

ABSTRAK

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI APLIKASI POS AJA PT. POS INDONESIA

Oleh:

Hilda Fitriani

1601184295

Penggunaan layanan jasa kurir makin meningkat tiap tahunnya dalam melakukan pengiriman barang. Menurut survei yang telah dilakukan oleh *Mark Plus*, 85,2% masyarakat Indonesia menggunakan jasa kurir untuk mengirimkan barang yang dibeli dari *e-commerce*. Pos Aja merupakan aplikasi *mobile* yang diluncurkan oleh PT. Pos Indonesia pada tahun 2021, aplikasi jasa kurir yang memberikan kemudahan dalam pengiriman dan penerimaan barang. Namun karena aplikasi ini masih baru dan jumlah promosi digital yang masih sedikit sehingga Pos Aja belum banyak diketahui oleh masyarakat luas khususnya pada kota Bandung. Pengumpulan data perancangan dilakukan dengan dua acara, yaitu dengan metode pengumpulan data primer meliputi observasi, wawancara mendalam dan penyebaran kuesioner. Metode pengumpulan data sekunder yaitu didasari oleh studi pustaka yang berkaitan dengan keilmuan desain komunikasi visual. Perancangan media dilakukan untuk memaksimalkan promosi aplikasi Pos Aja dengan menggunakan metode strategi media AISAS. Hasil yang diperoleh berupa media promosi dan inovasi desain ditujukan untuk Pos Aja untuk menambah minat konsumen terhadap aplikasi Pos Aja dan membantu dalam mengembangkan bisnisnya.

Kata kunci: Ekspedisi, Aplikasi, Promosi, Media Promosi, Pos Aja