

**ANALISIS *VISUAL PRODUCT PLACEMENT* KOPIKO
PADA KANAL YOUTUBE RANS ENTERTAINMENT
EDISI DISNEYLAND 2022**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Disusun Oleh:

LOVITA LUH KINTANI ADYATMA

NIM. 1151900099

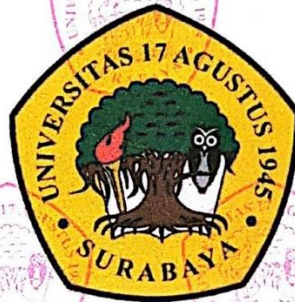
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2023

**ANALISIS *VISUAL PRODUCT PLACEMENT* KOPIKO
PADA KANAL YOUTUBE RANS ENTERTAINMENT EDISI
DISNEYLAND 2022**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata – 1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



Oleh:

LOVITA LUH KINTANI ADYATMA

NIM. 1151900099

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA**

2023


TANDA TANGAN PERSETUJUAN SKRIPSI


Nama : Lovita Luh Kintani Adyatma
NBI : 1151900099
Judul : ANALISIS *VISUAL PRODUCT PLACEMENT*
KOPIKO PADA KANAL YOUTUBE RANS
ENTERTAINMENT EDISI DISNEYLAND 2022

Surabaya, 26 Juni 2023

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0103


Dr. Merry Fridha Tri
Palupi, M.Si
NPP.2015080789

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 26 Juni 2023:

Dewan Penguji:

1. Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si

2. Dewi Sri Andika Rusmana, S.I Kom., M.Med.Kom

3. Dr. Teguh Priyo Sadono, M.Si

(*Merry*)

(*Dewi*)

(*Teguh*)

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103

(*Ayun*)

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lovita Luh Kintani Adyatma
NPM : 1151900099
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Analisis *Visual Product Placement* Kopiko Pada Kanal Youtube Rans Entertainment Edisi Disneyland 2022

Menyatakan :

1. Bahwa skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri berdasarkan hasil yang diperoleh melalui bimbingan dosen pembimbing, serta atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari penelitian atau karya ilmiah peneliti lain yang telah dipublikasikan ataupun penelitian orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika dalam penelitian ini menulis dan mengambil kutipan dari karya ilmiah orang lain, maka akan mencantumkan dalam daftar pustaka.
3. Apabila nantinya ditemukan bukti pada suatu hari nanti yang bersifat menjiplak atau plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa mencantumkan sumber dalam daftar pustaka, maka saya bersiap untuk menerima segala sanksi atau hukuman yang sesuai dengan perbuatan yang saya perbuat dan juga siap untuk menerima hukuman pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 3 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Lovita Luh Kintani Adyatma



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lovita Luh Kintani Adyatma
NBI / NPM : 1151900099
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

"Analisis Visual Product Placement Kopiko Pada Kanal Youtube Rans Entertainment Edisi Disneyland 2022"

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 3 Juli 2023

Yang menyatakan,



Lovita Luh Kintani Adyatma.

MOTTO

هُوَ الَّذِي يُصَلِّي عَلَيْكُمْ وَمَلَائِكَتُهُ لِيُخْرِجَكُم
مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ ۗ وَكَانَ بِالْمُؤْمِنِينَ رَحِيمًا

“Dialah yang memberi rahmat kepadamu dan para malaikat-Nya (memohonkan ampunan untukmu), agar Dia mengeluarkan kamu dari kegelapan kepada cahaya (yang terang). Dan Dia Maha Penyayang kepada orang-orang yang beriman.”

ABSTRACT

One marketing technique that is often used in the modern era is soft selling with the concept of product placement with the aim of product promotion in a subtle and persuasive manner. The company PT Mayora Indonesia Tbk has carried out several product placement strategies to market their product, namely Kopiko candy in various media. This study focuses on finding out how the visual analysis of Kopiko's product placement on the Rans Entertainment Youtube channel. This research uses a qualitative approach and used a visual analysis research. The unit of observation in this study was a YouTube video on the Rans Entertainment channel and the unit of analysis in this study were scene at 9.18 to 12.34 minutes with data collection in the form of observation. The data analysis technique used is visual analysis from Rose and Russell. Based on the results of the analysis, it is found that Kopiko's product placement section is divided into the beginning, core, and ending, where the beginning and ending are transitions to refine the plot connection of the main story with the product placement scene. Based on the visual dimension, it is found that the product placement process is carried out by using natural color tones so that the audience focuses on the dialogue. In the auditory dimension, some backsound music is given at the beginning and end of the transition to further build the audience's atmosphere or emotion, while the main scene does not use backsound music, but only focuses on dialogue.

Keywords: *product placement, visual analysis, Youtube social media.*

ABSTRAK

Salah satu teknik pemasaran yang sering digunakan pada era modern adalah softselling dengan konsep product placement dengan tujuan promosi produk secara halus dan bersifat persuasif. Perusahaan PT Mayora Indonesia Tbk telah melakukan beberapa strategi product placement untuk memasarkan produk mereka yakni permen Kopiko dalam berbagai media yakni sosial media, series drama Korea, bahkan juga dikonsumsi oleh astronot NASA, serta pada video pada kanal Youtube Rans Entertainment. Penelitian ini berfokus untuk mengetahui bagaimana analisis visual product placement Kopiko pada kanal Youtube Rans Entertainment Edisi Disneyland 2022. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme serta menggunakan jenis penelitian analisis visual. Unit observasi pada penelitian ini adalah video youtube pada kanal Rans Entertainment dengan judul “Ryanza & Sus Hilang di Disneyland?!!” dan unit analisis pada penelitian ini adalah lima scene yang memuat product placement yakni pada menit ke 9.18 hingga 12.34 dengan pengumpulan data berupa observasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis visual dari Rose dan Russel. Berdasarkan hasil analisis diperoleh bahwa bagian product placement Kopiko dibagi menjadi bagian awal, inti, dan akhir, dimana bagian awal dan akhir merupakan transisi untuk memperhalus koneksi plot dari cerita inti dengan scene product placement. Berdasarkan dimensi visual diperoleh bahwa proses product placement dilakukan dengan cara menggunakan tone warna natural agar penonton fokus pada dialog. Pada dimensi auditori diberikan beberapa background music pada bagian awal dan akhir transisi untuk lebih membangun suasana atau emosi penonton sedangkan pada scene inti tidak menggunakan background music, melainkan hanya fokus pada dialog saja.

Kata Kunci: *product placement, analisis visual, media sosial Youtube.*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul “Analisis Visual Product Placement Kopiko Pada Kanal Youtube Rans Entertainment Edisi Disneyland 2022” dengan sebaik-baiknya. Tugas akhir ini digunakan sebagai persyaratan untuk memenuhi dan mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu saran dan masukan dari pembaca akan sangat dibutuhkan untuk membantu penelitian selanjutnya. Kelancaran pengerjaan tugas akhir ini tidak terlepas dari adanya dukungan oleh berbagai pihak, baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa adanya bantuan dan bimbingan selama pengerjaan skripsi ini, penulis tidak dapat menyelesaikan penelitian ini

Ungkapan terima kasih yang tulus dan sedalam-dalamnya penulis persembahkan kepada kedua orang tua tercinta Ayahanda Antoni dan Ibunda Nyoman Yahmike Puji Astuti atas dukungan berupa moril, materil, semangat, serta kasih sayang yang tidak terhingga. Tidak lupa penulis sampaikan terima kasih kepada keluarga yang telah membantu dan memberikan semangat selama pengerjaan skripsi ini.

Dengan begitu, tanpa mengurangi rasa hormat penulis turut mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua yang turut membantu khususnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. Selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M. P. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Mohammad Insan Romadhon, S. I. Kom., M. Med. Kom. Selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.SI selaku Dosen Pembimbing I yang selalu memberikan arahan yang tegas selama penulis melaksanakan penelitian dan penulisan skripsi ini.
5. Ibu Beta Puspitaning Ayodya, S.SOS., M.A selaku Dosen Pembimbing II yang selalu sabar membimbing selama penulis melaksanakan penelitian dan

penulisan skripsi ini.

6. Bapak Lukman Hakim, S.FIL., M.PHIL selaku dosen wali yang sedia memberikan masukan selama saya nemempuh perkuliahan.
7. Terima kasih untuk teman seperjuangan saya; Dea, Dicky, Naja, Nudi, Bitha, Yoga, Reza, Haryo, Regina, dan Nadine atas warna yang telah kalian lukis pada kanvas bernama “kehidupan” yang saya miliki.
8. Terimakasih khusus kepada Alike Lenathea, S.Pd., B.A yang telah memberikan saya pertolongan saat saya sekarat dan memberikan penerangan saat saya buntu.
9. Akhir kata penulis sampaikan semoga dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi Ilmu Komunikasi khususnya bagi perkembangan ilmu Pengetahuan

Surabaya, 26 Juni 2023

Lovita Luh Kintani Adyatma

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
MOTTO	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAK.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Landasan Teori	11
2.3 Landasan Konseptual	13
2.4 Definisi Konsep.....	21
2.5 Kerangka Pemikiran	21
BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Pendekatan Penelitian.....	23

3.2	Jenis Penelitian	24
3.3	Unit Observasi dan Unit Analisis	26
3.4	Metode Pengumpulan data	27
3.5	Teknik Analisis Data	29
3.6	Keabsahan Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		33
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	33
4.2	Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	34
BAB V PENUTUP		49
5.1	Kesimpulan.....	49
5.2	Rekomendasi	49
DAFTAR PUSTAKA.....		51
LAMPIRAN.....		55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Pedoman Observasi untuk Memfokuskan Pengumpulan Data	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Infografis Media Sosial.....	18
Gambar 2.2 Ranking Media Sosial di Indonesia	19
Gambar 2.4 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 3.1 <i>Site of Visual Analysis</i>	25
Gambar 4.1 <i>Scene pada 9.45 “Raffi menunjukkan permen Kopiko yang dia bawa”</i>	34
Gambar 4.2 <i>Scene pada 10.42 “Nagita menekan permen Kopiko”</i>	36
Gambar 4.3 <i>Scene pada 10.49 “Raffatar mencoba mengambil permen Kopiko”</i>	37
Gambar 4.4 <i>Scene pada 11.20 “Nagita dan Raffi menanyai tujuan Raffatar selanjutnya”</i>	39
Gambar 4.5 <i>Scene pada 11.34 “Display produk permen Kopiko”</i>	40
Gambar 4.6 Foto produk Permen Kopiko Blister Pack.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Uji Plagiasi.....	55
Lampiran 2	Pedoman Observasi	56
Lampiran 3	Kartu Bimbingan	57
Lampiran 4	Lembar Revisi	59