# ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Strategi Promosi Teman Cerita Kita *Wedding Planner & Organizer* Dimasa Pandemi Covid-19” Strategi promosi sangat penting bagi perusahaan untuk mengenal lebih dalam tentang suatu produk atau jasa. Dimasa pandemi covid-19 seperti saat ini melakukan promosi oleh *wedding organizer* menjadi kendala karena situasi, sehingga promosi yang efektif saat pandemi covid-19.

Tujuan dari peneltian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi promosi dari *wedding organizer.* Dan bagaimana acara pernikahan dimasa pandemi covid-19 sehingga memunculkan tren-tren pernikahan baru dimasa pandemi covid-19 ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif denga metode deskriptif dengan teori *marketing mix*. Dalam penelitian ini peneliti memilih informan yaitu satu informan utama, satu informan ahli atau kunci, satu informan akademis, dan empat informan pendukung yang telah menikah menggunakan jasa Teman Cerita Kita *Wedding Planner & Organizer.*

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan studi kepustakaan, melakukan observasi (pengamatan), wawancara serta dokumentasi. Teknik analis data menggunakan reduksi, penyajian data, kesimpulan dan saran.

Hasil dari penelitia ini adalah strategi promoi yang dilakukan oleh Teman Cerita Kita *wedding planner & organizer* dengan produk (*product)* yang disediakan oleh *wedding organizer* ini sudah sesuai dengan jasa dan kualitas yang diberikan. Harga *(price)* bervariasi, tidak terpaku dengan harga dan jasa yang telah ditentukan. Place (place) Teman Cerita Kita *Wedding Planner & Organizer* ini sangat strategis. Promosi (promotion) Teman Cerita Kita *Wedding Planner & Organizer* selama pandemi covid-19 ini menggunakan sosial media selain itu melakukan kerjasama dengan vendor dan *word of mouth* atau dari mulut ke mulut.

Kata Kunci: *Wedding Organizer, Marketing Mix, Strategi Promosi*