

ABSTRAK

Cubic Kitchen & Bar merupakan sebuah kafe baru di Yogyakarta yang menggabungkan unsur restoran dan juga bar. Saat ini sedang mempromosikan serta menarik perhatian konsumen maupun calon konsumen. Masalah-masalah yang berkembang saat ini menjadikan *image* kafe di pandang miring oleh masyarakat. Hal ini dikarenakan tragedi kematian yang masih ada diingatan konsumen, pada beberapa kafe setahun terakhir ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *media relations Cubic Kitchen & Bar* pada acara Geronimo FM dalam meningkatkan *brand awareness*. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi dan studi pustaka. Hasil penelitian ditemukan bahwa peran *media relations Cubic Kitchen & Bar* melalui Geronimo FM sangat efektif dan berhasil dijalankan. Hal ini dilihat dari jumlah konsumen yang selalu meningkat setiap kali *even-even* dilaksanakan contohnya adalah pada acara “Terbaik-Terbaik” dari Geronimo FM. Acara “Terbaik-Terbaik ini merupakan acara *on air* yang dikemas secara *off air*, akan tetapi tetap mengudara sebagaimana normalnya. Serta penggunaan media sosial mulai dari *Twitter*, *Instagram* dan juga *website* sangat membantu dalam proses publikasi atau penyebaran informasi berkaitan dengan *Cubic Kitchen & Bar*. Geronimo FM juga menggunakan media lini bawa yang langsung bersentuhan dengan masyarakat, seperti *flyer*, *poster* dan juga baliho.

Kata Kunci : *Media Relations, Brand Awareness, Cubic Kitchen & Bar.*

ABSTRACT

Cubic Kitchen & Bar is a new Café in Yogyakarta which combining between restaurant and bar concept. These café using unique promotion to attract consumer. The background problems of this research is about café and societies stigma and also some bad café cases within one year period, example murder. This research purpose is to know the role of media relations Cubic Kitchen & Bar involving on Geronimo FM in terms of to promote brand awareness. This research is qualitative method and using interview, observation and literature study as tools to collect the data. The result of this study is the role of media relations Cubic Kitchen & Bar involving on Geronimo FM in terms of to promote brand awareness is more effective. These shown by the increasing number of consumers who attend to “Terbaik-Terbaik” event that organized by Geronimo FM. “Terbaik-Terbaik” events is on air show with off air packaging. The listeners can involving with this events by social media such as twitter or instagram and also with website, these are took important part to publication on this events and also giving information about Cubic Kitchen & Bar. Geronimo FM also using flyer, poster and billboard to reaching consumers.

Keywords : Media Relations, Brand Awareness, Cubic Kitchen & Bar.