

Daftar Isi

Lembar Pengesahan.....	ii
Pernyataan Bebas Plagiasi	iii
Kata Pengantar	iv
Halaman Persembahan.....	v
Abstrak.....	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel.....	xii
Bab I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Umum	4
1.3.2 Tujuan Khusus	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Akademis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
1.5 Kebaruan Penelitian	5
Bab II Tinjauan Pustaka	6
2.1 Kerangka Pemikiran.....	6
2.1.1 Kampanye Sosial untuk Promosi Pariwisata	6
2.1.2 Manajemen Kampanye	7
2.1.3 Kerja Kreatif dalam Kampanye	8
2.1.4 Manajemen Media Sosial untuk Kampanye	8
2.1.5 Participatory Action Research sebagai Strategi Peningkatan Kecakapan Digital.....	12
2.2 Kerangka Konseptual	15
Bab III Metodologi Penelitian.....	18
3.1 Metodologi Penelitian	18
3.1.1 Pendekatan Penelitian	18
3.1.2 Metode dan Desain Penelitian.....	18
3.1.2.1 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.1.2.2 Subjek Penelitian.....	21
3.1.2.3 Waktu Penelitian	21
3.1.2.4 Tahapan Penelitian	21
3.1.3 Analisis Data	22
3.2 Rencana Pembuatan Karya	24

3.2.1 Rencana Pengembangan Kampanye	24
3.2.2 Pembagian Kerja	24
3.2.3 Rencana Kerja Individual.....	25
3.3 Ulasan Karya dan Portofolio.....	26
3.3.1 Ulasan Manajemen Media Kampanye “Kampanye Sadar Wisata” ..	26
3.3.2 Ulasan Manajemen Media Kampanye”KemBali Becik”	28
3.3.3 Portofolio	29
Bab IV Manajemen Media Sosial dalam Pengembangan Kampanye	
#ContohPancoh	29
4.1 Pengembangan Kampanye	29
4.1.1 Gambaran Umum Kampanye.....	29
4.1.2 Perencanaan Kampanye	31
4.2 Kampanye Percontohan	37
4.2.1 Perencanaan Media Kampanye Percontohan	38
4.2.2 Publikasi Konten Kampanye Percontohan.....	44
4.2.2.1 Uji Coba Publikasi Konten Informatif.	44
4.2.2.2 Uji Coba Publikasi Konten Promosional.	46
4.2.2.3 Uji Coba Publikasi Konten Hiburan..	50
4.2.2.4 Uji Coba Publikasi Konten “Adopsi Pancoh”	52
4.2.3 Evaluasi Pascapublikasi Konten Kampanye Percontohan	54
4.2.3.1 Evaluasi Berdasar Reach dan Engagement.	54
4.2.3.2 Evaluasi Berdasar Proses..	57
4.3 Kampanye Kolaborasi.....	58
4.3.1 Perencanaan Media Kampanye Kolaborasi	58
4.3.1.1 Diskusi Perencanaan Media Kampanye.....	59
4.3.1.2 Pembuatan Instrumen Perencanaan Media.	62
4.3.1.3 Pelaksanaan Pembelajaran Kolaboratif.....	63
4.3.2 Publikasi Konten Kampanye Kolaborasi	64
4.3.2.1 Publikasi Konten Informatif Kampanye Kolaborasi.....	65
4.3.2.2 Publikasi Konten Promosional Kampanye Kolaborasi.....	67
4.3.2.3 Publikasi Konten Hiburan Kampanye Kolaborasi..	68
4.3.2.4 Optimalisasi Penggunaan Instagram Story.	70
4.3.3 Evaluasi Pascapublikasi Konten Kampanye Kolaborasi	72
4.3.3.1 Evaluasi Berdasar Reach dan Engagement.	72
4.3.3.2 Evaluasi Berdasar Proses..	75
4.4 Kampanye Mandiri	76
4.4.1 Perencanaan Media Kampanye Mandiri	77
4.4.1.1 Pendampingan Perencanaan Media Kampanye.	77

4.4.1.2 Perencanaan Konten Promosi.	79
4.4.2 Publikasi Konten Kampanye Mandiri.....	81
4.4.2.1 Publikasi Konten Informatif Kampanye Mandiri.	81
4.4.2.2 Publikasi Konten Promosional Kampanye Mandiri.....	82
4.4.2.3 Publikasi Konten Hiburan Kampanye Mandiri.....	83
4.4.2.4 Optimalisasi Penggunaan Fitur Instagram Ads.....	84
4.4.3 Evaluasi Pasca Pelaksanaan Kampanye Mandiri.....	87
4.4.3.1 Evaluasi Berdasar Reach dan Engagement.	87
4.4.3.2 Evaluasi Berdasar Proses.	91
4.4.4 Panduan Pembelajaran Kolaboratif.....	92
4.5 Pemanfaatan Participatory Action Research dalam Manajemen Media....	93
4.6 Refleksi dan Analisis Pasca Pengembangan Kampanye.....	95
4.6.1 Refleksi dan Analisis terhadap Kampanye	95
4.6.2 Refleksi dan Analisis terhadap Pembelajaran Kolaboratif Pengembangan Kampanye	98
Bab V Simpulan dan Saran.....	102
5.1 Simpulan	102
5.2 Saran.....	103
Daftar Pustaka.....	105
Lampiran	A1
Lampiran A: Lembar Diskusi Pengembangan Kampanye Antara Peneliti dan Pengelola Desa Ekowisata Pancoh	A1-A8
Lampiran B: Panduan Pengembangan Kampanye Pariwisata Berkelanjutan..	B1-B27
Lampiran C: Transkrip Wawancara dengan Audiens Kampanye.....	C1-C33