

## DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN .....	17
1.1 Latar Belakang.....	17
1.2 Rumusan Masalah .....	26
1.3 Tujuan.....	26
1.4 Manfaat.....	26
1.5 Penelitian Terdahulu.....	27
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	29
2.1 Ekowisata .....	29
2.2 Ekowisata Berbasis Masyarakat .....	32
2.3. Pandemi Covid-19 .....	34
2.4. Bauran Pemasaran .....	36
2.5. Bauran Promosi .....	40
2.6. Sosial media.....	41
2.7. Instagram .....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Metode Dasar.....	45
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
3.3 Alat dan Bahan Penelitian .....	46
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	46
3.4.1 Data Primer .....	46
3.4.2 Data Sekunder .....	46
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	47
3.6 Metode Analisis Data .....	50
BAB IV PEMBAHASAN.....	53
4.1 Kondisi Umum .....	53
4.1.1 Lokasi.....	53

4.1.2	Sejarah Kelompok Tani Hutan Kemasyarakatan Sido Mulyo III .....	54
4.1.3	Pengelolaan Kelembagaan KTHKm Sido Mulyo III .....	56
4.1.4	Pengelolaan Kawasan KHKm Sido Mulyo III .....	59
4.1.5	Pengelolaan Usaha KTHKm Sido Mulyo III .....	62
4.2	Analisis Peran <i>Stakeholder</i> .....	67
4.3	Analisis Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi .....	73
4.2.1	Sejarah Akun Instagram Ekowisata Watu Payung .....	73
4.2.2	Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi .....	75
4.2.3	Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Minat Pengunjung .....	80
4.4	Strategi Pengelolaan Marketing Ekowisata Watu Payung dengan Menggunakan Sosial media Aplikasi Instagram .....	89
BAB V KESIMPULAN .....		106
5.1	Kesimpulan .....	106
5.2	Saran .....	107
DAFTAR PUSTAKA .....		109

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Daftar prosentase pengguna sosial media yang digunakan masyarakat di Indonesia usia 16-64 tahun. (Sumber: Kompas.com) .....	19
Gambar 1.2 Spot foto Wana Wisata Geoforest Watu Payung .....	22
Gambar 1. 3 Akun official instagram Wana Wisata Geoforest Watu Payung.....	23
Gambar 1. 4 Bauran Pemasaran .....	24
Gambar 4.1 Peta administrative Kabupaten Gunungkidul.....	54
Gambar 4.2 Struktur organisasi KTHKm Sido Mulyo III .....	58
Gambar 4.3 Pembagian andil KTHKm Sido Mulyo III.....	61
Gambar 4.4 Pertunjukan jathilan di Watu Payung.....	66
Gambar 4. 5 Diagram Analisis <i>Stakeholder</i> Ekowisata Watu Payung .....	68
Gambar 4. 6 Profil akun instagram Watu Payung sebagai Media Promosi .....	74
Gambar 4.7 Bentuk Promosi Ekowisata Watu Payung yang diupload di sosial media instagram Ekowisata Geoforest Watu Payung.....	76
Gambar 4.8 Penggunaan Hashtag pada Postingan Sosial media Ekowisata Watu Payung.....	77
Gambar 4. 9 Penggunaan fitur Geotag pada Postingan Pengunjung Ekowisata Watu Payung.....	78
Gambar 4.10 Penggunaan Fitur Mention pada akun instagram Ekowisata Watu Payung .....	80
Gambar 4.11 Grafik Pengunjung Wisata Watu Payung.....	82
Gambar 4. 12 Gambar Analisis SWOT.....	91

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jenis dan Metode Pengumpulan Data .....	49
Tabel 3.2 Analisis SWOT .....	51
Tabel 3.3 Tabel Analisis <i>Stakeholder</i> Ekowisata Watu Payung .....	52
Tabel 4.1 Daftar Tarif Wana Wisata Watu Payung .....	64
Tabel 4.2 Program Pengelolaan Marketing.....	97