

## ABSTRAK

*Product placement* adalah salah satu strategi pemasaran yang populer dilakukan oleh sejumlah brand untuk menjangkau konsumen. Dilalui dengan menempatkan brand atau produk, baik berupa verbal (audio) maupun visual secara rapi dan terencana pada buku, lagu, video games, film, dan program acara atau serial televisi. Penelitian ini berfokus pada bentuk praktik product placement yang terdapat dalam serial drama Korea *Descendants Of The Sun*. Sebanyak 16 episode dengan unit analisis adegan yang memuat product placement oleh 4 karakter utama yakni Kang Mo-yeon, Yoo Si-jin, Seo Dae-young, dan Yoon Myeong-ju. Pendekatan kualitatif diterapkan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode analisis isi kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk praktik product placement yang banyak diterapkan dalam drama *Descendants Of The Sun* berteknik dominan dengan *integrated explicit product placement* di mana brand, produk, maupun atribut produk ditampilkan secara eksplisit dan aktif dalam membangun alur cerita. Peneliti juga melihat lebih lanjut bagaimana *brand* atau produk tersebut kemudian diasosiasikan melalui unsur-unsur lain yang terhubung pada ingatan konsumen terhadap *brand* itu sendiri. Analisis dilakukan menggunakan konsep 11 unsur *brand associations* oleh Aaker (1991) yang meliputi *product attributes*, *intangible attributes*, *customers benefit*, *relative price*, *application*, *user or customer*, *celebrity or person*, *life style or personality*, *product class*, *competitor*, dan *country or geographic area*. Tidak hanya menyisipkan *brand* atau produk secara asal dalam sebuah adegan, namun dalam drama *Descendants Of The Sun*, brand atau produk tersebut turut diintegrasikan dengan mengasosiasikannya pada beberapa dari sebelas unsur yang telah disebutkan.

Kata kunci: *product placement*, *brand associations*, drama korea, *Descendants of The Sun*

## ABSTRACT

*Product placement is one of the popular marketing strategies used by several brands to reach consumers. By putting a brand or product, either verbally (audio) or visually which is planned neatly on books, songs, video games, movies, and programs or television series. This research focuses on the product placement implementations in the Korean drama series, 'Descendants of The Sun'. A total of 16 episodes with a scene analysis unit containing product placement by 4 main characters namely Kang Mo-Yeon, Yoo Si-jin, Seo Dae-young, and Yoon Myeong-Ju. A qualitative approach is applied in the research with qualitative content analysis method.*

*The results of this research show that the form of product placements applied in the drama series Descendants of The Sun is using the dominant shot technique with integrated explicit product placement in which the brand, product, or product attributes are displayed explicitly and actively in building the storyline. The researcher observes further about how the brand or product is associated with other elements that connect to the consumer's memory about the brand. The analysis uses the concept of 11 elements of brand associations by Aaker (1991) included product attributes, intangible attributes, customers benefit, relative price, application, user or customer, celebrity or person, lifestyle or personality, product class, competitor, and country or geographic area. In the Descendants of The Sun drama series, a brand or product does not insert randomly in the scenes, but it is integrated with some of the eleven elements.*

*Keywords: product placements, brand associations, Korean drama, Descendants of The Sun*