

Misleading Brand Placement : Suatu Analisis terhadap Persepsi Sejarah Brand dan Jenis Brand Placement = Misleading Brand Placement : an Analysis on Brand Historical Perception and Types of Brand Placement

Denyza Wahyuadi Mertoprawiro, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920534904&lokasi=lokal>

Abstrak

Product Placement merupakan cara memasarkan yang sudah tidak asing dan banyak dilakukan. Berasal dari film Hollywood dan diadaptasi untuk dilakukan di Indonesia. Penelitian ini dimaksudkan untuk melihat perbandingan penilaian akan konsumen mengenai brand attitude akan product placement yang dilakukan secara tepat maupun yang tidak tepat (misleading brand placement). Penelitian ini berbentuk penelitian eksperimen dengan menggunakan analisis statistik deskriptif terhadap 140 orang mahasiswa program sarjana reguler Universitas Indonesia sebagai partisipan. Riset eksperimen ini berbentuk factorial design 2x2 (jenis product placement & karakter product placement). Hasil penelitian menunjukkan bahwa brand attitude terhadap suatu merek atau produk akan meningkat setelah konsumen melihat brand atau produk tersebut ada di dalam sebuah film baik dilakukan secara prominent ataupun subtle dan juga jika dilakukan dengan correct dan misleading brand placement

.....Product placement is a general marketing activity that has often been conducted. Originated from hollywood movies and then adapted to be used in indonesia. The research was intended to see the perception comparison of the consumers towards a brand attitude of the conducted product placement whether it is accurate or inaccurate (misleading product placement). This research is an experimental research using descriptive statistical analysis on 140 under graduate regular students of UI as the participants. The experimental research form is a 2x2 factorial design (types and characters of product placement). The result shows that the attitude towards a brand or a product increases after consumers see the products or brands appear in a movie, despite the appearance was prominent or subtle and whether the priduct placement was conducted correctly or misleading.