

ABSTRAK

Munculnya kondisi pandemi Covid 19 di Indonesia ini, mempengaruhi banyak sektor dari kesehatan, pendidikan, bahkan ekonomi yang merugikan banyak masyarakat. Termasuk sektor bisnis yang menurun drastis, salah satu bisnis yang kena dampaknya yaitu jual beli mobil bekas. Dari kondisi tersebut menimbulkan persaingan bisnis yang semakin ketat. Maka tujuan penelitian ini, untuk menganalisis strategi promosi yang dilakukan oleh AIAuto Garage dalam meningkatkan penjualan mobil bekas di masa pandemi Covid-19 melalui media sosial Facebook. Penelitian ini menggunakan teori Komunikasi Pemasaran, Strategi Promosi, Bauran Promosi, Media Sosial Facebook. Metode yang digunakan pada penelitian adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah AIAuto Garage melakukan strategi promosinya dengan mengaplikasikan tahap-tahap promosi dan komunikasi yang mengoptimalkan pemasarannya. Juga menyertakan bauran promosi, *advertising* melalui konsep strategi *copy* iklan, *sales promotion* yang menyesuaikan kondisi pandemi saat ini yaitu sterilisasi pada produk dan memberikan gratis masker, *direct marketing* melalui media sosial facebook, juga *personal selling* melalui facebook serta secara tatap muka.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Strategi Promosi, Bauran Promosi, Media Baru, Media Sosial Facebook.