

## **ABSTRAK**

Donita Food merupakan salah satu UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) yang menawarkan berbagai macam varian produk makanan beku (frozen food) sejak tahun 2014 di Kota Medan. Donita memproduksi makanan beku sebagai camilan (makanan ringan) dan lauk pauk (makanan berat) mulai dari abon, bakpao, dimsum, donat, kebab, bakso, cireng, bumbu masak, kacang, keripik, olahan daging sapi, olahan daging ayam dan masih banyak lagi. Namun kurangnya brand awareness sehingga Donita Food masih belum dikenal oleh masyarakat luas diakibatkan permasalahan dalam promosi dan media sosialnya. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah merancang strategi promosi yang dapat meningkatkan brand awareness Donita Food agar lebih dikenal lebih luas. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dianalisis lebih lanjut menggunakan metode SWOT, AOI dan AISAS. Hasilnya berupa rancangan kegiatan promosi melalui media yang memanfaatkan strategi penjualan langsung menggunakan food truck dengan brand activation berupa challenge. Ditambah dengan penggunaan media sosial sebagai penunjang keberhasilan kegiatan promosi ini.

Kata Kunci: brand awareness, brand activation, food truck, frozen food, promosi, UMKM.