

ABSTRAK

Hadirnya pandemi Covid 19 di Indonesia kini sangat mempengaruhi banyak sektor dimulai dari kesehatan, politik, pendidikan serta perekonomian yang merugikan banyak masyarakat. Bahkan sektor bisnis yang secara langsung turun drastis, salah satu yang terkena dampak pandemi ini yaitu bisnis makanan dan minuman. Dari kondisi demikian menimbulkan banyak persaingan sektor dibidang bisnis ini yang semakin ketat. Oleh karena ini tujuan penelitian ini, untuk menganalisis strategi promosi yang dilakukan oleh JurnalRisa Coffee dalam memajukan penjualan di masa pandemi Covid 19 melalui media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan teori Strategi Promosi, Bauran Promosi, Media Sosial Instagram. Metode yang digunakan pada penelitian adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan observasi dan wawancara mendalam. Hasil yang telah diperoleh dari penelitian ini adalah JurnalRisa Coffee telah melakukan strategi promosinya dengan mengimplementasikan tahap-tahapan promosi yang mengoptimalkan pemasaran. Kemudian menyertakan bauran promosi, *Advertising* melalui konsep strategi *copy* iklan, *sales promotion* yang memfokuskan dengan kondisi pandemi saat ini yaitu sterilisasi pada produk dengan memberikan *voucer*, *Direct Marketing* melalui media sosial Instagram, serta *Personal Selling* melalui Instagram secara tatap muka.

Kata Kunci: Strategi Promosi, Bauran Promosi, Media Sosial Instagram, PPKM dan PSSB.