

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di bidang finansial di Indonesia berkembang pesat, terutama dalam penggunaan mobile banking yang sudah menjadi bagian penting bagi banyak orang. Transformasi digital dalam dunia perbankan diwujudkan melalui layanan mobile banking seperti yang ditawarkan oleh Bank BTPN melalui aplikasi Jenius. Aplikasi ini dirancang untuk memudahkan masyarakat bertransaksi dengan praktis, cerdas, dan aman menggunakan smartphone. Dengan Jenius, pengguna dapat melakukan berbagai aktivitas perbankan seperti membuka rekening, membayar tagihan, transfer uang, dan menabung, tanpa harus pergi ke bank secara langsung. Meskipun Bank Jenius telah dikenal luas di kota-kota besar Indonesia, termasuk Kota Bandung, tantangan masih ada dalam menyampaikan informasi mengenai fitur-fiturnya secara efektif melalui promosi, terutama iklan audio-visual. Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan strategi promosi yang tepat. Penelitian kualitatif dengan metode observasi, wawancara, kuesioner, serta analisis SWOT, AOI, AISAS, dan Matriks telah dilakukan untuk merancang media promosi yang efektif. Hasil dari perancangan TVC Bank Jenius menekankan pentingnya strategi kreatif dan visual yang matang guna menghasilkan iklan yang menarik, informatif, dan tepat sasaran. Dengan memanfaatkan berbagai media seperti media sosial, YouTube, serta Out of Home (billboard, poster, neon box), strategi ini bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama masyarakat dengan mobilitas tinggi di Kota Bandung, serta memastikan pesan promosi tersampaikan secara efektif.

Kata kunci : perancangan, promosi, TVC, bank Jenius, *brand awareness*