

ABSTRAK

Perusahaan perjalanan wisata saat ini banyak mengalami peningkatan jumlah. Di berbagai kota dan daerah mulai membangun dan mengembangkan usaha jasa ini. Bertambah banyaknya perusahaan sejenis dalam bidang perjalanan wisata tentu saja menciptakan persaingan merebut minat konsumen semakin ketat. Di antara persaingan ketat antar perusahaan perjalanan wisata, Masera Adventure hadir berfokus pada kegiatan wisata di sekitar kota Malang dengan layanan seperti kemudahan mendapatkan tiket pesawat, persewaan mobil, wisata dalam dan antar kota bagi konsumennya dan perjalanan wisata bertemakan alam. Masera Adventure mampu melayani konsumennya baik secara pribadi, rombongan maupun instansi. Saat ini jumlah peminatan konsumen untuk menggunakan jasa perjalanan wisata alam yang dimiliki Masera Adventure belum mencapai angka yang ditargetkan oleh perusahaan. Sehingga metode baru dalam berpromosi harus dilakukan demi peningkatan pendapatan komersil perusahaan. Metode penelitian kualitatif dilakukan dengan metode pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka yang mendukung teori penyelesaian, serta menggunakan metode analisis SWOT untuk mendapatkan landasan konsep perancangan logo baru dan penerapannya pada media promosi. Hasil perancangan berupa desain ulang logo Masera Adventure yang merepresentasikan perusahaan jasa pelayanan wisata alam. Perancangan logo baru perusahaan Masera Adventure diharapkan menjadi wajah baru identitas perusahaan dan perusahaan mampu mendapatkan kepercayaan dari konsumen yang akan berpengaruh juga terhadap pendapatan komersial perusahaan.

Kata Kunci : Adventure, Malang, Masera, Media Promosi.