

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesehatan gigi adalah salah satu faktor kesehatan yang sering kali dianggap remeh oleh masyarakat di Indonesia. *Polling* yang penulis sempat lakukan lewat Instagram tentang rutinitas pengecekan gigi yang dilakukan pada bulan Februari menyatakan sebesar 13% menjawab bahwa mereka sudah melakukan pengecekan gigi secara rutin tanpa menunggu giginya sakit. Melia (2021) dalam web helohehat.com menuliskan bahwa setidaknya minimal enam bulan sekali seorang dewasa umumnya melakukan pemeriksaan kesehatan gigi. Selain perawatan gigi, Ketua Persatuan Dokter Gigi Indonesia (PDGI) Cabang Jakarta Pusat, Syauckani, dalam Salbiah (2018) menyatakan bahwa semakin hari semakin banyak pasien yang mengeluhkan atas penampilan giginya. Fenomena ini menyebabkan keinginan klinik drg. Hendrik Irawan untuk memperluas jasa yang disediakan. Pada awalnya klinik drg. Hendrik Irawan memiliki beberapa jasa perawatan gigi seperti penambalan, pencabutan, pembedahan minor, dan pembuatan gigi palsu yang dilakukan oleh drg. Hendrik Irawan sendiri. Wawancara yang penulis lakukan bersama dengan narasumber, drg. Catherine Marcia Irawan selaku anak dan peserta magang di klinik, mengatakan bahwa klinik ini sudah berdiri sejak tahun 1998 yang berlokasi di Villa Melati Mas.

Salah satu alasan pembuatan identitas visual ini adalah karena adanya jasa yang hendak ditambahkan dalam klinik drg. Hendrik Irawan ini meliputi pemotongan gusi, veneer, dan *bleaching* yang akan dikerjakan oleh drg. Catherine Marcia Irawan. Penelitian *The Kelton Research Study* menyatakan pendapatan promosi atau dipekerjakan dalam dunia kerja dapat disebabkan oleh gigi yang bersih dan rapi (Tamzil, 2019). Hasil studi tersebut menjelaskan kebutuhan masyarakat untuk selain merawat kesehatan gigi juga memperhatikan kecantikan gigi. Kebutuhan ini tepat jika ditargetkan dengan masyarakat berusia 18–24 yang

notabene berada di usia *fresh graduate* dan ingin bekerja di dunia yang membutuhkan untuk memperhatikan penampilan. Alasan lain mengapa pengerjaan estetik gigi tepat dilakukan pada masyarakat berusia dewasa muda adalah karena pada usia tersebut gigi telah membentuk berbagai macam lapisan gigi yang dibutuhkan dalam proses *vener* (Fauziah, 2020).

Branding dilakukan bukan untuk semata-mata memperindah tampilan yang dimiliki suatu *brand*, namun juga bisa membangun kepercayaan masyarakat atas brand yang dimiliki. Sebagai klinik yang sudah lebih dari 20 tahun berdiri klinik drg. Hendrik Irawan bisa memunculkan dirinya sebagai pesaing baru diantara penyedia jasa estetik gigi dengan identitas yang baru, namun tanpa mengurangi kualitas terbaik yang telah diterapkan sebelumnya. Selain itu, perancangan identitas visual dapat memperbaiki cara *brand* mengomunikasikan dan menjelaskan dirinya kepada pelanggannya (Wheeler, 2018). Oleh karena itu dengan dijelaskannya fenomena yang terjadi pada paragraf-paragraf sebelumnya, penulis merancang identitas visual klinik drg. Hendrik Irawan untuk umur 18–24 tahun dengan domisili Villa Melati Mas dan Tangerang Selatan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, beberapa masalah yang ditemukan adalah:

- 1) Adanya penambahan jasa baru untuk perawatan estetik gigi seperti *scaling*, *bleaching*, *vener*, dll dari yang sebelumnya hanya perawatan seperti *filling*, cabut, bedah gigi minor, pembuatan gigi palsu, dll.
- 2) Identitas yang belum mewakili *brand image* yang sesuai untuk mengkomunikasikan identitas *brand* kepada target audiens yang baru.

Oleh karena itu, penulis menentukan rumusan masalah sebagai berikut: bagaimana perancangan identitas visual klinik drg. Hendrik Irawan?

1.3 Batasan Masalah

Tujuan dari dibuatnya batasan masalah ini adalah menjaga berbagai aspek yang menjadi objek perancangan agar tidak terlalu luas dan tepat sasaran.

1) Geografis
Primer : Villa/Regensi Melati Mas, BSD, Alam Sutera,
Gading Serpong (Tangerang Selatan)

Sekunder : Jakarta, Tangerang, Tangerang Kota

Pemilihan geografis primer ditetapkan berdasarkan lokasi klinik yang berada di perumahan Villa Melati Mas, Jl. Villa Melati Mas Raya No.2, Jelupang. Sedangkan geografis sekunder merupakan area sekitar Tangerang Selatan karena memiliki kepedulian terhadap perawatan gigi dan klinik drg. Hendrik Irawan memiliki visi untuk menambahkan jasa estetik gigi yang bisa *bundling* dengan klinik kecantikan. Adanya *bundling* tersebut dapat meningkatkan nilai saing dengan klinik estetik gigi yang ada di Jakarta, Tangerang, dan Tangerang Kota.

2) Pekerjaan : Pelajar (murid dan mahasiswa) dan niaga

Berdasarkan hasil kuesioner yang penulis sebar, status pekerjaan dan studi terbanyak berdasarkan kebutuhan perawatan estetik gigi adalah dalam kalangan pelajar dan niaga.

3) Usia : 18 – 24 tahun

Berdasarkan kuesioner yang disebar, banyak yang merasa bahwa dalam dunia pekerjaan mereka, kesempurnaan gigi menjadi faktor yang sangat mendukung untuk meningkatkan kepercayaan diri. Hal ini berhubungan erat dengan posisi target dalam dunia karir Thouars dalam Widodo (2018) menyatakan bahwa usia dewasa muda adalah masa paling produktif karena mulai memiliki ambisi, impian dan keinginan personal dalam aspek pasangan hidup/pekerjaan.

- 4) Kelas Ekonomi : Kelas menengah
Masyarakat menuju kelas menengah dengan pengeluaran berkisar pada 1.200.000 – 6.000.000 per bulan (Setiaji, 2021).
- 5) Psikografis : Memperhatikan penampilan, berpikiran panjang, pengguna media sosial
Analisis penulis dari hasil wawancara dan kuesioner membuktikan bahwa masyarakat yang memperhatikan aspek kesempurnaan dan kerapuhan gigi adalah masyarakat yang memperhatikan penampilan, memikirkan hasil dari tindakan mereka untuk jangka panjang, dan pengguna aktif sosial media.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah merancang identitas visual klinik drg. Hendrik Irawan.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dibagi menjadi empat bagian: manfaat bagi penulis, bagi klinik drg. Hendrik Irawan, bagi universitas, dan bagi masyarakat.

1) Bagi penulis

Perancangan identitas visual klinik drg. Hendrik Irawan diharapkan mampu membawa penulis pada pencapaian gelar sarjana desain tepat pada waktunya. Penulis juga berharap perancangan ini bisa menjadi sarana belajar penulis untuk membagi waktu dengan baik dan mengasah kemampuan analisis serta kreativitas penulis yang bisa berguna bagi masa depan.

2) Bagi klinik drg. Hendrik Irawan

Penulis berharap dengan dirancangkannya identitas klinik drg. Hendrik Irawan dapat mempermudah pihak klinik untuk mendistribusikan identitasnya lewat dunia digital agar mendapatkan pasien yang sesuai dengan kemasan yang menarik serta mudah diakses pihak klinik.

3) **Bagi universitas**

Melalui perancangan ini, penulis berharap laporan dapat menjadi alat bantu mahasiswa Desain Komunikasi Visual pada tingkat selanjutnya ketika dihadapkan dengan penelitian dalam mata kuliah yang serupa dan bisa menambah *insight* dari mahasiswa untuk kegiatan universitas kedepannya.

4) **Bagi masyarakat**

Perancangan ini diharapkan mampu memberi pengaruh pada masyarakat sekitar terhadap pengaruh *brand*. Masyarakat dapat lebih peka terhadap kebutuhan *brand* dan pentingnya brand bagi mereka yang hendak membuka seperti bisnis baru.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA