

## ***Rebranding Corporate Identity Pada Brankas Putra Bali Untuk Meningkatkan Brand Awareness***

Krisna Aditya<sup>1</sup>, I Gusti Ayu Desi Saryanti<sup>2</sup>, I Gusti Ngurah Nyoman Bagiarta<sup>3</sup>

Sistem Informasi

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: [krisnaberout@gmail.com](mailto:krisnaberout@gmail.com)<sup>1</sup>, [desisaryanti@stikom-bali.ac.id](mailto:desisaryanti@stikom-bali.ac.id)<sup>2</sup>, [bagiarta@stikom-bali.ac.id](mailto:bagiarta@stikom-bali.ac.id)<sup>3</sup>

### ***Abstrak***

Brankas Putra Bali merupakan usaha distributor jual beli brankas yang dimiliki oleh perseorangan. Usaha ini telah bergerak sejak tahun 2015 dengan pusat distribusi berada di Kota Surabaya. Usaha Brankas Putra Bali beralamat di Jl. Tukad Yeh Aya IX No.21a, Renon, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali. Saat ini usaha Brankas Putra Bali sudah memiliki *website* yang digunakan untuk menampilkan *display* brankas-brankas yang dijual. Namun, *website* yang dimiliki usaha Brankas Putra Bali masih belum bisa untuk meningkatkan citra dari usaha. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha, *website* dan logo yang digunakan saat ini dibuat tanpa memperhitungkan estetika dari pembuatan *website* dan logo sebenarnya, seperti tata letak *layout*, tata letak logo, dan ukuran logo yang ditampilkan pada *website* besar sehingga melewati garis *layout* menu pada *website*, maka perlu dilakukan *rebranding corporate identity* pada usaha Brankas Putra Bali dimana, penelitian ini akan menghasilkan *brandbook* dan *website company profile*.

***Kata kunci:*** *Jual Beli Brankas, Brankas Putra Bali, Rebranding Corporate Identity, Website Company Profile, Distributor Brankas Bali*

### **1. Pendahuluan**

Pengaruh teknologi informasi (TI) terhadap perkembangan bisnis *modern* telah menjadi topik yang semakin penting dalam beberapa dekade terakhir. Perkembangan teknologi informasi (TI) yang pesat telah memberikan dampak yang signifikan terhadap cara bisnis dijalankan, mulai dari proses produksi hingga pemasaran. Hal ini mendorong berbagai organisasi, perusahaan, bahkan individu memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan produktifitas, efisiensi, daya saing, dan juga keamanan [1]. Perkembangan yang begitu pesat, membuat berbagai organisasi ataupun individu semakin sadar untuk pengamanan harta pribadi dan dokumen-dokumen penting. Biasanya penyimpanan dokumen-dokumen penting dilakukan di *bank* ataupun koperasi, namun tidak jarang juga beberapa kelompok dan individu menyimpan melalui brankas yang dibeli karena dirasa lebih aman. Brankas digunakan oleh berbagai kalangan baik organisasi ataupun individu seperti perkantoran, bisnis, pemerintah, sekolah dan pengusaha. Salah satu usaha yang bergerak dalam jual beli brankas di Bali adalah Brankas Putra Bali.

Brankas Putra Bali merupakan usaha distributor jual beli brankas yang dimiliki oleh perseorangan. Usaha ini telah bergerak sejak tahun 2015 dengan pusat distribusi berada di Kota Surabaya. Usaha Brankas Putra Bali beralamat di Jl. Tukad Yeh Aya IX No.21a, Renon, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali. Brankas yang perjual belikan pada usaha ini tersedia dalam berbagai bentuk, ukuran, dan jenis kunci baik dari kunci konvensional hingga digital. Proses bisnis yang terjadi pada usaha ini, dimana biasanya konsumen akan memesan brankas yang diinginkan sesuai dengan ukuran, jenis kunci, dan warna brankas. Brankas yang tersedia sesuai keinginan konsumen akan langsung dilakukan transaksi, namun jika stok tidak ada maka pemilik usaha akan melakukan pemesanan brankas ke distributor di Kota Surabaya. Saat ini usaha Brankas Putra Bali sudah memiliki *website* yang digunakan untuk menampilkan *display* brankas-brankas yang dijual.

*Webiste* merupakan suatu kumpulan halaman yang berisi informasi dalam bentuk data digital baik berupa teks, gambar, *video*, *audio*, dan animasi lainnya yang disediakan melalui jalur koneksi *internet* [2]. *Website* menjadi salah satu media yang sangat penting dalam pengenalan produk dan peningkatan kesadaran *merk*. *Website* dapat membantu usaha untuk memperluas jangkauan secara *online*, sebagai media penyampaian informasi yang lengkap dan aktual, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta membantu memperkuat *brandstorytelling*. *Website* juga memiliki kelebihan. *Website* dan *brandbook* yang dibuat merupakan bagian dari *corporate identity* pada usaha Brankas Putra Bali.

*Corporate identity* merupakan suatu langkah yang digunakan untuk menciptakan perbedaan dari bisnis-bisnis yang sudah ada dipasaran dengan membuat bentuk visual yang memuat identitas perusahaan, sehingga mudah untuk dibedakan dan dikenali. Pada umumnya *corporate identity* mencakup pada

pembuatan *corporate title*, logo, dan perangkat pendukungnya yang dikemas dalam suatu pedoman [3]. Hal-hal yang perlu dimiliki oleh suatu *corporate identity* antara lain adalah simbol penuh makna, mempunyai pemicu visual yang kuat, dapat menjadi alat promosi dalam penjualan serta yang terpenting adalah mudah diingat [4].

Saat ini usaha Brankas Putra Bali memang sudah memiliki *website* dan logo. Namun, *website* yang dimiliki usaha Brankas Putra Bali masih belum bisa untuk meningkatkan citra dari usaha. Berdasarkan wawancara dengan pemilik usaha, *website* dan logo yang digunakan saat ini dibuat tanpa memperhitungkan estetika dari pembuatan *website* dan logo sebenarnya, seperti tata letak *layout*, tata letak logo, dan ukuran logo yang ditampilkan pada *website* besar sehingga melewati garis *layout* menu pada *website*. Sehingga, informasi dan informasi yang ditampilkan pada *website* kurang menarik minat konsumen dan mengurangi kepercayaan konsumen untuk melakukan transaksi jual beli brankas.

Berdasarkan dari pembahasan diatas, maka dalam penelitian ini peneliti ingin melakukan *rebranding corporate identity* pada usaha Brankas Putra Bali dimana, penelitian ini akan menghasilkan *brandbook* dan *website company profile*. *Rebranding* dilakukan dengan mempertimbangkan nilai estetika dalam pembuatan *corporate identity*. Dengan adanya implementasi *corporate identity* yang baru ini diharapkan mampu membantu usaha Brankas Putra Bali untuk menyampaikan informasi yang lebih lengkap, dan membantu untuk meningkatkan *brand awareness* dari Brankas Putra Bali.

## 2. Metode Penelitian

### 2.1 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan Teknik yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data-data dengan 2 teknik yakni Teknik observasi dan wawancara [5], sebagai berikut.

#### 1. Teknik Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan antara pengumpulan data dengan narasumber, dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan. Narasumber dari penelitian ini merupakan pemilik dari Putra Bali Brankas yang bernama bapak Dodik Nur Rohman.

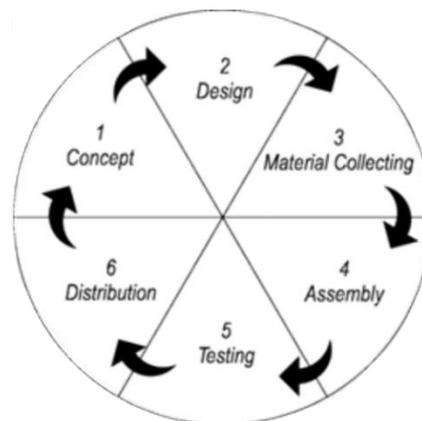
#### 2. Teknik Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data dimana penulis mencatat informasi yang penulis dapat pada saat pengamatan. Dalam hal tahap ini penulis melakukan observasi di Brankas Putra Bali.

#### 3. Studi Literatur

Studi literatur metode pengumpulan data dengan cara membaca berbagai macam literatur yang berhubungan dengan *rebranding corporate identity* dari sumber buku, karya tulis, dan sumber lainnya.

### 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 6 (enam) tahap utama pada metode MDLC, sebagai berikut:

#### 1. Concept

*Concept* merupakan tahapan awal dari metode MDLC (*Multimedia Development*), dimana pada tahapan ini dilakukan analisis dengan menggunakan 5W+1H (*What, Why, Who, Where, When, How*) dan analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, Threats*) yang digunakan sebagai acuan dalam *Rebranding Corporate Identity* Pada Brankas Putra Bali Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*.

*Rebranding Corporate Identity Pada Brankas Putra Bali Untuk Meningkatkan Brand Awareness*  
(Krisna Aditya)

## 2. Design

Tahapan design merupakan tahapan untuk perancangan pada *Rebranding Corporate Identity* Pada Brankas Putra Bali Untuk Meningkatkan *Brand Awareness*. Adapun perancangan yang dibuat meliputi perancangan *brandbook* dan perancangan dari antarmuka *website* yang akan dibuat.

## 3. Material Collecting

Dalam sebuah penelitian sangat penting adanya metode pengumpulan bahan yang nantinya akan mempengaruhi hasil dari perancangan tersebut. Bahan-bahan tersebut berupa foto produk dan teks yang dapat digunakan sebagai pendukung serta isi pada produk yang dibuat ataupun yang masih perlu dimodifikasi sesuai dengan kebutuhan yang ada.

## 4. Assembly

Pada tahapan ini dilakukan perakitan bahan-bahan yang telah disiapkan dengan menggunakan perangkat lunak yang telah diidentifikasi pada tahapan *design* seperti *Adobe Illustrator*, *Figma*, dan *Visual Studio Code*. Bahan-bahan yang akan digunakan sebagai sarana informasi akan dirancang dan digabungkan sesuai konsep, dan struktur menu yang telah dibuat diawal sehingga proses perakitan berjalan baik sesuai dengan konsep awal yang sudah dibuat.

## 5. Testing

Tahapan *testing* merupakan tahapan yang bertujuan untuk memastikan ada atau tidaknya kesalahan pada aplikasi yang telah dibuat sehingga dapat diperbaiki sebelum akhirnya didistribusikan pada tahap selanjutnya. Pengujian yang akan dilakukan akan menggunakan metode kuesioner.

## 6. Distribution

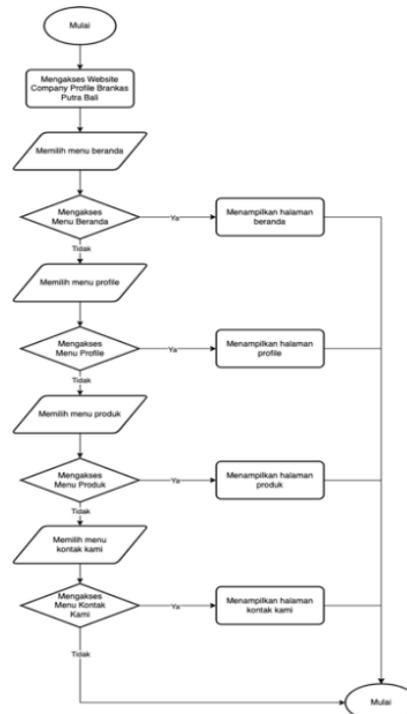
Setelah tahap pengujian telah dilakukan, maka tahapan selanjutnya yaitu tahap pendistribusian hasil dari *Rebranding Corporate Identity* Pada Brankas Putra Bali, berupa *website company profile* dan *brandbook*.

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Desain Sistem

#### 1. Flowchart Website Brankas Putra Bali

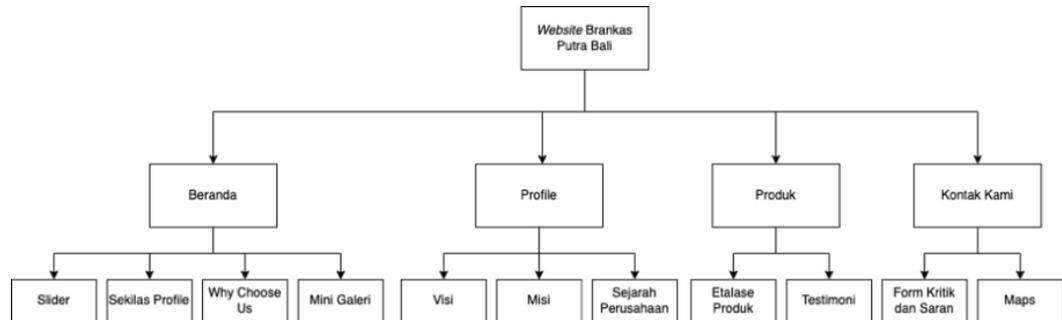
*Flowchart website* berfungsi untuk menggambarkan alur dari pertama kali pengunjung mengakses *website company profile* dari Brankas Putra Bali. Gambar berikut merupakan *flowchart website* dari Brankas Putra Bali.



Gambar 2. Flowchart Website Brankas Putra Bali

## 2. Struktur Menu Website

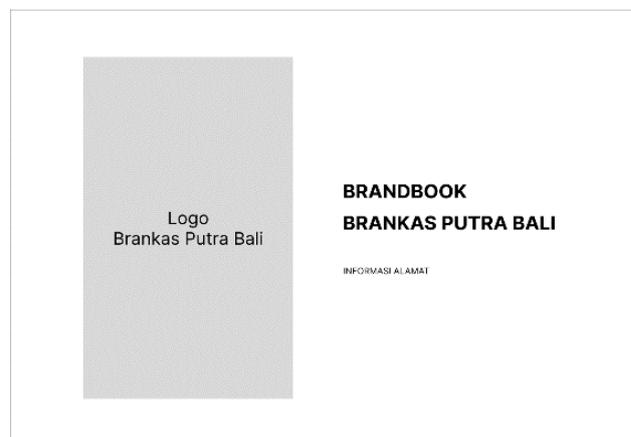
Berikut merupakan struktur menu yang terdapat pada website dari Brankas Putra Bali, dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



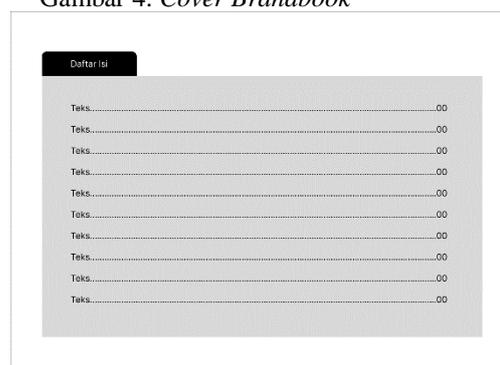
Gambar 3. Struktur Menu Website

## 3. Desain Sistem

*Brandbook* adalah buku yang digunakan untuk memberikan informasi mengenai tata cara penggunaan logo dalam proses *branding* merek dan perusahaan. Berikut merupakan perancangan *brandbook* dari Putra Brankas Bali.



Gambar 4. Cover Brandbook



Gambar 5. Daftar Isi

## 4. Website

*Website* atau disingkat *web*, dapat diartikan sekumpulan halaman yang terdiri dari beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk data digital baik berupa teks, gambar, *video*, *audio*, dan animasi lainnya yang disediakan melalui jalur koneksi *internet*. Adapun perancangan dari *website* sebagai berikut.

Gambar 6. Halaman *Login*

### 3.2 Implementasi Logo

Pada gambar di bawah ini merupakan hasil dari *rebranding* dari logo Brankas Putra Bali. Dimana, logo ini nantinya akan dijabarkan melalui *brandbook* dari Brankas Putra Bali.



**BRANKAS PUTRA**

**BALI**

Gambar 7. *Rebranding* Logo Brankas Putra Bali

## 4. Kesimpulan

Dari penelitian ini, telah dihasilkan sebuah perancangan *rebranding corporate identity* pada Brankas Putra Bali. Metode yang digunakan dalam pengembangan *corporate identity* Brankas Putra Bali adalah metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Perancangan terdiri dari perancangan *brandbook* Brankas Putra Bali dan perancangan *website* Brankas Putra Bali. Perancangan *brandbook* menggunakan *adobe photoshop CC* dan perancangan antarmuka *website* menggunakan aplikasi *figma*.

## Daftar Pustaka

- [1] J. Sosial, D. Teknologi, R. Anggraeni, And I. E. Maulani, "Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Bisnis Modern," Vol. 3, No. 2, 2023.
- [2] A. Josi, K. Akuntansi, S. Prabumulih, J. L. Patra No, K. Sukaraja, And K. P. Selatan, "Stmik-Musirawas Lubuklinggau 50 Penerapan Metode Prototyping Dalam Pembangunan Website Desa (Studi Kasus Desa Sugihan Kecamatan Rambang)," 2017.
- [3] S. Firisma Praselin and R. Pratiwi, "Perancangan Corporate Identity Kosmetik Fanbo Pada Pt Fabindo Sejahtera Inosains," 2015. [Online]. Available: [www.lebook.com](http://www.lebook.com),
- [4] I. P. J. Kanaka, "Rebranding Corporateidentity Pada Benetree Coffee Berbasis Multimedia," Institut Teknologi Dan Bisnis Itb Stikom Bali, Denpasar, 2021
- [5] B. B. F. Resi M. Pd., "Teknik Pengumpulan Data," in *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, Ns. A. M. S. Kep. M. Kep, Ed., Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022, p. 347.