

## ABSTRAK

*Special Event KICKFEST* adalah suatu *event* yang mengusung tema “*support our local brand*” yang pertama kali diselenggarakan di Kota Bandung. Penelitian ini membahas tentang pengaruh dari *special event KICKFEST* terhadap pengetahuan khalayak mengenai *brand* lokal dengan mengambil studi kasus *event KICKFEST 2015*. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh *special event KICKFEST* terhadap pengetahuan, sikap dan perilaku khalayak mengenai *brand* lokal. Pengukuran dilakukan dengan mengukur variabel *special event* sebagai variabel X dan variabel pengetahuan khalayak sebagai variabel Y. Ada pun indikator variabel X yang diukur adalah intensitas, gaya pesan, isi media, dan media. Indikator variabel Y yang diukur kognitif, afektif, dan konatif. Sampel yang digunakan adalah 100 responden yang datang pada *event KICKFEST 2015*. Metode penelitian yang dilakukan adalah metode kuantitatif-deskriptif. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana, analisis *pearson product*, uji normalitas, uji determinasi dengan menggunakan program SPSS 20. Hasil perhitungan analisis regresi linear sederhana didapatkan hasil  $Y = 14,148 + 0,441 X$ . Koefisien regresi bernilai positif, artinya *Special Event KICKFEST* memberikan pengaruh positif terhadap Pengetahuan Khalayak, besarnya pengaruh variabel *special event* terhadap pengetahuan khalayak mengenai *brand* lokal adalah sebesar 21,7%.