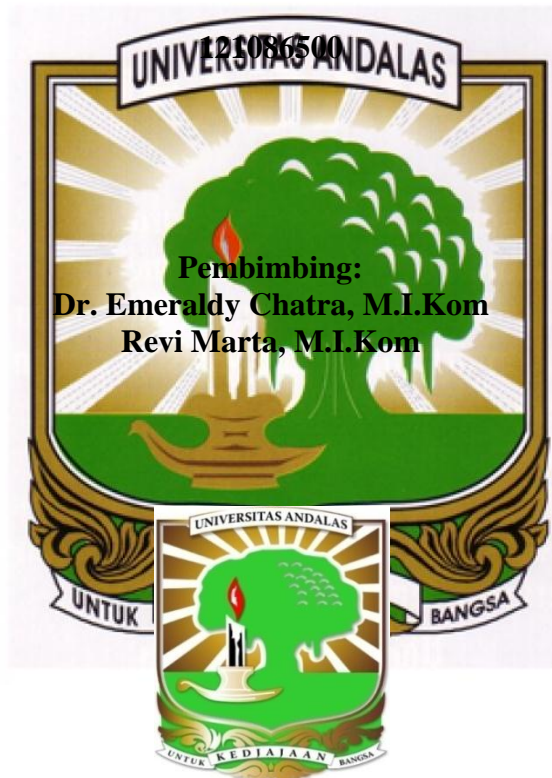


**BRANDING HOTEL SYARIAH**  
**KAJIAN TENTANG HOTEL RANGKAYO BASA SOFYANINN**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**VELIN RAVELIANE**



**Pembimbing:**  
**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom**  
**Revi Marta, M.I.Kom**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ANDALAS**  
**PADANG**  
**2018**

## ABSTRAK

### BRANDING HOTEL SYARIAH KAJIAN TENTANG HOTEL RANGKAYO BASA SOFYANINN

Oleh:

Velin Raveliane

121086500

Pembimbing:

Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom

Revi Marta, M.I.Kom

Hotel Rangkayo Basa SofyanInn merupakan salah satu hotel di kota Padang yang melaksanakan operasionalnya secara syariah. Dalam melaksanakan kegiatan promosi dan pemasaran, Hotel Rangkayo Basa SofyanInn membawa visi dan misi yang berlandaskan syaria agama. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *branding* yang dilakukan oleh hotel Rangkayo Basa SofyanInn sebagai hotel syariah dan untuk menganalisis proses Doktrin *BrandStrategy* yang dilakukan oleh hotel Rangkayo Basa SofyanInn sebagai hotel syariah.

Penelitian ini menggunakan teori Doktrin *BrandStrategy*. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, dalam pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Informan dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Hotel Rangkayo Basa SofyanInn melakukan *branding*. Namun, *branding* yang dilakukan tidak konsisten antara internal dan eksternal. *Branding* internal fokus pada pelaksanaan operasional dan pelayanan secara syariah yang berdasarkan prinsip Islam. Sedangkan *branding* eksternal Hotel Rangkayo Basa SofyanInn tidak menunjukkan identitas diri sebagai hotel syariah. Baik dari nama hotel, logo ataupun *tagline*, Hotel Rangkayo Basa SofyanInn tidak menyebutkan dirinya sebagai hotel syariah. Sehingga *image* yang terbentuk bukanlah sebagai hotel syariah.

**Kata Kunci:** Hotel Rangkayo Basa SofyanInn, *Branding*, Doktrin *BrandStrategy*

## ABSTRACT

### BRANDING OF SYARIAH HOTEL STUDY ON THE RANGKAYO BASA SOFYANINN HOTEL

By:  
**Velin Raveliane**  
121086500

Supervisor:  
**Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom**  
**Revi Marta, M.I.Kom**

Hotel Rangkayo Basa SofyanInn is one of hotel in Padang city which operates in sharia. In carrying out promotional and marketing activities, Hotel Rangkayo Basa SofyanInn brings vision and mission based on syi'ar of Islam. This study aims to describe the branding strategy undertaken by the hotel Rangkayo Basa SofyanInn as a shariah hotel and to analyze the process of Doctrine BrandStrategy conducted by the hotel Rangkayo Basa SofyanInn as sharia hotels.

This research uses Doctrine BrandStrategy theory. The research method used is descriptive qualitative, in collecting data using in-depth interview, observation and documentation. Informants were selected by using purposive sampling technique.

Based on the result of research known that Hotel Rangkayo Basa SofyanInn do branding. However, the branding performed is not consistent between internal and external. Internal branding focuses on the implementation of Shariah operational and service based on Islamic principles. While the external branding of Hotel Rangkayo Basa SofyanInn does not show identity as a sharia hotel. Whether from the hotel name, logo or tagline. Hotel Rangkayo Basa SofyanInn does not mention itself as a sharia hotel. So the image formed is not as a sharia hotel.

**Keywords:** Hotel Rangkayo Basa SofyanInn, branding, Doctrine BrandStrategy

