

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Bentuk *Product Placement* dalam Serial Drama *Descendant Of The Sun*

Drama Serial Korea *Descendant Of The Sun* merupakan drama fenomenal dan tersukses sepanjang tahun 2016 di industri pertelevisian Korea Selatan, bahkan kesuksesan drama tersebut melampaui kesuksesan drama fenomenal *My Love from The Star* pada tahun 2013. Sempat mengalami penurunan dalam produksi Korean Drama sejak terakhir 2013, kini Korea Selatan kembali menunjukkan kemampuan dalam pembuatan Drama dengan kualitas dan kuantitas yang dapat menarik perhatian di berbagai Negara. Hal ini terbukti bahwa drama *Descendant Of The Sun (DOTS)* telah menjadi fenomena global diberbagai degara, demam *DOTS* melanda seluruh wilayah ASIA bahkan *DOTS* juga berhasil di ekspor ke 32 serta ditayangkan langsung bebarengan via situs online di China dan dibeli hak siarnya oleh Tiongkok dan Jepang. Melihat kesuksesan drama yang dialami *Descendant Of The Sun* ternyata produksi drama tak luput dari biaya produksi film yang sangat besar yaitu mencapai 13 Miliar Won atau sekitar US\$ 11,3 Juta. Hal ini dikarenakan drama

Descendant Of The Sun lokasi syutingnya juga dilakukan diluar negeri yaitu di Uruk. Dan sulit untuk menyakinkan pengiklan untuk mengucurkan dana, yang akhirnya membuat *Descendant Of The Sun* hanya mengandalkan *product placement* untuk menutupi biaya produksinya. *product placement* sendiri adalah penempatan produk yang disisipkan atau dimasukkan dalam scene adegan dalam sebuah film. Dalam drama *Descendant Of The Sun*, penempatan *product placement* penulis bagi menjadi tiga yaitu *product placement dalam adegan* baik secara verbal maupun non verbal, *product placement yang menjadi bagian dari setting* yaitu produk terlihat seluruhnya atau hanya terlihat sebagian saja dan *product placement sebagai credit tittle* yaitu berupa logo produk atau nama produk. Dari hasil analisis peneliti dari episode 1 hingga episode 16, peneliti menemukan sebanyak 45 *product placement* yang ada dalam drama *Descendant Of The Sun*. Dan setelah menemukan 45 *product placement* peneliti kemudian mengelompokkannya berdasarkan produk *product placement* dalam adegan, *product placement* sebagai bagian dari setting, dan *product placement* sebagai *credit tittle*. Dari pengelompokkan tersebut dapat penulis simpulkan bahwa penempatan *product placement* sebagai *credit tittle* adalah cara paling fleksibel bagi sutradara untuk menempatkan *product placement* yang tidak secara eksplisit dimunculkan dalam scene atau bagian dari setting adegan dalam drama. Hal ini dapat peneliti lihat dari jumlah

credit title berupa logo/merk yang dimunculkan dalam setiap selesainya drama *DOTS*, lebih banyak dibandingkan dengan *product placement* yang peneliti temukan adegan maupun setting drama *DOTS* tersebut. Setelah melakukan pengelompokan *product placement* dan mencari tahu lebih dalam tentang masing-masing *product placement* yang peneliti temukan, akhirnya peneliti dapat mengelompokkan pula *product placement* berdasarkan skalanya yaitu berdasarkan skala Internasional, Skala Nasional dan Produk tidak dikenal. Di sini yang dimaksud peneliti produk tidak dikenal adalah peneliti tidak mengetahui bahwa apakah produk tersebut termasuk dalam kelompok produk skala Internasional atau produk dalam kelompok skala Nasional, hal ini dikarenakan keterbatasan informasi yang peneliti dapatkan tentang *product placement* tersebut.

5.1.2 Bentuk Kontribusi *Product Placement* dalam Serial Drama *Descendant Of The Sun* Bagi Industri Pertelevisian Korea Selatan pada Tahun 2016

Dengan kesuksesan yang diraih oleh drama *Descendant Of The Sun*, drama tersebut berhasil meraih keuntungan hingga mencapai lebih dari 3 Triliun Won atau setara dengan \$ 2.600.000.000 dan jika di rupiahkan berjumlah sekitar Rp 34,6 Triliun. Keuntungan tersebut

didapatkan dari hasil Pembelian hak siar, pengeksporan drama ke 32 negara serta dari *product placement* yang ditayangkan dalam drama tersebut. Dari keuntungan drama tersebut tentunya berdampak baik bagi industri pertelevisian Korea Selatan, karena selain dapat meningkatkan penghasilan di industri pertelevisian keuntungan tersebut juga dapat mensejahterahkan seluruh lapisan yang bergerak dalam industri pertelevisian Korea Selatan. Dengan suksesnya drama tersebut KBS2 kembali membuktikan bahwa KBS adalah saluran televisi Korea selatan yang selalu menampilkan produksi televisi yang berkualitas, dengan suksesnya drama *DOTS* tersebut aktor utama dalam drama yaitu Song Jong-ki mendapatkan julukan *Hallyu* julukan untuk aktor maupun artis yang dapat menimbulkan ‘gelombang Korea’ tak hanya di Korea Selatan namun sampai panca Negara. Tak hanya menjadi *Hallyu* dan bintang papan atas yang setara dengan Le Min Hoo dan Kim Soo Hyun yang sebelumnya menjadi rajanya *Hallyu* , setelah suksesnya drama *DOTS* Song Jong-ki juga mendapatkan banyak tawaran iklan di Korea Selatan dan China. Berkat suksesnya drama *DOTS* tersebut pula, penulis naskah serial drama *Descendant Of The Sun* Kim Eun Sook menerima bayaran US\$26.000 per episode atau Rp348,6 juta di drama *Descendant of the Sun*. Di beberapa sumber lain bahkan menyebutkan ia mendapatkan hingga US\$69.000 per episode Rp925 juta sebagaimana dirilis *Soompi*, Senin (29/3/2016). Berkat drama *Descendant Of The Sun*

Para pemain peran utama wanita Song Hye-kyo yang merupakan aktris terkenal di Korea berkat drama Fenomenalnya pada tahun 2000an yaitu *Endless Love* dan *Full House* kini semakin diakui kemampuan aktingnya oleh berbagai negara sebagai aktris Internasional. Kesuksesan juga diraih oleh pemain Second lead yaitu Jin Goo dan Kim Ji Won yang banyak mendapatkan tawaran pemotretan dan iklan serta menjadi aktor dan aktris pembantu terbaik dalam sebuah penghargaan film di Korea Selatan. Bahkan pada 15 September 2016 aktor Jin Goo juga di undang oleh Indonesia sebagai bintang tamu pada acara Indonesian Television Award 2016 dan mendapatkan special award dari MNC Media. Tak dapat dipungkiri jika kesuksesan drama *Descendant Of The Sun* mempunyai kontribusi besar dalam industri pertelevisian Korea Selatan dan berdampak baik bagi pandangan Internasional mengenai kualitas dan kuantitas drama-drama Korea yang selama ini telah dihasilkan oleh Industri Pertelevisian Korea Selatan.

5.2 Rekomendasi

Setelah dilakukan penelitian dan melihat hasil yang didapatkan, maka saran yang dapat diberikan penulis dan saran yang dibutuhkan penulis adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil penelitian diatas peneliti mencoba untuk menggunakan daya nalar dan penerapan ilmu teori tentang *product placement* dan *ekonomi*

media, namun tidak dapat dipungkiri jika penerapan ilmu teori tersebut tidaklah sempurna dan masih mempunyai banyak kekurangan. Oleh karena itu peneliti menginginkan adanya penelitian lebih lanjut untuk menyempurnakan penelitian tersebut. Serta masukan dan saran sangat dibutuhkan peneliti untuk penelitian selanjutnya.

2. Dengan adanya penelitian ini peneliti mencoba memberikan informasi dan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang industri pertelevisian. Namun penulis sadari jika informasi dan ilmu tersebut sangatlah terbatas dan masih membutuhkan banyak penyempurnaan sehingga untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti kasus dalam bidang industri pertelevisian, semoga mendapatkan ilmu pengetahuan dari penelitian ini dan diharapkan dapat mengatasi keterbatasan yang sempat dialami peneliti serta dapat menyempurnakan penelitian selanjutnya nanti.
3. Untuk peneliti selanjutnya yang ingin meneliti dengan tema sama, penulis sarankan untuk meneliti film dari Indonesia atau negara lainnya yang bahasa dan informasi tentang *product placement* bisa dipahami oleh penulis nantinya. Karena seperti pengalaman penulis, penulis mengalami banyak kesulitan dalam mencari tahu informasi tentang *product placement* yang kebanyakan dimunculkan dengan merk/logo maupun tulisan dalam bahasa Korea. Tidak hanya informasi tentang *product placement* saja, akan tapi informasi tentang drama yang diteliti, informasi pendapatan dari sumber yang terpercaya, dan informasi lainnya yang mendukung penelitian tersebut. Sehingga penulis cukup

mengalami kesulitan dan hampir merasa putus asa dalam menyelesaikan penelitian ini.

4. Untuk industri pertelevisian di Indonesia harapan penulis adalah dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan gambaran bagaimana penempatan *product placement* yang baik yang tidak disadari penonton serta tidak mengganggu unsur dan pesan atau inti sari dari cerita dalam film. Mungkin ada beberapa Film dan Sinetron di Indonesia yang sudah menyisipkan *product placement* dalam pembuatan filmnya. Namun menurut penulis masih banyak penempatan *product placement* terutama dalam sinetron di Indonesia yang kurang tepat dan malah terkesan sedikit dipaksakan dalam *scene* adegan. Sehingga hal itu akan mengganggu penonton dalam menikmati alur cerita, serta inti sari dari cerita tersebut akan susah untuk ditangkap bahkan dipahami oleh para penonton. Jika penempatan *product placement* di industri pertelevisian Indonesia dapat diperbaiki lagi dan setara dengan penempatan *product placement* di industri pertelevisian yang diakui masyarakat Internasional, maka akan menjadi ladang emas yang berharga untuk pembuatan film di Indonesia dalam mencari modal produksi bahkan dapat mengcover pembuatan film yang menelan banyak biaya dalam produksinya. Selain penempatan *product placement* yang diperbaiki, penulis yakin Indonesia juga akan dapat lebih fokus dalam pembuatan film maupun produksi sinetron yang mempunyai kualitas, kuantitas dan nilai jual yang tinggi dipasaran.