

ABSTRAK

Kegiatan belanja online ini merupakan bentuk komunikasi yang tidak memerlukan komunikasi tatap muka secara langsung. Melainkan bisa komunikasi dengan menggunakan *smartphone,notebook*, laptop dan lain lain yang bias meangkses internet dengan baik. Belanja toko *online* adalah salah satu bentuk perdagangan elektronik yang digunakan untuk kegiatan transaksi penjual ke penjual ataupun penjual ke konsumen.

Dalam tujuan peneliti ini penelitian menganalisa tentang strategi komunikasi pemasaran Choral.id dalam penjualan di *marketplace* di masa pandemi, dalam menemukan strategi untuk mempertahankan penjualan di masa pandemi, permasalahan dalam penelitian ini yaitu tentang Sumber Daya Manusia yang tidak satu tujuan dalam mengembangkan strategi komunikasi pemasaran dan permasalahan lainnya tetang susahnya bahan baku dalam pembuatan produk yang minimnya pengeriminaan karna terbatasnya aktifitas dimasa pandemic ini.

Penelitian ini juga menggunakan metode studi deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data pada kualitatif dilakukan dengan cara obervasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data pada peneltian kualitatif lebih difokuskan pada pengumpulan data, penyempurnaan data, pengolahan data, analisis data, proses analisis data, dan simpulan hasil penelitian.

Hasil dari penelitian ini yaitu, dari startegi komunikasi pemasaran dengan menggunakan *marketplace* untuk penjualan dengan startegi penerapan iklan, promosi di instragam membuat konten di tiktok lalu menfaatkan Sumber Daya Manusia yang mau satu tujuan untuk mengembangkan strategi komunikasi pemasaran.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, peneliti selanjutnya ingin memberikan beberapa saran yang bermanfaat serta dapat memotivasi peneliti.

Kata kunci : Strategi,Komunikasi, Pemasara, *Marketplace*

ABSTRAK

This online shopping activity is a form of communication that does not require communication face to face directly. But it can communicate using smartphones, notebooks, laptops and others that can be well -stable. Shopping for online stores is one form of electronic trade used for seller's transaction activities to sellers or sellers to consumers.

In this objective the researcher research analyzes the Choral.id marketing communication strategy in sales in the marketplace in the Pandemic period, in finding a strategy to maintain the wishes in the Pandemic period, the problem in this study is to be a human resource that is not one goal in developing marketing communication strategies and Another problem is the difficulty of raw materials in making products with minimal mischief because of the limited activities of this pandemic.

This study also uses qualitative descriptive study methods, data collection techniques in qualitative are carried out by observation, interviews, and documentation. Data analysis on qualitative research is more focused on data collection, data improvement, data processing, data analysis, data analysis process, and conclusions of research results.

The results of this study are, from marketing communication strategies using marketplaces for sales with advertising strategies, promsi in the instrument makes content in Tiktok and then utilize human resources who want one goal to develop marketing communication strategies.

Based on the results of the research above, the next researcher wants to provide some useful suggestions and can motivate researchers.

Keywords: Strategy, Communication, Market, Marketplace