



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

### ABSTRAKSI

Windi Eka Rusmaya  
44206010019

Efektifitas Event KFC Musik Hit List sebagai Wahana Public Relations PT. Fastfood Indonesia, Tbk dalam Menjalin Hubungan dengan Konsumen Usia Muda  
V Bab + 120 Halaman + 6 Lampiran  
Bibliografi : 32 acuan (1981-2009)

Mengikuti perkembangan jaman yang semakin berkembang, banyak cara dilakukan oleh berbagai perusahaan demi mencari keuntungan yang maksimal, baik dari sisi financial ataupun dari sisi kepuasan pelanggan. Banyak kegiatan yang dapat dilakukan oleh Public Relations perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik dengan konsumennya. Salah satunya menggunakan media event. Event dipilih karena menarik dan memiliki keunikan tersendiri. Event mengandung unsur hiburan yang banyak digemari masyarakat sebagai sarana *refreshing* dari kegiatan sehari-hari. Penikmat event sendiri tak terbatas untuk satu kalangan saja tetapi semua lapisan masyarakat, namun penikmat event paling dominan adalah anak muda. Salah satu perusahaan yang menggunakan event sebagai wahana menjalin hubungan dengan konsumen adalah PT. Fastfood Indonesia Tbk. Dari latar belakang masalah tersebut, muncul rumusan masalahnya adalah sejauhmana efektifitas event sebagai wahana public relations dalam menjalin hubungan dengan konsumen usia muda. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan bahwa peneliti ingin mengetahui sejauhmana efektifitas *event* sebagai wahana PR PT. Fastfood Tbk dalam menjalin hubungan dengan konsumen usia muda.

Konsep penelitian yang digunakan mengacu pada konsep efektivitas yang dikemukakan oleh The Liang Gie, dan Shone yang mengukur tentang event yaitu *uniqueness, perishability of event, intangibility, ritual dan ceremony, ambience and service, personal contact and interactions, labor intensiveness, dan fixed timescale*.

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sifat penelitian *deskriptif* dengan menggunakan metode penelitian *kuantitatif-survey*. Untuk teknik sampel menggunakan *Random sampling* untuk mengukur populasi yang sifatnya homogen dengan jumlah sampel 100 orang responden.

Hasil penelitian menunjukkan mengenai Efektifitas *event* KFC Musik Hit List sebagai Wahana Public Relations PT. Fastfood Indonesia menjalin hubungan dengan konsumen usia muda berdasarkan perhitungan *weight mean score* hasilnya adalah 74,46% yang berarti Efektivitas event Public Relations PT. Fastfood Indonesia menjalin hubungan dengan konsumen usia muda menunjukkan hasil yang efektif.

Untuk pencapaian efektifitas event yang lebih baik dalam menjalin hubungan dengan konsumen maka diharapkan pengelolaan yang baik berhubungan dengan diadakannya event seperti perencanaan lokasi event, pemilihan pembawa acara yang lebih interaktif, pengaturan tata cahaya panggung, kerjasama antar panitia, dan perencanaan pengaturan waktu yang lebih optimal dengan harapan mencapai kepuasan konsumen sebagai sasaran event.