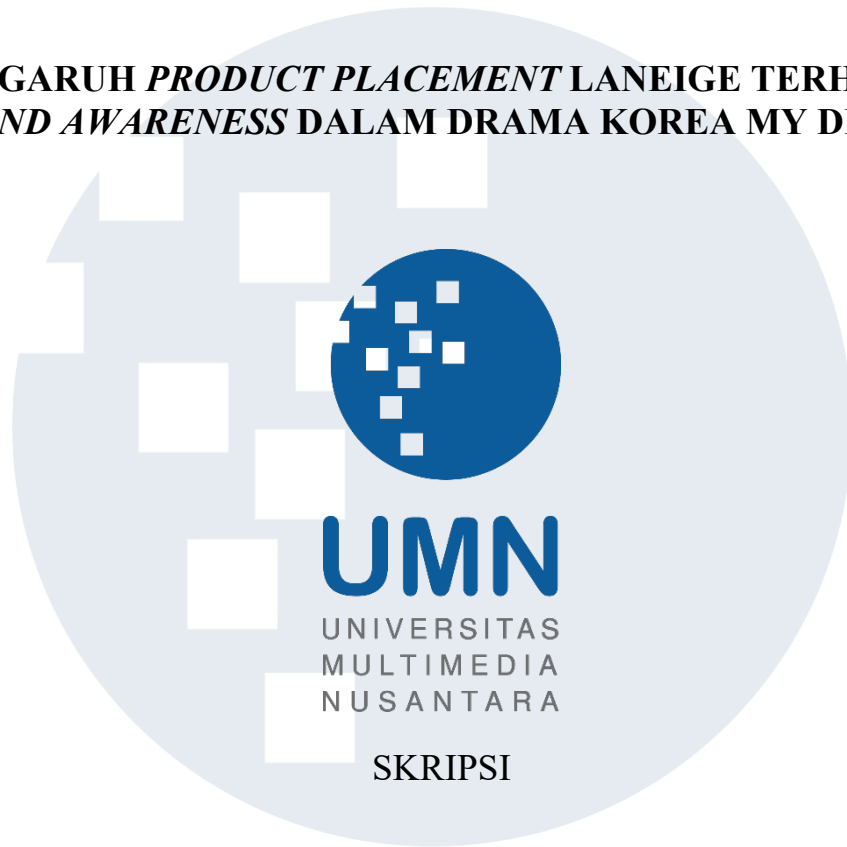


**PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* LANEIGE TERHADAP
BRAND AWARENESS DALAM DRAMA KOREA MY DEMON**



Hanifah Putri Sudibyo

0000044761

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* LANEIGE TERHADAP
BRAND AWARENESS DALAM DRAMA KOREA MY DEMON**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Hanifah Putri Sudibyoy

00000044761

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Hanifah Putri Sudibyو

Nomor Induk Mahasiswa : 00000044761

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul: Pengaruh *Product Placement* Laneige Terhadap *Brand Awareness* Dalam Drama Korea My Demon

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 3 Juni 2024



(Hanifah Putri Sudibyو)

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

Pengaruh *Product Placement* Laneige Terhadap *Brand Awareness* Dalam Drama
Korea My Demon

Oleh

Nama : Hanifah Putri Sudibyo
NIM : 00000044761
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 11 Juni 2024
Pukul 14.30 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Dra. Endah Muwarni, M.Si
NIDN 0327066402

Penguji



Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm.
NIDN 0317089201

Pembimbing



Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si.
NIDN 0307128703

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanifah Putri Sudibyو
NIM : 00000044761
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh *Product Placement* Laneige Terhadap
Brand Awareness Dalam Drama Korea My Demon

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia :

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial. Saya tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Tangerang, 3 Juni 2024.



(Hanifah Putri Sudibyو)

* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan Skripsi ini dengan judul: Pengaruh *Product Placement* Laneige Terhadap *Brand Awareness* Dalam Drama Korea My Demon dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Vega Karina Andira Putri, M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan semangat motivasi membangun atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Orang tua penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Anisa Arifah dan Zaenal Arifin, kakak dari penulis yang setia mendengarkan dan membantu setiap keluh kesah, tangis, tawa, haru penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Irsyad Dali Satrio, Irsan Dali Satrio, Bagas Wicaksono, Fadiah Putri, Nabila Hatibie, Diandra Daryl, Dinda Alby, Jessenia Anderson, Nalani Zada, Naraya Khalisha, Putri Abygail, Sean Mikhaila, Ruth Kezia, sepupu

dan sahabat terdekat dari penulis yang memberikan dukungan moral kepada penulis untuk tetap semangat menyelesaikan tugas akhir ini.

8. Lie Vania, Leonie Vivienia, Maharani Andjani Putri, Sofhie Pricilla, Jovisia Jolie, teman seperjuangan penulis selama berkuliah di UMN.
9. Braga Salman Alfarizi, *partner* terdekat dari penulis yang selalu ada di setiap situasi yang dialami oleh penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga karya ilmiah skripsi ini mampu menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 3 Juni 2024



(Hanifah Putri Sudiby)

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* LANEIGE TERHADAP *BRAND AWARENESS* DALAM DRAMA KOREA MY DEMON

Hanifah Putri Sudibyo

ABSTRAK

Periklanan merupakan sebuah usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai upaya meningkatkan promosi produknya. Salah satu bentuk iklan yang marak digunakan oleh merek adalah penempatan produk yang mampu menunjukkan keberadaan merek dalam alur cerita film. Laneige menjadi salah satu merek kosmetik yang melakukan kegiatan penempatan produk dalam drama Korea My Demon. Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh penempatan Laneige terhadap kesadaran merek dalam drama Korea My Demon, pada masyarakat Indonesia. Penelitian ini menggunakan teori *Social Cognitive Learning Theory*, serta konsep *Product Placement* dan *Brand Awareness*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengambilan data. Karakteristik untuk partisipan dalam penelitian adalah masyarakat Indonesia yang telah menonton drama My Demon, mengetahui merek Laneige, merupakan pengikut dari akun Instagram @netflixid, dan berusia 18 – 34 tahun. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Nonprobability Sample* menggunakan metode *purposive sampling* kepada 162 responden. Temuan hasil pada penelitian menunjukkan bahwa penempatan produk Laneige memiliki pengaruh terhadap kesadaran merek dengan pengaruh langsung sebesar 19,6% dalam drama Korea My Demon.

Kata kunci: Penempatan Produk, Laneige, Kesadaran Merek, My Demon.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

THE EFFECT OF LANEIGE PRODUCT PLACEMENT ON BRAND AWARENESS IN THE KOREAN DRAMA MY DEMON

Hanifah Putri Sudibyو

ABSTRACT (English)

Advertising is an effort carried out by a company as an effort to increase the promotion of its products. One form of advertising that is widely used by brands is product placement which can show the presence of the brand in the film storyline. Laneige is one of the cosmetic brands that carry out product placement activities in the Korean drama My Demon. The research aims to determine the effect of Laneige's placement on brand awareness in the Korean drama My Demon, among Indonesian society. This research uses Social Cognitive Learning Theory, as well as the concepts of Product Placement and Brand Awareness. This research uses an explanatory quantitative approach with a survey method using a questionnaire as a data collection instrument. The characteristics of participants in the research are Indonesian people who have watched the drama My Demon, know the Laneige brand, are followers of the Instagram account @netflixid, and are aged 18 – 34 years. Sampling used the Nonprobability Sample technique using a purposive sampling method for 162 respondents. The research findings show that Laneige product placement influences brand awareness with a direct influence of 19.6% in the Korean drama My Demon.

Keywords: *Product Placement, Laneige, Brand Awareness, My Demon.*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

ABSTRAK	vii
ABSTRACT (English)	viii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Kegunaan Penelitian	14
1.5.1 Kegunaan Akademis	14
1.5.2 Kegunaan Praktis	14
1.5.3 Kegunaan Sosial	14
1.5.4 Keterbatasan Sosial	15
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Kerangka Teori dan Konsep	24
2.3 Hipotesis Teoritis	33
2.4 Alur Penelitian	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian	35
3.3 Populasi dan Sampel	36
3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data	42
3.6 Teknik Pengukuran Data	43
3.7 Teknik Analisis Data	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Subjek/Objek Penelitian	49
4.2 Hasil Penelitian	51

4.3 Pembahasan	60
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1 Simpulan	67
5.2 Saran	67
5.2.1 Saran Akademis	67
5.2.2 Saran Praktis	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	71



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Operasionalisasi Variabel	40
Tabel 3. 2 Skala Likert	43
Tabel 3. 3 Uji Validitas X	44
Tabel 3. 4 Uji Validitas Y	44
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	45
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	46
Tabel 3. 7 Nilai Koefisien Korelasi.....	47
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	51
Tabel 4. 2 Dimensi Visual Placement.....	52
Tabel 4. 3 Dimensi Plot Connection	53
Tabel 4. 4 Dimensi Brand Recognition.....	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Durasi Menonton Drama Korea dalam Sekali Duduk (2022).....	4
Gambar 1. 2 Asal Film/Serial TV Paling Sering Ditonton di Layanan Digital Streaming	5
Gambar 1. 3 Artikel Product Placement Laneige Pada Drama My Demon.....	6
Gambar 1. 4 Battle of The Brands	7
Gambar 1. 5 Product Placement Laneige di My Demon, Episode 1.....	8
Gambar 1. 6 Product Placement Laneige di My Demon, Episode 1.....	9
Gambar 1. 7 Product Placement Laneige di My Demon, Episode 5.....	9
Gambar 1. 8 Product Placement Laneige di My Demon, Episode 13.....	10
Gambar 1. 9 Product Placement Laneige di My Demon, Episode 13.....	10
Gambar 2. 1 Model Hierarki Efek Periklanan	31
Gambar 2. 2 Alur Penelitian.....	33
Gambar 4. 1 Product Placement Produk Laneige di My Demon, Episode 5.	50
Gambar 4. 2 Product Placement Logo Laneige di My Demon, Episode 13.	50
Gambar 4. 3 Product Placement Laneige di My Demon, Episode 13.....	51
Gambar 4. 4 Uji Normalitas Kolgomorov-Smirnov	55
Gambar 4. 5 Histogram Uji Normalitas	56
Gambar 4. 6 Grafik P-Plot Uji Normalitas.....	56
Gambar 4. 7 Uji Korelasi	57
Gambar 4. 8 Hasil Uji Anova.....	58
Gambar 4. 9 Hasil Uji Koefisien.....	58
Gambar 4. 10 Hasil Uji Model Summary	59

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Formulir Konsultasi	72
Lampiran 2 – Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 3 – Uji Validitas.....	77
Lampiran 4 – Bukti Direct Message dan Comment Instagram.....	78
Lampiran 5 – Hasil Kuesioner	79
Lampiran 6 – Hasil Turnitin.....	81
Lampiran 7 - CV	82

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA