

**DAFTAR ISI**

**HALAMAN JUDUL ..... i**  
**HALAMAN PERNYATAAN ..... ii**  
**HALAMAN MAKSUD..... iii**  
**HALAMAN PERSEMBAHAN ..... iv**  
**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... vi**  
**HALAMAN PENGESAHAN PANITIA PENGUJI ..... vii**  
**ABSTRAK ..... viii**  
**ABSTRACT ..... ix**  
**KATA PENGANTAR..... x**  
**DAFTAR ISI..... xi**  
**DAFTAR GAMBAR..... xiii**

**BAB I: PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah..... I - 1  
 1.2 Rumusan Masalah ..... I - 13  
 1.3 Tujuan Penelitian ..... I - 13  
 1.4 Manfaat Penelitian ..... I - 13  
 1.5 Tinjauan Pustaka ..... I - 14  
     1.5.1 Penelitian Terdahulu ..... I - 14  
     1.5.2 Persepsi ..... I - 16  
     1.5.3 Periklanan sebagai Salah Satu *Tools* Dalam Komunikasi Pemasaran  
     ..... I - 20  
     1.5.4 Televisi sebagai Media Periklanan..... I - 21  
     1.5.5 *Product Placement* ..... I - 24  
     1.5.6 Isu-isu tentang *Product Placement* ..... I - 31  
     1.5.7 Etika Pariwisata Indonesia..... I - 36  
     1.5.8 Ekonomi Politik Media ..... I - 40  
 1.6 Metodologi ..... I - 43  
     1.6.1 Pendekatan dan Fokus Penelitian..... I - 43  
     1.6.2 Tipe Penelitian ..... I - 43

|  |            |
|--|------------|
| 1.6.3 Metode Penelitian.....   | I - 44     |
| 1.6.4 Subjek Penelitian.....   | I - 44     |
| 1.6.5 Lokasi Penelitian.....   | I - 46     |
| 1.6.6 Teknik Pengumpulan Data.....   | I - 46     |
| 1.6.7 Objek Penelitian.....  | I - 47     |
| 1.6.8 Unit Analisis.....   | I - 47     |
| 1.6.9 Teknik Analisis Data.....  | I - 48     |
| <b>BAB II: GAMBARAN OBJEK PENELITIAN</b>   |            |
| 2.1 Perkembangan Industri Periklanan dan <i>Production House</i> di Indonesia....                      | II - 1     |
| 2.2 Tren <i>Product Placement</i> sebagai Upaya <i>Soft Selling</i> di Media Televisi ....             | II - 4     |
| 2.3 <i>Product Placement</i> di dalam Program Televisi Sinetron.....                                   | II - 6     |
| 2.4 Sinopsis Sinetron <i>Jodoh Wasiat Bapak</i> .....  | II - 7     |
| <b>BAB III: ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA</b>   |            |
| 3.1 Profil Informan.....   | III - 3    |
| 3.1.1 Informan 1: Intan Fitranisa.....   | III - 3    |
| 3.1.2 Informan 2: Fauzi Priambodo .....  | III - 4    |
| 3.1.3 Informan 3: Nahdliyah Rahmawati .....  | III - 5    |
| 3.1.4 Informan 4: Theo Maulana.....  | III - 6    |
| 3.1.5 Informan 5: Riry Surya Ayu Saputri .....   | III - 7    |
| 3.1.6 Informan 6: Andi Budrah Sadam Ramadhan .....   | III - 8    |
| 3.2 Persepsi Informan terhadap Penerapan <i>Product Placement</i> sebagai <i>Marketing Tools</i> ..... | III - 8    |
| 3.3 Persepsi Informan terhadap Visualisasi <i>Product Placement</i> Dalam Sebuah Sinetron .....        | III - 21   |
| 3.4 Persepsi Informan terhadap <i>Product Placement</i> Dari Isu Yang Berkembang....                   | III- 50    |
| 3.5 Persepsi Informan terhadap Periklanan Dari Etika Pariwisata Indonesia ..                           | III - 70   |
| <b>BAB IV: PENUTUP</b>   |            |
| 4.1 Kesimpulan .....   | IV - 1     |
| 4.2 Saran.....   | IV - 4     |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>  | <b>xii</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>   | <b>1</b>   |

## DAFTAR GAMBAR

|   |        |
|---|--------|
| Gambar 1.1 <i>Product placement</i> yang dilakukan oleh produk Energen dalam sinetron <i>Jodoh Wasiat Bapak ANTV</i> .....  | I-9    |
| Gambar 1.2 Contoh iklan rokok yang melanggar Etika Pariwisata Indonesia .....   | I-37   |
| Gambar 1.3 Contoh iklan provider yang melanggar Etika Pariwisata Indonesia...   | I-38   |
| Gambar 3.1 <i>Product placement</i> produk Roma Biskuit Kelapa yang menggunakan Syahrini sebagai bintang iklannya .....   | III-24 |
| Gambar 3.2 Produk Energen yang melakukan <i>product placement</i> secara <i>visual placement</i> di sinetron <i>Jodoh Wasiat Bapak ANTV</i> .....                         | III-25 |
| Gambar 3.3 Tamplan visual iklan Mi Instan Sukses Isi 2 Ayam Kremes yang ditampilkan pada iklan <i>commercial break</i> .....  | III-27 |
| Gambar 3.4 Iklan tiket.com yang menggunakan <i>furniture</i> berwarna biru dan kuning .....   | III-29 |
| Gambar 3.5 Iklan tiket.com yang menunjukkan model didalamnya menggunakan pakaian dan atribut berwarna biru dan kuning .....   | III-29 |
| Gambar 3.6 <i>Product placement</i> dalam bentuk <i>squeeze frame</i> yang dilakukan produk Telkomsel dan Sirup Freiss pada Sinetron <i>Jodoh Wasiat Bapak ANTV</i> ..... | III-31 |
| Gambar 3.7 <i>Product placement</i> pasif dalam bentuk <i>implicit product placement</i> dalam sinetron <i>Jodoh Wasiat Bapak ANTV</i> .....                              | III-35 |
| Gambar 3.8 <i>Product placement</i> aktif dalam bentuk <i>implicit product placement</i> dalam sinetron <i>Jodoh Wasiat Bapak ANTV</i> .....                              | III-35 |
| Gambar 3.9 <i>Product placement</i> produk Tora Bika dalam film <i>Filosofi Kopi</i> .....  | III-49 |
| Gambar 3.10 Tatjana Saphira dalam videoklip Tulus yang berjudul <i>Labirin</i> ..   | III-65 |
| Gambar 3.11 Logo Wardah yang tampil di setiap <i>opening</i> dalam videoklip Tulus .....  | III-66 |
| Gambar 3.12 <i>Campaign</i> Wardah yang tampil di setiap <i>closing</i> dalam setiap videoklip Tulus .....  | III-66 |
| Gambar 3.13 Cuplikan videoklip RAN yang mengambil gambar di Hanggar Citilink .....  | III-67 |

- Gambar 3.14 Cuplikan videoklip RAN yang memperlihatkan pemesanan tiketnya melalui *website* sebagai salah satu *online marketing tools* ..... III-68
- Gambar 3.15 Cuplikan videoklip RAN yang memperlihatkan suasana awak kabin pesawat Citilink ..... III-69