

ABSTRAK

Semakin maraknya bisnis di bidang makanan membuat bisnis di sektor ini sangat menggiurkan. Semakin banyak kompetitor yang saling bersaing merebut perhatian pelanggan, dari nama besar sampai pendatang baru turut meramaikan bisnis ini. Pengusaha pun dituntut untuk terus melakukan inovasi dan juga promosi terhadap produknya. Donat Pops adalah salah satu dari sekian banyak pelaku bisnis ini, dengan keunikan donatnya yang mini dengan berbagai macam varian rasa yang dapat memanjakan lidah para pecinta jajanan roti. Namun dengan semakin ketatnya persaingan, Donat Pops juga harus mengimbangi kompetitornya dari sisi promosi. Dengan perancangan strategi promosi yang tepat diharapkan promosi yang dilakukan akan semakin efektif menarik perhatian konsumen. Dalam perancangan ini menggunakan metode kualitatif metode pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, kuesioner dan studi pustaka. Sedangkan metode analisis data yang digunakan adalah AIO, AISAS dan SWOT dan beberapa teori lainnya. Hasil dari penelitian ini berupa rancangan untuk media promosi dalam bentuk media cetak, digital dan rangkaian promosi lainnya sebagai solusi untuk meningkatkan *awareness* target audiens.

Kata kunci: Donat Pops, media promosi, strategi promosi, UMKM