

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
INTISARI.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR ISTILAH	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR BAGAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat	7
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Landasan Teori.....	9
G. Metode Penelitian.....	16
H. Sistematika Penulisan	17

BAB II DISKRIPSI OBJEK PENELITIAN

- A. Sejarah Hotel Harper Mangkubumi..... 19
- B. Profil Hotel Harper Mangkubumi 21
- C. Struktur Organisasi Hotel 22
- D. Produk..... 23

BAB III PEMBAHASAN

- A. Jenis Media yang Digunakan Harper Mangkubumi..... 31
- B. Fitur dan Benefit Media Sosial 34

BAB IV PENUTUP

- A. Kesimpulan 58
- B. Saran 59

DAFTAR PUSTAKA..... 60

DAFTAR ISTILAH

- Akomodasi* = Tempat menginap atau tempat beristirahat.
- Banquet* = Suatu resepsi mewah yang diadakan di ruangan khusus dari hotel, dengan menyediakan makanan dan juga fasilitas lainnya.
- Microblogging* = Suatu bentuk *blog* yang memungkinkan Penggunaanya untuk menulis teks pembaharuann singkat yang biasanya kurang dari 200 karakter dan mempublikasikannya.
- Occupancy* = Merupakan suatu keadaan sampai sejauh mana Jumlah kamar terjual, jika dibandingkan dengan Seluruh jumlah kamar yang mampu untuk dijual.
- Social Bookmarking* = Sebuah metode bagi pengguna internet untuk bernegosiasi, menyimpan, mengelola, dan mencari penanda sumber daya yang tersedia secara *online*.
- Social Networking* = Kegiatan menjalin hubungan dengan orang lain melalui media sosial yang ada di internet.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. <i>Global Digital Statistics</i> 2015	4
Gambar 1.2. Pengguna Internet di Indonesia	5
Gambar 2.1. Petalokasi Hotel Harper Mangkubumi	21
Gambar 2.2. <i>Superior Room Twin Bed Type</i>	24
Gambar 2.3. <i>Deluxe Room Twin Bed Type</i>	25
Gambar 2.4. <i>Junior Suite Room</i>	26
Gambar 2.5. <i>Harper Suite Room</i>	27
Gambar 2.6. Kolam Renang	29
Gambar 2.7. Restoran Rustik	30
Gambar 3.1. Halaman Facebook Harper Mangkubumi	31
Gambar 3.2. Halaman Twitter Harper Mangkubumi	32
Gambar 3.3. Halaman Instagram Harper Mangkubumi	33
Gambar 3.4. Tampilan Jumlah Like	35
Gambar 3.5. Postingan Harper Mangkubumi	36
Gambar 3.6. <i>Overview</i> Harper Mangkubumi	37
Gambar 3.7. <i>Page Info</i> Harper Mangkubumi	38
Gambar 3.8. <i>Milestones</i> Harper Mangkubumi	38
Gambar 3.9. <i>Album Photos</i> Harper Mangkubumi	39
Gambar 3.10. <i>Photos</i> Harper Mangkubumi	40
Gambar 3.11. <i>Reviews Most Helpful</i> HarperMangkubumi	41
Gambar 3.12. <i>Reviews Most Recent</i> HarperMangkubumi	41
Gambar 3.13. <i>Reviews Star Rating</i> HarperMangkubumi	42
Gambar 3.14. Kritik konsumen kepada Harper Mangkubumi	43
Gambar 3.15. <i>Likes</i> Harper Mangkubumi	44
Gambar 3.16. <i>Message</i> Harper Mangkubumi	45
Gambar 3.17. <i>Book Now</i> Harper Mangkubumi	46
Gambar 3.18. <i>Retweet</i> Harper Mangkubumi	47
Gambar 3.19. <i>Follower</i> Harper Mangkubumi	48
Gambar 3.20. <i>Following</i> Harper Mangkubumi	49

Gambar 3.21.Postingan Harper Mangkubumi 1	49
Gambar 3.22.Postingan Harper Mangkubumi 2	50
Gambar 3.23.Postingan Harper Mangkubumi 3	50
Gambar 3.24.Pengikut Harper Mangkubumi	51
Gambar 3.25.Postingan Harper Mangkubumi 1	52
Gambar 3.26.Postingan Harper Mangkubumi 2	52
Gambar 3.27.Judul Foto Harper Mangkubumi.....	53
Gambar 3.28.Label Foto Harper Mangkubumi 1	54
Gambar 3.29.Label Foto Harper Mangkubumi 2	55
Gambar 3.30.Produk Harper Mangkubumi.....	56
Gambar 3.31. <i>Geotagging</i> Harper Mangkubumi 1	56
Gambar 3.32. <i>Geotagging</i> Harper Mangkubumi 2.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perkembangan Produktifitas Hotel.....	3
Tabel 2.1. Kapasitas Ruang Pertemuan	28

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1.Perkembangan Produk Hotel Tahun 2014	2
Bagan 1.2.Perkembangan Produk Hotel Tahun 2014.....	2
Bagan 2.1.Struktur Organisasi <i>Sales and Marketing Department</i>	22