

ABSTRAK

Kondisi sekarang yang mengharuskan kegiatan belajar mengajar dilaksanakan secara *online*/dirumah mengakibatkan penggunaan aplikasi bimbingan belajar meningkat lebih dari seratus persen. Aplikasi seperti RuangGuru, Zenius, dsb menyajikan layanan bimbingan belajar berupa paket belajar yang berisi video materi per pelajaran disertai dengan contoh soal dan pembahasannya yang dapat diakses secara *online*. Menurut EduAlecta sebesar 69,2% pelajar lebih menyukai bimbingan belajar yang sistemnya bisa memilih sendiri pelajaran yang mereka butuhkan dibandingkan dengan sistem paket pelajaran yang sudah disediakan. Persaingan yang ketat ini mengharuskan sebuah bisnis perlu mempromosikan produknya semenarik mungkin untuk bisa dikenal dan diingat dalam benak konsumen. Aplikasi EduAlecta hadir dengan menyajikan layanan bimbingan belajar dengan sistem pelajar dapat memilih pelajaran apa yang mereka butuhkan untuk bimbingan belajar nantinya. Tak hanya itu pelajar dapat menentukan durasi, tempat dan kelompok belajar sesuai keinginan mereka. Dikarenakan aplikasi EduAlecta ini merupakan aplikasi yang baru dibuat, maka aplikasi EduAlecta belum dikenal oleh pasar. Untuk membantu aplikasi EduAlecta bersaing dengan kompetitornya, dibutuhkan media promosi yang bisa menjadi media promosi sekaligus alat komunikasi antara pembeli dan penjual agar bisa dikenal dipasaran. Perancangan ini akan menggunakan *mix method* yang membutuhkan data kuantitatif dengan cara kuesioner serta data kualitatif dengan cara wawancara untuk memperkuat data kuantitatif. Kemudian dengan merancang *tote bag* sebagai *merchandise* aplikasi EduAlecta diharapkan bisa menjadi solusi sebagai alternatif media promosi yang berkelanjutan dan agar aplikasi EduAlecta bisa dikenal di masyarakat.

Kata Kunci: *tote bag*, *merchandise* , media promosi.