



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia pada zaman dulu sampai sekarang hidup berdampingan dengan hewan peliharaan. Manusia memelihara kucing lebih dari 5.000 tahun. Hal ini terbukti dengan arkeolog yang menemukan fosil piaraan tertua di dunia, berasal dari 5.300 tahun yang lalu di sebuah desa di Cina dari sumber yang dikutip oleh nationalgeographic.co.id (2013: 22 Februari 2014). Hal ini juga diperkuat dengan adanya kutipan yang mengatakan, Anjing merupakan teman manusia tertua seperti yang dikutip dalam buku *Encyclopedia of Pet & Pets Care* yang dikutip oleh David Alderton (2006: hlm 155). Dengan adanya hal ini dapat disimpulkan bahwa manusia dan hewan peliharaan sudah berdampingan sejak berabad-abad tahun yang lalu. Tak hanya menyenangkan, memelihara hewan juga bisa mengurangi stres seperti yang dikutip Radlan Nyi Sukmasari pada health.detik.com (2013: 22 Februari 2014). Seperti layaknya manusia, hewan juga memiliki berbagai penyakit yang dapat menular dan membahayakan manusia dan hewan peliharaan itu sendiri, seperti yang dikutip dalam home.spotdokter.com (2012: 22 Februari 2014) menyatakan bahwa pada kotoran kucing mengandung parasit toksoplasma yang mana jika masuk kedalam tubuh bisa berbahaya bagi orang yang mengalami gangguan sistem imun atau wanita hamil yang

belum pernah terinfeksi toksoplasma sebelumnya. Sumber lain dari health.detik.com (2012: 22 februari 2014) juga menyatakan salah satu penyakit yang dapat membahayakan manusia adalah rabies, dimana rabies merupakan penyakit virus yang ditularkan melalui gigitan terinfeksi dari gigitan anjing yang menyerang sistem saraf pusat dan dapat menyebabkan manusia insomnia, kecemasan, kebingungan halusinasi, agitasi, air liur berlimpah, kesulitan menelan dan kejang. Dengan adanya beberapa penyakit yang dapat ditularkan oleh hewan peliharaan, manusia dapat mencegahnya dengan memberikan perawatan rutin seperti *check up* pada klinik hewan terdekat dan memberikan vaksinasi pada hewan peliharaan anjing atau kucing. Hal ini akan membantu mengurangi penyakit yang timbul terhadap hewan peliharaan yang juga dapat berdampak bagi pemiliknya. Peran klinik atau rumah sakit hewan di Jakarta sangat penting dalam membantu dalam menjaga keserasian hidup antara manusia dan hewan peliharaanya.

Bicara mengenai klinik hewan yang banyak di Jakarta yang menjual pelayanan jasanya, usaha ini pun cukup menarik dan menggiurkan, disamping menjual jasanya untuk mengobati atau merawat hewan yang sakit, klinik hewan ini juga menjual berbagai macam produk kebutuhan hewan, misalnya, makanan hewan seperti *dogfood* atau *catfood*, shampo hewan, vitamin, snack, dsb. Klinik Pet+Vet merupakan klinik hewan yang terletak di Jakarta. Dalam bisnis ini, klinik Pet+Vet memiliki berbagai kelebihan dalam hal jasa dan fasilitasnya diantaranya, klinik Pet+Vet dapat melayani konsultasi, vaksinasi, operasi sterilisasi, *boarding*, *grooming*, dsb.

Klinik Pet+Vet juga menerima antar jemput sebagai salah satu fasilitasnya, namun dengan beberapa kelebihan fasilitas dan jasa yang ditawarkan klinik Pet+Vet, klinik Pet+Vet masih kurang dikenal di kalangan masyarakat sekitar Jakarta dan beberapa pemilik binatang domestik yang masih belum mengetahui keberadaan klinik Pet+Vet, hal ini juga mempengaruhi tingkat kunjungan pelanggan Pet+Vet yang datang. Salah satu pemicunya karena rendahnya promosi yang diberikan klinik Pet+Vet kepada masyarakat Jakarta. Jika dibandingkan klinik atau rumah sakit hewan peliharaan di Jakarta, *brand awareness* klinik Pet+Vet masih terbilang rendah dibanding kompetitor lainnya dan dengan pelayanan jasa yang bervariasi dan dokter yang berpengalaman dibidangnya, masih banyak pemilik binatang domestik yang belum mengetahui tentang keberadaan klinik Pet+Vet.

Dalam kesempatan kali ini, penulis mencoba untuk membuat perancangan visualisasi promosi klinik Pet+Vet yang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang bertugas untuk melayani hewan peliharaan yang dimiliki oleh masyarakat Jakarta yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* dan menginformasikan klinik Pet+Vet kepada masyarakat Jakarta yang memiliki hewan peliharaan domestik sehingga pelayanan jasa klinik Pet+Vet dapat meningkatkan kepercayaan kepada masyarakat Jakarta. Seiring dengan perkembangan-perkembangannya klinik Pet+Vet, maka diharapkan klinik Pet+Vet akan dapat dikenal oleh masyarakat luas.

1.2. Rumusan Masalah

Dari hasil latar belakang di atas, dapat dipaparkan topik yang akan dibahas:

1. Bagaimana meningkatkan jumlah pasien dengan mempromosikan klinik Pet+Vet kepada pemilik binatang domestik di Jakarta?
2. Bagaimana perancangan visualisasi promosi klinik Pet+Vet bagi pemilik binatang domestik di Jakarta?

1.3. Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang ada, penulis membatasi dengan membuat perancangan visualisasi promosi klinik Pet+Vet yang ditujukan kepada masyarakat Jakarta untuk memperkenalkan klinik Pet+Vet:

Demografis

1. Usia: 21 ke atas
2. Gender: wanita dan pria
3. Ekonomi: menengah ke atas
4. *Customer* yang memiliki hewan peliharaan
5. Pendidikan: S1

Psikografis

1. Orang yang menyayangi hewan peliharaan
2. Orang yang sabar
3. Orang yang mau mengeluarkan uang lebih untuk hewan peliharaan

Geografis

1. Jabodetabek

1.4. Tujuan Perancangan

Dengan perancangan ini, penulis ingin mempromosikan klinik Pet+Vet secara visual kepada masyarakat, yang bertujuan untuk,

1. Menginformasikan keberadaan klinik Pet+Vet agar dapat dikenal masyarakat sebagai tempat yang menyediakan pelayanan jasa untuk hewan peliharaan terbaik dan menjadi acuan tempat yang menyediakan pelayanan jasa terbaik bagi pemilik binatang domestik di Jakarta
2. Menarik calon konsumen baru untuk klinik Pet+Vet agar jumlah pelanggan bertambah

1.5. Manfaat Perancangan

Berdasarkan penjabaran dari tujuan yang ingin dicapai, ada beberapa manfaat yang ada antara lain,

1. Meningkatkan pelayanan jasa klinik Pet+Vet sehingga profit penjualan jasa klinik Pet+Vet dapat meningkat seiring perkembangan-perkembangannya.
2. Meningkatkan pelayanan jasa klinik Pet+Vet sehingga dapat meningkatkan jumlah pasien dan mendapatkan kepercayaan yang lebih kepada pelanggan atau *customer* klinik Pet+Vet

1.6. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam perancangan visualisasi promosi klinik Pet+Vet ini:

1. Penulis akan melakukan wawancara, wawancara adalah metode dalam mengumpulkan data dengan bertujuan menemukan masalah yang harus diteliti secara mendalam. Sugiono (2010: 194). Tujuan dari wawancara ini adalah untuk memperoleh fakta dan kebenaran serta pernyataan resmi yang diperoleh dari narasumber. Wawancara dilakukan terhadap *owner* dari klinik Pet+Vet ini sendiri yaitu Drh. Eka Dewi Wulandari. Pertanyaan yang dilontarkan seputar sejarah dan data-data internal mengenai klinik Pet+Vet.
2. Kuesioner adalah hasil riset yang terdiri atas serangkaian pertanyaan tertulis yang bertujuan untuk mendapatkan tanggapan dari suatu kelompok atau individu melalui wawancara pribadi. Dengan metode pengumpulan data melalui angket/kuesioner ditargetkan kepada *customer* klinik Pet+Vet dan beberapa member komunitas hewan peliharaan. Hasil yang didapatkan dalam kuesioner, dapat disimpulkan bahwa *customer* klinik Pet+Vet puas dengan kinerja pelayanan jasa klinik Pet+Vet

1.7. Metode Perancangan

Metode pengumpulan data dalam perancangan visualisasi promosi klinik Pet+Vet antara lain adalah

1. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dengan cara wawancara terhadap narasumber dan pembagian kuesioner terhadap pelanggan klinik Pet+Vet dan pertanyaan seputar klinik Pet+Vet.

2. Pengolahan Hasil Data

Setelah pengumpulan data dilakukan, langkah selanjutnya adalah dengan mengolah hasil dari data yang telah didapatkan melalui kuesioner dan wawancara.

3. Studi Literatur

Mencari teori dan sumber tentang desain dari beberapa buku yang telah ada dengan mengacu pada topik utama.

4. Pengembangan Konsep awal

Melakukan interpretasi awal terhadap referensi dan data yang telah ditelaah. Seluruh referensi dan telaah data dijadikan landasan pada pembuatan konsep visual promosi klinik Pet+Vet

5. Perancangan Hasil Media Promosi

Setelah pengembangan konsep awal dilanjutkan dengan perancangan hasil dari media promosi yang akan digunakan. Beberapa alternatif sebagai contoh antara lain, poster, brosur, booklet, sticker, katalog ,dll.

6. Media

Tahap akhir dari perancangan hasil media promosi ini adalah mencetak hasil media promosinya pada percetakan.

1.8. Sistematika Perancangan

Skema 1 di bawah ini mengilustrasikan urutan pengerjaan karya. Sistematika perancangan dimulai dari survei dan mengolah data hingga finalisasi untuk mencetak hasil akhir.

