

SKRIPSI
PERSEPSI *AUDIENS* TERHADAP *BRAND PLACEMENT* DALAM
MEDIA FILM
(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Persepsi *Audiens* Terhadap *Brand*
***Placement* Sony Ericsson Dalam Film James Bond *Casino Royale*)**



Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)

Oleh:
ADHI BASKORO
97 09 00939 /KOM

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2010

HALAMAN PERSETUJUAN

**PERSEPSI *AUDIENS* TERHADAP *BRAND PLACEMENT*
DALAM MEDIA FILM**

(Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Persepsi *Audiens* Terhadap *Brand Placement* Sony Ericsson Dalam Film James Bond Casino Royale)

Skripsi ini disusun sebagai syarat kelulusan pada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Oleh:

Adhi Baskoro

97 09 00939

Disetujui oleh:



(F. Anita Herawati, SIP., M.Si.)

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Persepsi Audiens Terhadap Brand Placement
Dalam Media Film (Studi Deskriptif
Kualitatif Tentang Persepsi Audiens Terhadap
Brand Placement Sony Ericsson Dalam Film James
Bond CasinoRoyale)

Penyusun : Adhi Baskoro

NPM : 97 09 00939

Telah dipertahankan dan disahkan pada sidang ujian skripsi yang diselenggarakan
pada:

Hari / Tanggal : Jumat, 23 Juli 2010

Pukul : 16.00 WIB

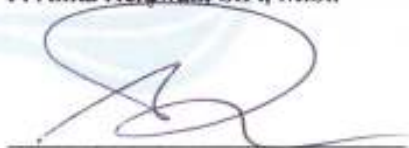
Tempat : Ruang Pendadaran I

Tim Penguji:

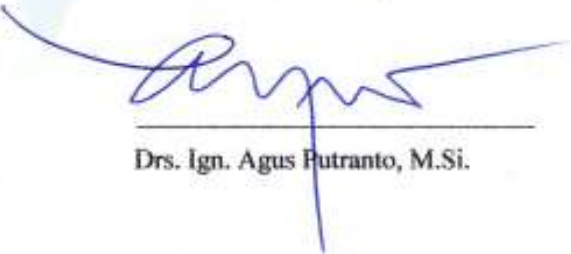
Penguji Utama


F. Anita Herawati, SIP., M.Si.

Penguji I


Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA

Penguji II


Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Adhi Baskoro
Nomor Mahasiswa : 970900939
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Persepsi *Audiens Terhadap Brand Placement* Dalam Media Film (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Persepsi *Audiens Terhadap Brand Placement Sony Ericsson* Dalam Film *James Bond Casino Royale*)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir saya secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia di proses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun maupun demi menegakkan integritas akademik di institusi.

Jogyakarta, Juli 2010.

Saya yang menyatakan



KATA PENGANTAR

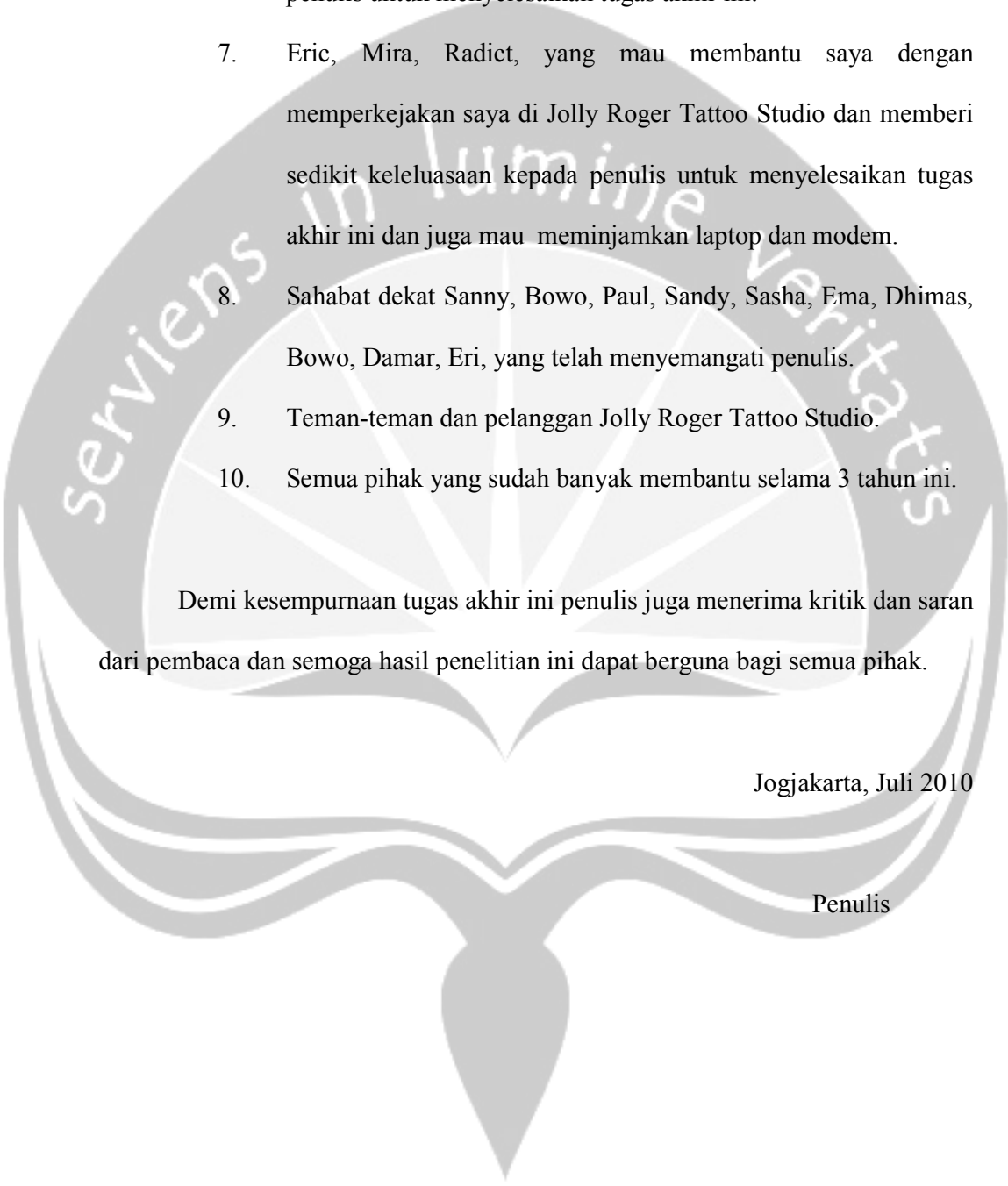
Terima kasih penulis panjatkan atas karunia Allah sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul **Persepsi Audiens Terhadap Brand Placement Dalam Media Film (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Persepsi Audiens Terhadap Brand Placement Sony Ericsson Dalam Film James Bond Casino Royale)**.

Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi syarat guna mencapai jenjang Sarjana, Program Studi Ilmu Komunikasi, Jurusan Periklanan, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Jogjakarta.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini jauh dari sempurna mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis.

Dalam kesempatan ini penulis berterima kasih kepada pihak-pihak yang membantu terselesaikannya tugas akhir ini :

1. Ibu F. Anita Herawati, SIP., M.Si., selaku dosen pembimbing.
2. Bapak Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA dan Bapak Drs. Ign. Agus Putranto, M.Si. selaku penguji I dan penguji II atas masukan-masukannya.
3. Arie, Aryo, Ara, Wulung, Sandy, Shasa, dan Damar yang telah bersedia meluangkan waktu untuk diskusi.
4. Ibunda tercinta yang telah sabar menunggu dan selalu mendoakan penulis dari jauh.
5. Mas Ai dan Modjo yang tercinta.

- 
6. Ngesti, “my unintended” yang selalu memarahi dan menegur penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
 7. Eric, Mira, Radict, yang mau membantu saya dengan memperkejakan saya di Jolly Roger Tattoo Studio dan memberi sedikit keleluasaan kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini dan juga mau meminjamkan laptop dan modem.
 8. Sahabat dekat Sanny, Bowo, Paul, Sandy, Sasha, Ema, Dhimas, Bowo, Damar, Eri, yang telah menyemangati penulis.
 9. Teman-teman dan pelanggan Jolly Roger Tattoo Studio.
 10. Semua pihak yang sudah banyak membantu selama 3 tahun ini.

Demi kesempurnaan tugas akhir ini penulis juga menerima kritik dan saran dari pembaca dan semoga hasil penelitian ini dapat berguna bagi semua pihak.

Jogjakarta, Juli 2010

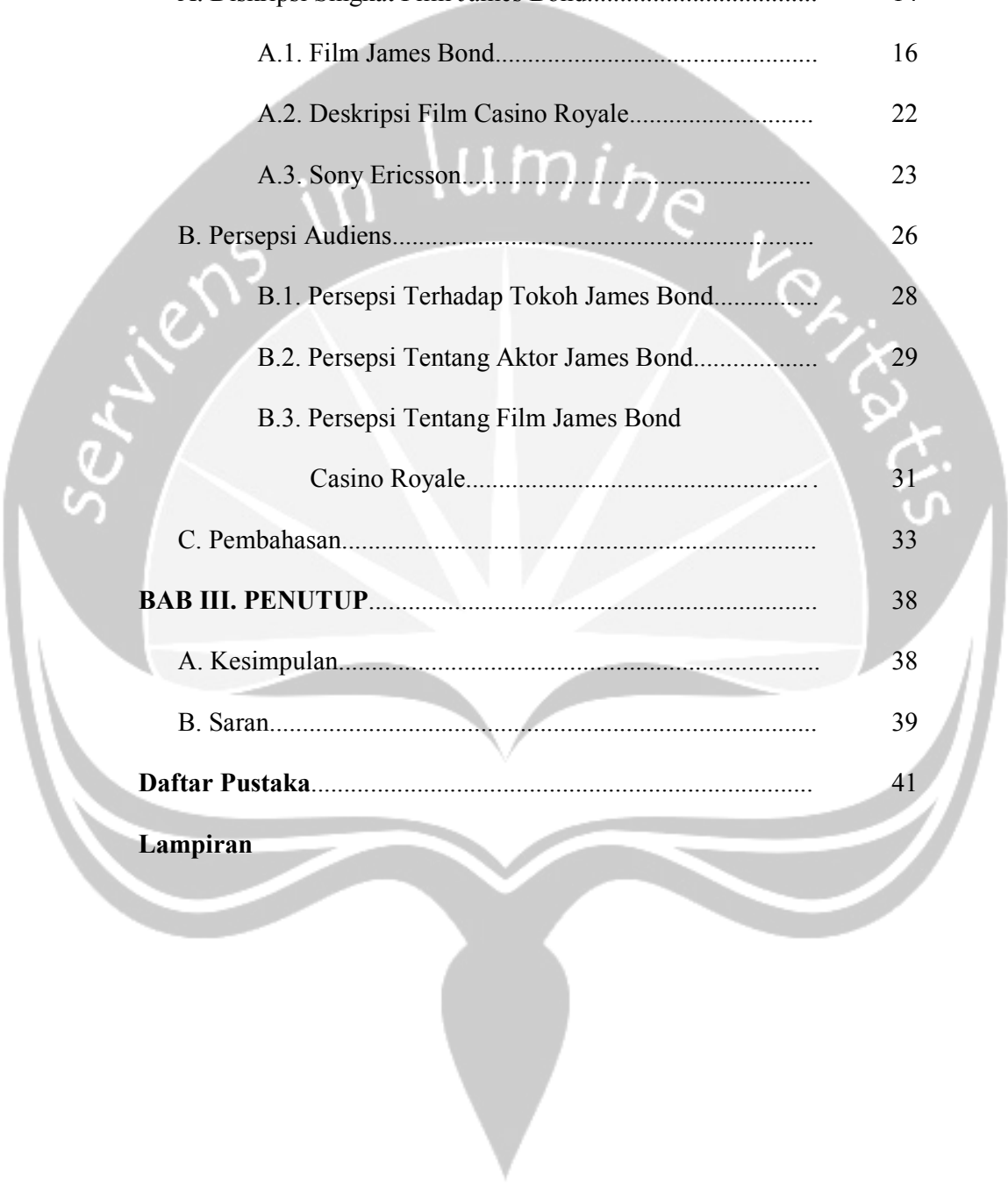
Penulis



- Albert Einstein -

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Surat Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Motto.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Gambar.....	x
Daftar Lampiran.....	xi
Abstrak.....	xii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Kerangka Konsep.....	3
F. Definisi Operasional.....	9
G. Metode Penelitian.....	11
a. Metode Penelitian.....	11
b. Metode Analisis Data.....	13



BAB II. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	14
A. Diskripsi Singkat Film James Bond.....	14
A.1. Film James Bond.....	16
A.2. Deskripsi Film Casino Royale.....	22
A.3. Sony Ericsson.....	23
B. Persepsi Audiens.....	26
B.1. Persepsi Terhadap Tokoh James Bond.....	28
B.2. Persepsi Tentang Aktor James Bond.....	29
B.3. Persepsi Tentang Film James Bond Casino Royale.....	31
C. Pembahasan.....	33
BAB III. PENUTUP.....	38
A. Kesimpulan.....	38
B. Saran.....	39
Daftar Pustaka.....	41
Lampiran	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 01. Mobil Aston Martin.....	19
Gambar 02. Omega Seamaster.....	20
Gambar 03. Walther PPK.....	21
Gambar 04. Sony Ericsson K800 dan M600i.....	22
Gambar 05. Cuplikan Film Casino Royale.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pertanyaan FGD

Lampiran 2. Transkrip FGD



ABSTRAK

Saat ini perkembangan iklan tidak lepas dari pesatnya perkembangan media. Media massa tumbuh dan berkembang begitu juga dengan iklan. Antara media massa dan iklan saling bergantung agar pesan yang ditawarkan dapat sampai ke audiens.

Iklan dalam perkembangannya mencoba untuk mencari cara agar pesan dalam iklan tersebut dapat sampai pada benak audiens. Banyak cara yang digunakan agar pesan yang disampaikan dapat sampai ke audiens dan memunculkan persepsi tertentu dari iklan yang mereka lihat. Pemilihan media beriklan pun menjadi suatu cara para pembuat iklan agar iklan mereka dapat dilihat oleh audiens.

Sebuah persepsi di bangun dari perhatian si penonton yang melihat iklan yang ada dalam sebuah media. Persepsi muncul sebagai sebuah kesimpulan dari apa yang penonton perhatikan.

Dengan melihat realita yang ada, maka peneliti ingin melihat bagaimana persepsi audiens terhadap iklan Sony Ericsson dalam film James Bond Casino Royale.

Maka untuk mengetahui bagaimana hasil dari persepsi audiens terhadap iklan Sony Ericsson dalam film James Bond Casino Royale, peneliti melakukan diskusi dengan metode FGD dengan jumlah peserta tujuh orang, untuk mengetahui persepsi audiens dari pengalaman yang mereka rasakan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa persepsi yang di munculkan audiens yang menonton film dapat beragam. Persepsi audiens terhadap iklan Sony Ericsson dalam film James Bond adalah sebuah produk yang ditampilkan dalam sebuah film, secara tidak langsung mempunyai pengaruh walau pengaruh tersebut hanya sebatas ketertarikan semata.