

Analisis strategi marketing public relations pada aplikasi perbankan jenius = A marketing public relations strategy analysis of jenius banking application

Thania Cut Rie, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20478883&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Bank Tabungan Pensiunan Negara BTPN mengeluarkan produk baru yang inovatif yaitu aplikasi yang dapat mempermudah nasabah mengelola tabungan mereka via smartphone dengan nama Jenius. Produk finansial ini menawarkan berbagai fitur yang merupakan hal baru dan unik yang sangat memudahkan penggunanya dalam mengatur kehidupan finansial sehari-hari, dan mengubah kegiatan perbankan yang sebelumnya konvensional menjadi lebih mobile. Sebagai produk baru dan juga menghadapi persaingan di mana mulai bermunculan produk-produk serupa, Jenius melakukan berbagai strategi dan tools dari Marketing Public Relations MPR . Makalah ini bertujuan untuk mengetahui strategi dan tools MPR apa saja yang digunakan Jenius dan mengulas lebih dalam masing-masing strategi dan tools MPR tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa dari tiga strategi MPR Push, Pull dan Pass, hanya strategi MPR Pull dan Pass yang dilakukan Jenius. Pada strategi Pull, kegiatan yang dilakukan adalah publikasi berupa publikasi organisasi dan digital yaitu situs web dan media sosial, serta komunitas Jenius Co.Create dan booth aktivasi. Pada strategi Pass, kegiatan yang dilakukan adalah program Corporate Social Responsibility CSR bernama CeritaSumba dan event sponsorship dengan salah satu acara anak muda terkemuka yaitu Brightspot Market. Berbagai strategi dan tools tersebut dimiliki cukup efektif dalam memasarkan Jenius dan sesuai dengan identitas produk dan khalayaknya.

<hr>

ABSTRACT

Bank Tabungan Pensiunan Negara BTPN released a new and innovative product called Jenius, an application that can help customers to manage their savings via smartphone. This financial product offers a new and unique features that greatly help it rsquo;s users in managing daily financial life, and then changing the previously conventional banking activities to be more mobile. As a new product and also facing competition from emerging similar products, Jenius are using Marketing Public Relations MPR strategies and tools. This paper aims to find out what MPR strategies and tools are being used by Jenius and to analyze each of this strategies and tools. The results showed that of the three MPR Push, Pull and Pass strategies, only the Pull and Pass strategy are being used by Jenius. In the Pull strategy, they used organizational publication, digital publications such as websites and social media, Jenius Co.Create community, and activation booth. In the Pass strategy, they used Corporate Social Responsibility CSR program named CeritaSumba and event sponsorship with one of the most famous events namely Brightspot Market. Various strategies and tools are considered quite effective in the marketing of Jenius and in accordance with the identity of the product and target audience.