

ABSTRAK

Penempatan media iklan merupakan salah satu komponen penting dalam pencapaian objektif yang sudah ditargetkan dalam suatu kegiatan kampanye periklanan. Dalam perkembangan bentuk media yang ada saat ini, membuat penempatan media iklan menjadi lebih beragam dan tidak terpaku pada media konvensional atau media tradisional.

Melihat peluang yang ada tersebut, PT. Activate Media Nusantara selaku biro iklan yang ditunjuk oleh PT. DKT Indonesia, dipercayakan untuk menjalani kegiatan kampanye periklanan khususnya pada penempatan media iklan kondom Fiesta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penempatan media yang dilakukan PT. Activate Media Nusantara dalam meningkatkan *brand awareness* produk kondom Fiesta.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penilitan *naturalistic* yang penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*). Metode penelitian kualitatif dapat digunakan untuk mengungkap dan memahami sesuatu dibalik fenomena yang belum diketahui.

Hasil dari penelitian ini adalah pemaparan mengenai elemen-elemen dari kegiatan kampanye periklanan, khususnya pada tahapan penempatan media iklan dengan penggunaan kombinasi medium *above the line* dan *below the line* dengan pemilihan *mass media* yang memiliki jangkauan luas dan didukung juga *segmented media* yang memiliki audiens sesuai dengan target pasar dalam meningkatkan *brand awareness*.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA