



### **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 V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Klinik Sehat Bahagia sudah berdiri sejak 22 November 2014, dalam kata lain klinik umum ini sudah berdiri sejak 4 tahun lalu dan membuka pelayanan kesehatan *medical check up* (MCU) sejak awal januari 2018. Klinik Sehat Bahagia didirikan oleh Drg. Rinelda Purnomo secara pribadi dan menyediakan pelayanan kesehatan mulai dari klinik umum, klinik gigi, *skin care/* klinik kecantikan dan juga MCU. Klinik Sehat Bahagia sebenarnya sudah memiliki brand identity sebelumnya, tetapi *brand identity* yang dimiliki tidak sesuai karena malah mencerminkan dan menunjukkan citra klinik spesialis dan juga penggunaannya tidak konsisten.

Banyak perusahaan lokal yang bergerak di bidang produk ataupun jasa seringkali mengesampingkan sisi desain itu sendiri, fenomena ini dikarenakan kebanyakan dari perusahaan lokal ini lebih mementingkan produk atau jasa pelayanan yang mereka tawarkan. Dalam hal ini adalah Klinik Sehat Bahagia yang sudah memiliki *brand identity* tetapi *brand identity* yang dimiliki tidak mencerminkan dan memberi citra bahwa klinik ini adalah klinik pratama (klinik umum) tetapi malah mencitrakan klinik utama (klinik spesialis). Sebagai mahasiswa desain grafis yang sudah mempelajari branding dan juga perancangan logo, *brand identity* Klinik Sehat Bahagia dinilai harus dirancang ulang agar sesuai dengan citra klinik umum yang sebenarnya.

Data-data didapatkan dari hasil wawancara dan juga observasi ke Klinik Sehat Bahagia untuk mendapatkan berbagai data yang digunakan di dalam penelitian dan menjadi acuan dalam proses perancangan ulang *brand identity* Klinik Sehat Bahagia. Setelah dilakukan wawancara dan observasi di Klinik Sehat Bahagia dan juga klinik kompetitornya, ditemukanlah SWOT dari Klinik Sehat Bahagia dan juga hasil-hasil lainnya, hasil pencarian data inilah yang dijadikan dasar di dalam perancangan *brand identity* yang baru untuk Klinik Sehat Bahagia sampai pada proses *mind mapping*, *moodboard*, sketsa awal dan proses digital.

Sebelumnya, dibuat beberapa sketsa awal untuk logo dengan beberapa alternatif yang juga sudah didiskusikan dengan pemilik sekaligus dokter gigi di klinik tersebut, yaitu Drg. Rinelda Purnomo. Hasil dari perancangan ulang logo dan supergrafik yang baru didasari oleh citra yang ditampilkan dari Klinik Sehat Bahagia yaitu pelopor, naik dan tujuan, mengingat Klinik Sehat bahagia merupakan pelopor klinik umum yang menyediakan layanan *medical check up* pertama di Jababeka. Hasil akhir dari logo dan supergrafik yang baru kemudian diaplikasikan ke berbagai media yang termasuk dalam *brand identity* Klinik Sehat Bahagia, semua hasil pengaplikasian logo dan supergrafik di berbagai media ini dicantumkan didalam *graphic standard manual* yang juga dirancang sebagai acuan dalam penggunaan logo dan supergrafik di media-media yang digunakan, *graphic standard manual* juga menjadi acuan agar *brand identity* Klinik Sehat Bahagia selalu konsisten dalam penggunaannya.

Diharapkan perancangan ulang *brand identity* Klinik Sehat Bahagia dapat mencerminkan identitas klinik yang sebenarnya sebagai klinik

umum, menghindari kesalahan persepsi dari masyarakat yang awalnya mengira klinik ini adalah klinik spesialis gigi dan kecantikan juga Klinik Sehat Bahagia dapat memiliki *brand identity* yang konsisten dalam penggunaannya.

## 5.2. Saran

Klinik Sehat Bahagia merupakan klinik umum yang reputasinya baik dimata klien, pasien dan juga masyarakat, tetapi karena *brand identity* yang digunakan tidak sesuai, klinik ini seringkali dikira klinik spesialis padahal identitas asli dari klinik ini adalah klinik umum.

Sudah seharusnya Klinik Sehat Bahagia memiliki *brand identity* yang sesuai dengan identitas aslinya dan mencerminkan citra klinik umum agar tidak terjadi kesalahan persepsi di mata pasien, klien dan juga masyarakat terhadap jenis klinik ini.

Saran untuk para mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dan juga peneliti selanjutnya adalah menggali data lebih dalam lagi, mengumpulkan dokumentasi yang lebih banyak dan juga memikirkan topik dan permasalahan yang akan diangkat dengan matang, saat dalam proses pengerjaannya, kerjakan dengan serius karena tugas akhir merupakan salah satu penentu kelulusan.

Saran untuk Universitas Multimedia Nusantara di bidang desain grafis adalah membuat skema waktu yang lebih efisien dan registrasi yang lebih mudah dimengerti agar dapat menjadikan proses tugas akhir ini menjadi lebih efisien.