

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GRAFIK.....	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan & Manfaat Penelitian.....	9
1.3.1. Tujuan Peneliitian	9
1.3.2. Manfaat Penelitian	9
1.4. Kerangka Teori dan Pemikiran.....	10
1.4.1. Teori Perencanaan.....	10

1.4.2. Public Relations dalam Kajian Komunikasi.....	14
1.4.2.1. Pengertian <i>public relations</i>	14
1.4.2.2. Strategi <i>Public Relations</i>	15
1.4.3. <i>Media Relations</i>	17
1.4.3.1. Pengertian <i>Media Relations</i>	17
1.4.3.2. Proses <i>Media Relations</i>	19
1.4.4. <i>Brand Image</i>	21
1.4.4.1. Pengertian <i>Brand Image</i>	21
1.4.4.2. Faktor Pembentuk <i>Brand Image</i>	22
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1. <i>Brand Image</i>	24
2.1.1. Pengertian <i>Brand Image</i>	24
2.1.2. Indikator Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	26
2.1.3. Fungsi dan Peran <i>Brand Image</i>	29
2.1.4. Dimensi <i>Brand Image</i>	30
2.2. Strategi <i>Media Relations</i>	33
2.2.1. Definisi Strategi.....	33
2.2.2. Definisi <i>Media Relations</i>	35
2.2.3. Fungsi dan Tujuan <i>Media Relations</i>	36
2.2.3.1. Fungsi <i>Media Relations</i>	36
2.2.3.2. Tujuan <i>Media Relations</i>	37

2.2.4. Strategi Media Relations	38
2.3. Pembinaan Hubungan dengan Media	39
2.4. Kegiatan <i>Media Relations</i>	41
2.5. Peran Strategi <i>Public Relations</i> dalam Perusahaan	43
2.5.1. Peran <i>Public Relations</i>	43
2.5.2. Strategi <i>Public Relations</i>	46
2.6. Penelitian Terdahulu	49
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	52
3.1. Jenis Penelitian dan Objek Penelitian.....	52
3.1.1. Jenis Penelitian	52
3.1.2. Objek Penelitian	53
3.2. Sumber Data	53
3.2.1. Data Primer	53
3.2.2. Data Sekunder	54
3.3. Teknik Pengumpulan Data	54
3.3.1. Wawancara	54
3.3.2. Observasi	54
3.3.3. Studi Dokumentasi	55
3.4. Teknik Analisa Data	56
3.4.1. Reduksi Data	56
3.4.2. Penyajian Data	57

3.4.3. Menarik Kesimpulan	57
3.5. Uji Validitas Data	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1. Hasil Penelitian	61
4.1.1. Sejarah Hotel Neo+ Awana Yogyakarta	61
4.1.2. Struktur Organisasi Hotel Neo+ Awana Yogyakarta	63
4.1.3. Analisa Kegiatan <i>Media Relations</i> Hotel Neo+ Awana	66
4.1.4. Strategi <i>Media Relations</i> Hotel Neo+ Awana Yogyakarta.....	69
4.1.4 Jalinan Relasi Media.....	83
4.1.5. Media Monitoring & Evaluasi Kegiatan <i>Media Relations</i>	85
4.2. Pembahasan	87
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1. Kesimpulan	94
5.2. Saran	95
Daftar Pustaka	
Transkrip Wawancara Hotel Neo+ Awana Yogyakarta	
Lampiran Pemberitaan di Media	

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1. Perkembangan wisatawan ke DIY Tahun 2012-2016.....	2
--	---

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Perbedaan Humas dan Media	41
Bagan 4.1. Struktur Organisasi Hotel Neo+ Awana Yogyakarta	63
Bagan 4.2. Strategi Media Relations Hotel Neo+ Awana Yogyakarta.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Website Hotel Neo+ Awana Yogyakarta	7
Gambar 3.1 Trianglasi Sumber Data	60
Gambar 4.2 Program <i>Good Food, Good Mood</i>	72
Gambar 4.3 Perayaan Pergantian Tahun 2018	73
Gambar 4.4. Konferensi Pers Peresmian Hotel Neo	74
Gambar 4.5. Hotel Neo+ Awana Bersih Makam	79