UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Branding Phoenix Hotel Yogyakarta
Rasyikah Raffi, Dr. Mohamad Yusuf, M.A. ; Mohamad Rachmadian Narotama, S.T., M.Sc.,Ph.D. ; Yulita Kusuma Sar
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

COVER JUDUL ..... **i**

PENGESAHAN ..... **ii**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI ..... **iii**

MOTTO ..... **iv**

HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **vi**

DAFTAR ISI ..... **vii**

DAFTAR TABEL ..... **xi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xii**

INTISARI ..... **xiv**

ABSTRACT ..... **xv**

BAB I PENDAHULUAN **1**

1.1 Latar Belakang **1**

1.2. Rumusan Masalah **6**

1.3. Tujuan Penelitian **6**

1.4. Manfaat Penelitian **7**

1.4.1 Manfaat Teoritis **7**

1.4.2 Manfaat Praktis **8**

1.5. Tinjauan Pustaka **9**

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Branding Phoenix Hotel Yogyakarta
Rasyikah Raffi, Dr. Mohamad Yusuf, M.A. ; Mohamad Rachmadian Narotama, S.T., M.Sc.,Ph.D. ; Yulita Kusuma Sar
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

1.6 Landasan Teori 13

1.6.1 Media Sosial 14

1.6.2 Branding dan Citra Merek 17

1.7 Metodologi 20

1.7.1 Jenis Penelitian 20

1.7.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 21

1.7.3 Unit Analisis 22

1.7.4 Kerangka Analisis 23

1.7.5 Subjek dan Objek Penelitian 25

1.7.6 Jenis dan Sumber Data 25

1.7.7 Teknik Pengumpulan Data 26

1.7.8 Teknik Analisis Data 27

1.8 Sistematika Penulisan 28

BAB II GAMBARAN UMUM PROFIL PHOENIX HOTEL YOGYAKARTA 30

2.1. Deskripsi Objek Penelitian 30

2.1.1 Sejarah Singkat Phoenix Hotel Yogyakarta 31

2.1.2 Visi dan Misi 31

2.1,3 Profil Umum Phoenix Hotel Yogyakarta 32

2.1.4 Layanan dan Fasilitas Phoenix Hotel Yogyakarta 33

2.1.4.1 Kamar dan Suite 33

2.1.4.2 Restoran dan Bar 33

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Branding Phoenix Hotel Yogyakarta
Rasyikah Raffi, Dr. Mohamad Yusuf, M.A. ; Mohamad Rachmadian Narotama, S.T., M.Sc.,Ph.D. ; Yulita Kusuma Sar
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

2.1.4.3 Spa dan Wellness 34

2.1.4.4 Kolam Renang 34

2.1.4.5 Ruang Pertemuan dan Balroom 34

2.1.4.6 Layanan Tambahan 34

2.1.5 Produk Phoenix Hotel Yogyakarta 35

2.1.5.1 Produk Utama 35

2.1.5.2 Produk Pendukung 36

2.1.5.3 Produk Tambahan 37

2.2. Media Sosial Phoenix Hotel Yogyakarta 38

2.2.1 Instagram Phoenix Hotel Yogyakarta 39

2.2.2 Facebook Phoenix Hotel Yogyakarta 41

2.2.3 Peran Media Sosial 44

2.2.4 Dampak dan Tantangan 44

2.3 Strategi Branding Phoenix Hotel Yogyakarta 46

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN..... Error! Bookmark not defined.**49**

3.1.Deskripsi Objek Yang di Analisis 49

3.1.1 Karakteristik Data Penelitian 50

3.2 Analisis Konten Media Sosial 53

3.2.1 Pemilahan Data Unggahan 55

3.2.2 Analisis Konten Instagram Phoenix Hotel Yogyakarta 56

3.2.3 Analisis Konten Facebook Phoenix Hotel Yogyakarta 63

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Branding Phoenix Hotel Yogyakarta
Rasyikah Raffi, Dr. Mohamad Yusuf, M.A. ; Mohamad Rachmadian Narotama, S.T., M.Sc.,Ph.D. ; Yulita Kusuma Sar
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.2.4 Peran Media Sosial Dalam Branding 73

3.3 Temuan Penelitian 74

BAB IV SARAN DAN KESIMPULAN ..... Error! Bookmark not defined.**79**

4.1 Kesimpulan 79

4.2 Saran 85

4.2.1 Saran Untuk Phoenix Hotel Yogyakarta 85

4.2.2 Saran Untuk Akademisi dan Peneliti Selanjutnya 86

DAFTAR RUJUKAN 87