

ABSTRAK

Penelitian yang berjudul “Peran *Marketing Public Relations* Canting Resto Dalam Membangun *Brand Awareness*”. Canting Resto merupakan resto yang berkonsep *one stop entertainment* pengunjung akan dimanjakan dengan citarasa kuliner, serta hiburan yang dikemas menarik oleh Canting Resto. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang digunakan oleh pihak *Marketing Public Relations* Canting Resto dalam menarik minat konsumen agar setia, dimana hal ini dilakukan untuk menghadapi persaingan serta juga untuk memperkenalkan Canting Resto bidang kuliner di Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi dan studi pustaka. Dari hasil penelitian, strategi yang digunakan oleh *Marketing Public Relations* Canting Resto untuk menghadapi permasalahan tersebut adalah strategi ditujukan ke dalam perusahaan yang bertujuan untuk memperkuat pola kerja yang bagus sehingga terjalin hubungan dan iklim kerja yang kondusif. Strategi yang ditujukan ke luar perusahaan bertujuan untuk membuat image yang baik dimasyarakat, dan untuk menarik minat konsumen dengan program acara atau *event* yang diselenggarakan oleh Canting Resto serta produk yang ada, yaitu dengan menggunakan pendekatan personal, membangun jalinan yang baik dengan media, melakukan penyebaran informasi melalui social media serta menggunakan alat-alat pendukung pemasaran yaitu *flyer* dan poster. Untuk menumbuhkan citra yang baik atau citra positif dengan kegiatan sosial. Strategi yang digunakan *Marketing Public Relations* Canting Resto sudah efektif, yang dibuktikan dengan semakin banyaknya jumlah konsumen yang terus bertambah.

Kata Kunci : *Marketing, Public Relations, Brand Awareness*

ABSTRACT

The study, entitled "The Role of Marketing and Public Relations Canting Awareness Resto In Brand Building". Canting resto Resto is the concept of one stop entertainment of visitors will be spoiled with culinary flavors, as well as exciting entertainment packed by Canting Resto. This study aims to determine how the strategy used by the Marketing Public relations Canting Resto in attracting consumers to the faithful, where this is done to face the competition and also to introduce Canting resto culinary field in Yogyakarta. This type of research is qualitative research. Data was obtained through interviews, observation and literature study. From the research, the strategy used by Marketing and Public Relations Canting Resto to face these problems is directed to the company strategy that aims to strengthen the good working patterns so intertwined relationships and a conducive working environment. Strategies aimed outside the company aims to create a good image in the community, and to attract customers with programs or sporting events organized by Canting Resto and existing products, namely by using a personalized approach, building fabric of good with the media, do the spread of information through social media and using the tools that support marketing flyers and posters. To cultivate a good image or a positive image with social activities. The strategy used Canting Resto Marketing Public Relations has been effective, as evidenced by the increasing number of consumers syang continue to grow.

Keywords: Marketing, Public Relations, Brand Awareness