

Abstrak

Pertumbuhan teknologi yang pesat di era yang serba praktis ini memegang peranan penting dalam beberapa aspek. Salah satunya pada aspek keuangan dalam hal bertransaksi, di masa sekarang semua orang ingin sesuatu yang mudah, praktis dan tidak memakan banyak waktu. Transaksi digital berupa aplikasi *e-wallet* yang dapat di unduh pada gadget *smart phone* pun sudah mulai banyak digunakan oleh beberapa orang di Indonesia. Linkaja pun hadir untuk menjawab tuntutan teknologi yang sedang berkembang di Indonesia saat ini. Akan tetapi untuk promosi yang dilakukan masih kurang sampai ke target *audience*. Adanya penambahan jumlah target untuk tahun ini dan lambatnya laju kenaikan aplikasi sebelumnya membuat aplikasi Linkaja! e-wallet milik HIMBARA dan Telkomsel ini dianggap belum berhasil oleh pihak BNI sendiri karena masih minimnya nasabah dan non nasabah sekitar yang belum mengetahui tentang produk ini.. Perancangan ini dibuat untuk mempromosikan aplikasi Linkaja yang memiliki tujuan agar *target audience* lebih tertarik untuk menggunakan aplikasi ini untuk alat pembayaran. Perancangan promosi ini menggunakan beberapa metode penelitian kualitatif, metode analisis SWOT dan AISAS.

Kata Kunci : Promosi, Finance, Alat Pembayaran, Digital