

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN PENGANTAR	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
INTISARI	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.1.1 Media Sosial	6
2.1.2 Promosi	10
2.1.3 Pengembangan Agrowisata dengan Konsep <i>SEB</i>	14
2.2 Kerangka Pemikiran.....	19
III. METODE PENELITIAN	22
3.1 Metode Dasar	22
3.2 Metode Penentuan Informan Penelitian	23
3.2.1 Lokasi Penelitian.....	23

3.2.2	Pengambilan Informan.....	23
3.3	Jenis Data	28
3.3.1	Data Primer	28
3.3.2	Data Sekunder.....	28
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.4.1	Wawancara.....	28
3.4.2	Observasi	29
3.4.3	Studi Dokumentasi.....	29
3.5	Pembatasan Masalah	30
3.6	Definisi Operasional.....	31
3.7	Uji Keabsahan Data.....	34
3.7.1	Triangulasi Sumber.....	34
3.7.2	Triangulasi Metode	34
3.8	Proses Analisis Data.....	35
3.8.1	Pengumpulan Data.....	36
3.8.2	Reduksi Data.....	37
3.8.3	Penyajian Data	37
3.8.4	Penarikan Kesimpulan	37
IV.	KEADAAN UMUM WILAYAH.....	38
4.1	Keadaan Umum Wilayah Agrowisata Belimbing Artha Mandiri.....	38
4.2	Kondisi Fisik Daerah.....	44
4.3	Kondisi Demografi.....	46
4.2.1	Kepadatan Penduduk	46
4.2.2	Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.2.3	Struktur Penduduk Berdasarkan Usia	48
4.2.4	Struktur Penduduk Berdasarkan Pendidikan	50

4.2.5	Struktur Penduduk Berdasarkan Mata Pencarian.....	51
V.	PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DALAM UPAYA IMPLEMENTASI SEB DI AGROWISATA BELIMBING ARTHA MANDIRI TULUNGAGUNG	53
5.1	Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi di Agrowisata Belimbing Artha Mandiri	53
5.2	Unsur Pendukung dan Unsur Penghambat Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi dalam Upaya Implementasi <i>SEB</i> di Agrowisata Belimbing Artha Mandiri.....	65
5.2.1	Unsur Pendukung Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi dalam di Agrowisata Belimbing Artha Mandiri	65
5.2.2	Unsur Penghambat Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi dalam di Agrowisata Belimbing Artha Mandiri	71
5.3	<i>Engagement Rate</i> Media Sosial Instagram Milik Agrowisata Belimbing Artha Mandiri dan Upaya Meningkatkan.....	76
5.4	Upaya dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi dalam Upaya Implementasi <i>SEB</i> di Agrowisata Belimbing Artha Mandiri	80
5.4.1	Upaya Promosi dengan Menggunakan Media Sosial di Agrowisata Belimbing Artha Mandiri.....	80
5.4.2	Upaya Regenerasi di Agrowisata Belimbing Artha Mandiri.....	82
VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	84
6.1	Kesimpulan	84
8.	Saran	86
	DAFTAR PUSTAKA	88
	LAMPIRAN.....	93