



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
UPT. PERPUSTAKAAN

Jalan T. Nyak Arief, Kampus UNSYIAH, Darussalam – Banda Aceh, Tlp. (0651) 8012380, Kode Pos 23111
Home Page : <http://library.unsyiah.ac.id> Email: helpdesk.lib@unsyiah.ac.id

ELECTRONIC THESIS AND DISSERTATION UNSYIAH

TITLE

PERAN BRAND PLACEMENT LINE PADA FILM ADA APA DENGAN CINTA 2014 DALAM MENCIPTAKAN BRAND IMAGE PADA MASYARAKAT DI BANDA ACEH

ABSTRACT

Ketatnya persaingan dan berubahnya pola perilaku konsumen menjadikan para produsen untuk lebih kreatif dalam mengiklankan produknya demi upaya meningkatkan penjualan dan membentuk atau memperkuat citra merek (brand image) pada produk tersebut. Dalam penelitian ini aplikasi Line menggunakan media film untuk mempromosikan dan meningkatkan citra dari mereknya sendiri dengan menggunakan strategi brand placement. Penelitian ini berjudul "Peran Brand Placement Line Pada Film Ada Apa Dengan Cinta 2014 Dalam Menciptakan Brand Image Pada Masyarakat Di Banda Aceh". Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang peran Brand Placement dalam menciptakan Brand Image Line di kalangan audience di kota Banda Aceh setelah menyaksikan film Ada Apa Dengan Cinta 2014. Penelitian ini menggunakan teori subliminal message. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Subjek penelitian ini dipilih dengan menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara tidak terstruktur dan observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran brand placement Line melalui film ada apa dengan cinta 2014 membuat citra merek (brand image) dari Line bertambah baik di kalangan masyarakat di Banda Aceh, meskipun aplikasi Line memang sudah memiliki citra merek (brand image) yang baik karena memiliki kelebihan yang menarik seperti fitur free call, free video call, Line stickers, Line aplikasi, Line games, dan fitur terbarunya find alumni dibandingkan aplikasi messenger lainnya. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa strategi pemasaran brand placement merupakan cara terbaik untuk mempromosikan suatu produk ke konsumen secara luas.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Brand Placement, Brand Image, Subliminal Advertasing, Line, Ada Apa Dengan Cinta 2014.