

Corporate Identity Pada One Shoes Care Sebagai Media Promosi Digital

Muhammad Ichwan¹, Anggun Nugroho², Ni Made Astiti³

Sistem Informasi

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: 200030761@stikom-bali.ac.id¹, anggun@stikom-bali.ac.id², astiti@stikom-bali.ac.id³

Abstrak

Corporate identity sangat penting untuk sebuah perusahaan karena membentuk citra, identitas visual, dan reputasi perusahaan serta membantu membedakan perusahaan dari pesaingnya. Identitas perusahaan dapat menjadi kuat dan mudah diingat atau sebaliknya. Jadi, penelitian ini dilakukan untuk menerapkan identitas perusahaan pada One Shoes Care. Penelitian ini membuktikan bahwa identitas perusahaan membantu mempromosikan dan memperbaiki bisnis One Shoes Care, yang berada di Kota Denpasar, Bali. Ini dilakukan dengan menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Di sini, hasil implementasi identitas perusahaan termasuk Brandbook, Profil Video Company dan Website. Mereka dibangun menggunakan Photoshop untuk membuat Brandbook, Adobe Premiere untuk membuat Profil Video Company, dan Visual Studio Code dengan bootstrap untuk membuat website. Metode pengujian Black Box dan kuisioner digunakan untuk menguji sistem ini, hasil pengujian kuisioner yang melibatkan 30 responden dengan 15 pertanyaan menghasilkan persentase penilaian sebesar 88% dengan kategori Sangat Baik. Penelitian ini menghasilkan identitas perusahaan yang membantu pemilik One Shoes Care dalam membangunnya

Kata kunci: *Corporate Identity, One Shoes Care, MDCL, Brandbook Company Profile, Website.*

1. Pendahuluan

Di Indonesia, perkembangan teknologi dapat digunakan untuk membuat proses bisnis lebih otomatis, mengurangi ketergantungan pada tangan manusia, dan meningkatkan efisiensi. Teknologi telah mengubah cara perusahaan memasarkan produk dan layanan mereka. Pemasaran digital melibatkan penggunaan media sosial, pemasaran konten, optimisasi mesin pencari (SEO), dan iklan online untuk mencapai *audiens* yang lebih besar dan lebih tersegmentasi dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan metode pemasaran tradisional. Penggunaan teknologi informasi sangat berguna dalam pengembangan bisnis melihat perkembangan informasi sat in semua pihak yang terkait dalam penyebaran informasi dalam berbisnis selalu meningkatkan kualitasnya agar mampu bersaing dengan perusahaan lain. Penyebaran informasi yang dimaksudkan untuk memperkenalkan produk, menarik konsumen, mengingatkan keberadaan perusahaan dan mempengaruhi konsumen untuk menerima dan membeli produk yang ditawarkan perusahaan. Promosi penting dilakukan untuk dapat mendongkrak kinerja pemasaran [1].

Pariwisata Bali berkembang pesat dan menarik lebih banyak wisatawan setiap tahunnya. Dengan jumlah turis yang meningkat di Bali, kebutuhan akan jasa cuci sepatu meningkat. Layanan profesional seringkali diperlukan untuk membersihkan dan menjaga sepatu wisatawan yang menghabiskan waktu di pantai, di tempat wisata, atau melakukan aktivitas outdoor. Penyedia jasa cuci sepatu di Bali memiliki peluang besar untuk memenuhi permintaan pelanggan dan memperoleh keuntungan karena banyak dari mereka memiliki pengalaman yang luas dalam industri ini. Salah satunya One Shoes Care, yang didirikan pada tahun 2023, telah melayani pelanggan lokal dan luar negeri, memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk memberikan layanan berkualitas tinggi. One Shoes Care menawarkan layanan pengambilan dan pengantaran sepatu ke lokasi tempat tinggal pelanggan atau akomodasi wisatawan. Ini memberikan kenyamanan tambahan kepada pelanggan yang ingin memperoleh layanan tanpa harus berpergian keluar. Selain itu, disini menerima berbagai jenis sepatu dan bahan, seperti membersihkan sepatu kulit, sepatu olahraga, sepatu *hiking*, dan sepatu *fashion* lainnya.

Corporate identity terdiri dari identitas visual, prinsip, dan citra suatu organisasi. *Corporate identity* mencerminkan karakteristik, nilai-nilai, dan tujuan perusahaan dan menciptakan kesan yang konsisten dan mudah dikenali di mata publik. Ini mencakup elemen seperti logo, warna, tipografi, slogan, gaya komunikasi, dan desain yang digunakan oleh perusahaan untuk membedakan dirinya dari pesaingnya.

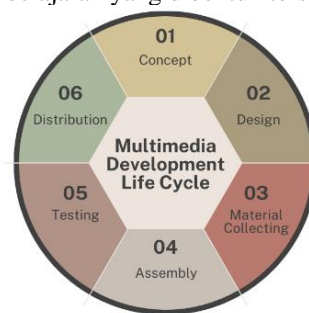
Perusahaan dapat membangun citra yang baik, meningkatkan kesadaran merek, membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan dan membedakan diri dari pesaingnya melalui identitas perusahaan yang kuat.

Menurut penelitian sebelumnya, seperti penelitian Anies Choirunnisa "Perancangan Identitas Perusahaan Sebagai Media Promosi Koperasi Nusa Sejahtera", yang diterbitkan dalam Jurnal Seni dan Desain Volume 2, Nomor 1 Januari 2020, yang membahas bagaimana membuat identitas visual perusahaan yang kuat dan memorable untuk membangun karakter perusahaan yang kuat, yang mampu mewakili filosofi perusahaan [2].

Melihat manfaat dari penelitian sebelumnya yang telah berhasil menyelesaikan masalah identitas perusahaan. Dengan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)*, penulis mengangkat dan membuat penelitian tentang identitas perusahaan yang dapat diterapkan oleh One Shoes Care. Hasil penelitian ini mencakup *Brand Book*, *Website*, dan *Video Company Profile*. Implementasi identitas perusahaan ini membantu One Shoes Care berkembang dan membuat pelanggan lebih mudah menemukan informasi.

2. Metode Penelitian

Corporate Identity pada One Shoes Care sebagai Media Promosi Digital ini menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)*. Konsep (*Concept*), Perancangan (*Design*), Pengumpulan Bahan (*Material Collecting*), Pembuatan (*Assembly*), Pengujian (*Testing*), dan Distribusi (*Distribution*) [3]. Keenam tahap ini tidak harus berurutan dan dapat saling bertukar posisi. Namun, tahap pengonsepan harus ditentukan sejak awal agar media pembelajaran yang dibentuk terstruktur dengan benar.



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

3. Hasil dan Pembahasan

Implementasi sistem dimulai dengan Konsep (*Concept*) dan Pengumpulan Material (*Material Collecting*). Pada tahap ini, semua item dan sumber media dikumpulkan. Setelah mengumpulkan material, langkah berikutnya adalah perakitan (*Assembly*). Setelah perakitan, dilakukan pengujian (*Testing*). Setelah pengujian, langkah terakhir adalah distribusi (*Distribution*).

3.1 Concept

Pada tahap konsep, dilakukan analisis 5W + 1H untuk menunjukkan ide untuk membangun identitas perusahaan pada One Shoes Care sebagai media promosi digital. Identitas perusahaan terdiri dari *Brand Book*, *Video Company Profile*, dan *Website*.

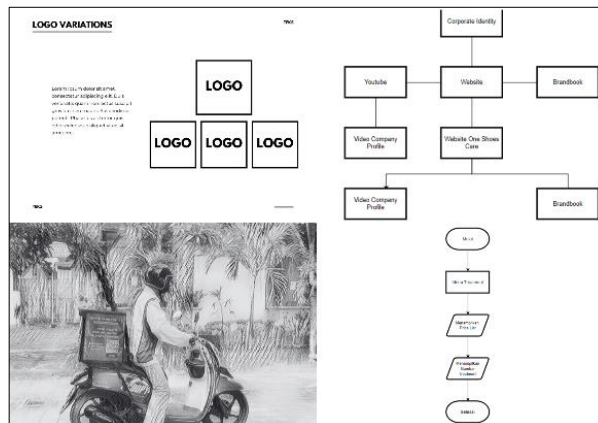
Tabel 1. Analisis 5W+1H

What Apa yang tujuan dalam pembuatan media promosi digital ini?	Sebagai sarana perusahaan dalam meningkatkan penjualan dan membangun citra yang lebih baik kepada pelanggan.
Why Mengapa perlu dibuatkan <i>Corporate Identity</i> pada One Shoes Care?	Untuk bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat meningkatkan jumlah pelanggan serta membangun perusahaan untuk bisa bersaing dengan kompetitor.
Who Siapa yang akan menggunakan <i>Corporate Identity</i> ini?	<i>Corporate Identity</i> ini digunakan oleh One Shoes Care sebagai media promosi digital dan sebagai identitas.
When	

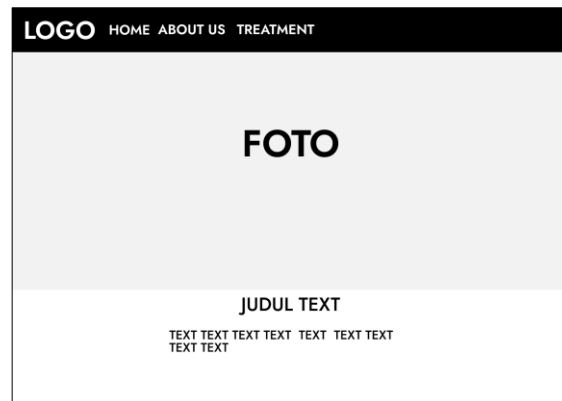
Kapan <i>Corporate Identity</i> ini akan digunakan?	<i>Corporate Identity</i> ini digunakan untuk mengenalkan One Shoes Care atau melakukan promosi kepada pelanggan.
Where Dimana <i>Corporate Identity</i> ini akan diimplementasikan?	<i>Corporate Identity</i> ini diimplementasikan pada One Shoes Care.
How Bagaimana <i>Corporate Identity</i> ini dapat menyelesaikan masalah?	Keberadaan <i>Corporate Identity</i> ini menjadi sebuah pedoman perusahaan dalam menjaga citranya, lalu bisa menyampaikan citra kepada masyarakat dengan menggunakan <i>Website</i> sebagai media promosi digital.

3.2 Design

Desain dibuatkan dari awal mulai dari *Layout Brand Book*, *Layout Website*, *Flowchart Website* dan *Storyboard* dari *Video Company Profile* sehingga ini lebih memudahkan dalam pembuatan *Corporate Identity* ini.



Gambar 2. Design.



Gambar 3. Layout Website

3.3 Material Collecting

Pada *Material Collecting* atau Pengumpulan bahan sangat penting untuk mendapatkan data tentang *corporate identity* pada One Shoes Care sebagai media promosi digital. Penulis menggunakan dua pendekatan yaitu pendekatan observasi dan pendekatan studi pustaka. Kajian tambahan tentang teknik tersebut dapat ditemukan di sini.

a. Metode Observasi

Pengamatan langsung terhadap objek penelitian, dalam hal ini One Shoes Care, digunakan untuk mengumpulkan data untuk mendapatkan informasi penting tentang identitas perusahaan.

b. Metode Studi Pustaka

Metode ini melakukan penelusuran berbagai sumber informasi, termasuk buku, artikel, jurnal, dan sumber online atau website yang berkaitan dengan *corporate identity*. Tujuan dari metode ini adalah untuk menggunakan informasi yang diperoleh sebagai referensi atau rujukan dalam penelitian ini.

3.4 Assembly

a. *Brandbook*

Brandbook dikenal sebagai buku merek atau panduan merek, adalah dokumen yang merinci dan menggambarkan elemen-elemen penting dari *corporate identity* suatu perusahaan. Brand adalah suatu nama, kata, tanda, simbol, atau desain, atau kombinasi dari semuanya yang mengidentifikasi pembuat atau penjual produk dan jasa tertentu [4].



Gambar 4. *Brand Book*.

b. *Video Company Profile*

Company Profile secara umum mencakup sejarah perusahaan, ideologi dasar perusahaan, budaya, sambutan dari pimpinan, identitas, visi dan misi, strategi, gambaran mengenai sumber daya manusia, sistem pelayanan dan fasilitas yang disediakan, prestasi dan keunggulan, *annual report*, deskripsi tentang produk yang ditawarkan serta program pengembangan dimasa mendatang [5]. Teknik *storyboard* digunakan pada saat kegiatan sebelum menulis yang menekankan pada elaborasi (penjelasan yang detail), prediksi atau perkiraan, penumbuhan gagasan, dan pengurutan [6].



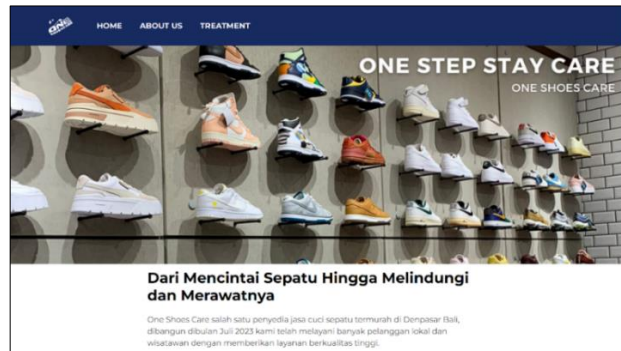
Gambar 5. *Video Company Profile*.

c. *Website*

Sesuai dengan pengertiannya website merupakan kumpulan halaman dalam suatu domain yang memuat tentang berbagai informasi yang dapat dibaca dan dilihat oleh pengguna internet melalui sebuah mesin pencari [7]. Website dapat dikembangkan menggunakan berbagai bahasa pemrograman dan teknologi web, seperti *HTML (Hypertext Markup Language)*, *CSS (Cascading Style Sheets)*, *JavaScript*. Website dapat memiliki berbagai tujuan, seperti memberikan informasi

Corporate Identity Pada One Shoes Care Sebagai Media Promosi Digital (Muhammad Ichwan)

kepada pengunjung, menyediakan layanan *online*, menjual produk atau layanan, atau menyediakan platform komunikasi dan interaksi antara pengguna.



Gambar 6. Website One Shoes Care.

3.5 Testing

Pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa *Corporate Identity* pada One Shoes Care Sebagai Media Promosi Digital berjalan sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Metode pengujian Black Box dan kuisioner digunakan untuk melakukan pengujian. *Black box Testing* bertujuan untuk menunjukkan fungsi Perangkat Lunak tentang cara beroperasinya, apakah pemasukan data telah berjalan sebagaimana diharapkan dan apakah informasi yang disimpan secara eksternal selalu menjaga kemukhtahirannya [8]. Tujuan pengujian kuesioner untuk mengetahui secara langsung apakah penelitian ini berjalan dengan baik atau tidak. Responden diminta untuk mengisi Google Form yang telah disiapkan.

Tabel 2. Hasil Kuisioner

Responden	Nomor Pertanyaan dan Bobot Nilai															Total Nilai	Nilai Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
RSP-1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5
RSP-2	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	54	3.6
RSP-3	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	70	4.6
RSP-4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	59	3.9
RSP-5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	67	4.4
RSP-6	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	3	4	5	4	62	4.1
RSP-7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5
RSP-8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5
RSP-9	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	62	4.1
RSP-10	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	70	4.6
RSP-11	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	70	4.6
RSP-12	4	3	4	4	2	4	3	4	2	3	4	5	4	2	4	52	3.4
RSP-13	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	71	4.7
RSP-14	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	4.1
RSP-15	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	72	4.8
RSP-16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5
RSP-17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5
RSP-18	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	5	3	3	3	3	40	2.6
RSP-19	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72	4.8
RSP-20	4	3	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	62	4.1
RSP-21	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	66	4.4
RSP-22	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	67	4.46
RSP-23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4
RSP-24	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74	4.9
RSP-25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5
RSP-26	4	3	3	5	5	4	4	5	3	3	3	5	5	3	4	59	3.9
RSP-27	4	5	5	5	5	5	3	4	4	3	4	3	2	4	4	60	4
RSP-28	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	67	4.4
RSP-29	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	66	4.4
RSP-30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5
Total Nilai Rata-Rata																	4.4
Persentase = $4.4/5 \times 100$																	88%
Keterangan																	Sangat Baik

3.6 Distribution

Hasil *Corporate Identity* pada One Shoes Care Sebagai Media Promosi Digital yang telah dibuat. *Website* yang telah dibangun di *Hosting* dan difungsikan sebagai media informasi dan promosi *online* bagi calon konsumen dan masyarakat. *Brand Book* didistribusikan via *Website* dan *Video Company Profile* diunggah melalui Youtube One Shoes Care.

a. Hosting

Hosting adalah tempat penyimpanan seluruh isi *file* dalam *website* (*file server*). Sebutan lain dari hosting adalah *web hosting*, *web server*, *server* di dalam dunia internet [9]. *Hosting website* adalah layanan yang memungkinkan Anda mempublikasikan *website* atau aplikasi Anda di Internet. Fungsi yang sangat penting dari *hosting website* adalah membuat *website* One Shoes Care lebih mudah ditemukan di Google. One Shoes Care memiliki situs web disini:

<https://oneshoescare.000webhostapp.com>

b. Youtube

YouTube adalah situs media sosial yang memuat video secara *online*. Berbagai video yang disimpan di penyimpanan *online platform* ini memungkinkan setiap orang yang memiliki akses internet untuk melihat dan melihat video tersebut[10]. One Shoes Care memiliki video Youtube disini: <https://youtu.be/tRiJf1gAw-4?si=vy17Hv2rTOI8yuwf>

4. Kesimpulan

Telah dihasilkan rancangan dan produk *Corporate Identity* pada One Shoes Care berupa *Brand Book*, *Video Company Profile* dan *Website*. Dengan menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Telah dilakukan pengujian kuesioner yang melibatkan 30 responden dengan 15 pertanyaan menghasilkan persentase penilaian sebesar 88% dengan kategori Sangat Baik. Berdasarkan pengujian *Black Box Testing*, memiliki hasil yang baik dan memenuhi semua aspek pengujian. Dengan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa *Corporate Identity* pada One Shoes Care Sebagai Media Promosi Digital dapat untuk memberikan informasi dan promosi kepada publik.

Daftar Pustaka

- [1] Sudiarti S., Munawaroh S., “Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Kinerja Pemasaran di CV. Amily Hijab Tasikmalaya”, Jurnal Studi Komunikasi Dan Media, vol, 4(4), no. 34, 2020.
- [2] Anies Choirunnisa,”Perancangan Corporate Identity Sebagai Media Promosi Koperasi Nusa Sejahtera”, Jurnal Seni dan Desain, vol. 2,no. 1, pp. 27-34, Januari 2020.
- [3] W. T. Atmojo, F. Fitri Nurwidya, and E. Dazki, “Media Pembelajaran Pengenalan Keragaman Budaya Indonesia Dengan Metode Multimedia Development Life Cycle,” 2019.
- [4] Amstrong, dan Kotler. Dasar-Dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan, Jakarta: Indeks, 2003.
- [5] R. Kriyantono, Public Relations & Crisis Management: Pendekatan Critical Public Relations Etnografi Kritis & Kualitatif, Jakarta: Kencana, 2012.
- [6] Wiesendanger, K. D. Strategies for Literacy Education. Ohio: Merill Prentice Hall, 2019.
- [7] M. R. Adani, “Pengenalan Apa Itu Website Beserta Fungsi, Manfaat dan Cara Membuatnya”, Sekawan Media 2013 [Online]. <https://www.sekawanmedia.co.id/pengertian-website/> [Diakses: 17 November 2023].
- [8] Nurajizah, S., & Aziz, E., "Pembelajaran Pengenalan Lafadz Tajwid untuk Siswa Madrasah Berbasis Multimedia pada MTsN 1 Kota Bekasi", Jurnal Mantik Penusa, vol. 2(2), pp 120–126, 2019.
- [9] A. Rochman, “Implementasi Website Profil SMK Kartini Sebagai Media Promosi dan Informasi Berbasis Open Source,” vol. Vol. 2, p. 2, 2020.
- [10] Titasri Puspita Ririn, “Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bagi Mahasiswa di Tengah Pandemi Covid-19,” vol. Vol. 2, p.3, 2020.
- [11] Perancangan Sistem Informasi Komunitas Anggota Paguyuban (Sikap) Berbasis Web Pada Paguyuban Ngeksigondo J Santoso, A Nugroho, IWK Utama - Jurnal Teknologi Informasi dan Komputer, 2021.