

Abstrak

Pariwisata berkelanjutan adalah konsep yang diperbincangkan secara luas oleh pemerintah, akademisi, dan masyarakat, termasuk Pengelola Desa Ekowisata Pancoh. Pengembangan kampanye pariwisata berkelanjutan menjadi salah satu alternatif untuk menyampaikan konsep tersebut. Namun, diperlukan proses strategis yang adaptif dan terukur dalam mengembangkan kampanye. Berdasar pada hal tersebut, penelitian ini mengeksplorasi pengembangan kampanye pariwisata berkelanjutan dengan narasi #ContohPancoh untuk Desa Ekowisata Pancoh di Instagram menggunakan metode *participatory action research* (PAR) dan pendekatan pembelajaran kolaboratif. Pengembangan kampanye #ContohPancoh terbagi menjadi 4 (empat) tahap, yaitu persiapan, kampanye percontohan, kampanye kolaborasi, dan kampanye mandiri. Peneliti berfokus pada manajemen media kampanye, meliputi perencanaan, publikasi, dan evaluasi. Secara khusus, peneliti menyesuaikan strategi manajemen media yang sudah ada dengan konteks lokal. Melalui berbagai diskusi, Pengelola Desa Ekowisata Pancoh memperoleh pemahaman dan keterampilan praktis dalam melakukan manajemen Instagram sebagai media kampanye. Selain itu, peneliti berhasil menyusun dan mengunggah 37 konten kampanye di Instagram, yang berhasil menjangkau 107.675 akun dan meningkatkan kunjungan sebanyak 2.603 akun.

Kata-kata Kunci: kampanye pariwisata berkelanjutan, Desa Ekowisata Pancoh, *participatory action research*, pembelajaran kolaboratif, manajemen media

Sustainable tourism is a concept that is widely discussed by the government, academics, and the community, including Pancoh Eco-Tourism Village. The development of a sustainable tourism campaign is one of the alternatives to convey the concept. However, an adaptive and measurable strategic process is needed in developing the campaign. Therefore, this research explores the development of a sustainable tourism campaign called #ContohPancoh for Pancoh Ecotourism Village on Instagram using participatory action research (PAR) method and collaborative learning approach. The development of this campaign is divided into 4 (four) stages, namely preparation, pilot campaign, collaborative campaign, and independent campaign. The researcher focused on campaign media management, including planning, publication, and evaluation. In particular, we adapted existing media management strategies to the local context. Through various discussions, the Pancoh Eco-Tourism Village Managers gained understanding and practical skills in conducting Instagram management as campaign media. In addition, researchers managed to compile and upload 37 campaign contents on Instagram, which successfully reached 107,675 accounts and increased visits by 2,603 accounts.

Keywords: sustainable tourism campaign, Pancoh Eco-Tourism Village, Participatory Action Research, collaborative learning, media management