

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai “Strategi Komunikasi Pemasaran PT Persib Bandung Bermartabat Dalam Mendapatkan *Sponsorship* 2022/2023” maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Periklanan, bentuk kegiatan periklanan yang dilakukan oleh PT Persib Bandung Bermartabat dalam mendapatkan *sponsorship* dengan membuat edukasi, *podcast*, dan *company profile* yang nantinya disebarakan kepada brand-brand yang sudah ditargetkan melalui acara-acara bisnis atau dapat juga menggunakan *email marketing*. Selain itu juga PT Persib Bandung Bermartabat memaksimalkan periklanan menggunakan media-media online dan media sosial seperti Instagram, twitter, tiktok, youtube.
2. Promosi Penjualan, pada kegiatan ini PT Persib Bandung Bermartabat B2b dengan memberikan promosi *talent management* yaitu berupa slot pada akun media sosial persib untuk nantinya dapat digunakan tergantung dari pihak sponsor memilih slot yang mana.
3. Pemasaran Langsung, kegiatan pemasaran langsung yang dilakukan oleh PT Persib Bandung Bermartabat menggunakan *offline* dan juga *online*. untuk offline sendiri cara yang dilakukan adalah dengan mendatangi acara-acara bisnis ataupun juga seminar-seminar yang pada saat di acara tersebut pihak PT Persib Bandung Bermartabat melakukan *elevator pitch*. Dalam

acara-acara tersebut terciptalah networking, dan untuk online PT Persib Bandung Bermartabat menggunakan media online yaitu *email marketing* penggunaan *email marketing*.

Strategi komunikasi pemasaran kegiatan yang dilakukan oleh PT Persib Bandung Bermartabat adalah dengan tiga elemen komunikasi pemasaran yaitu periklanan, promosi penjualan, dan pemasaran langsung baik dengan *offline* maupun dengan *online* untuk mendapatkan *sponsorship*. Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh PT Persib Bandung Bermartabat terbilang efektif karena meski kompetisi sudah dimulai PT Persib Bandung Bermartabat masih banyak melakukan penambahan kerja sama dengan sponsor. Meski terdapat beberapa hal yang harus diperbaiki dan dievaluasi seperti halnya memaksimalkan penggunaan media sosial karena tidak semua bobotoh memakai media sosial.

## **5.2 Saran**

Dari penelitian yang telah sudah dilakukan, adapun saran yang dapat diberikan oleh peneliti sesuai dengan hasil pengamatan selama penelitian berlangsung.

### **5.2.1 Bagi PT Persib Bandung Bermartabat**

1. Memaksimalkan penggunaan media-media yang menjangkau seluruh bobotoh PT Persib Bandung Bermartabat karena tidak semua bobotoh memiliki media online.

2. Memaksimalkan *channel-channel* yang dikelola oleh Persib jadi tidak hanya intens di satu media saja melainkan merata.

### **5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya**

1. Untuk peneliti selanjutnya disarankan agar lebih memperdalam lagi mengenai studi terkait.
2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengambil data tidak hanya dari pihak PT Persib Bandung Bermartabat melainkan juga dari pihak sponsor.
3. Untuk peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian lebih lanjut terkait strategi komunikasi PT Persib Bandung Bermartabat dengan pemilihan pendekatan dan metode yang lebih baik.