

## ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan zaman, banyak teknologi serta media yang berkembang dan digunakan oleh masyarakat. Oleh sebab itu, aktivitas sehari-hari menjadi lebih mudah dengan menggunakan teknologi. Hadirnya Staffinc Jobs sebagai aplikasi untuk mendaftar dan mencari pekerjaan di Indonesia yang dapat digunakan melalui media *Smartphone*. Staffinc Jobs telah berdiri sedari 2018. Staffinc Jobs memiliki keunggulan dengan menyediakan beragam jenis pekerjaan, dari beragam perusahaan besar yang sudah kredibel karena sudah tervalidasi tiap pekerjaannya dan memiliki fitur misi yaitu untuk mengumpulkan data yang bisa mendapatkan upah tanpa perlu mendaftar pekerjaan. Namun, kurangnya promosi terhadap konsumen yang dilakukan oleh Staffinc Jobs setelah melakukan *re-branding* pada bulan Oktober tahun 2022 mengalami penurunan pengguna aplikasi sekaligus *awareness* terhadap *brand* menurun. Tidak hanya itu, pemanfaatan dan penggunaan media promosi Staffinc Jobs kurang maksimal. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategi promosi yang tepat untuk aplikasi Staffinc Jobs dengan cara memberi informasi serta mempersuasi audiens akan keunggulan sekaligus USP dari Staffinc Jobs dengan menggunakan media promosi seperti media sosial, media cetak, dan *brand activation*. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif yang berupa metode observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka, dari data yang terkumpul kemudian akan dianalisis menggunakan metode seperti AISAS, SWOT, dan AOI. Oleh karena itu, strategi kreatif berupa pesan hingga perancangan visual dan pemilihan media promosi yang akan dilakukan. Tentu dengan adanya perancangan kali ini diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang ada pada Staffinc Jobs.

Kata Kunci: Aplikasi Penyedia Lowongan Pekerjaan, Promosi, Staffinc Jobs