



UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN PUBLIC RELATION
2012

ABSTRAK

MYRA ARWANTI

*IDENTIFIKASI PERAN PR BANK DANAMON KCP DEPOK DALAM
MEMBANGUN BRAND AWARENESS PADA PEDAGANG PASAR KEMIRI DEPOK*

V Bab, 90 Halaman

Bibliografi : 17 buku (1988 – 2010)

Danamon Simpan Pinjam merupakan *line of business* yang dikembangkan oleh PT Bank Danamon Indonesia, Tbk secara khusus untuk melayani dan membantu pengembangan usaha berskala mikro dan kecil. Persaingan dibidang pembiayaan usaha mikro sangat ketat sehingga memerlukan *brand awareness* atau pemahaman *brand* yang kuat untuk menciptakan kepercayaan nasabah atau khalayak.

Pembangunan *brand awareness* perlu dilakukan dan selalu ditingkatkan agar melekat di benak khalayak, usaha tersebut merupakan tanggungjawab dari seluruh anggota organisasi pada umumnya, dan pada khususnya merupakan peran PR sebagai penghubung organisasi dengan khalayaknya. Bank Danamon melalui Danamon Simpan Pinjam merupakan perusahaan yang mendukung penulis untuk melakukan penelitian mengenai identifikasi peran PR dalam pembangunan brand awareness khalayak suatu komunitas.

Penelitian yang bersifat eksploratif dengan pendekatan kualitatif ini mengambil Bank Danamon khususnya KCP Depok sebagai objek penelitian. Yang hendak dikaji pada penelitian ini adalah untuk mengetahui, menemukan, dan menggali berbagai peran PR Danamon KCP Depok dalam membangun *brand awareness* para pedagang di Pasar Kemiri Depok dengan memfokuskan penelitian kepada peran PR sebagai teknisi komunikator, ahli komunikasi, fasilitator komunikasi, dan fasilitator pemecah masalah.

Hasil akhir dari penelitian menunjukkan bahwa empat peran PR yakni sebagai teknisi komunikator, ahli komunikasi, fasilitator komunikasi, dan fasilitator pemecah masalah telah dilakukan dalam rangka pembangunan *brand awareness* pada pedagang di pasar kemiri Depok. Pada kenyataannya, PR tidak melakukan keempat peran tersebut secara sendiri namun menurunkannya kepada marketing dan sales officer. Untuk memperkuat brand awareness Danamon Simpan Pinjam, sebaiknya dilakukan kombinasi media dalam hal distribusi informasi dimana pesan yang sama disampaikan melalui flyer, spanduk, koran, customer care, sms blast, website, dan juga karyawan (marketing dan sales officer) yang terdapat di unit / cabang Danamon Simpan Pinjam.