

## ABSTRAKSI

Ahmad Fauzen Nur Fadlan, NIM ; B06206022, 2010, Strategi Periklanan Dm Communication Surabaya Dalam Penciptaan Produk Iklan. Skripsi Program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah – IAIN Sunan Ampel Surabaya.

Kata Kunci : penciptaan strategi periklanan, organisasi periklanan.

Persaingan antar produk di pasaran mendorong produsen gencar untuk berpromosi yang dapat menarik perhatian konsumen. Menarik perhatian dengan menggunakan media iklan tidak terlepas dari bentuk iklannya saja tetapi harus ada strategi yang dibangun agar nantinya dapat mengetahui dan dapat mengisis celah-celah yang ada pada konsumen. Senada dengan strategi periklanan AJBS Home Furnishing yang di buat oleh DM Communication sebagai *agency* periklanan.

Guna mengetahui proses penciptaan strategi yang diciptakan maka dalam Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Pendekatan fenomenologi adalah studi mengenai bagaimana manusia mengalami kehidupannya di dunia. Studi ini melihat objek dan peristiwa dari perspektif orang yang mengalami. Mengutip pernyataan dari Schutz bahwa objek penelitian ilmu sosial padadasarnya berhubungan dengan interpretasi terhadap realitas. Dalam penelitian ini yang menjadi hasil adalah interpretasi dari peneliti mengenai hasil temuan Sedangkan jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif dengan berdasarkan pada data yang ada berupa kata-kata bukan pengolahan angka-angka dan akan digali sedalam-dalamnya. Penelitian kualitatif ini menggunakan metode penelitian deskriptif artinya melukiskan atau memaparkan dan menceritakan variabel demi variabel, satu demi satu sesuai dengan apa yang di temukan dilapangan. Dengan menggunakan metode tersebut peneliti menemukan kenyataan yang terjadi pada DM Communication,

Proses penciptaan strategi periklanan harus melihat tahapan-tahapan yang harus dilalui yang juga perlu diperhatikan, unsur-unsur tersebut adalah tema pesan, *defferentiation*, *segmentation*, *positioning*, media dan anggaran. Selain dari itu DMCommunication juga memberikan pandangan mengenai iklan yang baik yaitu iklan tersebut harus mempunyai tujuan yang tepat, berstrategi, dan mempunyai impact yang baik pula.