

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengolahan data yang dilakukan pada penelitian ini terkait persepsi khalayak tentang *product placement* permen Kopiko dalam drama Korea Hometown Cha Cha Cha maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi narasumber pada *product placement* dari segi *Visual dimension* mendapatkan nilai tertinggi dikarenakan terlihat dengan jelas logo Kopiko dalam drama Korea Hometown Cha Cha Cha dan visualisasi yang menarik, dari data yang diperoleh seluruh narasumber memberikan persepsi positif artinya *product placement* yang dilakukan terlihat secara visual dan dapat dikatakan *product placement* ini efektif karena dapat diketahui oleh narasumber. Dalam *auditory dimension* narasumber memberikan persepsi negatif disebabkan jumlah presentase jawaban narasumber lebih besar yang menyatakan *audio placement* tidak terdengar dengan jelas, konteks penyebutan merek permen Kopiko tidak ditekankan dan dapat dikatakan bahwa *product placement* permen kopiko dalam drama Korea Hometown Cha Cha secara *auditory dimension* tidaklah efektif. Sedangkan dalam *Plot Connection Dimension (PCD)* seluruh narasumber memberikan persepsi positif artinya bahwa *product placement* permen kopiko tidaklah mengganggu alur dan menyatu kuat dengan plot drama Korea Hometown Cha Cha Cha. penempatan yang dilakukan secara halus diharapkan dapat mengangkat visibilitas dari merek kopiko hal tersebut menunjukan bahwa persepsi positif yang diberikan respon merupakan bukti dari ke efektifitasan secara *Plot Connection Dimension (PCD)* .
2. Terdapat 2 faktor yang mempengaruhi persepsi khalayak terhadap *product placement* dalam drama Korea yaitu faktor internal dan faktor eksternal yaitu:.

- a. Faktor internal dipengaruhi oleh pengalaman dan ingatan, dimana narasumber belum pernah melihat mengatakan bahwa dirinya terkejut dengan adanya *product placement* permen kopiko dalam drama Korea berbeda dengan narasumber yang sudah pernah melihatnya di dalam drama Korea lainnya.
 - b. Faktor eksternal dipengaruhi oleh intensitas dan kekuatan stimulus, narasumber dengan intensitas menonton drama Korea yang tinggi tidak terkejut dengan adanya *product placement* peremen kopiko dalam drama Korea dikarena sering menonton drama Korea lainnya berbeda dengan narasumber intensitas menonton nya rendah.
3. *Product placement* permen Kopiko dalam drama Korea Hometown Cha Cha Cha masuk ke dalam strategi *product placement Integrated Explicit Brand Placement*. Hal ini dikarena penempatan produk permen Kopiko bersifat aktif, meskipun tidak adanya penyebutan merek secara langsung namun terjadi adanya penjelasan mengenai manfaat serta keunggulan produk melalui dialog dalam drama tersebut. Jenis Iklan *reminder Advertising* yaitu iklan yang ingin melekatkan nama merek atau produk di benak khalayak.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian diata dapat ditemukan implikasi secara teoritis dan praktis sebagai berikut:

a. Implikasi teoritis

Product placement dalam dalam drama atau film dapat memberikan efek yang baik untuk mempromosikan produk. ke efektifitasan *product placement* dapat dilihat dari visual yang menarik, audio yang jelas dan menyatunya produk tersebut di dalam plot cerita agar khalayak yang menonton tidak terganggu.

b. Imprikasi praktis

Hasil penelitian ini dapat digunakan kepada para perusahaan dan divisi pengiklan ataupun sineas yang hendak menampilkan produk di

dalam film atau drama. sebagai bentuk referensi untuk melihat ke efektifitasan dari penempatan produk di dalam film atau drama.

C. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti akan memberikan saran kepada pihak-pihak tertentu untuk dapat dijadikan sebagai bahan masukan terkait persepsi khalayak tentang *product placement* dalam drama korea. Pihak-pihak tersebut adalah:

1. Bagi perusahaan, divisi pengiklan dan sineas

Disarankan kepada perusahaan serta divisi pengiklan untuk memilih produk, film atau drama yang tepat agar munculnya persepsi positif di benak khalyak akan produk dan brand tersebut. Di harapkan kepada para sineas atau sutradara agar berhati-hati saat akan memasukan produk ke dalam film atau dramanya agar tidak merusak cerita film atau drama tersebut.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya di saran untuk dapat meneliti dengan penelitian kuantitatif agar memperoleh hasil data lebih baik lagi dan dengan target audiens yang lebih luas lagi .

