

Corporate Identity Sebagai Media Promosi Digital Pada Koufu Billiard dan Cafe Berbasis Website

Alfian Sanubari Lumban Gaol¹, I GKG Puritan Wijaya ADH², I Gede Nika Wirawan³

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

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: 190030682@stikom-bali.ac.id¹⁾, puri@stikom-bali.ac.id²⁾, nika_wirawan@stikom-bali.ac.id³⁾

Abstrak

Dalam era globalisasi, sektor bisnis Billiard di Bali mengalami pertumbuhan pesat, menciptakan persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk merancang serta membangun Corporate Identity bagi Koufu Billiard dan Café Berbasis Website. Identitas merek yang kuat diperlukan untuk menarik perhatian konsumen dan membedakan usaha bisnis ini dari pesaing lainnya. Metode yang digunakan adalah Multimedia Development Life Cycle (MDLC), yang memungkinkan pengembangan media promosi seperti Brand Book, Video Company Profile, dan Website. Penelitian ini melibatkan analisis kebutuhan dan desain visual yang menarik untuk menyampaikan visi dan misi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Corporate Identity yang dihasilkan dapat meningkatkan daya tarik konsumen, mempermudah proses promosi, serta memberikan informasi yang jelas kepada masyarakat. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan strategi pemasaran bagi bisnis Billiard di Bali.

Kata kunci: Corporate Identity, Billiard, Promosi Digital, MDLC, Bali.

1. Pendahuluan

Dalam era globalisasi ini, banyak bisnis yang bermunculan mulai dari sektor produk maupun jasa. Seiring perkembangan zaman, perkembangan di dunia bisnis semakin berkembang pesat, khususnya di Bali banyak sektor bisnis yang terus mengalami perkembangan, salah satunya di bidang olahraga dan hiburan yang bertepatan *billiard* dan *cafe*. Hal ini dapat dilihat dari maraknya tempat *billiard* yang bermunculan saat ini. Dengan berkembang pesatnya berbagai jenis bisnis, kompetisi antar bisnis pun semakin sengit semakin sengit. Para pelaku bisnis dituntut untuk bersaing dalam mendapatkan perhatian dari konsumen agar membeli atau menggunakan produk maupun jasa mereka. Salah satu solusi agar mampu bersaing dalam dunia bisnis adalah diperlukannya identitas visual yang dapat menyampaikan pesan dari visi dan misi perusahaan sebagai suatu media promosi yaitu *corporate identity* [1].

Berdasarkan dari beberapa penelitian yang sudah ada sebelumnya seperti penelitian Anies Choirunnisa yang membahas Perancangan Corporate Identity Sebagai Media Promosi Koperasi Nusa Sejahtera [2]. Ahmad Abror Wilyon yang membahas Perancangan Corporate Identity Nano Barbershop di Kota Padang [3]. Ahmad Asrori Al Ishaqi Muh Arifuddin Islam yang membahas Perancangan Re-Branding Identitas Visual Kopi Totalitas Di Surabaya [4], Setiadi Novanda Wegi yang membahas Corporate Identity Sebagai Media Promosi pada Villa Uma Luwih[5], Taufik Raharjo yang membahas Perancangan Corporate Identity Arstudio Di Bandung [6]. Dari beberapa penelitian, disimpulkan bahwa *corporate identity* yang mencakup *brandbook*, *video company profile*, dan *website* penting bagi perusahaan. *Corporate identity* membantu promosi serta memudahkan konsumen dalam mendapatkan informasi yang jelas tentang suatu perusahaan.

Koufu billiard dan cafe merupakan suatu bisnis yang bergerak di bidang olahraga dan hiburan yang memungkinkan pelanggannya untuk bermain *billiard* dan menikmati berbagai menu yang ditawarkan di *cafe* tersebut. Koufu terletak di Jalan Diponegoro No. 59, Dauh Puri, Kota Denpasar, Bali. Koufu sebelumnya merupakan restoran yang mulai beroperasi pada bulan Desember 2021 namun karena sepiya pelanggan yang datang, pemilik dari Koufu, mengubah Koufu dari restoran menjadi tempat *Billiard* dan *Café* yang mulai beroperasi pada bulan Juli 2022. Koufu Billiard dan Café ini mengusung tema *industrial cafe* sebagai desain utama interior mereka. Dengan usia yang tergolong masih muda dan baru, Koufu Billiard dan Café ini dapat dikatakan masih dalam fase berkembang. Dengan kondisi tersebut Koufu Billiard dan Café memerlukan *corporate identity* untuk memperkuat citra perusahaan agar dapat menarik perhatian pelanggan serta dapat membedakan Koufu Billiard dan Café dengan bisnis serupa lainnya. Dengan adanya *corporate identity*, *cafe* ini dapat mengembangkan bisnisnya dan lebih dikenal oleh masyarakat.

Corporate identity yang nantinya akan dibangun antara lain berupa *brand book*, *video company profile*, dan *website*. Metode yang digunakan pada pembangunan *corporate identity* ini adalah metode *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* yang terdiri dari beberapa tahapan diantaranya yaitu *Concept*, *Design*, *Material Collecting*, *Assembly*, *Testing* dan *Distribution*.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam perancangan *corporate identity* adalah *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)*. Metode MDLC merupakan metode yang dilakukan berdasarkan enam tahap, yaitu *concept* (konsep), *design* (perancangan), *material collecting* (pengumpulan bahan), *assembly* (pembuatan), *testing* (pengujian), dan *distribution* (distribusian) [7].

2.1 Concept

Pada tahap ini merupakan tahapan pertama, yaitu menganalisis yang dilakukan dalam membangun suatu aplikasi dengan menganalisis 5W dan 1H (*What, Who, Why, Where, When, How*).

Tabel 1 Analisa 5W+1H

Analisa	Hasil
<i>What</i> , Apa yang dibuat pada penelitian ini?	Pada penelitian ini akan membuat sebuah <i>corporate identity</i> yang mengambil topik sebagai pengenalan dari Koufu Billard dan Café berbasis <i>web</i> .
<i>Why</i> , Mengapa <i>corporate identity</i> pada Koufu Billiard dan Café perlu dibuat?	<i>Corporate Identity</i> ini dibuat agar pengguna mengetahui aktivitas yang ada di Koufu Billard dan Cafe dan dapat melihat gambaran <i>cafe</i> dengan mudah. Dikarenakan kurangnya informasi yang tersedia tentang Koufu Billard dan Cafe yang masih menggunakan promosi konvensional.
<i>Who</i> , Siapa pengguna dari <i>corporate identity</i> ini?	<i>Corporate identity</i> ini dibuat untuk digunakan masyarakat umum yang ingin berkunjung ke Koufu Billard dan Café.
<i>Where</i> , Dimana <i>corporate identity</i> ini diimplementasikan?	<i>Corporate identity</i> ini diimplementasikan di Koufu Billard dan Cafe dalam bentuk <i>corporate identity</i> yang dapat diakses melalui <i>website</i> .
<i>When</i> , Dimana <i>corporate identity</i> ini diimplementasikan?	<i>Corporate identity</i> pada dasarnya berbasis <i>website</i> , maka bisa diakses kapan saja.
<i>How</i> , Bagaimana cara mengimplementasikan <i>Corporate identity</i> ini?	Dengan cara melakukan survei ke Koufu Billard dan Cafe yang berupa wawancara di lapangan untuk mengumpulkan berbagai data yang diperlukan agar mendapat informasi yang sesuai dan akurat.

2.2 Design

Design (perancangan) merupakan tahapan perancangan sistem yang dibutuhkan dari aplikasi *Corporate identity* Koufu Billard dan Cafe. Pada tahapan ini, penulis melakukan desain mulai dari mendesain tampilan *website*, membuat *storyboard* yang digunakan untuk membuat *video corporate identity* dan mendesain apa saja yang akan ditampilkan di dalam *brandbook* [8].

2.3 Material Collecting

Material Collecting merupakan langkah dalam mengumpulkan data yang diperlukan untuk membangun situs *web* Koufu Billard dan Cafe. Bahan tersebut melibatkan informasi, foto, dan video yang mendukung pembuatan situs *web* ini. Dalam pengumpulan data tersebut menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi dan wawancara pada pemilik Koufu Billiard dan Cafe.

2.4 Assembly

Assembly merupakan tahapan menggabungkan bahan-bahan yang telah dipersiapkan, mulai dari perakitan *video company profile* yang menggunakan *software Adobe Premiere Pro* dan dilanjutkan dengan pengelolaan foto sehingga menjadi lebih indah dengan menggunakan *software Adobe Photoshop* serta pembuatan *website* menggunakan laravel.

2.5 Testing

Tahap pengujian dilakukan untuk mengetahui kesalahan pada *website* agar segera diperbaiki serta ingin mengetahui respon pengguna selama menggunakan *website*. Pengujian pada *website* ini menggunakan metode *blackbox testing*.

2.6 Distribution

Tahap *distribution* adalah tahap terakhir dari metode ini. *Corporate identity* pada Koufu Billard dan Cafe berbasis *website* didistribusikan langsung melalui website dan sosial media seperti *Instagram* serta akan dilakukan pengukuran efektivitas dan kebermanfaatannya menggunakan kuisioner agar mengetahui seberapa efektif manfaat dari website dan sosial media yang dihasilkan.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Concept

Konsep *corporate identity* yang dihasilkan untuk Koufu Billiard dan Café difokuskan pada logo dan identitas perusahaan yang sederhana dan mudah dibaca, yang mempunyai makna keabadian dalam angka 9. Logo Koufu Billard dan Café ditampilkan pada Gambar 1.

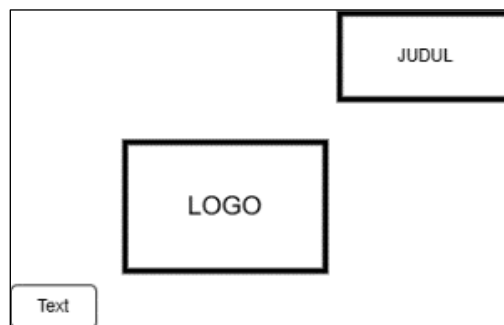


Gambar 1. Logo

3.2 Design

1. Design Brandbook

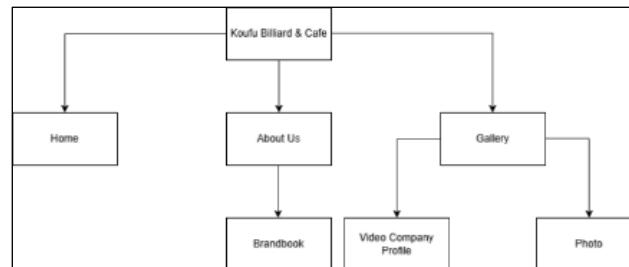
Rancangan design *brandbook* yang ditampilkan pada gambar merupakan acuan penulis dalam proses pembuatan *brandbook* Koufu Billiard dan Café. Berikut ini adalah *layout brandbook* Koufu Billiard dan Café dapat ditampilkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Design Brandbook

2. Struktur Menu Website

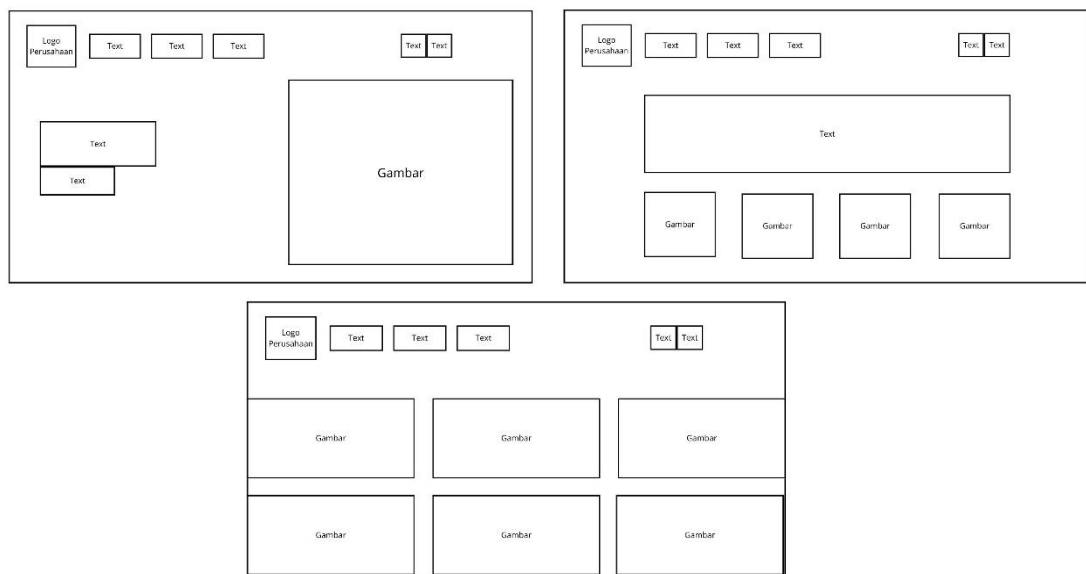
Berikut ini adalah struktur menu *Website* Koufu Billiard dan Café yang memberikan gambaran umum mengenai pengenalan Koufu Billiard dan Café yang tersedia di situs ini. Struktur menu *website* dilampirkan pada gambar 4.



Gambar 3. Struktural Navigasi Website

3. Wireframe

Wireframe website Koufu Billiard dan café terdiri dari tiga menu yaitu *home*, *about us* dan *gallery*. *Wireframe website* dilampirkan pada gambar 4.



Gambar 4. Struktural Navigasi Website

3.3 Material Collecting

Proses pengumpulan bahan melibatkan pengumpulan materi, gambar, *video*, dan elemen pendukung lainnya. Gambar dan *video* diambil langsung dari Koufu, sementara informasi mengenai sejarah, visi, dan misi diperoleh melalui wawancara langsung dengan pemilik Koufu.

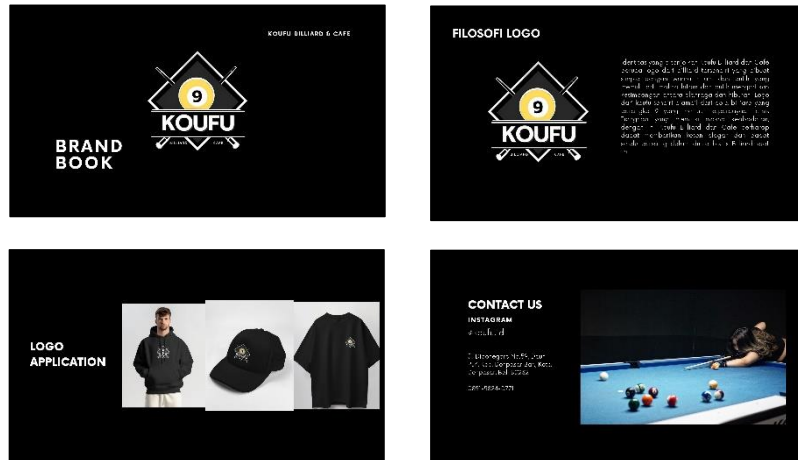
3.4 Assembly

Bahan-bahan yang telah disiapkan sebelumnya akan digunakan sebagai sarana informasi serta dirancang dan digabung sesuai konsep, struktur menu, dan *storyboard* yang telah dibuat di awal, sehingga proses perakitan berjalan dengan baik sesuai konsep awal yang sudah dibuat. Assembly melalui beberapa tahap yaitu:

1. Assembly Brandbook

Brandbook atau *Brand Guideline* menjelaskan cara kerja suatu *brand*, termasuk elemen logo dan tujuan utamanya. *Branding* bukan hanya soal logo atau pemasaran, tetapi menciptakan nilai unik,

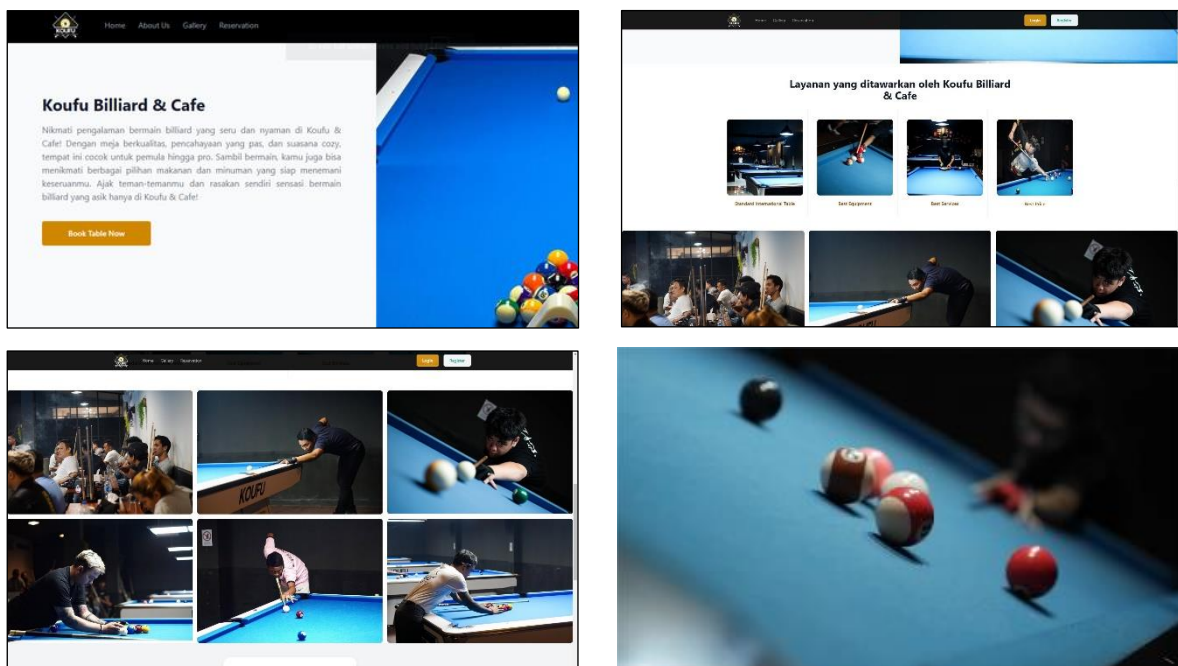
karakter, dan membangun kepercayaan publik. Hasil dari *assembly brandbook* Koufu Billiard dan Café dilampirkan pada gambar 5.



Gambar 5. Tampilan Brandbook

2. Assembly Website & Video Company Profile

Website adalah kumpulan halaman yang menampilkan informasi berupa teks, gambar, animasi, suara, *video*, atau kombinasi, baik statis maupun dinamis, yang saling terhubung melalui hyperlink[9]. Sedangkan *video company profile* adalah salah satu media yang efektif dalam mempropagandakan perusahaan, produk, hingga promosi untuk potensi suatu daerah. Melalui *audio* dan visual tentunya penyampaian dari promosi perusahaan semakin efektif [10]. Hasil dari *assembly website* dan *video company profile* Koufu Billiard dan Café dilampirkan pada gambar 6.



Gambar 6. Tampilan Website

3.4 Testing

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui hasil dari *corporate identity* sebagai media promosi digital pada Koufu Billiard dan Cafe berbasis *Website*. Metode yang digunakan pada pengujian ini berupa metode *Black Box Testing* serta pengujian pada beberapa fungsi aplikasi dan hasil dari pengujian menunjukkan seluruh bagian pada aplikasi telah berfungsi dan berjalan sesuai dengan semestinya.

3.5 Distribution

Distribution corporate identity Koufu Billiard dan Cafe meliputi penyebarluasan *brandbook*, *website*, dan *video company profile*. *Brandbook* dicetak dan ditempatkan di *cafe*, serta diunggah di *website* untuk akses digital. *Website* diserahkan kepada pemilik dan pengelola. *Video company profile* diunggah ke *youtube* dan disematkan di *website* untuk memudahkan pengunjung mengaksesnya.

4. Kesimpulan

Berdasarkan studi kasus *corporate identity* yang dilakukan, kesimpulan yang telah berhasil dibangun *Corporate Identity* Sebagai Media Promosi Digital pada Koufu Billiard dan Cafe Berbasis *Website*. Hasil dari penelitian ini yaitu:

1. Dihasilkan suatu *Corporate Identity* Sebagai Media Promosi Digital pada Koufu Billiard dan Cafe Berbasis *Website* yang dapat membantu pihak dari Koufu Billiard dan Cafe untuk memenuhi kebutuhan media promosi dan *branding* bisnis.
2. Dihasilkan juga sebuah *website* yang dibangun menggunakan aplikasi *Visual Studio Code*, *Brandbook* yang dibangun menggunakan aplikasi *Adobe Photoshop* dan *Canva* serta *Video Company Profile* yang diedit menggunakan aplikasi *Adobe Premiere Pro*.

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* dengan hasil pengujian menggunakan metode *Blackbox Testing*. Hasil menunjukkan seluruh bagian pada aplikasi telah berfungsi dan berjalan sesuai dengan semestinya.

Daftar Pustaka

- [1] Sopi, Marwan, et al. "Analisis Sarana Informasi Dan Promosi menggunakan Company Profile Interaktif dan Corporate Identity." *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran dan Penelitian Mahasiswa* 6.2 (2024): 87-90.
 - [2] Choirunnisa, A., & Hidayatulloh, M. S. (2020). Perancangan corporate identity sebagai media promosi koperasi nusa sejahtera. *IKONIK: Jurnal Seni Dan Desain*, 2(1), 27-34.
 - [3] Wilyon, A. A. (2020). Perancangan Corporate Identity Nano Barbershop di Kota Padang. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 1-4.
 - [4] Al Ishaqi, A. A., & Islam, M. A. (2021). Perancangan Re-branding Identitas Visual Kopi Totalitas di Surabaya. *BARIK*, 2(3), 1-15.
 - [5] Setiadi, Novanda Wegi. "Corporate Identity Sebagai Media Promosi pada Villa Uma Luwih." (2022).
 - [6] Raharjo, Taufik. "Perancangan Corporate Identity Arstudio Di Bandung." *Jurnal Sketsa* 4.2 (2017).
 - [7] Wijaya, I. Nyoman Ari. "Rancang Bangun Corporate Identity Berbasis Multimedia Pada UD. Yadnya Wijaya Asri." (2021).
 - [8] Agusti, Amanda Hana, and Ari Nurul Alfian. "Multimedia Development Life Cycle Dan User Acceptance Test Pada Media Pembelajaran Interaktif Rumus Matematika." *Bina Insani Ict Journal* 9.2(2023):147161. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/18119>
 - [9] P. Jadianan, "Pengembangan Website Sistem Informasi Administrasi Kependudukan Pada Kelurahan Tumbang Rungan Kota Palangka Raya Menggunakan Metode Waterfall," *Jurnal Teknologi Informasi : Jurnal Keilmuan dan Aplikasi Bidang Teknik Informatika*, vol. 15, no. 1, pp. 100-111, Januari 2021.
 - [10] Valentino, Dion Eko, and Muhamad Jodi Hardiansyah. "Perancangan video company profile pada hotel de java bandung." *TEMATIK* 7.1 (2020): 1-20.
-