

ABSTRAK

Terciptanya inovasi produk olahan pangan, membuat ragam menu yang inovatif guna berlangsungnya persaingan bisnis yang ketat. Tren inovasi olahan pangan yang dari tahun ke tahun terus berkembang salah satunya adalah roti (*bakery*). Pemilik UMKM menginginkan pasar yang lebih luas lagi secara angka pembelian, terutama melalui *platform* digital. Target pasar secara wilayahnya yang ditetapkan oleh Sweetso Premium Donuts. Sweetso Premium Donuts adalah salah satu dari sekian banyak pelaku bisnis ini, dengan keunikan donatnya yang memiliki topping sweet dan menarik dengan berbagai macam varian rasa yang dapat memanjakan lidah para pecinta jajanan donat. Namun dengan semakin ketatnya persaingan, Sweetso Premium Donuts 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. Dalam perancangan strategi promosi ini, penulis memilih untuk menggunakan sosial media dan membuka *booth event* sebagai media promosi, yang mana sosial media sangat dekat kaitanya dengan target audiens dan *booth event* sebagai sarana bercengkrama dan mempromosikan secara langsung. Saran bagi para pelaku usaha lainnya diharapkan untuk senantiasa terus berinovasi pada produknya seraya melakukan promosi dan menyampaikan informasi kepada target audiens dengan memanfaatkan media dan teknologi informasi yang semakin canggih.

Kata kunci :Sweetso Premium Donuts, Media Promosi, Perancangan Strategi Komunikasi, UMKM, Booth Event.