

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang saat ini semakin canggih telah membawa perubahan yang cukup berguna dalam berbagai aspek di kehidupan. Salah satu perubahan teknologi yang canggih terdapat pada sektor perbankan, karena pada era saat ini sudah memiliki banyak perubahan berbasis digital. Khususnya penduduk di Indonesia saat ini yang telah banyak melakukan transaksi perbankan dengan menggunakan metode *Mobile Banking/ E-wallet*. Dari yang diciptakannya *Mobile Banking/ E-wallet*, hal ini menjadi merubah kebiasaan masyarakat Indonesia yang melakukan pembayaran secara *cashless* (metode pembayaran secara *online* sehingga tanpa menggunakan uang tunai/ *cash*). Dari perkembangan teknologi transaksi secara *online*, maka salah satu *Mobile Banking/ E-wallet* yang menjadi rekomendasi untuk memudahkan pengguna untuk melakukan pembayaran atau transfer secara *online* yaitu dengan menggunakan bank Jenius. Berdasarkan data dari website Jenius bahwa sudah ada 4,8 juta pengguna Jenius yang telah menginstall atau menggunakannya juga sebagai kebutuhan dalam transaksi secara *online*. Dari masyarakat lainnya masih menganggap bahwa Jenius melakukan kegiatan promosi yang kurang efektif atau tim sales Jenius yang meminta waktu calon konsumen untuk membuat rekening Jenius, sehingga rata-rata calon pengguna Jenius bersifat pasif. Maka dari permasalahan tersebut pemecahan masalahnya akan dilakukan dengan melakukan strategi promosi *brand activation* melalui *event experience*. Metode pada penelitian ini yaitu metode kualitatif yang dilakukan dengan pengumpulan berbagai data dari sumber studi pustaka, observasi, kuesioner, dan wawancara. Adapun dari data yang sudah terkumpul, maka tahap selanjutnya akan dianalisis menggunakan metode seperti SWOT dan AOI, sehingga hal ini dapat menentukan perancangan strategi kreatif berupa pesan yang dirancang dengan visual dan media promosi yang akan dilakukan, maka dengan adanya perancangan ini dapat menyelesaikan atau memberi pengalaman kepada pengguna Jenius dari kegiatan promosi yang dilakukan secara jangka pendek.

Kata Kunci : *brand activation, event experience, bank digital jenius.*