

ABSTRAK

Bidang bisnis kini telah merajarela ke dalam dunia digital. Persaingan yang semakin ketat membuat pembisnis akan menciptakan/mengembangkan inovasi yang bertujuan untuk memenuhi semua kebutuhan konsumennya secara mudah dan cepat. Salah satu inovasi bisnis percetakan digital yaitu hadirnya *Nyetakin* sebagai *digital printing* di daerah Universitas Telkom yang berbasis website, aplikasi serta media sosial. *Nyetakin* menyediakan percetakan kertas, produk/barang dan tekstil. *Nyetakin* juga hadir sebagai *platform* yang bekerjasama dengan penyedia jasa percetakan dan *freelancer design*. Hal yang ingin diwujudkan oleh tim *Nyetakin* diantaranya memberikan kemudahan dan efektivitas kepada pengguna dalam melakukan proses pembuatan desain dan juga proses cetak-mencetak. *Nyetakin* belum memiliki konsistensi visual dalam mereknya, sehingga konsumen belum ada yang berindikasi melakukan pembelian berulang, jadi hanya pada saat momen-momen tertentu saja. Tujuan dalam merancang strategi *branding* ini untuk menciptakan loyalitas konsumen dengan titik kesuksesan konsumen melakukan pembelian berulang terhadap *Nyetakin*. Maka digunakan metode kualitatif yang terdiri dari studi pustaka, wawancara, observasi dan kuesioner, berdasarkan hasil analisis data dari lapangan, dengan hasil tersebut maka terancanglah pameran di Universitas telkom bertujuan untuk menciptakan *human experience* dalam pameran tersebut. Maka dari itu dilakukanlah perancangan strategi *branding* yang kreatif untuk *Nyetakin* di wilayah Universitas Telkom Bandung.

Kata Kunci: *Branding, Brand Engagement, Percetakan Online, Nyetakin*