

**PERSEPSI KHALAYAK TENTANG *PRODUCT PLACEMENT*  
DALAM DRAMA KOREA**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Pada Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam



**SALMA SHALSABILLA**  
**NIM. 1908302044**

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
SYEKH NURJATI CIREBON  
1444 H/ 2023 M**

**PERSEPSI KHALAYAK TENTANG *PRODUCT PLACEMENT*  
DALAM DRAMA KOREA**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
Pada Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam



**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
SYEKH NURJATI CIREBON  
1444 H/ 2023 M**

**ABSTRAK**  
**PERSEPSI KHALAYAK TENTANG *PRODUCT PLACEMENT* DALAM  
DRAMA KOREA.**

**SALMA SHALSABILLA**  
**1908302044**

Periklanan adalah salah satu bentuk komunikasi untuk memenuhi fungsi pemasaran, agar fungsi pemasaran berjalan dengan baik maka iklan harus bisa membuat khalayak tertarik melalui strategi pemasaran yang tepat. *Product placement* merupakan strategi periklanan yang cukup efektif di era ini karena strategi tersebut membuat seolah-olah produk yang di iklan kan menjadi bagian dari suatu tayangan. Drama Korea dapat menjadi media yang tepat untuk menempatkan *Product placement* seperti yang dilakukan produk asal Indonesia yaitu Kopiko yang menempatkan produk nya ke dalam drama Korea terpopuler yaitu Hometown Cha Cha Cha.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana persepsi khalayak terhadap konsep *Product Placement* permen Kopiko dalam penayangan drama Korea Hometown Cha Cha Cha dilihat berdasarkan *A Three Dimensional Framework of Product Placement*? (2) Apa saja Faktor yang dapat mempengaruhi persepsi khalayak sehingga terdapat perbedaan saat melihat *Product Placement* permen Kopiko pada penayangan drama Korea Hometown Cha Cha? (3) Bagaimana strategi penempatan produk permen Kopiko dalam penayangan drama Korea Hometown Cha Cha Cha?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana Persepsi khalayak terhadap konsep *product placement* permen Kopiko dalam penayangan drama Korea Hometown Cha Cha Cha serta faktor apa yang mempengaruhi persepsi dan strategi *product placement* apa yang digunakan permen Kopiko dalam drama Korea Hometown Cha Cha Cha.

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Sumber data utama dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi, teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif studi kasus stake.

Hasil penelitian yang di dapatkan yaitu narasumber memberikan persepsi positif untuk penempatan *product placement* permen kopiko dalam drama Korea Hometown Cha Cha dari segi visual dan mereka menyadari kehadirannya, secara audio narasumber memberikan persepsi negatif dikarenakan tidak terdengar penyebutan merek permen kopiko dan secara alur narasumber memberikan persepsi positif bahwa penempatan produk permen kopiko tidak mengganggu alur drama Korea Hometown Cha Cha Cha. terdapat 2 faktor yang mempengaruhi persepsi yaitu faktor internal di pengaruhi pengalaman dan ingatan serta faktor eksternal di pengaruhi intensitas dan kekuatan stimulus dan strategi *product placement* yang digunakan nya adalah *Integrated Explicit Brand Placement* dengan jenis iklan *reminder advertising*.

**Kata Kunci: Drama Korea, Komunikasi, Persepsi, *Product Placement***

## **ABSTRACT**

### **AUDIENCE PERCEPTION OF PRODUCT PLACEMENT IN KOREAN DRAMAS**

**SALMA SHALSABILLA**  
**1908302044**

*Advertising is a form of communication to fulfill the marketing function so that the marketing function runs well, advertising must be able to make audiences interested through appropriate marketing strategies. Product placement is an advertising strategy that is quite effective in this era because this strategy makes it appear as if the product being advertised is part of an impression. Korean dramas can be the right medium for placing product placements, as did products from Indonesia, namely Kopiko, which placed their products in the most popular Korean drama, namely Hometown Cha Cha Cha.*

*The formulation of the problems in this study are (1) How is the audience's perception of the product placement concept of Kopiko candy in the screening of the Korean drama Hometown Cha Cha Cha seen based on A Three Dimensional Framework of Product Placement? (2) What are the factors that can affect audience perception so that it makes a difference when viewing the product placement of Kopiko candy in the broadcast of the Korean drama Hometown Cha Cha Cha? (3) What is the product placement strategy for Kopiko candy in the broadcast of the Korean drama Hometown Cha Cha Cha?*

*The purpose of this research is to find out how the public perceives the product placement concept of Kopiko candy in the Korean drama Hometown Cha Cha Cha and what factors influence the perception and product placement strategy used by Kopiko candy in the Korean drama Hometown Cha Cha Cha*

*The methodology used in this research is qualitative with a case study approach. The main data sources in this study are primary data sources and secondary data sources. Data collection techniques used in this study were observation, in-depth interviews, and documentation, the data analysis technique used is a qualitative analysis of the stake case study*





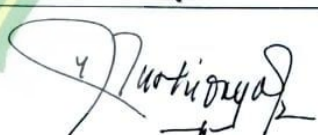
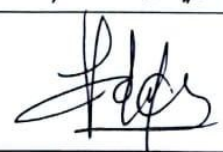
*The results of the study were that the interviewee gave a positive perception of the placement of the Kopiko candy product placement in the Korean drama Hometown Cha Cha Cha visually and they were aware of its presence, the audio source gave a negative perception because there was no mention of the Kopiko candy brand and the flow of the source gave a positive perception that Kopiko candy product placement does not interfere with the plot of the Korean drama Hometown Cha Cha Cha. 2 factors affect perception, namely internal factors are influenced by experience and memory and external factors are influenced by the intensity and strength of the stimulus and the product placement strategy used is Integrated Explicit Brand Placement by type of ad reminder advertising.*

**Keyword : Communication, Korean Drama, Perception, Product Placement**


## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Persepsi Khalayak Tentang *Product Placement* dalam Drama Korea” oleh Salma Shalsabilla, NIM. 1908302044 telah di munaqosahkan pada tanggal 30 Maret 2023, di hadapkan dan di nyatakan lulus.

Skripsi ini telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Penyiaran Islam (S.Sos) pada Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.

Panitia Munaqosah	Tanggal	Tanda Tangan
Ketua Jurusan H. Aan Mohamad Burhanudin, MA NIP. 19740508 200901 1 012	4 APRIL 2023	
Sekretaris Jurusan Asriyanti Rosmalina, M.Ag NIP. 19760332 200710 2 004	3 APRIL 2023	
Penguji I Dr. Arief Rachman, M.Si NIP. 19690927 200003 1 003	3 APRIL 2023	
Penguji II Drs. Abd Basit, M.Ag NIP. 19650514 199603 1 001	3 APRIL 2023	
Pembimbing I Dr. Hj. Yayah Nurhidayah, M.Si NIP. 19620402 198803 2 001	3 APRIL 2023	
Pembimbing II Abdu Zikrillah, M.Ds NIP. 19911105 201903 1 013	3 APRIL 2023	

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Islam

  
Dr. Siti Fatimah, M.Hum  
NIP. 19650914 199803 2 001

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PERSEPSI KHALAYAK TENTANG PRODUCT PLACEMENT  
DALAM DRAMA KOREA**

Oleh:

SALMA SHALSABILLA

NIM. 1908302044

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II




Dr. Hj. Yayah Nurhidayah, M.Si  
NIP.19620402.198803.2.001



Abdu Zikrillah, M.Ds.  
NIP. 19911105.201903.1.013

Mengetahui,

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



H. Aan Mohammad Burhanudin, MA  
NIP. 19740508.200901.1.012

## NOTA DINAS

Kepada Yth.  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam  
IAIN Syekh Nurjati Cirebon  
Di  
Cirebon

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi ini dari saudara:

Nama : Salma Shalsabilla  
NIM : 1908302044  
Judul : *Pesepsi Khalayak Tentang Product Placement* dalam Drama  
Korea

Kami berharap bahwa skripsi ini sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon untuk dimunaqosyahkan.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I

Pembimbing II



Dr. Hj. Yayah Nurhidayah, M.Si  
NIP.19620402 198803 2 001



Abdu Zikrillah, M.Ds.  
NIP. 19911105 201903 1 013

## PERNYATAAN OTENSITAS SKRIPSI

*Bismillahirrahmanirrahim*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Salma Shalsabilla

NIM : 1908302044

Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi Islam/ Komunikasi Penyiaran Islam

Judul : *Pesepsi* Khalayak Tentang *Product Placement* dalam Drama Korea

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya penulisan yang diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.
2. Semua sumber yang penulis gunakan dalam penulisan skripsi ini telah dicantumkan sesuai ketentuan atau pedoman karya tulis ilmiah.
3. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini sebagian maupun seluruh isinya merupakan karya plagiat, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di IAIN Syekh Nurjati Cirebon.

Cirebon, 13 Maret 2023

  
342AKX334118367  
Salma Shalsabilla  
NIM. 1908302044



## KATA PERSEMBAHAN

*Assamualaikum Wr. Wb*

*Alhamdulillahirobbil'alamin...* segala puji bagi Allah SWT pemilik dunia alam semesta dan seisinya, tiada Tuhan selain Allah dan hanya kepada-Nya kita memohon dan berharap. Dengan Rahmat-Nya yang sangat luarbiasa skripsi ini dapat terselesaikan. Tak lupa Sholawat serta salam selalu tucurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan yang baik bagi seluruh umat muslim.

Skripsi ini merupakan persembahan kecil untuk orang-orang yang saya sayangi. Teruntuk, Wanita tangguh yang tidak pernah lelah Ibu Alfani Hasan yang membesarkan dengan penuh kasih sayang serta selalu menyemangati, memotivasi, dan mendoakan tiada henti dan Alm. Ayah Taufik Hidayat yang telah membesarkan saya dengan penuh kasih sayang dan selalu, menghibur serta mendukung segala hal yang saya lakukan. Teruntuk Kakak tercinta, Taufan Chairul Hidayat dan Iqfan Adi Nugroho yang selalu mendukung adik kecil kalian ini baik secara moral dan materil, kalian adalah sosok pengganti ayah yang sangat berarti untuk saya. Teruntuk kakak Fidia Mutiarani, Rahma Faradila serta sepupu ku Anisa Rahmi yang tak lupa selalu memotivasi, mendoakan dan mendengarkan keluh kesah ku. Dan teruntuk Keponakan tersayang Muhammad Abidzar Alfarizky yang selalu saya rindukan selama penulisan skripsi ini. Terimakasih atas doa, dorongan, nasehat, semangat, cinta dan kasih sayang yang tak pernah berhenti, peran kalian tidak akan tergantikan oleh siapapun.

Teruntuk Kostan Hejo-Pink, Azzahra Shafa Salsabila Bidadarih dan Ira Jeh Aulia pecinta nasi Padang delapan ribu terimakasih telah menjadi keluarga yang menghangatkan, sehangat kostan kita. Terimakasih telah menjadi tempat berkeluh kesah, memberikan semangat, dan dorongan, tanpa kalian mungkin saya sudah menyerah sedari awal, kalian adalah salah satu alasan saya dapat merasa nyaman selama jauh dari kampung halaman. kalian sangat lucu walaupun kadang suka nyeleneh tapi bersama kalian penulisan skripsi ini tetap terasa memusingkan,

Semoga kita semua diberikan kesuksesan dan bisa dipertemukan dengan Wali band kesukaan kita. Kostan Hejo-Pink jaya jaya jaya

Teruntuk, Sahabat kampus ku Rani Maharani dan Sania Ratna Nadiah terimakasih atas dukungan yang telah diberikan, kalian adalah teman terbaik yang saya temukan di kota perantauan ini, terimakasih atas kebaikannya yang mungkin tidak bisa semua terbalaskan, terimakasih telah sabar mendengarkan keluh kesah saya yang selalu ingin pulang ke Bekasi semoga kebahagiaan dan kesuksesan selalu menyertai kalian.

Teruntuk teman-teman ku, Diana Aulia, Durrotun Nafiisah, Nazwa Regita, Hanifah Fauziyyah, Robiah Mahmud, Sausan Salsabila, *TogetherNess* terimakasih atas kebahagiaan yang diberikan.

Tak lupa teman-teman ku di KPI B 2019, Shafira, Ade Syipa, Ais, Sadiyah dan teman-teman lainnya yang takbisa dipersebutkan satu persatu dan tidak menguragi rasa hormat kepada kalian terimakasih atas masa perkuliahannya semoga kita semua diberikan kesuksesan.

Teman-teman KKN TBM Desa Cempaka terimakasih telah memberikan pengalaman yang berharga.

Ku persembahkan karya sederhana ini untuk kalian semua. Dan dengan kerendahan hati saya mengucapkan beribu kata terimakasih dan maaf. Semoga kita tetap berada dilindungan Allah SWT. Aamiin Allahumma Aamiin.

Salam Cinta,

Salma Shalsabilla

## RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama Salma Shalsabilla dilahirkan di Jakarta, 16 Januari 2001. Penulis adalah anak ketiga dari pasangan Ibu Alfani Hasan dan Bapak Alm. Taufik Hidayat. Penulis tinggal di Jl. Cempaka RT/RW 005/007 No 27, Kel. Jatiwaringin, Kec Pondok Gede, Kota Bekasi.

Jenjang pendidikan yang ditempuh adalah:

1. SDN Jatimakmur 1, Tahun 2007 - 2013
2. SMPN 6 Bekasi, Tahun 2013 – 2016
3. SMAI As-Syafiiyah 02 Bekasi, Tahun 2016 – 2019

Pengalaman Organisasi:

1. OSIS SMAI As-Syafiiyah 02 Bekasi, Tahun 2016 - 2018
2. ROHIS SMPN 6 Bekasi, Tahun 2013 – 2015

Penulis mengikuti program S1 pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam dengan program studi Komunikasi Penyiaran Islam dan mengambil judul skripsi **“Persepsi Khalayak Tentang *Product Placement* dalam Drama Korea** Dibawah bimbingan Ibu Dr. Yayah Nurhidayah, M.Si dan Bapak Abdu Zikrillah, M.Ds

## MOTTO HIDUP

"Allah is the best of planners, and he has planned everything perfectly. Don't worry about anything, He knows the right time, right place and the right person for you"

-her.serenespace-



## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan taufik, hidayah, rahmat dan nikmat-NYA. Sholawat serta salam tercurahkan kepada suri tauladan kita Rasulullah Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarganya, sahabat, dan pengikutnya semoga kita semua seluruh kaum muslimin termasuk dalam umatnya dan memperoleh syafat-syafaatnya kelak di yaumul akhir.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana sosial (S.Sos) pada jurusan Komunikasi Penyiaran Islam. Tentunya keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari adanya petunjuk, dorongan semangat, bimbingan dan bantuan baik secara moril maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan tak lupa juga kepada Rasulullah SAW yang menjadi tauladan.
2. Bapak Prof Dr. H. Aan Jaelani, M. Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
3. Ibu Dr. Siti Fatimah, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
4. Bapak H. Aan Mohamad Burhanudin, MA. selaku Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
5. Ibu Asriyanti Rosmalina, M.Ag selaku Sekretaris Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam (FDKI) Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Syekh Nurjati Cirebon.
6. Ibu Dr. Yayah Nurhidayah, M.Si selaku dosen Pembimbing Skripsi I, yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu untuk memberikan

arahan dan bimbingan serta pengetahuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

7. Bapak Abdu Zikrillah, M.Ds selaku dosen Pembimbing Skripsi II, yang dengan penuh kesabaran telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan serta pengetahuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik
8. Para Dosen Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon yang telah mengajarkan berbagai ilmu pengetahuan serta memberikan masukan kepada penulis selama belajar di kampus ini beserta Staf Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam dan Staf Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam
9. Kedua orang tua tersayang, Ibu Alfani Hasan dan Alm. Taufik Hidayat yang telah menjadi orang tua paling hebat.
10. Keluarga dan semua orang terdekat yang penulis sayangi yang telah mendukung dan menyemangati selama penulisan skripsi.
11. Teman-teman seperjuangan Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Syekh Nurjati Cirebon angkatan 2019
12. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang turut membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis hanya dapat berterima kasih yang sebesar-besarnya, serta berdoa semoga Allah SWT memberi kebaikan kepada kalian semua Aamiin ya robbal alamiin. Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk perbaikan dalam karya ilmiah selanjutnya..

Penulis ucapkan mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila ada kesalahan yang tidak disengaja, baik kesalahan penulisan maupun hal-hal lainnya.

*Wassalamu'alaikum, Wr. Wb.*

Cirebon, 13 Maret 2023

**Salma Shalsabilla**  
NIM. 1908302044

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN COVER DALAM</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>v</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERYATAAN OTENSITAS SKRIPSI</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>x</b>
<b>MOTTO HIDUP</b> .....	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	5
C. Pembatasan Masalah .....	6
D. Perumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian .....	7
F. Kegunaan Penelitian .....	7
1. Kegunaan Teoritis .....	7
2. Kegunaan Praktis.....	7
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>9</b>
A. Kajian Teori.....	9
1. Persepsi.....	9
2. Komunikasi Pemasaran .....	16
3. <i>Product Placement</i> .....	20
B. Penelitian Terdahulu.....	24

<b>BAB III METODELOGI DAN DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Metodologi Penelitian .....	29
1. Jenis Penelitian .....	29
2. Pendekatan Penelitian.....	29
3. Sumber Data .....	30
4. Tempat dan Waktu Penelitian .....	30
5. Deskripsi Objek Penelitian .....	30
6. Penentuan Sumber Informasi .....	34
7. Teknik Pengumpulan Data .....	35
8. Teknik Analisis Data .....	36
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
A. Hasil Penelitian .....	38
B. Pembahasan .....	59
C. Keterbatasan Penelitian .....	66
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan .....	67
B. Implikasi .....	68
B. Saran .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>74</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Nama Narasumber .....	35
Tabel 2. Persepsi Narasumber mengenai <i>Product Placement</i> permen Kopiko dalam dimensi <i>Visual</i> .....	58
Tabel 3. Persepsi Narasumber mengenai <i>Product Placement</i> permen Kopiko dalam dimensi <i>Auditory</i> .....	59
Tabel 4. Persepsi Narasumber mengenai <i>Product Placement</i> permen Kopiko dalam <i>Plot Connection Dimension</i> .....	61



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Respon positif yang diberikan oleh khalayak melalui Platform Twitter .....	4
Gambar 2. Respon negatif yang diberikan oleh khalayak melalui Platform Twitter .....	4
Gambar 3. Pembentukan persepsi dalam proses komunikasi .....	15
Gambar 4. Poster drama Korea Hometown Cha Cha Cha .....	31
Gambar 5. Permen Kopiko.....	33
Gambar 6. <i>Product placement</i> permen kopiko pada episode 3 dalam drama Korea Hometown Cha Cha Cha.....	54
Gambar 7. <i>Product placement</i> permen kopiko pada episode 7 dalam drama Korea Hometown Cha Cha Cha.....	56



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Instrumen Wawancara.....	75
Lampiran 2 : Transkrip Wawancara.....	77
Lampiran 3 : Dokumentasi.....	127
Lampiran 4 : Surat Perizinan Penelitian.....	128
Lampiran 5 : Kartu Bimbingan Skripsi.....	129

