

ABSTRAK

Tujuan perancangan ini adalah untuk mengetahui bagaimana merancang Media Promosi Freed 2012 untuk memperkuat *brand equity*. Selanjutnya perancangan dilakukan dengan pendekatan wawancara kepada pakar yang dapat dipercaya, observasi, hingga melakukan penyebaran kuesioner di Surabaya barat. Perancangan karya mengacu pada prinsip-prinsip desain dan bagaimana menciptakan *brand equity* dengan konsistensi desain. Hasil perancangan akan dilakukan evaluasi melalui metode survey dengan membagikan kuesioner kepada pengunjung pameran. Hasil perancangan ini diharapkan dapat memberikan rancangan desain yang sesuai dengan konsep Honda Freed 2012 sendiri serta meningkatkan *brand equity* dari produk Honda.

Kata Kunci : Keluarga Muda Modern yang Elegant