

Corporate Identity Sebagai Media Promosi Darana Konveksi Berbasis Multimedia

I Gede Dhany Adinata¹, Gusti Ngurah Mega Nata², Ni Wayan Cahya Ayu Pratami³

Program Studi Sistem Informasi
Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali
Denpasar, Indonesia

e-mail: ¹dhanyadinata12@gmail.com²mega@stikom-bali.ac.id³ayu_pratami@stikom-bali.ac.id

Abstrak

Darana Konveksi merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi pakaian dan tekstil dalam jumlah massal ataupun satuan, kendala yang dialami oleh Darana Konveksi yaitu dalam media promosi, media promosi yang digunakan hanya mengandalkan media sosial dan promosi konvensional yaitu dari mulut ke mulut, hal yang paling penting dalam sebuah perusahaan tidak dimiliki oleh perusahaan ini yaitu identitas suatu perusahaan yang tetap sehingga menghambat perkembangan perusahaan ini, serta kurang kesadaran dari pemilik usaha ini dalam mempromosikan usaha mereka ke media internet. Maka penelitian ini akan dilakukan suatu implementasi yang menghasilkan Corporate Identity Darana Konveksi Berbasis Multimedia, dengan menggunakan metode Multimedia Development Lyfe Cycle (MDLC). Dimana hasil implentasi penelitian ini menghasilkan Brandbook, Video Company Profile, Website. Pembuatan Brandbook menggunakan Adobe Photoshop, pembuatan Video Company Profile menggunakan Adobe Premier Pro, dan pembuatan Website menggunakan Wordpress, pengujian menggunakan metode Black Box testing dan kuisioner yang akan disebar ke berbagai kalangan, maka akan menghasilkan seluruh pengujian dengan hasil yang sesuai. Penelitian ini menghasilkan sebuah corporate identity yang akan membantu perusahaan sebagai media promosi serta membangun identitas perusahaan Darana Konveksi.

Kata kunci: Corporate Identity, Promosi, Multimedia.

1. Pendahuluan

Usaha konveksi merupakan jenis bisnis yang bergerak dalam bidang produksi pakaian atau tekstil dalam jumlah besar, konveksi mengacu pada produksi pakaian dalam jumlah massal, contohnya seperti pakaian olahraga, seragam dan produk tekstil lainnya, konveksi umumnya melibatkan beberapa tahap ,desain,pemotongan, jahit hingga akhirnya dikirim ke pemesan. Di era digital yang semakin maju saat ini, media pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam memperkenalkan sebuah usaha kepada konsumen dan menciptakan citra yang kuat suatu usaha.

Corporate identity merupakan elemen yang mendasar dalam menciptakan citra dan mengkomunikasikan nilai-nilai usaha kepada target pasar [1]Corporate identity merupakan salah satu langkah yang digunakan untuk menciptakan ciri khas dari bisnis-bisnis yang sudah ada dipasaran dengan membuat bentuk visual yang memuat identitas suatu usaha, sehingga mudah untuk dikenali dan dibedakan. Pada umumnya corporate identity mencakup pada pembuatan *corporate identity*, logo, dan perangkat pendukungnya yang dikemas dalam suatu pedoman [2]. Perangkat pendukung lainnya dapat berupa *website*, *video profile*, dan lainnya. Corporate identity menjadi unsur yang penting dalam perkembangan usaha, karena menjadi identitas dari usaha itu sendiri.

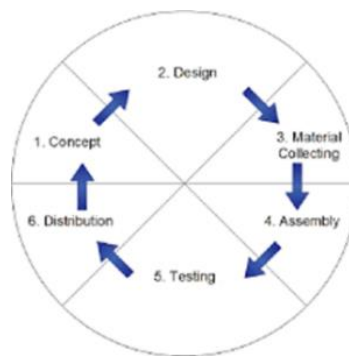
Darana Konveksi menjadi salah satu yang ingin melakukan promosi dengan menggunakan corporate identity. Darana Konveksi Berlokasi di Br Dinas Meliling Kawan, RT/RW 000/000, Kel, Meliling, Kec. Kerambitan, Kabupaten Tabanan, Bali saat ini Darana Konveksi belum memiliki corporate identity yang digunakan untuk menunjang pemasaran produk sehingga belum memiliki identitas yang berbeda dari usah-usaha konveksi lainnya yang serupa.

Adapun penelitian sebelumnya peneliti yang digunakan sebagai referensi yakni penelitian pertama dilakukan oleh Luthviningtyas Putri pada tahun 2020[3]. Hasil dari penelitian ini menghasilkan sebuah media promosi dalam bentuk *Brandbook*, *Video Company Profile*, *Photo Catalog*, *Design Packaging*, dan *Website* pada perusahaan Bali Rattan Bag dengan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)*, sehingga diharapkan perusahaan dapat lebih mudah menjangkau para calon pelanggannya. Penelitian kedua dilakukan oleh I Putu Andika Pratama pada tahun 2021[4]. Penelitian ini membahas mengenai pembuatan *Corporate Identity* pada perusahaan UD. Widya Mertha, yang menghasilkan sebuah *Brandbook*, *Video Company Profile* dan *Website* yang berisikan informasi mengenai UD. Widya

Mertha. Penelitian ketiga dilakukan oleh Novanda Wegi Setiadi, Carla Nuriya Alfain, pada tahun 2022[5]. Penelitian ini membahas mengenai pembuatan *corporate identity* pada Villa Uma Luwih yang menghasilkan *Brandbook*, *Video Company Profile*, dan *Website*. Penelitian keempat dilakukan oleh Anies Choirunnisa, pada tahun 2020[6]. Hasil dari penelitian ini membahas mengenai penyusunan *corporate identity* pada Koperasi Nusa Sejahtera guna mewujudkan identitas perusahaan Koperasi Nusa Sejahtera sehingga menjadi pembeda dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Penelitian terakhir dilakukan oleh Taufik Raharjo, pada tahun 2017[7]. Penelitian ini membahas mengenai sebuah perancangan *corporate identity* pada perusahaan Arstudio yang bergerak di bidang kontraktor arsitektur, konsultan hingga desain yang diharapkan dapat menarik pelanggan-pelanggan baru dan lebih dikenal luas.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada pembuatan *Corporate Identity* pada Darana Konveksi berbasis *multimedia* yaitu dengan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang terdiri dari enam tahapan : *concept, design, material collecting, assembly testing, dan distribution*, alur tahapan metode MDLC dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Metode Penelitian

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Concept

Tahap *concept* merupakan tahapan awal dalam metode MDCL. Dengan melakukan analisa 5W+1H (*What, Why, Who, Where, When, How*) dan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) sebagai sebuah acuan untuk menyusun konsep sehingga membentuk ide-ide yang mendasari pembuatan *corporate identity* sebagai media promosi Darana Konveksi berbasis multimedia.

Tabel 1. Analisa 5W+1H

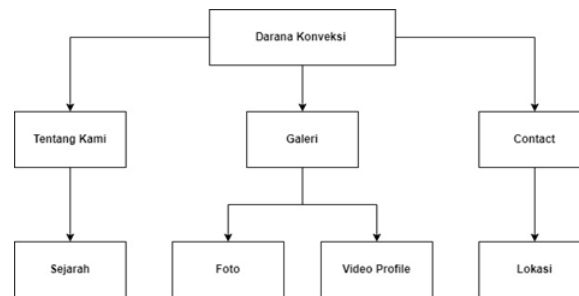
Analisa	Hasil
What Apa yang akan dibuat pada penelitian ini?	Pada penelitian ini akan membuat sebuah <i>corporate identity</i> pada darana konveksi sebagai media promosi
Why Mengapa <i>corporate identity</i> sebagai media promosi darana konveksi ini perlu dibuat?	<i>Corporate identity</i> sebagai media promosi darana konveksi ini dibuat karena media promosi yang digunakan oleh darana konveksi hanya menggunakan <i>whatsapp</i> dan <i>instagram</i> sebagai media promosi sehingga perlu dibuatkan <i>corporate identity</i>
Who Siapa pengguna dari <i>corporate identity</i> pada darana konveksi ini?	<i>Corporate identity</i> pada darana konveksi ini digunakan oleh perusahaan darana konveksi sebagai identitas resmi perusahaan dan ditujukan juga kepada pelanggan yang ingin bertransaksi di darana konveksi.
Where Dimana <i>corporate identity</i> sebagai media promosi darana konveksi ini diimplementasikan?	<i>Corporate identity</i> sebagai media promosi ini diimplementasikan pada perusahaan darana konveksi
When Kapan <i>corporate identity</i> sebagai media promosi darana konveksi ini digunakan?	<i>Corporate identity</i> sebagai media promosi ini dapat digunakan kapan saja oleh darana konveksi salah satunya ketika ingin menjalin kerjasama dengan perusahaan lain maupun digunakan sebagai media promosi secara digital melalui <i>website</i>
How Bagaimana <i>corporate identity</i> sebagai media promosi darana konveksi ini dapat menyelesaikan permasalahan yang ada?	Dengan hadirnya <i>corporate identity</i> sebagai media promosi ini diharapkan dapat membantu darana konveksi untuk dapat lebih dikenal secara luas oleh pelanggan domestik maupun mancanegara sehingga dapat mewujudkan visi dan misi dari perusahaan darana konveksi.

3.2 Design

Design merupakan tahap perancangan dari pembuatan sebuah corporate identity, pada tahap ini meliputi perancangan pembuatan brandbook, video company profile, hingga website dan identifikasi kebutuhan perangkat keras (hardware) dan perangkat lunak (software) yang akan digunakan dalam pembuatan.

3.2.1 Struktur Menu

Pada *website* ini berisikan 4 menu yaitu menu *home*, menu tentang kami, menu *galeri* dan menu *contact*, pada menu tentang kami berisikan sejarah dari perusahaan darana konveksi, pada menu galeri berisikan foto dan *video company profile*, dan pada menu *contact* berisikan lokasi dan kontak dari pemilik darana konveksi.



Gambar 2. Struktur Menu Website

3.3 Material Collecting

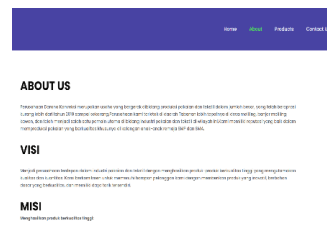
Pada tahap ketiga yaitu *Material Collecting*, merupakan tahap pengumpulan data guna menunjang proses pembuatan *corporate identity* Darana Konveksi sebagai media promosi berbasis multimedia.

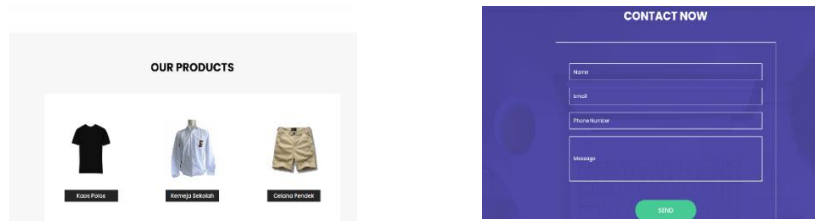
- Observasi: Penulis melakukan kunjungan ke tempat perusahaan Darana Konveksi guna mengamati secara langsung hal-hal yang di perlukan untuk pembuatan corporate identity, serta mengumpulkan data berupa foto dan video.
- Wawancara: Penulis melakukan wawancara dengan pemilik Darana Konveksi untuk mendapatkan informasi lebih dalam mengenai perusahaan Darana Konveksi yang akan diperlukan untuk pembuatan *corporate identity*.
- Studi Literatur: Penulis melakukan studi literatur dalam tahap pengumpulan data, studi literatur digunakan untuk menunjang penulis mendapatkan referensi atas landasan teori yang relevan melalui jurnal, buku, artikel ataupun penelitian sebelumnya.

3.4 Assembly

Perakitan bahan-bahan yang telah dipersiapkan sebelumnya dengan menggunakan perangkat lunak yang telah diidentifikasi pada tahap design seperti Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Lightroom, Adobe Premier Pro, Visual Studio Code. Bahan-bahan akan digunakan sebagai sarana informasi akan dirancang dan digabung sesuai konsep, struktur menu, dan *storyboard* yang telah dibuat diawal, sehingga proses perakitan berjalan dengan baik sesuai konsep awal yang sudah dibuat.

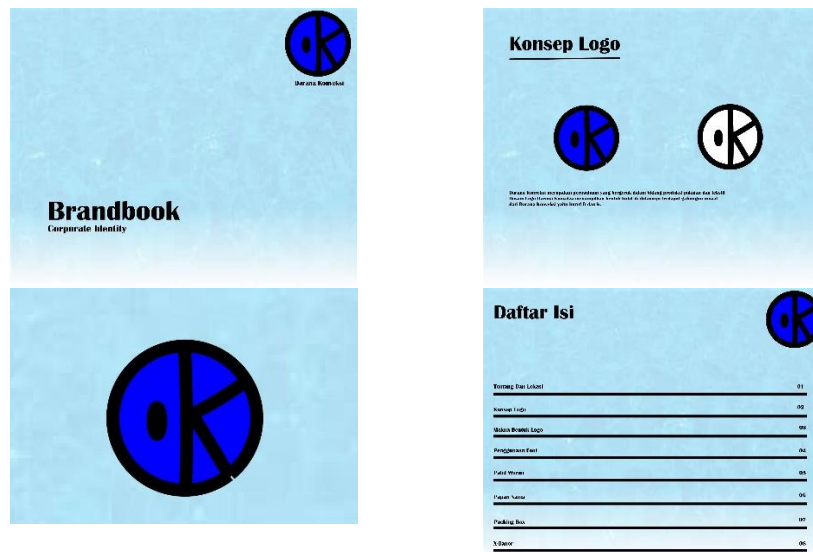
3.4.1 Website





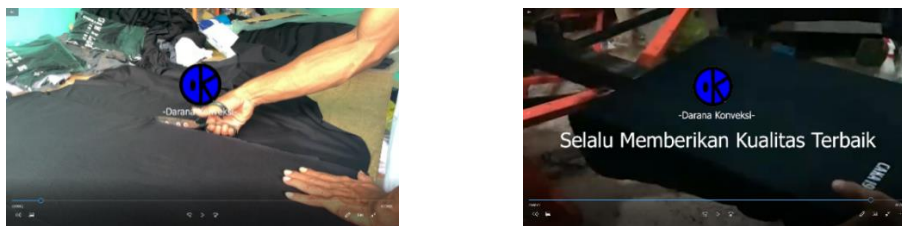
Gambar 3 Tampilan Website

3.4.2 Brandbook



Gambar 4. Tampilan Brandbook

3.4.3 Video Company Profile



Gambar 5. Video Company Profile

3.5 Testing

Tahap ini bertujuan untuk memastikan ada atau tidak kesalahan pada produk yang telah dibuat sehingga dapat diperbaiki ataupun disempurnakan kembali sebelum didistribusikan di tahap selanjutnya. Penelitian ini menggunakan metode *usability testing* (*System Usability Scale*).

Tabel 2. Hasil pengujian dengan metode *usability testing*

No	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	(Jumlah x2.5)	
RSP_1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	100
RSP_2	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	34	85
RSP_3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39	98
RSP_4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	35	87
RSP_5	3	1	1	2	1	3	2	2	3	3	21	52

RSP_6	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	35	87
RSP_7	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	35	87
RSP_8	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	32	80
RSP_9	4	2	3	4	1	2	3	4	1	2	26	65
RSP_10	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	29	72
RSP_11	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	34	84
RSP_12	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	35	87
RSP_13	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	34	85
RSP_14	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	35	87
RSP_15	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	36	90
RSP_16	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	36	90
RSP_17	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38	95
RSP_18	3	3	4	2	3	3	3	4	1	3	29	72
RSP_19	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	35	87
RSP_20	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	31	77
Skor rata-rata (Hasil Akhir)											85	

Hasil dari pengujian *usability testing* melalui 20 orang responden dengan menerapkan 10 pertanyaan menghasilkan skor akhir SUS 85 yang berarti mendapatkan kategori *Acceptable* dengan *Grade* SUS B yang artinya responden menyetujui. Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa *Corporate Identity* Sebagai Media Promosi Darana Konveksi Berbasis *Multimedia* yang telah dibuat dapat di distribusikan ke pihak Darana Konveksi dan dapat digunakan sebagai pelengkap media promosi.

4. *Distribution*

Tahap *distibution* dilakukan setelah tahap *testing* selesai dan sistem berjalan dengan baik, selanjutnya akan di distribusikan hasil dari pembuatan *corporate identity* seperti *Brandbook*, *Video Company Profile*, dan *Website* akan diserahkan kepada pihak Darana Konveksi berupa *file master*.

5. *Kesimpulan*

Hasil dari penerapan *Corporate Identity* Darana Konveksi Sebagai Media Promosi Berbasis *Multimedia*, memperoleh kesimpulan sebagai berikut: telah dirancang dan diterapkan sebuah *Corporate Identity* Darana Konveksi Sebagai Media Promosi Berbasis *Multimedia*, dengan menggunakan metode penelitian *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang dimana sudah dibangun produk berupa *Website*, *Brandbook*, dan *Video Company Profile*. Dengan menggunakan metode pengujian *usability tersting* yang melalui 20 responden dan menerapkan 10 pertanyaan menghasilkan skor akhir *System Usability Scale* 85 yang dimana masuk dalam kategori *Acceptable* dengan *Grade* SUS B yang artinya responden menyetujui. Dengan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa *Corporate Identity* Darana Konveksi Sebagai Media Promosi Berbasis *Multimedia* yang telah dibuat dapat di distribusikan ke pihak Darana Konveksi dan bisa digunakan sebagai pelengkap media promosi.

Daftar Pustaka

- [1] Luthviningtyas Putri, "Rancang Bangun Corporate Identity Pada Bali Rattan Bag Berbasis Multimedia," ITB Stikom Bali, Denpasar, 2020.
- [2] I Putu Andika Pratama, "Corporate Identity Pada Ud. Widya Mertha Berbasis Aplikasi Multimedia," ITB Stikom Bali, Denpasar, 2021.
- [3] Novanda Wegi Setiadi and Carla Nuriya Alfain, "Corporate Identity Sebagai Media Promosi Pada Villa Uma Luwih," ITB Stikom Bali, Denpasar, 2022.
- [4] A. Choirunnisa, "PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY SEBAGAI MEDIA PROMOSI KOPERASI NUSA SEJAHTERA," vol. 2, pp. 27–34, 2020.
- [5] Lakshmi Shinta Devi, Ida Bagus Ketut Trinawindu, Alit Kumala Dewi "PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY CANGGU CENTER DI KUTA OLEH PT. DOMISAN KARYA UTAMA Article Sidebar" 2020.
- [6] Yekti Asmoro Kanthi ^(1*), Rahmat Kurniawan ⁽²⁾, Aliyuddin Aliyuddin ⁽³⁾, "Perancangan Corporate Identity sebagai Media Pengenalan IKM Batik Tulis Mandangin" 2021.

- [7] Muhammad Fauzan Febriansyah, Yusuf Sumaryana, “Pengembangan Aplikasi Media Pembelajaran Sekolah Dasar Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC)” 2021.
- [8] Maulinda Rahmawati, Auria Farantika Yogananti “PERANCANGAN ULANG CORPORATE IDENTITY PT. THOMAS ADI JAYA” 2022.
- [9] Putri Ambarwati, Putri Syifa Darmawel, “IMPLEMENTASI MULTIMEDIA DEVELOPMENT LIFE CYCLE PADA APLIKASI MEDIA PEMBELAJARAN UNTUK ANAK TUNAGRAHITA” 2020.
- [10] Tony Wibowo, Ivan Hendardi, “Perancangan dan Implementasi Video Profil Autoban Menggunakan Metode MDLC” 2023.