

Abstraksi

Point Of Purchase ialah waktu ideal untuk berkomunikasi dengan para konsumen, inilah saatnya berbagai keputusan pembelian dibuat. Para pemasar berupaya mempengaruhi berbagai keputusan pembelian pada poin pembelian dengan menggunakan beragam tampilan atau pajangan iklan, tanda-tanda seperangkat komunikasi lainnya yang lebih dikenal dengan sebutan Materi Poin Pembelian *Point Of Purchase*.

Berdasarkan teori *Point of purchase* tersebut saya mencoba membuat P.O.P interaktif yang dapat berkomunikasi atau P.O.P dinamis tidak statis, dari pemikiran awal tersebut saya memilih produk kratingdaeng yang bertujuan untuk mengawali promosi baru yaitu dengan p.o.p display special ramadhan serta untuk meningkatkan penjualan dan meningkatkan citra baik di mata konsumen melalui P.O.P display ini.

Kata kunci : *Point Of Purchase* (POP), Display, Periklanan

Abstraction

Point Of Purchase is the ideal time to communicate with consumers, this is the time of purchase decisions are made. Marketers attempt to influence purchasing decisions at the point of purchase by using a variety of display or display advertising, the signs of a set of communication are better known as the Material Point Purchase *Point Of Purchase*.

Based on the theory *Point of purchase* I was trying to make an interactive POP or POP can communicate dynamic not static, from the initial idea I chose Red Bull product that aims to initiate a new campaign is to pop display special Ramadan and to increase sales and improve its image in the eyes of consumers through this POP display.

Keywords: *Point Of Purchase* (POP) Display, Advertising