

## ABSTRAK

Kezia Adelia (00000007335)

### **PENGARUH PRODUCT PLACEMENT ERIGO DALAM VLOG ARIEF MUHAMMAD UNTUK MEMBANGUN BRAND AWARENESS DI KALANGAN REMAJA JAKARTA**

(xiv + 74 halaman: 15 gambar, 20 tabel, 12 lampiran)

Kata Kunci: *Product Placement, Brand Awareness, Erigo*

Internet masuk ke Indonesia pada tahun 1990 dan terus berkembang sampai sekarang. Pengguna Internet di Indonesia berjumlah 132.7 juta orang dan sebanyak 106 juta orang menggunakan sosial media. Sosial media yang paling banyak digunakan oleh orang Indonesia adalah Youtube. Youtube ini dapat berisikan berbagai jenis video dan salah satunya adalah *vlog*. Sekarang ini *vlog* dapat digunakan sebagai sarana untuk *advertising* yaitu menggunakan *product placement*. Hal ini seperti yang dilakukan oleh *brand* Erigo dalam *vlog* Arief Muhammad. Oleh karena itu, melalui penelitian ini ingin dilihat apakah *product placement* Erigo dalam *vlog* Arief Muhammad dapat berpengaruh terhadap *brand awareness* di kalangan remaja Jakarta.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner untuk data primer dan studi kepustakaan untuk data sekunder. Kuesioner dibagikan kepada remaja berusia 13-21 tahun yang berdomisili di Jakarta.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *product placement* Erigo dalam *vlog* Arief Muhammad dengan *brand awareness*.

Referensi: 28 (1960-2017)

## ABSTRACT

Kezia Adelia (00000007335)

### **THE INFLUENCE OF ERIGO'S PRODUCT PLACEMENT IN ARIEF MUHAMMAD'S VLOG TO BUILD BRAND AWARENESS AMONG JAKARTA TEENAGERS**

(xiv + 74 pages: 15 pictures, 20 tables, 12 attachments)

Keywords: Product Placement, Brand Awareness, Erigo

Internet entered Indonesia on 1990 and still growing until now. Indonesia has 132.7 million people as internet users and 106 million people as social media users. The most used social media in Indonesia is Youtube. Youtube as a social media can contain many variety of videos such as video blog / vlog. Nowadays, vlog can be used for advertisement and one of them is product placement. It is just like what Erigo did in Arief Muhammad's vlog. Because of that this research wants to see is there any impact between product placement Erigo on Arief Muhammad's vlog towards their brand awareness among Jakartan teenagers.

This Research is using quantitative approach with descriptive methods. Data collection to obtain primary data is using questionnaire and to obtain secondary data is using literature review. The questionnaire it self will be spread to 13-21 years old Jakartan Teenagers.

The result of this research shows that there is a positive impact between product placement Erigo in Arief Muhammad's vlog towards their brand awareness.

Reference: 28 (1960-2017)