

ABSTRAK

Saat ini produk mebel di Indonesia sudah diakui oleh dunia dan kegiatan industri mebel di Indonesia sendiri mendapat dukungan penuh dari pemerintah dengan mengadakan pameran dan penyuluhan bagi pelaku industri mebel di Indonesia, hal ini tentu merupakan kabar baik bagi para pelaku industri mebel. Dengan besarnya jumlah masyarakat Indonesia dan perekonomian yang terus maju tentu kebutuhan mebel akan semakin meningkat. CV. Kinandang adalah salah satu penyedia jasa pembuatan produk mebel di Jakarta, namun perusahaan ini mengalami banyak masalah dengan identitas visual dan media promosinya yang menyebabkan turunnya penjualan dan kelangsungan perusahaan. Dengan melakukan analisis PEST, SWOT dan MATRIX yang akan menemukan titik masalah dan penyelesaiannya. Penelitian ini bertujuan untuk memperbaiki sistem identitas visual dan media promosi CV. Kinandang dengan membangun identitas visual yang baik agar mudah tertanam di benak konsumen, media promosi yang akan dirancang akan disesuaikan dengan identitas visual perusahaan dari segi warna, tata letak, konsep dan jenis huruf nya yang akan di aplikasikan pada media cetak dan online. Hal ini dilakukan untuk membangun citra baru pada CV. Kinandang dengan harapan akan mengeluarkan perusahaan dari masalah yang sedang di hadapi.

Kata kunci : CV. Kinandang, Identitas visual dan media promosi, citra baru, peningkatan penjualan.