



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* SONY
XPERIA PADA *VIDEO GAME* UNCHARTED 4: THE
THIEF'S END TERHADAP *BRAND AWARENESS*
PADA KOMUNITAS PLAYSTATION 4 INDONESIA
DI FACEBOOK**

SKRIPSI



Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Ines Caroline

14140110441

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI *STRATEGIC COMMUNICATION*
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2018**

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama : Ines Caroline

NIM : 14140110441

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh *Product Placement* Sony Xperia Pada *Video Games* Uncharted 4: The Thief’s End Terhadap *Brand Awareness*”** merupakan hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah orang lain atau lembaga lain dan semua sumber yang saya kutip serta saya rujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan dalam daftar pustaka.

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

Tangerang, 4 Juli 2018



Ines Caroline

HALAMAN PENGESAHAN

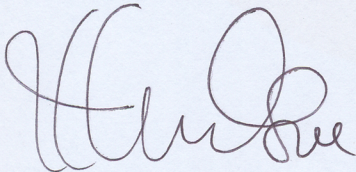
Skripsi dengan judul

“Pengaruh *Product Placement* Sony Xperia Pada *Video Games Uncharted 4: The Thief’s End* Terhadap *Brand Awareness*”

oleh Ines Caroline

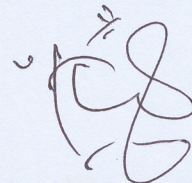
telah diujikan pada hari Jumat, 3 Agustus, pukul 08.00 s.d. 09.30 dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



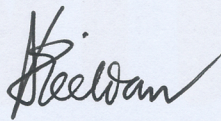
(Hanif Suranto, M.Si.)

Penguji Ahli



(Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.)

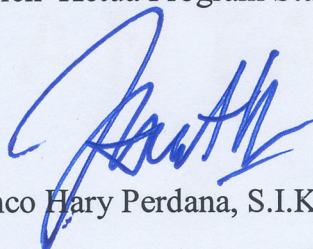
Dosen Pembimbing



(Wildam Hakim, M.Si.)

Disahkan Oleh,

Disahkan oleh Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.)

KATA PENGANTAR

Atas berkat Tuhan yang tidak berkelebihan, penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Product Placement* Sony Xperia Pada *Video Games* Uncharted 4: The Thief’s End Terhadap *Brand Awareness*” dengan tepat waktu.

Skripsi ini merupakan salah satu persyaratan untuk memperoleh strata satu Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Skripsi ini juga dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran mengenai lingkup kegiatan komunikasi khususnya pada komunikasi pemasaran *product placement* terhadap *brand awareness*.

Pada kesempatan ini, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih atas dukungan pihak-pihak yang terkait, yang telah banyak memberi dukungan kepada penulis. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Wildan Hakim, M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi, atas kesabarannya dalam membimbing penulis hingga terselesaikannya skripsi ini,
2. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku dosen penguji sidang skripsi yang telah memberi saran perbaikan skripsi,
3. Bapak Hanif Suranto, M.Si, selaku ketua sidang skripsi yang telah memberikan saran perbaikan skripsi,
4. Bapak Inco Hary Perdana S.I.Kom., M.Si. selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi,

5. Orangtua penulis yang telah memberikan dukungan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi,
6. Komunitas PlayStations 4 di Facebook yang telah membantu penulis dalam mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian ini,
7. Seluruh teman-teman peneliti, Sheren, Natasya, Natalia, dan Felicia yang telah banyak membantu, memberikan semangat, serta berbagi ilmu kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi,
8. Ronny dan Lydia yang telah menemani penulis dalam proses penyelesaian skripsi.

Penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada pihak-pihak yang terkait, yang tidak dapat penulis jabarkan satu per satu. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan khususnya para pembaca.

Tangerang, 4 Juli 2018

Ines Caroline

ABSTRAK

“Pengaruh *Product Placement* Sony Xperia Pada *Video Games* Uncharted 4: The Thief’s End Terhadap *Brand Awareness*”

Oleh: Ines Caroline

Product placement merupakan perkembangan strategi komunikasi pemasaran yang mengikuti perubahan media dari konvensional menjadi digital. *Product placement* saat ini banyak digunakan dalam film maupun drama baik film Indonesia maupun luar negeri. Pada penelitian ini, penulis ingin membahas *video games* sebagai *product placement* dari suatu produk atau merek. Penulis ingin melihat strategi yang digunakan untuk *product placement* dalam *video games*. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dan bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang efektif dalam menggambarkan fenomena-fenomena yang bertujuan untuk mendeskripsikan peristiwa bersifat alamiah atau rekayasa. Dalam penelitian deskriptif, penelitian tidak mencari hubungan atau prediksi sementara, tetapi hanya memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini membahas definisi *product placement* serta komponen-komponen yang ada di dalamnya seperti tiga jenis *product placement*, yaitu *implicit brand placement*, *integrated explicit brand placement*, dan *non integrated explicit brand placement*. Selain itu juga ada tiga dimensi dalam *product placement*, yaitu dimensi visual, dimensi *auditory*, dan dimensi *plot connection*. Kelebihan dan kelemahan dari *product placement* juga akan dipaparkan dalam penelitian ini. Teori dan konsep yang akan menjadi panutan peneliti adalah teori komunikasi pemasaran, teori S-O-R, *product placement* dalam komunikasi pemasaran, *brand recall*, dan *brand awareness*. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai *cronbach’s alpha* pada uji reliabilitas sebesar 0,913 yang artinya sangat reliabel. Pada hasil uji korelasi pearson menunjukkan adanya nilai korelasi *product placement* terhadap *brand awareness* sebesar 0,632 yang berarti hubungan keduanya positif dan kuat. Dalam tabel *model summary*, nilai *R square* menunjukkan nilai 0,400 yang berarti variabel *brand awareness* dapat dipengaruhi oleh variabel *product placement* sebesar 40%. Selain itu, hasil uji F dengan nilai signifikansi 0,000 membuktikan bahwa variabel *product placement* memberikan pengaruh terhadap *brand awareness*. Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini H_0 ditolak dan H_a diterima, yaitu terdapat pengaruh *product placement* terhadap *brand awareness* Sony Xperia dalam *video game* Uncharted 4: The Thief’s End.

Kata kunci: *product placement*, *video games*, *brand awareness*

ABSTRACT

“THE IMPACT OF SONY XPERIA PRODUCT PLACEMENT ON VIDEO GAME UNCHARTED 4: THE THIEF’S END TOWARDS BRAND AWARENESS”

By: Ines Caroline

Product placement is the development of marketing communication strategy that follows the change of media from conventional to digital. Product placement currently widely used in films and dramas both Indonesian film and abroad. In this study, the author wants to discuss video games as product placement of a product or brand. The author wants to see the strategies used for product placement in video games. The type of research used is quantitative and descriptive. Descriptive research is a type of research that is effective in describing the phenomena that aim to describe events are natural or engineering. In descriptive research, research does not seek a temporary relationship or prediction, but only describes the situation or event. This study discusses the definition of product placement and its components such as three types of product placement, namely implicit brand placement, integrated explicit brand placement, and non integrated explicit brand placement. There are also three dimensions in product placement, namely visual dimension, auditory dimension, and plot connection dimension. The advantages and disadvantages of the product placement will also be presented in this study. Theories and concepts that will be role models are marketing communication theory, S-O-R theory, product placement in marketing communications, brand recall, and brand awareness. The results of this study show the value of cronbach's alpha in reliability test of 0.913 which means very reliable. Pearson correlation test results show that there is a correlation value of product placement to brand awareness of 0.632, which means that the relationship is positive and strong. In the summary model table, the value of R square shows the value of 0.400 which means that brand awareness variables can be affected by product placement variable by 40%. In addition, the F test result with a significance value of 0,000 proves that the variable of product placement gives effect to brand awareness. It can be concluded that this research Ho is rejected and Ha accepted, that there is influence of product placement to brand awareness Sony Xperia in video game Uncharted 4: The Thief's End.

Key word: product placement, video games, brand awareness

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

COVER

HALAMAN PERNYATAAN

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

KATA PENGANTAR

ABSTRAK

ABSTRACT

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kegunaan Penelitian	8
1.5.1 Kegunaan Akademis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis	9
1.5.3 Keterbatasan Penelitian	9

BAB II KERANGKA TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Teori Sesuai dengan Variabel dalam Penelitian	14
2.2.1 Teori S-O-R	14

2.2.2 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.2.3 <i>Marketing Mix</i>	18
2.2.4 <i>Promotional Mix</i>	19
2.2.5 <i>Product Placement</i>	23
2.2.5.1 Keuntungan <i>Product Placement</i>	27
2.2.6 <i>Brand Awareness</i>	30
2.2.7 <i>Games</i>	32
2.3 Hipotesis Teoretis.....	34
2.4 Alur Penelitian.....	36

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat dan Jenis Penelitian.....	37
3.2 Metode Penelitian.....	38
3.3 Populasi dan Sampel.....	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel.....	40
3.4 Operasionalisasi Variabel.....	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.5.1 Data Primer.....	50
3.5.2 Data Sekunder.....	51
3.6 Teknik Pengukuran Data.....	51
3.6.1 Uji Validitas.....	51
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	56
3.7 Teknik Analisis Data.....	58
3.7.1 Uji Korelasi.....	59
3.7.2 Uji Regresi.....	60
3.7.3 Uji Normalitas.....	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Objek Penelitian.....	63
4.1.1 Perusahaan Sony Mobile.....	63
4.1.2 <i>Game</i> Uncharted 4: The Thief's End	64
4.2 Hasil Penelitian	65
4.2.1 Identitas Responden	65
4.2.2 <i>Product Placement</i>	68
4.2.2.1 Dimensi <i>Visual</i>	72
4.2.2.2 Dimensi <i>Plot Connection</i>	75
4.2.3 <i>Brand Awareness</i>	77
4.2.3.1 Dimensi <i>Brand Recognition</i>	81
4.2.3.2 Dimensi <i>Brand Recall</i>	85
4.2.3.3 Dimensi <i>Top of Mind</i>	88
4.2.4 Uji Validitas	91
4.2.5 Uji Reliabilitas	94
4.2.5.1 Uji Reliabilitas Variabel <i>Product Placement</i> (X)	95
4.2.5.2 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y).....	96
4.2.5.3 Uji Reliabilitas Variabel <i>Product Placement</i> (X) dan <i>Brand Awareness</i> (Y).....	98
4.2.6 Uji Normalitas.....	99
4.2.7 Uji Korelasi.....	102
4.2.8 Uji Regresi Linear Sederhana	103
4.3 Pembahasan.....	106
4.4. Uji Hipotesis	110

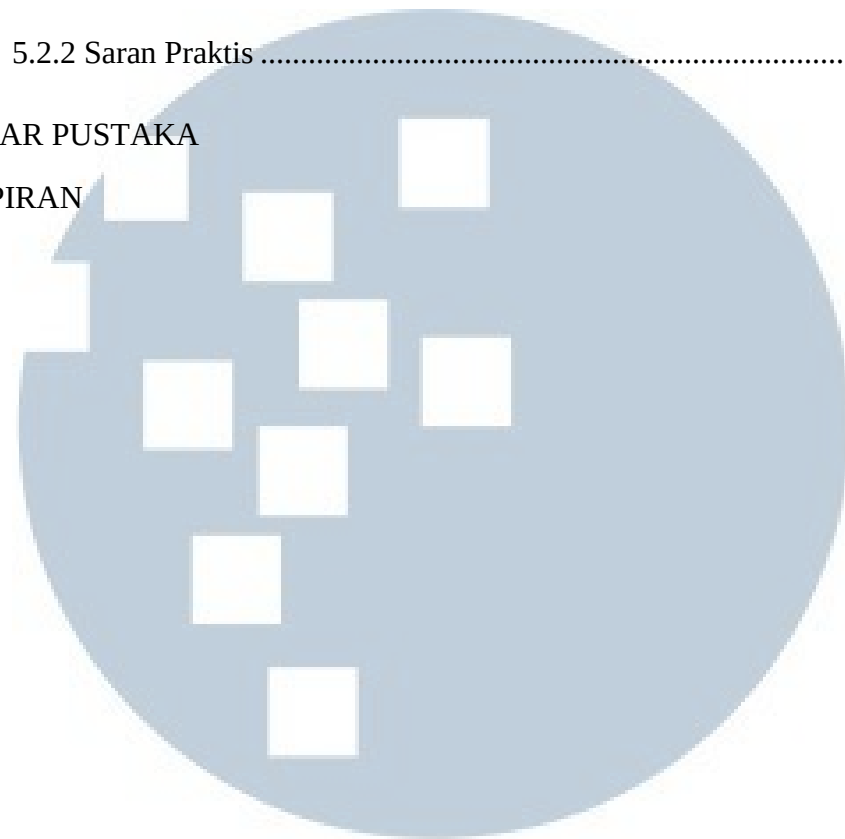
BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan	111
5.2 Saran	112
5.2.1 Saran Akademis	112

5.2.2 Saran Praktis	112
---------------------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Variabel	42
Tabel 3.2 Skala Likert.....	51
Tabel 3.3 Nilai R <i>Product Moment</i>	53
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X (<i>pre-test</i>).....	53
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Vsriabel Y (<i>pre-test</i>)	54
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (<i>pre-test</i>)	57
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (<i>pre-test</i>)	58
Tabel 3.8 Pengukuran Nilai Koefisien Korelasi	60
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	66
Tabel 4.2 Usia Responden	66
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	67
Tabel 4.4 Tabel Akumulasi Jawaban Variabel X (<i>Product Placement</i>).....	68
Tabel 4.5 Pernyataan Kuesioner 1 Dimensi <i>Visual</i>	72
Tabel 4.6 Pernyataan Kuesioner 2 Dimensi <i>Visual</i>	72
Tabel 4.7 Pernyataan Kuesioner 3 Dimensi <i>Visual</i>	73
Tabel 4.8 Pernyataan Kuesioner 4 Dimensi <i>Visual</i>	74
Tabel 4.9 Pernyataan Kuesioner 5 Dimensi <i>Plot Connection</i>	75
Tabel 4.10 Pernyataan Kuesioner 6 Dimensi <i>Plot Connection</i>	75
Tabel 4.11 Pernyataan Kuesioner 7 Dimensi <i>Plot Connection</i>	76
Tabel 4.12 Tabel Akumulasi Jawaban Variabel Y (<i>Brand Awareness</i>)	77
Tabel 4.13 Pernyataan Kuesioner 8 Dimensi <i>Brand Recognition</i>	81
Tabel 4.14 Pernyataan Kuesioner 9 Dimensi <i>Brand Recognition</i>	82
Tabel 4.15 Pernyataan Kuesioner 10 Dimensi <i>Brand Recognition</i>	82

Tabel 4.16 Pernyataan Kuesioner 11 Dimensi <i>Brand Recognition</i>	83
Tabel 4.17 Pernyataan Kuesioner 12 Dimensi <i>Brand Recognition</i>	84
Tabel 4.18 Pernyataan Kuesioner 13 Dimensi <i>Brand Recall</i>	85
Tabel 4.19 Pernyataan Kuesioner 14 Dimensi <i>Brand Recall</i>	85
Tabel 4.20 Pernyataan Kuesioner 15 Dimensi <i>Brand Recall</i>	86
Tabel 4.21 Pernyataan Kuesioenr 16 Dimensi <i>Brand Recall</i>	87
Tabel 4.22 Pernyataan Kuesioner 17 Dimensi <i>Brand Recall</i>	87
Tabel 4.23 Pernyataan Kuesioner 18 Dimensi <i>Top of Mind</i>	88
Tabel 4.24 Pernyataan Kuesioner 19 Dimensi <i>Top of Mind</i>	89
Tabel 4.25 Pernyataan Kuesioner 20 Dimensi <i>Top of Mind</i>	89
Tabel 4.26 Pernyataan Kuesioner 21 Dimensi <i>Top of Mind</i>	90
Tabel 4.27 Uji Validitas X dan Variabel Y	91
Tabel 4.28 Item Total Uji Reliabilitas Variabel <i>Product Placement (X)</i>	96
Tabel 4.29 Item Total Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Awareness (Y)</i>	97
Tabel 4.30 Item Total Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y	98
Tabel 4.31 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	101
Tabel 4.32 Nilai Koefisien Korelasi	102
Tabel 4.33 Korelasi Variabel <i>Product Placement</i> dan Variabel <i>Brand Awareness</i>	103
Tabel 4.34 Uji Regresi Linear Sederhana	103
Tabel 4.35 Uji Regresi Anova	105
Tabel 4.36 <i>Model Summary</i>	105

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Scene Games</i> Uncharted 4: The Thief's End	5
Gambar 1.2 <i>Scene Games</i> Penggunaan Produk Sony Xperia	6
Gambar 1.3 <i>Scene</i> Dalam Menyelesaikan Teka-teki Uncharted 4	7
Gambar 2.1 Teori S-O-R.....	15
Gambar 2.2 Elemen-elemen <i>Promotional Mix</i>	19
Gambar 2.3 Alur Penelitian	36
Gambar 4.1 <i>Games</i> Uncharted 4: The Thief's End.....	64
Gambar 4.2 Grafik Uji Normalitas	101

