

Perancangan Corporate Identity CV. Arkatama Bima Indra Sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia

Putu Tantre Gumiwang¹, Ni Putu Linda Santiari², Ni Wayan Setiasih³

Program Studi Sistem Infomasi

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: ¹tantrelubak87@gmail.com, ²linda_santiari@stikom-bali.ac.id, ³setiasih@stikom-bali.ac.id

Abstrak

CV. ARKATAMA BIMA INDRA merupakan salah satu perusahaan yang menjadi penyedia tandan buah segar (TBS) yang berada di Palembang. Perusahaan ini didirikan oleh dua orang yaitu I Wayan Suwidastra dan Satrio Prihandoyo pada tahun 2014, yang beralamat di Banyung lencir, Musi Banyuasin, Palembang, Sumatera Selatan. Tandan buah segar (TBS) yang diproduksi dari lahan perkebunan sendiri dan juga membeli dari lahan pekebunan sawit lainnya. Walaupun perusahaan ini sudah berdiri sejak lama, namun jika ditinjau dari segi konsumen, customer CV Arkatama Bima Indra cenderung datar atau standar, dalam artian pemilik perusahaan menginginkan agar adanya peningkatan dari jaringan customer yang lebih luas dan meningkat dari biasanya. hal ini disebabkan karena proses promosi yang masih konvensional, hanya mengandalkan relasi pribadi dan pelanggan tetap saja. Berdasarkan fakta diatas maka melalui penelitian ini, diajukan proposal dengan judul *Corporate Identity CV. ARKATAMA BIMA INDRA Sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia*. Hal sederhana yang harus diperhatikan dalam memaksimalkan media promosi ini adalah *website company profile* yang belum dimiliki oleh perusahaan, pembuatan logo usaha, *brand book* dan video promosi. *Website Company Profile* dapat mendeskripsikan identitas dari perusahaan sekaligus sebagai media promosi untuk memperluas market perusahaan.

Kata kunci: *Corporite indentity, Promosi, Multimedia.*

1. Pendahuluan

Kelapa sawit merupakan komoditas unggulan bagi Indonesia dalam perdagangan internasional. Kelapa sawit termasuk dalam sepuluh komoditas ekspor utama [1]. Salah satu hal yang membuat kelapa sawit masuk ke dalam sepuluh komoditas ekspor utama Indonesia adalah daya saingnya yang kompetitif dalam perdagangan internasional. Daya saing tersebut didasarkan pada produktivitas per hektar kelapa sawit di Indonesia yang cukup tinggi [2]. Daya saing yang dimiliki kelapa sawit dalam perdagangan internasional telah berhasil menjadikan Indonesia sebagai penghasil kelapa sawit terbesar di dunia. Pada dasarnya kelapa sawit dipanen dalam bentuk tandan buah segar (TBS). TBS ini diolah menjadi produk setengah jadi dalam bentuk minyak kelapa sawit atau crude palm oil (CPO) dan inti kelapa sawit atau palm kernel. Jika dikaitkan dengan perdagangan internasional, Indonesia merupakan CPO terbesar di dunia. CPO yang diproduksi oleh Indonesia sebanyak 25,5 juta ton pada tahun 2012. Hal ini yang menjadikan CPO merupakan produk kelapa sawit yang paling banyak diekspor oleh Indonesia [3].

CV. ARKATAMA BIMA INDRA merupakan salah satu perusahaan yang menjadi penyedia tandan buah segar (TBS) yang berada di Palembang. Perusahaan ini didirikan oleh dua orang yaitu I Wayan Suwidastra dan Satrio Prihandoyo pada tahun 2014, yang beralamat di Banyung lencir, Musi Banyuasin, Palembang, Sumatera Selatan. Walaupun perusahaan ini sudah berdiri sejak lama, namun jika ditinjau dari segi konsumen, customer CV Arka Bima Indra cenderung datar atau standar, dalam artian pemilik perusahaan menginginkan agar adanya peningkatan dari jaringan customer yang lebih luas dan meningkat dari biasanya.

Berdasarkan fakta diatas maka melalui penelitian ini, diajukan proposal dengan judul *Corporate Identity CV. ARKATAMA BIMA INDRA Sebagai Media Promosi Berbasis Multimedia*. Hal sederhana yang harus diperhatikan dalam memaksimalkan media promosi ini adalah *website company profile* yang belum dimiliki oleh perusahaan, pembuatan logo usaha, *brand book* dan video promosi. *Website Company Profile* dapat mendeskripsikan identitas dari perusahaan sekaligus sebagai media promosi untuk memperluas market perusahaan. Pembuatan logo juga dirasa penting untuk sebagai identitas perusahaan yang dimana merupakan jati diri atau tanda pengenalan perusahaan kepada khalayak umum.

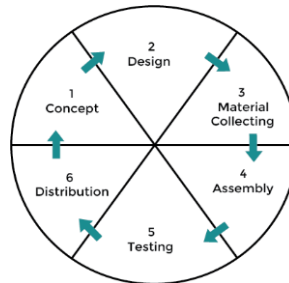
Gagasan yang ini juga didukung oleh beberapa hasil penelitian terdahulu. Pada tahun 2017 sudah

pernah dilakukan penelitian mengenai *corporate identity* pada perusahaan CV. Inti Calcium yang dilakukan oleh Luis David Rishan, Prayanto Widyo Hartanto dan Rebecca Milka N. B. Yang menyatakan bahwa *corporate identity* dapat membawa pengaruh besar bagi suatu perusahaan, karena merupakan image perusahaan di mata masyarakat dan menjadi pembeda dengan perusahaan lain yang sejenis agar mudah dikenali [4].

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dalam penelitian ini akan dilakukan rancang bangun *corporate identity* pada perusahaan CV. ARKATAMA BIMA INDRA, yang meliputi 3 buah output yaitu Brand book, Website, dan Video Company Profile. Dengan adanya *corporate identity* diharapkan dapat mempermudah perusahaan dalam melakukan promosi dan menjalin kerjasama agar nantinya tercapai target konsumen yang lebih luas dan lebih efektif.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam perancangan sistem ini adalah *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC).



Gambar 1. *Multimedia Development Life Cycle*

2.1 Concept

Tahapan *Concept* ini merupakan tahapan pertama dan tahapan yang sangat penting saat menentukan ide yang akan dibuat.

2.2 Design

Pada tahap desain ini dilakukan perancangan mengenai apa yang akan dikembangkan serta bagaimana *Website* yang berisi media informasi dan promosi. Tahapan ini meliputi perancangan *website*.

2.3 Material Collecting

Material collecting merupakan tahapan pengumpulan bahan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan.

2.4 Assembly

Tahap assembly pembuatan semua objek atau bahan multimedia pembuatan website didasarkan pada tahap desain.

2.5 Testing

Sistem Informasi pada CV. *Arkatama bima indra* Sebagai Media Promosi Berbasis *multimedia* menerapkan metode pengujian, *Black-box Testing*.

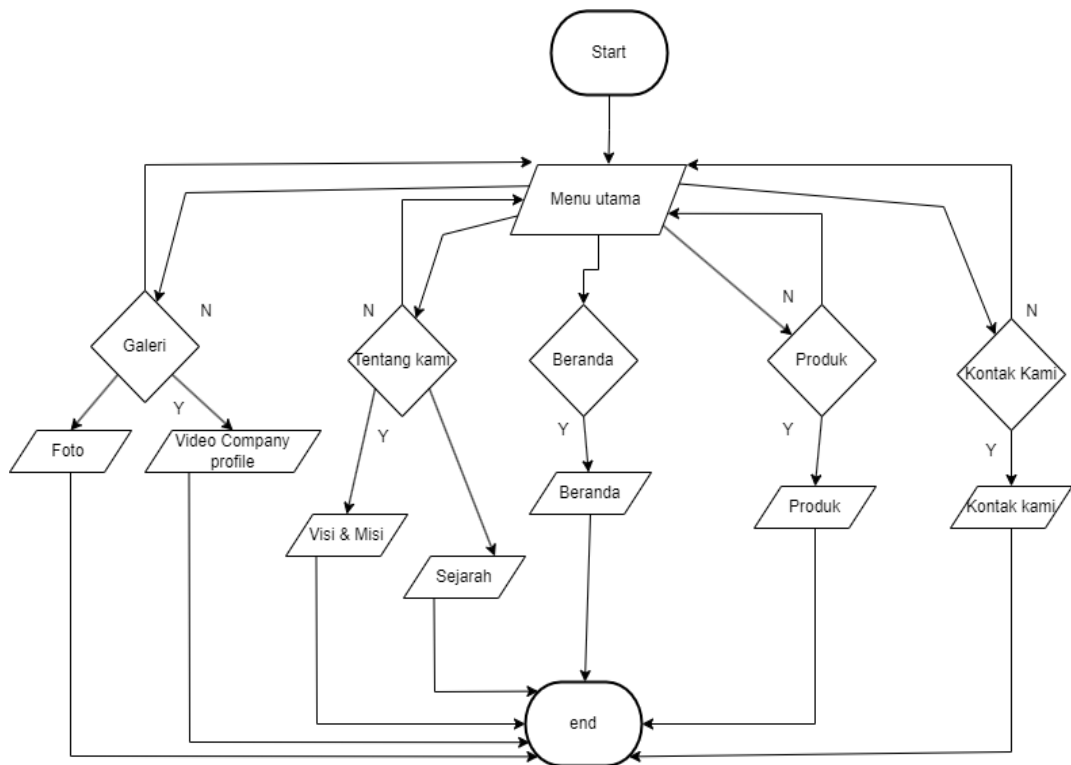
2.6 Distribution

Pada tahap ini akan dilakukan penyimpanan aplikasi ke dalam sebuah media penyimpanan. Pada tahap ini jika media penyimpanan tidak mencukupi maka akan dilakukan kompresi terhadap aplikasi yang dimasukkan.\

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Flowchart

Flowchart merupakan urutan-urutan langkah kerja yang digambarkan dengan simbol-simbol yang disusun secara sistematis. Berikut merupakan flowchart website CV. *Arkatama Bima Indra*:



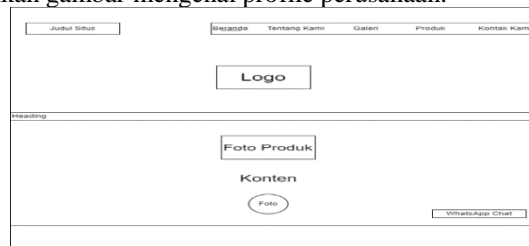
Gambar 2. Flowchart

1. *Flowchart* Menu Beranda
2. *Flowchart* Menu Tentang Kami
3. *Flowchart* Menu Galeri
4. *Flowchart* Menu Produk
5. *Flowchart* Menu Kontak Kami

3.2 Struktur Menu

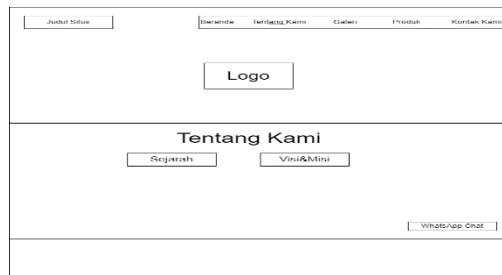
Struktur menu berisikan gambaran secara garis besar mengenai alur proses dan informasi yang terdapat pada website CV. Arkatama Bima Indra dengan tujuan untuk mempermudah pengguna untuk memahami alur dari website. Pada perancangan system ini terdiri dari beberapa struktur menu seperti :

1. Beranda akan menampilkan gambar mengenai profile perusahaan.



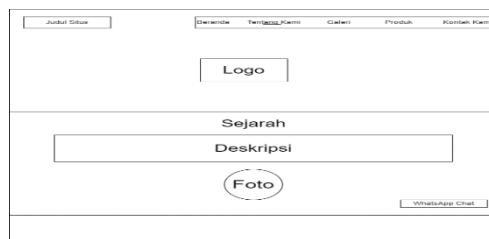
Gambar 3.beranda

2. Menu tentang kami berisikan 2 sub menu yang berisikan visi& misi dan sejarah perusahaan.



Gambar 4. Tentang kami

3. Submenu Sejarah berisi informasi dan foto aktivitas CV. Arkatama bima indra.



Gambar 5. Submenu sejarah

4. Submenu visi & misi berisi informasi dan foto aktivitas CV. Arkatama bima indra.



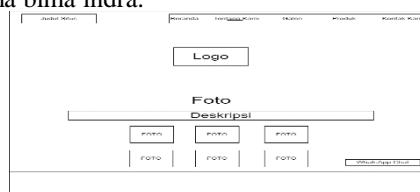
Gambar 6. Submenu Visi&Misi

5. Menu galeri terdapat 2 sub menu yang berisikan foto dan video company profile CV. Arkatama bimaindra.



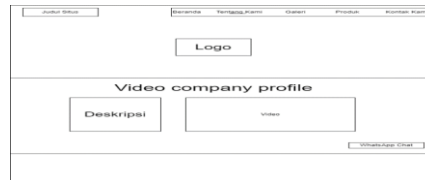
Gambar 7. Menu Galeri

6. Submenu Foto berisi informasi serta beberapa foto-foto kegiatan aktivitas dan produksi yang dilakukan oleh CV. Arkatama bima indra.



Gambar 8. Submenu foto

7. Submenu video company profile berisi informasi serta video company profile CV. Arkatama bima indra.



Gambar 9. Submenu Video company profile

8. Menu produk akan menampilkan produk yang dihasilkan oleh CV. Arkatama bima indra.



Gambar 10. Menu Produk

9. Menu tampilan kontak kami berisi semua detail informasi kontak perusahaan dan alamat yang dilengkapi dengan google maps untuk memudahkan customer.



Gambar 11. Menu Kontak kami

4. Kesimpulan

Pada kesimpulan ini dapat disimpulkan bahwa Penelitian bertujuan membantu dalam proses pemanfaatan sistem informasi sebagai promosi berbasis multimedia, dapat membantu penyampaian informasi CV. Arkatama Bima Indra Secara profesional dan kontrol yang lebih luas, dan media promosi yang lebih luas dan efisien dalam memasarkan produknya sehingga meningkatkan Kepercayaan dan kepuasan dari *customer*.

Daftar Pustaka

- [1] C. K. W. Ryan Latifahul Khasanah, "Sistem Informasi Pelayanan Kesehatan Online Berbasis Web," Sistem Informasi Pelayanan Kesehatan Online Berbasis Web, vol. 6 No 2 , p. 83, 2018
- [2] R. S. d. J. Febio, "MEMBANGUN APLIKASI E-LIBRARY MENGGUNAKAN HTML, PHP SCRIPT,," MEMBANGUN APLIKASI E-LIBRARY MENGGUNAKAN HTML, PHP SCRIPT,, vol. 6 NO 2, p. 54, 2011.
- [3] Y. Yudhanto, "Indonesian Journal Of Applied Informatics," Rancang Bangun Aplikasi E- Klinik Berbasis Web Menggunakan Framework Php : Yii2, vol. 3 No 1, p. 25, 2018.
- [4] Sutrisman, "Jupiter," Rancang Bangun Video Profil Sebagai Sarana Informasi dan Promosi pada Program Studi Teknik Komputer Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang, vol. 11 No 1, pp. 11-20, 2019.
- [5] Ambarwati, P., & Darmawati, P. S. (2020). Implementasi Multimedia Development Life Cycle Pada Aplikasi Media Pembelajaran Untuk Anak Tunagrahita. Majalah Ilmiah UNIKOM, 18(2), 51–58. <https://doi.org/10.34010/miu.v18i2.3936>