

Pengaruh product placement melalui media film terhadap brand image sebuah produk atau jasa (studi kasus pada film ada apa dengan cinta 2) = The influence of product placement using film as a media on brand image of a product or service (case study of ada apa dengan cinta 2 the movie)

Natasha Adindawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20446922&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Terdapat banyak cara untuk mempromosikan produk atau jasa salah satunya adalah melalui product placement dalam film. Product placement merupakan salah satu cara terbaik untuk mengiklankan produk komersial tanpa terlihat komersial. Product placement yang baik adalah yang bisa menampilkan produk tanpa terlihat beriklan. Oleh sebab itu, diperlukan penempatan product placement yang kreatif agar produk atau jasa yang ditampilkan tidak terlihat sedang diiklankan. Produk atau jasa yang ditampilkan akan dianggap berkualitas jika memiliki asosiasi dengan karakter yang ada dalam film. Hal tersebut juga akan berpengaruh kepada brand image dari produk atau jasa tersebut. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui kaitan antara product placement dengan brand image dari produk atau jasa yang ditampilkan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa product placement dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2 sudah baik dan sesuai dengan brand image setiap produk atau jasa yang ditampilkan.

<hr>

ABSTRACT

There are many ways to promote products and services, one of the ways is through product placement in films. Product placement is one of the best ways to advertise commercial products without being perceived as a commercial. A good product placement is the one that is able to showcase a product without being perceived as an advertisement. Therefore, a creative product placement is required to make the display of products and services not considered as being advertised. Products and services that are being showcased will be considered to have a high quality if they are being associated with the characters in the film. It will also influence the brand image of the product or service that is being showcased. This research aims to find out the interconnection between product placement and brand image of a product or service that is being showcased. The result of this research shows that the product placement in the Ada Apa Dengan Cinta 2 film is already appropriate and in accordance with the brand image of the product and service that is being displayed.