

Abstrak

Kampanye strategis dapat menjadi alternatif solusi untuk menunjang komitmen Pemerintah Indonesia dalam mengembangkan konsep pariwisata berkelanjutan. Berdasar hal tersebut, tim peneliti berupaya menyebarluaskan konsep ini melalui kampanye kolaboratif yang didasari oleh metode *Participatory Action Research* (PAR) dan pendekatan pembelajaran kolaboratif. Adapun mitra kolaborator dalam kampanye ini adalah Desa Ekowisata Pancoh. Desa yang mengusung ekowisata dan menyandang *Sustainable Tourism Observatory* (STO). Secara garis besar, tim peneliti membuat Kampanye #ContohPancoh yang bertujuan mengoptimalkan kampanye pariwisata berkelanjutan melalui Instagram. Dalam pelaksanaannya, kampanye ini telah berhasil memproduksi 37 konten pariwisata berkelanjutan, meningkatkan angka kunjungan profil akun Instagram @desaekowisatapancoh menjadi 2.603, dan menjangkau 107.675 akun. Selain itu, kampanye ini telah berhasil mengembangkan skema produksi konten kampanye yang dapat digunakan oleh Desa Ekowisata Pancoh maupun sebagai alternatif rujukan desa wisata lainnya. Skema produksi tersebut didasari prinsip berbiaya rendah, aplikatif, dan praktis. Dengan adanya skema ini kampanye pariwisata berkelanjutan dapat diterapkan dengan biaya seminimal mungkin, peralatan seadanya, dan hasil luaran dapat dilihat dalam waktu yang relatif singkat

Kata Kunci: kampanye pariwisata berkelanjutan, Desa Ekowisata Pancoh, *Participatory Action Research*, pembelajaran kolaboratif, skema produksi.

Strategic campaigns can be an alternative solution to support the commitment of the Government of Indonesia in developing the concept of sustainable tourism. Based on this, the research team seeks to disseminate this concept through a collaborative campaign based on Participatory Action Research (PAR) methods and collaborative learning approaches. The collaborator partner in this campaign is Pancoh Ecotourism Village. A village that carries ecotourism and holds a Sustainable Tourism Observatory (STO). In particular, the research team created a #ContohPancoh Campaign aimed at optimizing sustainable tourism campaigns through Instagram. In its implementation, this campaign has succeeded in producing 37 pieces of sustainable tourism content, increasing the number of Instagram account profile visits @desaekowisatapancoh to 2,603, and reaching 107,675 accounts. In addition, this campaign has succeeded in developing a campaign content production scheme that can be used by Pancoh Ecotourism Village as well as an alternative reference for other tourism villages. The production scheme is based on the principle of low cost, applicative, and practical. With this scheme, sustainable tourism campaigns can be implemented at the lowest possible cost, makeshift equipment, and output results can be seen in a relatively short time.

Keywords: sustainable tourism campaign, Pancoh Eco-Tourism Village, *Participatory Action Research*, collaborative learning, production scheme.