

ABSTRAK

Fokus pada penelitian ini adalah analisis product placement dan brand positioning smartphone Samsung melalui drama Korea. Pada penelitian ini terdapat dua rumusan masalah yang dipertanyakan yaitu mengenai product placement smartphone Samsung yang ditampilkan melalui drama Korea dan brand positioning smartphone Samsung yang dilakukan melalui drama Korea. Sejak tahun 2009 hingga awal tahun 2017, Samsung Electronics menggunakan serial drama Korea tersebut sebagai medianya dalam mengiklankan produk terbaru dari smartphone keluarannya. Penggunaan drama Korea ini menjadi alternatif lain yang dipilih oleh Samsung Electronics dalam memperkenalkan produk pada target segmentasinya.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Branding Strategic Keller.K pada empat serial drama Korea periode 2009 hingga awal 2017, berjudul *Boys Before Flowers*, *The Heirs*, *Descendants of the Sun*, dan *Goblin*, yang masing-masing serialnya dianalisis sebanyak tiga episode. Observasi visual digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dengan mengamati melalui media placement yang digunakan, tujuan placement, POP, serta POD pada tiap-tiap episode pada serial drama.

Adanya placement yang dilakukan oleh Samsung Electronics pada serial drama Korea menunjukkan bahwa penggunaan smartphone oleh pemeran dalam tayangan merupakan hal yang disengaja dan bertujuan untuk beriklan. Dalam proses penampilan smartphone, produk tidak sebatas hanya ditampilkan untuk menunjukkan wujudnya saja, namun juga turut disampaikan karakteristik atas brand yang melekat pada produk. Hal ini dapat diamati melalui adegan yang dimainkan oleh para pemeran dalam serial yang menampilkan informasi dan membentuk kesan dimata para penontonnya. Melalui kegiatan placement dan positioning pada media drama Korea juga dapat memicu terbentuknya Identitas dari *smartphone* Samsung.

Kata Kunci : Product Placement, Brand Positioning, Smartphone Samsung, Drama Korea.

ABSTRACT

The focus of this research are product placement and brand positioning analysis of Samsung smartphone through Korean drama. In this research, product placement shown by Samsung smartphone through Korean drama and brand positioning done by Samsung smartphone through Korean drama become the main research of this study. Since 2009 until early 2017, Samsung Electronics used Korean drama as their media to advertise their latest smartphone product. The used of Korean drama become another alternative that chosen by Samsung Electronics for introducing the product to their segmentation target.

This research includes descriptive - qualitative research. Branding Strategic by Keller. K used as method in this research on four Korean drama series that released in 2009 through early 2017, those following title are Boys Before Flowers, The Heirs, Descendants of the Sun, and Goblin, wich analyzed on three episodes in each series. In order to collect the data, researcher used visual observation by Masson. J, by observing the media placement, goals of placement, POP, and POD in each episode from the series.

Placement done by Samsung Electronics on Korean drama series indicate the used of smartphone by actors on set was intentional and aimed to advertise. In displaying process, the product not only displayed its physical form, but also their brand characteristic. It could be observed through the scene on each series, that shown an information and furthermore can create an impression to their viewer. Placement and positioning through Korean drama can also become a trigger to establishing smartphone Samsung identity.

Keywords : Product Placement, Brand Positioning, Smartphone Samsung, Korean Drama