

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *brand placement* Greenhost Boutique Hotel dalam film 'Ada Apa Dengan Cinta? 2' terhadap *brand awareness* Greenhost Boutique Hotel. *Brand placement* dalam penelitian ini diukur melalui Dimensi Visual dan Dimensi Koneksi Plot. Dimensi Visual merupakan penampilan merek pada layar, sedangkan Dimensi Koneksi Plot merupakan integrasi merek pada alur cerita film. Melalui kedua dimensi inilah peneliti ingin mengetahui pengaruh *brand placement* terhadap *brand awareness*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yakni kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang melibatkan 400 responden dari berbagai daerah di Indonesia yang kemudian diolah menggunakan program SPSS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Dimensi Visual dan koneksi plot memberikan pengaruh yang kuat terhadap *brand awareness* responden. Dimensi Visual memberikan pengaruh yang lebih besar dibandingkan Dimensi Koneksi Plot. Namun integrasi keduanya memberikan pengaruh yang lebih besar terhadap *brand awareness* responden. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan oleh perusahaan atau merek dalam penggunaan strategi *brand placement*, agar dapat memerhatikan kedua dimensi untuk mencapai hasil yang maksimal.

Kata kunci: *brand placement*, *brand awareness*, dimensi visual, dimensi koneksi plot

ABSTRACT

This research aims to know the influence of Greenhost Boutique Hotel's brand placement on 'Ada Apa Dengan Cinta? 2' towards Greenhost Boutique Hotel's brand awareness. Brand placement measured through visual dimension and plot connection dimension. Visual dimension is brand's on screen appearance, while plot connection dimension is brand's integration on movie storyline. Through both dimension, researcher wants to know the influence of brand placement towards brand awareness. This research use quantitative approach with survey as method. Data obtained through questionnaire involving 400 respondents throughout Indonesia which then processed with SPSS program.

The result of this research shows that visual dimension and plot connection dimension have a strong impact on respondent's brand awareness. Visual dimension affect brand awareness more than plot connection dimension. However the integration of both dimension have a bigger impact on respondent's brand awareness. The result of this research can be used for company or brand in using brand placement strategy, in order to pay attention to both dimension for the maximum result.

Keywords: *brand placement, brand awareness, visual dimension, plot connection dimension*