

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan Restoran di Jakarta semakin meningkat dengan pesat yang bermunculan diberbagai tempat strategis. Restoran sebagai tempat dan rasa untuk dikenang bagi para pelanggan, dengan memberikan pelayanan yang terbaik, produk yang berkualitas serta tempat dan *atmosfir* yang nyaman, sehingga menjadikan restoran sebagai pilihan utama. Beberapa restoran yang berdiri di Ibu kota Jakarta, terutama berlokasi di Pacific Place SCBD Jakarta Selatan salah satunya adalah Restoran Cantten, Fish & Co, Good Café The Liberte, Pancious, Sopra, Wendy's, Red & White dan Opera Blanc.

Setiap Restoran yang ada memberikan suatu pelayanan yang berbeda dalam menarik minat pelanggannya hal ini membuka kesempatan bagi mereka untuk memilih berbagai macam pilihan produk atau jasa sesuai keinginan mereka, termasuk dalam memilih restoran. Budaya masyarakat Indonesia yang senang berkumpul menjadi salah satu aspek yang turut serta mendorong menjamurnya industri jasa restoran, karena dapat menyediakan ruang terbuka bagi mereka untuk menikmati kebersamaan dengan berbagai tema restoran yang unik dan nyaman, serta praktis untuk berkumpul dengan teman kantor, sahabat, keluarga besar maupun kerabat.

Saya memilih Restoran Opera Blanc ini dibandingkan dengan Restoran-Restoran lain karena Opera Blanc memiliki keunikan tersendiri yaitu Opera Blanc

berdominan mempunyai konsep bisnis, yaitu rata-rata 90% pengunjung yang datang ke Restoran Opera Blanc adalah para pengusaha-pengusaha yang bertujuan menjalin relasi dengan rekan bisnisnya dari ratusan, bahkan ribuan Restoran di Jakarta khususnya yang memiliki konsep-konsep menarik yang bertujuan menarik minat para pengunjung memiliki ciri khas masing-masing seperti Restoran Opera Blanc ini mempunyai perbedaan dengan restoran lainnya yaitu tempatnya memiliki ciri khas untuk para pembisnis yang melakukan *meeting* dan bernegosiasi dengan para klien dan juga mengajak rekan-rekan kantornya untuk sekedar makan siang dan berbincang-bincang.

Restoran ini dibidang sangat unik sekali karena konsep yang dimiliki cenderung berbeda dengan restoran-restoran di luar lainnya. Yaitu lebih kepada konsep bisnis restoran, pengunjung yang datang kesinipun bukan kalangan orang-orang biasa melainkan para Menteri, Kapolda, *Lawyer-Lawyer* kelas atas dan pengusaha-pengusaha lainnya, yang disini mereka berkata merasa *private* jika berkunjung ke restoran ini dan mereka menjadi tamu tetap di Restoran Opera Blanc ini.

Perusahaan seperti Restoran Opera Blanc mengambil kesempatan dari celah kehidupan keseharian masyarakat yang meluangkan waktunya untuk mencari hiburan, tempat makan, berkumpul maupun tempat untuk *meeting* yang diinginkan. Bagi masyarakat karena jenuh dengan kesibukannya maka perlu adanya suasana santai agar terhindar dari tekanan batin dan perkembangan yang pesat menjadikan masyarakat dituntut untuk selalu bekerja dengan penuh energi sehingga terjadi kelelahan dan kebosanan. restoran biasa dilengkapi dengan

bermacam sarana pendukung untuk mempercantik suasana yang disajikan. Adanya musik dengan segala tatanan suara dan permainan tata cahaya.

Restoran Opera Blanc berasal dari Bahasa Prancis yang artinya Gedung Putih. Restoran ini selain memiliki tempat yang unik dan strategis Opera Blanc juga mempunyai menu-menu yang unik pula. berdiri sejak tahun 2010 sampai sekarang, yang berlokasi di Pacific Place SCBD Sudirman Jakarta Selatan. Opera Blanc ini memiliki konsep Klasik modern Italia, dengan tempat yang strategis untuk di kunjungi. Restoran ini menyajikan menu-menu makanan dan minuman khas Italia yang di buat langsung oleh *chef/ koki* yang didatangkan langsung dari Italia.

Menu-menunya antara lain : pizza, pasta, steak dan masih banyak menu yang lainnya. Tidak hanya dalam makanannya, disini juga terkenal dengan minuman-minumannya antara lain : Wine, Champagne, yang di datangkan secara langsung dari Negara-Negara ternama di dunia, seperti France, Italia, Australia, Chile dan lain sebagainya. Menu-menu yang disajikan terbilang unik karena sangat berbeda dengan Restoran lainnya, menu disini banyak dikonsepsikan ke menu-menu besar atau menu untuk *share* bersama klien, jika kita mengajak relasi unuk makan siang bersama orang-orang kantor tidak ada salahnya untuk berkunjung ke Restoran Opera Blanc ini, menu yang ditawarkan sangat pas untuk para pembisnis contohnya seperti steak yang beratnya 1 kilo gram, pizza yang berukuran 1 meter, *mix seafood* dan lain sebagainya yang bisa membuat kita semakin dekat dengan klien dan selera makanpun bertambah.

Enam tahun sudah Restoran Opera Blanc berdiri, cukup memiliki banyak perkembangan yang baik bagi perusahaan dari tahun ke tahunnya, meskipun banyak sekali Restoran yang lain disekelilingnya maka disinilah Opera Blanc harus memasarkan produk-produk terbaiknya demi bersaing dengan restoran-restoran lainnya, demi selalu menjaga ciri khas dan produknya Opera Blanc harus memiliki perencanaan pemasaran yang baik untuk bersaing di pasar yang begitu ketat sekarang, seperti Restoran Opera Blanc memiliki *account-account* sosial media untuk memasarkan semua produk-produk yang dimilikinya itu pun menjadi salah satu strategi pemasaran yang bagus seiring berkembangnya sosial media pada era sekarang, sosial media juga sangat membantu masyarakat untuk lebih gampang memilih dan mencari tempat-tempat makan yang unik.

Restoran Opera Blanc tetap memiliki banyak pengunjungnya dan mempunyai tamu-tamu tetap. Selain menawarkan produk dan jasa, restoran Opera Blanc juga menyediakan berbagai macam hiburan untuk dinikmati para pengunjungnya, seperti fasilitas hotspot diiringi *live music*, dan *DJ performance* yang tentunya menambah kenyamanan konsumen saat berada dan menikmati menu yang ditawarkan.

Bagaimanapun juga sebagai perusahaan terutama perusahaan komersial yang pada dasarnya mempunyai tujuan utama mendapatkan laba sebanyak-banyaknya, sebuah perusahaan tidak boleh mengabaikan kepentingan publiknya. Perusahaan tidak hanya sebatas memberikan produk berupa barang atau jasa yang berkualitas dengan harga terjangkau. Untuk itu timbal baliknya perusahaan harus

menjalin hubungan yang harmonis serta memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat untuk meningkatkan tingkat kepercayaan publiknya.

Untuk mencapai suatu tujuan kita membutuhkan sebuah komunikasi pemasaran yang benar dan terencana dikarenakan dengan biaya yang tidak besar. Perencanaan komunikasi pemasaran yang diperlukan perusahaan baik dalam perusahaan baru sebagai penanaman kesadaran masyarakat akan produk atau jasa yang ditawarkan atau pun sebagai Perencanaan komunikasi pemasaran sebuah perusahaan produk atau jasa yang sedang berkembang yang tentunya menginginkan adanya peningkatan penjualan dengan kita memasarkan produk yang akan kita jual maka akan semakin banyak pula orang yang tertarik dan mengetahuinya.

Terkait dengan hal tersebut dalam penelitian ini penulis sangat tertarik melakukan penelitian yang bertempat di Restoran Opera Blanc. Dimana perencanaan komunikasi pemasaran Opera Blanc dalam menciptakan daya tarik bagi pengunjung menjadi fokus penelitian penulis dan penulis merupakan karyawan di Restoran Opera Blanc.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut: **“Bagaimana Perencanaan Komunikasi Pemasaran di Restoran Opera Blanc dalam menciptakan daya tarik bagi pengunjung”?**

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui perencanaan komunikasi pemasaran di Restoran Opera Blanc dalam menciptakan daya tarik bagi pengunjung.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini antara lain :

1.4.1 Manfaat Teoritis : Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang periklanan tentang komunikasi pemasaran yang diterapkan dalam iklan-iklan produk atau jasa bagi penelitian.

1.4.2 Manfaat Praktis : Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Restoran Opera Blanc sebagai tolak ukur akan penyampaian perencanaan komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah konsumen serta sebagai masukan sejenis lainnya.