

ABSTRAK

Iik Jafar Sidik. 1144060028. Manajemen Humas dalam Mempertahankan Sponsor. Studi Kasus pada Humas PT. Persib Bandung Bermartabat.

PT. Persib Bandung Bermartabat merupakan salah satu perusahaan atau badan hukum yang legal dimata PSSI, kini menjadi salah satu organisasi yang mampu mengelola segala bentuk kebutuhan tim Persib Bandung untuk mengarungi kompetisi yang diadakan oleh PSSI, salah satu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh manajemen PT. Persib Bandung Bermartabat adalah dengan menjalin kerjasama dengan para sponsor yang bertujuan untuk menghasilkan keuntungan sehingga dapat menghidupi kebutuhan tim. PT. Persib Bandung Bermartabat telah melakukan beberapa kegiatan sebagai upaya dalam mempertahankan sponsor agar terus bekerjasama dengan perusahaan. Upaya mempertahankan yang dilakukan tersebut diperlukan peran humas dalam mengelola sponsor-sponsor yang bekerjasama tersebut sehingga dapat bertahan, baik dalam satu musim atau lebih di setiap pertandingan, meskipun PT. Persib Bandung Bermartabat telah mendapatkan hasil yang kurang memuaskan dalam mengarungi kompetisi Liga 1 kemarin. Berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti merasa tertarik untuk melakukan kajian lebih lanjut mengenai manajemen humas yang dilakukan oleh PT. Persib Bandung Bermartabat dalam mempertahankan sponsor.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses yang dilakukan PT. Persib Bandung Bermartabat dalam menjalankan program atau kegiatan Manajemen Humas dalam Mempertahankan Sponsor mulai dari proses *defining Public Relations, planning and programming, taking action and communication* hingga *evaluating the program*. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsep *four step PR (Public Relations)* yang didalamnya terdapat suatu rangkaian proses yang dapat menghantarkan pada kesuksesan dalam mempertahankan sponsonor. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme yang bertujuan untuk memaknai makna-makna yang diungkapkan informan mengenai kegiatan Manajemen Humas dalam Mempertahankan Sponsor. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu dengan teknik wawancara mendalam dan observasi partisipatori pasif yang dilakukan kepada empat informan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Manajemen Humas dalam Mempertahankan Sponsor dimulai dengan proses *defining Public Relations problem, planning and programming, taking action and communication* dan diakhiri dengan *evaluating the program*, sehingga melalui proses ini dapat ditentukan masalah apa yang akan dijadikan suatu fokus kegiatan melalui analisa data-data yang didapatkan, selanjutnya mampu menjadikan sebuah program atau kegiatan dapat terlaksana dengan efektif sesuai apa yang direncanakan, kemudian melakukan kinerja serta berkomunikasi didalam sebuah program atau kegiatan dengan tujuan untuk menentukan waktu, kapan, dimana, dan bagaimana program atau kegiatan tersebut dilaksanakan, terakhir adalah evaluasi dari keseluruhan program atau kegiatan yang telah dilaksanakan untuk mengukur sejauh mana pencapaian yang sudah dilakukan dengan melihat dari kekurangan dan kelebihanannya.

Kata Kunci: Manajemen, Humas, Sponsor