

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR ISTILAH.....	xiii
DAFTAR SINGKATAN.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.2.1 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Secara Praktis.....	7
1.4.2 Secara Teoritis.....	7
1.5 Tinjauan Pustaka.....	7
1.6 Landasan Teori.....	15
1.6.1 Perhotelan.....	15
1.6.2 Media Sosial.....	16
1.6.3 Strategi Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication Mix</i>).....	18
1.6.4 <i>Instagram</i>	20
1.6.5 <i>Social Media Marketing</i>	22
1.7 Metode Penelitian.....	24
1.7.1 Jenis Penelitian.....	24

1.7.2 Tempat dan Waktu Pelaksanaan.....	24
1.7.3 Alat Penelitian.....	25
1.7.4 Teknik Pengumpulan Data.....	25
1.7.5. Jenis Data.....	27
1.8 Analisis Data.....	28
BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN.....	30
2.1 Lokasi.....	30
2.2 Deskripsi Umum.....	31
2.2.1 Profil Perusahaan.....	31
2.2.2 Filosofi Logo.....	32
2.2.3 Visi dan Misi.....	32
2.2.4 Struktur Organisasi.....	33
2.3 Produk Grand Tjokro Yogyakarta.....	34
2.3.1 Jenis Kamar Grand Tjokro Yogyakarta.....	34
2.3.2 <i>Meeting Room</i> (Ruang Pertemuan).....	35
2.3.3 Paket MICE Grand Tjokro Yogyakarta.....	37
2.3.4 Fasilitas - Fasilitas Grand Tjokro Yogyakarta.....	41
BAB III PEMBAHASAN.....	44
3.1 Manajemen Konten Produk <i>Social Event Packages</i> di Grand Tjokro Yogyakarta di Era Pandemi COVID-19.....	47
3.1.1 Manajemen Produk <i>Social Event Packages</i>	47
3.1.2 Konsep Konten Produk <i>Social Event Packages</i>	52
3.2. Pengelolaan Akun Media Sosial Instagram Grand Tjokro Yogyakarta Pada Era Pandemi COVID-19.....	55
BAB IV PENUTUP.....	82
4.1 Kesimpulan.....	82
4.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
DAFTAR ACUAN INTERNET.....	88
LAMPIRAN.....	89