

**PENGARUH TERPAAN *PRODUCT PLACEMENT* MOBIL MAZDA
DALAM SERIES LAYANGAN PUTUS TERHADAP *BRAND AWARENESS*
MOBIL MAZDA PADA PENONTON SERIES LAYANGAN PUTUS.**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

NADIA RHEMA ADISETYA

18 09 06597

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH TERPAAN *PRODUCT PLACEMENT*
MOBIL MAZDA DALAM SERIES LAYANGAN
PUTUS TERHADAP *BRAND AWARENESS* MOBIL
MAZDA PADA PENONTON SERIES LAYANGAN
PUTUS

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat
Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

NADIA RHEMA ADISETYA

18 09 06597

disetujui oleh :



Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, S.I.Kom., M.I.Kom.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : “Pengaruh Terpaan *product placement* mobil Mazda dalam series Layangan Putus terhadap *brand awareness* mobil Mazda pada penonton series Layangan Putus”

Penyusun : Nadia Rhema Adisetya

NPM : 18 09 06597

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Senin, 3 Oktober 2022

Pukul : 13.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran II FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.

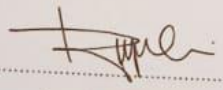
Penguji Utama

Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, S.I.Kom., M.I.Kom.

Penguji I

Alexander Beny Pramudyanto, M.Si.

Penguji II


.....
Ranggabumi Nuswantoro, S.Sos., MA.
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadia Rhema Adisetya

NPM : 18 09 06597

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : "Pengaruh Terpaan *Product placement* Mobil Mazda Dalam Series Layangan Putus Terhadap *Brand awareness* Mobil Mazda pada Penonton Series Layangan Putus"

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 14 September 2022

Saya yang menyatakan,



Nadia Rhema Adisetya

NADIA RHEMA ADISETYA

180906597 / KOM

**PENGARUH TERPAAN *PRODUCT PLACEMENT* MOBIL MAZDA
DALAM SERIES LAYANGAN PUTUS TERHADAP *BRAND AWARENESS*
MOBIL MAZDA PADA PENONTON SERIES LAYANGAN PUTUS**

ABSTRAK

Penelitian ini membahas terkait pengaruh terpaan *product placement* mobil Mazda dalam series Layangan Putus terhadap *brand awareness* mobil Mazda pada penonton series Layangan Putus. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan *product placement* mobil Mazda dalam series Layangan Putus terhadap *brand awareness* mobil Mazda pada penonton series Layangan Putus. Masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh terpaan *product placement* mobil Mazda dalam series Layangan Putus terhadap *brand awareness* mobil Mazda pada penonton series Layangan Putus. Pemilihan objek Layangan Putus adalah karena series ini mendapatkan rating tinggi di beberapa negara pada saat penayangannya dan diangkat dari sebuah kisah nyata yang sempat trending di media sosial.

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi pemasaran, terpaan *product placement* dan *brand awareness*. Teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data penelitian adalah dengan menggunakan persebaran kuesioner melalui google form kepada 104 responden *followers* Instagram @layanganputus.md yang kemudian menggunakan aplikasi *IBM SPSS Statistic Version 26* untuk mengolah data. Setelah kuesioner disebar, maka perlu diuji validitas dan reliabilitasnya dan setelah itu diuji data menggunakan analisis uji korelasi dan regresi linear sederhana.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh terpaan *product placement* mobil Mazda dalam series Layangan Putus terhadap *brand awareness* mobil Mazda pada penonton series Layangan Putus yang dibuktikan dengan hasil nilai variable X yaitu terpaan *product placement* dengan nilai *mean* 2,78 yang masuk dalam kategori tinggi. Nilai *mean* untuk variabel Y yaitu *brand awareness* sebesar 2,86 yang masuk dalam kategori tinggi. Uji korelasi membuktikan bahwa kedua variabel mempunyai korelasi kuat dan hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa Variabel X berpengaruh terhadap variabel Y dan hubungan yang terjadi signifikan dan pengaruhnya positif.

Kata Kunci : Terpaan *Product placement*, Layangan Putus, *brand awareness* Mobil Mazda

HALAMAN PERSEMBAHAN

Terima kasih untuk Tuhan Yesus untuk berkat, kekuatan dan kesehatan yang sudah diberikan selama saya berkuliah disini dan penyertaan yang luar biasa sampai tahap menyelesaikan skripsi. Terima kasih sudah menjawab doa saya dan meyakinkan saya untuk bisa melangkah sampai sejauh ini yang dengan sebuah keyakinan sederhana saat masuk kuliah “Tuhan saya ngga tau mampu apa engga, tolong bantu saya”, ternyata Tuhan terus menolong.

Papa, mama, koko sebagai keluarga inti yang terus menerus mendoakan, mendukung, memberi semangat untuk bisa melewati masa-masa yang cukup sulit dan tempat untuk berbagi keluh kesah.

Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebagai tempat saya untuk menimba ilmu di perguruan tinggi, untuk segenap dosen, staff, karyawan yang menjalankan tugasnya dengan baik dan semua teman-teman Angkatan 2018 yang pernah berdinamika bersama. Terima kasih

HALAMAN MOTTO

~Through You, I can do anything, I can do all things, For it's You who give me strength, Nothing is impossible~

Lakukanlah segala sesuatu dengan tidak bersungut-sungut dan berbantahan
bantahan
-Filipi 2:14 TB-



KATA PENGANTAR

Segala Puji Syukur atas berkat dan penyertaan Tuhan Yesus yang sudah memberikan kemampuan, kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “*Pengaruh Terpaan Product placement Mobil Mazda Dalam Series Layangan Putus Terhadap Brand awareness Mobil Mazda pada Penonton Series Layangan Putus*” ini dengan baik ditengah segala kelemahan dan kekurangan yang ada.

Skripsi ini disusun untuk dapat memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis dengan kerendahan hati ingin mengucapkan terima kasih untuk segenap pihak yang secara langsung maupun tidak langsung mendukung terselesainya skripsi ini dan yang sudah memberikan semangat dan saran yang berarti bagi penulis yaitu:

1. Tuhan Yesus yang sudah memberkati dan menyertai penulis serta memberikan kekuatan dalam pergumulan dan permasalahan yang penulis hadapi selama menyelesaikan skripsi.
2. Papa Eddy dan Mama Rustiana, Koko win, Ko kenken yang sudah berkorban banyak tenaga, waktu, biaya dan memberikan semangat untuk peneliti agar bisa mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Univeritas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Nadia Rhema Adisetya sebagai penulis yang mau berjuang sampai akhir walaupun terkadang merasa gagal dan hampir menyerah tetapi puji Tuhan berkat pertolonganNya bisa melalui satu perjalanan hidup yang diinginkan kedua orang tuanya.
4. Pak Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing dan memberikan masukan

serta semangat yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Terima kasih banyak Pak El!

5. Bu Yudi dan Pak Beny selaku dosen penguji yang sudah memberikan masukan dan saran.
6. Ko Hansel yang selalu bersedia membantu dan memberikan banyak support kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
7. Dhea dan Trisna yang secara khusus menjadi teman seperjuangan peneliti dalam bersama-sama menyelesaikan skripsi ini, terima kasih sudah mau menerima dan menolong dalam banyak hal.
8. Grup Suka Duka Skripsi (Earlene, Dhea, Dicta, Trisna, San-san, Gisel) yang sudah banyak memberikan informasi, masukan, keluhan berarti bagi penulis. Maaf teman-teman kadang cuman jadi silent reader.
9. Teman2 angkatan 2018 yang walaupun penulis kenal cuman dikit tetapi pernah setidaknya berdinamika bersama

DAFTAR ISI

Contents

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
ABSTRAK	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	3
A.Latar Belakang	3
B.Rumusan Masalah	12
C.Tujuan Penelitian.....	12
D.Manfaat Penelitian.....	12
1.Secara Teoritis	12
2.Secara Praktis.....	12

E.Kerangka Teori	13
1.Komunikasi Pemasaran.....	13
2. Terpaan Iklan <i>Product placement</i>	17
3. <i>Brand awareness</i>	25
F.Kerangka Konsep.....	28
1.Terpaan dalam praktik <i>Product placement</i> Mazda pada Series Layangan Putus.....	28
2.Terpaan <i>Product placement</i> Terhadap <i>Brand awareness</i>	30
G.Hipotesis Penelitian.....	32
H.Definisi Operasional.....	33
I.Metodologi Penelitian.....	36
1.Jenis Penelitian.....	36
2.Metode Penelitian	36
3.Populasi dan Sampel	37
4.Teknik Pengumpulan Data.....	38
5.Metode Pengukuran Data.....	39
6.Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	40
J.Teknik Olah Data.....	42
K.Metode analisis data	43
1.Rata-rata hitung.....	43

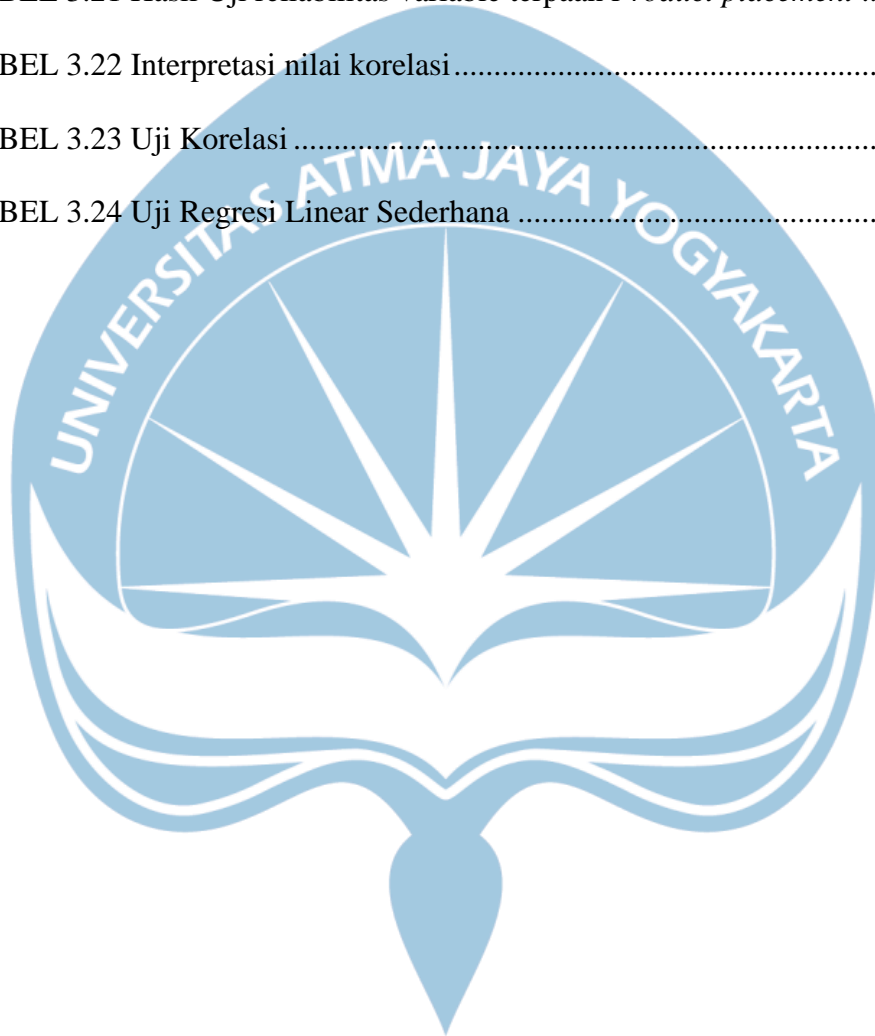
2.Rentang skala	44
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	45
A.Mazda	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
1.Sejarah.....	45
2.Arti Logo dan Slogan.....	46
3.Sekilas Layangan Putus	47
4.Mobil Mazda di Layangan Putus	48
BAB III TEMUAN DATA DAN ANALISIS DATA.....	51
A.Analisis Deksriptif Data Responden	51
B.Usia Responden	52
C.Jenis kelamin Responden	53
D.Analisis Deskriptif Data penelitian	54
1.Variabel Terpaan <i>product placement</i>	56
2.Rata-rata hitung variabel X.....	71
3.Rata-rata hitung variable Y.....	73
E.Analisis Statistik	76
1.Uji Validitas	77
2.Uji Reliabilitas	79
3.Uji Korelasi Product Moment.....	82
4.Uji Regresi	84

4.1 Uji Pengaruh Variabel Terpaan <i>product placement</i> (X) terhadap variabel <i>Brand awareness</i> (Y)	84
4.2 Uji T Pengaruh secara Parsial Variabel Terpaan <i>Product placement</i> (X) terhadap <i>Brand awareness</i> (Y).....	85
F.Pembahasan	87
BAB IV PENUTUP	96
A.Kesimpulan	96
B.Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	104

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Jenis Mobil yang digunakan dalam series Layangan Putus	10
TABEL 1.2 Kerangka Konsep	33
TABEL 1.3 Skala Interval.....	40
TABEL 1.4 Rentang skor interval	44
TABEL 2.1 Mobil Mazda di Layangan Putus	49
TABEL 3.1 Keterangan Jenis Kelamin Responden.....	53
TABEL 3.2 Rentang Skala Perhitungan	55
TABEL 3.3 <i>Visual Placement</i>	57
TABEL 3.4 Durasi <i>Visual Placement</i>	58
TABEL 3.5 Perhatian <i>Visual Placement</i>	59
TABEL 3.6 Frekuensi <i>Plot placement</i>	60
TABEL 3.7 Perhatian <i>Plot placement</i>	62
TABEL 3.8 <i>Brand Recognition</i>	63
TABEL 3.9 <i>Brand recall</i>	65
TABEL 3.10 Distribusi Merek Mobil Asal Jepang	67
TABEL 3.11 Distribusi Merek Mobil Sedan	68
TABEL 3.12 Distribusi Mobil Sport.....	69
TABEL 3.13 Distribusi Mobil Harga 350 – 600 juta	70
TABEL 3.14 Skor <i>Mean</i> Variabel	72
TABEL 3.15 Nilai <i>Mean</i> Variabel Terpaan <i>Product placement</i> SPSS.....	73
TABEL 3.16 Skor <i>Mean</i> Variabel <i>Brand awareness</i>	75
TABEL 3.17 <i>Mean</i> Variabel <i>Brand awareness</i> menggunakan spss	76

TABEL 3.18 Uji Validitas Variabel Terpaan <i>Product placement</i>	78
TABEL 3.19 Uji validitas variabel <i>Brand awareness</i>	78
TABEL 3.20 Interpretasi nilai reliabilitas.....	80
TABEL 3.21 Hasil Uji reliabilitas variable terpaan <i>Product placement</i>	80
TABEL 3.22 Interpretasi nilai korelasi.....	83
TABEL 3.23 Uji Korelasi	83
TABEL 3.24 Uji Regresi Linear Sederhana	85



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Bagan Hubungan Variabel	31
GAMBAR 2.1 Logo Mazda.....	46
GAMBAR 3.1 Usia responden	52
GAMBAR 3.2 Jenis Kelamin Responden.....	53

