

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL (Berbahasa Indonesia)	i
HALAMAN JUDUL (Berbahasa Inggris)	ii
HALAMAN JUDUL (Berbahasa Indonesia)	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	v
MOTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR SINGKATAN	xiv
DAFTAR ISTILAH	xv
INTISARI	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Tinjauan Pustaka	6
1.6 Landasan Teori	11
1.7 Metodologi Penelitian	15
1.7.1 Jenis Penelitian	15
1.7.2 Lokus dan Waktu Penelitian	16
1.7.3 Teknik Pengumpulan Data	16
1.7.4 Metode Analisis Data	19

1.8	Sistematika Penelitian	20
BAB II	21
GAMBARAN UMUM THE 101 YOGYAKARTA TUGU	21
2.1	Industri Hospitalitas di Yogyakarta Pada Masa Pandemi dan Pascapandemi 21	
2.2	Profil Panorama Group dan PHM Hotels	24
2.3	Profil THE 101 Yogyakarta Tugu	28
2.4	Tugas Departemen	34
2.5	Operasionalisasi Hotel Pada Masa Pandemi dan Pascapandemi.....	37
2.6	Perencanaan dan Penerapan Komunikasi Pemasaran Terintegrasi THE 101 Yogyakarta Tugu.....	41
BAB III	44
PEMBAHASAN KOMUNIKASI PEMASARAN TERINTEGRASI THE 101 YOGYAKARTA TUGU PADA MASA PANDEMI DAN PASCAPANDEMI COVID-19	44
3.1	Komunikasi Pemasaran Terintegrasi THE 101 Yogyakarta Tugu Pada Masa Pandemi Covid-19.....	44
3.2	Komunikasi Pemasaran Terintegrasi THE 101 Yogyakarta Tugu Pada Masa Pascapandemi Covid-19	61
3.3	Persamaan dan Perbedaan Komunikasi Pemasaran Terintegrasi THE 101 Yogyakarta Tugu Pada Masa Pandemi dan Pascapandemi	75
BAB IV	84
PENUTUP	84
4.1	Kesimpulan.....	84
4.2	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
DAFTAR LAMAN	90
LAMPIRAN	91