



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

Only One Clinic merupakan salah satu klinik spesialis kecantikan operasi plastik yang berdiri pada tahun 2013 di Ruko Bolsena kawasan Gading Serpong oleh Ibu Mimi Wijaya, bekerja sama dengan Dr. Sylvia Tan SpKK dan Dr. Hartono Kartawijaya SpBP-RE yang masing-masing adalah dokter spesialis kulit dan dokter spesialis bedah plastik. Service yang bisa di dapatkan pada Only One Clinic adalah berbagai layanan medis seputar kecantikan dan rekonstruksi yang ditangani langsung oleh spesialis bedah plastik dan spesialis kulit yang profesional.

Only One Clinic memiliki harapan agar target konsumen memandang kliniknya sebagai klinik operasi plastik yang terpercaya dan mengikuti perkembangan teknologi yang mampu memberikan servis terbaik bagi para konsumennya. Harapan tersebut didukung dengan kualifikasi yang dimiliki oleh Only One Clinic sekarang yaitu ijin resmi dari dinas kesehatan serta dokter-dokter spesialis yang sudah terakreditasi. Pelayanan yang disediakan oleh Only One Clinic antara lain sedot lemak, *double eyelid surgery*, *eyebags removal*, *facial lift*, dan bermacam-macam prosedur lainnya.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan penulis kepada owner Only One Clinic pada tanggal 3 Maret 2018 dan 7 Maret 2018, Ibu Mimi Wijaya selaku *owner* Only One Clinic, menyatakan bahwa pihak klinik menyadari telah terjadi

kesalahan interpretasi terhadap logo kliniknya dan berharap agar dapat mengubah interpretasi masyarakat terhadap klinik sesuai dengan pelayanan yang disediakan di dalam klinik.

Setelah penulis memverifikasi permasalahan tersebut kepada masyarakat umum melalui kuesioner, hasilnya adalah sebagian besar responden berpendapat bahwa benar visual logo Only One Clinic mengalami kesalahan interpretasi servis yang disediakan oleh klinik yaitu layanan medis kecantikan walaupun pada logo telah tertera keterangan klinik operasi plastik. Namun, masyarakat menginterpretasikan logo Only One Clinic sebagai logo perusahaan *laundry*. Selain itu, identitas visual Only One Clinic saat ini tidak memiliki konsistensi pada pengaplikasian di berbagai medianya.

Maka, berdasarkan fakta tersebut Only One Clinic memerlukan identitas visual baru agar tidak mengalami kesalahan interpretasi lagi dan *Graphic Standard Manual* untuk menjaga konsistensinya.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana merancang ulang identitas visual Only One Clinic agar tidak mengalami kesalahan interpretasi?
2. Bagaimana merancang GSM (*Graphic Standard Manual*) untuk Only One Clinic?

1.3. Batasan Masalah

Penulis membatasi Tugas Akhir ini dengan:

1. Demografis:

a. Primer: Wanita usia 20-40 tahun, ekonomi menengah keatas (SES A). Berdasarkan wawancara dengan *owner*, pengunjung Only One Clinic 90% adalah wanita berusia sekitar 20-40 tahun dan termasuk dalam SES A karena biaya *treatment* tergolong mahal.

b. Sekunder: Pria usia 20-40 tahun, ekonomi menengah keatas (SES A).

2. Psikografis: Wanita yang memperhatikan penampilan

3. Geografis: Wanita yang berdomisili di Gading Serpong karena Only One Clinic berlokasi di Gading Serpong.

4. Konten: Logo dan GSM

1.4. Tujuan Tugas Akhir

1. Merancang ulang identitas visual Only One Clinic agar tidak mengalami kesalahan interpretasi.
2. Merancang GSM untuk pengaplikasian logo Only One Clinic.

1.5. Manfaat Tugas Akhir

1. Manfaat bagi penulis:

Perancangan ini bermanfaat untuk penerapan segala ilmu pengetahuan dan *skills* yang sudah diterima penulis selama masa perkuliahan dalam kehidupan nyata untuk menyelesaikan suatu masalah visual. Selain itu,

melalui perancangan ini dapat menambah wawasan desain penulis lewat eksplorasi visual yang dilakukan selama proses perancangan.

2. Manfaat bagi Only One Clinic:

Dapat menyampaikan citranya dengan jelas dan tepat kepada masyarakat serta calon konsumen melalui identitas visualnya. Selain itu, dengan pembuatan GSM Only One Clinic akan memiliki identitas visual yang konsisten pula. Diharapkan Only One Clinic dapat menjadi perusahaan operasi plastik yang lebih maju dan terpercaya di kemudian hari.

3. Manfaat bagi universitas:

Melalui perancangan ini universitas dapat membuktikan bahwa mahasiswa telah berhasil menerapkan ilmu dan *skills* yang telah dipelajari lewat masa perkuliahan untuk menjadi solusi akan permasalahan nyata.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA