

ABSTRAK

Dalam perkembangannya, desain memiliki peranan besar bagi kemajuan industri, salah satunya industri *furniture* dan kriya. Saat ini permintaan pasar untuk industri *furniture* dan kriya terus bertambah dan semakin besar. Kayu menjadi bahan baku utama yang paling banyak diminati, tetapi kayu solid jumlahnya terus menipis. Melihat hal ini, Stuka sebagai UKM yang memproduksi produk-produk *furniture*, *interior decoration*, dan *craft* melakukan pemanfaatan kembali kayu-kayu sisa menjadi bahan baku utama pembuatan produknya. Hanya saja, Stuka masih belum memiliki *brand identity* yang kuat serta promosi yang masih sangat minim sehingga usaha ini masih belum banyak dikenal oleh masyarakat luas dan masih kalah bersaing dengan usaha *furniture* lainnya terlebih dari produsen dari luar negeri seperti Vietnam. Untuk permasalahan tersebut dilakukanlah pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner, studi pustaka serta analisis matriks dan SWOT. Dari pengumpulan data dan analisis, didapatkan hasil bahwa Stuka memerlukan perancangan identitas visual yang kuat dan sebagai pembeda dari pesaing serta media promosi, diantaranya leaflet, website, katalog, papan nama, sticker, poster. Melalui perancangan identitas visual dan media promosi bagi Stuka ini, diharapkan mampu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk-produk Stuka dan merasa tertarik untuk membelinya, sehingga tercapainya peningkatan penjualan.

Kata kunci : identitas visual, promosi, furnitur