



**STRATEGI PERIKLANAN *BELOW THE LINE* PERUM PERUMNAS
DALAM MENARIK MINAT KONSUMEN PADA APARTEMEN
BERSUBSIDI SENTRA TIMUR *RESIDENCE***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1(S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing
Communications

Disusun Oleh :

Muhammad Zainal Arifin

44308120053

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Strategi Periklanan *Below The Line* Perum Perumnas Dalam
Menarik Minat Konsumen Pada Apartemen Bersubsidi Sentra
Timur *Residence*

Nama : Muhammad Zainal Arifin

NIM : 44308120053

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, November 2012

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Endah Murwani, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Strategi Periklanan *Below The Line* Perum Perumnas Dalam
Menarik Minat Konsumen Pada Apartemen Bersubsidi Sentra
Timur *Residence*
Nama : Muhammad Zainal Arifin
NIM : 44308120053
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, November 2012

Ketua Sidang

Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si

()

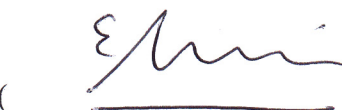
Penguji Ahli

Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si

()

Pembimbing

Dr. Endah Murwani, M.Si

()



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : Strategi Periklanan *Below The Line* Perum Perumnas Dalam
Menarik Minat Konsumen Pada Apartemen Bersubsidi Sentra
Timur *Residence*
Nama : Muhammad Zainal Arifin
NIM : 44308120053
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, November 2012

Disetujui dan Diterima oleh :

Pembimbing

(Dr. Endah Murwani, M.Si)

Mengetahui :

Ketua Bidang Studi

(Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

KATA PENGANTAR

Pertama dan yang utama penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan anugerah, rahmat hidayah serta kekuatan yang diberikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul Strategi Periklanan *Below The Line* Perum Perumnas Dalam Menarik Minat Konsumen Pada Apartemen Bersubsidi Sentra Timur *Residence*”

Dalam kesempatan ini pula penulis mengucapkan segenap ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam penulisan skripsi ini, yaitu :

1. Ibu Dr. Endah Murwani, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang bersedia menyempatkan waktu untuk memberikan bimbingan, pengarahan, bahan-bahan serta masukan yang sangat berarti dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana.
3. Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si selaku ketua jurusan *Marketing Communication and Advertising* Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Ardian J. Fatkoer, Ibu Farah Meutia, dan Bapak Agung Triwibowo dari Tim Marketing Perum Perumnas yang telah bersedia menyempatkan waktu untuk diwawancarai oleh penulis ditengah kesibukan pekerjaan.
5. Bapak dan Ibu tercinta, terima kasih atas segala doa yang dipanjatkan dan didikan yang telah diberikan kepada penulis.

6. Istri tercinta Vina Cerlyna, yang sudah memberikan motivasi dan kasih sayang yang diberikan.
7. Kakak dan Adik tersayang, terima kasih atas semua doa dan dukungan yang diberikan.
8. Seluruh teman Marcomm & Adv. Angkatan dua belas khususnya Eki, Ryan, Dian, Astri, Risma, Arum, Tina, Dila, Riska, Nova, dll yang telah menjadi teman sekaligus sahabat bagi penulis.

Penulis berharap skripsi ini dapat menjadi sumbangsih berupa manfaat kepada yang membacanya serta dapat menambah pengetahuan khususnya pada bidang kreatif periklanan.

Penulis

Muh. Zainal Arifin

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	i
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Signifikansi Penelitian.....	7
1.4.1 Akademis.....	7
1.4.2 Praktis.....	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Periklanan.....	8
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.2.1 Bauran Pemasaran.....	16
2.2.2 Bauran Promosi.....	18
2.3 Strategi Media Periklanan.....	23
2.3.1 Media Sebagai Wahana Penempatan Pesan Iklan.....	32
2.4 Media <i>Objectives</i> dan Strategy.....	34
2.5 Prosedur Pemilihan Media.....	34
2.6 Dasar Perumusan Kreatif.....	37
2.7 Strategi Kreatif Iklan.....	39
2.7.1 Proses Kreatif.....	43
2.8 Daya Tarik Pesan Iklan.....	46

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian.....	48
3.2 Metode Penelitian.....	49

3.3 Subyek Penelitian.....	50
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	51
3.5 Definisi Konsep dan Fokus Penelitian.....	54
3.6 Teknik Analisis Data.....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Kegiatan Pemasaran Apartemen Sentra Timur <i>Residence</i>	57
4.2 Hasil Penelitian.....	65
4.2.1 Analisa S.W.O.T.....	65
4.2.2 Strategi Media Periklanan.....	69
4.2.3 Pemilihan <i>Audiens</i> Sasaran.....	70
4.2.4 Anggaran (Budget).....	73
4.2.5 Pemilihan Media Yang Digunakan (<i>Media Selection</i>).....	73
4.2.5.1 <i>Media Rationale</i>	81
4.2.6 Strategi Pesan Iklan <i>Below The Line</i>	82
4.3 Pembahasan.....	86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN