

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9

1.5 Kerangka Teori	10
1.5.1 Teori <i>Communications Style</i>	10
1.5.2 Teori Perencanaan.....	12
1.5.3 <i>Brand Awareness</i>	14
1.5.4 Analisis SWOT	16

BAB II TINJUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Pemasaran	19
2.1.1 Marketing (Pemasaran).....	19
2.1.2 Komunikasi	20
2.1.3 Komunikasi pemasaran (<i>marketing communications</i>).....	24
2.2 <i>Brand Awareness</i>	29
2.2.1 Pengertian <i>Brand</i> / Merek.....	29
2.2.2 <i>Brand Equity</i>	32
2.2.3 <i>Brand Awareness</i>	33
2.3 Hubungan Konsumen dengan Perusahaan	34
2.4 Konsep Analisis SWOT	35
2.5 Kajian Penelitian Sebelumnya	38

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	40
----------------------------	----

3.2 Objek Penelitian	41
3.3 Lokasi Penelitian	41
3.4 Data dan Sumber Data	41
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.6 Uji Validitas Data.....	45
3.7 Teknik Analisis Data	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	48
4.1.1 Gambaran Umum Zodiak Hotel Yogyakarta	48
4.1.1.1 Visi dan Misi serta Logo Zodiak Hotel Yogyakarta	51
4.1.1.2 Struktur Perusahaan Zodiak Hotel Yogyakarta	52
4.1.2 Strategi Marketing Komunikasi Zodiak Hotel Yogyakarta dalam membangun <i>Brand Awareness</i>	53
4.1.3 Fungsi dan Tugas Marketing Komunikasi Zodiak Hotel Yogyakarta dalam membangun <i>Brand Awareness</i>	72
4.2 Pembahasan.....	79
4.2.1 Strategi Strategi Marketing Komunikasi Zodiak Hotel Yogyakarta dalam membangun <i>Brand Awareness</i>	79
4.2.2 Fungsi dan Tugas Marketing Komunikasi Zodiak Hotel Yogyakarta dalam membangun <i>Brand Awareness</i>	82
4.2.3 Analisis elemen komunikasi pemasaran yang dijalankan	

Zodiak Hotel Yogyakarta	83
4.2.4 Analisis SWOT	88
4.2.4.1 <i>Strengts</i> (kekuatan)	88
4.2.4.2 <i>Weakness</i> (kelemahan)	88
4.2.4.3 <i>Opportunity</i> (peluang)	89
4.2.4.4 <i>Threats</i> (tantangan)	90

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran.....	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Piramida Brand awareness	16
Gambar 3.1 Bagan Triangulasi Sumber Data	46
Gambar 3.2 Triangulasi Teknik Pengumpulan Data	46
Gambar 4.1 Tampilan depan Zodiak Hotel Yogyakarta	50
Gambar 4.2 Logo Zodiak Hotel Yogyakarta	52
Gambar 4.3 Struktur Organisasi Zodiak Hotel Yogyakarta	52
Gambar 4.4 Surprise Gift	55
Gambar 4.5 Family Gathering	56
Gambar 4.6 Evaluasi General Meeting	58
Gambar 4.7 Pelatihan penggunaan OTA (<i>on-line travel agent</i>)	58
Gambar 4.8 Acara buka bersama dengan pesantren Al Jawi	60
Gambar 4.9 <i>Surprise birthday gift for miss</i> Verna	61
Gambar 4.10 Ucapan terima kasih dari konsumen untuk Zodiak Hotel	63
Gambar 4.11 Keseruan Iven di Zodiak Hotel Yogyakarta	60
Gambar 4.12 <i>Realase</i> majalah Media Info Wisata edisi 77 halaman 12	64
Gambar 4.13 <i>Realase</i> majalah Media Info Wisata edisi 77 halaman 18	65
Gambar 4.14 <i>newsletter</i> Kagum Hotel (group dari Zodiak)	66
Gambar 4.15 <i>Flayer</i> Zodiak Hotel Yogyakarta	67
Gambar 4.16 Spanduk Zodiak Hotel Yogyakarta	68

Gambar 4.17 <i>Car Branding</i> Zodiak Hotel Yogyakarta	69
Gambar 4.18 <i>Birthday Party at</i> Zodiak Hotel Yogyakarta	70
Gambar 4.19 Promosi Melalui FB Zodiak Hotel Yogyakarta	71
Gambar 4.20 Daftar hotel-hotel pesaing Zodiak Hotel Yogyakarta	72
Gambar 4.21 Tabel presentase Okupanasi Zodiak Hotel Yogyakarta	77
Gambar 4.22 Bagan Presentase Okupansi Zodiak Hotel Yogyakarta	78