

## *Corporate Identity* Pada Nusandari Cafe Berbasis *Multimedia*

I Kadek Mesha Wijaya<sup>1)</sup>, Shofwan Hanief<sup>2)</sup>, Ni Wayan Setiasih<sup>3)</sup>

Sistem Informasi<sup>1,2,3)</sup>

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: [200030509@stikom-bali.ac.id](mailto:200030509@stikom-bali.ac.id)<sup>1)</sup>, [hanief@stikom-bali.ac.id](mailto:hanief@stikom-bali.ac.id)<sup>2)</sup>, [setiasih@stikom-bali.ac.id](mailto:setiasih@stikom-bali.ac.id)<sup>3)</sup>

### **Abstrak**

*Nusandari Cafe merupakan Restoran yang baru berdiri pada bulan Oktober tahun 2023. Nusandari Cafe memiliki pemandangan hamparan sawah dan sunset yang indah, serta lokasinya berdampingan dengan salah satu villa yang dapat di sewa oleh wisatawan yang ingin menginap. Fasilitas yang disediakan Nusandari Cafe yaitu Wi-Fi gratis, tempat parkir gratis dan toilet yang disediakan untuk pengunjung. Restoran ini juga menyediakan berbagai menu makanan dan minuman yaitu asian fuzion, western, burger, sandwiches, pasta, dan sushi. Selain itu, Nusandari Cafe juga menyediakan pengantaran makanan kepada tamu yang menginap di villa. kendala yang dialami oleh Nusandari Cafe tidak memiliki identitas visual yang memiliki daya memorable tinggi, dikarenakan hanya mempunyai logo type dan tidak memiliki logo gram, website, dan video profile yang digunakan untuk memperkuat identitas serta meningkatkan memorable perusahaan. Maka penelitian ini akan dilakukan suatu implementasi yang menghasilkan Corporate Identity Pada Nusandari Cafe 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 figma, pembuatan Video Company Profile menggunakan Capcut, dan pembuatan Website menggunakan Mobirise, pengujian menggunakan metode Black Box testing, Penelitian ini menghasilkan sebuah corporate identity yang akan membantu perusahaan membangun identitas perusahaan Nusandari Cafe agar memiliki identitas visual yang memiliki daya memorable tinggi*

**Kata kunci:** *Corporate Identity, Promosi, Multimedia.*

### **1. Pendahuluan**

Restoran adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasi secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamunya baik berupa makanan maupun minuman [1]. Berbeda dengan warung atau kedai makan yang mungkin hanya memiliki meja atau tempat duduk yang sederhana, restoran umumnya menawarkan suasana yang lebih formal dengan staf pelayanan. 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* adalah representasi visual dan ekspresi grafis dari citra serta identitas suatu perusahaan. Sebagai elemen *visual, corporate identity* menampilkan simbol-simbol yang mencerminkan citra yang ingin disampaikan oleh perusahaan [2]. Dalam hal ini, *corporate identity* berfungsi sebagai ekspresi grafis yang memudahkan pengenalan dan perbedaan identitas perusahaan. *Corporate identity* bukan hanya sekadar tanda yang tidak langsung menjual produk atau jasa, melainkan sebuah alat pemasaran yang signifikan[3]. Logo, sebagai bagian dari *corporate identity*, berperan dalam membedakan produk atau jasa dari pesaingnya. Selain logo, bagian pendukung lain seperti website, video profil, dan materi promosi juga merupakan bagian penting dari *corporate identity*. Sebagai elemen penting dalam pengembangan usaha, *corporate identity* memainkan peranan penting dalam membentuk dan mempertahankan identitas perusahaan itu sendiri. Identitas yang konsisten dan kuat akan mendukung usaha dalam mencapai kesuksesan.

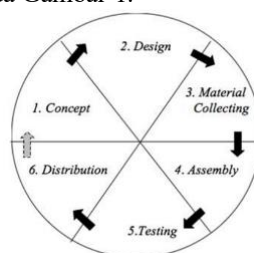
Nusandari Cafe menjadi salah satu yang ingin melakukan promosi dengan menggunakan *corporate identity*. Nusandari Cafe Berlokasi di Jl. Tirta Tawar, Tegallalang, Kec. Tegallalang, Kabupaten Gianyar, Bali 80561. saat ini Nusandari Cafe tidak memiliki identitas visual yang memiliki daya memorable tinggi, dikarenakan hanya mempunyai logo type, website, dan *video profile* yang digunakan untuk memperkuat identitas serta meningkatkan memorable Perusahaan.

Adapun penelitian sebelumnya peneliti yang digunakan sebagai referensi yakni penelitian pertama dilakukan oleh Yekti Asmoro Kanthi pada tahun 2021[4]. Dengan judul Perancangan *Corporate Identity*

Sebagai Media Pengenalan IKM Batik Tulis Mandangin Hasil dari penelitian ini menghasilkan Perancangan *corporate identity* IKM Batik Tulis Mandangin memiliki hasil akhir berupa logo diharapkan mampu menjadi identitas IKM. Penelitian kedua dilakukan oleh Lusyani Sunarya pada tahun 2021[5]. Penelitian ini membahas mengenai Video Profile Balai Latihan Kerja PadaDinas Ketenagakerjaan Kota Tangerang, yang menghasilkan hasil akhir berupa Video Profile yang digunakan untuk menyampaikan informasi. Penelitian ketiga dilakukan oleh Anies Choirunnisa, pada tahun 2020[6]. Hasil dari penelitian ini berupa Logo baru dari Koperasi Nusa Sejahtera yang diharapkan menjadi pembeda dari perusahaan lain yang bergerak dibidang yang sama.

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam Pembuatan *Corporate Identity* pada Nusandari Cafe berbasis multimedia adalah metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Metode ini terdiri dari enam tahapan, yaitu: *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution*[7]. Alur tahapan metode MDLC dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Penelitian

## 3. Hasil dan Pembahasan

### 3.1 Concept

Konsep (*Concept*) yaitu tahapan ini mendeskripsikan tujuan dan konsep aplikasi serta mengidentifikasi pengguna program[8]. 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* Pada Nusandari Cafe berbasis multimedia.

Tabel 1. Analisa 5W+1H

Analisa	Hasil
<b>What</b> Apa yang akan dibuat pada penelitian ini?	Pada penelitian ini akan membuat sebuah <i>corporate identity</i> pada Nusandari Cafe berbasis Multimedia.
<b>Why</b> Mengapa <i>corporate identity</i> pada Nusandari Café berbasis multimedia ini perlu dibuat?	<i>Corporate identity</i> Pada Nusandari Café berbasis Multimedia ini dibuat karena Nusandari Cafe Nusandari Cafe tidak memiliki identitas visual yang memiliki daya memorable tinggi, dikarenakan hanya memiliki logo type, website, dan video profile yang digunakan untuk memperkuat identitas serta meningkatkan memorable perusahaan.
<b>Who</b> Siapa pengguna dari <i>corporate identity</i> pada Nusandari Cafe ini?	<i>Corporate identity</i> pada Nusandari Cafe berbasis Multimedia ini digunakan oleh perusahaan Restoran Nusandari Cafe sebagai identitas resmi perusahaan dan ditunjukan juga

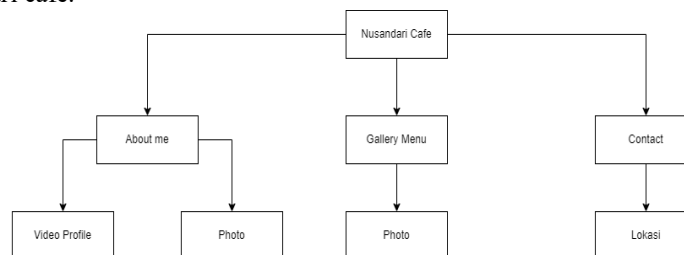
	kepada pelanggan yang datang ke restoran Nusandari Cafe.
<b>Where</b> Dimana <i>corporate identity</i> pada Nusandari Café berbasis multimedia ini diimplementasikan?	<i>Corporate identity</i> Pada Nusandari Cafe berbasis multimedia ini diimplementasikan pada Restoran Nusandari Cafe
<b>When</b> Kapan <i>corporate identity</i> pada Nusandari Café berbasis multimedia ini digunakan?	<i>Corporate identity</i> pada Nusandari Café berbasis Multimedia ini dapat digunakan kapan saja oleh pihak Restoran Nusandari Cafe, salah satunya digunakan sebagai media promosi melalui sosial media maupun website
<b>How</b> Bagaimana <i>corporate identity</i> Pada Nusandari Cafe berbasis multimedia ini dapat menyelesaikan permasalahan yang ada?	Dengan hadirnya <i>corporate identity</i> pada Nusandari Café berbasis multimedia ini diharapkan dapat membantu Restoran Nusandari Cafe untuk dapat lebih dikenal secara luas oleh pelanggan domestik maupun mancanegara agar dapat mewujudkan visi dan misi dari Nusandari Café.

### 3.2 Design

Pada tahap ini pembuatan spesifikasi mengenai arsitektur program, gaya, tampilan, dan kebutuhan material / bahan untuk program[9]. Di tahapan desain atau perancangan peneliti memulai membuat spesifikasi yang disusun secara rinci mengenai seluruh tampilan multimedia atau proses visualisasi yang ada. 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 about me, menu galeri menu dan menu *contact*, pada menu about me visi dan misi dari nusandari cafe, *video profile*, dan *gallery* nusandari cafe, pada menu galeri menu berisikan foto menu dan foto makanan, dan pada menu *contact* berisikan lokasi dan kontak dari nusandari cafe.



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* pada Nusandari Cafe berbasis multimedia.

1. Observasi: Penulis melakukan kunjungan ke tempat perusahaan Nusandari Cafe mengamati secara langsung hal-hal yang di perlukan untuk pembuatan *corporate identity*, serta mengumpulkan data berupa foto dan video.

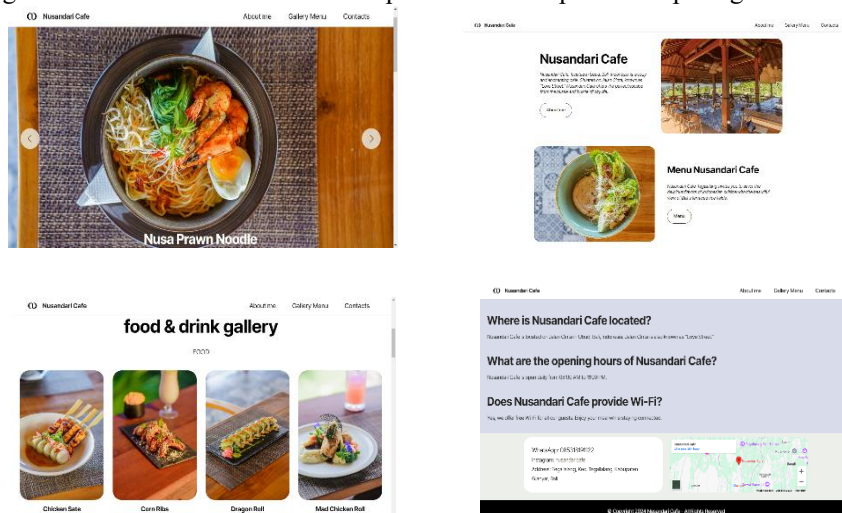
2. Wawancara: Penulis melakukan wawancara dengan pemilik Nusandari Cafe untuk mendapatkan informasi lebih dalam mengenai restoran nusandari cafe yang akan diperlukan untuk pembuatan *corporate identity*.
3. Studi Literatur: penulis mengumpulkan data dengan cara mempelajari literature-literatur yang berhubungan dengan *Corporate Identity* pada Nusandari Cafe berbasis multimedia. Literatur disini berupa buku, jurnal, karya ilmiah dan juga sumber-sumber lainnya.

### 3.4 Assembly

Tahap pembuatan (*assembly*) merupakan sebuah proses dimana hasil dari tahapan sebelumnya diolah dan dibuat menjadi gabungan yang menghasilkan sebuah aplikasi yang telah dirancang[10]. Aplikasi tersebut yaitu *corporate identity* berupa *brandbook*, *video company profile*, dan *website*. Adapun perangkat lunak yang akan digunakan dalam pembuatan penelitian ini ialah Adobe Illustrator, Adobe Photoshop dan figma untuk merancang semua desain yang dibutuhkan untuk pembuatan *brandbook* maupun gambar-gambar pada *website*, Capcut untuk penggabungan dan penyuntingan video untuk kepentingan video profile, dan mobirise yang digunakan untuk merancang dan membangun *website*.

#### 3.4.1 Website

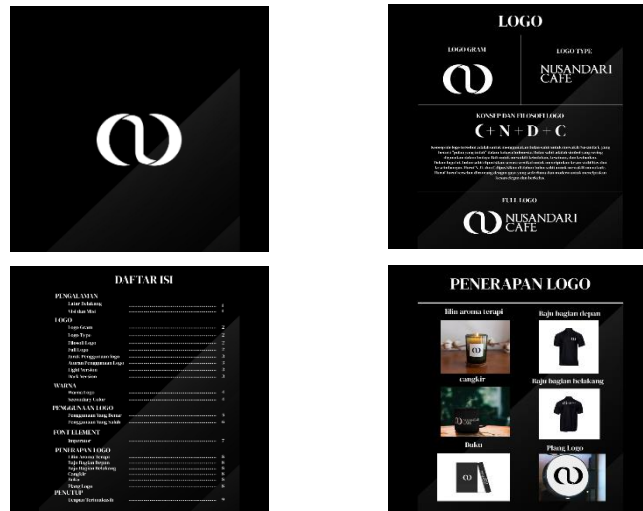
Situs web adalah sekumpulan halaman yang terhubung satu sama lain dan menyediakan informasi yang bisa diakses melalui internet. Tampilan *website* dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3 Tampilan Website

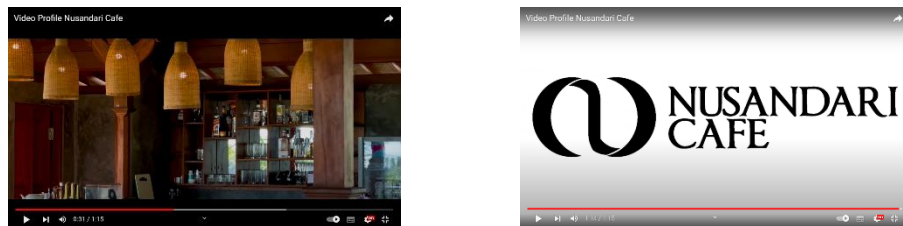
#### 3.4.2 Brandbook

*Brandbook* atau disebut juga *Manual Book* merupakan media yang digunakan penulis berisi tentang proses perancangan logo mulai dari brief, konsep, sketsa, pewarnaan, komputerisasi, logo final, hingga acuan dan ketentuan penerapan logo pada beberapa media. Tampilan *brandbook* dapat dilihat pada gambar 4.

Gambar 4. Tampilan *Brandbook*

### 3.4.3 *Video Company Profile*

*Video Profile* adalah bentuk lain dari *Company Profile* dengan format audio visual berupa cuplikan-cuplikan video yang dipercantik dengan tampilan animasi dan grafis, ilustrasi musik yang sesuai narasi. Hasil video company profile dapat dilihat pada gambar 5.

Gambar 5. *Video Company Profile*

### 3.5 *Testing*

Pengujian *black box testing* dilakukan untuk mengamati hasil akhir dari *corporate identity* dari Nusandari Cafe. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode Black Box Testing dengan menguji beberapa fungsi pada aplikasi dan hasil pengujian yaitu seluruh fungsi pada aplikasi telah berfungsi dan berjalan sesuai dengan fungsinya.

### 3.6 *Distribution*

Tahap *distribution* 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 pengelola Nusandari Cafe berupa *file master*.

## 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, kesimpulan yang telah berhasil dibangun *Corporate Identity* Pada Nusandari Cafe berbasis multimedia. Hasil dari penelitian ini berupa, yaitu:

1. Dihasilkan suatu *Corporate Identity* Pada Nusandari Cafe Berbasis Multimedia yang dapat membantu Restoran Nusandari Cafe untuk memiliki identitas visual yang digunakan untuk memperkuat identitas serta meningkatkan memorable perusahaan dan lebih diketahui masyarakat domestik maupun mancanegara.
2. Dihasilkan juga sebuah Website yang dibangun menggunakan aplikasi Mobirise, *Brandbook* yang dibangun menggunakan aplikasi Adobe Photoshop, Adobe Illustrator dan Figma. *Video Company Profile* yang diedit menggunakan aplikasi Capcut

3. Pada penelitian ini menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) dengan hasil pengujian yang sudah dilakukan dengan cara Blackbox Testing sudah sesuai dengan baik dan sesuai dengan rancangannya.

## 5. Saran

Saran yang diberikan untuk Nusandari Cafe adalah bahwa dengan adanya Corporate Identity ini, dapat memberikan wawasan dan informasi mengenai identitas perusahaan yang dapat diterapkan pada tempat tersebut, sehingga dapat membangun citra yang positif di masyarakat. Untuk mahasiswa, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi literatur jika ingin mengangkat topik serupa.

## Daftar Pustaka

- [1] S. Novitasari, L. Natadjaja, and E. Christine Yuwono, "Perancangan Corporate Identity dan Media Promosi Malibu Resto Steak N Pizza di Malang," *Jurnal DKV Adiwarna*, vol. 1, no. 6, pp. 1–12, 2015.
- [2] S. Widiastuti, J. Kusumaningrum, and L. Handrijaningsih, "PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY UNTUK MENINGKATKAN BRAND IMAGE PERUSAHAAN," *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN DAN KEWIRAUSAHAAN*, vol. 2, no. 2, pp. 150–159, 2022, [Online]. Available: <http://journal.politeknik-pratama.ac.id/index.php/IMK>
- [3] W. Aryani and A. Toni, "ANALISIS SEMIOTIKA CHARLES SANDERS PEIRCE PADA LOGO PT BANK MEGA SYARIAH," *Syntax*, vol. 2, no. 11, pp. 962–973, 2020.
- [4] Y. A. Kanthi, R. Kurniawan, and A. Aliyuddin, "Perancangan Corporate Identity sebagai Media Pengenalan IKM Batik Tulis Mandangin," *Jurnal Desain*, vol. 8, no. 2, pp. 122–133, Feb. 2021, doi: 10.30998/jd.v8i2.8119.
- [5] L. Sunarya, B. Abdurachman, and P. Rahayu Ningsih, "Video Profile Balai Latihan Kerja Pada Dinas Ketenagakerjaan Kota Tangerang," *TMJ (Technomedia Journal)*, vol. 5, no. 2, pp. 206–219, 2021.
- [6] A. Choirunnisa and M. S. Hidayatulloh, "PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY SEBAGAI MEDIA PROMOSI KOPERASI NUSA SEJAHTERA," *IKONIK : Jurnal Seni dan Desain*, vol. 2, pp. 27–34, 2020.
- [7] H. Sugiarto, "Penerapan Multimedia Development Life Cycle Pada Aplikasi Pengenalan Abjad Dan Angka," *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)*, vol. 3, no. 1, pp. 26–31, 2018.
- [8] S. Gama Edo, S. DI Mau, and A. Purnami Setiawi, "Perancangan Model Inovasi Pembelajaran Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) Berbantu Teknologi Platform Lumi," *JOURNAL OF ELECTRICAL AND SYSTEM CONTROL ENGINEERING*, vol. 7, no. 2, pp. 86–91, 2024, doi: 10.31289/jesce.v6i2.10508.
- [9] M. Mustika, E. P. A. Sugara, and M. Pratiwi, "Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif dengan Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle," *Jurnal Online Informatika*, vol. 2, no. 2, p. 121, Jan. 2018, doi: 10.15575/join.v2i2.139.
- [10] F. Alfiansyah, S. Lina, and M. Sitio, "Implementasi Metode Multimedia Development Life Cycle (Mdlc) Pada Aplikasi Edukasi Interaktif Pengenalan Mental Health Kepada Masyarakat Berbasis Mobile," *Jurnal Ilmu Komputer dan Pendidikan*, vol. 1, no. 1, pp. 6–16, 2022, [Online]. Available: <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/logic>