

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
INTSARI	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR ISTILAH	xiv
DAFTAR SINGKATAN	xvii
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5

1.3	Pertanyaan Penelitian	6
1.4	Tujuan Penelitian	6
1.5	Manfaat Penelitian	7
1.6	Tinjauan Pustaka	7
1.7	Landasan Teori	15
1.8	Metode Penelitian	23

BAB II DESKRIPSI UMUM LOKASI PENELITIAN

2.1	Profil	29
2.1.1	Sejarah	29
2.1.2	Lokasi	30
2.2	Produk	32
2.2.1	<i>Villa</i>	33
2.2.2	<i>Guesthouse</i>	34
2.2.3	<i>Apartment</i>	35
2.3	Organisasi dan Pembagian Tugas	36
2.3.1	<i>Market Building</i>	36
2.3.2	<i>HAR (Host, Air Support, and Reservation)</i>	37
2.3.3	<i>Content Creator</i>	37
2.3.4	<i>Finance</i>	38
2.3.5	<i>HRD (Human Resource Development)</i>	38

2.3.6	<i>IT-Product</i>	38
2.3.7	<i>Revenue Manager</i>	39

BAB III PEMBAHASAN

3.1	Operasional <i>HAR (Host, Air Support, and Reservation)</i>	
	secara umum	40
3.1.1	<i>Host</i>	42
3.1.2	<i>Air Support and Reservation</i>	48
3.2	Strategi Adaptasi Operasional <i>HAR (Host, Air Support, and Reservation)</i> selama pandemi <i>Covid-19</i>	51
3.2.1	Adaptasi Operasional <i>Host</i>	65
	3.2.1.1 Pengecekan Kesiapan Properti oleh <i>On-site Staff</i>	65
	3.2.1.2 <i>Remote Super Hosting</i>	66
3.2.2	Adaptasi Operasional <i>Air Support and Rese</i>	69
	3.2.2.1 Optimalisasi Permintaan <i>Booking</i>	70
	3.2.2.2 <i>Video Dealing Process</i>	75
3.2.3	Perubahan Operasional <i>HAR</i> selama Pandemi	75
	3.2.3.1 Penggunaan Instagram sebagai Media Informasi Bagi Tamu	78
	3.2.3.2 <i>Professional Networking</i>	85
	3.2.3.3 Operasional Mutu Tinggi	89

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan..... 91

4.2 Saran 94

DAFTAR PUSTAKA 96

DAFTAR LAMAN 98

LAMPIRAN 100