

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTARCT</i>.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	12
1.3 Rumusan Masalah.....	13
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Kegunaan Penelitian	13
a. Kegunaan Teoritis.....	13
b. Kegunaan Praktis	13
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	14
BAB II.....	16
TINJAUAN PUSTAKA	16

2.1 Tinjauan Teori	16
2.1.1 Komunikasi	16
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.1.3 Brand.....	18
2.1.4 Branding.....	19
2.1.5 Strategi	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	27
2.3 Kerangka Pemikiran	41
BAB III	42
METODE PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian	42
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	44
3.2.1 Subjek Penelitian	44
3.2.2 Objek Penelitian	44
3.6 Pengumpulan Data Penelitian.....	44
3.3 Lokasi Penelitian.....	46
3.4 Unit Analisis Data.....	46
3.5 Informan Penelitian.....	47
3.7 Teknis Analisis Data	49
3.8 Teknik Keabsahan Data	50
BAB IV	51
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Karakteristik Informan.....	51
4.2 Hasil Penelitian Wawancara	53
4.2.1 Perencanaan Strategi	53

4.2.2 Implementasi Strategi.....	71
4.2.3 Evaluasi Strategi.....	87
4.3 Pembahasan	95
4.3.1 Perencanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif Grand Tryas Hotel Pada Program <i>Staycation</i>	96
4.3.2 Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif Grand Tryas Hotel Pada Program <i>Staycation</i>	106
4.3.3 Evaluasi Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif Grand Tryas Hotel Pada Program <i>Staycation</i>	113
BAB V	119
KESIMPULAN DAN SARAN	119
5.1 Kesimpulan	119
5.1 Saran	120
5.2.1 Saran Akademis	120
5.2.2 Saran Praktis	120
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN	124