

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.2.1 Rumusan Masalah Makro	7
1.2.2 Rumusan Masalah Mikro.....	7
1.3 Maksud dan Tujuan.....	8
1.3.1 Maksud Penelitian	8
1.3.2 Tujuan Penelitian	8
1.3 Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.1 Kegunaan Teoritis.....	9
1.3.2 Kegunaan Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka	11
2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	11

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi	14
2.1.2.1 Pengertian Komunikasi.....	14
2.1.2.2 Unsur-unsur Komunikasi.....	16
2.1.2.3 Proses Komunikasi	18
2.1.2.4 Fungsi Komunikasi.....	20
2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi	21
2.1.3.1 Pengertian Organisasi	21
2.1.3.2 Pengertian Komunikasi Organisasi	22
2.1.3.3 Fungsi Komunikasi Organisasi.....	23
2.1.4 Tinjauan Komunikasi Pemasaran	25
2.1.4.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran	27
2.1.5 Tinjauan Mengenai Strategi.....	28
2.1.6 Tinjauan Mengenai Strategi Komunikasi	29
2.1.6.1 Tujuan Strategi Komunikasi	31
2.1.6.2 Sifat Strategi Komunikasi.....	31
2.1.6.3 Komponen dalam Strategi Komunikasi.....	32
2.1.7 Tinjauan Mengenai <i>Marketing Communication</i>	33
2.1.8 Tinjauan Mengenai Minat.....	36
2.1.8.1 Definisi Minat.....	36
2.1.8.2 Macam-macam Minat.....	37
2.1.9 Tinjauan Mengenai <i>Client</i>	38
2.2 Kerangka Pemikiran.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	44

3.1	Desain Penelitian.....	44
3.2	Informan Penelitian	46
3.3	Teknik Pengumpulan Data	48
3.3.1	Studi Pustaka	48
3.3.2	Studi Lapangan	50
3.4	Uji Keabsahan Data.....	53
3.5	Teknik Analisa Data.....	54
3.6	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	57
3.6.1	Lokasi Penelitian	57
3.6.2	Waktu Penelitian.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		60
4.1	Hasil Penelitian	60
4.1.1	Gambaran Objek Penelitian	65
4.1.1.1	Sejarah The Papandayan Hotel	65
4.1.1.2	Visi dan Misi Hotel The Papandayan Bandung.....	68
4.1.1.3	Jenis Produk dan Layanan	69
4.1.1.4	Logo dan Makna Logo Hotel The Papandayan Bandung	80
4.1.1.5	Tujuan Kegiatan <i>Wedly In Love</i>	81
4.1.1.6	Deksripsi Kegiatan <i>Wedly In Love</i>	81
4.1.2	Deskripsi Informan Penelitian.....	82
4.1.3	Analisis Hasil Penelitian	88

4.1.3.1	Peranan Komunikator Divisi <i>Marketing Communication</i> Melalui Kegiatan <i>Wedly In love</i> Dalam Menarik Minat <i>Client nya</i>	88
4.1.3.2	Media Divisi <i>Marketing Communication</i> Hotel The Papandayan Bandung Mengenai Kegiatan <i>Wedly In</i> <i>Love</i> Dalam Menarik Minat <i>Client nya</i>	90
4.1.3.3	Pesan Divisi <i>Marketing Communication</i> Hotel The Papandayan Bandung Mengenai Kegiatan <i>Wedly In</i> <i>Love</i> Dalam Menarik Minat <i>Client nya</i>	91
4.1.3.4	Evaluasi Divisi <i>Marketing Communication</i> Hotel The Papandayan Bandung Mengenai Kegiatan <i>Wedly In</i> <i>Love</i> Dalam Menarik Minat <i>Client nya</i>	93
4.1.3.5	Strategi Komunikasi Divisi <i>Marketing Communication</i> Hotel The Papandayan Bandung Melalui Kegiatan <i>Wedly In Love</i> Dalam Menarik Minat <i>Client nya</i>	94
4.2	Pembahasan Penelitian	95
4.2.1	Peranan Komunikator Divisi <i>Marketing Communication</i> Melalui Kegiatan <i>Wedly In love</i> Dalam Menarik Minat <i>Client nya</i>	96
4.2.2	Media Divisi <i>Marketing Communication</i> Hotel The Papandayan Bandung Mengenai Kegiatan <i>Wedly In Love</i> Dalam Menarik Minat <i>Client nya</i>	97

4.2.3 Pesan Divisi <i>Marketing Communication</i> Hotel The Papandayan Bandung Mengenai Kegiatan Wedly In Love Dalam Menarik Minat <i>Client</i> nya	98
4.2.4 Evaluasi Divisi <i>Marketing Communication</i> Hotel The Papandayan Bandung Melalui Kegiatan Wedly In Love Dalam Menarik Minat <i>Client</i> nya.....	99
4.2.5 Strategi Komunikasi Divisi <i>Marketing Communication</i> Hotel The Papandayan Bandung Melalui Kegiatan Wedly In Love Dalam Menarik Minat <i>Client</i> nya	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	104
5.1 Kesimpulan.....	104
5.2 Saran.....	105
5.2.1 Saran Bagi Divisi <i>Marketing Communication</i> The Papandayan Hotel	106
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	106
DAFTAR PUSTAKA	107
LAMPIRAN.....	109
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	126
LAMPIRAN DOKUMEN	129

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Informan Kunci	47
Tabel 3. 2 Informan Pendukung.....	48
Tabel 3. 3 Waktu Penelitian	58
Tabel 4. 1 Jadwal Wawancara Informan Kunci	87
Tabel 4. 2 Jadwal Wawancara Informan Pendukung.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Alur Kerangka Pemikiran	43
Gambar 3. 1 Komponen-Komponen Analisa Data Model Komunikasi	55
Gambar 4. 1 Logo Hotel The Papandayan Bandung.....	65
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi The Papandayan Hotel	68
Gambar 4. 3 Kamar The Classic	70
Gambar 4. 4 Kamar The Premier	70
Gambar 4. 5 Kamar The Ambassador.....	71
Gambar 4. 6 Kamar The Suite	71
Gambar 4. 7 Kamar Presidential Suites	72
Gambar 4. 8 Ruang Spa dan Jacuzzi	73
Gambar 4. 9 Fitness Centre.....	74
Gambar 4. 10 Kolam Renang.....	74
Gambar 4. 11 Mirten <i>Lounge</i>	76
Gambar 4. 12 Pago <i>Restaurant</i>	76
Gambar 4. 13 Hurubatu <i>Grill Garden</i>	77
Gambar 4. 14 Suagi <i>Ballroom</i>	78
Gambar 4. 15 Cimanuk <i>Ballroom</i>	78
Gambar 4. 16 The Papandayan <i>Board Room</i>	79
Gambar 4. 17 Resepsi Pernikahan di Hotel The Papandayan Bandung	79
Gambar 4. 18 Logo The Papandayan Hotel	80
Gambar 4. 19 Suasana Kegiatan Wedly In Love	82
Gambar 4. 20 Tyagita Rakhmawati Hermawan.....	83

Gambar 4. 21 Dokumentasi Wawancara Bersama Tyagita Rakhmawati Hermawan	84
Gambar 4. 22 Lilis Sukmawati	85
Gambar 4. 23 Hendra Budiana.....	86
Gambar 4. 24 Model Keseluruhan Hasil Penelitian.....	103

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara Informan Kunci.....	112
Lampiran 2 Pedoman Wawancara Informan Pendukung.....	115
Lampiran 3 Transkrip Wawancara.....	118
Lampiran 4 Pedoman Observasi	126
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....	129
Lampiran 6 Berita Acara Bimbingan Seminar Usulan Penelitian	132
Lampiran 7 Surat Rekomendasi Pembimbing Untuk Mengikuti Seminar Usulan Penelitian.....	133
Lampiran 8 Lembar Revisi Usulan Penelitian	134
Lampiran 9 Berita Acara Bimbingan Sidang.....	135