



**Judul Skripsi : PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT EXPOSURE* SAMSUNG GALAXY *SERIES* PADA VIDEO KLIP BLACKPINK “KILL THIS LOVE” TERHADAP *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND PREFERENCE***

**(SURVEI PADA *FOLLOWERS* AKTIF AKUN INSTAGRAM @BLINKOFFICIALINDONESIA)**

Proposal Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Nama : Naomi Yasmine**

**NIM : 1610411134**



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

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Naomi Yasmine

NIM : 1610411134

Program studi : Ilmu Komunikasi

Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 9 Juli 2020



Penulis,

Naomi Yasmine

## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Naomi Yasmine  
NIM : 1610411134  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konstrasi : Periklanan  
Judul Skripsi : Pengaruh *Product Placement Exposure* Samsung Galaxy Series Pada Video Klip Blackpink “Kill This Love” Terhadap *Brand Awareness* Dan *Brand Preference* (Survei Pada *Followers* Aktif Akun Instagram @blinkofficialindonesia)

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

Menyetujui dan Mengetahui,

**Pembimbing Utama**



(Puri Bestari Mardani, M.Si.)

**Pembimbing Pendamping**



(Ratu Nadya W., S.I.Kom, M.M.)

**Plh. Ketua Program Studi**



(Intan Putri Cahyani, M.I.Kom.)

Ditetapkan di Jakarta

**Tanggal Ujian : 9 Juli 2020**

## **PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Naomi Yasmine  
NIM : 1610411134  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konstrasi : Periklanan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT EXPOSURE* SAMSUNG GALAXY SERIES PADA VIDEO KLIP BLACKPINK “KILL THIS LOVE” TERHADAP *BRAND AWARENESS* DAN *BRAND PREFERENCE* (Survei Pada *Followers* Aktif Akun Instagram @blinkofficialindonesia)**

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 penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

**Dibuat di : Jakarta**

**Pada tanggal: 9 Juli 2020**

Yang Menyatakan,



Naomi Yasmine

**PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT EXPOSURE* SAMSUNG GALAXY  
*SERIES* PADA VIDEO KLIP BLACKPINK “KILL THIS LOVE” TERHADAP  
*BRAND AWARENESS* DAN *BRAND PREFERENCE***

**(SURVEI PADA *FOLLOWERS* AKTIF AKUN INSTAGRAM  
@BLINKOFFICIALINDONESIA)**

**Naomi Yasmine**

**ABSTRAK**

Penempatan produk merupakan salah satu strategi beriklan yang sudah ada sejak lama, namun semakin marak digunakan dalam beberapa tahun terakhir. Tujuannya tentu untuk menanamkan kesadaran merek dan aktif mempromosikan produk yang diiklankan oleh pengiklan. Metode ini bisa dilakukan melalui berbagai macam saluran, baik media konvensional maupun media yang sekarang tengah berkembang, yakni *online*. Berkat perkembangan internet, penempatan produk juga sesekali disisipkan dalam konten yang diunggah melalui internet seperti video klip. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besaran pengaruh terpaan penempatan produk Samsung Galaxy Series yang ada dalam video klip ‘Kill This Love’ terhadap preferensi merek di kalangan penggemar BLACKPINK melalui kesadaran merek sebagai variabel mediasi. Peneliti akan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* aktif akun Instagram @blinkofficialindonesia yang merupakan *fanbase* penggemar BLACKPINK dari Indonesia, dan peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk mengambil sampel. Setelah dihitung menggunakan rumus Yamane, didapatkan 99 orang sampel. Pengaruh yang ditimbulkan oleh *product placement exposure* (X) terhadap *brand awareness* (Z) pada uji koefisien determinasi sebesar 0,4%, sedangkan sisanya sebesar 99,6% disebabkan oleh faktor lain. Pengaruh yang ditimbulkan oleh *product placement exposure* (X) dan *brand awareness* (Z) terhadap *brand preference* (Y) secara bersamaan sebesar 24,2%, sedangkan sisanya sebesar 75,8% disebabkan oleh faktor lain. Dari hasil perhitungan uji sobel mendapatkan nilai  $z = 0,651 < 1,980$  dengan tingkat signifikan 5%. Artinya, Variabel Z tidak mampu menjadi mediasi pengaruh antara Variabel X terhadap Variabel Y dengan koefisien hanya sebesar 0,0216.

**Kata Kunci:** Penempatan produk, terpaan, kesadaran merek, preferensi merek, teori *facets model of effect*

**THE EFFECT OF SAMSUNG GALAXY SERIES PRODUCT PLACEMENT  
EXPOSURE IN BLACKPINK'S "KILL THIS LOVE" MUSIC VIDEO TOWARDS  
BRAND AWARENESS AND BRAND PREFERENCE**

**(SURVEY ON THE ACTIVE FOLLOWERS OF @BLINKOFFICIALINDONESIA  
ON INSTAGRAM)**

**Naomi Yasmine**

**ABSTRACT**

*Product placement is an advertising strategy that has been around for a long time, but is increasingly being used in recent years. The goal is of course to instill brand awareness and actively promote products advertised by advertisers. This method can be done through a variety of channels, both conventional media and online media. Thanks to the development of the internet, product placement is also inserted in contents that are posted online such as music video. This study aims to determine the magnitude of the effect of product placement exposure of Samsung Galaxy Series in the 'Kill This Love' music video towards brand preferences among BLACKPINK fans through brand awareness as a mediating variable. This study used explanatory quantitative approach. The population in this study was the active followers of @blinkofficialindonesia on Instagram, which is a fanbase of BLACKPINK fans from Indonesia. Researcher used purposive sampling technique to take samples. After calculating the sample using the Yamane formula, 99 samples were obtained. The effect caused by product placement exposure (X) on brand awareness (Z) on the coefficient of determination test is 0,4%, while the remaining 99,6% is caused by other factors. The effect caused by product placement exposure (X) and brand awareness (Z) on brand preference (Y) is 24,2%, while the remaining 75.8% is caused by other factors. From the results of the sobel test calculations, the value of  $z = 0,651 < 1,980$  with a significant level of 5%. Thus, Variable Z is not able to mediate the effect of Variable X on Variable Y with a coefficient of only 0,0216.*

**Keywords:** *Product placement, exposure, brand awareness, brand preference, consumer attitude, facets model of effect theory*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah dan petunjuk-Nya karena tugas akhir skripsi ini dapat peneliti selesaikan dengan baik sehingga dapat diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dengan tepat waktu.

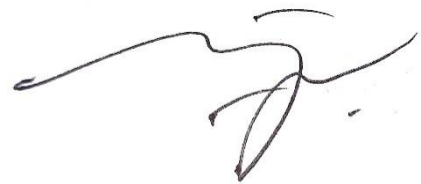
Melalui penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini bisa terselesaikan berkat dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil. Oleh karena itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih antara lain kepada:

1. Bapak Dr. Dudy Heryadi M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta
2. Ibu Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, UPN "Veteran" Jakarta.
3. Bundaku Tita Novitri, Ayahku Erwin Irwansyah, Eyangtiku Suhartati, dan seluruh keluarga yang senantiasa mendukung serta memberi semangat kepada peneliti selama proses pelaksanaan penulisan skripsi yang dijalani oleh peneliti.
4. Ibu Puri Bestari Mardani, M.Si. selaku dosen pembimbing I skripsi yang senantiasa memberikan arahan dan masukan serta membantu peneliti selama berlangsungnya proses penyusunan skripsi.
5. Ibu Ratu Nadya W., S.I.Kom, M.Si. selaku dosen pembimbing II yang senantiasa memberikan kritik dan saran dalam penulisan skripsi yang begitu bermanfaat.
6. Kak Dian Tri Hapsari, S.Sos, M.Si. selaku Pembimbing Akademik yang selalu bersedia menjadi tempat berbagi dan memberikan dukungan selama peneliti menjalankan aktivitas akademik.
7. Teman-teman seperjuangan yakni Nur Syamsiah, Chyntia Sucyati, Arshintia Eka Putri, dan Prita Suryaningrum yang telah banyak membantu serta menghibur peneliti selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
8. Teman-teman daring peneliti, yakni Kak Alifah Jasmine, Kak Tazkia, dan Kak Cacha yang bersedia menghibur dan memberi masukan tentang skripsi dan pengambilan data.

9. Admin @blinkofficialindonesia yang bersedia membantu dan bekerjasama dengan peneliti dalam menyebarkan kuesioner sehingga dapat mencapai target dengan cepat.

Peneliti menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari kesempurnaan, sehingga peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak. Akhir kata, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan berharap karya tulis ini dapat berguna untuk ikut memberikan wawasan serta ilmu pengetahuan bagi para pembaca.

Jakarta, 9 Juli 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Naomi Yasmine', with a long horizontal stroke extending to the left.

Naomi Yasmine



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	5
1.4. Manfaat Penelitian .....	5
1.5. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>8</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Konsep-Konsep Penelitian .....	10
2.2.1. Periklanan .....	10
2.2.2. <i>New Media</i> .....	10
2.2.3. <i>Product Placement</i> .....	11
2.2.4. <i>Advertisement Exposure</i> .....	13
2.2.5. Video Klip .....	14
2.2.6. <i>Brand Awareness</i> .....	14
2.2.7. <i>Brand Preference</i> .....	15
2.3. Teori Penelitian.....	17
2.4. Kerangka Berpikir.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>24</b>
3.1. Metodologi Penelitian .....	24
3.2. Populasi dan Sampel .....	24
3.3. Metode Pengumpulan Data .....	26
3.3.1. Data Primer .....	27
3.3.2. Data Sekunder.....	27

3.4.	Metode Analisis Data .....	28
3.4.1.	Uji Validitas.....	28
3.4.2.	Uji Reliabilitas .....	32
3.4.3.	Uji Asumsi Klasik.....	34
3.4.4.	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	35
3.4.5.	Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	36
3.4.6.	Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	36
3.4.7.	Uji Analisis Jalur (Path Analysis) .....	36
3.5.	Waktu dan Lokasi Penelitian .....	37
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>38</b>
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian.....	38
4.1.1.	Samsung <i>Group</i> .....	38
4.1.2.	Grup K-Pop BLACKPINK .....	39
4.2.	Hasil Penelitian .....	41
4.2.1.	Karakteristik Responden .....	41
4.2.2.	Analisis Pernyataan Responden Variabel X: <i>Product Placement Exposure</i> ..	44
4.2.3.	Analisis Pernyataan Responden Variabel Z: <i>Brand Awareness</i> .....	51
4.2.4.	Analisis Pernyataan Responden Variabel Y: <i>Brand Preference</i> .....	58
4.2.5.	Uji Normalitas .....	66
4.2.6.	Uji Multikolinearitas .....	67
4.2.7.	Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.2.8.	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	69
4.2.9.	Uji Signifikansi Simultan (Uji F) .....	70
4.2.10.	Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	71
4.2.11.	Pengaruh Tidak Langsung .....	74
4.2.12.	Uji Analisis Jalur (Path Analysis) .....	75
4.3.	Pembahasan .....	75
4.3.1.	Pengaruh <i>Product Placement Exposure</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	76
4.3.2.	Pengaruh <i>Product Placement Exposure</i> dan <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Preference</i> .....	77
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>80</b>
5.1.	Kesimpulan .....	80
5.2.	Saran .....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

TABEL 1 Operasional Variabel .....	22
TABEL 2 Data Skala Likert .....	28
TABEL 3 Hasil Uji Validias Variabel X Pada Kuesioner Pre-Test .....	29
TABEL 4 Hasil Uji Validias Variabel Z Pada Kuesioner Pre-Test .....	30
TABEL 5 Hasil Uji Validias Variabel Y Pada Kuesioner Pre-Test .....	31
TABEL 6 Nilai Cronbach's Alpha .....	33
TABEL 7 Uji Reliabilitas Variabel X .....	33
TABEL 8 Uji Reliabilitas Variabel Z.....	33
TABEL 9 Uji Reliabilitas Variabel Y .....	34
TABEL 10 Waktu Penyusunan Laporan Penelitian .....	37
TABEL 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
TABEL 12 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	42
TABEL 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
TABEL 14 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengetahuan BLACKPINK sebagai Brand Ambassador Samsung .....	43
TABEL 15 Pernyataan 1.....	44
TABEL 16 Pernyataan 2.....	45
TABEL 17 Pernyataan 3.....	46
TABEL 18 Pernyataan 4.....	46
TABEL 19 Pernyataan 5.....	47
TABEL 20 Pernyataan 6.....	47
TABEL 21 Pernyataan 7.....	48
TABEL 22 Pernyataan 8.....	49
TABEL 23 Pernyataan 9.....	49
TABEL 24 Pernyataan 10.....	50
TABEL 25 Pernyataan 11.....	51
TABEL 26 Pernyataan 12.....	52
TABEL 27 Pernyataan 13.....	52
TABEL 28 Pernyataan 14.....	53
TABEL 29 Pernyataan 15.....	53
TABEL 30 Pernyataan 16.....	54
TABEL 31 Pernyataan 17.....	55
TABEL 32 Pernyataan 18.....	55
TABEL 33 Pernyataan 19.....	56
TABEL 34 Pernyataan 20.....	56
TABEL 35 Pernyataan 21.....	57
TABEL 36 Pernyataan 22.....	57
TABEL 37 Pernyataan 23.....	58
TABEL 38 Pernyataan 24.....	59
TABEL 39 Pernyataan 25.....	59
TABEL 40 Pernyataan 26.....	60

TABEL 41 Pernyataan 27.....	60
TABEL 42 Pernyataan 28.....	61
TABEL 43 Pernyataan 29.....	61
TABEL 44 Pernyataan 30.....	62
TABEL 45 Pernyataan 31.....	62
TABEL 46 Pernyataan 32.....	63
TABEL 47 Pernyataan 33.....	63
TABEL 48 Pernyataan 34.....	64
TABEL 49 Pernyataan 35.....	64
TABEL 50 Pernyataan 36.....	65
TABEL 51 Pernyataan 37.....	65
TABEL 52 Pernyataan 38.....	66
TABEL 53 Hasil Uji Normalitas .....	66
TABEL 54 Hasil Uji Multikolinearitas .....	67
TABEL 55 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	68
TABEL 56 Persamaan Model I (X terhadap Z) .....	69
TABEL 57 Persamaan Model II (X dan Z terhadap Y) .....	69
TABEL 58 Hasil Uji F Persamaan I.....	70
TABEL 59 Hasil Uji F Persamaan II.....	71
TABEL 60 Hasil Uji t Persamaan I.....	72
TABEL 61 Hasil Uji t Persamaan II.....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Product Placement dalam Video Klip BLACKPINK “Kill This Love” .....	4
Gambar 2. Teori <i>Facets Model of Effect</i> .....	16
Gambar 3. Kerangka Berpikir .....	20
Gambar 4. Logo Samsung <i>Group</i> .....	37
Gambar 5. Samsung Galaxy S10+, Galaxy <i>Buds</i> , dan Galaxy <i>Watch Active</i> .....	38
Gambar 6. BLACKPINK dalam <i>Teaser</i> ‘Kill This Love’ .....	39
Gambar 7. Model Hubungan Antarvariabel .....	74