

ABSTRAK

Periklanan merupakan proses komunikasi pemasaran antara suatu *brand* dengan konsumennya dengan menggunakan alat yang dinamakan iklan. Dalam upaya menarik minat pengunjung, Mojosemi *Forest Park* Magetan memerlukan promosi dengan periklanan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan bagaimana faktor yang harus diperhatikan dalam penyusunan periklanan produk Mojosemi *Forest Park* Magetan. Penelitian ini mengacu pada teori Kotler & Keller (2007) tentang kelima M iklan (5M) yang meliputi *mission*, *money*, *message*, *media*, dan *measurement*. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan sumber data yang diperoleh dari wawancara dan dokumentasi. Pengolahan data dilakukan dengan beberapa langkah pokok berupa paparan data dan pembahasan yang disajikan dalam bentuk deskripsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam Kelima M iklan (5M) terdiri dari *Mission*, berupa tujuan menginformasikan dan memperkenalkan, Sasaran berbagai rentang usia, instansi atau perusahaan. Petugas internal dan eksternal. *Money*, berupa anggaran *low season* dan *high season*. Berasal dari perusahaan, selama Mojosemi beroperasi, dan manajemen. Adanya persaingan produk dinosaurus, Jumlah penayangan dalam satu hari melalui *Instagram* 3-4 kali dan anggaran dialokasikan untuk pembelian peralatan. *Message*, berupa fokus pada promosi destinasi, tema dan pemilihan kata yang digunakan efektif, dapat dibaca dan diikuti, strategi untuk fokus pada satu produk lalu fokus pada produk lain. Adanya ilustrasi untuk memperkuat pesan dan pentingnya identitas adanya logo, ikon dinosaurus, dan *natural forest*. *Media*, berupa medsos menjadi alat utama pemasaran, viralitas melalui *Instagram* memberikan dampak positif. *Media* yang digunakan media cetak, elektronik, dan sosial. *Media* alternatif adalah papan reklame dan terdapat *fitur scan barcode* dan *link*, pesan singkat menjadi ciri Mojosemi. *Measurement*, berupa ulasan *google* dan grafik pengunjung.

Kata kunci: *periklanan*