagari di Gunung Talang Kabupaten Solok", RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, 2026 Publication	<1%

Exclude quotes	Off	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	Off		

LAMPIRAN 6 SERTIFIKAT DAN LOA SEMAKOM



SERTIFIKAT

No: 245 /K/ILKOM/FISIP/V/2026

DIBERIKAN KEPADA:

Putri Puspitasatri

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 Firdaniah Nadhilah Hushadi, S.Sos., M.A

NPP. 20150220864

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

Nomor : 146/K/ILKOM/FISIP/VII/2026
Lampiran : -
Perihal : Pemberitahuan Penerimaan Artikel

Kepada Yth
Putri Puspitasari

Berdasarkan hasil review artikel yang saudara/i kirimkan dengan judul :

"Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kota Surabaya dalam Membangun Brand Destination pada Eduwisata Romokalisari AdventureLand"

Maka dengan ini menyatakan artikel tersebut layak terbit untuk di publikasikan di **Prosiding Seminar Nasional Mahasiswa Komunikasi (SEMAKOM) Juli 2026, Vol. 04, No. 02.**
Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Surabaya, 01 Juli 2026
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi, S.Sos., M.A
NPP. 20150220864

LAMPIRAN 7 LEMBAR REVISI DOSEN PENGUJI 1

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Putri Puspitasari
NIM : 1152200138
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 15 Juni 2026
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kota Surabaya dalam Membangun Brand Destination pada Eduwisata Romokalisari Adventure Land

Catatan Perbaikan:

- Sesuaikan dg catatan penguji 2 dan 3.

Surabaya, 15 - 6 - 2026

Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

25/6-26

M. Rizqi

Revisi dari Dosen Penguji,

M. Rizqi

Much. Rizqi

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 2

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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Putri Puspitasari
NIM : 1152200138
Hari/ Tanggal Ujian : Senin, 15 Juni 2026
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kota Surabaya dalam Membangun Brand Destination pada Eduwisata Romokalisari Adventure Land

Catatan Perbaikan:

87-89 Daftar Pustaka — + link jurnal
+ link repository

Surabaya, 26-06-2026

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.

LAMPIRAN 9 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	:	Putri Puspitasari
NIM	:	1152200138
Hari/ Tanggal Ujian	:	Senin, 15 Juni 2026
Judul Skripsi	:	Strategi Komunikasi Pariwisata Pemerintah Kota Surabaya dalam Membangun Brand Destination pada Eduwisata Romokalisari Adventure Land

Catatan Perbaikan: Tambahan penjelasan yg membedakan setiap unsur.

Surabaya, 25 Juni 2026

Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

Kun Muhammad Ali

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