

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
INTISARI	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR ISTILAH	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Tinjauan Pustaka	6
F. Landasan Teori	8
G. Metode Penelitian	10
H. Sistemetika Penulisan	14
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Hyatt Hotels Corporation	15
B. Profil Hyatt Regency Yogyakarta	16
C. Logo Hyatt Regency Yogyakarta	17
D. Visi - Misi Hyatt Regency Yogyakarta.....	18
E. Produk dan Fasilitas Hyatt Regency Yogyakarta	19
F. Struktur Organisasi <i>Sales and Marketing Department</i>	24
G. Profil <i>Sales and Marketing Department</i>	24
H. <i>Job Description Public Relations</i>	25

BAB III PEMBAHASAN

A. Media Sosial yang Dipilih Hyatt Regency Yogyakarta dan Alasannya ...	38
B. <i>Special Event</i> Bulan Februari - Maret	47
C. Efektifitas Media Sosial dalam Mempromosikan <i>Special Event</i>	52

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	78
B. Saran	79

DAFTAR PUSTAKA	80
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN