

Corporate Identity Espa Yeh Panes Penatahan Sebagai Media Promosi

I Gusti Gde Putu Nanda Pramana¹⁾, Luh Made Yulyantari²⁾, I Gede Putu Adhitya Prayoga³⁾

Sistem Informasi

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: pramana.gusti22@gmail.com¹⁾, yulyantari@stikom-bali.ac.id²⁾, adhitya_prayoga@stikom-bali.ac.id³⁾

Abstrak

Industri pariwisata Pulau Bali merupakan salah satu penyumbang devisa terbesar di Indonesia. Setiap perusahaan harus membangun brand awareness agar dapat bertahan dalam persaingan usaha, yang dapat dilakukan dengan menciptakan ciri khas atau identitas perusahaan (*corporate identity*). *Corporate identity* menjadi pembeda perusahaan dengan perusahaan lain, terutama yang sejenis agar lebih diingat oleh masyarakat. Upaya yang dilakukan pengelola Espa Yeh Panes Penatahan untuk membangun brand awareness masih kurang maksimal. Media promosi utama yang digunakan, yaitu Facebook dan blog tidak *up-to-date*. Identitas logo Espa Yeh Panes Penatahan tidak dibuat dengan memperhatikan aspek estetika, makna, dan sejarah tempat wisata. Selain itu, adanya perubahan identitas nama yang digunakan, dari sebelumnya Yeh Panes Hot Spring Resort menjadi Espa Yeh Panes Penatahan, juga belum diperkenalkan sehingga menghambat pengelola dalam proses promosi. Melalui penelitian ini, penulis melakukan perancangan *corporate identity* Espa Yeh Panes Penatahan, meliputi perancangan logo agar sesuai dengan identitas baru, perancangan *brandbook* sebagai pedoman perusahaan, perancangan *video company profile* untuk menyampaikan informasi fasilitas perusahaan kepada masyarakat, dan perancangan website sebagai wadah informasi yang *update* serta terpercaya. Tujuan perancangan ini adalah untuk mengenalkan wisata Espa Yeh Panes Penatahan kepada wisatawan melalui promosi dan meningkatkan brand awareness.

Kata kunci: *Corporate Identity, Espa Yeh Panes Penatahan, Brand awareness, Website, Brandbook*

1. Pendahuluan

Industri pariwisata merupakan salah satu sektor penyumbang devisa terbesar di Indonesia. Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, sektor pariwisata selalu masuk dalam lima komoditas teratas penyumbang devisa Indonesia selama tahun 2011-2015. Indonesia memiliki banyak daerah yang dijadikan destinasi wisata favorit, sebagian di antaranya berada di Provinsi Bali. Sektor pariwisata tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi secara nasional, tetapi juga turut meningkatkan kesejahteraan masyarakat di sekitar wilayah yang menjadi destinasi wisata. Hal ini mendorong adanya perubahan tata kelola lahan dan menggerakkan sektor ekonomi maupun sosial di daerah sektor pariwisata. Daya tarik wisata suatu daerah mempengaruhi potensi penerimaan daerah dari sektor pariwisata.

Espa Yeh Panes Penatahan merupakan salah satu lokasi wisata pemandian air panas dan resort yang berada di desa Penatahan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, Bali. Objek wisata ini berdiri pada tahun 1960 dan diresmikan oleh Gubernur Bali ke-7 pada tahun 1993. Pemandian air panas Espa Yeh Panes Penatahan memiliki beragam fasilitas, yaitu tempat pemandian dengan pancoran air panas pada tingkat bawah, kolam air dingin pada tingkat kedua, dan *home resort* pada tingkat ketiga. *Home resort* tersebut menawarkan dua tipe kamar, yaitu tipe *queen room* dan *double room*. Selain itu, Espa Yeh Panes Penatahan memiliki keunikan berupa adanya *jacuzzi* (pijatan-pijatan gelembung air dari blower) yang dikelilingi pemandangan persawahan yang menyejukkan hati.

Meskipun memiliki potensi yang menjanjikan dengan berbagai fasilitas mendukung, minat wisatawan untuk mengunjungi Espa Yeh Panes Penatahan masih rendah. Hal ini penulis ketahui dari hasil observasi yang dilakukan, di mana ketersediaan *home resort* yang siap huni hanya terdapat dua kamar karena tidak banyak pengunjung yang datang dan menginap di *home resort* Espa Yeh Panes Penatahan. Sebelumnya, pengelola Espa Yeh Panes Penatahan telah melakukan upaya promosi melalui Facebook dan blog, namun kedua media promosi tersebut tidak dikelola dengan maksimal dan jarang melakukan *update* terbaru. Hal tersebut menyebabkan *brand awareness* masyarakat terhadap objek wisata ini rendah. Masalah yang dialami ini dapat diatasi dengan menciptakan *corporate identity* yang baik. *Corporate identity* ialah

sebuah tanda pengenal identitas dari suatu perusahaan sebagai pembeda dengan perusahaan lainnya [1]. *Corporate identity* memiliki beberapa elemen yang terkandung di dalamnya, sehingga diperlukan adanya *brandbook*. Dalam *brandbook* terdapat aturan-aturan tentang cara kerja sebuah *brand*, seperti logo utama dan tata cara pengaplikasiannya, baik untuk diaplikasikan ke bidang seperti baju, *stationary*, kartu nama, dan lain sebagainya. Dalam upaya membentuk *brandawareness* masyarakat, diperlukan sebuah *website* sebagai wadah untuk menampilkan *corporate identity* sekaligus menampilkan informasi terkini tentang *Espa Yeh Panes Penatahan* secara efektif dan terpercaya. *Video company profile* juga perlu dihadirkan untuk media pengenalan fasilitas yang tersedia pada *Espa Yeh Panes Penatahan* kepada masyarakat luas untuk membangun identitas tempat pariwisata tersebut.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang ditelaah dalam melakukan penelitian ini. Penelitian yang pertama berjudul "Perancangan *Corporate Identity* sebagai Media Promosi Koperasi Nusa Sejahtera" oleh Choirunnisa [2]. Dalam penelitian tersebut, dibahas bagaimana meningkatkan sebuah *brand awareness* dengan tujuan merancang *corporate identity* pada koperasi Nusa Sejahtera divisualisasikan dalam bentuk logo untuk menciptakan identitas diri perusahaan, serta visi dan misi perusahaan yang membedakan dengan perusahaan lain yang sejenis. Metode pengumpulan yang digunakan adalah *design thinking* dengan hasil akhir yaitu logo dan *brandbook*. Penelitian berikutnya berjudul "Perancangan *Corporate Identity* dan Promosi Destinasi Agrowisata Salak Pondoh Desa Bangunkerto, Turi, Sleman, Yogyakarta" oleh Putrihadi, dkk [3]. Penelitian ini berisikan tentang perancangan *corporate identity* untuk meningkatkan citra perusahaan karena kurangnya promosi, banyaknya kompetitor yang sama, lokasi yang tidak strategis, serta belum adanya identitas perusahaan. Hasil akhir dari penelitian ini adalah perancangan logo dan *brandbook* sebagai solusi untuk membangun identitas perusahaan dan mengenalkan agrowisata salak pondoh Desa Bangunkerto kepada masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut, masalah pada *Espa Yeh Panes Penatahan* yaitu rendahnya *brand awareness* pada *Espa Yeh Panes Penatahan* dapat diatasi dengan membentuk *corporate identity* yang baik. Melalui penelitian ini, penulis merancang *brandbook* yang digunakan sebagai pedoman perusahaan, rancangan *video company profile* untuk memperkenalkan fasilitas yang ada, perancangan identitas baru pada *Espa Yeh Panes Penatahan* yang berganti nama, dan perancangan *website* sebagai wadah informasi yang *update* serta terpercaya. Adanya rancangan *corporate identity* ini diharapkan dapat membantu pengelola *Espa Yeh Panes Penatahan* untuk memberikan informasi yang *update* serta terpercaya dan meningkatkan *brandawareness* pada *Espa Yeh Panes Penatahan*.

2. Metode Penelitian

2.1. Metode Pengumpulan Data

Terdapat tiga (3) teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teknik wawancara, teknik observasi, dan studi literatur dengan penjelasan sebagai berikut.

1. Teknik Wawancara

Wawancara adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian. Dalam penelitian ini, penulis melakukan wawancara dengan pemilik *Espa Yeh Panes*, Desa Penatahan, Putu Alit Suastini. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai latar belakang dan asal mula lokasi wisata *Espa Yeh Panes Penatahan*, fasilitas yang tersedia, serta kondisi saat ini. Hasil wawancara tersebut dijadikan pedoman untuk penulis dalam membuat rancangan sistem ke depannya.

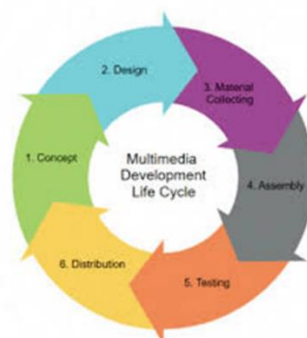
2. Teknik Observasi

Teknik observasi dilakukan dengan pengamatan langsung ke lokasi wisata *Espa Yeh Panes Penatahan* di Desa Penatahan, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, Bali. Observasi ini dilakukan dengan alat penunjang seperti handphone, buku, dan alat tulis untuk mendokumentasikan fasilitas yang ada dan mencatat informasi yang diberikan pengelola secara akurat. Data-data yang diperoleh dijadikan dasar dalam pembuatan *corporate identity* pada *Espa Yeh Panes Penatahan* ini.

3. Studi Literatur

Pada Studi Literatur, penulis melakukan pengumpulan data dan informasi dari berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan penelitian penulis. Sumber-sumber yang digunakan antara lain buku, jurnal, dan karya ilmiah yang memuat tentang *corporate identity*, *website*, *design*, dan lain-lain.

2.2. Metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC)



Gambar 1. Metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC)

Pada penerapan Metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC), peneliti menggunakan enam (6) tahap utama, yaitu:

1. *Concept*

Pada tahap ini peneliti melakukan identifikasi masalah pada *Espa Yeh Panes Penatahan* untuk menggambarkan solusi yang dibutuhkan. Dalam penulisan ini, peneliti menggunakan analisa SWOT. Analisa SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats*) akan menjadi acuan dalam menyusun konsep perancangan yang tepat agar terbentuk sebuah ide bagi *Espa Yeh Panes Penatahan*.

2. *Design*

Tahap ini merupakan perancangan dari pembuatan *corporate identity* *Espa Yeh Panes Penatahan* sebagai media promosi. Tahap ini peneliti menggambarkan rancangan yang mengacu pada konsep awal pembuatan *corporate identity* *Espa Yeh Panes Penatahan* sebagai media promosi secara bertahap dimulai dari pembuatan *brandbook*, *video company profile*, logo dan *website*.

3. *Material Collecting*

Pengumpulan data merupakan suatu komponen penting dalam pengumpulan bahan yang diperlukan sesuai kebutuhan. Bahan yang dikumpulkan berupa foto fasilitas, informasi melalui wawancara, observasi dan studi literatur.

4. *Assembly*

Pada tahap ini merupakan penggabungan semua objek dan bahan-bahan multimedia yang telah disiapkan untuk membuat perancangan *corporate identity* dengan aplikasi perangkat lunak pendukung seperti *Figma* dan *ProCreate*.

5. *Testing*

Tahap *testing* adalah tahap yang dilakukan setelah menyelesaikan semua tahapan pada *corporate identity* *Espa Yeh Panes Penatahan* sebagai media promosi yang bertujuan untuk memastikan bahwa tidak adanya kesalahan dan hasil tersebut telah sesuai dengan tujuan yang diharapkan atau tidak. Melalui tahap *testing*, setiap kesalahan yang ditemukan dapat segera diperbaiki sebelum didistribusikan pada tahap selanjutnya. Pengujian yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode *black box testing* pada *website* dan teknik kuesioner.

6. *Distribution*

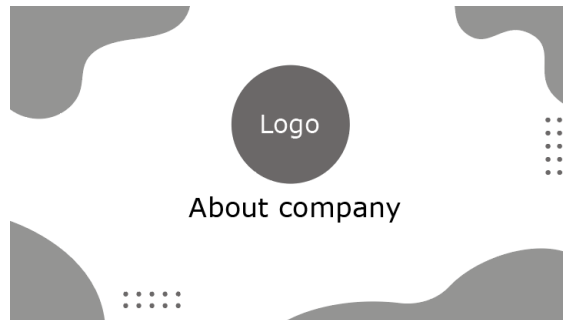
Setelah tahap pengujian selesai dan dapat digunakan dengan baik, maka pada tahap ini akan dilakukan pendistribusian hasil dari pembuatan *corporate identity* *Espa Yeh Panes Penatahan* sebagai media promosi.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Desain Sistem

1. Brandbook

Brandbook atau *Graphic Standard Manual (GSM)* adalah sebuah pedoman sebagai sebuah acuan agar komponen logo seperti bentuk, warna, dan susunannya sesuai [4]. *Brandbook* digunakan dalam memberikan informasi dan tata cara penggunaan logo baru *Espa Yeh Panes Penatahan* yang tepat.



Gambar 2. Halaman *Cover* dan hal 1

2. Storyboard

Storyboard adalah penyampaian ide cerita kepada orang lain melalui rangkaian gambar agar yang melihat memiliki bayangan apa yang harus dilakukan pada saat produksi. *Storyboard* berfungsi sebagai pedoman penulis sebelum tahap produksi dimulai/*shot*.



Gambar 3. *Opening and Scene 1*

3. Website

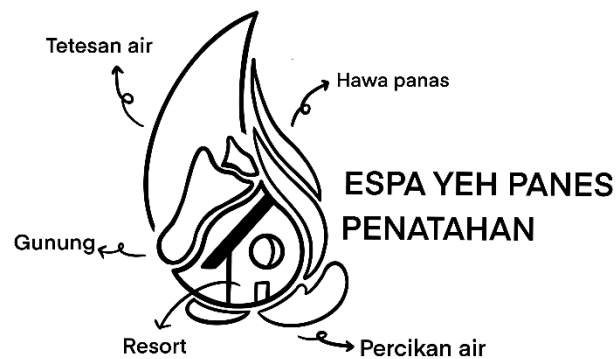
Website adalah serangkaian halaman digital dengan akses yang mudah dan saling terkait melalui jaringan internet membuatnya menjadi sarana mencari atau menyebarkan informasi secara luas. Berikut adalah hasil perancangan *website Espa Yeh Panes Penatahan*.



Gambar 4. Perancangan Website

4. Rancangan konsep logo

Gambar di bawah merupakan gambaran dari perancangan identitas baru *Espa Yeh Panes Penatahan*. Dari rancang gambar konsep ini akan diterjemahkan ke dalam bentuk digital secara rapi.



Gambar 5. Rancang konsep Logo

4. Kesimpulan

Dari penelitian ini, telah dihasilkan sebuah perancangan *corporate identity* pada *Espa Yeh Panes Penatahan*. Perancangan yang terdiri dari *brandbook*, *video company profile*, logo dan *website*. Perancangan *brandbook* dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator 2020* yang akan dijadikan pedoman penggunaan identitas baru, perancangan *video company profile* dengan aplikasi *Pro Create* dalam pembuatan *storyboard* sebagai pedoman penulis sebelum tahap produksi, logo dirancang menggunakan aplikasi *Pro Create* dalam pembuatan konsep dan perancangan antar muka *website* menggunakan aplikasi *Figma*.

Daftar Pustaka

- [1] T. Raharjo, "Perancangan Corporate Identity Arstudio Di Bandung," *Sketsa*, vol. 4, pp. 41 - 52, 2017.
- [2] A. Choirunnisa, "Perancangan Corporate Identity Sebagai Media Promosi Koperasi Nusa Sejahtera," *IkoniK : Jurnal Seni Dan Desain*, Vol. 2, Pp. 27-34, 2020.
- [3] M. E. Putrihadi, A. Adib And A. W. Suhartono, "Perancangan Corporate Identity Dan Promosi Destinasi Agrowisata Salak Pondoh Desa Bangunkerto Turi Sleman Yogyakarta," *Dkv Adiwarna*, Vol. 1 , Pp. 1-13, 2014.
- [4] D. P. Aji, P. P. And B. S. Utami, "Perancangan Corporate Identity Kampong Banyumili Di Desa Gedangan," *Ilmu Komputer Dan Desain Komunikasi Visual*, Vol. 4, Pp. 36-48, 2019.
- [5] R. Aprilian, "Perancangan Corporate Identity Pada Ordr Brand Dan Desain Website Cv Jeremiah," *Sketsa*, Vol. 2, Pp. 122-130, 2015 .
- [6] A. P. Hadi And D. F. A. Rokhman., "Implementasi Website Sebagai Media Informasi Dan Promosi Pada Pondok Pesantren Putra-Putri Addainuriyah 2 Semarang," *Ilmiah Komputer Grafis*, Vol. 13, Pp. 39-49, 2020.
- [7] A. Y. F. S. I. R. Kausar, "Perancangan Video Company Profile Kota Serang Dengan Teknik Editing Menggunakan Adobe Premier Pro Cs 5," *Prosisko*, Vol. 2, Pp. 19-26, 2015.
- [8] A. A. N. F. S. S. Mardhiyya, "Rancang Bangun Website Berbasis Wordpress Sebagai Media Promosi Dimsum Ambyarr," *Penerapan Ilmu-Ilmu Komputer (Jupiter)* , Vol. 9, Pp. 14-21, 2023.
- [9] T. D. A. N. B. M. T. M. Yudianita, "Perancangan Visual Brand Identity Umkm Bolu Ummi," *Printing And Packaging Technology* , Vol. 1, Pp. 81-91, 2020.
- [10] V. A. K. Angkat, "Perancangan Branding Kopi Mancakau Mancakau Coffee Branding Design," *E-Proceeding Of Art & Design* , Vol. 8, Pp. 98-108, 2021.
- [11] S. J. N. I. Kuryanti, "Pembuatan Website Sebagai Sarana Promosi Pariwisata," *Sinkron : Jurnal Dan Penelitian Teknik Informatika*, Vol. 2, Pp. 37-46, 2018.