

Perancangan Corporate Identity Guest House Langit Biru Berbasis Web

I Gede Dhandy Rezaldi¹⁾, Ida Bagus Ketut Surya Arnawa²⁾, I Wayan Jepriana³⁾

Program Studi Sistem Informasi

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: dhandyrezaldi@gmail.com¹⁾, arnawa@stikom-bali.ac.id²⁾, jepriana@stikom-bali.ac.id³⁾

Abstrak

Guest House Langit Biru merupakan salah satu tempat akomodasi penginapan yang memiliki fasilitas 5 kamar tidur dan halaman parkir yang luas yang berlokasi Kabupaten Badung. Guest House Langit Biru berlokasi di Desa Sibang Kaja, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung. Karena kurang adanya media promosi dan pengenalan pada Guest House Langit Biru hanya memanfaatkan media cetak, sharing informasi ke grup, dan penyaluran informasi dari mulut ke mulut, tanpa memanfaatkan teknologi informasi, oleh karena itu diperlukan suatu media promosi dan pengenalan pada. Maka dari itu dilakukanlah suatu penelitian yang bertujuan membangun suatu perancangan Corporate Identity berbasis website untuk Guest House Langit Biru untuk membantu mempromosikan dan pengenalan penginapan yang ada di Desa Sibang Kaja kepada masyarakat dan wisatawan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Adapun hasil perancangan dari penelitian ini yaitu berupa Brandbook, Video Company Profile, serta Website. Pengujian perancangan ini dilakukan dengan memberikan data hasil perancangan kepada penguji untuk dibangun sebuah sistem. Dengan hasil dari perancangan ini akan di implementasikan Corporate Identity sebagai media promosi pada Guest House Langit Biru, yang harapannya nanti dapat digunakan sebagai media promosi dan memberikan informasi yang menarik mengenai Guest House Langit Biru kepada masyarakat umum dan wisatawan.

Kata Kunci: Corporate Identity, Guest House, Web Design, Branding, Perancangan Website

1. Pendahuluan

Padai era digital yang semakin maju dan berkembang ini, keberadaan sebuah website telah menjadi hal yang tak terhindarkan bagi bisnis di berbagai sektor, termasuk industri perhotelan. Teknologi informasi juga menjadi sangat penting dalam bisnis, khususnya dalam upaya memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas melalui media promosi dan internet, yang memungkinkan penyebaran informasi yang cepat dan luas, dapat diakses oleh siapa saja dan di mana saja. Internet memfasilitasi penyebaran informasi dalam berbagai format, termasuk teks, gambar, video, audio, dan lainnya [1].

Guest House Langit Biru adalah sebuah akomodasi yang berlokasi di Desa Sibang Kaja, Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung, Bali, yang dimiliki dan dikelola oleh I Gede Gandi Arie Khrisna dan *Guest House* ini sudah beroperasi sejak tahun 2020 dan mempunyai fasilitas 5 kamar tidur.

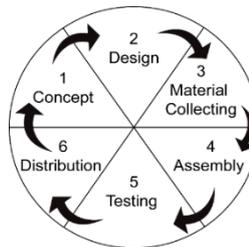
Setelah melakukan observasi dan wawancara langsung dengan pemilik *Guest House* I Gede Gandi Arie Khrisna, ditemukan permasalahan terkait kurang adanya media promosi untuk *Guest House Langit Biru*. Hal ini menghambat upaya memperkenalkan *Guest House* ini kepada masyarakat dan wisatawan. Selama ini, pemasaran *Guest House Langit Biru* hanya dilakukan melalui media cetak, sharing informasi lewat grup, dan penyaluran dari mulut ke mulut, tanpa memanfaatkan teknologi informasi. Oleh karena itu, dibuat suatu perancangan *Corporate Identity* sebagai media promosi *Guest House Langit Biru*. *Corporate Identity* memiliki pengaruh besar terhadap citra perusahaan di mata masyarakat dan membantu perusahaan menjadi lebih mudah dikenali [2]. Perancangan *Corporate Identity* ini melibatkan pembuatan *Website*, *Brand Book*, dan *Video Company Profile*.

Penelitian ini didasarkan pada beberapa penelitian sebelumnya, seperti penelitian GD Agus Bimaskara Kusuma Putra [3] tentang *Corporate Identity* pada Perusahaan Planet Service Berbasis Multimedia, Wildan Fauzy [4] tentang Penerapan *Corporate Identity* pada Baba Joseph Berbasis Multimedia, dan I Gusti Ngurah Aditya Suguna Oka [5] tentang *Corporate Identity* Berbasis Multimedia Pinhead Bali sebagai Media Promosi. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa *Corporate Identity* dapat menjadi sarana efektif untuk promosi dan memudahkan masyarakat dalam mencari informasi tentang perusahaan.

Berdasarkan dengan uraian diatas, serta merujuk pada penelitian yang dibangun untuk mengatasi permasalahan kurangnya media promosi *Guest House* Langit Biru, yang belum memiliki identitas atau *branding* untuk memperkenalkannya kepada masyarakat dan wisatawan, pada penelitian ini akan dibangun sebuah Perancangan dan membangun "*Corporate Identity* sebagai Media Promosi untuk *Guest House* Langit Biru". Penelitian ini akan mencakup untuk pembuatan perancangan *Website*, *Brand Book*, dan *Video Company Profile*. Penelitian ini menggunakan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) dengan harapan dapat mengatasi permasalahan kurangnya media promosi untuk *Guest House* Langit Biru.

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC). Metode ini terdiri dari enam tahapan yaitu *Concept* (Konsep), *Design* (Perancangan), *Material Collecting* (Bahan Pengumpulan), *Assembly* (Pembuatan), *Testing* (Pengujian), *Distribution* (Pendistribusian).



Gambar 1. *Multimedia Development Life Cycle*

Berikut ini merupakan penjelasan dari setiap tahapan dari *Multimedia Development Life Cycle*:

2.1 *Concept*

Pada tahapan ini, merupakan tahapan awal dalam membuat analisa dan topik, dimana penulis menggunakan konsep analisis 5W+1H (*What, Who, Why, Where, When, How*). Adapun Analisa 5W+1H (*What, Why, Who, When, Where, How*) dari penelitian ini adalah dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Analisis 5W+1H

<i>What</i> Apa yang dibuat untuk memecahkan masalah pada <i>Guest House</i> Langit Biru?	Pada pembuatan <i>corporate identity</i> ini menghasilkan beberapa produk multimedia dan sistem informasi yang dapat membantu pengguna dalam mencari informasi tentang <i>Guest House</i> Langit Biru
<i>Why</i> Mengapa dibuat penelitian ini?	Kurangnya media promosi atau identitas pada <i>Guest House</i> Langit Biru sehingga masyarakat umum atau wisatawan kesulitan dalam mencari informasi perusahaan
<i>Who</i> Siapa yang akan menggunakan <i>corporate identity</i> ini?	<i>Corporate identity</i> ini ditujukan kepada masyarakat umum dan wisatawan yang ingin mencari informasi terhadap dan dapat digunakan sebagai media promosi oleh <i>Guest House</i> Langit Biru.
<i>When</i> Kapan <i>corporate identity</i> ini akan digunakan?	Digunakan saat ingin mempromosikan <i>Guest House</i> Langit Biru dan sebagai identitas perusahaan saat ingin menjalin kerjasama terhadap perusahaan lain.
<i>Where</i> Dimana <i>corporate identity</i> akan diimplementasikan?	<i>Corporate identity</i> ini akan diimplementasikan pada <i>Guest House</i> Langit Biru dan dapat diakses dalam bentuk <i>brandbook</i> , <i>website</i> dan juga <i>video company profile</i> .
<i>How</i> Bagaimana <i>corporate identity</i> ini dapat menyelesaikan masalah yang ada di <i>Guest House</i> Langit Biru?	Adanya <i>corporate identity</i> ini diharapkan dapat berguna bagi <i>Guest House</i> Langit Biru untuk memiliki media promosi dan dapat dikenal luas oleh masyarakat dan wisatawan yang berkunjung ke bali serta memiliki identitas paten terhadap perusahaan.

2.2 *Design*

Pada tahapan ini, semua desain saling berhubungan sehingga pada tahapan pembuatannya harus berurutan, mulai dari desain *brandbook*, foto katalog *Guest House* Langit Biru, *video company profile* dan

juga desain website yang mencakup semua tahapan awal. Kemudian desain yang dibuat mengacu pada perancangan awal, video yang mengacu pada *storyboard* dan *website*.

2.3 *Material Collecting*

Pengumpulan data adalah aspek penting dalam memperoleh data yang dibutuhkan untuk penelitian, pengumpulan data yang didapat untuk merancang *corporate identity* ini terdapat beberapa metode dalam pengumpulan data yaitu:

1. Observasi : Dilakukan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang difokuskan dalam penelitian ini yaitu *Guest House Langit Biru*.
2. Wawancara : Wawancara kepada kerabat pemilik dan pengelola *Guest House Langit Biru* yaitu Bapak I Gede Gandi Arie Khrisna.
3. Studi Literatur : Dilakukan penelusuran pada sumber pustaka berupa artikel, jurnal, dan buku serta jurnal – jurnal *online* yang tersedia di *google scholar* yang berkaitan dengan *corporate identity*.

2.4 *Assembly*

Pada tahap ini, dimulai proses pembuatan *brandbook* dengan merancang desain, isi materi yang akan dimasukkan ke dalamnya. Selain proses cetak *brandbook* dilakukan juga agar sesuai dengan visi dan identitas perusahaan. Selanjutnya, pembuatan video *company profile* diawali dengan melakukan pengamatan lokasi yang akan dijadikan latar dalam video. Tahap ini juga melakukan persiapan dengan mengumpulkan peralatan yang akan digunakan untuk pengambilan video. Pengambilan video juga melibatkan narasumber yang relevan untuk memberikan informasi yang diperlukan dalam video *company profile*. Setelah pengambilan video selesai, langkah selanjutnya adalah proses editing video hingga terciptalah video *company profile* yang sesuai dengan visi perusahaan. Terakhir dalam pembuatan *website*, dimulai dengan mendesain ulang, memunculkan ide-ide kreatif dan menentukan konten yang akan diimplementasikan pada *website*. Setelah tahap perencanaan selesai, proses selanjutnya mulai membuat *website* dengan menerapkan desain dan konten yang telah dipilih. Proses ini mencakup banyak penyesuaian akhir untuk memastikan bahwa *website* mencerminkan identitas perusahaan secara konsisten.

2.5 *Testing*

Pengujian dilakukan dengan memberikan hasil perancangan kepada penguji untuk melakukan penerapan. Pengujian hasil perancangan ini dilakukan oleh penguji dan sistem mulai bisa dibangun. Pengujian yang dilakukan menggunakan dua metode, yaitu *blackbox testing* dan kuisioner.

2.6 *Distribution*

Setelah tahap pengujian selesai dan hasil perancangan tersebut bisa dilanjutkan ke proses penerapan nantinya. Pada tahap ini seluruh bagian hasil perancangan *corporate identity* ini diberikan *brandbook*, video *company profile*, serta *website* kepada pemilik dan pengelola untuk memperbarui segala macam informasi terhadap *Guest House Langit Biru*.

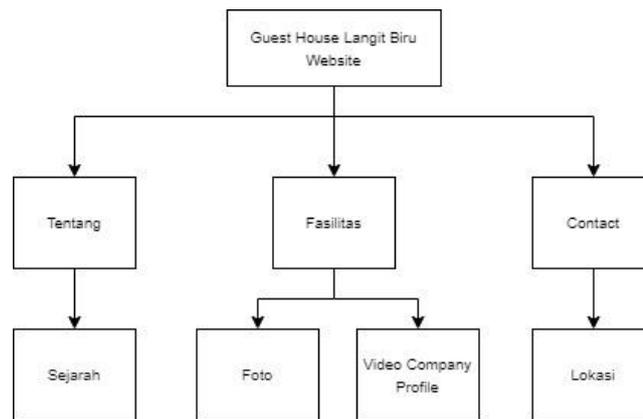
3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Perancangan Sistem

Pada tahap perancangan sistem ini desain dikembangkan dengan basis multimedia yang mengacu pada konsep awal, yang memiliki tujuan untuk membuat *prototype* desain dari awal sampai dengan akhir supaya dapat menjelaskan secara jelas bagaimana sistem ini dapat berjalan. Berikut merupakan desain struktur yang terdapat pada *Guest House Langit Biru* sebagai media promosi:

3.1.1 Struktur Menu

Struktur menu *website Guest House Langit Biru* berikut berisikan mengenai gambaran garis besar dari pengenalan *Guest House Langit Biru* yang terdapat pada *website* ini. Berikut struktur menu *website* yang dapat dilihat pada Gambar 2 berikut:



Gambar 2. Struktur Menu Website

Berikut ini merupakan penjelasan menu-menu yang terdapat pada website:

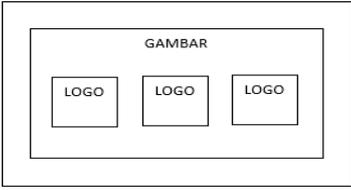
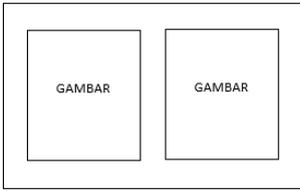
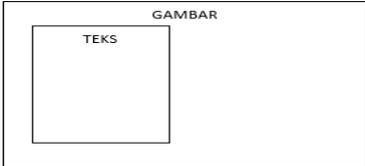
1. Menu *Home Guest House Langit Biru*
Merupakan menu tampilan awal dari website *Guest House Langit Biru* yang berisi tombol dari menu tentang, fasilitas, dan juga kontak dari *Guest House Langit Biru*.
2. Menu Tentang
Merupakan menu yang berisi mengenai *Guest House Langit Biru*. Menu Tentang dibagi menjadi dua yaitu terdapat detail sejarah yang berisi sejarah mengenai *Guest House Langit Biru* dan juga terdapat *video company profile*.
3. Menu Fasilitas
Merupakan menu yang menampilkan detail dari fasilitas yang dimiliki oleh *Guest House Langit Biru*.
4. Menu Kontak
Merupakan menu yang berisi *contact person* seperti nomor telepon, *email*, dan sosial media lainnya, bertujuan agar pengguna mudah untuk menghubungi jika ingin melakukan reservasi.

3.1.2 Desain Brandbook

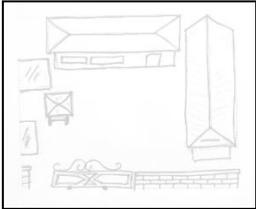
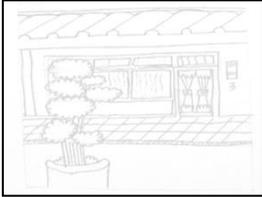
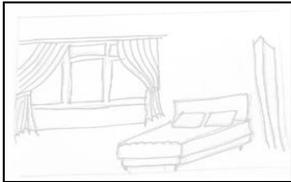
Pada desain *brandbook* ini akan menampilkan rancangan desain dari *brandbook* yang akan dibuat untuk *branding Guest House Langit Biru*. Berikut *layout* dari *brandbook Guest House Langit Biru*, yang dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut:

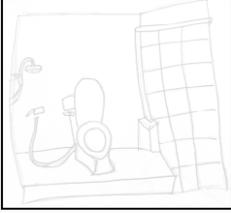
Tabel 2. Brandbook Guest House Langit Biru

No	Layout	Keterangan
1		Desain ini merupakan desain halaman depan atau sampul pada <i>brandbook Guest House Langit Biru</i> yang berisikan logo <i>Guest House</i> dan beberapa teks.
2		Desain pada halaman ini berisi gambar <i>Guest House</i> dan <i>quotes</i> dari <i>Guest House Langit Biru</i> .

3		<p>Pada halaman ini berisi desain dari <i>logo Guest House Langit Biru</i>, yang berisi main <i>logo</i>, <i>logogram</i>, dan <i>logotype</i></p>
4		<p>Pada halaman ini berisi desain mockup atau pengaplikasian logo <i>Guest House Langit Biru</i> pada beberapa benda.</p>
5		<p>Desain pada halaman ini berisi tentang <i>contact person Guest House Langit Biru</i>.</p>

Tabel 3. *Storyboard Video Company Profile*

<i>Scene</i>	<i>Durasi</i>	<i>Visual</i>	<i>Keterangan</i>
<p><i>Scene 1</i> Intro (Pembukaan)</p>	<p>00:00 s/d 00:04</p>		<p>Pada pembukaan menampilkan logo dan pemandangan dari atas <i>guest house</i>.</p>
<p><i>Scene 2</i> (Suasana dan Fasilitas <i>Guest House</i>)</p>	<p>00:26 s/d 00:35</p>		<p>Memperlihatkan halaman depan dari kamar <i>guest house</i>.</p>
<p><i>Scene 3</i> (Suasana dan Fasilitas <i>Guest House</i>)</p>	<p>00:57 s/d 01:18</p>		<p>Menjelaskan mengenai fasilitas yang bisa digunakan untuk bersantai.</p>
<p><i>Scene 4</i> (Kamar)</p>	<p>01:24 s/d 02:15</p>		<p>Selanjutnya menampilkan fasilitas kamar tidur yang tersedia.</p>

<p>Scene 5 (Toilet dan Penutup)</p>	<p>02:12 s/d 02:26</p>		<p>Memperlihatkan isi dari fasilitas kamar mandi yang dilengkapi dengan closet, shower, wastafel dan handuk.</p>
---	--------------------------------	--	--

4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian perancangan ini, dapat memberikan panduan praktis bagi pemilik atau pengelola *guest house* dalam merancang *corporate identity* berbasis website. Perancangan *Corporate Identity* yang mencerminkan karakteristik dari *guest house*, bersama dengan konten yang informatif dan menarik, hasil penelitian perancangan yang telah dilakukan dapat dirumuskan kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Dengan seluruh proses rancangan ini, telah diperoleh suatu perancangan *Corporate Identity* yang diharapkan bisa memenuhi atau melengkapi akan kebutuhan untuk media promosi yang akan diterapkan untuk *Guest House* Langit Biru. Penelitian ini diangkat untuk membantu mempromosikan *guest house* agar dapat meningkatkan daya tarik kuat masyarakat dan wisatawan yang ingin mencari tempat untuk menginap, berlibur, maupun beristirahat.
2. Dari kesimpulan di atas, perlu kiranya saran untuk pengembangan lebih lanjut mengenai penerapan perancangan ini nantinya. Banyak hal penting dalam membentuk citra dan persepsi seperti halnya mendalami tentang misi, nilai jual unik pada *guest house* dengan kompetitor yang lain. Mempertahankan tampilan dan nuansa konsisten untuk membangun pengenalan *guest house* ke masyarakat dan wisatawan. Menerima masukan dan mendapatkan umpan balik dari karyawan dan pelanggan sehingga menjadi lebih baik kedepannya. Menyadari bahwa perancangan ini jauh dari kesempurnaan, maka dari itu mohon maaf jika dalam penulisan penyajian gambar belum sesuai standar yang telah ada.

Daftar Pustaka

- [1] Limbong, F., & Soetomo, S. (2013). Dampak perkembangan pariwisata terhadap lingkungan Taman Nasional Karimunjawa. *Ruang*, 2(1), 51-60.
- [2] L. David Rishan, P. Widyo Hartanto, R. N. Milka B, P. Studi Desain Komunikasi Visual, and F. Seni dan Desain, "Perancangan *Corporate Identity* CV. Inti Calcium," 2017.
- [3] GD Agus Bimaskara Kusuma Putra, "*Corporate Identity* Pada Perusahaan Planet Service Berbasis Multimedia," *ITB Stikom Bali*, 2020.
- [4] Wildan Fauzy, "Penerapan *Corporate Identity* Pada Baba Joseph Berbasis Multimedia," *ITB Stikom Bali*, 2020.
- [5] Aditya Suguna Oka I Gusti Ngurah, "*CORPORATE IDENTITY* BERBASIS MULTIMEDIA PADA PINHEAD BALI SEBAGAI MEDIA PROMOSI," pp. 45–114, 2020.