

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xv
<b>ABSTRAK</b> .....	xvi
<b>ABSTRACT</b> .....	xvii

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1.Latar Belakang.....	1
1.2.Rumusan Masalah.....	5
1.3.Tujuan Penelitian.....	5
1.4.Manfaat Penelitian.....	5

1.4.1. Secara Teoritis.....	5
1.4.2. Secara Praktis.....	5
1.4.3. Secara Akademis.....	6
1.5. Kerangka Pemikiran.....	6
1.5.1. New Media.....	6
1.5.2. <i>New Wave Marketing</i> .....	7
1.5.3. <i>Brand Image</i> .....	10

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Pengertian Komunikasi dan Strategi Pemasaran.....	12
2.2. <i>New Media</i> .....	18
2.2.1. Media Sebagai Sarana Untuk Menyebarkan Informasi.....	19
2.2.2. Pandangan <i>New Media</i> .....	20
2.2.3. Manfaat <i>New Media</i> .....	21
2.2.4. Dampak Buruk <i>New Media</i> .....	21
2.3. <i>Brand Image</i> .....	22
2.4. Perencanaan Posisi <i>Marketing</i> .....	23
2.5. Penelitian Terdahulu.....	30

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Jenis Penelitian.....	32
3.2. Lokasi Penelitian.....	33
3.3. Sumber Data Penelitian.....	33
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.1. <i>Indept Interview</i> .....	35
3.4.2. Dokumen dan Data.....	36
3.4.3. Observasi.....	36
3.5. Teknik Analisa Data .....	37
3.6. Validitas Data.....	39

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Hasil Penelitian .....	41
4.1.1. Gambaran Umum Hotel Tentrem Yogyakarta.....	41
4.1.2. Visi, Misi dan Logo Perusahaan Hotel Tentrem.....	43
4.1.3. Struktur Organisasi Hotel Tentrem.....	46
4.1.4. <i>Brand Image</i> Hotel Tentrem.....	47
4.1.5. <i>Public Relations</i> dan <i>Marketing</i> Hotel Tentrem.....	49
4.1.6. Peran <i>Public Relations</i> melalui <i>New Media</i> .....	50
4.1.7. Peran <i>Public Relations</i> dalam Kegiatan <i>Marketing</i> Hotel Tentrem melalui Media Pendukung.....	55

4.2. Pembahasan .....	66
4.2.1 <i>Public Relations</i> dalam Menggunakan <i>New Wave Marketing</i> untuk meningkatkan <i>Brand Image</i> .....	66
4.2.2. Peran Hotel Tentrem melalui <i>Media Online</i> dalam meningkatkan <i>Brand Image</i> .....	67
4.2.3. Peran <i>Public Relations</i> Sebagai <i>Marketing</i> dari Hotel Tentrem Melalui <i>New Media</i> dalam Meningkatkan <i>Brand Image</i> .....	70

## **BAB V PENUTUP**

5.1. Kesimpulan.....	73
5.2. Saran.....	74

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Komponen <i>New Wave Marketing</i> .....	11
Tabel 4.1. Jadwal <i>online</i> pihak <i>public relations</i> Hotel Tentrem.....	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Model Triangulasi Data .....	42
Gambar 4.1. Lokasi Hotel Tentrem.....	44
Gambar 4.2. Logo Hotel Tentrem.....	47
Gambar 4.3 Postingan Media Sosial Tentang <i>Event</i> dan <i>Promotion</i> Produk di Hotel Tentrem.....	55
Gambar 4.4. Foto Ruangan Didalam <i>Ballroom</i> Hotel Tentrem .....	56
Gambar 4.5. 5 Foto Ruangan <i>Lobby</i> Hotel Tentrem .....	57
Gambar 4.6. <i>Official Twitter of Hotel Tentrem</i> .....	59
Gambar 4.7. Promosi harian Hotel Tentrem melalui Twitter Hotel Tentrem .....	60
Gambar 4.8. <i>Official Instagram Hotel Tentrem</i> .....	62
Gambar 4.9. Promosi Produk dan <i>Event-event</i> Hotel Tentrem .....	63
Gambar 4.10. <i>Flayer Promotion</i> .....	64
Gambar 4.11. Poster <i>Event</i> Hotel Tentrem .....	65