

ABSTRAK

Winata Verdio Eryunda. 13321052. Strategi Komunikasi Pemasaran (Marketing Communication) PT. Bola Basket Indonesia dalam Mempertahankan dan Menarik Minat Penonton Liga Basket Indonesia IBL Musim 2017-2018. Skripsi Sarjana. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. 2019.

Tujuan penelitian ini adalah 1) Untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran PT. BBI dalam mempertahankan dan menarik minat penonton di liga basket Indonesia IBL musim 2017/2018; 2) Untuk mengetahui kendala komunikasi pemasaran PT. BBI dalam mempertahankan dan menarik minat penonton di liga basket Indonesia IBL musim 2017/2018.

Paradigma penelitian adalah konstruktivisme. Jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi. Analisis data adalah deskriptif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Strategi komunikasi pemasaran dilakukan dengan a) PT. BBI menjalin media *partnership* dengan beberapa media baik media cetak maupun elektronik. PT. BBI juga menggunakan sarana media sosial seperti Instagram, facebook; b) Aktivitas *personal selling* jarang dilakukan dikarenakan keterbatasan SDM dan minimnya jalinan kerjasama dengan *sponsorship* yang mempunyai kepentingan dengan penyelenggaraan Liga Basket Indonesia; c) PT. BBI menjalin dan melibatkan komunitas pada setiap event yang diselenggarakan; d) Promosi dilakukan dengan cara membagikan stiker gratis, memberikan tiket secara gratis untuk menonton pertandingan Liga Basket Indonesia, memberikan fasilitas *sponsorship* bagi komunitas basket. 2) Peluang yang ada adalah PT. BBI dapat melakukan kegiatan untuk mendukung promosi seperti *roadshow*, *livestream*, dan *supporting event*. Selanjutnya Pihak PT. BBI dapat melakukan aktivitas publikasi yang tidak hanya berfokus pada media *partnership* dari Liga Basket Indonesia saja dan media sosial yang dimiliki perusahaan. Hambatan yang ada adalah minimnya jumlah SDM dalam bidang komunikasi pemasaran dan kemampuan dalam negosiasi yang terbatas karena negosiasi adalah merupakan keahlian dan keterampilan yang tidak dimiliki oleh semua orang dan minimnya biaya atau anggaran untuk melakukan promosi. Selain itu masih ada perusahaan yang memiliki visi dan misi yang sama dengan PT. BBI.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Minat Penonton, Liga Basket Indonesia.