



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
HUBUNGAN MASYARAKAT**

ABSTRAK

Nama : Ditha Kus Irmawarningtyas (04299-012)
Judul : Persepsi Khalayak Terhadap Special Event Product Launching Kartu As Edisi Slank PT Telkomsel
Bibliografi : (1982 – 2004) i – ix + 130 halaman : tabel : lampiran

Penelitian mengenai PERSEPSI KHALAYAK TERHADAP SPECIAL EVENT PRODUCT LAUNCHING KARTU AS EDISI SLANK PT TELKOMSEL dilakukan untuk mengetahui persepsi khalayak terhadap special event product launching kartu As edisi Slank PT Telkomsel. Dimana kegiatan khusus (special event) tersebut dilakukan untuk menarik perhatian dari media pers maupun dari publik terhadap perusahaan atau produk baru yang ingin ditampilkan melalui aktivitas special event itu sendiri.

Adapun perumusan masalah yang akan dikaji yakni bagaimana persepsi khalayak terhadap kegiatan special event Product Launching Kartu As edisi Slank PT Telkomsel. Teori yang mendasari penelitian ini adalah persepsi dari Jalaludin Rahmat yaitu gambaran mental seseorang terhadap sesuatu yang terbentuk berdasarkan pengetahuan dan pengalamannya dengan obyek yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi atau menafsirkan pesan. Sedangkan teori special event dari Rosady Ruslan yaitu suatu perusahaan menyelenggarakan acara atau kegiatan khusus (*special events*) dalam humas adalah salah satu kiat untuk menarik perhatian khalayak Telkomsel terhadap perusahaan atau produk tertentu yang ingin diluncurkan melalui penyelenggaraan special events itu sendiri.

Tipe penelitian ini adalah deskriptif. Sedangkan populasi berjumlah 1500 orang diambil sampel sebanyak 94 responden, dari rumus Slovin Sampling yang dipilih adalah Sampling Random sederhana. Metode penelitiannya yaitu metode survei dengan menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan serta informasi yang berhubungan dengan penelitian ini.

Hasil dari penelitian ini adalah 3.567 menunjukkan persepsi khalayak, terhadap kegiatan special event product launching kartu As edisi Slank PT Telkomsel adalah positif, baik dari segi fasilitas, perlengkapan pendukung event, kepuasan dan layanan. Dengan demikian humas PT Telkomsel dapat menyampaikan pesan perusahaan atau melaksanakan kegiatan special event sesuai yang diharapkan perusahaan.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah bahwa Telkomsel mendapat persepsi positif terhadap penyelenggaraan special event product launching kartu As Slank melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan dalam penelitian ini, adapun saran penulis adalah kegiatan special event PT Telkomsel hendaknya dapat ditambah sesuai dengan kebutuhan khalayak khususnya komunitas Slanker sehingga khalayak merasa lebih diperhatikan.