

PENGARUH *PRODUCT PLACEMENT* TERHADAP *BRAND AWARENESS* NISSAN JUKU PADA SITKOM TETANGGA MASA GITU?

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang pengaruh *product placement* terhadap *brand awareness* Nissan Juke pada sitkom Tetangga Masa Gitu di Kota Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat *product placement* Nissan Juke pada sitkom Tetangga Masa Gitu di Kota Bandung, mengukur tingkat *brand awareness* Nissan Juke pada sitkom Tetangga Masa Gitu di Kota Bandung, dan pengaruh *product placement* terhadap *brand awareness* Nissan Juke pada sitkom Tetangga Masa Gitu di Kota Bandung.

Dengan menggunakan dimensi dari *product placement* yaitu *visual/screen placement*. Kemudian dimensi dari *brand awareness* adalah *top of mind*, *brand recall*, *brand recognition* dan *unaware of brand*. Jenis penelitian ini adalah deskriptif dengan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kota Bandung, berusia ≥ 17 tahun, dengan sampel 100 responden. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan teknik *purpose sampling*. Hasil penelitian menunjukkan tingkat *product placement* Nissan Juke pada sitkom Tetangga Masa Gitu di Kota Bandung dalam kategori tinggi, dan tingkat *brand awareness* Nissan Juke pada sitkom Tetangga Masa Gitu di Kota Bandung dalam juga dalam katagori tinggi. Kemudian hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *product placement* terhadap *brand awareness* Nissan Juke pada sitkom Tetangga Masa Gitu di Kota Bandung.

Kata Kunci : *product placement*, *brand awareness*, Tetangga Masa gitu, Situasi Komedi