

## Analisis penilaian khalayak terhadap Special Event MTV VJ Hunt pada bulan Juni 2011 dan pengaruhnya terhadap minat untuk mengikuti kompetisi "Pemilihan MTV VJ Hunt 2011" (studi terhadap pelajar SMAN 6 Kelas III IPS 4 Jakarta Selatan)

Isabella Muliawati Fawzi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20280951&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Special Event merupakan salah satu cara yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan dalam lingkup kerja Public Relations. Salah satu Special Event dalam hal kompetisi pencarian bakat yang cukup lama ada di Indonesia adalah MTV VJ HUNT. Seiring dengan semakin banyak ajang kompetisi bermunculan, dan manajemen MTV VJ HUNT sempat rehat selama beberapa tahun, membuat popularitas ajang ini menjadi berkurang. Hal ini bisa dilihat dari minat untuk mengikuti ajang ini dari tahun ke tahun semakin sedikit. Penelitian menggunakan paradigma positivis pendekatan kuantitatif, dan bersifat eksplanatif. Hasil penelitian ini ditemukan adanya pengaruh yang tidak signifikan antara penilaian khalayak terhadap Special Event MTV VJ HUNT 2011. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh penilaian khalayak terhadap Special Event MTV VJ HUNT pada bulan Juni 2011 terhadap minat untuk mengikuti kompetisi MTV VJ HUNT 2011.

.....Special Event is a tool that Public Relations can use to reach their goals. One of the Special Event that usually got a lot of attentions are contest and competitions. One of the oldest contest and competitions in Indonesia is MTV VJ HUNT. Nowadays because there are a lot of contest and competitions and MTV VJ HUNT's management got some rest for some years, this event is no longer popular as it used to be. You can see it clearly from the people who have an interest to participating in MTV VJ HUNT from year to year is getting smaller in numbers. This research used positivist, qualitative, and explanative paradigm. It is found on this research that there are non significance between public opinion about Special Event MTV VJ HUNT 2011. The aim of this study is to find out the effect of influence between public opinion about special event MTV VJ HUNT on June 2011 with the interest to participating in "MTV VJ HUNT 2011" competition.