

# RANCANG BANGUN *CORPORATE IDENTITY* PADA *STRAIGHTORI BRAND* BERBASIS MULTIMEDIA

I Wayan Ananta Setiabudi<sup>1)</sup> I Gede Harsemadi<sup>2)</sup>

Program Studi Sistem Informasi<sup>1) 2)</sup>

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali<sup>1) 2)</sup>

anantawayan@gmail.com<sup>(1)</sup> gedeharsemadi@gmail.com<sup>2)</sup>

## ABSTRACT

*Corporate Identity Straightori Brand Based Multimedia is a means of corporate imaging and promotion from Straightori Brand (SGTR). SGTR brand is a brand engaged in fashion. More intense of competition in the fashion industry, SGTR brand requires an corporate imaging document as a rule to use a brand attributes and as well as a media campaign and a means of cooperation with other companies. The method used to made this corporate identity is Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Products produced in this corporate are brandbook, e-commerce website, a company profile video, and packaging product. From the blackbox test results all of the functions declared appropriate and the test questionnaire got an average value of 4.55 with very good qualification, so that biased otherwise corporate identity Straightori brand worthy to be used and operated properly.*

**Keywords:** *Corporate Identity, Brand, Website, Video, Foto, Brandbook.*

## ABSTRAK

*Corporate Identity Straightori Brand Berbasis Multimedia adalah sebuah sarana pencitraan dan promosi dari Straightori Brand (SGTR). SGTR brand merupakan sebuah brand yang bergerak di bidang fashion. Semakin ketatnya persaingan dalam industri fashion, SGTR brand membutuhkan sebuah dokumen pencitraan sebagai sebuah aturan dalam penggunaan atribut brand dan sekaligus sebagai media promosi dan sarana menjalin kerjasama dengan perusahaan lain. Metode yang digunakan dalam pembuatan corporate identity ini adalah Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Produk yang dihasilkan berupa brandbook, website e-commerce, video company profile, dan packaging produk. Dari hasil pengujian blackbox semua fungsi dinyatakan sesuai dan pengujian kuisioner mendapat nilai rata-rata 4,55 dengan kualifikasi sangat baik, Sehingga bias dinyatakan corporate identity Straightori brand layak dipakai dan dioperasikan sebagaimana mestinya.*

**Kata Kunci :** *Corporate Identity, Brand, Website, Video, Foto, Brandbook.*

## PENDAHULUAN

Teknologi dan Seni adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan bisnis sekarang, keduanya saling melengkapi dan berkembang sebagai sarana pembangun bisnis yang sangat bagus. Penggabungan teknologi dan seni ini disebut dengan istilah produk multimedia yang sangat baik digunakan untuk membangun sebuah citra dari perusahaan dan media promosi yang cukup ampuh untuk melakukan *branding* di dunia bisnis karena produk multimedia yang baik akan menunjukkan kesan pertama bagi para konsumen.

Penggunaan multimedia sebagai *branding* merupakan sarana yang ampuh untuk diimplementasikan pada sebuah *corporate identity* yang nantinya akan membuat sebuah *brand* atau merek dagang memiliki citra ataupun daya tarik tersendiri dan akan membedakan satu *brand* dengan *brand* lain. Identitas yang kuat pada sebuah *corporate identity* tentu akan mempermudah konsumen dan target pasar mengenali *brand* tersebut. Disamping itu, konsumen dan target pasar bisa langsung mengerti mengenai apa yang dilakukan dan dibuat oleh *brand* tersebut dan juga sekaligus menunjukkan karakteristik dan keseriusan dari sebuah *brand*.

Karakteristik dan keseriusan dari sebuah *brand* bisa dilihat dari bentuk dan pencitraan logo *brand* tersebut. Karena logo merupakan cerminan sebuah *brand* dan hal utama dalam sebuah pembangunan *corporate identity*. Bukan hanya logo, desain multimedia lain seperti desain produk, *packaging*, media promosi dan *accessories brand* juga merupakan bagian dari pencitraan *brand* dalam sebuah *corporate identity*. Segala desain yang menyangkut produksi *brand* harus diperhitungkan apalagi *brand* yang bergerak di bidang *fashion*.

*Straightori (SGTR) brand* adalah sebuah *brand* yang bergerak di bidang bisnis *fashion* yang memiliki target pasar mencakup anak muda hingga orang dewasa. *SGTR brand* ini berdiri sejak Mei 2014. Seiring berjalannya waktu *SGTR brand* sendiri sudah memproduksi berbagai macam produk mulai dari pakaian atas hingga bawah. Hingga sekarang *SGTR Brand* memiliki tim tetap dalam proses produksinya.

Dari perkembangan *SGTR brand* itu sendiri, ada hal penting yang tidak dimiliki *SGTR brand* yang menjadi masalah sampai saat ini, yaitu sebuah konsep jelas, yang mempersulit promosi dan kerjasama antara perusahaan lain sehingga perkembangan *brand* menjadi lebih lambat. Oleh karena itu diperlukan sebuah identitas tetap, konsep jelas dan terstruktur yang akan menjadikan *SGTR brand* menjadi *brand* yang memiliki karakter dan konsep yang jelas dimata konsumen. Kejelasan konsep yang ada pada identitas *brand* ini akan membuat *SGTR* menjadi *brand* yang berbeda dan memiliki ciri khas berbeda dari *brand* lainnya.

Dari permasalahan tersebut, sangat diperlukan sebuah dokumen perusahaan berupa sebuah *corporate identity* lengkap yang akan menunjukkan identitas lengkap dari *SGTR brand* dan membedakannya dengan *brand* lain. Sehingga masyarakat tahu kenapa harus memilih *SGTR brand* untuk digunakan dalam aktifitas sehari-hari.

Didasari oleh kebutuhan *corporate identity* ini, pembuatan *brandbook*, video promotion, *website*, dan *packaging* yang memerlukan desain yang baik dan akan sangat diperlukan untuk

digunakan menjadi bagian dari *corporate Identity* [1]. *Brandbook* akan digunakan untuk menyatakan apa *SGTR Brand* itu, bagaimana penggunaan logo *SGTR brand* dalam sebuah produk, dan peraturan penggunaan logo oleh pihak ketiga. Kemudian *website* juga sangat diperlukan karena akan mempermudah konsumen dalam melihat katalog dan membeli produk.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Klinik

Klinik adalah fasilitas pelayanan kesehatan yang menyelenggarakan pelayanan kesehatan

## METODE PENELITIAN

### Perancangan Sistem

Pada tahap ini akan ditentukan bagaimana perancangan aplikasi Pengenalan Pembuatan Ornamen Papatran Bali Berbasis Multimedia ini sesuai dengan metode perkerayaan yang digunakan yaitu *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) yang terdiri dari 6 tahap di dalamnya yaitu *Concept, Design, Material Collecting, Assembly, Testing, dan Distributio* [2]. Berikut ini adalah proses perancangan aplikasi Pengenalan Pembuatan Ornamen Papatran Bali Berbasis Multimedia :

#### - **Concept**

Dalam menentukan konsep pembuatan *Corporate Identity* Pada *Straightori Brand* Berbasis Multimedia ini menggunakan analisa 5W+1H.

#### - **Design**

Penggambaran desain aplikasi dimulai dengan pembuatan struktur menu aplikasi, pembuatan *flowchart*, pembuatan *storyboard* animasi dan video. Kemudian dibuat desain *interface* untuk memberikan gambaran tampilan aplikasi.

Design Brandbook

Berikut daftar *layout brandbook SGTR brand* :



Gambar 1 *Layout Cover*



Gambar 2 Layout Penjelasan



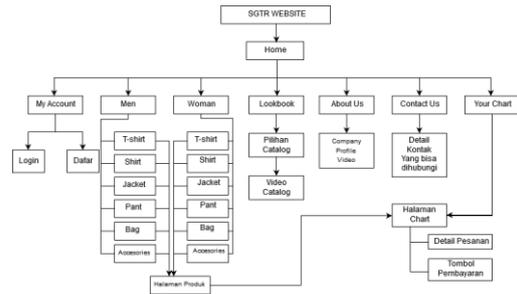
Gambar 3 Layout Gambar

Design Storyboard Video Profil :

Scene	Durasi (menit : detik)	Ilustrasi	Keterangan
INTRO	00:00 s/d 00:15	 Gambar 4 Ilustrasi Intro	Tidak ada narasi pada scene ini karena hanya diiringi <i>soundtrack</i> (Lagu pengiring utama) menggunakan <i>intro</i> dengan <i>speed</i> yang diperlambat untuk menambah kesan pembukaan yang <i>cinematic</i> .
POINT	00:16 s/d 05:59	 Gambar 5 Ilustrasi Point	Akan diisikan video wawancara dan proses produksi yang direkam bertahap mulai dari tahap desain, jahit, sablon hingga <i>finishing</i> .
CLOSING	06:00 s/d 06:29	 Gambar 6 Ilustrasi Closing	Ini adalah scene penutup video yang menampilkan beberapa desain produk yang dibawakan oleh model.

Struktur Menu Website

Struktur menu berisikan tentang garis besar alur dan materi yang terdapat dalam website SGTR ini. Sehingga pengguna lebih mudah memahami informasi atau cara penggunaan website [3]. Berikut struktur menu website SGTR brand :

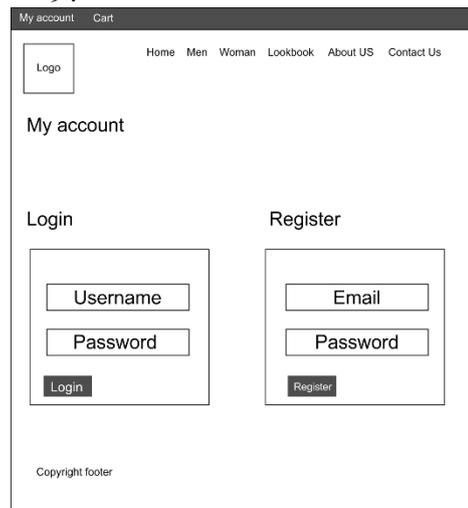


Gambar 7 Struktur Menu Website

Desain Antarmuka Website

Perancangan antarmuka merupakan tahapan untuk membuat tampilan atau desain sistem yang akan di bangun. Berikut ini adalah perancangan antarmuka pada setiap menu website Straightori Brand Berbasis Multimedia :

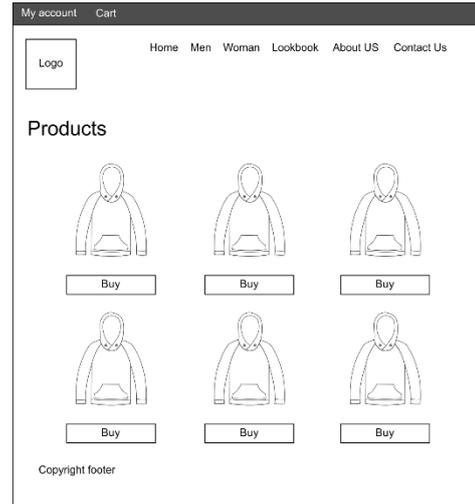
- Desain Antarmuka Member dan Home  
Desain Antarmuka Member dan Home dapat dilihat pada gambar 8 dan gambar 9 :



Gambar 8 Desain Antarmuka Member



Gambar 9 Desain Antarmuka *Home*

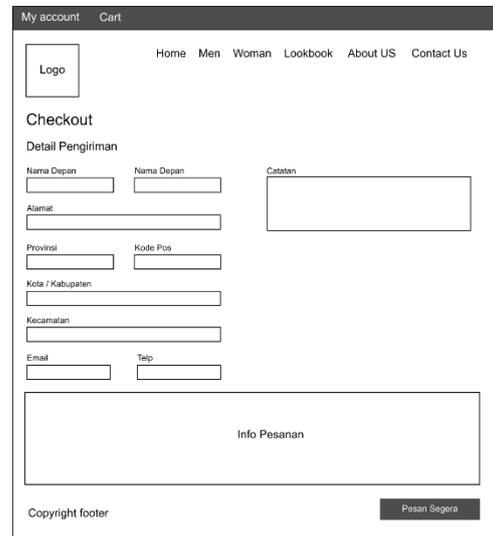


Gambar 10 Desain Antarmuka *Products*

Halaman *member* merupakan halaman yang digunakan untuk melakukan register dan login sebelum menggunakan dan melakukan proses transaksi pada *website*. Kemudian halaman *Home* merupakan halaman utama dari *website SGTR brand*

- Desain Antarmuka *Products* dan *Checkout*

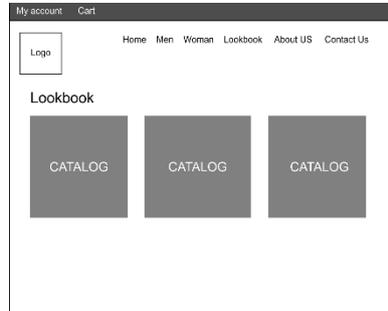
Desain Antarmuka *Products* dan *Checkout* dapat dilihat pada gambar 10 dan gambar 11 :



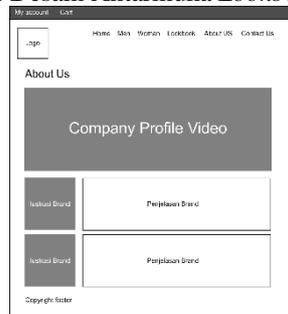
Gambar 11 Desain Antarmuka *Checkout*

Pada halaman *products* ini diisikan dengan koleksi produk yang siap dijual pada *website* dan setelah melakukan pemilihan akan menuju langsung ke halaman *checkout* pada gambar 11. Halaman *checkout* ini berisikan kolom untuk melakukan pengisian *form* sebagai data pengiriman produk yang dibeli

Desain Antarmuka *Lookbook* dan *About Us*  
Desain Antarmuka *Lookbook* dan *About Us* dapat dilihat pada gambar 12 dan gambar 13 :



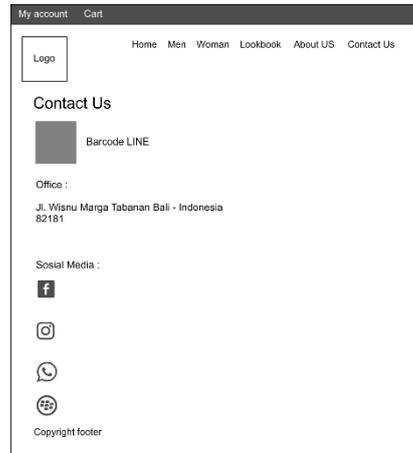
Gambar 12 Desain Antarmuka *Lookbook*



Gambar 13 Desain Antarmuka *About Us*  
Halaman *Lookbook* ini berisi gallery dari produk yang sudah diproduksi yang dimuat dalam bentuk video katalog. Dan pada halaman *About Us* berisikan semua tentang *SGTR brand* baik itu tahap produksi, konsep hingga sejarah *SGTR brand*. Dalam halaman about us ini juga terdapat sebuah video *company profile* yang akan menjelaskan *SGTR brand*

- Desain Antarmuka *Contact Us*

Desain Antarmuka *Contact Us* dapat dilihat pada gambar 14 :



Gambar 14 Desain Antarmuka *Contact Us*  
Pada halaman *Contact Us* ini berisikan seluruh kontak *SGTR* yang bisa dilihat dan dihubungi untuk *order*, menanyakan masalah produk, dan melakukan *complain* pembelian. Selain itu juga terdapat alamat *office SGTR brand*

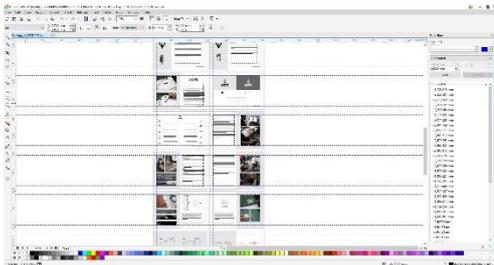
### Material Collecting

Dalam pengumpulan bahan yang digunakan pada aplikasi diperoleh dari sumber-sumber terpercaya dengan menggunakan metode pengumpulan data, yaitu :

- Literatur Review*  
Penulis melakukan kegiatan pengumpulan data dengan cara menggali ilmu yang diperoleh dari sumber buku, karya tulis, jurnal ilmiah dan sumber lainnya yang berhubungan dengan ornamen Bali untuk memperoleh pedoman secara teoritis mengenai penelitian yang dilakukan.
- Observasi*  
Penulis melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti, dimana objek yang diteliti yaitu proses produksi produk *SGTR brand*.

### Assembly

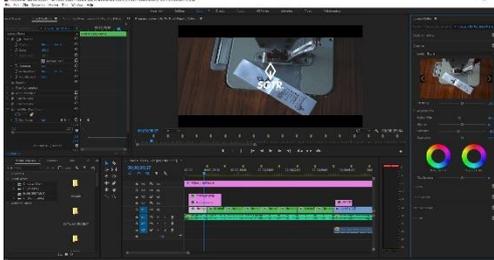
Perakitan bahan-bahan yang telah tersedia dalam *Material Collecting* dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Adobe Photoshop CS6*, *Lightroom CS5*, *Adobe Premiere Pro CC*, *CorelDRAW X7*. Proses bisa dilihat pada gambar berikut :



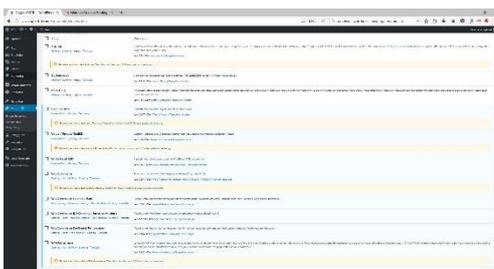
Gambar 15 Tampilan Perakitan *Brandbook*



Gambar 16 Tampilan Perakitan Foto *Catalog*



Gambar 17 Tampilan Perakitan *Video Profile*



Gambar 18 Tampilan Perakitan *Website*

### Implementasi Sistem

Setelah membuat perancangan *corporate identity* sampai selesai dibangun, maka didapatkan hasil tampilan dari *corporate identity SGTR brand*. Berikut ini merupakan tampilan dari *corporate identity SGTR brand* Berbasis Multimedia :

- **Implementasi Brandbook**

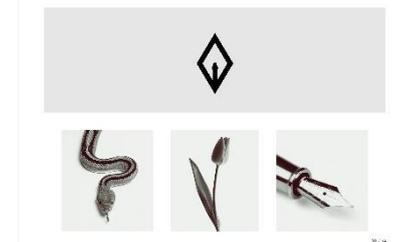
Berikut ini merupakan contoh pengimplementasian *Brandbook SGTR brand* :



Gambar 19 Tampilan Halaman *Cover Brandbook*



Gambar 20 Tampilan Halaman *Pengenalan SGTR*



Gambar 21 Tampilan Halaman *Penjelasan Logo*



Gambar 22 Tampilan Halaman *Produksi Brandbook* dibuat dengan sangat sederhana tapi berusaha memunculkan kesan elegan dengan gambar bersih dan konsep sedikit warna. *Brandbook* ini memiliki 32 halaman yang terdiri dari sejarah *SGTR*, produksi, aturan logo, tampilan produk dan kontak.

- **Implementasi Video Profile**

Berikut ini merupakan contoh pengimplementasian *Video Profile SGTR brand* :



Gambar 23 Screenshot Video Opening



Gambar 25 Screenshot Video Wawancara



Gambar 24 Screenshot Video Produksi



Gambar 26 Screenshot Video Tampilan Produk Jadi

Video profile *SGTR brand* ini berdurasi 6 menit dibuat ringkas untuk menghindari kebosanan pada pembaca. Dan dibuat dengan materi sepadat mungkin. *Video profile* ini menampilkan proses produksi, wawancara pemilik dan kelompok produksi *SGTR brand*

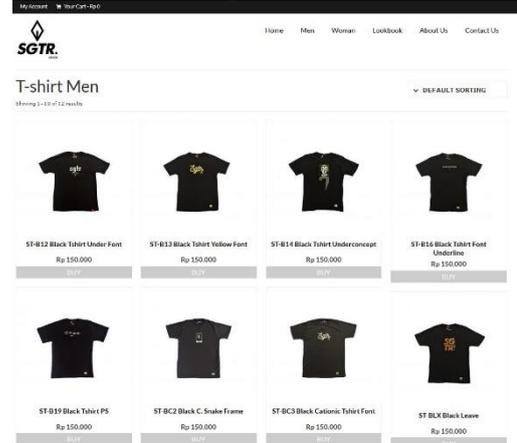
kemudian dilanjutkan dengan beberapa tampilan produk sebagai penutup video.

### - Implementasi Website

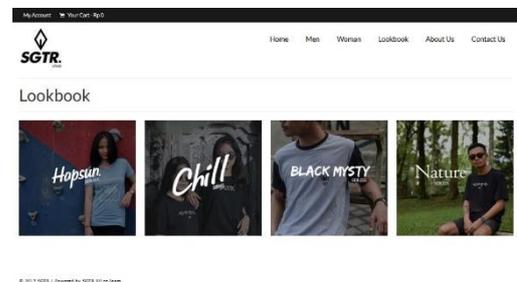
Berikut ini merupakan pengimplementasian *Website SGTR brand* :



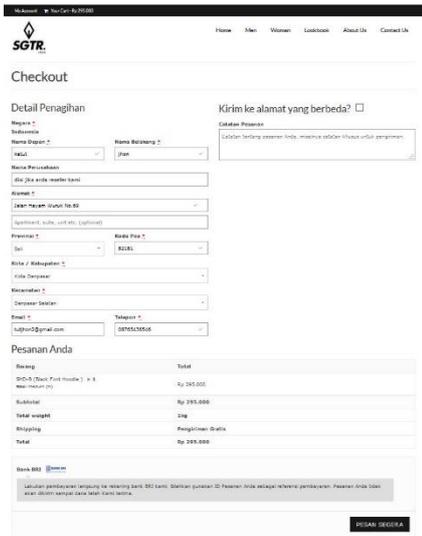
Gambar 27 Tampilan Halaman Home



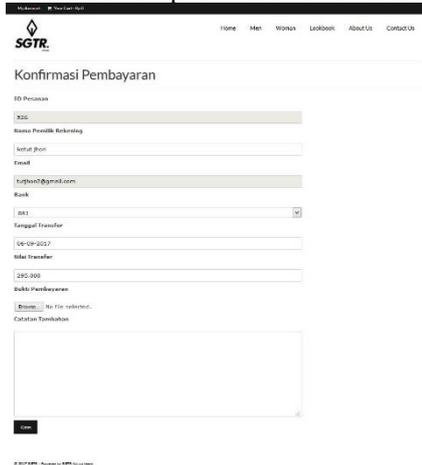
Gambar 28 Tampilan Halaman Home



Gambar 29 Tampilan Halaman Lookbook



Gambar 30 Tampilan Halaman Checkout



Gambar 31 Tampilan Halaman Checkout

Website yang dibuat adalah website jenis e-commerce yang digunakan untuk bertransaksi online. Website ini dibuat menggunakan CMS Wordpress dan plugin Woocommerce beserta beberapa plugin tambahan seperti JNE shipping, Virtue, Bank Account. Website ini sudah dijalankan online dengan domain www.sgtr-ltd.com dan bukan hanya sebagai situs penjualan, website ini juga digunakan sebagai media promosi dan pengenalan SGTR brand.

**Testing**

Pengujian yang dilakukan terhadap Website SGTR brand ini menggunakan metode pengujian Black Box Testing dan Kuesioner. Proses dan hasil pengujian aplikasi adalah sebagai berikut :

**- Blackbox Testing**

Pengujian black box berisi pemaparan dari rencana pengujian yang telah di susun pada skenario pengujian. Berikut ini pemaparan hasil pengujian yang dapat dilihat pada tabel 1 :

Tabel 1 Hasil Pengujian Black Box

Butir Uji	Hasil Yang Diharapkan	Hasil Pengamatan	Kesimpulan
Button Home	Sistem menampilkan halaman home	Halaman home tampil ketika button home di klik	Sesuai
Button My Account	Sistem menampilkan halaman My Account	Halaman My Account tampil ketika button My Account di klik	Sesuai
Button Cart	Sistem menampilkan halaman Cart	Halaman Cart tampil ketika button Cart di klik	Sesuai
Button Men Products	Sistem menampilkan halaman Men Products	Halaman Men Products tampil ketika Men Products di klik	Sesuai
Button Women Products	Sistem menampilkan halaman Women Products	Halaman Women Products tampil ketika button Women Products di klik	Sesuai
Button Lookbook	Sistem menampilkan halaman Lookbook	Halaman Lookbook tampil ketika button Lookbook di klik	Sesuai
Button About Us	Sistem menampilkan halaman About Us	Halaman About Us tampil ketika button About Us di klik	Sesuai
Button Contact Us	Sistem menampilkan halaman Contact Us	Halaman Contact Us tampil ketika button Contact Us di klik	Sesuai
Button Play Video	Sistem memutar video	Button Play Video di klik	Sesuai

Tabel 2 Kriteria Skor

Skor	Keterangan
4,2 – 5,0	Sangat Baik
3,4 – 4,1	Baik
2,6 – 3,3	Cukup Baik
1,8 – 2,5	Tidak Baik
1,0 – 1,7	Sangat Tidak Baik

Tabel 3 Kriteria Persentase Nilai

Persentase	Keterangan
80% - 100%	Sangat Baik
60% - 79,99%	Baik
40% - 59,99%	Cukup Baik
20% - 39,99%	Tidak Baik
0% - 19,99%	Sangat Tidak Baik

**- Kesimpulan Pengujian**

Berdasarkan hasil pengujian aplikasi yang di lakukan, maka dapat di simpulkan bahwa Corporate Identity Pada Straightori Brand

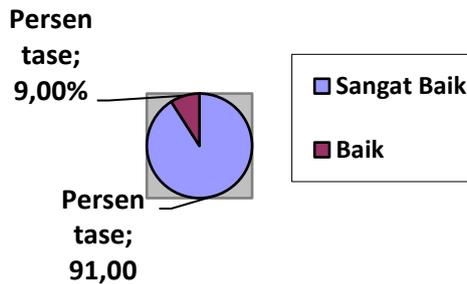
Berbasis Multimedia yang di bangun sudah berjalan sesuai yang diharapkan.

**- Pengujian Kuisioner**

Pengujian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner yang terdiri dari 15 pertanyaan dan melibatkan 20 orang responden dengan variasi umur remaja hingga dewasa yang mengenal industri *clothing*, yang terdiri dari 12 orang mahasiswa/i, 3 orang pemilik *brand*, dan 5 pekerja industri kreatif . Responden akan mencoba menggunakan *website* terlebih dahulu sebelum mengisi kuisisioner [4]. Berikut ini merupakan pertanyaan dan hasil jawaban kuisisioner yang telah dibagikan kepada responden

**- Perhitungan Kuisioner**

Berikut ini merupakan hasil rata-rata perhitungan kuisisioner pada setiap kategori pertanyaan yang diberikan kepada responden, Hasil kuisisioner kategori desain *website* dapat dilihat pada gambar 32 :



Gambar 32 Grafik Persentase Kualifikasi Keseluruhan

mendapatkan hasil dengan kualifikasi” Sangat Baik”. Kuisisioner tersebut dilakukan terhadap 20 orang responden dengan 15 pertanyaan. Rata-rata hasil dari responden tersebut adalah 4.55 dengan kualifikasi sangat baik.

**- Kesimpulan Pengujian Kuisioner**

Berdasarkan pengujian seluruh hasil persentase semua pertanyaan kuisisioner dengan kualifikasi sangat baik, maka *website SGTR brand* ini dapat digunakan dengan mudah oleh konsumen.

**Distribution**

*a. Brandbook*

Disebarkan ke beberapa toko untuk kemudahan penyampaian identitas brand dan menjalin kerjasama dengan brand lain ataupun perusahaan lain yang berkepentingan.

*b. Video Catalog dan Company Profile*

Video dipublikasikan melalui website *SGTR brand* dan juga social media *SGTR brand*. kemudian dipublikasikan ke youtube untuk video dengan durasi penuh. Sehingga konsumen dengan mudah melihat produk terbaru *SGTR brand*.

*c. Packaging*

Dicetak beberapa lusin sesuai kebutuhan pasar dan kebutuhan pengiriman. Untuk label, cetakan pertama mencapai 2700 pcs *label woven* dan 2000 pcs *label satin*.

*d. Website*

Sudah *online* dengan alamat [www.sgtr-ltd.com](http://www.sgtr-ltd.com) dan *update* setiap ada promo, event dan produk baru.

**SIMPULAN**

Berdasarkan hasil perekayasaan yang telah dilakukan dapat di rumuskan kesimpulan dan saran sebagai berikut :

1. Telah dihasilkan implementasi rancangan *corporate identity* pada *SGTR (Straightori) Brand* yang berbasis multimedia
2. Telah dihasilkan media berupa *brandbook, e-commerce website, company profile video, dan packaging* yang dapat membangun komunikasi antara konsumen, teman kerja, dan pihak *SGTR sendiri*.

Telah dihasilkan *corporate identity* yang dapat diharapkan memberikan kemudahan pengenalan, promosi, dan proses menjalin kerjasama dengan pihak lain. Dibuktikan dalam pengujian *blackbox* dan kuisisioner yang memiliki hasil rata-rata nilai 4,55 dengan kualifikasi sangat baik

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Beatric, Stephani., A.J Soehardjo., Budi Prasetyadi. Perancangan *Corporate Identity* Hotel Idas Kuta-Bali. Denpasar, 2013..
- [2] Gilang Kinan Jati. Redesain Logo dan *Corporate Identity* pada CV. Delta Tehnik Sebagai Penerapan dan Efek Positif Perkembangan Desain Multimedia. Skripsi S1. Denpasar; STMIK STIKOM Bali. 2016.
- [3] Dewi Irmawati. Pemanfaatan E-Commerce dalam Dunia Bisnis. Jurnal. 2017
- [4] Rahadi, Dedi Rianto. (2014). Pengukuran Usability SIstem Menggunakan Use Questionnare Pada Aplikasi Android. Universitas Bina Darma Palembang
- [5] www.wordpress.com diakses tanggal 6 Maret 2017, pukul 23:22 WITA. [12] <https://multimedia.journalism.berkeley.edu/tutorials/starttofinishstoryboarding/> diakses tanggal 12 Maret 2017, pukul 11:56 WITA.
- [6] Sutopo, Ariesto Hadi. 2012. Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Pendidikan. Yogyakarta: Graha Ilmu
- [7] Putri Wahyuni. Multimedia Starter Guide : CorelDraw x3: PT Elex Media Komputindo. Yogyakarta: ANDI. 2007
- [8] Rahadi, Dedi Rianto. (2014). Pengukuran Usability SIstem Menggunakan Use Questionnare Pada Aplikasi Android. Universitas Bina Darma Palembang