

## **ABSTRAK**

**Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Konsentrasi Public Relations**

**Linda Suryani**

**Branding Hotel Study Deskriptif Tentang Strategi Branding Grand**

**Dafam Rohan Jogja Dalam Memposisikan Brand Hotel Syariah Tahun**

**2019**

**Tahun Skripsi : 2019 + 227 + 44 Gambar + 6 Tabel**

**Daftar Pustaka : 8 Buku + 6 Jurnal + 9 Internet**

Grand Dafam Rohan merupakan hotel bintang empat yang berkonsep syariah di Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *branding* yang dilakukan oleh Grand Dafam Rohan sebagai hotel syariah di Yogyakarta. Hal itu juga yang menjadi fokus utama permasalahan yang dibahas pada penelitian ini. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif melalui wawancara mendalam, studi dokumen, dan observasi. Terdapat empat aspek yang menjadi acuan peneliti dalam mendeskripsikan strategi *branding* yaitu konsep *brand*, proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang dilakukan Grand Dafam Rohan. Hasil dari penelitian ini mengungkap Grand Dafam Rohan belum bisa memposisikan hotelnya sebagai hotel syariah dengan maksimal karena pihaknya belum melakukan penentuan ekuitas pada *brand* syariahnya. Tetapi pihaknya sudah mengaplikasikan proses *branding* dari perencanaan sampai pelaksanaan. Selain itu ketidak maksimalan juga tercipta pada proses *branding* yaitu pihaknya tidak melakukan evaluasi atas *brand*.

**Kata kunci** : strategi *branding*, *brand hotel syariah*

## **ABSTRACT**

**Muhammadiyah University of Yogyakarta**

**Faculty of Social Science and Political Science**

**Communication Science Studies**

**Public Relations Concentration**

**Linda Suryani**

**Hotel Branding Descriptive Study of the Grand Dafam Rohan Jogja Branding**

**Strategy in Positioning Shariah Hotel Brands in 2019**

**Thesis Year: 2019 + 227 + 44 Pictures + 6 Tables**

**Bibliography: 8 Books + 6 Journals + 9 Internet**

Grand Dafam Rohan is a four-star hotel with shariah concept in Yogyakarta. This research aims to describe the branding strategy carried out by Grand Dafam Rohan as an Islamic hotel in Yogyakarta. This also becomes the main focus of the issues discussed in this research. The method used in this research is qualitative research with a descriptive approach which is done through in-depth interviews, study documents, and observations. There are 4 aspects that become the reference of the researcher in describing branding strategies, namely; the brand concept, planning process, implementation, and evaluation conducted by Grand Dafam Rohan. The results of this research reveal that Grand Dafam Rohan has not been able to position its hotel as a shariah hotel to maximize the process since it has not yet determined the equity of its shariah brand. However, the management already do branding process from planning to implementation. Besides, imperfection branding becomes at evaluation stage. They have not done a particular evaluation yet.

**Keywords:** branding strategy, shariah hotel brands

