

ABSTRAK

Sebanyak 88,1% masyarakat Indonesia menggunakan internet untuk *e-commerce*. Bandung masuk ke lima kota besar kunjungan *e-commerce* dan menduduki posisi ke empat. *Nyetakin* merupakan ide bisnis hasil dari rencana inkubasi *start-up* yang dilaksanakan oleh StartUpHub yang menawarkan jasa percetakan dan pembuatan desain. Masalah yang dihadapi oleh *Nyetakin* yaitu menurunnya penjualan karena kurangnya strategi komunikasi promosi pada aplikasi *Nyetakin* dan minat konsumen karena penempatan media promosi yang kurang tepat. *Nyetakin* ingin membuat perancangan strategi komunikasi promosi pada aplikasi yang dapat meningkatkan penjualan dan merancang desain promosi dengan media baru. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner, wawancara, dan studi pustaka. Sedangkan dalam metode analisis data terdapat SWOT, metode AOI dan metode AISAS. Dalam perancangan promosi pada aplikasi *Nyetakin*, maka konsep perancangan yang dibuat yaitu dengan membuat promosi dengan menggunakan aplikasi yang memiliki tujuan yaitu mendapatkan pengguna baru yang mungkin meningkatnya penjualan. Sehingga dengan promosi pada aplikasi dapat menarik audiens untuk masuk dan merasakan fitur yang ada.

Kata kunci: *Nyetakin*, Percetakan Online, Promosi Penjualan