

## ABSTRAK

Toko *online* atau biasa disebut *onlineshop* merupakan tempat jual-beli kebutuhan manusia. Dibiidang *Jersey Sepak Bola* dalam *onlineshop* salah satunya adalah Boogieid.sports yang sudah berdiri sejak tahun 2015 di Yogyakarta dengan mengangkat konsep *Original*. Di Yogyakarta sendiri Boogieid.sport menjadi satu-satunya *onlineshop* yang memiliki toko fisik dengan berjualan *Jersey Original*. Boogieid.sport memanfaatkan media *online* yakni *Instagram* untuk melakukan penjualan agar dapat mempermudah konsumen untuk melakukan transaksi jual-beli di luar Yogyakarta. Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Boogieid.sport untuk meningkatkan penjualan. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan data diperoleh melalui metode observasi, wawancara dan studi pustaka. Untuk teori peneliti menggunakan Teori Perencanaan dan Hasil penelitian ini, mendeskripsikan strategi yang digunakan oleh Boogieid.sport yang sebelumnya telah direncanakan dengan matang agar dapat terealisasi sesuai dengan yang diharapkan. 'Boogieid.sport hanya menerapkan sebagian dari bauran promosi yakni *personal selling* dan *sales promotion* sehingga hasilnya belum cukup untuk memenuhi target penjualan *online* yang diharapkan. Peneliti menemukan kesimpulan langkah kedepan yaitu menerapkan *Pay Promote* menjadi strategi komunikasi pemasaran Boogieid.sport dan dari postingan video perlu di gencarkan Boogieid.sport dalam mempromosikan dagangannya.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Pemasaran, *Online*, *Jersey*, Boogieid.sport

## **ABSTRACT**

*An online store or commonly called onlineshop is a place to buy and sell human needs. In the field of Soccer Jersey in online clothing, one of them is Boogieid.sport, which has been established since 2015 in Yogyakarta by raising the concept of Original. In Yogyakarta, Boogieid.sport is the only online shop that has a physical store selling Jersey Original. Boogieid.sport uses online media such as Instagram to make sales so that it can make it easier for consumers to conduct trade transactions outside Yogyakarta. This research was conducted to review the Marketing Communication Strategy conducted by Boogieid.sport to increase sales. The type of research used is qualitative. This study uses qualitative methods and data obtained through methods of observation, interviews and literature. For the theory, researchers use Planning Theory and the results of this study, describe the strategies used by Boogieid.sort which had previously been carried out with development so that they can be realized as expected. 'Boogieid.sport only uses a large portion of mix promotions, namely personal sales and sales promotions so that it is not enough to meet the expected online sales target. The researcher found a conclusion that the next step is to apply Pay Promote to Boogieid.sport's marketing communication strategy and from Video posts Boogieid.sport needs to be intensified in promoting its merchandise.*

*Keywords: Marketing Communication Strategy, Online, Jersey, Boogieid.sport*