

ABSTRAK

Amerta Sari Transport atau dikenal dengan AS TRANS, adalah perusahaan yang bergerak dibidang transportasi logistik, spesialis menangani distribusi industri antar pulau Jawa dan Bali. Tidak semua perusahaan logistik termanajemen dengan konsep yang inovatif dan kreatif, terutama dalam promosi ke masyarakat luas. Jadi, tidak banyak orang mengenali keunggulan jasa AS TRANS. Tujuan perancangan ini adalah untuk mengetahui bagaimana merancang logo dan media promosi sebagai upaya meningkatkan kesadaran merk. Perancangan menggunakan metode kualitatif dengan metode, observasi, wawancara mendalam, dan studi eksisting untuk menemukan rumusan konsep desain. Dari analisis data ditemukan keunggulan dan keunikan yang dimiliki AS TRANS yang tidak tersampaikan ke masyarakat. Kegiatan promosi yang belum dilakukan dan identitas perusahaan yang tidak dikenal menjadi alasan mengapa keunggulan AS TRANS tidak diketahui khalayak. Setelah memproses analisa data ditemukan kata kunci konsep desain “Dinamis”, yang berarti seseorang yang mempunyai semangat, energik, termotivasi, dan mudah menyesuaikan diri. Yang mana “Dinamis” menjelaskan apa yang diharapkan dan dibutuhkan pelanggan yang dinamis dan modern, gaya hidup serba efektif, efisien, dan handal. Audiens diberikan tampilan visual yang fantastis, berpikir imajinatif, dan hal yang luarbiasa menggunakan komunikasi yang aktif dan agresif. Sehingga hasilnya diharapkan dapat meningkatkan pelanggan dan kesadaran merk perusahaan AS TRANS Logistic.

Kata Kunci : Perancangan, Logo, Promosi, Brand awareness, Logistik.

STIKOM
SURABAYA