

Kajian Literatur: Analisis Penempatan Produk di Drama Korea = Literature Review: An Analysis of Product placement in Korean Dramas

Zahra Syafa Kamila, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920535510&lokasi=lokal>

Abstrak

Gelombang Korea, atau "Hallyu", telah menyebar ke seluruh dunia, dan drama Korea, atau "K-drama", telah menjadi bagian penting dari kebudayaan. Selama pandemi COVID-19, drama ini menjadi cara populer bagi orang-orang di seluruh dunia untuk menghabiskan waktu karena dapat ditonton secara online. Penelitian ini menyelidiki bagaimana penempatan produk digunakan dalam K-drama sebagai bentuk periklanan modern. K-drama merupakan salah satu media yang efektif untuk memasang iklan produk karena dapat membantu orang mengenali merek, tertarik pada merek, dan membeli sesuatu. Penelitian ini menggunakan banyak literatur untuk mencoba mencari tahu bagaimana penempatan produk dalam drama Korea digunakan di dunia nyata. Dengan melakukan hal ini, diharapkan dapat menambah pemahaman kita tentang bagaimana periklanan dan keterlibatan pelanggan berubah di era digital.

.....

The Korean Wave, or "Hallyu," has spread around the world, and Korean plays, or "K-dramas," have become an important part of culture. During the COVID-19 pandemic, these plays were a popular way for people around the world to pass the time as they could be watched online. This paper looks into how product placement is used in K-dramas as a modern form of advertising. Notably, K-dramas are a great place to put ads for products because they can help people recognise brands, get interested in them, and buy things. This study is based on literature review to try to figure out how product placement in Korean dramas is used in real life. By doing this, it hopes to add to our understanding of how advertising and customer engagement are changing in the digital age.