

Abstract

The progressive of technology in several years to have an effect on the aspects of life. A matter regarded as unwelcome and needing to be dealt with and overcome. The level of competition in business is developing so that requires companies to be able to compete widely in shaping their corporate identity. A commercial business must have the courage to do something in a globally for get a good communication skill to their stakeholder.

Marketing Communication activity be a first strategy to hold a good corporate reputation as long as corporate stands. A good strategy communication to compare two aspects communications it's a psychology aspect and a persuade communication aspect for made new approach with advertising audio and visual. Subliminal Persuasion refers to an advertising message which is presented below the threshold of consciousness or consumer awareness in order to persuade, convince people in certain way or help people to change their minds without actually making them aware of what is going on.

Some of the subliminal persuasion methods are influencing our stimulus through smell, sight, sound, touch and taste. With the semiotic method as a tool to examine the sign that the requirements for meaning in the video profile show, Ferdinand de Saussure's semiotics focuses again on the study of a sign that can collectively influence the flow of individual consciousness, namely the linguistic diakronik theory. For this reason, researchers are interested in examining objects video profile Universitas Mercu Buana Period 2017, where in 2012 Mercu Buana University received a proud award, in the form of a decision from the Indonesia Green Award (IGA), which provides Green Campus.

Keywords: Subliminal persuasion, Linguistik diakronik, Marketing Communications, Video Profile and Reputation.



Abstrak

Kemajuan teknologi yang pesat mempengaruhi berbagai kondisi kehidupan. Tingkat persaingan dalam bisnis pun berkembang sehingga menuntut perusahaan untuk dapat bersaing secara luas dalam membentuk identitas perusahaannya. Setiap perusahaan, lembaga dan institusi harus menghadapi tantangan global maupun nasional untuk berkomunikasi kepada para stakeholdernya. Kegiatan komunikasi pemasaran menjadi awal strategi untuk mempertahankan reputasi yang telah terbentuk dengan baik dan dikomunikasikan dengan cara yang baik.

Dalam komunikasi pemasarannya dapat dikemas dengan berbagai strategi, salah satunya dengan menggunakan video profile sebagai alat promosi. Dalam komunikasi pemasaran dapat dilakukannya penggabungan dua aspek yaitu aspek psikologi dan aspek komunikasi persuasi. Kedua aspek tersebut dituangkan melalui iklan audiovisual. Persuasi subliminal, hal yang memfokuskan kepada persuasi yang halus yang diberikan secara tidak sadar, bagaimana suatu gambar, teks, alur cerita sebagai simbol dapat membentuk arus kesadaran individu.

Dengan metode semiotika sebagai alat bantu untuk mengkaji tanda yang syarat akan makna dalam tayangan video profile, semiotika Ferdinand de Saussure memfokuskan lagi pengkajian sebuah tanda yang secara kolektif dapat mempengaruhi arus kesadaran individu yaitu dengan teori linguistik diakronik. Untuk itu peneliti tertarik untuk meneliti objek yang bersumber dari data video profile Universitas Mercu Buana tahun 2017, dimana sejak tahun 2012 Universitas Mercu Buana mendapat anugerah membanggakan sebagai Green Campus di ajang Indonesia Green Award (IGA), menjadikannya unggul dalam akademis maupun nonakademis.

Keywords: Subliminal persuasion, Linguistik diakronik, Marketing Communications, Video Profile and Reputation.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA