

## ABSTRAK

Valhalla Smoking Hut adalah restoran dengan spesialisasi memasak *slow smoke*. Merek ini merupakan yang pertama di Yogyakarta. Maka dari itu diperlukan strategi komunikasi pemasaran yang tepat agar produknya bisa dikenal dengan baik oleh masyarakat. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan restoran ini untuk meningkatkan *brand awareness*-nya. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana strategi komunikasi pemasaran Valhalla untuk meningkatkan *brand awareness*-nya. Penelitian ini menggunakan teori perencanaan oleh Charles Berger, konsep bauran komunikasi pemasaran Kotler dan Keller, dan *brand awareness* menggunakan metode kualitatif deskriptif. Peneliti menggunakan skala prioritas pada delapan bauran komunikasi pemasaran yang dijalankan Valhalla Smoking Hut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Valhalla berhasil melakukan strategi komunikasi pemasaran dengan melakukan tahapan perencanaan dan menerapkan bauran komunikasi pemasaran dengan baik. Tingkatan *brand awareness* dari Valhalla adalah pada *brand recall*. Peneliti menemukan dua hal unik dalam penelitian, bahwa mereka menggunakan strategi *experiential marketing* yaitu memberikan pengalaman untuk konsumennya dan kegiatan pemasaran mereka dominan menggunakan *offline* dibandingkan *online* di era digital sekarang ini.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, *Brand Awareness*, Valhalla Smoking Hut

## ABSTRACT

*Valhalla Smoking Hut* is a restaurant that specializes in slow smoke cooking. This brand is the first in Yogyakarta. Therefore, we need the right marketing communication strategy so that the public can well know the product. The formulation of the problem in this study is how this restaurant carries out the marketing communication strategy to increase its brand awareness. This research aims to find out and describe how Valhalla's marketing communication strategy is to increase its brand awareness. This study uses the planning theory by Charles Berger, the concept of the marketing communication mix of Kotler and Keller, and brand awareness using descriptive qualitative methods. Researchers used a priority scale on eight marketing communication mixes by Valhalla Smoking Hut. The results showed that Valhalla successfully carried out a marketing communication strategy by carrying out the planning stages and implementing the marketing communication mix well. Valhalla's level of brand awareness is in brand recall. Researchers found two unique things in the research they used an experiential marketing strategy, namely providing experiences for their consumers. Their marketing activities were dominantly used offline compared to online in today's digital era.

*Keyword: Marketing Communication Strategy, Brand Awareness, Valhalla Smoking Hut*