

ABSTRAK

Ekosistem bisnis rintisan berbasis teknologi (*start-up*) di Indonesia berkembang dengan sangat pesat. Namun, sekian banyaknya bisnis *start-up* di Indonesia nyatanya masih menyisihkan banyaknya pengangguran yang terus meningkat. Hal ini disebabkan oleh ketidaksesuaian kemampuan calon pekerja dengan kebutuhan industri saat ini. Berdasarkan fenomena tersebut, RevoU turut mengambil kesempatan sebagai platform pembelajaran dan pelatihan online (EduTech) yang membekali para murid dengan keterampilan digital yang sedang diinginkan di zaman industri teknologi 4.0 saat ini. Namun, *brand awareness* RevoU di kalangan masyarakat Indonesia masih kurang dikarenakan efektifitas media promosi yang digunakan masih kurang serta penggunaan media-media lainnya kurang dimaksimalkan. Oleh karena itu, diperlukannya strategi promosi yang baik dengan media komunikasi visual yang efektif agar citra RevoU sebagai platform pelatihan dan pembelajaran online yang terfokus pada keterampilan digital dapat dikenal lebih luas serta diingat di benak masyarakat Indonesia. Perancangan ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, studi pustaka, dan kuesioner. Kemudian data yang didapat dianalisis menggunakan analisis SWOT, AOI, dan AISAS. Hasil akhir dari perancangan ini berupa rancangan strategi promosi dan media visual dalam bentuk media utama berupa acara pameran “*Digilent Expo*” yang diharapkan dapat membantu RevoU dalam meningkatkan *brand awareness* dari target audiens.

Kata kunci: keterampilan digital, media visual, RevoU, strategi promosi