

Corporate Identity Berbasis Multimedia Pada PT. Satya Wisata Tours & Travel

Refaldi Yordani¹⁾, Rosalia Hadi²⁾, Riza Wulandari³⁾

Program Studi Sistem Komputer

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: refaldiyordani@gmail.com¹⁾, rosa@stikom-bali.ac.id²⁾, rizawulandari@stikom-bali.ac.id³⁾

Abstrak

PT. Satya Wisata Tours & Travel perusahaan yang bergerak jasa biro perjalanan serta menyediakan layanan jasa berupa Bali tour, Overland tour, Tirtayatra, Outbound tour, Study tour, Ticketing, Guiding service, Transport rental. Kendala yang dialami PT. Satya Wisata Tours & Travel yaitu promosi hanya dilakukan melalui media sosial dan secara konvensional yang membutuhkan jasa travel dari PT. Satya Wisata Tours & Travel. Hal penting yang tidak dimiliki oleh perusahaan ini, yaitu tidak adanya sebuah konsep atau identitas yang tetap sehingga membuat perkembangan perusahaan ini menjadi terhambat serta kurangnya kesadaran perusahaan dalam mempromosikan usaha milik mereka ke dalam media internet. Maka penelitian ini dilakukan suatu implementasi berupa corporate identity pada PT. Satya Wisata berbasis multimedia dengan menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Dimana hasil implementasi corporate identity ini meliputi Brandbook, Video Company Profile. Corporate identity ini dibangun menggunakan photoshop dan corel draw untuk membuat Brandbook, Adobe premiere untuk membuat Video Company profile, Visual Studio Code dengan menggunakan bootstrap untuk membuat website. Sistem ini diuji dengan menggunakan metode Black Box testing dan kuisioner yang menghasilkan seluruh pengujian dengan hasil yang sesuai. Disimpulkan bahwa penelitian ini menghasilkan sebuah corporate identity yang membantu pemilik perusahaan dalam membangun identitas PT. Satya Wisata Tours & Travel.

Kata kunci: Corporate Identity, PT. Satya Wisata Tours & Travel, MDLC, Brandbook Website.

1. Pendahuluan

Pariwisata adalah kegiatan rekreasi di luar domisili untuk melepaskan diri dari pekerjaan rutin atau mencari suasana lain. Menurut Undang - Undang no 10 tahun 2009, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara, Sebagai suatu aktivitas, pariwisata telah menjadi bagian penting bagi kebutuhan dasar bagi masyarakat maju dan sebagian kecil masyarakat negara berkembang [1]. PT. Satya Wisata Tours & Travel perusahaan yang bergerak dibidang pariwisata atau lebih tepatnya jasa biro perjalanan wisata dan juga menyediakan layanan jasa berupa Bali tour, Overland tour, Tirtayatra, Outbound tour, Study tour, Ticketing, Guiding service, Transport rental. Perusahaan PT. Satya Wisata Tours & Travel berdiri sejak tahun 1994 dan masih beroperasi sampai sekarang.

Keberadaan *travel* ini tidak banyak yang mengetahuinya, hanya sebagian masyarakat lokal dimana *travel* tersebut beroperasi., *Travel* ini hanya mempromosikannya melalui media sosial facebook dan secara konvensional melalui percakapan antara konsumen yang hanya membutuhkan jasa *travel* dari PT. Satya Wisata Tours & Travel. Selain itu, karyawan PT. Satya Wisata Tours & Travel hanya sedikit yang berinisiatif untuk mempromosikan perusahaannya. PT. Satya Wisata Tours & Travel tidak memiliki sebuah konsep dan identitas perusahaan yang merupakan bagian terpenting bagi PT. Satya Wisata Tours & Travel yang membuat promosi sulit dilakukan sehingga perkembangan perusahaan menjadi terhambat serta kurangnya kesadaran perusahaan dalam mempromosikan usahanya ke dalam media internet

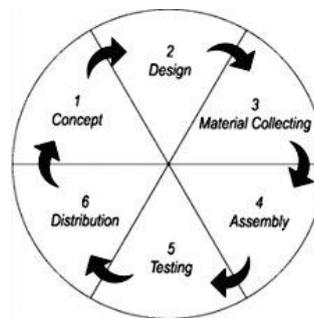
Corporate Identity merupakan suatu hal yang dilakukan untuk membuat suatu identitas sebuah perusahaan informasi tentang suatu perusahaan dalam bentuk visual dimana mencakup sebuah brandbook, website dan video *company profile* yang bertujuan memperkenalkan jati diri dari sebuah perusahaan seperti identitas perusahaan, alamat perusahaan, visi dan misi perusahaan, kegiatan yang dilakukan dalam perusahaan dan hal lain terkait tentang perusahaan tersebut. Unsur terpenting dalam pembuatan *identity*

corporate adalah sebuah logo karena logo merupakan sebuah elemen yang mempengaruhi semua desain yang akan akan di buat dalam *corporate identity* [2].

Melihat masalah yang ada di PT. Satya Wisata *Tours & Travel* yang belum memiliki *corporate identity* yang sesuai dan efisien, maka diperlukan sebuah penerapan *corporate identity* sebagai pemecahan masalah. *Corporate identity* diperlukan dalam membangun awareness dan image perusahaan di mata calon klien dan membantu PT. Satya Wisata *Tours & Travel* memiliki sebuah identitas diri, meningkatkan kualitas, kepercayaan dan mampu bersaing dengan perusahaan sejenis.

2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini dilakukan beberapa tahapan guna memperoleh suatu kesimpulan. Adapun tahapan-tahapan pada penelitian ini antara lain. *Concept* (Konsep), *Design* (perancangan), *Material Collecting* (pengumpulan bahan), *Assembly* (Pembuatan), *Testing* (pengujian), dan *Distribution* (distribusi)[3]. Berdasarkan penjelasan di atas, berikut ini merupakan gambaran alur dari metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Metode Penelitian

Dalam metode MDLC, seluruh proses pengembangan perangkat lunak dibagi menjadi beberapa fase terpisah. Fase – fase tersebut adalah:

1. *Concept* (Pengonsepan)

Tahap ini adalah untuk menentukan tujuan dan siapa pengguna program (identifikasi audiens).

2. *Design* (Perancangan)

Pada tahapan ini pembuatan spesifikasi mengenai arsitektur program, gaya, tampilan dan kebutuhan material / bahan untuk program.

3. *Material Collecting* (Pengumpulan Bahan)

Pada tahap ini, *Material Collecting* adalah tahap pengumpulan bahan yang sesuai dengan kebutuhan yang dikerjakan.

4. *Assembly* (Pembuatan)

Tahap pembuatan semua obyek atau bahan multimedia. Pembuatan aplikasi didasarkan pada tahap *design*, seperti *storyboard*, bagan alir, dan/atau struktur *navigasi*.

5. *Testing*

Tahap *Testing* dilakukan setelah selesai tahap *assembly* dengan menjalankan aplikasi/program dapat dilihat apakah ada kesalahan atau tidak.

6. *Distribution*

Tahap *distribution* adalah tahap dimana aplikasi disimpan dalam suatu media penyimpanan. Seperti hardisk dan CD yang sebelumnya sudah dijadikan file *autoplay*.

3. Hasil dan Pembahasan

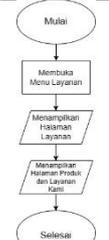
3.1. Perancangan Sistem

Tahap perancangan sistem merupakan tahap menterjemahkan kebutuhan ke dalam bentuk perangkat lunak sebelum dimulai pengimplementasian pada kode program. Tujuan dari perancangan sistem ini untuk menentukan tampilan serta fungsi-fungsi yang terdapat dalam sistem Informasi evaluasi kinerja. Berikut ini adalah pembahasannya:

3.1.1. Flowchart

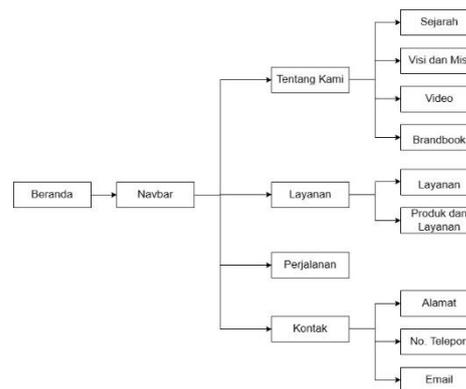
Flowchart merupakan alur dari sebuah perkeayasaan [4]. Dan berikut adalah flowchart website dari PT. Satya Wisata *Tours & Travel*

Tabel 1. Flowchart

| No. | Desain Flowchart | Flowchart | Keterangan |
|-----|---|--------------|--|
| 1 |  | Kontak | Flowchart menu beranda menjelaskan alur tentang menu kontak. Alur dari flowchart pada menu ini adalah mulai – membuka menu kontak – menampilkan halaman kontak – selesai. |
| 2 |  | Layanan | Flowchart menu layanan menjelaskan alur tentang menu layanan. Alur dari flowchart pada menu ini adalah mulai – membuka menu menampilkan halaman layanan – menampilkan produk dan layanan – selesai. |
| 3 |  | Perjalanan | Flowchart menu perjalanan menjelaskan alur tentang menu perjalanan wisata. Alur dari flowchart pada menu ini adalah mulai – membuka menu perjalanan – menampilkan halaman perjalanan – selesai. |
| 4 |  | Tentang Kami | Flowchart menu tentang Porta Wisata menjelaskan alur tentang menu tentang PT. Satya Wisata <i>Tours & Travel</i> . alur dari flowchart pada menu ini adalah mulai – membuka menu tentang PT. Satya Wisata <i>Tours & Travel</i> - menampilkan Brandbook – selesai. |

3.1.2. Struktur Navigasi Website

Sebelum membuat website perlu adanya rancangan berupa struktur navigasi sebagai gambaran awal dalam pembuatan website dan menjadi patokan untuk perancangan selanjutnya seperti flowchart dan *interface website*.

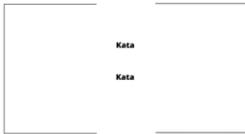
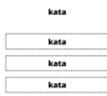


Gambar 2. Struktur Navigasi Website

3.1.3. Desain 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 [5]. Desain Brandbook dilakukan perancangan desain layout dari Brandbook. Pembuatan rancangan ini mengacu pada alur desain Brandbook yang sudah dirancang sebelumnya. Berikut desain brandbook dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Desain brandbook

| No | Desain | Halaman | Keterangan |
|----|---|------------------------------|--|
| 1 |  | Desain Layout Cover | Desain layout cover brandbook berisikan logo dan nama dari perusahaan. |
| 2 |  | Desain Layout Kata Pengantar | Desain halaman pembuka berisikan kata pengantar yang bertujuan memberi tujuan dari pembuatan Brandbook. |
| 3 |  | Desain Layout Daftar konten | Desain halaman daftar konten dibuat sedemikian rupa agar nantinya tetap terlihat menarik dengan menambahkan sebuah foto. |
| 4 |  | Desain Layout Judul Bab | Desain Halaman judul bab berisikan pembukaan dari bab yang akan di bahas. |

3.2. Pengumpulan Bahan

Pengumpulan bahan yang digunakan berupa materi, gambar, video, website dan elemen pendukung lainnya. Untuk materi yang berkaitan dengan *corporate identity* dilakukan dengan cara studi literatur, untuk informasi mengenai perusahaan dilakukan wawancara, dan untuk video dan gambar dilakukan observasi langsung ke tempat wisata.

3.3. Implementasi Sistem

Pada implementasi sistem akan menampilkan perancangan desain antarmuka yang telah dibuat sebelumnya. Berikut tampilan dari *Corporate Identity* Berbasis *Multimedia* Pada PT. Satya Wisata Tours & Travel.

Tabel 3. Implementasi sistem

| No | Desain | Halaman | Keterangan |
|----|---|----------------|--|
| 1 |  | Desain Beranda | Pada halaman beranda ini berisi menu navbar, cover slide, dan menu untuk cek layana. |
| 2 |  | Tentang Kami | Pada halaman tentang kami berisikan informasi berupa profile pemilik, sejarah dari PT. Satya Wisata Tours & Travel, visi misi yang dimiliki oleh perusahaan, brandbook PT. Satya Wisata Tours & Travel dan video corporate identity PT. Satya Wisata Tours & Travel. |
| 3 |  | Layanan | Pada halaman layanan berisikan informasi mengenai layanan yang ditawarkan oleh PT. Satya Wisata Tours & Travel. |
| 4 |  | Perjalanan | Pada halaman perjalanan berisikan informasi mengenai tempat – tempat wisata yang ditawarkan oleh perusahaan |
| 5 |  | Kontak | Pada halaman kontak kami berisikan informasi mengenai kontak dari PT. Satya Wisata Tours & Travel dan juga lokasi dari PT. Satya Wisata Tours & Travel. |

3.4. Pengujian

Pengujian dilakukan untuk mengetah *Corporate Identity* Berbasis *Multimedia* Pada PT. Satya Wisata Tours & Travel sudah berjalan sesuai dengan rancangan yang telah dibuat. 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 [7]

3.5. Distribusi

Pada pendistribusian hasil dari *Corporate Identity* Berbasis *Multimedia* Pada PT. Satya Wisata Tours & Travel dilakukan dengan menggunakan Media sosial. Penggunaan media sosial dipilih karena pengguna media sosial dapat melakukan komunikasi dengan pengguna lainnya, tanpa batasan jarak, tempat, dan waktu, untuk mendapatkan sebuah informasi. Media sosial yang digunakan dalam mendistribusikan sistem *Corporate Identity* Berbasis *Multimedia* Pada PT. Satya Wisata Tours & Travel yaitu Instagram dan Facebook.

4. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan tentang perancangan corporate identity PT. Satya Wisata *Tours & Travel* dapat di ambil kesimpulan sebagai adalah. Telah dihasilkan implementasi berupa Brandbook, Video Company Profile, dan Website dengan metode *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* dan Hasil pengujian dengan *Blackbox testing* menunjukkan bahwa fitur-fitur yang terdapat pada website yang telah dibangun dapat berfungsi dengan baik sesuai dengan perancangan.

Daftar Pustaka

- [1] P. E. S. Subandi, "Perancangan Ulang *Visual Corporate Identity* Kamajaya Kreasindo," *Comput. Human Behav.*, vol. 63, no. May, pp. 9–57, 2019.
 - [2] Endrar Wahyu Perdana, "Perancangan Corporate Identity Galeri Batik Tulis Amri jaya Jetis Sidoarjo," 2015.
 - [3] I Putu Yogi Widya Utama Putra, "Corporate Identity pada Lembaga Pelatihan Kerja (LPK) Ganesha Karya Abdi Berbasis Multimedia," 2020.
 - [4] S. K. Dr. Asrul Huda, *Pengantar Coding Berbasis C/C++*. 2021.
 - [5] Alexander Dasril, "Perancangan Corporate Identity Distro Reckless Store Padang," 2017.
 - [6] Yusep Maulana, *Jenius Membuat Mobile Edukasi Android*. CV. Mobidu Sinergi, 2018.
 - [7] Puji Astuti, "Penggunaan Metode Black Box Testing (Boundary Value Analysis) Pada Sistem Akademik (SMA/SMK)," 2018.
 - [8] I. P. D. Setiawan, "Company Profile Hotet Bali Mandira Resort and SPA Berbasis Multimedia Interaktif," 2020
 - [9] D. Finaldi, "Perancangan Ulang *Visual Corporate Identity* Kamajaya Kreasindo Perancangan," *Comput. Human Behav.*, vol. 63, no. May, pp. 9–57, 2018, [Online]. Available: <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.008>.
 - [10] M. (2018) Siregar, H. F., Siregar, Y. H., & Melani, "Perancangan Aplikasi Komik Hadist Berbasis Multimedia. *JurTI (Jurnal Teknologi Informasi)*, 2(2), 113-121.," *JurTI (Jurnal Teknol. Informasi)*, vol. 2, no. 2, pp. 113–121, 2018,[Online].Available:<http://www.jurnal.una.ac.id/index.php/jurti/article/view/425>.
-