

**ANALISIS ISI *PRODUCT PLACEMENT* COLORGRAM PADA
DRAMA KOREA *TRUE BEAUTY***

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

SARAH AINUN NUFUS

1171003146

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

2023

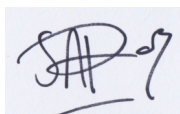
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya milik saya sendiri, dan sumber – sumber yang dirujuk telah saya nyatakan benar.

Nama : Sarah Ainun Nufus

NIM : 1171003146

Tanda tangan :

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'SAP' followed by a stylized flourish, enclosed in a light blue rectangular box.

Tanggal : 31 Januari 2023

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Sarah Ainun Nufus
NIM : 1171003146
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul : Analisis Isi *Product Placement* Colorgram pada Drama
Korea *True Beauty*

Telah berhasil dipertaruhkan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana ilmu komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia, S.Sos., M. Media Prac.



Penguji 1 : Dion Wardyono, S.E., M.S.M.



Penguji 2 : Suharyanti, Dra., M.S.M.



Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 17 Februari 2023

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, rezeki, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Analisis Isi *Product Placement* Colorgram pada Drama Korea *True Beauty*”. Penyusunan Tugas Akhir ini disusun dalam rangka memenuhi syarat mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Universitas Bakrie. Melalui proses yang tidak mudah, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ayah, Ibu, dan Adik

Terima kasih Ayah, Ibu, Adik karena tidak pernah lelah mendukung dan menyemangati sampai saat ini, mendoakan untuk kelancaran perjalanan penyusunan skripsi yang tidak mudah dan sudah selalu mengerti setiap keadaan yang dilewati penulis.

2. Dr. Tuti Widiastuti, M.Si.

Terima kasih kepada Ibu Tuti selaku pembimbing karena sudah membimbing penulis sejak awal sampai tahapan sempro dan selalu sabar menuntun setiap progresnya.

3. Mirana Hanathasia, S.Sos., MMediaPrac

Terima kasih kepada Ibu Mirana selaku dosen pembimbing penulis. Terima kasih sudah memotivasi, memberikan masukan – masukan yang berarti juga mempermudah penulis dalam menyelesaikan proses penulisan.

4. Dosen dan Staff Ilmu Komunikasi Bakrie

Terima kasih kepada seluruh jajaran dosen dan staff Universitas Bakrie atas ilmu yang diajarkan selama ini, juga bantuan – bantuan yang diberikan agar penulis dapat menyelesaikan perjalanan menjadi sarjana dengan lancar.

5. Sky Castle

Terima kasih kepada teman – teman semasa perkuliahan, teman seperjuangan. Terima kasih atas uluran tangan yang selama ini diberikan, atas hiburan yang membuat penulis semangat menjalani perkuliahan.

6. Schone Kinder

Terima kasih kepada teman masa SMP, yang tidak pernah lelah menyemangati penulis dalam menjalani semuanya. Selalu mengingatkan penulis mengenai berbagai hal dan menemani setiap perjalanan yang penuh lika liku.

7. Jubaedah

Terima kasih kepada teman – teman Jubaedah yang selalu ada disamping penulis, terimakasih atas kesabarannya dalam menemani penulis menyelesaikan proses penulisan.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sarah Ainun Nufus
NIM : 1171003146
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : 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-Fee Rights) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

ANALISIS ISI PRODUCT PLACEMENT COLORGRAM PADA DRAMA KOREA TRUE BEAUTY

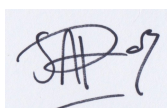
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 20 Februari 2023

Yang menyatakan,



Sarah Ainun Nufus

ABSTRAK**ANALISIS ISI *PRODUCT PLACEMENT* COLORGRAM PADA
DRAMA KOREA *TRUE BEAUTY***SARAH AINUN NUFUS

Dunia periklanan yang mendatangkan dampak paling berpengaruh dalam pemasaran produk ataupun jasa dimanfaatkan perusahaan untuk melakukan promosi melalui *product placement*. Strategi tersebut telah banyak dilakukan di negara Korea Selatan yang kemudian masuk ke Indonesia sebagai bagian dari *Korean Wave* yang mendatangkan pengaruh signifikan bagi beberapa produk. Salah satu produk yang menerapkan strategi *product placement* yaitu Colorgram pada drama korea True Beauty. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *product placement* iklan colorgram pada drama korea True Beauty yang akan dilihat berdasarkan dari sifat iklannya. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode pendekatan studi kasus. Objek penelitian berupa *product placement* dari Colorgram pada drama korea True Beauty. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Teknik analisis data dilakukan secara kualitatif dengan teknik reduksi data, penyajian data dan verifikasi atau menarik kesimpulan. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, *product placement* yang dilakukan Colorgram pada drama True Beauty dalam upaya mengenalkan produk-produk terbarunya memakai sifat iklan pengulangan, mendramatisir dan berkepribadian. Penempatan produk yang dilakukan Colorgram juga mengandung ketiga dimensi menurut Russel (2002) yaitu dimensi visual, dimensi audio dan dimensi koneksi plot. Ditemukan keselarasan antara *brand* Colorgram dengan drama True Beauty yang menjadi alasan dibalik setiap teori sifat iklan dan dimensi penempatan produknya.

Kata kunci : Colorgram, iklan, *product placement*, True Beauty

ABSTRACT***CONTENT ANALYSIS OF PRODUCT PLACEMENT
COLORGRAM IN KOREAN DRAMA TRUE BEAUTY***SARAH AINUN NUFUS

The advertizing media which has the most influential impact on the marketing of products or services utilized by companies to promote their products through product placement. This strategy has been widely practiced in South Korea which then entered Indonesia as part of the Korean Wave which has a significant impact on several products. One of the products that apply the product placement strategy is Colorgram in the Korean drama True Beauty. This study aims to determine how the product placement of colorgram advertisements in the Korean drama True Beauty will be seen based on the nature of the advertisement. This type of research is qualitative research with case study approach. The product placement from Colorgram in the Korean drama True Beauty as a research object. Data collection techniques are done by observation, documentation and literature study. Data analysis techniques are carried out qualitatively with data reduction techniques, data presentation and verification or drawing conclusions. Based on the results of the data analysis, the product placement carried out by Colorgram in the drama True Beauty is an effort to introduce their newest products uses repetitive, dramatizing, and personality advertising properties. Colorgram's product placement also contains three dimensions according to Russel (2002), that is the visual dimension, audio dimension and plot connection dimension. There is an alignment between Colorgram's brand and True Beauty drama which is the reason behind each theory of advertising properties and product placement dimensions.

Keywords: *Colorgram, advertisement, product placement, True Beauty*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Studi Pustaka Terkait dengan Penelitian Sebelumnya.....	8
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait dengan Kerangka Pemikiran.....	13
2.2.1 <i>Product Placement</i>	13
2.2.2 Iklan.....	15
2.2.3 Drama Korea	17
2.2.4 Colorgram.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Metode Penelitian	22
3.2 Objek Penelitian.....	24
3.3 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.3.1 Sumber Data	24
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data	25

3.4 Definisi Konseptual	25
3.4.1 Definisi Konseptual.....	25
3.4.1.1 Product Placement	26
3.4.1.2 Iklan.....	26
3.5 Teknik Analisis Data	28
3.6 Teknik Pengujian Keabsahan Data	29
3.7 Batasan Penelitian.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	31
4.1.1 Colorgram.....	31
4.1.2 Drama Korea True Beauty	34
4.2 Penyajian Data	38
4.2.1 Sifat Iklan	38
4.2.2 Dimensi Iklan	56
4.3 Pembahasan	66
4.3.1 Sifat Iklan dari <i>product placement</i> Colorgram pada drama <i>True Beauty</i>	66
4.3.2 Dimensi Iklan <i>product placement</i> Colorgram.....	73
BAB V KESIMPULAN	83
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Sebaran jumlah fans K-Pop.....	4
Gambar 4. 1 Thunderball Tint Lacquer	31
Gambar 4. 2 King’s Eye Cream Liner	32
Gambar 4. 3 Natural Tone Up Cover Cushion	32
Gambar 4. 4 Special Kit.....	33
Gambar 4. 5 Poster Colorgram x True Beauty	34
Gambar 4. 6 Poster Official True Beauty	34
Gambar 4. 7 Rating True Beauty	37
Gambar 4. 8 Visual Dimension 1.....	58
Gambar 4. 9 Auditory Dimension 1.....	59
Gambar 4. 10 Auditory Dimension 2.....	60
Gambar 4. 11 Auditory Dimension 3.....	60
Gambar 4. 12 Auditory Dimension 4.....	61
Gambar 4. 13 Auditory Dimension 5.....	62
Gambar 4. 14 Plot Connection 1	64
Gambar 4. 15 Plot Connection 2.....	65
Gambar 4. 16 Plot Connection 3.....	66
Gambar 4. 17 Thunderbolt tint lacquer.....	68
Gambar 4. 18 Multi cube palette.....	69
Gambar 4. 19 Aegyo sal.....	69
Gambar 4. 20 Colorgram Berterbangan.....	72
Gambar 4. 21 Visual Dimension.....	75
Gambar 4. 22 Auditory Dimension 1	77
Gambar 4. 23 Auditory Dimension 2.....	77
Gambar 4. 24 Testimoni Colorgram	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	10
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep.....	26
Tabel 3. 2 Teknik Analisis Data	29
Tabel 4. 1 Analisis Episode 1	39
Tabel 4. 2 Analisis Episode 2	41
Tabel 4. 3 Analisis Episode 3	43
Tabel 4. 4 Analisis Episode 4	44
Tabel 4. 5 Analisis Episode 5	45
Tabel 4. 6 Analisis Episode 6	47
Tabel 4. 7 Analisis Episode 7	47
Tabel 4. 8 Analisis Episode 8	49
Tabel 4. 9 Analisis Episode 9	50
Tabel 4. 10 Analisis Episode 10	51
Tabel 4. 11 Analisis Episode 13	52
Tabel 4. 12 Analisis Episode 14	53
Tabel 4. 13 Analisis Episode 15	54
Tabel 4. 14 Analisis Episode 16	55