



Sumber: www.google.com

Judul Skripsi:

PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* TORABIKA CAPPUCCINO PADA TAYANGAN SINETRON ANAK LANGIT TERHADAP *BRAND AWARENESS* (SURVEI PADA *MEMBER GROUP FANS CLUB SINETRON ANAK LANGIT DI FACEBOOK*)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Renita Wulandari

NIM : 1410411100



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA



**PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* TORABIKA CAPPUCCINO PADA
TAYANGAN SINETRON ANAK LANGIT TERHADAP *BRAND AWARENESS*
(Survei Pada *Member Group Fans Club* Sinetron Anak Langit di *Facebook*)**

**Skripsi
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Sosial Pada Program Studi Ilmu Komunikasi**

Renita Wulandari

1410411100

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

2018

*Skripsi ini ku persembahkan untuk kedua Orang Tua ku,
karena dengan semangat, kerja keras dan dukungannya aku
bisa menempuh jenjang pendidikan yang lebih tinggi. Semoga
ilmu yang ku dapat selama kuliah terus bermanfaat dan bisa
membuat kalian bangga suatu hari nanti.*

With Love,

Renita Wulandari.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar.

Nama : Renita Wulandari

NRP : 1410411100

Tanggal : 29 Juni 2018

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidak-sesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 29 Juni 2018



Renita Wulandari

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Renita Wulandari

NRP : 1410411100

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Periklanan

Judul : **PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* TORABIKA
CAPPUCCINO PADA TAYANGAN SINETRON ANAK
LANGIT TERHADAP *BRAND AWARENESS*** (Survei Pada
Member Group Fans Club Sinetron Anak Langit di Facebook)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing Utama,



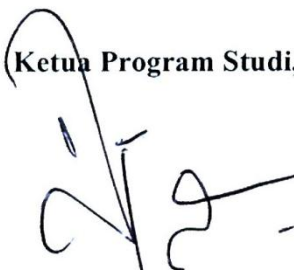
(Drs. Supratman, M. Si)

Pembimbing Pendamping,



(Ahmad Zakki A, S.IP, M.Si)

Ketua Program Studi,



(Damayanti, S. Sos, M. Si)

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 3 Juli 2018

KATA PENGANTAR

Segala puji peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat yang telah diberikan kepada peneliti baik nikmat sehat rohani maupun jasmani. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Product Placement* Torabika Cappuccino Pada Tayangan Sinetron Anak Langit Terhadap *Brand Awareness* (Survei pada *member group fans club* sinetron Anak Langit di *Facebook*)”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 Ilmu Komunikasi dalam jenjang pendidikan di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Dalam penelitian skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan, namun berkat adanya bimbingan dari berbagai pihak pada akhirnya hambatan dan kesulitan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ayah, Ibu, Nenek dan keluarga yang telah memberikan semangat dan doa-nya.
2. Drs. Supratman, M.Si selaku Dosen pembimbing 1 dan Ahmad Zakki A, S.IP, M.Si selaku Dosen pembimbing 2.
3. Damayanti S.Sos, M.Si Kaprogdi Fisip UPN “Veteran” Jakarta.
4. Dra. Siti Maryam, M.Si Wadek 1 beserta jajarannya.
5. Dr. Anter Venus, MA. COMM, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta.
6. Teman-teman saya Ella, Nabila, Fitri, Desti, Puspa, Sandika dan Farhan yang telah banyak membantu dan memberikan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Keluarga besar TGD yang selalu bersama saya sejak semester 1 hingga semester akhir.

Jakarta, 29 Juni 2018

Peneliti



Renita Wulandari

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Renita Wulandari
NRP : 1410411100
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Periklanan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* TORABIKA CAPPUCCINO PADA TAYANGAN SINETRON ANAK LANGIT TERHADAP *BRAND AWARENESS* (SURVEI PADA *MEMBER GROUP FANS CLUB* SINETRON ANAK LANGIT DI *FACEBOOK*).** Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Yang Menyatakan,



Renita Wulandari

PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* TORABIKA CAPPUCCINO PADA TAYANGAN SINETRON ANAK LANGIT TERHADAP *BRAND AWARENESS*

(Survei pada *member group fans club* sinetron Anak Langit di *Facebook*)

RENITA WULANDARI

ABSTRAK

Product placement atau bisa juga disebut *brand placement* merupakan salah satu strategi yang sudah banyak digunakan oleh para pengiklan di banyak negara. Agar mampu menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran merek maka pengiklan harus mampu menempatkan produknya dengan strategi dan media yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh *product placement* Torabika Cappuccino pada tayangan sinetron anak langit terhadap *brand awareness* (survei kepada *member group fans club* sinetron anak langit di *Facebook*). Konsep atau teori yang relevan dengan penelitian ini adalah *Stimulus-Organism-Response*, *Product Placement* dan *Brand Awareness*. Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu *member group fans club* sinetron Anak Langit di *Facebook*. Melalui teknik *Purposive Sampling*, sampel yang diambil hanya 100 responden yang disederhanakan menggunakan rumus taro Yamane. Teknik analisis pengaruh variabel Y terhadap variabel X menggunakan uji koefisien determinasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi dari variabel X dan variabel Y sebesar 0.641. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X dan variabel Y sebesar 37,7% dan sisanya 62,3% ditentukan oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hasil uji hipotesis t hitung $7,702 > t$ tabel 1,661 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan, terdapat pengaruh yang signifikan antara *product placement* Torabika Cappuccino pada tayangan sinetron Anak Langit terhadap *brand awareness* (survei pada *member group fans club* sinetron anak langit di *Facebook*).

Kata Kunci: *Product Placement, Brand Awareness, Stimulus-Organism-Response*

**THE EFFECT OF PRODUCT PLACEMENT TORABIKA CAPPUCCINO ON
TELEVISION SERIES ANAK LANGIT TOWARDS BRAND AWARENESS
(Survey to the member group of fans club tv series Anak Langit on Facebook)**

RENITA WULANDARI

ABSTRACT

Product placement or it could be called brand placement is one strategy that has been used by advertiser in many countries. In order to be able to grow and increase brand awareness, then the advertiser must be able to put its products with the right strategy and media. This research aims to know the magnitude of the effect of product placement Torabika Cappuccino on television series toward brand awareness (survey to member group fans club tv series Anak Langit on Facebook). The concepts or theories relevant to this research are Stimulus-Organism-Response, Product Placement and Brand Awareness. This research was conducted using quantitative approach with explanative research type. The population in this research is a member group of fans club tv series Anak Langit on Facebook. Through Purposive Sampling technique, samples taken only 100 respondents are simplified using the Yamane formula. Technique analyze the influence of variable Y to variable X using coefficient determination test. The results of this research show that the correlation of variables X and Y for 0,641. Based on the calculation of coefficient of determination obtained the result of the effect of variables X and Y for 37.7% and the remaining 62.3% is determined by other factors not examined. Hypothesis test results t calculate 7.702 > t table 1.661 then Ho denied and Ha is received. Thus it can be concluded, there is a significant effect between product placement Torabika Cappuccino on television series toward brand awareness (survey to member group fans club tv series Anak Langit on Facebook).

Keywords: *Product Placement, Brand Awareness, Stimulus-Organism-Response*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Manfaat Penelitian	6
I.5 Sistematika Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI.....	8
II.1 Penelitian Terdahulu	8
II.2 Konsep-konsep penelitian	10
II.2.1 Pengaruh	10
II.2.2 <i>Product Placement</i>	11
II.2.3 <i>Brand Awareness</i>	11
II.3 Teori Penelitian	13
II.3.1 Periklanan	13
II.3.2 Media Massa	13
II.3.3 <i>Subliminal Message</i>	13
II.3.4 Teori SOR (<i>Stimulus-Organism-Response</i>).....	14
II.4 Kerangka Berpikir.....	16
II.5 Hipotesis.....	17

BAB III METODE PENELITIAN.....	18
III.1 Metodologi Penelitian	18
III.2 Populasi dan Sampel	18
III.2.1 Populasi	18
III.2.2 Sampel	19
III.3 Metode Pengumpulan Data	21
III.4 Operasional Variabel.....	21
III.5 Metode Analisis Data.....	23
III.4.1 Uji Validitas	23
III.4.2 Uji Reliabilitas	27
III.4.3 Uji Korelasi	28
III.4.4 Uji Regresi	29
III.4.5 Koefisien Determinasi.....	30
III.4.5 Uji Hipotesis.....	30
III.6 Waktu dan Lokasi Penelitian	31
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 32
IV.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	32
IV.1.1 PT. Mayora Indah Tbk.....	32
IV.1.2 Torabika Cappuccino	34
IV.1.3 SINEMART	34
IV.1.4 Anak Langit	36
IV.2 Hasil Penelitian	37
IV.2.1 Kelompok Responden.....	37
IV.2.2 Analisis Pernyataan Variabel X : <i>Product Placement</i>	39
IV.2.3 Analisis Pernyataan Variabel Y : <i>Brand Awareness</i>	48
IV.2.4 Uji Korelasi.....	60
IV.2.5 Uji Regresi	61
IV.2.6 Koefisien Determinasi	62
IV.2.7 Uji Hipotesis	63
IV.3 Pembahasan.....	64

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	67
V.1 Kesimpulan	67
V.2 Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 2 Data Skala Likert.....	21
Tabel 3 Operasional Variabel.....	22
Tabel 4 Uji Validitas Variabel X.....	25
Tabel 5 Uji Validitas Variabel Y.....	26
Tabel 6 Nilai <i>Alpha Cronbach's</i>	27
Tabel 7 Uji Reliabilitas Variabel X.....	28
Tabel 8 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	28
Tabel 9 Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi.....	29
Tabel 10 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	31
Tabel 11 Divisi Produk PT. Mayora Indah Tbk.....	32
Tabel 12 Produksi Inovasi PT. Mayora Indah Tbk.....	33
Tabel 13 Jenis Kelamin Responden.....	37
Tabel 14 Usia Responden.....	38
Tabel 15 Sering menonton sinetron Anak Langit.....	38
Tabel 16 Pernah melihat product placement Torabika Cappuccino.....	39
Tabel 17 Pernyataan 1.....	40
Tabel 18 Pernyataan 2.....	40
Tabel 19 Pernyataan 3.....	41
Tabel 20 Pernyataan 4.....	42
Tabel 21 Pernyataan 5.....	42
Tabel 22 Pernyataan 6.....	43
Tabel 23 Pernyataan 7.....	44
Tabel 24 Pernyataan 8.....	44
Tabel 25 Pernyataan 9.....	45
Tabel 26 Pernyataan 10.....	46
Tabel 27 Penilaian Product Placement (Variabel X).....	47
Tabel 28 Pernyataan 1.....	48
Tabel 29 Pernyataan 2.....	49
Tabel 30 Pernyataan 3.....	50
Tabel 31 Pernyataan 4.....	50

Tabel 32 Pernyataan 5	51
Tabel 33 Pernyataan 6	52
Tabel 34 Pernyataan 7	52
Tabel 35 Pernyataan 8	53
Tabel 36 Pernyataan 9	54
Tabel 37 Pernyataan 10	54
Tabel 38 Pernyataan 11	55
Tabel 39 Pernyataan 12	56
Tabel 40 Pernyataan 13	56
Tabel 41 Pernyataan 14	57
Tabel 42 Pernyataan 15	58
Tabel 43 Pernyataan 16	58
Tabel 44 Penilaian <i>Brand Awareness</i> (Variabel Y).....	60
Tabel 45 Hasil Uji Korelasi	61
Tabel 46 Hasil Uji Regresi	61
Tabel 47 Hasil Uji Koefisien Determinasi	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Produk Torabika Cappuccino	4
Gambar 2 Contoh <i>product placement</i> dalam sinetron Anak Langit.....	5
Gambar 3 Contoh <i>product placement</i> dalam sinetron Anak Langit.....	6
Gambar 4 Kerangka Berpikir	16
Gambar 5 Populasi <i>member group fans club</i> sinetron Anak Langit.....	19
Gambar 6 Logo PT. Mayora Indah Tbk	32
Gambar 7 Logo Torabika Cappuccino	34
Gambar 8 Logo Sinemart	34
Gambar 9 Poster Sinetron Anak Langit.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A	Lembar Kuesioner	A
	Data Variabel X dan Y	A
	Uji Validitas X dan Y	A
	Uji Reliabilitas X dan Y	A
	Hasil Uji Regresi, Korelasi, dan Koefisien Determinasi	A
	Tabel Statistik r.....	A
	Tabel Statistik t.....	A
LAMPIRAN B	Sertifikat TOEFL	B
	Sertifikat Inbound dan Outbound	B
	Sertifikat selama kuliah	B
LAMPIRAN C	Riwayat Hidup	C