

[\(http://www.infobintaro.com/\)](http://www.infobintaro.com/)**INFOBINTARO**[\(http://www.imttaiwan.com/main.php\)](http://www.imttaiwan.com/main.php)

Home Berita Utama Kuliner Etalase Acara Pendidikan Kesehatan Gaya Hidup Komunitas 

Universitas Pembangunan Jaya (<http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/>)

## Product Placement (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April)

🕒 22 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya

[\(http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/\)](http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/)

(<https://web.facebook.com/MafindoID/sumen%20Nasional%2020%20April%29>)



Iklan merupakan sarana komunikasi yang digunakan perusahaan atau produsen untuk menyampaikan informasi tentang barang atau jasa kepada publik via media massa, baik media cetak maupun media elektronik. Melalui iklan, produsen dapat menarik minat konsumen terhadap produk.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat juga berdampak pada perubahan strategi dalam komunikasi pemasaran. Perusahaan pengiklan mulai menggunakan sebuah teknik pengiklanan yaitu *product placement*.

*Product placement* atau penempatan produk adalah teknik pemasaran di mana produk terintegrasi ke dalam acara TV atau film melalui penggunaannya oleh tokoh film, terintegrasi sebagai titik dalam plot film, atau asosiasi dengan tokoh film yang mungkin juga menjadi juru bicara produk.

Teknik *product placement* merupakan salah satu cara dalam komunikasi pemasaran yang marak digunakan produsen untuk mengkomunikasikan produknya. Beberapa



*product placement* adalah menempatkan produk yang akan diiklankan dalam film, (<https://web.whatsapp.com/send?phone=6281318206709&text=>)

dimana produk tersebut dimasukkan dalam alur cerita yang ada seperti pemeran film yang menggunakan produk tersebut. Selain itu, *product placement* dapat dilakukan film ataupun video klip.

*Product placement* pun juga terjadi dalam film Dilan 1990 yang dirilis pada 25 Januari 2018. Film ini sempat menjadi sorotan dalam perfilman Indonesia. Film yang diangkat dari novel karya Pidi Baiq ini berkisah tentang Dilan yang merupakan seorang anggota geng motor di Bandung pada tahun 1990.

Dilan yang menggunakan sepeda motor klasik yakni **Honda CB100** (<http://id.priceprice.com/Honda-CB100-22230/>) warna putih. Sepeda motor klasik ini yang kemudian banyak diburu oleh penggemar film Dilan 1990. Wicaksono dan Priyanto (2018) memotret bahwa pada bulan Januari 2018, Honda CB100 mendapatkan 28,490 *view* di situs Priceprice.com. Selanjutnya pada bulan Februari 2018, popularitas Honda CB100 makin meningkat dengan memperoleh 43,260 *view* yang akhirnya membuat motor antik dan klasik semakin populer dikalangan masyarakat. Simak penampilan motor keren ini pada video berikut ini:

**BACA JUGA Generational Gap: Bagaimana Cara Mengatasinya?**  
(<http://www.infobintaro.com/generational-gap-bagaimana-cara-mengatasinya/>)

### Mengenal Motor Dilan 1990, Honda CB 100 Motor Lawas Bergaya Re..



Baca juga: **Kisah Motor Honda CB100 di Film Dilan, Serba Orisinal**

(<https://otomotif.tempo.co/read/1057561/kisah-motor-honda-cb100-di-film-dilan-serba-orisinal>)

Motor Honda CB100 yang pertama kali dipasarkan pada tahun 1970 sudah tidak lagi diproduksi sejak lama. Hal ini membuat motor tersebut menjadi salah satu motor antik. Konsumen mengalami kesulitan dalam mencari maupun membeli motor tersebut karena motor tersebut juga sudah terlebih dahulu diburu oleh kolektor-kolektor motor antik. Tidak hanya itu, ongkos untuk memperbaiki maupun memodifikasi motor lama tersebut juga cukup mahal.

Ternyata tren ini justru membuahkan dampak pada **Kawasaki W175**. Hal tersebut dapat dilihat pada dampak positif pada penjualan motor model klasik Kawasaki W175 yang dikeluarkan pada penghujung tahun 2017. Di daerah Yogyakarta misalnya, Kawasaki W175 mengalami peningkatan sebanyak 25% setelah rilisnya film Dilan 1990.

Baca juga: **Lebih Retro, Kawasaki Rilis W175 Cafe** (<https://www.oto.com/berita-lebih-retro-kawasaki-rilis-w175-cafe>)

(<https://web.whatsapp.com/send?phone=6281318206709&text=>)



Motor Kawasaki W175 dipandang sebagai substitusi ataupun pengganti dari penggemar motor Honda CB100. Keduanya memiliki gaya yang sama yakni gaya klasik sehingga tidak terlalu berbeda satu sama lain. Keunggulan dari Kawasaki W175, ia merupakan motor keluaran baru yang sudah barang tentu dapat meminimalisir kerusakan yang terjadi. Ongkos “perawatan” motor tersebut lebih sedikit dan saat ini masih mudah untuk dicari dan dibeli karena masih dipasarkan di *dealer* resmi Kawasaki.

Kasus di atas memotret bahwa *product placement* membuat konsumen tertarik terhadap produk tersebut. Iklan dalam media massa memang sangat terasa adanya. Setiap pengelola media tidak bisa melepaskan pengaruh dari periklanan. Pengaruh periklanan ini sangat penting, bahkan lebih penting daripada pengaruh khalayak atau pasar.

Selanjutnya, ketika seorang individu tidak dapat mencapai tujuan atau produk tertentu yang dia inginkan untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seseorang akan cenderung memilih mengganti tujuan tersebut dengan tujuan yang dianggap dapat menggantikan tujuan awal. Caranya adalah dengan menerapkan *substitute goals* yaitu sasaran atau tujuan yang menggantikan sasaran utama individu ketika sasaran itu tidak dapat dicapai.

### **BACA JUGA Cara Mudah dan Ramah Bermedia Sosial**

**(<http://www.infobintaro.com/cara-mudah-dan-ramah-bermedia-sosial/>)**

Meskipun tujuan pengganti atau *substitute goals* mungkin tidak memberikan kepuasan yang seperti tujuan utama sebelumnya, namun hal ini mungkin cukup untuk menghilangkan rasa tidak menyenangkan dari keinginan yang tidak tercapai.

Di sisi lain, kita perlu cermat membaca kasus di atas. Merek barang/jasa yang tampilan secara terlalu mencolok dalam program TV dapat menghasilkan perasaan negatif. Dengan demikian, pengusaha tetap perlu berhati-hati dalam menggunakan strategi *product placement*.

### **Penulis**

Shafa Sapri dan Gita Widya Laksmi Soerjoatmodjo  
Program Studi Psikologi Fakultas Humaniora dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Jaya

### **Referensi**

Anggraini, F. (2018). *Analisis semiotika product placement dalam film lokal aceh* (studi pada film eumpang breuh serial 8). Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah, 3(1). 749-762. Diakses dari <http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/download/6632/2689> (<http://www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP/article/download/6632/2689>)

Schiffman, L. G., & Kanuk. L. L. (2010). *Consumer behavior*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Wicaksono, P., & Priyanto. W. (2018). *Film Dilan dongkrak penjualan Kawasaki W175*. Diakses dari <https://otomotif.tempo.co/read/1067662/film-dilan-dongkrak-penjualan-kawasaki-w175> (<https://otomotif.tempo.co/read/1067662/film-dilan-dongkrak-penjualan-kawasaki-w175>)

(<https://otomotif.tempo.co/read/1067662/film-dilan-dongkrak-penjualan-kawasaki-w175>)

### **Terkait**

Evaluasi Diri dengan Segenap Hati (<http://www.infobintaro.com/evaluasi-diri->



[engan-segenap-hati/](http://www.infobintaro.com/evaluasi-diri-)

(<https://web.whatsapp.com/send?phone=6281318206709&text=>

Ayo Berkebun! (Bagian 2) (<http://www.infobintaro.com/ayo-berkebun-bagian-2/>)

Kenali Peran Penting Perencanaan dalam Berwirausaha : Belajar dari Kasus 7-Eleven (<http://www.infobintaro.com/kenali-peran-penting-perencanaan-dalam-berwirausaha-belajar-dari-kasus-7-eleven/>)

Menghindari Cemburu Berlebihan (<http://www.infobintaro.com/menghindari-cemburu-berlebihan/>)

Mempertahankan Komitmen Pernikahan Seumur Hidup  
(<http://www.infobintaro.com/mempertahankan-komitmen-pernikahan-seumur-hidup/>)

Attachment Dalam Relasi Romantis (<http://www.infobintaro.com/attachment-dalam-relasi-romantis/>)

Karakteristik Kepemimpinan Dalam Berwirausaha  
(<http://www.infobintaro.com/karakteristik-kepemimpinan-dalam-berwirausaha/>)

Remaja dan Body Image (<http://www.infobintaro.com/remaja-dan-body-image/>)

Pahlawan Kekinian (<http://www.infobintaro.com/pahlawan-kekinian/>)

Memasak Bersama Anak: Mengolah Cinta dan Logika, Mengaduk Keterampilan dan Komunikasi dan Mematangkan Keceriaan dan Kepercayaan Diri  
(<http://www.infobintaro.com/memasak-bersama-anak-mengolah-cinta-dan-logika-mengaduk-keterampilan-dan-komunikasi-dan-mematangkan-keceriaan-dan-kepercayaan-diri/>)

## More Stories

(<http://www.infobintaro.com/celebrity-endorsement-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA ([HTTP://WWW.INFOBINTARO.COM/CATEGORY/UNIVERSITAS-PEMBANGUNAN-JAYA/](http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/))

**Celebrity Endorsement (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April)**  
(<http://www.infobintaro.com/celebrity-endorsement-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

🕒 22 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya (<http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/>)

(<http://www.infobintaro.com/apakah-anda-generasi-milenial-hypebeast-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)



(<https://web.whatsapp.com/send?phone=6281318206709&text=>)

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA (HTTP://WWW.INFOBINTARO.COM/CATEGORY/UNIVERSITAS-PEMBANGUNAN-JAYA/)

**Apakah Anda Generasi Milenial Hypebeast? (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April) (http://www.infobintaro.com/apakah-anda-generasi-milenial-hypebeast-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/)**

🕒 20 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya (http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/)

(http://www.infobintaro.com/generasi-milenial-hindari-belanja-kompulsif-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/)

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN JAYA (HTTP://WWW.INFOBINTARO.COM/CATEGORY/UNIVERSITAS-PEMBANGUNAN-JAYA/)

**Generasi Milenial, Hindari Belanja Kompulsif (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April) (http://www.infobintaro.com/generasi-milenial-hindari-belanja-kompulsif-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/)**

🕒 19 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya (http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/)

**You may have missed**

(http://www.infobintaro.com/celebrity-endorsement-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/)

(http://www.infobintaro.com/product-placement-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/)

(http://www.infobintaro.com/sekarang-bisa-menikmati-kopi-minahasa-di-bintaro/)

Universitas Pembangunan Jaya (http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/)

Universitas Pembangunan Jaya (http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/)

Kuliner (http://www.infobintaro.com/category/kuliner/)

**Celebrity Endorsement (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April) (http://www.infobintaro.com/celebrity-endorsement-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/)**

🕒 22 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya

(http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/)  
(http://www.infobintaro.com/author/eva-gs/)  
teknologi-kamera-selfie-vivo-v15/)

**Product Placement (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April) (http://www.infobintaro.com/product-placement-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/)**

🕒 22 April 2019 Universitas Pembangunan Jaya

(http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/)  
(http://www.infobintaro.com/apakah-anda-generasi-milenial-hypebeast-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/)

**Sekarang Bisa Menikmati Kopi Minahasa di Bintaro (http://www.infobintaro.com/sekarang-bisa-menikmati-kopi-minahasa-di-bintaro/)**

🕒 21 April 2019 Eva GS

(http://www.infobintaro.com/author/eva/)



(https://web.whatsapp.com/send?phone=6281318206709&text=)

Universitas Pembanaunan Java

**Etalase**  
(<http://www.infobintaro.com/category/etalase/>)

(<http://www.infobintaro.com/category/universitas-pembangunan-jaya/>)

**Inovasi Teknologi Kamera Selfie Vivo V15**  
(<http://www.infobintaro.com/inovasi-teknologi-kamera-selfie-vivo-v15/>)

🕒 20 April 2019 **Ega**

(<http://www.infobintaro.com/author/ega/>)

**Apakah Anda Generasi Milenial Hypebeast? (Dalam Rangka Hari Konsumen Nasional 20 April)**  
(<http://www.infobintaro.com/apakah-anda-generasi-milenial-hypebeast-dalam-rangka-hari-konsumen-nasional-20-april/>)

🕒 20 April 2019 **Universitas Pembangunan Jaya**

(<http://www.infobintaro.com/author/universitas-pembangunan-jaya/>)



([https://www.infobintaro.com/Info\\_bintaro/](https://www.infobintaro.com/Info_bintaro/))

[Tentang Kami](#)   [Kebijakan Privasi](#)   [Panduan Keamanan](#)   [Frequently Asked Questions](#)

[Pedoman Pemberitaan Media Siber](#)   [Hubungi Kami](#)

Copyright Info Bintaro © 2019 All rights reserved.



**Home** (<http://www.infobintaro.com/>)

**Berita Utama** (<http://www.infobintaro.com/berita-utama/>)

**Kuliner** (<http://www.infobintaro.com/kuliner/>)

**Etalase** (<http://www.infobintaro.com/etalase/>)

**Acara** (<http://www.infobintaro.com/acara/>)

**Pendidikan** (<http://www.infobintaro.com/pendidikan/>)

**Kesehatan** (<http://www.infobintaro.com/kesehatan/>)

**Gaya Hidup** (<http://www.infobintaro.com/gaya-hidup/>)

**Komunitas** (<http://www.infobintaro.com/komunitas/>)

**Tentang Kami** (<http://www.infobintaro.com/tentang-kami/>)

**Kebijakan Privasi** (<http://www.infobintaro.com/kebijakan-privasi/>)

**Panduan Keamanan** (<http://www.infobintaro.com/panduan-keamanan/>)

**Frequently Asked Questions** (<http://www.infobintaro.com/faq/>)

**Pedoman Pemberitaan Media Siber** (<http://www.infobintaro.com/pedoman-pemberitaan-media-siber/>)

**Hubungi Kami** (<http://www.infobintaro.com/hubungi-kami/>)



(<https://web.whatsapp.com/send?phone=6281318206709&text=>)