

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.4.3 Manfaat Akademis	9
1.5 Kerangka Teori dan Konsep.....	9
1.5.1 Manajemen <i>Public Relations</i>	9
1.5.2 Model <i>SOSTAC Plans</i>	12
1.6 Kerangka Pemikiran	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Definisi <i>Public Relations</i>	17
2.2 Manajemen <i>Public Relations</i>	19
2.3 Digital Marketing	25
2.4 Model <i>SOSTAC Plans</i>	29
2.5 Definisi Hotel	35

2.6 Pandemi COVID-19	37
2.7 Penelitian Terdahulu.....	38
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Jenis Penelitian	41
3.2 Lokasi Penelitian	42
3.3 Objek Penelitian	42
3.4 Subjek Penelitian.....	42
3.5 Sumber Data Penelitian	43
3.5.1 Data Primer	44
3.5.2 Data Sekunder.....	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data	46
3.6.1 Observasi	46
3.6.2 Wawancara	47
3.6.3 Studi Kepustakaan	48
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.7.1 Reduksi Data.....	49
3.7.2 Penyajian Data (<i>Data Display</i>).....	49
3.7.3 Verifikasi Data (<i>Conclusions Drowing/Verifying</i>)	50
3.8 Uji Keabsahan Data.....	50
3.8.1 Triangulasi Sumber.....	51
3.8.2 Triangulasi Metode	51
3.8.3 Triangulasi Waktu	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Gambaran Umum Hotel Grand Keisha Yogyakarta.....	53
4.1.1 Profil dan Sejarah Hotel Grand Keisha Yogyakarta.....	53
4.1.2 Visi Misi Hotel Grand Keisha Yogyakarta.....	54
4.1.3 Logo Hotel Grand Keisha Yogyakarta	55
4.1.4 Lokasi Hotel Grand Keisha Yogyakarta.....	56
4.1.5 Struktur Organisasi Hotel Grand Keisha Yogyakarta	56
4.1.6 Prestasi yang dicapai Hotel Grand Keisha Yogyakarta.....	57
4.1.7 Fasilitas Hotel Grand Keisha Yogyakarta	58
4.2 Hasil Penelitian.....	61

4.2.1 Mendefinisikan Masalah atau Peluang	61
4.2.2 Perencanaan dan Pemrograman	66
4.2.3 Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi.....	74
4.2.4 Mengevaluasi Program	104
4.3 Tanggapan Konsumen Terhadap Aktivitas <i>Digital Marketing</i> Hotel Grand Keisha Yogyakarta	108
4.4 Pembahasan	109
BAB V PENUTUP.....	117
5.1 Kesimpulan.....	117
5.2 Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA	119
LAMPIRAN.....	123