

ABSTRAK

Seiring berkembangnya dunia informasi maka proses penyampaian pesanpun semakin luas jangkauannya. Proses penyampaian kepada masyarakat luas bisa dengan cara apa saja atau melalui media apa saja. Sebuah film mampu menyampaikan ide gagasan kepada masyarakat luas dan mampu mempengaruhi perilaku seseorang, sehingga suatu iklan dapat menggunakan film sebagai medianya untuk beriklan. Produsen produk pasti ingin menawarkan produknya agar diketahui oleh masyarakat luas dan dapat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk memakai produk yang di iklankan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penyampaian pesan dari sebuah produk yang beriklan melalui media film. Objek penelitian ini adalah iklan kosmetik Wardah dan Wafer gery Chocolatos yang beriklan melalui film Habibie & Ainun. Penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini. Melalui penelitian ini, penulis mengetahui bagaimana penyampaian pesan iklan yang memilih menggunakan film sebagai media untuk beriklan. Hasil penelitian dianalisis berdasarkan pemikiran mengenai penyampaian pesan pada proses pemasaran dan dihubungkan dengan sebuah komunikasi massa dimana sebuah iklan ingin menyampaikan maksudnya kepada penonton yang menonton film tersebut. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis mendapatkan hasil dari potongan-potongan gambar iklan kosmetik Wardah dan Wafer Gery Chocolatos yang muncul dalam film Habibie & Ainun yaitu proses penyampaiannya menggunakan *Placement product* yang disisipkan di sela-sela adegan dan dibawakan dalam beberapa adegan yang diperankan oleh pemeran utama film tersebut. Berdasarkan sifatnya sebuah film mampu menjangkau masyarakat luas sehingga beriklan melalui film menjadi pilihan alternative bagi produsen produk untuk mengiklankan produknya, namun sangat disayangkan penyampaian pesan sebuah produk dalam film Habibie & Ainun ini terlalu dipaksakan sehingga sedikit mengganggu konsentrasi penonton saat menontonnya.

ABSTRACT

As long as the development of the world, the process of delivering the message information more reach. Delivery process to the wider community can be in any way or through any media. An idea of the movie is able to convey ideas to the public an able influence a person's behavior, so that an advertisement can use his film as a medium for advertising. Manufacturers of product will definitely want to offer products that are known by the public and can effect people's decision to wear the product being advertised. This study aims to determine how the delivery of messages that advertise a product through the medium of film. Object of this study is Wardah cosmetics ads and Wafer Gery Chocolatos that advertise through Habibie & Ainun movie. The author uses descriptive qualitative research method in this study. Through this method, the authors know how the delivery of advertising messages that choose to use film as a medium for advertising. The results were analyzed by the thought of delivering a message to the marketing process and is associated with a mass communication where an ad would like to convey meaning to the audience watching the movie. Based on the research that has been done, the authors obtain the results of the image pieces Wardah cosmetic ads and Gery Wafer Chocolatos who appeared in the film Habibie & Ainun delivery processes using product placement that is inserted in between the scene and brought in some scene played by the film's main character, because by its nature a movie is able to reach out to the wider community that advertise through the film becomes an alternative option for product manufacturers to advertise their products, but it is unfortunate the delivery of a message in the product Habibie & Ainun movie is a little too forced to interfere the audience while watching it.