

**AKTIVITAS PROMOSI PERIKLANAN *BELLOW THE LINE*  
TOKO SHOESPA PAMULANG DALAM MENARIK MINAT  
KONSUMEN**

Riezky Ramadhany  
051503503125106

Universitas Satya Negara Indonesia, Jakarta, Indonesia  
Email: Riezky.Jeky@gmail.com

**ABSTRAK**

Dalam penelitian ini membahas tentang aktivitas periklanan *bellow the line* sebagai media promosi untuk menarik minat konsumen Shoespa Pamulang. Penulis mencari tahu tentang aktivitas periklanan yang digunakan Shoespa Pamulang yaitu aktivitas *drop point*. media yang digunakan sebagai alat penunjang aktivitas *drop point* yaitu media cetak seperti brosur, *poster*, *leaflet* dan *standing banner*. apakah aktivitas promosi *drop point* yang disampaikan melalui pemanfaatan media cetak ini dapat menarik minat & sampai kepada konsumen luas.

Peneliti menggunakan teori AIDDA (*attention, interest, desire, decision, action*), karna teori ini menjelaskan adanya proses rasa ingin mencari tahu pada saat melihat sesuatu sampai dengan tindakan untuk merealisasikan ketertarikan nya terhadap sesuatu tersebut. Lalu peneliti juga menggunakan analisis S.W.O.T (*strange, weakness, oportunities, threats*) untuk membantu penulis menganalisa aktivitas promosi periklanan *bellow the line* yang digunakan Shoespa Pamulang.

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma post positivis, pendekatan kualitatif, penelitian bersifat deskriptif. pengumpulan data dengan wawancara mendalam, observasi, dokumentasi data, dan daftar pustaka.

Melalui analisis data secara keseluruhan, penulis menyimpulkan bahwa aktivitas promosi *drop point* melalui periklanan *bellow the line* yang dijadikan media untuk menarik konsumen Shoespa Pamulang, cukup efektif dalam hal menarik minat konsumen.

**Kata Kunci : Aktivitas Promosi, Periklanan, Bellow the Line, Minat Konsumen**