

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Broadcasting

Muhammad Ravesta Assti Pratama

Strategi Marketing Sponsorship PSIM Yogyakarta di Liga 2 Indonesia 2017

Tahun Skripsi : 2018 + 77 Halaman + 24 Halaman Lampiran

Daftar Pustaka : 21 Buku + 3 Jurnal

Dalam dunia sepakbola yang semakin kompetitif ini, tantangan yang dihadapi oleh klub-klub yang berkompetisi di Liga Indonesia sangatlah berat. Untuk bisa bersaing tentu dibutuhkan finansial yang kuat seperti mendatangkan sponsor. Dengan adanya sponsor maka keuangan klub akan terbantu dalam mengarungi kompetisi. Apalagi setelah dilarangnya penggunaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah (APBD) untuk membiayai sepakbola tentu hal ini membuat klub harus memutar otak untuk mencari sponsor guna bertahan di kancah sepakbola Indonesia.

Melalui penelitian ini, peneliti menganalisa strategi marketing sponsorship PSIM Yogyakarta di Liga 2 Indonesia 2017. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Metode penelitian yang dipakai adalah studi kasus dan pengumpulan data yang dilakukan adalah melalui wawancara dan dokumen.

Pada musim Liga 2 Indonesia 2017, manajemen PSIM Yogyakarta berhasil mendatangkan 6 sponsor yakni Universitas Ahmad Dahlan, Corsa, Gojek, Bank Jogja, Gudengnet dan MTRM Merch. Dalam menjalankan strategi selama ini manajemen PSIM Yogyakarta melakukan penawaran kerjasama dan melalui pengajuan proposal ke beberapa perusahaan nasional. Proses kerjasama sponsorship di PSIM Yogyakarta sudah berjalan dengan baik. Masuknya sponsor di Liga 2 Indonesia 2017 dirasa cukup membantu keuangan PSIM Yogyakarta selama 1 musim. Pada Liga 2 Indonesia 2017 PSIM Yogyakarta menghabiskan dana sebesar Rp.3.150.000.000,- dana tersebut banyak dihabiskan untuk gaji pemain serta biaya pertandingan luar kota. Dengan kehadiran 6 sponsor di PSIM Yogyakarta untuk Liga 2 Indonesia 2017 membuktikan bahwa PSIM Yogyakarta merupakan klub profesional yang tidak dibiayai pemerintah.

Kata Kunci : Strategi, Marketing, Sponsorship

