

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR GRAFIK .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian .....	5
D. Manfaat Penelitian .....	5
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu .....	6
F. Definisi Konseptual .....	11
G. Kerangka Pikir Penelitian .....	22
H. Metode Penelitian.....	23
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	23
2. Subyek, Obyek, dan Lokasi Penelitian .....	25
3. Jenis, Sumber Data .....	27
4. Teknik pengumpulan Data .....	29
5. Teknik Analisis Data .....	31
6. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data .....	34
I. Sistematika Pembahasan .....	36
BAB II KAJIAN TEORITIS .....	37
A. Kajian Pustaka .....	37
1. <i>Brand</i> Sebagai Entitas Perusahaan .....	37
a. Definisi <i>Brand</i> .....	37
b. Sejarah <i>Brand</i> .....	39
c. Manfaat <i>Brand</i> .....	40
d. Tantangan Dalam Menciptakan Kelanggengan <i>Brand</i> .....	43
e. Peraturan <i>Brand</i> berdasarkan Hukum di Indonesia.....	47
2. Strategi dalam Cakupan Perusahaan .....	50
a. Definisi Strategi.....	50
b. Macam-Macam Strategi .....	52
c. Urgensi Pembentukan Strategi dalam Perusahaan .....	53
3. <i>Brand Strategy</i> dalam Manajemen Perusahaan .....	55
4. <i>Public Relations</i> Sebagai Garda Terdepan Perusahaan .....	58

a.	Definisi <i>Public Relations</i> .....	58
b.	Fungsi dan Tugas <i>Public Relations</i> .....	60
c.	Ruang Lingkup Kegiatan <i>Public Relations</i> .....	62
d.	Keterkaitan <i>Public Relations</i> dengan Signifikansi <i>Brand</i> .....	66
5.	Prospek Bisnis Hotel di Indonesia .....	69
a.	Pengertian Hotel .....	69
b.	Tipe-Tipe Hotel .....	70
c.	Perkembangan Bisnis Hotel di Indonesia .....	75
B.	Kajian Teori .....	78
1.	Teori <i>Brand Expression</i> .....	78
2.	Teori <i>Brand Communication</i> .....	84
BAB III PENYAJIAN DATA .....		87
A.	Deskripsi Subyek Penelitian .....	87
1.	Profil Hotel Bekizaar .....	87
2.	Profil Informan .....	91
B.	Deskripsi Data Penelitian .....	99
1.	Perencanaan <i>Brand Strategy</i> Hotel Bekizaar .....	99
a.	<i>Brand Positioning</i> Hotel bekizaar .....	99
b.	<i>Brand Identity</i> Hotel bekizaar .....	107
c.	<i>Brand Personality</i> Karyawan Bekizaar .....	113
d.	<i>Brand Communication</i> dalam <i>Public Relations</i> Bekizaar....	118
2.	Implementasi <i>Brand Strategy</i> Hotel bekizaar .....	121
a.	<i>Brand Positioning</i> Hotel bekizaar .....	121
b.	<i>Brand Identity</i> Hotel bekizaar .....	126
c.	<i>Brand Personality</i> Karyawan Bekizaar .....	128
d.	<i>Brand Communication</i> dalam <i>Public Relations</i> Bekizaar....	129
BAB IV ANALISIS DATA .....		147
A.	Temuan Penelitian .....	147
1.	Perencanaan <i>Brand Strategy</i> Hotel Bekizaar .....	147
a.	<i>Brand Positioning</i> Hotel Bekizaar .....	147
b.	<i>Brand Identity</i> Hotel bekizaar .....	149
c.	<i>Brand Personality</i> Karyawan Bekizaar .....	152
d.	<i>Brand Communication</i> dalam <i>Public Relations</i> Bekizaar .....	156
2.	Implementasi perencanaan <i>Brand Strategy</i> Hotel Bekizaar .....	162
a.	<i>Brand Positioning</i> Hotel Bekizaar.....	163
b.	<i>Brand Identity</i> Hotel bekizaar .....	168
c.	<i>Brand Personality</i> Karyawan Bekizaar .....	168
d.	<i>Brand Communication</i> dalam <i>Public Relations</i> Bekizaar .....	170
3.	<i>Brand Strategy</i> ; Upaya Membentuk Citra Positif Bekizaar .....	174
B.	Konfirmasi Temuan dengan Teori .....	176

BAB V PENUTUP .....	206
A. Kesimpulan .....	206
B. Saran .....	208

DAFTAR PUSTAKA  
BIODATA PENULIS  
LAMPIRAN-LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Informan Penelitian Hotel bekizaar .....	27
Tabel 1.2	Jadual Penelitian .....	39
Tabel 2.1	Fungsi dan Manfaat Brand bagi Konsumen.....	42
Tabel 2.2	Klasifikasi dan Persyaratan Hoel Berbintang .....	70
Tabel 4.1	Penilaian <i>Customer</i> Hotel (Lokasi, Harga Berbanding mutu, Pelayanan .....	164
Tabel 4.2	Penilaian <i>Customer</i> Hotel (Kondisi, Kenyamanan kamar).....	165
Tabel 4.3	Rata-Rata Penilaian dan Status Hotel Melalui Ulasan <i>Customer</i> ...	166

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Desain Logo Hotel bekizaar .....	110
------------	----------------------------------	-----

## DAFTAR GRAFIK

Bagan 1.1	Proses Pembentukan <i>Brand Strategy</i> dalam <i>Public Relations</i> Hotel Bekizaar .....	26
Bagan 1.2	Komponen-Komponen Analisis Data .....	31
Grafik 2.1	Permohonan Merek Berdasarkan Jenis Permohonan .....	49
Bagan 3.1	Struktur Organisasi Hotel bekizaar .....	91
Grafik 3.1	Okupansi Hotel Bekizaar .....	144
Grafik 3.2	Aktifitas <i>Arrival</i> dan <i>Departure</i> Tamu Hotel Bekizaar .....	145