

**PERANCANGAN KOMUNIKASI PEMASARAN UNTUK
MEMENANGKAN PERSAINGAN PASAR MEBEL INTERNASIONAL
PT.KUDUS KARYA PRIMA**

MOCHAMMAD HARTANTYO KURNIAWAN

(Pembimbing : Annas Marzuki Sulaiman, M.Sn, Dwi Puji Prabowo, S.Sn,M.Kom)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114201201329@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Persaingan pasar mebel saat ini semakin luas dan ketat. Dengan adanya media internet seperti website dan sosial media , produk mebel lebih mudah untuk dijual. Tanpa adanya media internet, sebuah perusahaan akan sulit untuk memenangkan persaingan pasar mebel internasional. Dengan media internet seperti website atau sosial media sebuah perusahaan dapat menampilkan keunggulan produk dan melakukan promosi lainnya. Perusahaan juga bisa lebih dekat dengan audience dengan menerima kritik dan saran melalui website atau sosial media. Perancangan dibuat untuk memenangkan persaingan pasar mebel internasional ini menggunakan metode kualitatif .Metode observasi, dokumentasi, wawancara dan literatur merupakan metode yang perancang pilih untuk menemukan data dan informasi. Untuk metode analisis, perancang menggunakan analisis SWOT untuk memfokuskan masalah. Hasil analisa , perancang memanfaatkan kerjasama PT.Kudus Karya Prima dengan Dinas Pertanian, Perikanan dan Kehutanan yaitu dengan terjualnya 1 produk berarti pembeli ikut menyumbang 10 bibit untuk membantu konservasi . Perancangan yang akan dilakukan melalui media internet dan media cetak, diharapkan dengan melakukan strategi yang terarah dengan penggunaan media komunikasi visual yang komunikatif serta efektif akan dapat mempermudah sekaligus mempercepat komunikasi ke sasaran yaitu pasar internasional mengenai keunggulan produk mebel PT.Kudus Karya Prima dibandingkan dengan produk mebel lain.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Mebel, Perancangan, Persaingan Pasar Internasional.

Visual Communication Design of PT Kudus Karya Prima To Win International Furniture Market Competition

MOCHAMMAD HARTANTYO KURNIAWAN

(Lecturer : Annas Marzuki Sulaiman, M.Sn, Dwi Puji Prabowo, S.Sn,M.Kom)

Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of

Computer Science, DINUS University

www.dinus.ac.id

Email : 114201201329@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

A competition of furniture market is getting extensive and tight right now. By internet media like website and social media, a furniture product is easier to sell. But without an internet media, a company will find it hard to win international furniture market competition. With internet media like website and social media, a company can show the goodness of product and do other promotion. A company also can get closer to the audience with receive a critic and suggestion from website or social media. Design made by designer to win international furniture market competition is using qualitative method. Observation method, documentation, interview, and literature is a method that chosen by designer to get an information and data. For analysis method, designer using SWOT analysis to focusing the problem. Analysis Result, the designer using PT.KudusKarya Prima and Agricultural, Fishery, and Forestry Official cooperation that is by sell 1 product means the buyer donate 10 seeds to help conserve the forest. The design will be done through internet media and print media, are expected to conduct a focused strategy with the use of visual communications media, communicative and effective will be able to facilitate both speed up communication with the target audience that is international market about PT.Kudus Karya Prima furniture advantages than the other furniture product.

Keyword : Design, Furniture, Marketing Communication, International Market Competition.