

ABSTRAK

Brand placement adalah strategi pemasaran dengan cara menempatkan nama merek pada suatu program di sebuah media tertentu seperti program televisi, film, dll untuk meningkatkan kesadaran yang lebih serta dapat meningkatkan visibilitas dari suatu merek dari sebuah produk atau jasa. Media yang paling sering digunakan untuk *brand placement* adalah media film karena dapat diletakkan secara lembut dan mengalir dengan alur cerita sehingga dapat menciptakan persepsi *audience* yang baik.

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif kualitatif dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi dari dengan adanya strategi *brand placement* BETTER dalam media film yaitu Koala Kumal. Penelitian ini dilakukan pada anggota Forum Film Telkom University Bandung dengan menggunakan teknik *Focus Group Discussion*. Penelitian ini menghasilkan sebuah hasil dimana fungsi *brand placement* yaitu sebagai sebuah *reminder* dinilai berhasil dalam penelitian ini. Persepsi yang dihasilkan oleh para anggota Forum Film Telkom University merupakan persepsi yang baik karena mereka dapat menjelaskan karakteristik BETTER dalam film Koala Kumal dengan baik dan tidak memandangnya secara negatif.

Kata Kunci : *Brand Placement*, Persepsi, Biskuit BETTER, Koala Kumal