

**PERENCANAAN KOMUNIKASI PEMASARAN RESTORAN  
OPERA BLANC DALAM MENCIPTAKAN DAYA TARIK  
BAGI PENGUNJUNG**

**(Studi Kasus Weekend, All Food 15%)**

**SKRIPSI**

**Studi Sarjana Program Ilmu Komunikasi dan Ilmu Diajukan untuk  
Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Program Pendidikan**

**Politik**



**Disusun oleh :**

**Nama : Dian Julianti**

**NIM : 051203503125017**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA  
JAKARTA**

**2016**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Dian Julianti  
NIM : 051203503125017  
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI  
PEMINATAN : HUBUNGAN MASYARAKAT

**Perencanaan Komunikasi Pemasaran Restoran Opera Blanc Dalam  
Menciptakan Daya Tarik (Studi Kasus *Weekend All Food Discount 15%*)**

Jumlah Halaman : x + 80 + Lampiran  
Bibliografi: Buku (2006-2014); 2 Artikel Internel

**ABSTRAK**

Penelitian dilakukan dalam rangka menganalisis segi perencanaan yang dilakukan oleh Restoran Opera Blanc dalam menciptakan daya tarik bagi pengunjung.

Penelitian ini menggunakan metode Studi kasus dan melalui analisis Miles and Hubberman dapat mengetahui PR dari Restoran Opera Blanc melakukan perencanaan dan prosesnya dalam menciptakan daya tarik Restoran dimata para pengunjungnya.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah Wawancara dan Observasi yang langsung dilakukan oleh penulis.

Hasil penelitian adalah perencanaan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PR Restoran Opera Blanc : Mengidentifikasi pasarr dan kebutuhan konsumen, Menggambarkan dan mengoperasionalisasikan gambaran dari target, mengevalasi dan kemudian memperoleh hasil berhasil atau tidaknya suatu Promosi yang sudah diluncurkan.

Kata Kunci : Perencanaan, Public Relations, Promosi, Pemasaran, Daya Tarik.

Pembimbing I : Dr. Ilona Oisina, V.S, M.si

Pembimbing II : Sandra Olifia, M.si

**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA**

NAMA : Dian Julianti  
NIM : 051203503125017  
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI  
PEMINATAN : HUBUNGAN MASYARAKAT

**Perencanaan Komunikasi Pemasaran Restoran Opera Blanc Dalam  
Menciptakan Daya Tarik (Studi Kasus *Weekend All Food Discount 15%*)**

Jumlah Halaman : x + 80 + Lampiran  
Bibliografi: Buku (2006-2014); 2 Artikel Internel

**ABSTRACT**

*The study was conducted in order to analyze in terms of planning done by Opera Blanc Restaurant in creating an attraction for visitors.*

*This study uses case studies and through analysis Miles and Hubberman can know the PR of Restaurant Opera Blanc planning and the process of creating appeal Restaurants in the eyes of the visitors.*

*Data collection techniques used in this study were interviews and direct observations made by the author.*

*The results of the study are planning marketing communications conducted by PR Restaurants Opera Blanc: Identify the market and consumer needs, Describe and operationalize an overview of the target, and then obtain the results by evaluated success or failure of a promotion that has been launched.*

*Keywords: Planning, Public Relations, Promotions, Marketing, Fascination.*

Pembimbing I : Dr. Ilona Oisina, V.S, M.Si

Pembimbing II : Sandra Olifia, M.Si