

**ANALISIS ISI KOMPARATIF *PRODUCT PLACEMENT*  
PADA *CHANNEL* YOUTUBE DEDDY CORBUZIER DAN  
KAESANG PANGAREP**



**Disusun Oleh:**

**Natalia Gama Trinitasari / 1423020089**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
2023**

**Skripsi**

**Analisis Isi Komparatif *Product Placement* Pada *Channel Youtube*  
Deddy Corbuzier dan Kaesang Pangarep**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik  
Widya Mandala Surabaya**



**Disusun Oleh:**

**Natalia Gama Trinitasari / 1423020089**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**2023**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Natalia Gama Trinitasari

NRP : 1423020089

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam Skripsi berjudul **Analisis Isi Komparatif *Product Placement* pada Channel Youtube Deddy Cobuzier dan Kaesang Pangarep** adalah benar adanya dan merupakan hasil karya tulisan saya sendiri. Segala macam kutipan atau karya dari pihak lain sudah saya tulis dengan mencantumkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiarisme saya rela gelar sarjana saya dicabut.

Surabaya, 22 Januari 2024

Penulis,



Natalia Gama Trinitasari

NRP. 1423020089

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**Analisis Isi Komparatif *Product Placement* pada Channel Youtube Deddy  
Cobuzier dan Kaesang Pangarep**

Oleh:

Natalia Gama Trinitasari

NRP.1423020089

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing Skripsi untuk diajukan kepada tim penguji Skripsi.



Surabaya, 22 Januari 2024

## LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada: 15 Januari 2024

Mengesahkan,

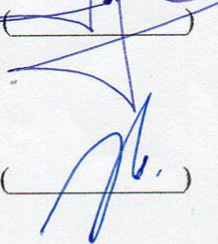
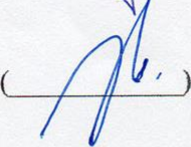
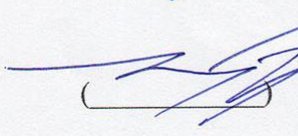
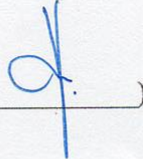
Fakultas Ilmu Komunikasi,



Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji:

1. Ketua : Dr. Finsensius Yuli Purnama S.Sos., M.Med.Kom. (  )  
NIDN. 0719078401
2. Sekretaris : Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom (  )  
NIDN. 0715108903
3. Anggota : Dr. Nanang Krisdinanto Drs., M.Si (  )  
NIDN. 0726126602
4. Anggota : Theresia Intan Putri H., S.Sos., S.I.Kom., M.I.Kom (  )  
NIDN. 0725058704

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Natalia Gama Trinitasari

NRP : 1423020089

Menyetujui proposal skripsi

Judul :

**Analisis Isi Komparatif *Product Placement* pada Channel Youtube Deddy Cobuzier dan Kaesang Pangarep**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang- Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 22 Januari 2024

Yang menyatakan



Natalia Gama Trinitasari

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena kehendaknya saya dapat menyelesaikan penelitian berjudul “Analisis Isi Komparatif *Product Placement* pada *Channel* Youtube Deddy Corbuzier dan Kaesang Pangarep”. Tentunya perjalanan Panjang ini bisa terlewati karena campur tangan Tuhan Yang Maha Esa. Terima kasih kepada setiap orang yang telah berperan dalam selesainya karya ini, baik dosen maupun teman – teman yang lain. Tak lupa juga apresiasi yang sebesar – besarnya untuk diri sendiri yang selalu semangat dalam bertahan untuk menyelesaikan karya ini sampai selesai. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan edukasi kepada orang yang membaca.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas kasih karunia, sukacita, dan damai sejahtera yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan segala proses Proposal Skripsi dengan judul **Analisis Isi Komparatif *Product Placement* pada Channel Youtube Deddy Corbuzier dan Kaesang Pangarep**. Skripsi ini disusun sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penyusunan Skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan, doa, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu perkenankan penulis memberikan ucapan terimakasih kepada:

1. Keluarga Penulis, Yusuf Gatot dan Makrina selaku orang tua penulis dan Laurentzia selaku kakak dari penulis, yang selalu memberikan dukungan dan kekuatan kepada penulis.
2. Ibu Brigitta Revia S.F., S.I.Kom., M.Med.Kom dan Theresia Intan P.H., S.Sos.,M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dan setia mendampingi serta membantu memberikan masukan terkait skripsi ini hingga akhir. Terima kasih atas waktu, dukungan serta motivasi yang telah dikorbankan dalam membimbing penulis.
3. Teman-teman penulis, yakni Herlina, Katryck, Wina, Bintang, Indah, Kezia, Arcel, yang selalu memberikan masukan, dukungan, dan semangat sehingga proses pengerjaan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Dan yang terakhir penulis ingin meng-apresiasi diri sendiri. Karena dapat dengan tabah dan semangat menyelesaikan skripsi ini.



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
<b>I.1 Latar Belakang</b> .....	<b>1</b>
<b>I.2 Rumusan Masalah</b> .....	<b>11</b>
<b>I.3 Tujuan Penelitian</b> .....	<b>11</b>
<b>I.4 Batasan Penelitian</b> .....	<b>12</b>
<b>I.4.1 Objek Penelitian</b> .....	<b>12</b>
<b>I.4.2 Subjek Penelitian</b> .....	<b>12</b>
<b>I.4.3 Metode Penelitian</b> .....	<b>12</b>
<b>I.5 Manfaat Penelitian</b> .....	<b>12</b>
<b>I.5.1 Manfaat Akademik</b> .....	<b>12</b>
<b>I.5.2 Manfaat Praktis</b> .....	<b>13</b>
<b>I.5.3 Manfaat Sosial</b> .....	<b>13</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
<b>II.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	<b>14</b>
<b>II.2 Kerangka Teori</b> .....	<b>19</b>
<b>II.2.1. Komunikasi Pemasaran</b> .....	<b>19</b>
<b>II.2.2. Periklanan</b> .....	<b>21</b>
<b>II.2.3. <i>Product Placement</i></b> .....	<b>21</b>
<b>II.2.4. Youtube sebagai Media Sosial</b> .....	<b>23</b>
<b>II.2.5. Analisis Isi</b> .....	<b>24</b>

II.3	Nisbah Antar Konsep .....	27
II.4	Bagan Kerangka Konseptual.....	28
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
III.1.	Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	29
III.2.	Metode.....	29
III.3.	Identifikasi Variabel Penelitian .....	30
III.4.	Definisi Konseptual.....	30
III.5.	Definisi Operasional.....	31
III.6.	Populasi dan Sampel.....	33
III.7.	Teknik Penarikan sampel.....	34
III.8.	Teknik Pengumpulan Data .....	34
III.9.	Teknik Validitas dan Realibilitas .....	35
III.9.1.	Teknik Validitas .....	35
III.9.2.	Teknik Realibilitas .....	35
III.10.	Teknik Analisis Data.....	37
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>39</b>
IV.1.	Gambaran dan Subjek Penelitian .....	39
IV.1.1.	Profil Akun Youtube Dedy Corbuzier .....	39
IV.1.2.	Profil Akun Youtube Kaesang Pangarep .....	40
IV.2.	Uji Reliabilitas.....	41
IV.3.	Hasil dan Penelitian dan Pembahasan.....	45
IV.3.1.	Dimensi Visual.....	47
IV.3.1.1.	Kuantitas Logo atau Produk .....	47
IV.3.1.2.	Frekuensi Penayangan .....	50
IV.3.1.3.	Penempatan Logo atau Produk.....	53
IV.3.2.	Dimensi Auditori .....	55
IV.3.2.1.	Penyebutan Brand .....	55
IV.3.2.2.	Penjelasan Fungsi dan Kegunaan Brand .....	57
IV.3.2.3.	Pujian Kepada Brand.....	60
IV.3.3.	Dimensi Plot Connection .....	62
IV.3.3.1.	Penggunaan Produk .....	63
IV.3.3.2.	Penyebutan Brand .....	64
IV.3.3.3.	Penampilan Brand.....	66

<b>IV.4. Hasil Penelitian.....</b>	<b>69</b>
<b>IV.4.1. Indikator Product Placement.....</b>	<b>69</b>
<b>IV.4.2. Perbedaan Penyampaian Product Placement di kedua channel     Youtube 72</b>	
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>75</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel II.1 Tabel Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>14</b>
<b>Tabel IV.1 Reliabilitas Antara Peneliti dengan Intercoder A .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel IV.2 Reliabilitas Antara Peneliti dengan Intercoder B .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel IV.3 Tabel Dimensi Visual Kategori Kuantitas Logo atau Produk .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabel IV.4 Tabel Dimensi Visual Kategori Frekuensi Penayangan .....</b>	<b>50</b>
<b>Tabel IV.5 Tabel Dimensi Visual Kategori Penempatan Logo atau Produk.....</b>	<b>53</b>
<b>Tabel IV.6 Tabel Dimensi Auditori Kategori Penyebutan Brand .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel IV.7 Tabel Dimensi Auditori Kategori Penjelasan Fungsi dan Kegunaan Brand .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel IV.8 Tabel Dimensi Auditori Kategori Pujian Kepada Brand.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel IV.9 Tabel Dimensi Plot Connection Kategori Penggunaan Produk.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel IV.10 Tabel Dimensi Plot Connection Kategori Penyebutan Brand .....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel IV.11 Tabel Dimensi Plot Connection Kategori Penampilan Brand .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel IV.12 Product Placement Channel Youtube Dedy dan Kaesang .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel IV.13 Hasil Perbedaan.....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar I.1 Pengguna Media Sosial Youtube di Indonesia oleh We Are Social 2021.....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar I.2 <i>Channel</i> Youtube Deddy Corbuzier .....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar I.3 Contoh <i>Product Placement Channel</i> Deddy Corbuzier.....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar I.4 <i>Channel</i> Youtube Kaesang Pangarep by GK Hebat.....</b>	<b>7</b>
<b>Gambar I.5 Contoh <i>Product Placement Channel</i> Kaesang Pangarep .....</b>	<b>8</b>
<b>Gambar II.1 Jenis Unit Analisis .....</b>	<b>25</b>
<b>Gambar 4.1 Channel Youtube Dedy Corbuzier.....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 4.2 Channel Kaesang Pangarep.....</b>	<b>40</b>
<b>Gambar IV.3 Video program acara Close The Door (Dedy).....</b>	<b>48</b>
<b>Gambar IV.5 Video program acara Kotak Suara .....</b>	<b>49</b>
<b>Gambar IV.6 Salah satu pengambilan single shoot .....</b>	<b>51</b>
<b>Gambar IV.7 Video program acara Podcast Depan Pintu .....</b>	<b>52</b>
<b>Gambar IV.8 Video program acara di channel Dedy Corbuzier .....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar IV.8 Video program acara Podcast Depan Pintu .....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar IV.9 Video program acara Podhub.....</b>	<b>57</b>
<b>Gambar IV.10 Video program acara Goyang Lidah .....</b>	<b>59</b>
<b>Gambar IV.11 Video program acara Podcast depan Pintu .....</b>	<b>62</b>
<b>Gambar IV.12 Video program acara Close The Door (Praz).....</b>	<b>64</b>
<b>Gambar IV.13 Video program acara Podcast depan Pintu .....</b>	<b>66</b>
<b>Gambar IV.14 Video program acara Close The Door (Dedy).....</b>	<b>67</b>

## ABSTRAK

Natalia Gama Trinitasari NRP. 1423020089. Analisis Isi Komparatif *Product Placement* pada *Channel Youtube* Deddy Corbuzier dan Kaesang Pangarep.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menantang banyak perusahaan untuk mengemas iklan lebih kreatif, inovatif dan handal dari sebelumnya. Beberapa perusahaan kini memilih melakukan penempatan produk yang dianggap lebih efisien. *Product Placement* adalah pencantuman produk atau jasa dalam suatu media baik secara disengaja ataupun tidak untuk memberikan paparan promosi kepada Masyarakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode penelitian analisis isi. Dan akan membandingkan karakteristik penyampaian *product placement* di channel Youtube Dedy Corbuzier dan Kaesang Pangarep. Karakteristik penyampaian *product placement* pada channel Youtube Dedy Corbuzier, lebih menonjol ke indikator dimensi visual karena banyaknya brand yang ditempatkan dan jarang untuk menyebutkan brand atau produk yang ada. Sementara dalam channel Youtube Kaesang Pangarep, menerapkan semua indikator yang ada dan tidak menonjol ke salah satu indikator saja.

Kata kunci: *Product Placement*, Komparatif, Analisis Isi

## **ABSTRACT**

Natalia Gama Trinitasari NRP. 1423020089. Analisis Isi Komparatif *Product Placement* pada *Channel* Youtube Deddy Corbuzier dan Kaesang Pangarep.

The development of information and communication technology is challenging many companies to pack advertising more creative, innovative and reliable than ever. Some companies are now choosing to do product placement that is considered more efficient. Product Placement is the inclusion of products or services in a media either intentionally or not to provide promotional exposure to the public. This study uses a quantitative approach, with content analysis research methods. And will compare the characteristics of product placement delivery on the Youtube channel Dedy Corbuzier and Kaesang Pangarep. The characteristics of product placement delivery on Dedy Corbuzier's Youtube channel, are more prominent to visual dimension indicators because of the many brands placed and rarely to mention existing brands or products. While in Kaesang Pangarep Youtube channel, apply all existing indicators and do not stand out to one indicator only.

Keywords: product Placement, comparative, content analysis