

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Karya	4
1.4. Manfaat Karya	4
1.5. Kerangka Pemikiran	5
1.5.1. <i>Community Based Tourism</i> (CBT).....	5
1.5.2. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam CBT	7
1.6. Luaran Karya	15
1.7. Rencana Kegiatan Penyusunan Karya.....	16
BAB II LAPORAN KEGIATAN	17
2.1. Pematangan Rencana Skripsi Karya.....	18

2.1.1. Diskusi Awal dengan Operator Bukit Lintang Sewu	18
2.1.2. Diskusi Lanjutan dengan Dosen Pembimbing	19
2.1.3. Perizinan	20
2.2. Observasi dan Pencarian Data	20
2.2.1. Sejarah Praktik CBT di Kawasan Hutan Pinus Mangunan	21
2.2.2. Profil Destinasi Wisata Bukit Lintang Sewu.....	23
2.2.3. Operator Bukit Lintang Sewu.....	30
2.2.4. Aktivitas Pemasaran Bukit Lintang Sewu.....	34
2.3. Pembuatan Karya.....	45
2.3.1. Analisis Integrasi Saluran Pemasaran	45
2.3.2. Analisis Pesan Pemasaran	50
2.3.3. Analisis <i>Branding</i> dan <i>Positioning</i> Bukit Lintang Sewu	52
2.3.4. Penyusunan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital	53
a. Analisis kesiapan komunitas mengadopsi strategi	53
b. Usulan strategi pemasaran digital.....	58
c. Diskusi rancangan strategi bersama komunitas.....	62
d. Finalisasi penyusunan strategi.....	64
2.3.5. Pembuatan Dokumen Karya.....	65
2.4. Penyampaian dan Pelaksanaan	68
2.5. Refleksi Proses Pembuatan Karya.....	69
2.5.1. Keberhasilan Penelusuran Masalah dan Intervensi yang Dilakukan	69
2.5.2. Potensi Keberlanjutan dan Dukungan terhadap Praktik CBT	73
BAB III PENUTUP	76

3.1. Evaluasi	76
3.2. Saran	77
LAMPIRAN	78
Lampiran 1. Dokumen Karya.....	78
Lampiran 2. Dokumentasi Pelaksanaan Taktik.....	98
DAFTAR PUSTAKA	102