

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR ISTILAH	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR BAGAN.....	xvii
DAFTARLAMPIRAN	xviii
INTISARI	xix
ABSTRACT	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Pertanyaan Penelitian	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	7

F. Tinjauan Pustaka	8
G. Landasan Teori.....	12
1. Biro Perjalanan.....	12
2. Pendampingan Masyarakat	13
3. Masyarakat Lokal.....	14
3.1 Pengertian Masyarakat Lokal.....	14
3.2 Partisipasi Masyarakat Lokal	14
H. Metode Penelitian.....	16
1. Waktu dan Tempat Penelitian	16
2. Jenis Penelitian.....	16
3. Sumber data.....	16
3.1 Data Primer	17
3.2 Data Sekunder	18
4. Teknik Pengumpulan Data.....	18
4.1 Studi Pustaka.....	18
4.2 Wawancara.....	18
4.2.1 Wawancara Terstruktur	19
4.2.2 Wawancara Tidak Terstruktur.....	19
4.3 Analisa Data	20
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	21
A. Sejarah Campa Tour.....	21
B. Visi dan Misi Campa Tour.....	24
C. <i>Tagline</i> Campa Tour	24

D. Struktur Organisasi	25
E. Kantor Pusat dan Kantor Cabang	27
F. Standar Operasional Prosedur (SOP)	27
G. <i>Branding</i>	28
1. <i>Sustainable Tourism Awareness</i>	28
2. <i>Campa Community Development and Ecotourism Center (CAVENTER)</i>	28
3. <i>Web Design</i>	29
H. Paket Wisata <i>Campa Tour</i>	29
I. Filosofi Logo.....	30
J. Produk (layanan perusahaan)	30
BAB III PEMBAHASAN	32
A. Program <i>Campa Tour</i>	34
B. Tahap Pendampingan Masyarakat Lokal	37
1. Pendekatan Komunitas dan Masyarakat Lokal	38
2. Pembuatan Paket Wisata	39
3. Pelatihan <i>Guiding</i>	40
4. Kontrol dan Penjagaan Kualitas (kegiatan wisata)	40
5. Pematangan Servis	40
C. Efektifitas Pendampingan Masyarakat.....	41
D. Humba Ailulu Sebagai <i>Pilot Project</i> Pendampingan Masyarakat	42
BAB IV PENUTUP	49



A. Kesimpulan	49
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	54
DAFTAR NARASUMBER	56
LAMPIRAN.....	57