

ABSTRAK

Evaluasi Promosi Lini Bawah pada Program Universal Service Obligation (USO) PT.Telkomsel Periode 2008-2010

(Studi Kasus : Desa Cibodas, Kecamatan Soreang, Kabupaten Bandung)

Program USO merupakan salah satu bentuk layanan Telkomsel untuk membantu pemerintah dalam memenuhi kepadatan telekomunikasi di Indonesia. Untuk mensosialisasikan program ini ke masyarakat perlu adanya suatu media promosi dan media promosi yang digunakan Telkomsel adalah media promosi lini bawah, seperti : papan reklame, petugas USO, dan rambu warsel. Namun, selama 2 tahun program ini berlangsung, kegiatan media promosi lini bawah ini dirasakan belum efektif, salah satunya di wilayah desa Cibodas. Dalam penelitian ini penulis ingin mengevaluasi hasil promosi lini bawah yang telah dilakukan di desa Cibodas dengan melihat communication effect dan sales effect dari responden.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori dengan teknik sampling yaitu *non-probability sampling (judgement sampling)*, dimana pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah seluruh warga desa USO yang menggunakan layanan ini. Alasan memilih sampel tersebut adalah untuk melihat tanggapan pengguna layanan ini terhadap media promosi lini bawah. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis nilai jenjang dan regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media promosi lini bawah yang digunakan PT.Telkomsel dinilai baik oleh responden. Hal ini bisa dilihat dari nilai rata-rata communication effect dan sales effect masuk dalam skala efektif yaitu 2,84 dan 3,06667 (kriteria efektif = 2,51 – 3,25). Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa ada pengaruh antara communication effect terhadap sales effect walaupun kontribusi efektif yang diberikan communication hanya 25% dan sisanya yaitu 75% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.