

***Corporate Identity* Pada Dewata Kencana Sebagai Media Promosi**

I Gst.A.A.Pt.Oppie Shintawangi¹⁾, I Gusti Ayu Desi Saryanti²⁾, Ni Nyoman Muryatini³⁾

Sistem Informasi^{1),2),3)}

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: oppieshinta1@gmail.com¹⁾, desi@stikom-bali.ac.id²⁾, tiniaryadiputra2016@gmail.com³⁾

Abstrak

Dewata Kencana adalah sebuah bisnis penyedia jasa transportasi dan penyewaan mobil di pulau Bali. Dewata Kencana ini sudah berdiri sejak 2023 yang dimiliki oleh Anak Agung Jestha Wikana Dharma. Dewata Kencana dapat menyediakan berbagai jenis mobil sesuai dengan permintaan konsumen. Dewata Kencana saat ini memiliki kesulitan dalam mencari pelanggan baru, dengan permasalahan di atas maka dibuatkanlah sebuah corporate identity pada Dewata Kencana sebagai media promosi. Metode penelitian yang digunakan dalam pembuatan corporate identity ini yaitu menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle, metode ini memiliki 6 tahapan yaitu : concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution, yang dimana sudah menghasilkan produk berupa Website yang memiliki 5 halaman, dan Brand Book yang memiliki 18 halaman, dan Video Company Profile yang memiliki durasi video 1:01 menit. Metode pengujian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengujian Usability Testing dengan metode System Usability Scale (SUS).

Kata kunci: *Dewata Kencana, Corporate Identity, Media Promosi, Multimedia Development Life Cycle, Usability Testing*

1. Pendahuluan

Seiring berkembangnya bisnis sewa mobil khususnya di Bali, suatu perusahaan penyewaan dituntut untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan strategi pemasaran agar dapat memberikan kualitas pelayanan terbaik untuk memenuhi suatu permintaan dari *customer* [1]. Pada era digital ini, pelaku usaha dituntut untuk agar dapat memanfaatkan teknologi yang terus berkembang dengan cepat. Salah satu media promosi yang banyak digunakan oleh pelaku usaha yaitu *website* [2]. Dalam hal ini yang disewakan adalah mobil. Suatu perusahaan yang memiliki teknologi informasi yang cenderung lebih cepat dalam perkembangan perusahaannya [3]. Rental mobil merupakan salah satu bisnis yang menguntungkan dan sangat berhubungan dengan jasa, bisnis ini juga membantu masyarakat yang memerlukan jasa persewaan mobil untuk berbagai keperluan [4]. Untuk menjalankan bisnis penyewaan mobil, diperlukan *website* yang mempermudah segala operasional yang berkaitan dengan penyewaan mobil [5]. Dalam penyewaan mobil, peminjam dapat menyewa mobil dengan lepas kunci atau tidak menggunakan sopir dan menyewa mobil dengan menggunakan jasa sopir [6].

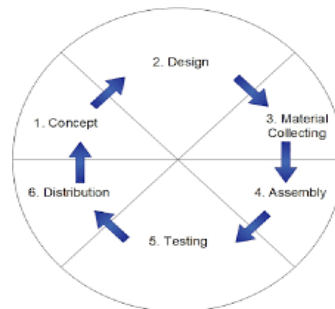
Dewata Kencana adalah sebuah bisnis yang bergerak di bidang penyedia jasa transportasi dan penyewaan mobil di pulau Bali yang berdiri sejak tahun 2023. Dewata Kencana dapat menyediakan berbagai jenis kendaraan sesuai dengan permintaan konsumen dengan meminjam milik mitra dari Dewata Kencana dengan sistem bagi hasil. Dewata Kencana memiliki beberapa pelanggan lama, namun Dewata Kencana memiliki kesulitan menarik pelanggan baru karena hanya terpaku dalam lingkup pelanggan yang sudah pernah menyewa saja. Pada penelitian ini akan menghasilkan sebuah media promosi yang memiliki informasi mengenai Dewata Kencana.

Maka dari itu dibuatkanlah *corporate identity* pada Dewata Kencana sebagai media promosi, agar nantinya konsumen dapat lebih mudah mencari informasi mengenai Dewata Kencana. *Corporate identity* merupakan sebuah entitas yang menampilkan jati diri perusahaan atau organisasi sehingga dapat menjadi pembeda antara perusahaan lain [7]. *Corporate identity* menjadi alternatif media dalam membangun sebuah citra perusahaan. Dengan adanya *corporate identity* ini diharapkan akan sangat membantu dalam hal membangun citra perusahaan [8].

Berdasarkan beberapa referensi peneliti terdahulu, seperti penelitian yang berjudul “Perancangan *Corporate Identity* Untuk Meningkatkan *Brand Image* Perusahaan” Oleh Kusuma Widiastuti pada tahun 2022 [9]. dan “Perancangan *Corporate Identity Graphic* Standar Manual Pada Polibatam *Software Team*” Oleh Supardianto Pada Tahun 2023 [7]. Disimpulkan bahwa *corporate identity* dapat dijadikan sebagai wadah atau sarana untuk media promosi suatu perusahaan dan dapat memudahkan masyarakat dalam mencari suatu informasi mengenai perusahaan.

2. Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan dalam penyusunan pembuatan *corporate identity* pada Dewata Kencana sebagai media promosi yaitu menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* atau *MDLC*. Metode ini memiliki 6 tahapan yaitu : *concept, design, material collecting, assembly, testing, dan distribution* [10].



Gambar 1. Tahapan Metode MDLC

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Concept

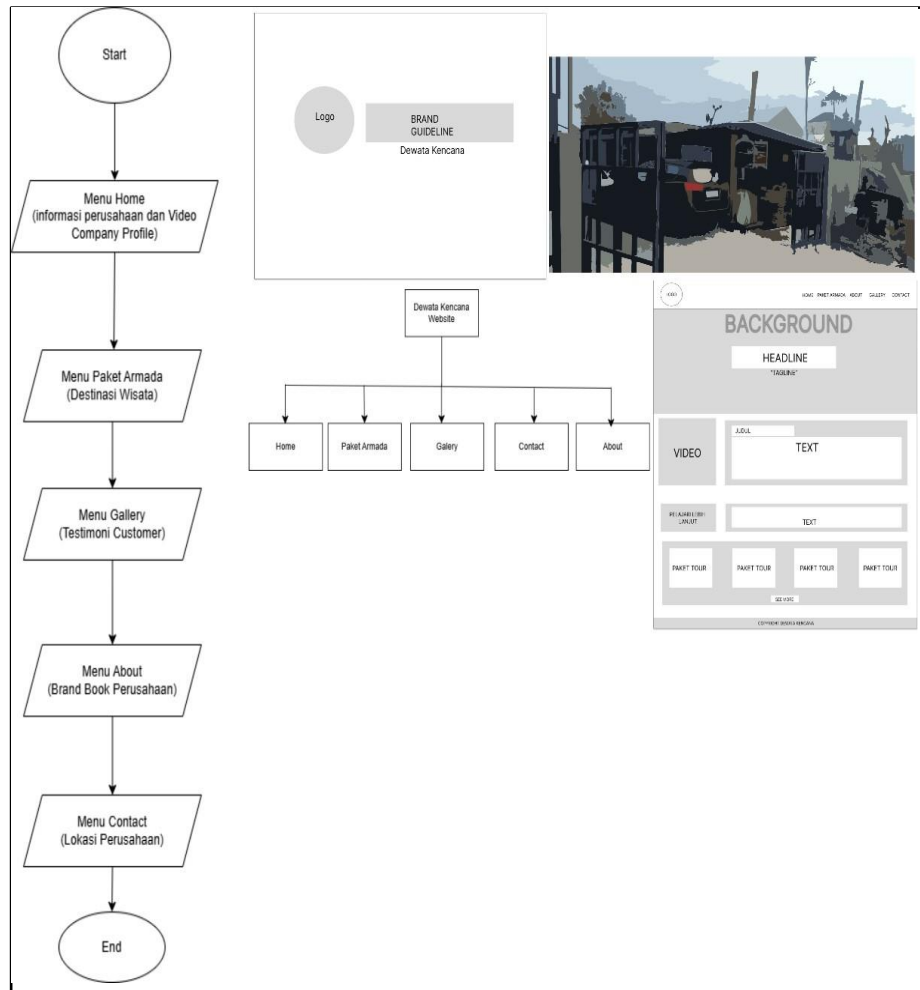
Dengan menggunakan analisa 5W + 1H (*What, Why, Who, Where, How*) sebagai landasan untuk membangun sebuah konsep hingga membentuk suatu ide.

Tabel 1. Analisa 5W + 1H

<i>What</i> Apa yang akan dibuat pada penelitian ini?	Pada penelitian ini akan membuat sebuah <i>corporate identity</i> pada Dewata Kencana sebagai media promosi.
<i>Why</i> Mengapa <i>corporate identity</i> pada Dewata Kencana sebagai media promosi ini perlu dibuat?	<i>Corporate identity</i> pada Dewata Kencana sebagai media promosi ini dibuat karena pihak Dewata Kencana hanya sebatas menggunakan Instagram, maka dari itu dibuatkanlah <i>corporate identity</i> agar memudahkan pihak Dewata Kencana melakukan promosi.
<i>Who</i> Siapa saja yang akan menggunakan <i>corporate identity</i> ini ?	<i>Corporate identity</i> ini nantinya akan digunakan oleh Dewata Kencana sebagai sebuah identitas perusahaan dan nantinya akan di tujukan kepada pelanggan yang ingin menggunakan jasa Dewata Kencana.
<i>Where</i> Dimana <i>corporate identity</i> ini diimplementasikan?	<i>Corporate identity</i> sebagai media promosi ini akan diimplementasikan pada perusahaan Dewata Kencana.
<i>When</i> Kapan <i>corporate identity</i> ini akan digunakan?	<i>Corporate identity</i> ini dapat digunakan kapan saja dan juga ketika ingin menjalin kerjasama dengan perusahaan lain maupun digunakan sebagai media promosi secara digital melalui <i>website</i> .

<p><i>How</i></p> <p>Bagaimana <i>corporate identity</i> ini dapat menyelesaikan permasalahan yang ada?</p>	<p>Dengan dibuatkannya <i>corporate identity</i> sebagai media promosi ini diharapkan bisa membantu Dewata Kencana untuk dapat mengembangkan bisnisnya ke mancanegara sehingga dapat mewujudkan visi dan misi dari perusahaan Dewata Kencana.</p>
---	---

3.2 Design Perancangan



Gambar 2. Design Perancangan

Tahapan ini dilakukan perancangan dari pembuatan *corporate identity* pada Dewata Kencana sebagai media promosi. Perancangan ini meliputi *layout Brand Book*, *wireframe Website*, alur *Website*, *Flowchart*, *Storyboard*.

3.3 Material Collecting

Tahapan ini dilakukan pengumpulan data seperti informasi perusahaan, foto - foto yang diperlukan, video dan lainnya yang terkait dengan perusahaan Dewata Kencana, data ini didapat dengan menggunakan metode pengumpulan data seperti :

1. Observasi
 Peneliti melakukan observasi dengan cara berkunjung secara langsung ke tempat Dewata Kencana, serta mengumpulkan data material berupa foto dan video yang diperlukan.

2. Wawancara



Gambar 3. Wawancara Bersama Pemilik Usaha

Peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik usaha yaitu Anak Agung Jestha Wikana Dharma untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan Dewata Kencana.

3. Studi Literatur

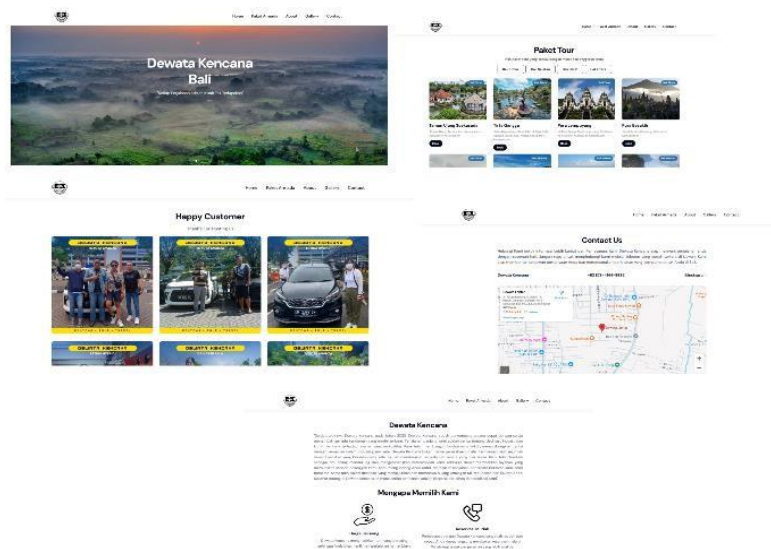
Peneliti juga melakukan studi literatur dalam tahap pengumpulan data, studi literatur ini sangat diperlukan guna menunjang peneliti untuk mendapatkan referensi atas landasan teori yang relevan melalui jurnal, buku, artikel ilmiah ataupun hasil penelitian sebelumnya.

3.4 Assembly

Informasi yang sudah diperoleh melalui tahap *material collecting*, selanjutnya akan digabungkan dan sesuai dengan konsep yang sudah dibuat dari awal seperti *website*, *brand book*, *video company profile*.

3.4.1 Website

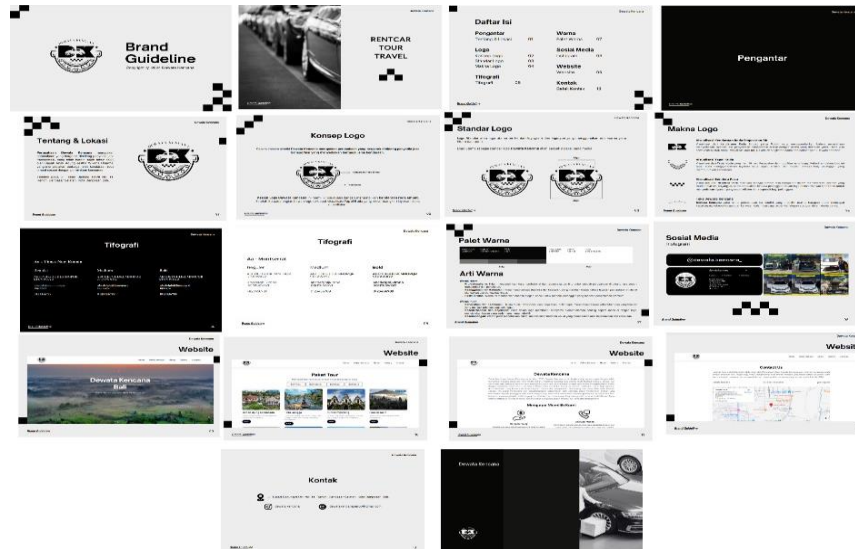
Website ini memiliki 5 menu yaitu, menu *home*, menu paket armada, menu *about*, menu *gallery*, menu *contact*. Pada menu *home* berisikan informasi tentang perusahaan Dewata Kencana dan berisikan *video company profile* yang langsung bisa di putar, pada menu paket armada berisikan beberapa rekomendasi destinasi wisata yang berada di Pulau Bali, pada menu *about* berisikan informasi sejarah Dewata Kencana dan juga berisikan *Brand Book* yang langsung bisa di akses, pada menu *gallery* berisikan testimoni dari beberapa *customer* yang sudah pernah menggunakan jasa Dewata Kencana, pada menu *contact* berisikan informasi media sosial dan berisikan lokasi Dewata Kencana.



Gambar 4. Tampilan Website Dewata Kencana

3.4.2 Brand Book

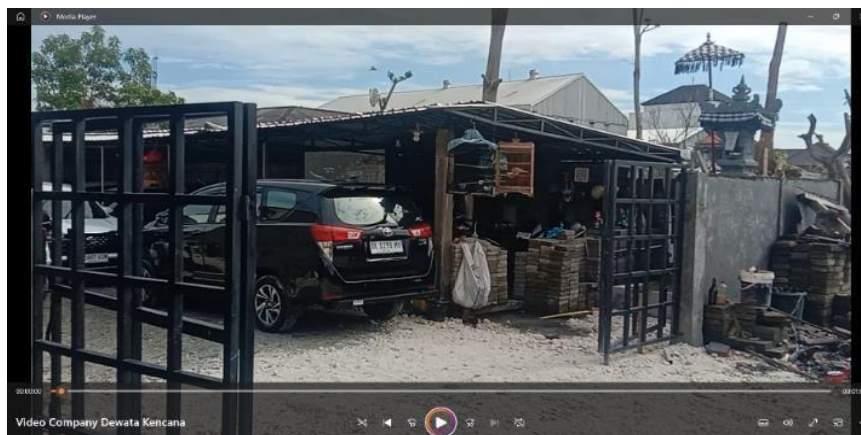
Brand Book ini memiliki 18 halaman yang dimana berisikan *cover*, daftar isi, tentang, konsep logo, makna logo, *tifografi*, *pallet* warna, media sosial, tampilan *website*. *Brand Book* ini bisa diakses secara *online* melalui *website* Dewata Kencana.



Gambar 5. Tampilan *Brand Book* Dewata Kencana

3.4.3 Video Company Profile

Video company profile ini memiliki durasi 1:01 menit yang dimana berisikan cuplikan tempat usaha dan beberapa jenis mobil yang dimiliki oleh Dewata Kencana, nantinya video ini bisa diakses melalui *website* Dewata Kencana.



Gambar 6. *Video Company Profile*

3.5 Testing

Pada tahap *testing* ini dilakukan pengujian produk yang sudah dibuat dengan menggunakan pengujian *Usability Testing* dengan metode *System Usability Scale (SUS)*.

3.6 Distribution

Hasil dari pembuatan *corporate identity* pada Dewata Kencana sebagai media promosi akan langsung diserahkan kepada pihak Dewata Kencana. Adapun produk yang akan diserahkan yaitu : *Website*, *Video Company Profile*, *Brand Book*.

4. Kesimpulan

Hasil dari pembuatan *Corporate Identity* pada Dewata Kencana Sebagai Media Promosi telah memperoleh kesimpulan berupa: sudah menghasilkan rancangan dari *Corporate Identity* pada Dewata Kencana Sebagai Media Promosi, berupa *Website, Brand Book, Video Company Profile*. Dengan menggunakan metode penelitian *Multimedia Development Life Cycle*. Dengan menggunakan pengujian *usability testing* dengan metode *System Usability Scale* atau *SUS*. Dengan selesainya rancangan *Corporate Identity* pada Dewata Kencana sebagai media promosi maka dapat didistribusikan ke pihak Dewata Kencana agar dapat digunakan sebagaimana fungsinya.

Daftar Pustaka

- [1] P. A. Pradana, A. Putra, P. Satwika, B. Putu, W. Nirmala, And S. Primakara, "Rancang Bangun Sistem Informasi Penyewaan Kendaraan (Sewadisini.Com) Berbasis Website Program Studi Teknik Informatika 1) 2) 3)," *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer*, Vol. 6, No. 1, Pp. 66–77, Jan. 2020.
- [2] A. R. Utami, "Pelatihan Pembuatan Website Sebagai Media Promosi Digital Sepatu Mojo," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, Vol. 1, No. 04, Pp. 141–145, May 2022, Doi: 10.62668/Sabangka.V1i04.245.
- [3] Triwibowo Ranu, Br.Ginting Novita, And Fatimah Fety, "Sistem Informasi Penyewaan Rental Mobil Berbasis Web Pada Cv Adelia Transport," *Proceeding Sintak*, 2019.
- [4] S. Alam, M. Kom, And F. Ramadhan, "Rancang Bangun Sistem Informasi Penyewaan Mobil Berbasis Web (Studi Kasus: Rental Mobil Amanah Purwakarta)".
- [5] N. Yunita, "Sistem Informasi Rental Mobil Berbasis Web Pada Pt Karya Mobil," *Jurnal Sistem Informasi Dan Informatika*, Vol. 1, No. 1, 2021, [Online]. Available: [Http://Jurnal.Bsi.Ac.Id/Index.Php/Simpatik](http://Jurnal.Bsi.Ac.Id/Index.Php/Simpatik)
- [6] A. Kurniawan, A. A. Nugroho, And S. Mulyono, "Sistem Informasi Rental Mobil Terintegrasi Pada Rental Mobil Omah Mobil Salatiga Menggunakan Service Oriented Architecture," *Jurnal Transistor Elektro Dan Informatika(Transistor Ei*, Vol. 2, No. 2, Pp. 134–142, 2017.
- [7] U. Syarafina, "Perancangan Corporate Identity Dan Graphic Standar Manual Pada Polibatam Software Team," *Journal Of Applied Multimedia And Networking (Jamn)*, Vol. 7, No. 1, Pp. 2548– 6853, Jul. 2023, [Online]. Available: [Http://Jurnal.Polibatam.Ac.Id/Index.Php/Jamn](http://Jurnal.Polibatam.Ac.Id/Index.Php/Jamn)
- [8] O. Adityawan, B. Bambang Pradana, P. F. Rahadi, S. Destian, And I. M. Ridwan, "Aplikasi Corporate Identity Untuk Promosi Desain Bingkai Kopi Palasari Kabupaten Bandung," 2020. [Online]. Available: [Http://Ejurnal.Ars.Ac.Id/Index.Php/Jsm/Index](http://Ejurnal.Ars.Ac.Id/Index.Php/Jsm/Index)
- [9] 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, Oct. 2022, [Online]. Available: [Http://Journal.Politeknik-Pratama.Ac.Id/Index.Php/Imk](http://Journal.Politeknik-Pratama.Ac.Id/Index.Php/Imk)
- [10] Rohmat Indra Borman And Yogi Purwanto, "Impelementasi Multimedia Development Live Cycle Pada Pengembangan Game Edukasi Pengenalan Bahaya Sampah Pada Anak," *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika*, Vol. 5, No. 2, Pp. 120–121, Sep. 2019.