

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PT. PEGADAIAN DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND EQUITY* MELALUI CSR (Studi Kasus: PT. Pegadaian)

Maria Ulfah (2008)

Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, STIKOM

PT. Pegadaian memiliki misi membantu program pemerintah meningkatkan kesejahteraan rakyat khususnya golongan menengah ke bawah dengan memberikan solusi keuangan yang terbaik melalui penyaluran pinjaman skala mikro, kecil, dan menengah atas dasar hukum gadai dan fidusia. Dalam mencapai misi tersebut PT. Pegadaian memiliki banyak program dan layanan yang menawarkan berbagai keuntungan, salah satunya adalah CSR dimana merupakan tanggung jawab sosial perusahaan untuk mensejahterakan masyarakat. Dari penelitian terdahulu dapat disimpulkan kurangnya *brand equity* CSR yang berfokus pada *entrepreneur* di PT. Pegadaian, maka dari itu penelitian ini dilakukan agar PT. Pegadaian bisa mendapatkan media promosi yang tepat dalam meningkatkan *brand equity* melalui CSR. Dalam hal ini penulis harus dapat merancang bagaimana media promosi PT. Pegadaian yang tepat dalam upaya meningkatkan *brand equity* melalui CSR serta Bagaimana perancangan tersebut dapat mengkomunikasikan media promosi PT. Pegadaian secara visual sehingga Pegadaian dapat selalu menjadi KERABAT yang selalu aktif serta dinamis dalam membantu nasabah. Pada perancangan ini pendekatan artistik digunakan sebagai upaya pendekatan produk.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini berupa media promosi dimana sebagai penguat *brand equity* Pegadaian dalam upaya meningkatkan kualitas yang merupakan modal untuk menentukan keunggulan kompetitif dan komparatif.

Kata kunci: *brand equity*, CSR, *entrepreneur*, dinamik