

ABSTRAK

Bisnis telekomunikasi merupakan salah satu bisnis yang pada dekade terakhir ini mengalami perkembangan yang sangat cepat. Salah satu perusahaan yang ikut memarakkan bisnis ini adalah PT Indosat, salah satu perusahaan swasta nasional yang telah mampu meraih pangsa pasar kedua setelah PT Telkomsel. Untuk semakin memantapkan kedudukannya sebagai salah satu penyedia layanan jasa telekomunikasi, PT Indosat membentuk satu badan di lingkungan perusahaannya, yaitu *Marketing Public Relation*, dimana salah satu tugas dari badan ini adalah untuk meningkatkan *image* dari PT Indosat. Dari hasil sigi awal dapat diketahui bahwa *marketing public relation* telah terbukti mampu meningkatkan *corporate image* dari PT Indosat.

Metode penelitian yang dipakai adalah jenis konklusif eksperimental. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer didapatkan dari hasil pengisian kuisioner yang diisi oleh para responden dan data sekunder didapatkan dari referensi-referensi yang dipakai. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini masyarakat Surabaya dan berjumlah 100 orang.

Dari hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kegiatan *Marketing Public Relation* PT Indosat melalui acara Indosat Super Show mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *corporate image* PT Indosat.