

**ANALISIS RESPONS AUDIENS TERHADAP STRATEGI *PRODUCT
PLACEMENT* MINISO PADA DRAMA KOREA *WHILE YOU WERE
SLEEPING* TAHUN 2017**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

VIORA TIFFANISA EFFENDI

1161903098

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA**

2018

**ANALISIS RESPONS AUDIENS TERHADAP STRATEGI *PRODUCT
PLACEMENT* MINISO PADA DRAMA KOREA *WHILE YOU WERE
SLEEPING* TAHUN 2017**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S1



Disusun Oleh:

VIORA TIFFANISA EFFENDI

1161903098

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA**

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Viora Tiffanisa Effendi

NIM : 1161903098

Tanda Tangan : 

Tanggal : 29 Agustus 2018

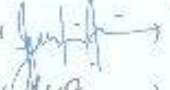
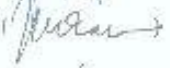
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Viola Tiffanisa Effendi
NTM : 1161903098
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Respons Audien Terhadap Strategi
Product Placement Miniso Pada Drama Korea *While
You Were Sleeping* Tahun 2017

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dra. Suharyanti, M.S.M. 
Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos, M.Si 
Penguji 2 : Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac 
Ditertapkan di : Jakarta
Tanggal : 29 Agustus 2018

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul "Analisis Respons Audiens Terhadap Strategi *Product Placement* Miniso Pada Drama Korea *While You Were Sleeping* Tahun 2017". Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Kedua orang tua yang selalu memberi dukungan doa dan kasih sayang.
- 2) Ketiga kakak kandung (Sisesa Effendi, Edo Effendi, Irsyad Effendi) dan adik (Fajar K) atas semua doa dan dukungan moral bagi penulis.
- 3) Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M selaku dosen pembimbing sekaligus Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan tugas akhir ini.
- 4) Rekan-rekan MCR PT. Net Mediatama yang selalu memberi dukungan ditengah kesibukan jadwal kuliah dan pekerjaan.
- 5) Muhammad Abrar, atas semua waktu, tenaga dan pikiran, dukungan semangat selama penyelesaian tugas akhir.
- 6) Andi Syarifah Faizana, Rizka Dwita, Ibrahim Agimudin, Fadila Yasri yang telah bersama-sama melalui suka dan duka dalam menjadwalkan perkuliahan dan menyelesaikan Tugas Akhir.
- 7) Teman-teman seperjuangan kelas karyawan Ilmu Komunikasi Batch 7.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 29 Agustus 2018



Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Viora Tiffanisa Effendi
NIM : 1161903098
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS RESPONS AUDIENS TERHADAP STRATEGI *PRODUCT PLACEMENT* MINISO PADA DRAMA KOREA *WHILE YOU WERE SLEEPING* TAHUN 2017

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Agustus 2018

Yang menyatakan

(Viora Tiffanisa Effendi)

ANALISIS RESPONS AUDIENS TERHADAP STRATEGI *PRODUCT PLACEMENT* MINISO PADA DRAMA KOREA *WHILE YOU WERE SLEEPING* TAHUN 2017

Viora Tiffanisa Effendi

ABSTRAK

Product placement merupakan strategi pemasaran produk yang populer di dua dekade terakhir. *Marketer* percaya bahwa *product placement* merupakan strategi yang lebih baik untuk mempromosikan produk dibandingkan iklan televisi. *Product placement* menuntut penonton untuk tidak mengganti *channel*, memperluas cakupan target *audience* perusahaan dengan biaya promosi yang lebih murah. *Marketer* memanfaatkan berbagai media untuk menempatkan produk mereka, salah satunya drama Korea. Salah satu contoh penggunaan strategi ini adalah produk Miniso yang ada pada drama Korea *While You Were Sleeping* tahun 2017. Miniso merupakan salah satu *brand* baru di Indonesia yang dinilai berhasil mencuri perhatian masyarakat karena strategi *marketing* yang mereka lakukan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui respons penonton terhadap *product placement* Miniso pada drama *While You Were Sleeping*, peneliti menggunakan metode wawancara dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Ada dua dimensi *product placement* yang digunakan pada drama ini. Hasil yang didapatkan adalah, kedua dimensi *product placement* yang digunakan menghasilkan dimensi *engagement* yang berbeda bagi setiap informan.

Kata Kunci : *Product Placement, Consumer Engagement, Marketing Communication, Brand Awareness*

***ANALYSIS OF AUDIENS RESPONSE TO MINISO PRODUCT
PLACEMENT STRATEGY IN KOREAN DRAMA WHILE YOU WERE
SLEEPING IN 2017***

Viora Tiffanisa Effendi

ABSTRACT

Product placement is the most popular strategy in the last two decades. Marketers believed that using this strategy to promoting the brand is better than tv commercials. Product placement requires the audience not to change their channel, expand the company's target audience with cheaper promotional costs. Marketers use various media to place their product, one of them is Korean drama. Miniso is one example of a brand that uses this strategy in a Korean drama titled While You Were Sleeping in 2017.

This study aims to determine the response of the audience to Miniso's product placement in the drama While You Were Sleeping. Researchers used the interview method with a descriptive qualitative approach. There is a two-dimensional product placement used in this drama. The results obtained are, the two dimensions of product placement used lead to different engagement dimension for each informant.

Key Words : Product Placement, Consumer Engagement, Marketing Communication, Brand Awareness

DAFTAR ISI

COVER	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN TEORITIS	11
2.1 Penelitian Sebelumnya	11
2.2 Tinjauan Pustaka.....	20
2.2.1 <i>Marketing Communications</i>	20
2.2.2 Strategi Promosi.....	21
2.2.3 <i>Product Placement</i>	22
2.2.4 <i>Consumer Engagement</i>	24
2.2.5 <i>Brand Awareness</i>	28
2.2.6 Program Televisi.....	30
2.2.7 Fenomena <i>Korean Wave</i>	31
2.3 Kerangka Pemikiran	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Pendekatan Penelitian.....	34
3.2 Objek Penelitian	34

3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.4 Definisi Konseptual dan Operasionalisasi Variabel	36
3.5 Teknik Analisis Data	39
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	40
3.7 Keterbatasan Penelitian	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	42
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian.....	42
4.1.2 Gambaran Subyek Penelitian.....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Penggunaan <i>Product Placement</i> Miniso pada Drama Korea	51
4.2.2 <i>Plot Connection</i> pada <i>Product Placement</i> Miniso	52
4.2.3 <i>Virtual Dimension</i> pada <i>Product Placement</i> Miniso	53
4.2.4 <i>Dimensi Kognitif</i>	54
4.2.5 <i>Dimensi Afektif</i>	58
4.2.6 <i>Dimensi Behavioral</i>	62
4.3 Pembahasan	65
4.3.1 <i>Plot Connection</i> sebagai Dimensi Penempatan yang Menarik	66
4.3.2 Pentingnya Intensitas dalam Strategi Penempatan Produk	68
4.3.3 Terdapat Perbedaan Sikap Berdasarkan Jenis Kelamin	71
4.3.4 Berbelanja di Miniso menjadi Gaya Hidup Baru Masyarakat.....	72
4.3.5 “Harga yang Jujur” sebagai Taktik Bersaing dengan Kompetitor	75
BAB V KESIMPULAN	76
5.1 KESIMPULAN	76
5.2 SARAN.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Product Placement</i> pada Film <i>Tomorrow Never Dies</i>	3
Gambar 1.2 Contoh <i>Strategi Product Placement</i> pada Film 5 cm.....	4
Gambar 1.3 Contoh <i>Strategi Product Placement</i> pada Film 5 cm.....	4
Gambar 1.4 <i>Website</i> Miniso	6
Gambar 1.5 Tokoh pada Drama Mengunjungi Miniso	8
Gambar 1.6 <i>Product Placement</i> pada <i>Descendants of The Sun</i>	9
Gambar 2.1 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	28
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	32
Gambar 4.1 Poster Drama	41
Gambar 4.2 Rating Drama <i>While You Were Sleeping</i>	42
Gambar 4.3 Air Mineral Miniso pada Episode 13 Drama	43
Gambar 4.4 Dimensi <i>Plot Connection</i> pada Drama.....	44
Gambar 4.5 Logo Miniso	45
Gambar 4.6 Kompetitor Miniso Asal Jepang.....	45
Gambar 4.7 <i>Social Media Strategy</i>	46
Gambar 4.8 Ninda, Informan	48
Gambar 4.9 Hanum, Informan	48
Gambar 4.10 Angga, Informan	49
Gambar 4.11 <i>Virtual Dimension</i> Produk Miniso	53
Gambar 4.12 Produk Miniso pada <i>While You Were Sleeping</i>	55
Gambar 4.13 Boneka <i>Iconic</i> pada <i>While You Were Sleeping</i>	56
Gambar 4.14 Potongan Pada Drama <i>While You Were Sleeping</i>	58
Gambar 4.15 <i>Blogger</i> Vietnam me-review Produk Miniso pada Drama.....	59
Gambar 4.16 Logo Miniso pada <i>Credit Title</i> setiap Episode.....	60
Gambar 4.17 Beberapa Contoh Penggunaan <i>Socmed</i> pengunjung Miniso.....	61
Gambar 4.18 Dimensi <i>Virtual</i> Produk Miniso	68
Gambar 4.19 Kerangka Hasil Penelitian	69
Gambar 4.20 Beberapa Contoh Produk Miniso Untuk Pria.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya	14
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	36
Tabel 4.1 Informan Penelitian	47
Tabel 4.2 Pengelompokan Dimensi <i>Product Placement</i>	67

P