

**DAFTAR ISI**

<i>Cover</i>	
Lembar Persetujuan .....	i
Lembar Pengesahan .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Daftar Isi .....	iv
Daftar Gambar .....	v
Daftar Tabel .....	vi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teoritis .....	13
2.2.1 Teori Difusi Inovasi .....	13
2.2.2 Public Relations.....	15
2.2.2.1 Definisi Public Relations .....	15
2.2.2.2 Fungsi Public Relations .....	16
2.2.3 Digital Public Relations.....	16
2.2.4 Peran Digital Public Relations .....	17
2.2.5 Strategi Digital Public Relations .....	18
2.2.6 Kepercayaan Konsumen .....	24
2.3 Landasan Konseptual .....	26
2.3.1 <i>Online Travel Agent (OTA)</i> .....	27
2.3.1.1 <i>PT. Go Online Destination</i> .....	27
2.4 Kerangka Berpikir .....	28
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian .....	30
3.2 Pendekatan Penelitian .....	31
3.3 Metode Penelitian .....	32
3.4 Bahan Penelitian .....	36
3.5 Sumber Data .....	37
3.5.1 Data Primer .....	37

3.5.2 Data Sekunder .....	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.7 Keabsahan Data .....	40
3.8 Analisis Data .....	46

**BAB IV METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Paradigma Penelitian .....	26
3.2 Pendekatan Penelitian .....	27
3.3 Metode Penelitian .....	28
3.4 Bahan Penelitian .....	32
3.5 Sumber Data .....	33
3.5.1 Data Primer .....	33
3.5.2 Data Sekunder .....	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.7 Keabsahan Data .....	36
3.8 Analisis Data .....	41

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Paradigma Penelitian .....	26
3.2 Pendekatan Penelitian .....	27
3.3 Metode Penelitian .....	28
3.4 Bahan Penelitian .....	32
3.5 Sumber Data .....	33
3.5.1 Data Primer .....	33
3.5.2 Data Sekunder .....	34
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.7 Keabsahan Data .....	36
3.8 Analisis Data .....	41

**BAB IV HASIL PENELITIAN**

4.1 Gambaran Objek Penelitian .....	48
4.1.1 Profil Pegipegi .....	49
4.2 Subjek Penelitian .....	50
4.3 Hasil Penelitian .....	52
4.3.1 Strategi Digital Public Relations Pegipegi .....	54
4.3.1.1 Strategi Digital Public Relations Pegipegi Sebelum Pandemi.....	54
4.3.1.2 Inovasi Strategi Digital Public Relations Pegipegi di Masa Pandemi.....	54
4.3.2 Channel Komunikasi Digital Pegipegi .....	60
4.3.2.1 Channel Komunikasi Digital Pegipegi Sebelum Pandemi .....	61

4.3.2.1 Channel Komunikasi Digital Pegipegi Saat Pandemi...	61
4.3.4 Kendala Strategi Public Relations .....	63
4.3.4 Kendala Strategi Public Relations .....	65
4.3.5 Kepercayaan Konsumen .....	65
4.3.5.1 Pengalaman Konsumen .....	65
4.3.5.2 Kendala yang dialami Konsumen .....	66
4.3.5.3 Manfaat Inovasi Digital Public Relations bagi Konsumen .....	66
4.3.5.4 Saran dari Konsumen .....	66
4.3.5.5 Kepercayaan Konsumen .....	66

## **BAB V PEMBAHASAN**

5.1 Penerapan Strategi Public Relations Pegipegi .....	70
5.2 Inovasi Strategi Public Relations Pegipegi .....	81
5.3 Hambatan dari Inovasi Strategi Digital Public Relations Pegipegi .....	81

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1 Kesimpulan .....	88
6.2 Saran .....	81

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

### **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Grafik Kedatangan Penumpang Pesawat Internasional .....	4
Gambar 1.2 Grafik Jumlah Wisatawan Mancanegara .....	5
Gambar 1.3 Grafik Perjalanan Wisata Nusantara .....	5
Gambar 1.4 Grafik Tingkat Okupansi Hotel.....	6
Gambar 3.3 Jenis- jenis Dasar Penelitian Studi Kasus .....	30
Gambar 5.1 Majalah Pegipegi .....	70
Gambar 5.2 Fitur Clean & Safe Stay dalam kampanye #PegipeginyaLebihAman.....	70
Gambar 5.3 . Kampanye #NantiKitaPegipegiLagi .....	72
Gambar 5.4 . Media Gathering bersama Garuda Indonesia &Tauzia Group ...	73
Gambar 5.5 . Webinar bersama Jakarta Investmenet Forum .....	73
Gambar 5.6 .Instagram Live bersama SWA Media & Hotel 2 Home Program.	73
Gambar 5.7 .Travel Blog .....	74
Gambar 5.8 .Podcast Pegipegi .....	74

Gambar 5.9. Narasumber IHGMA Jogja & Universitas Peradaban .....	76
Gambar 5.10. <i>Beach Cleanup &amp; Brand Audit</i> .....	76
Gambar 5.11. Pegipegi bekerjasama dengan Hotel Partner .....	76
Gambar 5.12. Rebranding Logo Pegipegi .....	77
Gambar 5.13. Youtube Jingle Pegipegi, Yuk .....	77
Gambar 5.14. <i>Market Visit &amp; Greeting Card</i> .....	78
Gambar 5.15. Pegipegi bekerjasama dengan Rumah Zakat .....	79
Gambar 5.16. Kampanye Pegipegi Peduli .....	79

### DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 3.1 Tipe-Tipe Dasar Desain Studi Kasus.....	24

Universitas Esa Unggul

ggul

Universitas  
**Esa Unggul**

Universita  
**Esa U**

ggul

Universitas  
**Esa Unggul**

Universita  
**Esa U**

ggul

Universitas  
**Esa Unggul**

Universita  
**Esa U**



Universitas  
**Esa Unggul**



Universitas  
**Esa U**

**ggul**



Universitas  
**Esa Unggul**



Universitas  
**Esa U**

**ggul**



Universitas  
**Esa Unggul**



Universitas  
**Esa U**

**ggul**

