

## **ABSTRAK**

Jumlah restoran yang meningkat signifikan pada tahun 2018 yaitu hampir tiga kali lipat jumlah restoran menunjukkan bahwa adanya persaingan yang ketat dalam beroperasinya bisnis restoran di Yogyakarta. Raminten's Kitchen dengan didesain modern minimalis disesuaikan dengan selera anak muda begitu pula menu yang dihadirkannya. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis strategi komunikasi pemasaran Raminten's Kitchen sebagai *Icon* kuliner tradisional Modern di Yogyakarta dalam meningkatkan jumlah pengunjung serta mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Raminten's Kitchen sebagai icon kuliner tradisional modern dalam meningkatkan jumlah pengunjung. Teori yang digunakan adalah teori perencanaan komunikasi dan konsep strategi komunikasi pemasaran terpadu. Metode penelitian menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Raminten's Kitchen meliputi mengidentifikasi target audience, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan komunikasi, memilih saluran komunikasi, pelaksanaan promosi dan evaluasi promosi. Pelaksanaan promosi yaitu dengan memanfaatkan media social instagram. Evaluasi promosi diadakan setiap bulannya yaitu untuk mengetahui perkembangan promosi yang sedang berjalan. Faktor pendukung strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan Raminten's Kitchen yaitu memiliki sumberdaya manusia yang professional, pemanfaatan media social instagram, manajemen karyawan yang dibangun sangat baik, lokasi pemasaran yang strategis. Sedangkan factor penghambatnya yaitu kendala terkait harga kebutuhan bahan dasar, faktor selanjutnya adalah ketika ada gangguan, adanya pandemic Covid-19.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Icon Kuliner, Peningkatan Jumlah Pengunjung

## **ABSTRACT**

*The number of restaurant that significantly increase in 2018, which almost three times of the number of restaurant shows intense competition on restaurant business in Yogyakarta. Raminten's Kitchen with both a minimalist modern customized on young people's taste and the menus. The research purpose is analyzing Raminten's Kitchen marketing communication strategy as modern-traditional culinary icon in Yogyakarta in effort to increase visitor also to find out supporting factors and obstacles. The theory that used are communication and planning theory and the concept of integrated marketing communication strategy. The research method uses descriptive qualitative research. The result indicates that Raminten's Kitchen marketing communication strategy includes identifying target audience, determining communication goal, planning communication messages, selecting communication channels, implementing promotions and evaluating promotions. Implementing promotions by using social media instagram. Evaluating promotions monthly held to find out ongoing promotion progress. Supporting factors for marketing communication strategy that used by Raminten's Kitchen are having professional human resources, utilization of media social instagram, fine employees management, strategic marketing location. The obstacles are basic material need prices affairs, disturbance and Covid-19 pandemic.*

*Keywords: Marketing communication, Culinary Icon, Increasing visitor numbers*

