

## ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Public Relations

Lingga Purnama Putri

20070530182

**Strategi Promosi Museum Anak Kolong Tangga dalam Meningkatkan *Brand Awareness***

**Tahun: 2011 + 159 halaman + 7 halaman lampiran + 11 tabel + 13 gambar**

**Daftar pustaka : 12 buku + 6 media online + 1 majalah + 2 dokumen**

Penelitian ini pada dasarnya membahas mengenai strategi promosi Museum Anak Kolong Tangga melalui Pameran Celengan bertema “Simpan Satu Rupiah” dalam meningkatkan *brand awareness* khususnya masyarakat Yogyakarta. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi yang digunakan Museum Anak Kolong Tangga serta mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam meningkatkan *brand awareness*. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan konsep ekuitas merek dan *brand awareness* sebagai teori utama dalam kerangka teori. *Brand awareness* adalah kemampuan merek untuk muncul pertama kali di fikiran konsumen ketika mereka sedang memikirkan kategori produk tertentu dan seberapa mudahnya nama tersebut dimunculkan. Hal ini disebabkan karena Museum Anak Kolong Tangga memilih mengadakan *special events* Pameran Celengan untuk meningkatkan *brand awareness*. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus. Dalam pelaksanaannya, penulis menggunakan langkah-langkah analisa data sebagai berikut: (1) pengumpulan data dengan melakukan wawancara kepada kurator museum Anak Kolong Tangga, guide museum Anak Kolong Tangga, panitia publikasi pameran celengan, pengunjung pameran celengan, pengunjung museum Anak Kolong Tangga dan masyarakat, melakukan observasi langsung ke lapangan dan mengumpulkan dokumentasi berupa foto-foto dan beberapa dokumen lain yang relevan dengan penelitian ini (2) langkah-langkah teknik analisa data reduksi data dengan meringkas secara sistematis hasil wawancara dan berbagai dokumen yang didapatkan di lapangan, penyajian data dalam bentuk uraian dan bagan serta menarik kesimpulan (3) kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa pameran celengan yang bertema “simpan satu rupiah yang di lakukan oleh Museum Anak Kolong Tangga dikatakan