

## ABSTRAK

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik 2024 angka kunjungan wisatawan mancanegara pada Januari hingga Maret 2024 meningkat 25,43 persen dibandingkan periode yang sama tahun 2023. Kemenparekraf menginginkan peran aktif pelaku parekraf untuk melakukan promosi pariwisata mulai dari agen perjalanan, operator tur, hingga para pelaku UMKM untuk menjaga *awareness* wisatawan akan destinasi wisata Indonesia. Pigijo merupakan *travel agent* yang memudahkan wisatawan merencanakan perjalanan lokal maupun internasional dengan bebas. Iklan-iklan Pigijo yang sudah ada, menyampaikan informasi yang sama seperti biaya perjalanan, destinasi tujuan, dan jadwal keberangkatan. Target audience sudah memahami pesan dalam iklan Pigijo tetapi visual dari Pigijo belum melekat di benak target audience. Dengan metode penelitian kualitatif, yaitu pengumpulan data dari wawancara, kuesioner dan studi pustaka akan diolah kembali dalam analisis SWOT, AISAS, dan matriks perbandingan untuk merancang brand recognition Pigijo dalam bentuk TVC. Dengan ini Pigijo dapat menonjolkan animasi berupa maskot untuk menciptakan *brand recognition* kepada *target audience*.

**Kata kunci:** Agen Perjalanan, Brand Recognition, Pigijo, TVC