Journal of Applied Multimedia and Networking (JAMN)
Vol.4, No.2, Desember 2020
e-ISSN: 2548-6853

Rancang Bangun *Company Profile* E-Life Solutions Plt Berbasis Web Sebagai *Corporate Branding*

Nelsy Herman[1], Nur Zahrati Janah[2]
Teknik Informatika, Politeknik Negeri Batam
Teknik Multimedia dan Jaringan, Politeknik Negeri Batam

Article Info

Article history:

Received Oct 12th, 2020
Revised Nov 20th, 2020
Accepted Dec 16th, 2020

Keyword:

Company profile
Corporate Branding
Website
Web Development Life Cycle

ABSTRACT

E Life Solutions PLT (ELS) adalah sebuah perusahaan *spin off* dari Universiti Teknologi Malaysia (UTM) yang didirikan untuk mengkomersialkan fasilitas laboratorium dan keahlian di UTM. Perusahaan selalu memberikan informasi terbaru untuk meningkatkan reputasinya di pasar, mulai dari profil hingga produk dan jasa yang ditawarkan, namun kegiatan *branding* ELS saat ini masih tidak terstruktur. Kurangnya informasi jelas mengenai profil ELS, *website* yang tidak diperbaruhi isinya secara teratur, kaku dan kurang menarik sehingga menghambat dalam memberikan informasi. Untuk mengatasi masalah tersebut, maka diperlukan suatu *website company profile* yang dapat digunakan sebagai sarana promosi dan *branding* perusahaan. Oleh karena itu, penulis membangun *website company profile* sebagai *corporate branding* yang dapat memberikan informasi dan memperkuat *branding* perusahaan serta tampilan informasi pada *website company profile* E Life Solutions dapat diterima oleh pengguna. *Website* dibuat menggunakan *CSS Framework, HyperText Markup Language (HTML), mySql dan PHP dengan m*enggunakan metode *Website Development Life Cycle* (WLDC). *Website* ini memiliki fitur *home, about us, our business, our experieces, news dan contact us* serta fitur tambahan seperti *banner* dan *feedback form.* Dengan tercapainya rata-rata persentase kepuasan antarmuka pengguna, *website company profile* E Life Solutions diterima dengan sangat baik oleh pengguna.

Copyright © 2020 Institute of Advanced Engineering and Science.
All rights reserved.

Corresponding Author:

Teknik Informatika, Jurusan Teknik Informatika,
Politeknik Negeri Batam
Batam Centre, Jl. Ahmad Yani, Tlk. Tering, Kec. Batam Kota, Kepulauan Riau 29461
Email: nur.zahrati@polibatam.ac.id

1. PENDAHULUAN

E Life Solutions PLT (ELS) adalah sebuah perusahaan *spin off* dari Universiti Teknologi Malaysia (UTM). ELS didirikan pada tahun 2016 untuk mengkomersialkan fasilitas laboratorium dan keahlian di UTM. Bisnis utama ELS adalah menyelenggarakan pelatihan dan kursus profesional untuk industri, melakukan studi, penelitian, pembangunan dan pengujian, pengadaan dan manajemen pelayanan produk, sistem dan kebijakan dalam bidang kesehatan, infrastruktur cerdas, industri teknologi tinggi, transportasi, telekomunikasi, minyak bumi dan gas, serta pertahanan dan keamanan.

Sebagai perusahaan saham terbuka, ELS memiliki banyak aktivitas dalam bidang *biomedic*al, *electrical*, *smart management* dan *informatics*, yang mana cakupan pasarnya berada hampir diseluruh dunia seperti Kanada, Amerika, Brasil, Turki, Sudan, Mesir, Jerman, Irak, India, Brunei Darussalam, Rusia, Cina, Jepang, Korea Selatan, Thailand, Indonesia, Australia, dan Singapura. Untuk memperluas kawasan pasarnya, ELS melakukan berbagai kegiatan promosi dengan tujuan untuk meningkatkan reputasi perusahannya. Namun kegiatan *branding* ELS saat ini masih tidak terstruktur dan belum jelas, kurangnya informasi jelas mengenai profil ELS, *website* yang tidak diperbaruhi isinya secara teratur, kaku dan kurang menarik sehingga menghambat dalam memberikan informasi untuk perluasan kawasan pasarnya.

Dalam mempromosikan produk, pelatihan dan kursus yang ditawarkan, ELS hanya menggunakan statis *website*, media sosial, brosur. Akan tetapi, ketiga media promosi tidak diperbaruhi dan kurang menarik, informasi yang ditampilkan tidak lengkap. Untuk itu diperlukan sebuah media promosi yaitu *website company profile* yang dinamis dan menarik sebagai sarana *corporate branding* untuk membantu kegiatan promosi, sehingga pemberian informasi lebih cepat dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta memperkuat daya tarik E-Life Solution sehingga para investor, organisasi ataupun masyarakat umum mengetahui lebih jelas mengenai informasi perusahaan dengan tujuan lebih tertarik untuk memberikan memberikan investasi di perusahaan, menggunakan layanan teknis dan klinis, membeli produk, bekerja sama dalam pemasaran dan juga meningkatkan pengembangan manusia.

Website company profile sebelumnya telah dibuat oleh beberapa sumber dengan berbagai pengembangan yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhannya diantaranya dilakukan oleh Rivai dan Ariyus. *Website* yang dirancang hanya fokus untuk penyampaian informasi dan promosi potensi budaya dari 14 pedukuhan yang ada di Desa Budaya Bumi Panggung yang menampilkan informasi lokasi potensi budaya, profil struktur organisasi, sejarah, gambar/foto potensi budaya beserta harga [1].

Ada juga penelitian oleh Anggoro mengenai pembuatan *website company profile* CV.Tunas Jaya berbasis *website* sebagai media promosi. *Website* ini terdiri dari visual gambar dan teks agar dapat memberikan informasi serta dapat dijadikan acuan dalam mengembangkan ide dan kreativitas dalam menciptakan media promosi suatu produk industri dalam media *website* [2].

Ada juga penelitian yang dilakukan oleh Susi yang telah merancang desain *website* sebagai media promosi Bandung Karate Club Kota Batam. Secara visual hanya terdapat teks dan gambar yang dapat memberikan informasi mengenai Bandung Karate Club [3].

Tabel 1 yang menjelaskan detail perbandingan sistem tiga penelitian yang telah disebutkan diatas dengan sistem yang telah penulis kembangkan.

Tabel 1. Perbandingan Sistem

Aspek Pembeda	Rivai dan Ariyus [1]	Anggo-ro [2]	Susi [3]	Peneltian ini
Konek-tivitas	*Local-host*	*Local-host*	*Local-host*	Internet
Jenis *website*	Statis	Statis	Statis	Dinamis
Website building	-	-	-	*CSS Frame-work*
Respon-sivitas	-	*Respon-sif*	-	*Responsif*
Layout website	*Header*, navigasi, *content*, *sidebar*	*Header*, navi-gasi, *content*	*Hea-der*, navi-gasi, *cont-ent*	*Header*, navigasi, *content*, *sidebar* dan *footer*

Dari ketiga penelitian yang telah ada tersebut, bahwa ketiganya mengembangkan *website company profile* yang hampir sama, hanya saja untuk jenis responsif *website* ada yang berbeda, yakni ada yang responsif dan ada juga yang tidak responsive. Ketiga *website* tersebut masih memiliki fungsionalitas yang terbatas yang mana hanya dapat diakses di *local server* saja dan jenis *website* bersifat statis.

Untuk itu penulis menawarkan solusi yang berbeda dari ketiga hasil penelitian yang telah disebutkan di atas. Solusi tersebut adalah membangun sebuah *website company profile* yang dinamis dan menarik sebagai sarana *corporate branding* untuk membantu kegiatan promosi, sehingga pemberian informasi lebih cepat dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta memperkuat daya tarik E Life Solutions.

a) Company Profile

Company profile adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu image atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerjasama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi terkait lainnya [4]. *Company profile* merupakan penjelasan mengenai perusahaan yang mengangkat nilai perusahaan dan nilai produk serta keunggulan perusahaan dibandingkan pesaing [5].

b) Corporate Branding

Corporate branding merupakan penerapan dari penggunaan nama perusahaan sebagai suatu merek produk, nama perusahaan digunakan sebagai jaminan dari kualitas sebuah produk atau jasa yang ditawarkan oleh suatu organisasi atau perusahaan [6]. *Corporate branding* diperlukan karena berdampak pada perbedaan asosiasi perusahaan, memberikan energi bagi produk *branding*, meningkatkan kredibilitas, mendorong hubungan pembeli, menyediakan kekuatan rumah produksi yang mampu meningkatkan efisiensi atas produk *brand* baru. *Corporate branding* berfungsi sebagai alat kepemimpinan yang efektif. Salah satu karakteristik dari kepemimpinan yang kuat adalah kemampuan untuk mengkomunikasikan visi mereka ke dalam dan ke luar perusahaan [7].

c) Heuristic Evaluation

Heuristic evaluation sebuah *usability inspection* untuk memperbaiki sebuah rancangan secara efektif dengan menggunakan sekumpulan heuristik sederhana yang berhubungan. HE menjadi solusi untuk mengetahui masalah *usability* agar sistem dapat mencapai tujuan tertentu secara efektif, efisien, dan mencapai kepuasan pengguna. Proses dari HE memungkinkan sekumpulan evaluator yang secara independen untuk melakukan evaluasi dan menilai sistem dari setiap heuristik yang akan menunjukkan masalah *usability* [8].

Tabel 2. Tabel Heuristik Evaluation

No	Heuristik	Definisi
1	H1-*Visibility of System Status*	Sistem harus selalu menginformasikan kepada pengguna terkait.
2	H2-*Match Between Sistem and the Real World*	Sistem menggunakan bahasa, kata, kalimat, dan konsep yang biasa digunakan dan mudah dipahami oleh pengguna.
3	H3-*User Control and Freedom User*	Dapat secara bebas memilih dan melakukan pekerjaan (sesuai kebutuhan) ketika mengakses sistem.
4	H4- *Consistency and Standards System*	Menjadi standar dan konsisten dalam hal penulisan kalimat, jenis huruf, dan lain sebagainya sehingga pengguna tidak perlu bingung dengan situasi dan aksi yang berbeda pada sistem.
5	H5-*Error Prevention*	Merancang sebuah fitur untuk mencegah dan meminimalisir kesalahan dari pengguna.
6	H6- *Recognition Rather Than Recall.*	Sistem membantu pengguna untuk mengurangi mengingat dari setiap proses yang telah dilewati atau dilakukan karena sudah jelas diinformasikan oleh sistem.
7	H7- *Flexibility and Efficiency of Use*	Sistem memberikan kemudahan bagi pengguna baru dan pengguna yang sudah pengalaman untuk nyaman dalam mengakses sistem.
8	H8-*Aesthetic and Minimalist Design*	Sistem menampilkan informasi atau keterangan yang relevan dengan maksud dari menu yang dipilih.
9	H9-*Helps* Pengguna *Recognize, Diagnose, and Recovers* Pengguna	Sistem menampilkan pesan kesalahan yang terjadi dengan jelas kepada pengguna.
10	H10-*Help and Documentation syistem*	Harus memiliki menu bantuan dan dokumentasi yang membantu sebagai panduan untuk pengguna saat menggunakan sistem.

d) Skala Likert

Skala *Likert* ditemukan oleh Rensis *Likert*, seorang psikolog sosial asal Amerika Serikat. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap dan pendapat responden terhadap sesuatu yang dituangkan dalam bentuk kuesioner. Kuesioner yang menggunakan skala *likert* diharuskan melengkapi pertanyaan atau pernyataan dengan tingkat persetujuan. Tingkat persetujuan dalam skala *likert* terdiri dari 5 tingkatan, yaitu: sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak Setuju, dan sangat tidak setuju [9]. Adapun rumus perhitungan skala *Likert* sebagai berikut:

Rumus Total Skor = T x Pn

T= Total jumlah responden
Pn = Pilihan angka skor *Likert*
Setelah total skor didapatkan, selanjutnya yang harus dilakukan adalah menentukan *index* dalam persen dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Rumus *Index* % = Total skor/Y x 100

Hasil perhitungan *index* akan dievaluasi dengan nilai akhir dan dirujuk dengan interval yang ada. Adapun rumus interval *index* dapat dihitung dan menghasilkan interval nilai *index* sebagai berikut:

Rumus Interval
I = 100 / Jumlah Skor (*Likert*)

Dengan jumlah skor *Likert* sebanyak 5 buah, maka interval *index* dapat dihitung dan menghasilkan interval sebagai berikut:
a. Angka *index* 0% -19,99% = Sangat Tidak Setuju
b. Angka *index* 20% -39,99% = Tidak Setuju
c. Angka *index* 40% -59,99% = Ragu-ragu
d. Angka *index* 60% -79,99% = Setuju
e. Angka *index* 80% -100% = Sangat Setuju

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam pembuatan *company website* sebagai *corporate branding* adalah menggunakan metode *Website Development Life Cycle (WDLC). WDLC* merupakan sebuah proses pengembangan suatu sistem yang digunakan oleh analis sistem untuk mengembangkan sebuah *website* dan gambaran disampaikan kepada pengguna. Metode *WLCD* dilakukan dalam 5 tahap yaitu: *website planning, website analysis, website design* dan *development, website testing, website implementation and maintenance* [10].

A. Planning

Konsep

Konsep adalah tahapan untuk menentukan tujuan dan siapa pengguna program (identifikasi *audience*). Selain itu menentukan macam aplikasi (presentasi, interaktif, dain lain-lain) dan tujuan aplikasi.

Tabel 3. Konsep

Kategori Konsep	Deskripsi Konsep
Judul	*Company profile* E Life Solutions Plt Berbasis Web Sebagai *Corporate Branding*.
Aplikasi	*Company profile* berbasis *website.*
Tujuan	Sebagai sarana *corporate branding* untuk membantu kegiatan promosi, sehingga pemberian informasi lebih cepat dan dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta memperkuat daya tarik E Life Solutions.
Segmentasi	Usia 20 tahun keatas kalangan profesional, wilayah seluruh dunia.
Sasaran	Semua kalangan yang ingin mengetahui lebih jelas tentang E Life Solutions.
Visualisasi	*Website* dinamis dengan *responsif layout* yang dapat menampilkan informasi perusahaan dalam bentuk gambar, teks, warna.

Konsep pada pembuatan *website* ini adalah menggunakan moderen *website* yang mengutamakan kesederhanaan, keindahan, kepintaran, detail dan kebaikan yang disajikan dengan warna khas biru. *Website* ini mempunyai kerangka yang dibagi menjadi 3 bagian yaitu *header* yang berisi logo, nomor telefon dan alamat *email* perusahaan. Lalu navigasi terdiri dari 4 menu utama yaitu *website* berisi *home, about us, our business, our experience, news* dan *contact us.* Lalu *footer* yang berisi logo perusahaan, *Copyright, gallery* dan sosial media perusahaan. *Website* akan disajikan dalam bentuk artikel yang dilengkap dengan gambar serta video.

B. *Analysis*

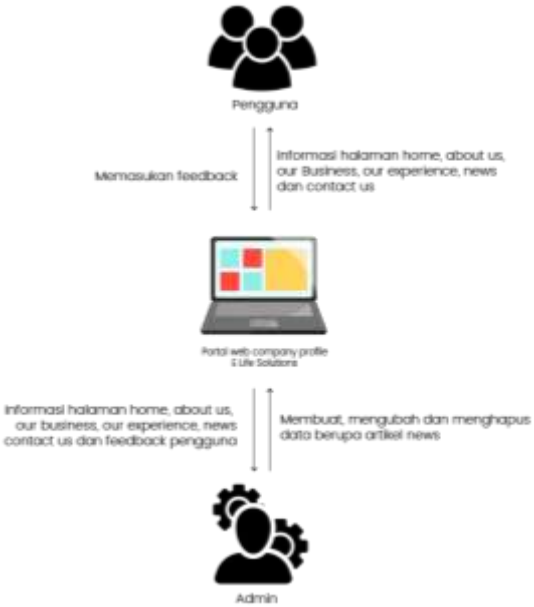
a) Analisis Sistem

1. Admin

Bertugas untuk melakukan pengelolaan terhadap *website* seperti memasukan konten, memperbaruhi konten dan menghapus konten. Konten berupa artikel *news* yang akan ditampilkan.

2. Pengguna

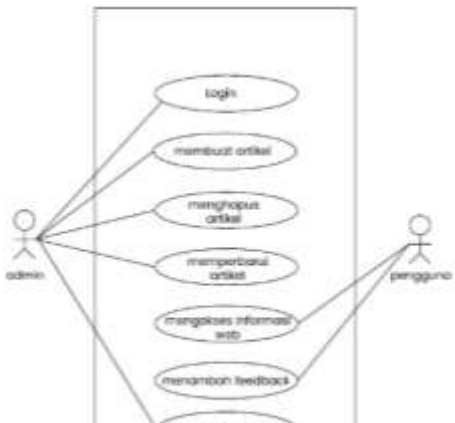
Pengguna memiliki hak akses untuk membaca, mendapatkan informasi tentang perusahaan yang tersedia dari *website*. Pengguna dapat mengisi *feedback form.* Gambar 1 merupakan gambar yang menjelaskan deskripsi umum sistem.



Gambar 1 Deskripsi umum sistem

3. Diagram *Usecase*

Diagram *use case* menerangkan apa saja yang dilakukan oleh pengguna terhadap sistem. Sebuah sist
Dal
unt
keg
pro

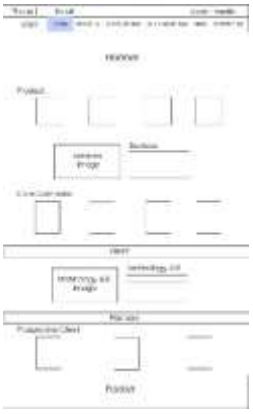


Gambar 2 *Use case* diagram

C. Design and Development

a) Perancangan Antarmuka Pengunjun

1. Home

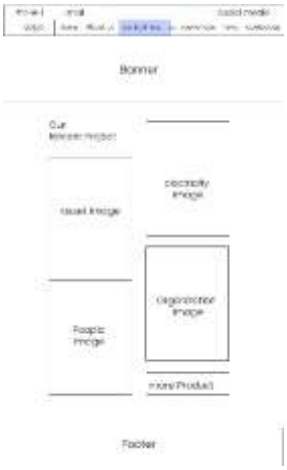


Gambar 3 Halaman *Home*

2. About Us

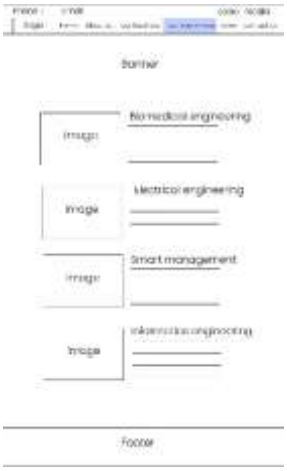
Gambar 4 Halaman *About Us*

3. Our Business



Gambar 5 Halaman *Our Business.*

4. Our Experience



Gambar 6 Halaman *Our Experience*

5. News

Gambar 7 Halaman *News*

6. Contact Us

Gambar 8 Halaman *contact us*

4. Testing

Pengujian *website company profile E Life Solutions* dengan menerapkan model analisis *Heuristic evaluation* [6].

a) Instrumen Analisis Data

Bentuk instrumen analisis data yang dipakai dalam penelitian ini dalam bentuk Kuesioner menggunakan skala *likert*. Kuesioner dibuat berdasarkan indikator pada *heuristic evalution* untuk mengevaluasi *usability website.*

b) Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif menggunakan metode *heuristic evaluation*. Analisis kuantitatif yang bertujuan untuk memperoleh presentase dari hasil kuesioner pengguna yang dianalisis secara deskriptif. Dari hasil perhitungan persentase, digunakan skala sebagai pedoman pendeskripsian *usability website*. Pengujian ini akan dilaksanakan dalam 2 tahap yaitu pengujian internal dan pengujian eksternal

3. HASIL DAN ANALISIS

a) Hasil Implementasi

Website company profile E Life Solutions memiliki beberapa halaman yang memiliki desain *layout* dan fungsi yang berbeda. Fungsi tersebut dibedakan menjadi tombol yang digunakan untuk memanggil suatu fungsi serta teks dan gambar yang digunakan untuk memberikan penjelasan pada tampilan tersebut.

1) Halaman *Home*

Gambar 9 Halaman *home*

Tampilan halaman terdapat informasi mengenai produk, kompetensi inti dan teknologi 4.0 yang mana gambar tersebut akan dihubungkan menuju halaman berdasarkan kategorinya. Pada halaman *home* juga menampilkan klien, partner serta prospek klien dalam bentuk gambar.

a) Halaman *About Us*

Gambar 10 *Halaman about us*

Halaman ini menjelaskan tentang sejarah singkat perusahaan yang akan disajikan dalam bentuk gambar dan penjelasannya, lalu dilanjutkan dengan visi, misi dan motto perusahaan. Selanjutnya akan menjelaskan tentang struktur organisasi perusahaan.

b) Halaman *Our business*

Gambar 11 Halaman *our business*

Halaman ini menjelaskan tentang produk dan jasa yang ditawarkan. Produk yang diunggulkan oleh perusahaan. Produk akan dijelaskan dengan gambar dan artikel.

c) Halaman *Our experience*

Gambar 12 Halaman *our experience*

Halaman ini menjelaskan tentang kegiatan yang telah dilakukan seperti produk atau jasa yang telah dibuat lalu penghargaan yang diterima oleh perusahaan.

d) Halaman *News*

Gambar 13 Halaman *news*

Halaman ini menjelaskan tentang berita, ataupun informasi-informasi yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan. Berita akan diperbaruhi setiap harinya.

e) Halaman *Contact us*

Gambar 14 Halaman *contact us*

Halaman ini menjelaskan tentang kontak perusahaan yang dapat dihubungi seperti terdapat peta perusahaan, *feedback* form, alamat perusahaan, nomor telepon serta *email* perusahaan. Data disajikan dalam bentuk *icon* dan artikel pendukung.

f) Halaman *Login* Admin

Gambar 15 Halaman *login* admin

Login admin merupakan tampilan pertama saat admin mengakses halaman admin untuk mengolah data. Halaman login terdiri dari *form* pengguna*name, password* dan tombol *login*.

g) Halaman *Dashboard* Admin

Gambar 16 Halaman *dashboard* admin

Ketika admin berhasil masuk, maka admin dapat masuk ke halaman dashboard untuk mengolah data seperti menambah data, memperbarui data dan menghapus data.

3.2. Analisis

Analisis ini bertujuan untuk mengukur tingkat persetujuan pengguna terhadap tampilan informasi pada *company profile* E Life Solutions berbasis *website*. Hasil yang didapat berupa persentase dari hasil kuesioner pengguna yang dianalisis secara deskriptif apakah pengguna setuju terhadap tampilan informasi *website*. Pengujian ini akan dilaksanakan dalam 2 tahap, yaitu:

1. Evaluasi tahap 1 (pengujian internal)

Dilakukan pengujian secara *blackbox* untuk menguji keberhasilan implementasi kebutuhan fungsional maupun non fungsional. Evaluasi tahap 1 merupakan evaluasi awal terhadap *website company profile* E Life Solutions. Evaluasi ini dilakukan secara langsung oleh dua evaluator perusahaan dalam mengeksplorasi *website* E Life Solutions, untuk memastikan kebutuhan fungsional dan non fungsional *website* terpenuhi.

Tabel 4. Pengujian Internal

No	Nama Proses	Data Uji	Validasi
1	*Login*	*Login* menggunakan penggunaname dan password yang terdaftar.	berhasil
2	CRUD Data	Dapat memasukan data, memperbarui dan menghapus data artikel *news* dan menampilkan data.	berhasil
3	*Feedback*	Dapat memasukan data feedback dan sistem dapat menampilkan data.	berhasil
4	*Usability*	Informasi perusahaan jelas dan akurat (teks, gambar).	berhasil
		Website responsif.	berhasil
		Tampilan visualisasi *website* sesuai dengan permintaan perusahaan (warna, typografi, desain dan gambar).	berhasil
		Tampilan *website* sudah menunjukan *branding* perusahaan.	berhasil

2. Evaluasi tahap 2 (Pengujian eksternal)

Evaluasi tahap 2 merupakan proses evaluasi pengguna *interface website* yang akan dilakukan oleh pengguna menggunakan *Heuristic evaluation*. Pengujian akan diberikan kepada 30 responden yaitu masyarakat umum dengan menggunakan skala *likert*. Hasil data kuesioner dari 30 responden yang diambil dari 11 Karyawan perusahaan E Life Solutions, 10 dari kalangan professional dan 9 mahasiswa secara rinci:

Tabel 5. Kuesioner Pengguna

HE	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
H2	*Website* menggunakan kata dan frasa yang akrab pada pengguna	18	12	0	0	0
H4	Desain antarmuka konsisten setiap halaman.	16	14	0	0	0
H8.1	Tampilan *website* responsif.	25	5	0	0	0
H8.2	Tampilan desain dan visualisasi menarik.	24	6	0	0	0
H8.3	Tampilan estetika warna menarik	22	8	0	0	0
H8.4	Tampilan *font* dan ukuran *font* proporsional.	17	13	0	0	0
H8.5	Tampilan *layout website* proporsional.	18	12	0	0	0
H8.6	Tampilan informasi mudah dibaca, dipahami dan dimengerti	19	11	0	0	0
H8.7	Tampilan informasi gambar dan video proporsional	14	16	0	0	0

Skor pada masing-masing pernyataan di atas akan dihitung menggunakan rumus total skor, yaitu skor jumlah responden yang memilih dikalikan dengan pilihan angka skor *likert*. Berikut perhitungan kuesioner dari hasil uji secara rinci:

a) Pernyataan H2 "*Website* menggunakan kata dan frasa yang akrab pada pengguna". Hasil hitung Skor *likert* pada pernyataan H2 disajikan pada tabel berikut:

Tabel 6. Hasil perhitungan H2

Pernyatan dan Hasil pengujian					
Pernyataan	*Website* menggunakan kata dan frasa yang akrab pada pengguna				
Penilaian	SS	S	RG	TS	STS
Jumlah responden	18	12	0	0	0
Total Responden	30				
Jumlah	(18*5)+(12*4))+(0*3)+(0*2) +(0*1)				
Skor *likert*	(138/150)*100 = 92%				

Berdasarkan hasil perhitungan skor *likert* pada tabel perhitungan H2, nilai persentase kepuasan pengguna terhadap tampilan aplikasi mencapai 92% yang berarti pengguna sangat setuju dengan pernyataan "*Website* menggunakan kata dan frasa yang akrab pada pengguna".

b) Pernyataan H4 "Desain antarmuka konsisten setiap halaman". Hasil hitung skor *likert* pada pernyataan H4 disajikan pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil perhitungan H4

Pernyatan dan Hasil pengujian					
Pernyataan	Desain antarmuka konsisten setiap halaman				
Penilaian	SS	S	RG	TS	STS

Jumlah responden	16	14	0	0	0
Total Responden	30				
Jumlah	(16*5)+(14*4))+(0*3)+(0*2) +(0*1)				
Skor *likert*	(136/150)*100 = 90%				

Berdasarkan hasil perhitungan skor *likert* pada tabel perhitungan H4, nilai persentase kepuasan pengguna terhadap tampilan aplikasi mencapai 90% yang berarti pengguna sangat setuju dengan pernyataan "Desain antarmuka konsisten setiap halaman".

c) Pernyataan H8.1 "Tampilan *website* responsif". Hasil hitung Skor *likert* pada pernyataan H8.1 disajikan pada tabel berikut:

Tabel 8. Hasil perhitungan H8.1

Pernyatan dan Hasil pengujian					
Pernyataan	Tampilan *website* responsif				
Penilaian	SS	S	RG	TS	STS
Jumlah responden	25	5	0	0	0
Total Responden	30				
Jumlah	(25*5)+(5*4))+(0*3)+(0*2) +(0*1)				
Skor *likert*	(145/150)*100 = 96,6%				

Berdasarkan hasil perhitungan skor *likert* pada tabel perhitungan H8.1, nilai persentase kepuasan pengguna terhadap tampilan aplikasi mencapai 96.6% yang berarti pengguna sangat setuju dengan pernyataan "Tampilan *website* responsif".

d) Pernyataan H8.2 "Tampilan desain dan visualisasi menarik". Hasil hitung Skor *likert* pada pernyataan H8.2 disajikan pada tabel berikut:

Tabel 9. Hasil perhitungan H8.2

Pernyatan dan Hasil pengujian					
Pernyataan	Tampilan desain dan visualisasi menarik				
Penilaian	SS	S	RG	TS	STS
Jumlah responden	24	6	0	0	0
Total Responden	30				
Jumlah	(24*5)+(6*4))+(0*3)+(0*2) +(0*1)				
Skor *likert*	(144/150)*100 = 96%				

Berdasarkan hasil perhitungan skor *likert* pada tabel perhitungan H8.2, nilai persentase kepuasan pengguna terhadap tampilan aplikasi mencapai 96.6% yang berarti pengguna sangat setuju dengan pernyataan "Tampilan desain dan visualisasi menarik".

e) Pernyataan H8.3 "Tampilan estetika warna menarik". Hasil hitung Skor *likert* pada pernyataan H2 disajikan pada tabel berikut:

Tabel 10. Hasil perhitungan H8.3

Pernyatan dan Hasil pengujian					
Pernyataan	Tampilan estetika warna menarik				
Penilaian	SS	S	RG	TS	STS
Jumlah responden	22	8	0	0	0
Total Responden	30				
Jumlah	(22*5)+(8*4))+(0*3)+(0*2) +(0*1)				
Skor *likert*	(142/150)*100 = 94.6%				

Berdasarkan hasil perhitungan skor *likert* pada tabel perhitungan H8.3, nilai persentase kepuasan pengguna terhadap tampilan aplikasi mencapai 94.6% yang berarti pengguna sangat setuju dengan pernyataan "Tampilan estetika warna menarik".

f) Pernyataan H8.4 "Tampilan *font* dan ukuran *font* proporsional". Hasil hitung Skor *likert* pada pernyataan H2 disajikan pada tabel berikut:

Tabel 11. Hasil perhitungan H8.4

Pernyatan dan Hasil pengujian					
Pernyataan	Tampilan *font* dan ukuran *font* proporsional				
Penilaian	SS	S	RG	TS	STS
Jumlah responden	17	13	0	0	0
Total Responden	30				
Jumlah	(17*5)+(13*4))+(0*3)+(0*2) +(0*1)				
Skor *likert*	(137/150)*100 = 91%				

Berdasarkan hasil perhitungan skor *likert* pada tabel perhitungan H8.4, nilai persentase kepuasan pengguna terhadap tampilan aplikasi mencapai 91% yang berarti pengguna sangat setuju dengan pernyataan "Tampilan *font* dan ukuran *font* proporsional".

g) Pernyataan H8.5 "Tampilan *layout website* proporsional". Hasil hitung Skor *likert* pada pernyataan H2 disajikan pada tabel berikut:

Tabel 12. Hasil perhitugan H8.5

Pernyatan dan Hasil pengujian					
Pernyataan	Tampilan *layout website* proporsional				
Penilaian	SS	S	RG	TS	STS
Jumlah responden	18	12	0	0	0
Total Responden	30				
Jumlah	(17*5)+(13*4))+(0*3)+(0*2) +(0*1)				
Skor *likert*	(138/150)*100 = 92%				

Berdasarkan hasil perhitungan skor *likert* pada tabel perhitungan H8.5, nilai persentase kepuasan pengguna terhadap tampilan aplikasi mencapai 92% yang berarti pengguna sangat setuju dengan pernyataan "Tampilan *layout website* proporsional".

h) Pernyataan H8.6 "Tampilan informasi mudah dibaca, dipahami dan dimengerti". Hasil hitung Skor *likert* pada pernyataan H2 disajikan pada tabel berikut:

Tabel 13. Hasil perhitugan H8.6

Pernyatan dan Hasil pengujian					
Pernyataan	Tampilan informasi mudah dibaca, dipahami dan dimengerti				
Penilaian	SS	S	RG	TS	STS
Jumlah responden	19	11	0	0	0
Total Responden	30				
Jumlah	(19*5)+(11*4))+(0*3)+(0*2) +(0*1)				
Skor *likert*	(139/150)*100 = 92,6%				

Berdasarkan hasil perhitungan skor *likert* pada tabel perhitungan H8.6, nilai persentase kepuasan pengguna terhadap tampilan aplikasi mencapai 91% yang berarti pengguna sangat setuju dengan pernyataan "Tampilan informasi mudah dibaca, dipahami dan dimengerti".

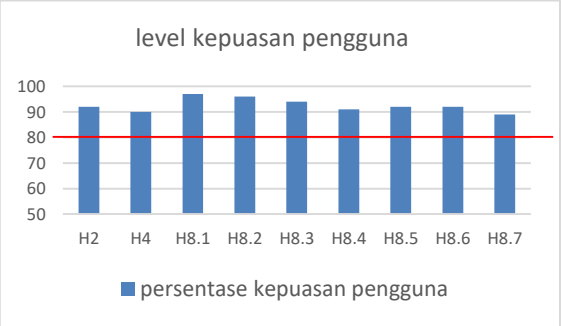
i) Pernyataan H8.7 "Tampilan informasi gambar dan video proporsional". Hasil hitung Skor *likert* pada pernyataan H2 disajikan pada tabel berikut:

Tabel 14. Hasil perhitugan H8.7

Pernyatan dan Hasil pengujian					
Pernyataan	Tampilan informasi gambar dan video proporsional				
Penilaian	SS	S	RG	TS	STS
Jumlah responden	14	16	0	0	0
Total Responden	30				
Jumlah	(14*5)+(16*4))+(0*3)+(0*2) +(0*1)				
Skor *likert*	(134/150)*100 = 89%				

Berdasarkan hasil perhitungan skor *likert* pada tabel perhitungan H8.7, nilai persentase kepuasan pengguna terhadap tampilan aplikasi mencapai 89% yang berarti pengguna sangat setuju dengan pernyataan "Tampilan informasi gambar dan video proporsional".

Jika diamati secara keseluruhan, maka hasil dari tampilan informasi pada *company profile* E Life Solutions berbasis *website* dapat disajikan sebagai berikut:



Gambar 17 Hasil persentase kuesioner pengguna

Hasil pada kuesioner di atas jika mengacu pada interval angka index tingkat persetujuan pengguna, maka minimal angka yang harus dicapai untuk bisa masuk dalam kategori disetujui ialah 60%. Secara keseluruhan, rata – rata dari persentase kepuasan pelanggan dari setiap kategori pernyataan adalah 92%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa penggun sudah sangat setuju dengan desain antarmuka dan kegunaan yang dipersembahkan oleh *website company profile* E Life Solutions.

4. KESIMPULAN

a) Kesimpulan

Berdasarkan dari seluruh proses pengerjaan penelitian ini, penulis dapat menyimpulkan beberapa hal, antara lain:

1. *Website company profile* telah berhasil dibangun sebagai *corporate branding* yang menampilkan informasi tentang perusahaan. *Website* dibuat menggunakan, *CSS Framework, HyperText Markup Language (HTML), mySql dan PHP dengan m*enggunakan metode *Website Development Life Cycle* (WLDC).
2. *Website* bersifat dinamis yang mana admin dapat mengubah konten pada *website*, lalu *website* bersifat responsif yang mana *layout* fleksibel menyesuaikan perangkat, memiliki fitur *home, about us, our business, our experieces, news dan contact us* serta fitur tambahan seperti *banner* dan *feedback form.*
3. Seluruh persentase interval index pada model analisis *heuristic evaluation* mencapai kategori sangat setuju (H2: 92%, H4: 90%, H8.1: 97%, H8.2: 96%, H8.3: 94%, H8.4: 91%, H8.5: 92%, %, H8.6: 92%, %, H8.7: 89%). Dengan capaian rata-rata persentase kepuasan mencapai 92%, antarmuka pengguna *website company profile* E Life Solutions diterima dengan sangat baik oleh pengguna.

b) Saran

Dari pembuatan *website company profile* sebagai *corporate branding*, Tt erdapat saran yang dapat digunakan untuk pengembangan selanjutnya sebagai berikut:

1) *Website* dapat menyajikan data yang lebih banyak dan lebih lengkap.
2) *Website* ini akan lebih sempurna bila dikembangkan dengan adanya fitur chat secara *online* pada *website*, sehingga pengguna lebih cepat mengakses informasi tentang perusahaan.
3) Antar pengguna dapat berbalas komentar pada halaman *news* sehingga dapat berbagi informasi.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Fajar Irvan Rifai, Doni Ariyus. 2019, *Perancangan website desa budaya bumi panggung sebagai media informasi dan promosi*. Universitas Amikom Yogyakarta.

[2] Anggoro, Bimo Ruwandra Tri, 2016. *Pembuatan Website Company profile CV.Tunas Jaya ASP.NET Sebagai Media Promosi*. Universitas STIKOM, UYYUSurabaya.

[3] Susi, Hatri. 2017, *Perancangan Desain Website Sebagai Media Promosi Bandung Karate Club Kota Batam*. Politeknik Negeri Batam.

[4] Maimunah, Lusyani Sunarya and Nini Larasati, 2012. Media *Company profile* Sebagai Sarana Penunjang Informasi dan Promosi, Tanggerang: Nini Larasati.

[5] Budiman. 2008. *Company profile*. Jakarta: Universitas Gunadarma.

[6] David A. Aaker. 2004. *Leveraging the Corporate Brand*. California Management Review: Vol. 46, No. 3.

[7] M.T. Balmer & Edmund R. Gray. 2003 *Corporate brands: what are they? What of them?*. John European Journal of Marketing Vol. 37 No. 7/8, pp. 972-997.

[8] Dix, Alan, Finlay, Janet, M., 2010. HumanComputer Interaction Third Edition. UK: Pearson.

[9] Nur, Fikri Muhammad , 2019. 3D *Visualization Design of Realtime Position Tracker Based On Ultra-Wideband Device*.

[10] Kamatchi, R. et al. 2013. *Software Engineering:Website Development LifeCycle International Journal of Engineering Research & Technology*.

[11] Nugroho, Adi. 2019. Rekayasa Perangkat Lunak Menggunakan UML & Java. Yogyakarta: CV. Andi Offse.