

Daftar Isi

Lembar Pengesahan.....	ii
Pernyataan Bebas Plagiasi.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Halaman Persembahan.....	v
Abstrak.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel.....	xiii
Bab I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	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.....	8
2.1.3 Proses kerja kreatif dalam kampanye.....	11
2.1.4 Manajemen media sosial sebagai media kampanye.....	11
2.1.5 Participatory Action Research (PAR) sebagai strategi peningkatan kecakapan digital.....	12
2.2 Kerangka Konseptual.....	14
Bab III Metodologi Penelitian.....	17
3.1 Metodologi Penelitian.....	17
3.1.1 Pendekatan penelitian: Kualitatif induktif.....	17
3.1.2 Metode dan desain penelitian: Participatory Action Research dan strategi pembelajaran kolaboratif.....	17
3.1.2.1 Teknik Pengumpulan Data..	19
3.1.2.2 Subjek Penelitian.	19
3.1.2.3 Waktu Penelitian.....	19
3.1.3 Analisis Data.....	20
3.2 Rencana Pembuatan Karya.....	21
3.2.1 Rencana Pengembangan Kampanye.....	21
3.2.2 Pembagian Kerja.....	22

3.2.3 Rencana Kerja Individual	22
3.3 Ulasan Karya dan Portofolio	23
3.3.1 Ulasan Manajemen Kampanye Kembali Becik	23
3.3.2 Ulasan Manajemen Kampanye Sadar Wisata	24
3.3.3 Portofolio	25
Bab IV Proses Manajemen Kampanye Pariwisata Berkelanjutan	
#ContohPancoh	26
4.1 Pengembangan Kampanye.....	26
4.1.1 Gambaran Umum Kampanye	26
4.1.2 Perencanaan Kampanye	28
4.2 Kampanye Percontohan	38
4.2.1 Strategi Kampanye Percontohan.....	38
4.2.2 Implementasi Kampanye Percontohan	44
4.2.2.1 Penentuan Skema Kerja Kampanye Percontohan.....	44
4.2.2.2 Proses Pelaksanaan, Koordinasi, dan Pemantauan Kampanye Percontohan..	46
4.2.2.3 Manajemen Anggaran Biaya Kampanye Percontohan..	51
4.2.3 Evaluasi Pasca Pelaksanaan Kampanye Percontohan	52
4.2.3.1 Evaluasi Konten Unggahan Kampanye Percontohan.	52
4.2.3.2 Evaluasi Proses Pengembangan Kampanye Percontohan.	54
4.3 Kampanye Kolaboratif.....	54
4.3.1 Strategi Kampanye Kolaboratif	55
4.3.1.1 Proses Perancangan Strategi Kampanye Kolaboratif.	56
4.3.1.2 Pelaksanaan Pembelajaran Kolaboratif.	58
4.3.2 Implementasi Kampanye Kolaboratif.....	60
4.3.2.1 Penentuan Skema Kerja Kampanye Kolaboratif.	60
4.3.2.2 Proses Pelaksanaan, Koordinasi, dan Pemantauan Kampanye Kolaboratif.....	61
4.3.2.3 Manajemen Anggaran Biaya Kampanye Kolaboratif.....	66
4.3.3 Evaluasi Pasca Pelaksanaan Kampanye Kolaboratif	67
4.3.3.1 Evaluasi Konten Unggahan Kampanye Kolaboratif.....	67
4.3.3.2 Evaluasi Proses Pengembangan Kampanye Kolaboratif.....	69
4.4 Kampanye Mandiri.....	70
4.4.1 Strategi Kampanye Mandiri.....	70
4.4.2 Implementasi Kampanye Mandiri	71
4.4.2.1 Proses Pelaksanaan, Koordinasi, dan Pemantauan Kampanye Mandiri..	72
4.4.2.2 Publikasi Instagram Ads.	76
4.4.2.3 Manajemen Anggaran Kampanye Mandiri.	78

4.4.3 Evaluasi Pasca Pelaksanaan Kampanye Mandiri.....	79
4.4.3.1 Evaluasi Konten Unggahan Kampanye Mandiri.	79
4.4.3.2 Evaluasi Proses Pengembangan Kampanye Mandiri.	81
4.4.3.3 Evaluasi Instagram Ads.	81
4.5 Pengaplikasian Participatory Action Research (PAR) dalam Proses Manajemen Kampanye	84
4.6 Refleksi dan Analisis Pasca Pengembangan Kampanye	86
4.6.1 Refleksi dan Analisis terhadap Kampanye	86
4.6.2 Refleksi dan Analisis terhadap Pembelajaran Kolaboratif Pengembangan Kampanye.....	89
Bab V Simpulan dan Saran.....	91
5.1 Simpulan	91
5.2 Saran	92
Daftar Pustaka	94
Lampiran	A1
Lampiran A: Lembar Diskusi Pengembangan Kampanye Antara Peneliti dan Pengelola Desa Ekowisata Pancoh.....	A1-A8
Lampiran B: Panduan Pembelajaran Kolaboratif.....	B1-B27
Lampiran C: Transkrip Wawancara	C1-C36