LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Table 2 LAMPIRAN PEDOMAN WAWANCARA

No	Pertanyaan Penelitian	
1.	Sejak kapan Anda aktif membuat konten wisata di Instagram?	
2.	Mengapa Anda tertarik membuat konten tentang aktivitias pendakian gunung?	
3.	Bagaimana Anda membagikan pengalaman mendaki melalui Instagram?	
4.	Bagaimana Anda menentukan pesan utama yang ingin disampaikan kepada audiens?	
5.	Apa yang ingin Anda tonjolkan dari aktivitas pendakian melalui konten yang dibuat?	
6.	Mengapa Anda memilih Instagram sebagai media promosi wisata?	
7.	Fitur Instagram apa yang paling sering digunakan untuk membagikan aktivitas pendakian dan mengapa?	
8.	Bagaimana proses Anda membuat konten reels atau video promosi wisata?	

9.	Apa yang menjadi pertimbangan dalam memilih visual, caption, musik, atau angle video	
10.	Bagaimana cara Anda membuat konten agar terlihat menarik dan tidak membosankan?	
11.	Apa kendala yang Anda alami saat membuat konten aktivitas pendakian wisata?	
12.	Menurut Anda, seberapa efektif aktivitas pendakian konten instagram mikro influencer?	
13	Bagaimana cara Anda menarik perhatian audiens pada awal konten?	
14	Bagaimana cara Anda menarik perhatian audiens pada awal konten?	
15	Bagaimana cara Anda membuat audiens tertarik melihat konten sampai selesai?	
16	Bagaimana Anda menampilkan konten aktivitas mendaki agar terlihat menarik bagi audiens?	
17	Apa harapan Anda terhadap perkembangan aktivitas pendakian Gunung melalui media sosial	

Table 3 Transkrip wawancara

NO	Pertanyaan penelitian	Jawaban
1.	Sejak kapan Anda aktif membuat konten aktivitas meendaki di Instagram?	@firanabilaamalia untuk aktif pembuatan konten sudah 2 tahun
2.	Mengapa Anda tertarik membuat konten tentang aktivitas pendakian?	Dulu Saya pernah tinggal di daerah Tretes dan waktu kecil sering diajak ke gunung penanggungan mangkanya samapai ini saya tertarik membuat konten aktivitas mendaki gunung dan edukasi kepada auidiens biar auidiens yang mulai mendaki tahu tentang gunung penanggungan agar tidak terjadi kecelakaan yang tidak diinginkan.
3.	Bagaimana Anda membagikan pengalaman mendaki melalui Instagram?	mengudakasi auidiens awam atau baru mulai ingin mendaki tahu tantangan saat ke puncak gunung agar tidak terjadi kecelakaan yang tidak di inginkan.
4.	Apa yang ingin Anda tonjolkan dari melalui konten yang dibuat	Ingin menunjukan keaadaan atau kondisi track pendakian gunung dan fasilitas apa aja yang ada di sana kondisi cuaca tempat pengelola wisata dan pemandangan wisata.

5.	Mengapa Anda memilih Instagram sebagai media promosi wisata?	Karena media instagram mudah di jangkau di kalangan Gen Z dan Gen milenial juga
6.	Fitur Instagram apa yang paling sering digunakan dalam promosi wisata? Mengapa?	Reels karena bisa membuat konten tentang gunung tersebut, dan story instgram
7.	Bagaimana proses Anda membuat konten reels atau video?	Saya menentukan aktivitas pendakian gunung dulu seperti fasilitas, kondisi track pendakian, perbukitan dan menentukan pesan utama nya menjelaskan suatu objek tersebut lalu saya mengediting video tersebut biasa durasi 45 menit sampai 1 menit
8.	Apa yang menjadi pertimbangan dalam memilih visual, caption, musik, atau angle video?	visual, saya lebih memilih pemandangan yang dapat memperlihatkan keindahan alam, jalur pendakian, sunrise, serta momen perjalanan yang terasa autentik agar penonton ikut merasakan pengalaman mendaki tersebut. caption, saya membuat kalimat yang singkat tetapi mampu menggambarkan suasana perjalanan, memberikan informasi pendakian, atau menyisipkan motivasi dan pesan tentang alam agar lebih dekat dengan audiens. Pemilihan musik juga sangat penting karena musik membantu membangun emosi dalam video. angle video, saya mempertimbangkan sudut pengambilan gambar yang dapat memperlihatkan detail jalur, ketinggian, dan panorama Gunung Penanggungan secara menarik. Saya juga menggunakan variasi angle

		seperti wide shot untuk landscape, POV saat berjalan, dan close-up pada aktivitas pendakian agar video terlihat lebih dinamis dan tidak monoton.
9.	Bagaimana cara Anda membuat konten agar terlihat menarik dan tidak membosankan?	Cara saya membuat konten agar terlihat menarik dan tidak membosankan adalah dengan mengombinasikan beberapa elemen visual, audio, dan alur cerita dalam video. Saya biasanya membuat video dengan durasi yang tidak terlalu panjang dan langsung menampilkan bagian yang paling menarik di awal agar penonton tertarik untuk terus menonton. Selain itu, saya menggunakan variasi pengambilan gambar seperti panorama alam, aktivitas pendakian, suasana perjalanan, hingga detail kecil di sekitar gunung agar video terasa lebih hidup. Proses editing juga saya perhatikan, seperti penggunaan transisi, color grading, dan sinkronisasi video dengan musik supaya konten lebih nyaman dilihat. Saya juga berusaha membuat alur cerita dalam setiap konten, misalnya mulai dari persiapan pendakian, perjalanan menuju puncak, hingga momen menikmati pemandangan. Dengan begitu, penonton tidak hanya melihat pemandangan, tetapi juga ikut merasakan pengalaman pendakian tersebut. Selain itu, saya tetap mengikuti tren di media sosial tanpa menghilangkan ciri khas konten yang saya buat.

10.	Bagaimana cara Anda membangun interaksi dengan followers melalui konten aktivitas?	Saya membangun interaAksi dengan cara membalas komentar audiens di kolom komentar konten video dan kalau senggang menjawab Dm instagram dari followers
11.	Apakah Anda sering membalas komentar atau pesan dari followers?	Saya sering membalasnya saat waktu senggang
12.	Seberapa penting likes, komentar, shares, dan views bagi Anda?	Sangat penting karena agar semangat membuat konten video
13.	Menurut Anda, apakah kedekatan dengan followers memengaruhi keberhasilan aktivitas pendakian gunung?	Sebenarnya saya tidak tau memengaruhi cuman saya berbalik tanya kepada anda nazhari apakah konten promosi saya memengaruhi anda sendiri.
14.	Bagaimana cara Anda menarik perhatian audiens pada awal konten?	Jadi awalnya saya suka trip gunung di jawa timur ini dan saya menjelaskan tentang gunung yaitu misal gunung kawinajang itu via ngantang itu kan jalur nya sangat bersih pengelola dari pihak basecampnya juga sangat ketat dan sering di bersihkan jalurnya track pendakian tersebut jadi saya mengimplementasikan melalui konten video saya agar masyarakat tertarik untuk mendaki gunung kawinajang tersebut. Menonjolkan sisi positif saat mendaki, dan menawarkan view pemandangan yang bagus dan cantik sekali

15.	Bagaimana cara Anda membuat audiens tertarik melihat konten sampai selesai?	Cara saya membuat audiens tertarik melihat konten sampai selesai adalah dengan menampilkan bagian paling menarik di awal video, seperti pemandangan sunrise, momen di puncak, atau cuplikan perjalanan yang unik. Hal tersebut penting untuk menarik perhatian penonton dalam beberapa detik pertama agar mereka tidak langsung melewati video. Selain itu, saya membuat alur video yang jelas dan tidak bertele-tele, sehingga penonton dapat mengikuti perjalanan pendakian dengan nyaman. Saya juga menggunakan perpaduan visual yang variatif, musik yang sesuai dengan suasana, serta editing yang dinamis agar video tidak terasa monoton. Saya berusaha menghadirkan unsur cerita dan pengalaman dalam setiap konten, misalnya tantangan selama pendakian, suasana perjalanan, hingga momen menikmati keindahan alam di gunung gunung. Dengan begitu, audiens merasa penasaran dan ingin terus menonton sampai akhir untuk melihat keseluruhan pengalaman yang saya bagikan.
16.	Bagaimana Anda menampilkan konten aktivitas mendaki agar terlihat menarik bagi audiens?	Saya membuat konten video instagram tentang keseruan saat mendaki dan beberapa moments moments mendaki bersama teman teman dan mengedukasi kepada auidiens dan menawarkan view pemandang gunung tersebut
17.	Apa harapan Anda terhadap perkembangan aktivitas pendakian Gunung melalui media sosial	

Lampiran 2 Dokumentasi

Dokumentasi wawancara 1 @firanabilaamalia



Lampiran 3. Bukti Publikasi Jurnal

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

Kepada Yth
Nazhari Dhiyaul Hilmi

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

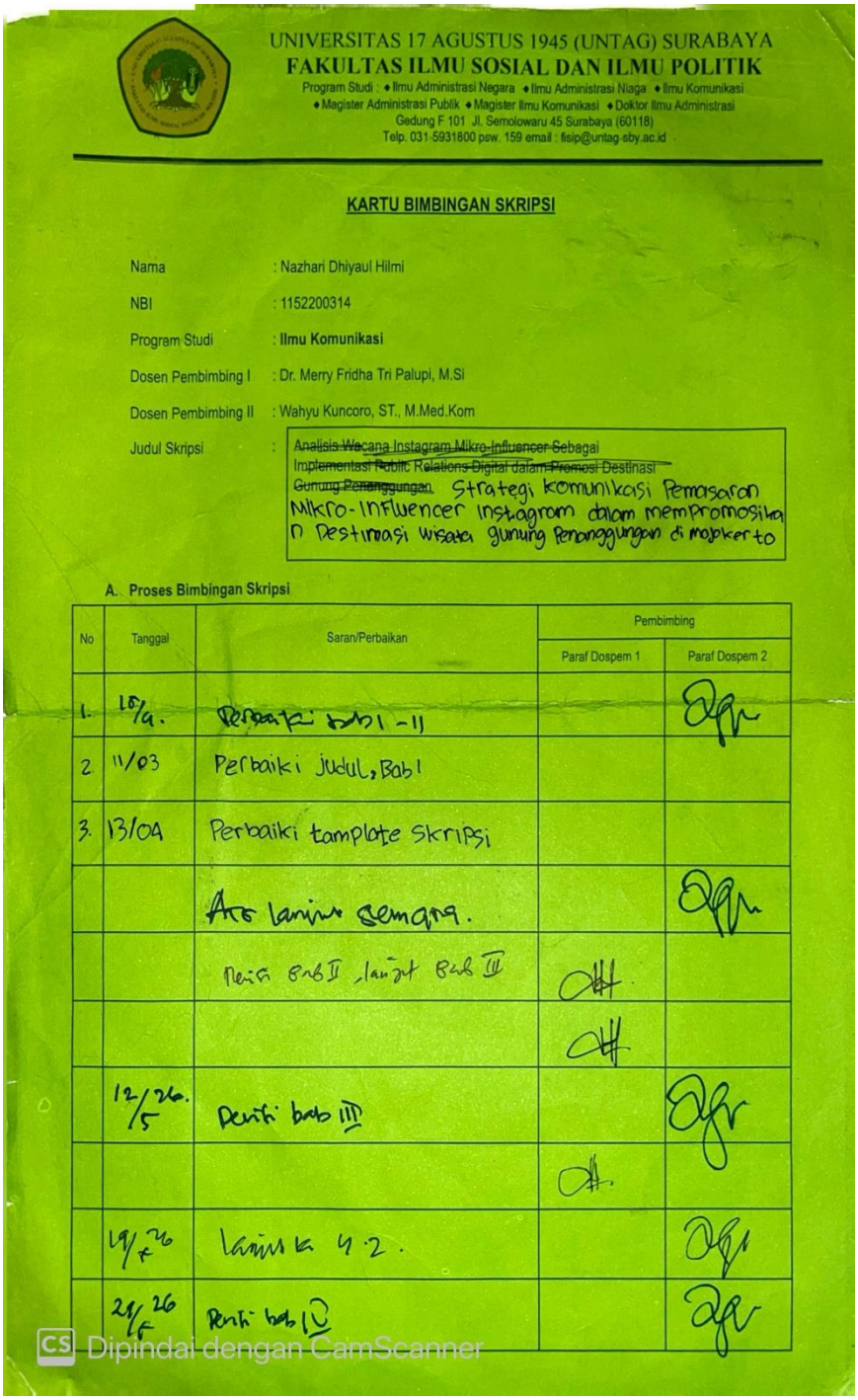
"Analisis Strategi Konten Aktivitas Mendaki dalam Membangun Personal Branding pada Influencer Instagram @firanabilaamalia"

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 4. Bukti 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 pew. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nazhari Dhiyaul Hilmi

NBI : 1152200314

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Dosen Pembimbing I : Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si

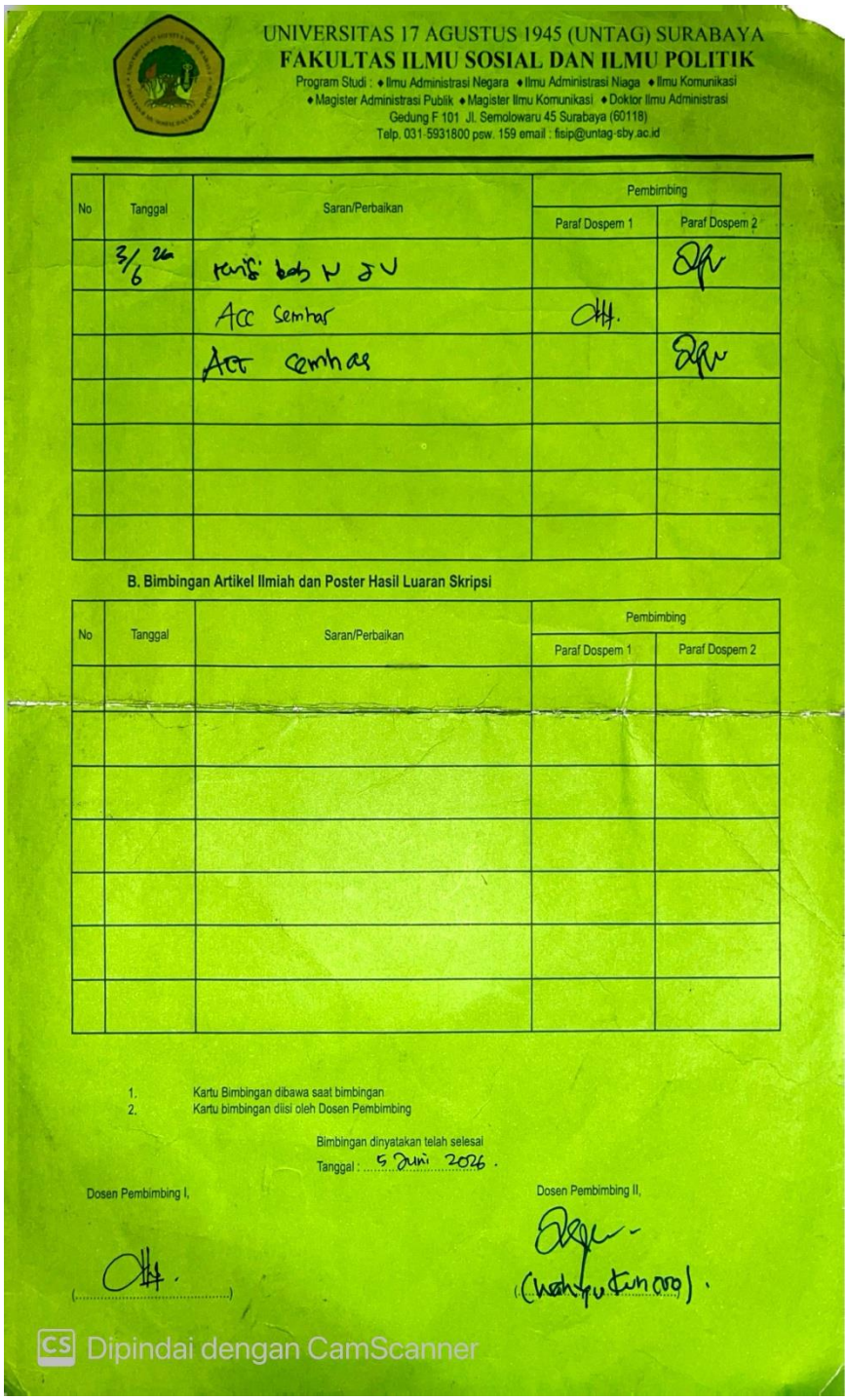
Dosen Pembimbing II : Wahyu Kuncoro, ST., M.Med.Kom

Judul Skripsi : ~~Analisis Wacana Instagram Mikro-Influencer Sebagai Implementasi Public Relations Digital dalam Promosi Destinasi Gunung Penanggungan~~ Strategi komunikasi Pemasaran Mikro-Influencer Instagram dalam mempromosikan Destinasi wisata gunung Penanggungan di Mojokerto

A. **Proses Bimbingan Skripsi**

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	10/4.	Perbaiki bab I - II		
2.	11/03	Perbaiki judul, Bab I		
3.	13/04	Perbaiki tamplate skripsi		
		Acc lanjut semang.		
		Revisi Bab II, lanjut Bab III		
	12/5-26.	Perbaiki bab III		
	19/5-26	Lanjut ke 4.2.		
	25/5-26	Perbaiki bab I,II		

Dipindai dengan CamScanner



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
	3/6 26	Revisi bab IV & V		
		Acc Seminar		
		Acc seminar		

B. Bimbingan Artikel Ilmiah dan Poster Hasil Luaran Skripsi

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2

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

Bimbingan dinyatakan telah selesai
Tanggal : 5 Juni 2026.

Dosen Pembimbing I,

(.....)

Dosen Pembimbing II,

(.....)

Dipindai dengan CamScanner

Lampiran 6. Bukti Cek 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:825/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 : Nazhari Dhiyaul Hilmi
NBI : 1152200314

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, 9 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 Nazhari

ORIGINALITY REPORT

6%	5%	3%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Student Paper	<1%
2	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	<1%
3	ejournal.unimugo.ac.id Internet Source	<1%
4	Khafidhotur Rahmawati, Dadan Anugrah, Betty Tresnawaty. "Pengelolaan Digital Public Relations Diskominfo Kabupaten Bogor (Studi Deskriptif Pada Pengelolaan Akun Instagram @kabupaten.bogor)", Reputation Jurnal Hubungan Masyarakat, 2023 Publication	<1%
5	Submitted to LSPR Communication & Business Institute Student Paper	<1%
6	id.123dok.com Internet Source	<1%
7	repository.upstegal.ac.id Internet Source	<1%

Lampiran 7. 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 : Nazhari Dhiyaul Hilmi
NIM : 1152200314
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 11 Juni 2026
Judul Skripsi : Strategi Pengelolaan Konten Aktivitas Mendaki dalam Micro Influencer di akun Instagram @firanabilaamalia

Catatan Perbaikan:

Sitasi 2 jurnal dari dosen.

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

Dr. Merry Fridha M.Si.

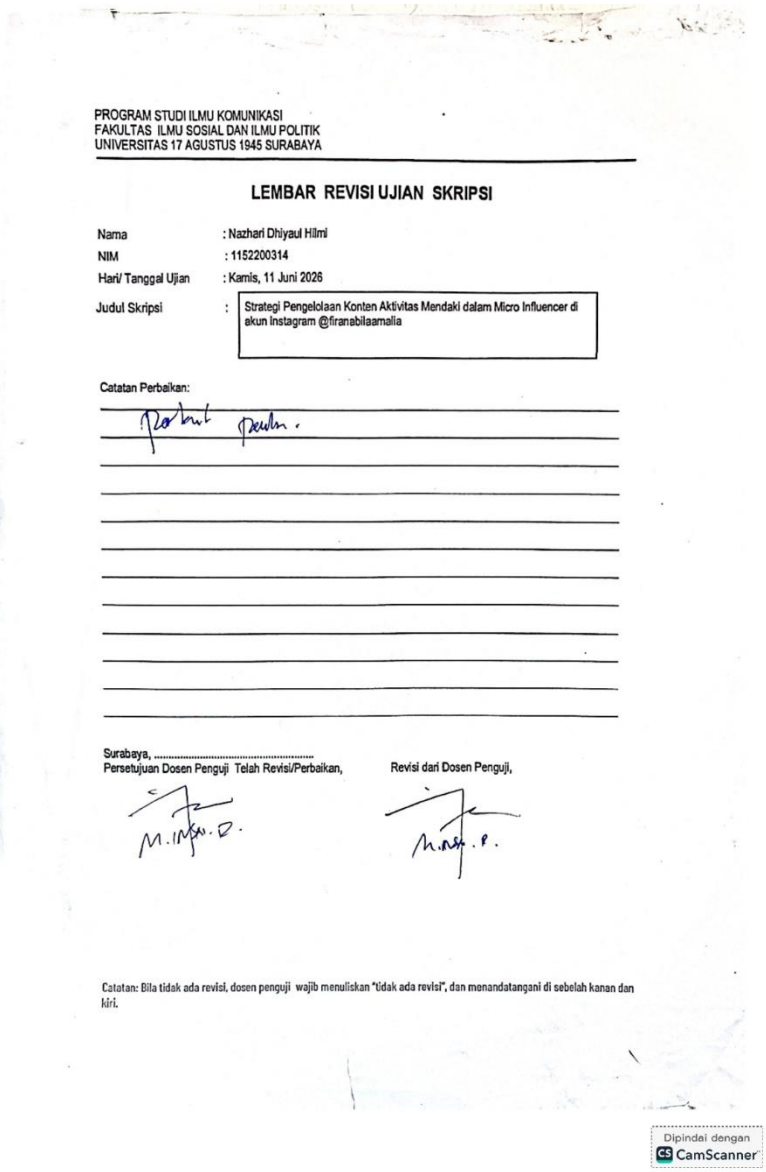
Revisi dari Dosen Penguji,

Dr. Merry Fridha, M.Si

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

Dipindai dengan CamScanner

Dosen Penguji 2



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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Nazhari Dhiyaul Hilmi
NIM : 1152200314
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 11 Juni 2026
Judul Skripsi : Strategi Pengelolaan Konten Aktivitas Mendaki dalam Micro Influencer di akun Instagram @firanabilaamalia

Catatan Perbaikan:

Perbaiki penulisan.

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

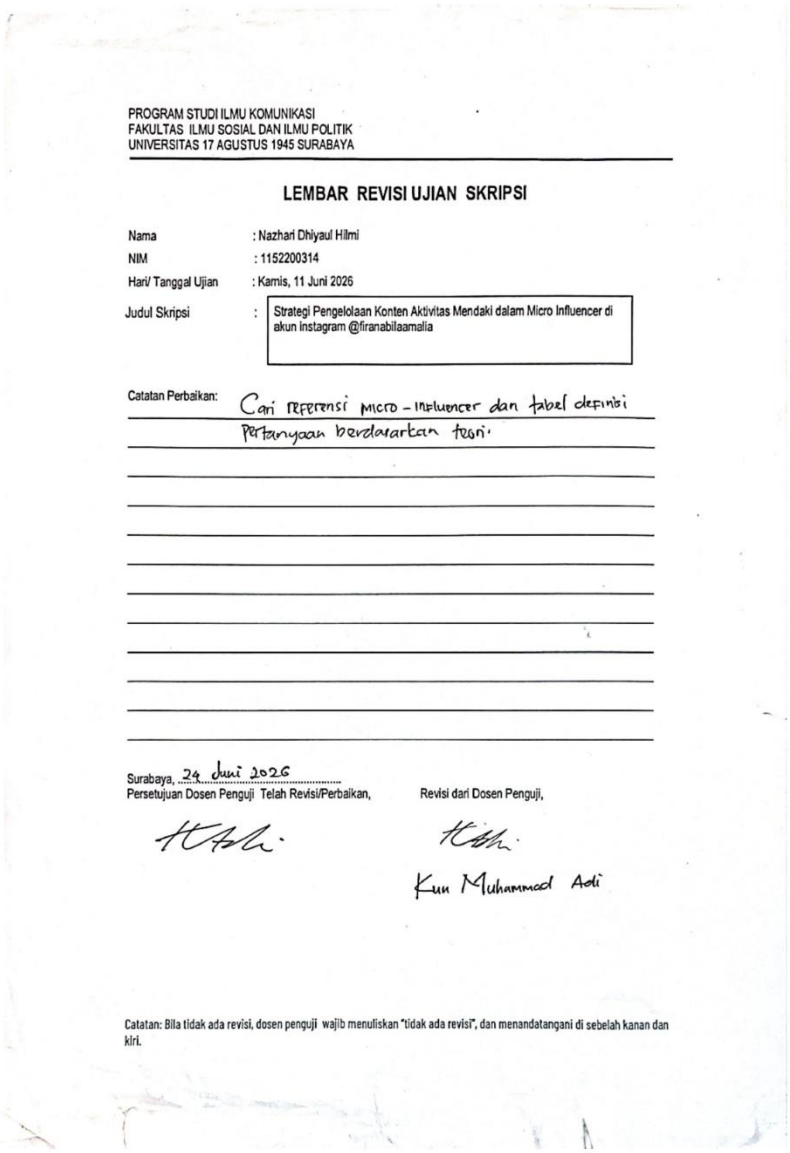
M.Ikhsan. D.

Revisi dari Dosen Penguji,

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

Dipindai dengan CamScanner

Dosen Penguji 3



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

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Nazhari Dhiyaul Hilmi
NIM : 1152200314
Hari/ Tanggal Ujian : Kamis, 11 Juni 2026
Judul Skripsi : Strategi Pengelolaan Konten Aktivitas Mendaki dalam Micro Influencer di akun instagram @firanabilaamalia

Catatan Perbaikan: Cari referensi micro - influencer dan tabel definisi pertanyaan berdasarkan teori.

Surabaya, 24 Juni 2026
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

Kun Muhammad Adi

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

Dipindai dengan CamScanner