



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI MARCOMM & ADVERTISING**

ABSTRAKSI

MUHAMMAD ZAINAL ARIFIN

4430812-0053

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

ix + 100 halaman; 21 lampiran; Bibliografi; 27 acuan (Tahun 1982-2007)

Dalam hal ini iklan Apartemen Sentra Timur *Residence* melibatkan unsur kreatifitas dalam menciptakan pesan iklannya. Apartemen Sentra Timur *Residence* merupakan salah satu proyek yang dikembangkan oleh Perum Perumnas melalui *joint operation* dengan PT. Bakrieland. yang saat ini sedang melakukan pengembangan Apartemen Sentra Timur *Residence* dan diharapkan promosi yang dilakukan meningkatkan *awareness* kepada konsumen. dimana proses pembuatan iklannya dilakukan oleh departemen yang berada di Apartemen Sentra Timur *Residence* yang dalam iklan promonya dilakukan dengan menerapkan suatu strategi periklanan *Below the Line* untuk menyampaikan pesan iklan guna mencapai tujuan yang diterapkan. Dari latar belakang tersebut maka penelitian ini ditujukan untuk mengetahui strategi periklanan *Below The Line* Perum Perumnas dalam menarik minat konsumen pada Apartemen Bersubsidi Sentra Timur *Residence*”

Salah satu konsep pemikiran yang menjadi acuan dalam penelitian ini adalah dari teori strategi pemasaran oleh Charles W. Lamb, Joseph H. Hair, Carl McDaniel. *Marketing* 6th yaitu Periklanan, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, Penjualan Tatap Muka, dan Pemasaran Langsung.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan melakukan wawancara mendalam kebeberapa narasumber yang terlibat langsung dalam proses pembuatan iklan ini adalah Marketing Manager, *Promotion Supervisor*, dan staf *promotion* mereka adalah orang-orang yang terlibat secara langsung dalam pembuatan iklan Apartemen Sentra Timur *Residence*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa periklanan *Below The Line* Apartemen Sentra Timur *Residence* dengan pendekatan rasional-emosional yang dipersuasikan sedemikian rupa dengan visual, *layout*, dan isi pesan untuk mempengaruhi emosional dalam elemen iklannya. Dan rasional dalam pesan iklan tersebut dengan menyatakan keunggulan produk dan berbeda sehingga menguatkan *image* pada Apartemen Sentra Timur *Residence* itu sendiri.