

**EMOTIONAL BRANDING SEBAGAI STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN PADA RESTORAN
GASTRONOMI (STUDI KASUS JOONGLA)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

Melati Aulia Rizky Fitriana

1502213285



**Universitas
Telkom**

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS TELKOM
BANDUNG**

2025