

Corporate Identity Pada Praktek Dokter Gigi TW Dental Care Berbasis *Website*

I Putu Widyadana¹⁾, Luh Made Yulyantari²⁾, Edwar³⁾

Sistem Informasi

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: widyadanaa16@gmail.com¹⁾, yulyantari@stikom-bali.ac.id²⁾, edwar.ridwan@stikom-bali.ac.id³⁾

Abstrak

Praktek Dokter Gigi TW Dental Care merupakan tempat praktek yang beroperasi di bidang perawatan kesehatan gigi dan mulut, Praktek Dokter Gigi TW Dental Care beralamat di jalan Tegal Wangi No.68, Sesetan, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali. Tempat praktek ini sudah berdiri sejak tahun 2012. Kurang maksimalnya dalam pengelolaan identitas tempat praktek, seperti halnya belum adanya penggunaan seragam untuk staf, desain kartu nama yang kurang menarik, tidak memiliki *website* untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan beberapa hal lainnya membuat TW Dental Care sedikit yang mengetahui. *Corporate identity* merupakan solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut, dimana nantinya produk yang dihasilkan berupa *brandbook*, *video company profile*, dan *website*. Metode yang digunakan adalah metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) dengan pengujian menggunakan metode kuesioner. Pada proses pengujian menggunakan metode kuesioner memperoleh presentase rata-rata sebesar 84,6% yang termasuk kedalam kategori grade A atau sangat baik

Kata kunci: *Metode Development Life Cycle, TW Dental Care, Pengembangan Corporate Identity, Website*

1. Pendahuluan

Saat ini teknologi menjadi komponen yang sangat penting dalam perkembangan zaman yang lebih modern dan dinamis. Setiap orang sekarang seperti tidak bisa dipisahkan dari perangkat elektronik seperti smartphone, laptop, dan komputer. Perangkat ini dapat melakukan banyak hal dengan sangat cepat, seperti berkomunikasi, berdagang, menyediakan jasa, bermain game, hiburan, dan masih banyak lagi. Untuk mengimbangi kemajuan zaman saat ini, teknologi informasi harus diterapkan pada segala hal. Diharapkan dapat membantu semua lapisan masyarakat, seperti pemerintahan, bisnis, perdagangan, dan penyedia jasa seperti klinik dokter gigi.

Praktek Dokter Gigi TW Dental Care merupakan tempat praktek yang beroperasi di bidang perawatan kesehatan gigi dan mulut, Praktek Dokter Gigi TW Dental Care beralamat di jalan Tegal Wangi No.68, Sesetan, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali. Tempat praktek ini sudah berdiri sejak tahun 2012, tetapi sayangnya masih sedikit yang mengenal tempat praktek ini berhubung juga letak tempat praktek ini yang kurang strategis karena terletak jauh dari jalan utama yaitu Jalan Raya Sesetan dan lokasi tempat prakteknya yang sedikit tersembunyi. Tidak hanya itu masalah yang dihadapi oleh tempat praktek ini adalah kurang maksimalnya dalam pengelolaan identitas tempat praktek seperti halnya belum adanya penggunaan seragam untuk staf, desain kartu nama yang kurang menarik, tidak memiliki *website* untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan beberapa hal lainnya.

Sebelumnya tempat praktek ini telah memiliki logo, namun pengelolaan identitas berupa logo ini tidak maksimal dalam penerapannya, sehingga tidak banyak masyarakat yang mengenali tempat praktek ini. Masalah seperti ini dapat terselesaikan dengan penggunaan *corporate identity* yang tepat, karena *corporate identity* adalah suatu identitas yang memuat keunikan dan daya tarik dari sebuah perusahaan dalam bentuk ekspresi grafis dan visual [1], beberapa hal yang terkandung di dalam *corporate identity* dapat mengatasi masalah tersebut seperti adanya *brandbook*. *Brandbook* dapat membantu pemilik praktek untuk mengetahui tata cara penggunaan logo yang tepat untuk menaikkan *brand image* dari tempat praktek. *Brandbook* adalah sekumpulan aturan yang menjelaskan bagaimana cara kerja brand/merk seperti elemen logo utama dan apa tujuan utama sebuah brand, di dalam *brandbook* terdapat panduan dasar dalam penggunaan logo yang baik dan benar, *stationary* di dalam *brand book* dapat memandu dalam pengaplikasian logo pada peralatan kantor yang ada di tempat praktek seperti seragam staf, desain kartu nama dan lain lain. *Website* dapat menjadi salah satu cara pengenalan tempat praktek dokter yang terbilang efektif dan terpercaya, *video company profile* dapat menjadi media pengenalan tempat praktek kepada masyarakat dan masih banyak lagi hal yang dapat digunakan dalam *corporate identity* yang dapat membangun identitas dari tempat praktek dokter gigi TW Dental Care.

Menurut beberapa penelitian terdahulu yang sudah dilakukan sebelumnya seperti pada [2]. Penelitian ini merujuk pada mem-*branding* ulang usaha jasa desain arsitektur yang sebelumnya sempat mengalami perubahan nama guna membuat identitas baru untuk meningkatkan *brand awareness*. Tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah untuk merancang *corporate identity* yang dapat digunakan untuk meningkatkan *brandawareness* serta mencerminkan Arstudio sebagai perusahaan desain Arsitektur dengan ciri khasnya. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah Observasi, Wawancara dan Data Pustaka, hasil akhir dari penelitian ini yaitu Logo, *Brandbook*, *Stationary*, Website dan Merchandise. Lalu pada [3] Penelitian ini membahas tentang banyaknya kompetitor pada bidang usaha yang sama yaitu bidang jasa pengiriman paket dan dokumen menjadikan perlu adanya *branding* yang kuat untuk perusahaan sehingga memudahkan *customer* untuk mengingat *corporate identity* yang dibuat sesuai dengan konsep perancangan dan kata kunci yang telah ditentukan sebelumnya. Diharapkan dengan adanya *corporate identity* ini dapat memperlihatkan keunikan dan daya tarik dari suatu perusahaan. Metode pengumpulan datanya dilakukan dengan cara observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Adapun hasil akhir dari penelitian ini yaitu berupa Logo, *Stationary Set*, Website Perusahaan, dan Standard Manual Book. Melihat dari beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa *corporate identity* dapat dijadikan suatu wadah untuk memudahkan konsumen mengetahui informasi profile dari perusahaan, layanan jasa, tempat praktek ataupun tempat bisnis lainnya.

Berdasarkan beberapa penelitian yang sudah dilakukan maka untuk mengatasi masalah yang sedang dihadapi oleh tempat praktek dokter gigi TW Dental Care yaitu kurang maksimalnya pengelolaan identitas dari tempat praktek ini serta untuk meningkatkan citra dari tempat praktek dokter gigi ini agar lebih dikenal oleh masyarakat luas maka dalam hal ini *corporate identity* adalah wadah yang tepat dalam mengatasi masalah tersebut *corporate identity* memudahkan memberi informasi kepada pasien, calon pasien dan juga kepada masyarakat luas untuk mengetahui dan lebih mengenal tempat praktek tersebut. *Brandbook* sebagai buku panduan dasar untuk materi design grafis yang berisi informasi tentang tempat praktek dan aturan dalam penggunaan logo yang bertujuan agar memiliki standar yang konsisten. *Video company profile* yang dapat memberi informasi tentang tempat praktek melalui tampilan video dan website sebagai media yang memberikan informasi tentang tempat praktek dan edukasi seputar kesehatan gigi dan mulut. Adapun yang membedakan penelitian saat ini dan penelitian terdahulu yang pernah dilakukan yakni, pada penelitian ini *website* yang nantinya dihasilkan dapat digunakan untuk membuat janji dengan dokter praktek dan terhubung langsung dengan *whatsapp admin* dari TW Dental Care.

2. Metode Penelitian

2.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 2 metode yakni metode observasi dan metode wawancara [4], sebagai berikut.

1. Teknik Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian, penulis berkesempatan melakukan wawancara singkat dengan dokter sekaligus pemilik Praktek Dokter Gigi TW Dental Care yaitu bapak drg. Made Deby Artika, Sp. Perio, untuk meminta ijin menjadikan Tempat Praktek sebagai objek penelitian, beliau juga sempat menyampaikan beberapa hal mengenai Tempat Praktek TW Dental Care sehingga informasi ini dapat dijadikan pedoman penulis untuk membuat sistem kedepannya.

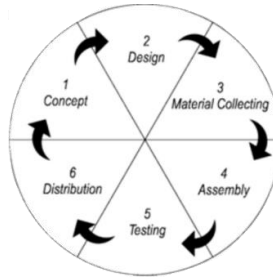
2. Teknik Observasi

Pengumpulan bahan dengan metode Observasi (Observation) ini dilakukan dengan mendatangi objek secara langsung ke Praktek Dokter Gigi TW Dental Care yang beralamat di Jalan Tegal Wangi No.68. Sesehan, Denpasar Selatan, Kota Denpasar. Observasi ini dilakukan dengan menggunakan alat penunjang seperti handphone dan alat perekam lainnya dengan tujuan untuk memperoleh data dan informasi yang akurat dan diperlukan dalam pembuatan *corporate identity* pada Praktek Dokter Gigi TW Dental Care berbasis website.

3. Studi Literatur

Studi Literatur merupakan metode pengumpulan data dan informasi dengan membaca dan memahami sebuah literatur yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan yang bersumber dari buku, jurnal maupun karya ilmiah yang berhubungan dengan *corporate identity*, Website, Adobe Premiere, Adobe Photoshop, dan lain-lain yang dapat penulis gunakan sebagai refrensi dalam menyusun dasar teori yang digunakan untuk melakukan penelitian.

2.2 Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC)



Gambar 1. Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC) [5]

Pada penerapan Metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC), peneliti menggunakan 6 (enam) tahap utama [6], yaitu:

1. *Concept*

Tahapan konsep ini merupakan tahapan pertama dan tahapan yang penting saat menentukan ide yang akan dibuat. Tahapan ini adalah tahap untuk menentukan konsep dan tujuan menggunakan analisis 5W+1H (What, Why, Who, Where, When, How). Fungsi analisis ini adalah untuk dapat menyusun dan mengembangkan proses selanjutnya. Pada tahapan konsep ini akan membangun website *company profile* pada Praktek Dokter Gigi TW Dental Care yang diharapkan dapat memperkenalkan tempat praktek kepada calon pasien. Website *company profile* dibangun dengan bahasa pemrograman HTML.

2. *Design*

Tahapan desain atau tahapan perancangan merupakan tahapan atau langkah yang dilakukan setelah tahapan konsep. Pada tahapan ini akan ditentukan kebutuhan fungsional dan non fungsional, perancangan struktur menu *website*, perancangan *storyboard video company profile* serta *brandbook* dari TW Dental Care. Selain perancangan yang telah disebutkan, pada tahapan ini juga dilakukan perancangan antarmuka dari *website* TW Dental Care.

3. *Material Collecting*

Pengumpulan data merupakan suatu komponen penting dalam metode ilmiah karena data akan digunakan untuk menguji sebuah hipotesa yang dirumuskan.

4. *Assembly*

Tahap *assembly* pembuatan semua objek atau bahan multimedia pembuatan website didasarkan pada tahapan desain, seperti dikumpulkan pada tahapan ini akan digunakan dan dibuatkan produk *corporate identity* yaitu *brandbook*, *video company profile*, dan website. Perangkat lunak yang digunakan dalam pembuatan produk penelitian ini yaitu, Adobe Photoshop 2021, Adobe Premiere 2020, Adobe Illustrator 2019. Bahan yang sudah terkumpul akan digunakan sebagai sarana informasi dan akan dirancang sesuai dengan konsep, struktur menu, flowchart dan storyboard yang telah dibuat di awal. Sehingga semua proses perakitan dapat dilakukan dengan baik karena telah mengacu pada konsep awal.

5. *Testing*

Tahapan pengujian tahapan yang penting setelah dilakukan perakitan. Pengujian bertujuan untuk mengetahui apakah produk yang dibuat sudah layak di publikasikan atau belum. Pada penelitian ini pengujian dilakukan dengan menggunakan 2 (dua) metode yakni metode *blackbox testing* dan pengujian dengan kuesioner.

6. *Distribution*

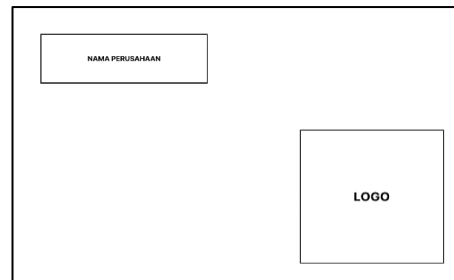
Tahapan distribusi merupakan tahapan dimana produk *corporate identity* yang telah dibuat selanjutnya di publikasikan. Pada penelitian ini *website* dari TW Dental Care akan di *hosting*, *video company profile* dipublikasikan dengan mengunggah video melalui kanal *youtube*, dan *brandbook* TW Dental Care diunggah melalui *google drive*.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Desain Sistem

1. *Brandbook*

Brandbook adalah sekumpulan aturan gambar dalam menjelaskan tata cara dari penggunaan logo pada usaha untuk meningkatkan *brand image* usaha [7]. Berikut merupakan perancangan *brandbook* TW Dental Care.



Gambar 1. Halaman Cover

2. Storyboard

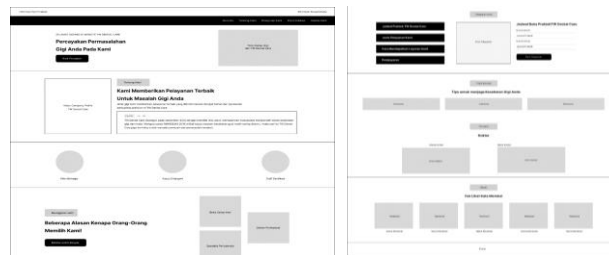
Dalam arti luas *storyboard* merupakan papan cerita yang digunakan dalam merancang sebuah *video company profile* sehingga pada saat proses perakitan nanti dapat dengan mudah dilakukan [8].



Gambar 2. Scene 1

3. Website

Website adalah fasilitas *hypertext* yang mampu menampilkan data berupa text, gambar, suara, animasi, dan multimedia lainnya [9]. Adapun perancangan dari *website* sebagai berikut.



Gambar 3. Antarmuka Halaman Beranda

3.2 Implementasi Sistem

Pada Implementasi akan menampilkan perancangan yang telah dibuat sebelumnya. Berikut tampilan dari *corporate identity* pada TW Dental Care.

1. Brandbook

Brandbook dari TW Dental Care, dipublikasikan dengan cara mengunggah *brandbook* ke halaman *google drive* dan dapat diakses melalui *website* TW Dental Care serta tautan berikut <https://twdentalbali.com/assets/BrandbookTWDentalCare.pdf>. Hasil implementasi dari halaman *brandbook* dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 4. Brandbook TW Dental Care

2. Video Company Profile

Implementasi dari *video company profil* TW Dental Care, yang diolah dengan menggunakan *adobe premiere pro*. Hasil dari implementasi *video company profile* TW Dental Care dapat diakses melalui tautan berikut <https://youtu.be/RFH3mkBmNVI?si=ZxcbcTy7W4r99jz9>.



Gambar 5. Video Company Profile TW Dental Care

3. Website Company Profile

Website TW Dental Care dibuat dengan menggunakan *framework Laravel* dan *Bootstrap*, diaman hasil implementasi dari *website* TW Dental Care dapat diakses melalui tautan berikut <https://twdentalbali.com>. Hasil implementasi dari *website* TW Dental Care, dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 6. Website TW Dental Care

3.3 Pengujian Sistem

Pengujian pada penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner. Kuesioner merupakan salah satu teknik pengujian dengan menyebarkan pertanyaan yang dimana nantinya akan dijawab oleh responden [10]. Kuesioner disebarkan kepada 30 orang responden, dimana terdapat 10 pertanyaan di dalamnya dengan skala jawaban dari 1 (Sangat Tidak Setuju) sampai 5 (Sangat Setuju). Pengujian kuesioner berfokus untuk menguji hasil dari pemanfaatan produk *corporate identity* yang dihasilkan. Responden pada pengujian kuesioner ini merupakan masyarakat umum, staff dan pasien dari TW Dental Care. Berikut merupakan pertanyaan yang terdapat pada pengujian kuesioner dengan menggunakan google form.

Tabel 1. Pertanyaan Kuesioner

No.	Pertanyaan
1	Apakah <i>website</i> dari TW Dental Care mudah untuk digunakan
2	Apakah informasi yang terkandung didalam <i>website</i> sudah jelas dan mudah untuk dipahami oleh masyarakat umum
3	<i>Website</i> pada TW Dental Care memberikan informasi lengkap tentang tempat praktek info kontak dan alamat
4	Penggunaan <i>website</i> dapat mempermudah pasien dalam melakukan reservasi via online melalui akun WhatsApp Admin TW Dental Care
5	Terhubungnya <i>website</i> dengan google maps mempermudah pasien untuk mencari dan mengunjungi tempat praktek
6	Konten Tips Kesehatan Gigi yang terkandung didalam <i>website</i> bermanfaat bagi masyarakat umum
7	Video Company Profile TW Dental Care sudah menarik dan mempermudah dalam mengetahui situasi dan keadaan dari tempat praktek
8	Brandbook TW Dental Care memberikan informasi lengkap tentang penggunaan logo dan dapat menjadi acuan dasar dalam penggunaan logo yang baik
9	Informasi mengenai TW Dental Care yang disampaikan melalui <i>corporate identity</i> sudah lengkap dan membantu dalam mengetahui lebih lanjut tentang tempat praktek
10	Informasi mengenai TW Dental Care yang disampaikan melalui <i>corporate identity</i> dapat dapat dipahami dengan baik

Berdasarkan dari pengujian yang telah dilakukan maka *corporate identity* TW Dental Care pada pengujian kuesioner memperoleh presentase rata-rata sebesar 84,6% yang termasuk kedalam kategori grade A atau sangat baik. Dari pengujian yang telah dilakukan, maka diketahui bahwa terjadi peningkatan jumlah pasien dari TW Dental Care, hal ini didukung dengan pernyataan yang diberikan oleh pemilik praktek dokter gigi TW Dental Care yakni drg. Made Deby Artika. Hasil kuesioner dapat dilihat melalui tautan berikut: <https://bit.ly/kuesionertwdentalcare>

4. Kesimpulan

Dari penelitian ini, telah dihasilkan sebuah *corporate identity* pada TW Dental Care. *Corporate identity* dikembangkan dengan Metode *Multimedia Development Life Cycle (MDLC)* yang produknya terdiri dari *brandbook*, *video company profile*, dan *website*. Pada proses pengujian menggunakan metode kuesioner memperoleh presentase rata-rata sebesar 84,6% yang termasuk kedalam kategori grade A atau sangat baik.

Daftar Pustaka

- [1] C. Christine Suharto, "CORPORATE IDENTITY, SEJARAH DAN APLIKASINYA," *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, vol. 1, no.2, 2015, hlm. 71–78.
 - [2] T. Raharjo, "Perancangan Corporate Identity Arstudio Di Bandung," *Jurnal Sketsa*, vol. 4, no. 2, 2017, [Daring]. Tersedia pada: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/sketsa41>
 - [3] A. Arif Radhian Primanta, M. Bahrudin, T. Hanandry Dewanto, dan D. Komunikasi Visual STMIK STIKOM Surabaya Jl Raya Kedung Baruk, "PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY PT 21 EXPRESS SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS," 2014.
 - [4] R. Ardi and A. Hadi, "Rancang Bangun Sistem Informasi Magang Smk (E-Prakerin) Berbasis Web," *Jurnal Vocational Teknik Elektronika Dan Informatika*, Vol. 10, No. 2, Jun. 2022, [Online]. Available: <Http://Ejournal.Unp.Ac.Id/Index.Php/Voteknika/Index>
 - [5] H. Sugiarto, "Penerapan Multimedia Development Life Cycle Pada Aplikasi Pengenalan Abjad Dan Angka," *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)*, vol. 3, no. 1, 2018.
 - [6] D. Penarungan, I. G. B A Budaya, I. P. Andana, dan P. P. A Santoso Sekolah Tinggi Ilmu Komputer dan Manajemen Informatika, "Pengembangan Corporate Identity UMKM Widi Karya Las."
 - [7] A. Kausar,) Yusuf, F. Sutiawan, dan V. Rosalina, "PERANCANGAN VIDEO COMPANY PROFILE KOTA SERANG DENGAN TEKNIK EDITING MENGGUNAKAN ADOBE PREMIER PRO CS 5 1)," *Jurnal PROSISKO*, vol. 2, no. 1, 2015.
 - [8] H. Janto, N. Purwandari, J. Pulomas Selatan Kav, dan J. Timur, "Aplikasi Pembelajaran Interaktif untuk Mata Pelajaran Tematik Kelas Satu di Sdit Al-Kautsar Cikarang Berbasis Multimedia," 2022.
 - [9] P. Leksono dan S. Nita, "Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi SENATIK|2018| Literasi Digital pada, Era Revolusi Industri 4.0 PROGRAM STUDI TEKNIK INFORMATIKA-UNIVERSITAS PGRI MADIUN 55 RANCANG BANGUN SISTEM INFORMASI KONSULTASI MEDIS BERBASIS WEBSITE."
 - [10] K. N. Cahyo, Martini, dan E. Riana, "Perancangan Sistem Informasi Pengelolaan Kuesioner Pelatihan pada PT Brainmatics Cipta Informatika," *Journal of Information System Research (JOSH)*, vol. 1, no. 1, 2019.
-