

ABSTRAK

Persaingan bisnis yang tinggi antar perusahaan pada era pasca pandemi membutuhkan adaptasi yang tepat melalui aktivitas pemasaran agar menjadi kunci dalam menjaga daya saing dan kelangsungan bisnis di tengah perubahan yang sedang berlangsung. Saat ini, PT Telkom Indonesia menghadirkan layanan *Over-The-Top EduTech* berupa platform pendidikan digital bernama “PIJAR BELAJAR” yang bertujuan untuk memajukan sistem pendidikan di Indonesia pada level K12 melalui digitalisasi pembelajaran. Pada implementasi pemasarannya, Pijar Belajar memanfaatkan aktivitas *marketing media mix* untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dalam prakteknya, aktivitas *marketing media mix* memerlukan *key visual* yang menarik agar sesuai dengan tujuan dan target audiens melalui proses desain grafis. Pada proyek akhir ini, desainer grafis menggunakan metodologi pendekatan *Graphic Design Process* sehingga banyak dilakukan iterasi, pengembangan ide, dan evaluasi berdasarkan umpan balik dari serangkaian proses implementasi. Hasil yang akan dicapai dalam proyek akhir ini adalah *key visual* dalam bentuk digital maupun file siap cetak berupa konten advertising, konten media sosial, banner *website* dan *mobile app*, *merchandise*, serta konten edukasi informatif, yang akan menjadi ujung tombak dari kegiatan *marketing media mix* itu sendiri sehingga memiliki dampak positif dalam meningkatkan *engagement* dan *brand awareness* serta memberikan informasi penting bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif kedepannya melalui implementasi desain grafis.

Kata Kunci : Pijar Belajar, Desain Grafis, *Key Visual*, *Marketing*, *Media Mix*