# ABSTRAK

Kebutuhan manusia dari benda atau jasa meningkat, berdasarkan jumlah penduduk dan semakin majunya ilmu pengetahuan dan teknologi serta budaya manusia. Indah Jaya Furniture yang membantu menunjang kebutuhan skunder manusia, mencoba untuk membangun sebuah identitas merek yang mampu memberikan citra khusus bagi konsumen sehingga dapat tertanam di benak konsumen. Telah menghadapi krisis yang berdampak cukup besar bagi perusahaan, padahal banyak upaya telah dilakukan untuk mencapai target pasar yang lebih besar dari sebelumnya. Tujuan dari desain ini adalah untuk merancang media promosi Indah Jaya Furniture dengan upaya untuk meningkatkan brand awareness. Analisis dengan indikator, STP, kelebihan, kelemahan, peluang dan kata kunci yang diperoleh dengan menggunakan teori-teori yang sudah ada. Dari analisis data yang diperoleh, kelemahan Indah Jaya Furniture adalah kurangnya konsistensi konsep desain yang digunakan dalam setiap kampanye media, sehingga terjadi rendahnya tingkat kesadaran konsumen. Desain perancangan ini mengacu pada prinsip-prinsip merancang dan merumuskan konsep desain yang berasal dari hasil survei, wawancara, dan studi lain yang mendukung. Sehingga, dapat meningkatkan brand awareness dan memberikan hasil desain sesuai dengan citra Indah Jaya Furniture .

*Kata Kunci : Desain, Promosi, Brand awareness*

INSTITUT BISNIS & INFORMATIKA stikom SURABAYA