

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Klinik gigi Precious Dental Care merupakan salah satu klinik perawatan gigi yang memenuhi kebutuhan konsumen untuk perawatan gigi mereka di daerah Pluit yang sudah berdiri sejak tahun 2010. Namun, saat ini penyebaran pengetahuan atas keberadaan Precious Dental Care terbesar hanya melalui mulut ke mulut serta mesin pencarian internet seperti Google. Pada saat ini mereka ingin mencoba untuk menyebarkan jangkauan mereka di media sosial seperti Instagram karena mereka baru saja mengaktifkan kembali sosial media mereka setelah setahun kurang konsisten dalam mengunggah konten di sosial media mereka. Selain itu menurut wawancara bersama pemilik dari Precious Dental Care yaitu drg. Priscilia Chietra, Instagram merupakan salah satu media utama konsumen baru dalam mencari informasi tentang opsi klinik gigi.

Media yang sekarang mereka gunakan secara aktif terdiri atas Instagram, Tiktok, Facebook, serta *website*. Namun kebanyakan konten yang mereka tampilkan di media-media tersebut hanya bersifat penjelasan atas informasi umum tentang Precious Dental Care seperti kerapian interior, pelayanan yang diberikan, dan lain-lain. Hal tersebut memang membantu untuk orang yang sudah mengetahui klinik Precious Dental Care dan ingin mencari informasi lebih lanjut tentang klinik tersebut. Namun mereka pada saat ini belum memiliki konten yang bersifat menarik kepada konsumen baru yang belum mengetahui klinik Precious Dental Care untuk mencari lebih lanjut tentang klinik tersebut.

Menurut wawancara yang penulis sudah lakukan dengan pemilik Precious Dental Saat menyatakan bahwa sebenarnya Precious Dental Care memiliki kelebihan seperti mereka memiliki dokter spesialis di berbagai bidang dalam gigi yang membuat klinik tersebut menjadi solusi untuk semua masalah gigi konsumen

sampai masalah terdalam serta posisi harga klinik tersebut yang lebih rendah dari kompetitor yang sama-sama menyediakan dokter gigi spesialis.

Namun masalah yang klinik ini hadapi adalah kurangnya pengetahuan orang atas keberadaan Precious Dental Care serta banyak kompetitor klinik gigi lainya yang menyediakan jasa dan kelebihan yang mirip dengan klinik gigi ini. Hal tersebut didukung dengan kuesioner yang sudah dilakukan oleh penulis 70,3% responden belum mengetahui keberadaan Precious Dental Care. Oleh karena itu, penulis ingin merancang media promosi untuk klinik gigi Precious Dental Care agar klinik tersebut dapat dikenali oleh target konsumen secara lebih meluas dan mendatangkan lebih banyak konsumen ke klinik tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, ada beberapa poin-poin masalah yang penulis ingin tekankan yaitu:

- 1) Precious Dental Care belum memiliki media promosi yang bersifat menarik konsumen baru. Media saat ini yang mereka ada hanya bersifat menjelaskan informasi umum tentang klinik tersebut.
- 2) Pengetahuan orang atas Precious Dental Care masih rendah serta begitu banyak kompetitor sekitar yang menyediakan layanan dan kelebihan yang mirip.

Berdasarkan poin-poin tersebut, rumusan masalah yang penulis kemukakan adalah bagaimana perancangan media promosi untuk klinik gigi Precious Dental Care?

1.3 Batasan Masalah

Dalam pembuatan perancangan media promosi untuk Precious Dental Care diperlukan pembatas sehingga perancangan tersebut dapat lebih tepat sasaran dan tidak teralu meluas. Berikut batasan yang penulis sudah tentukan:

1) Demografis

- a. Usia: Target konsumen merupakan orang berumur 20-30. Usia tersebut mencakup mahasiswa tingkat akhir yang bersiap-siap untuk memasuki dunia kerja serta pekerja profesional dalam masa karier awal mereka.
- b. Jenis Kelamin: Laki-laki dan perempuan (unisex)
- c. Pendidikan: S1
- d. Strata Ekonomi Sosial (SES): B-A

2) Geografis

Target konsumen dari perancangan ini adalah masyarakat berdomisili di daerah Jakarta dan sekitarnya. Hal ini dikarenakan lokasi Precious Dental Care berada di daerah Pluit.

3) Psikografis

Target konsumen merupakan orang pekerja profesional yang sudah memiliki kesadaran untuk merawat dan mengecek kesehatan gigi mereka. Sebelumnya mereka pernah melakukan perawatan di klinik gigi lainnya namun mengalami pengalaman buruk karena beberapa hal. Oleh karena itu mereka sedang mencari tempat klinik gigi yang baru.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari tugas akhir ini adalah merancang media promosi untuk mempromosikan Precious Dental Care.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Penulis pada pengerjaan penelitian ini memiliki harapan agar hasil dari perancangan ini dapat memberikan manfaat kepada beberapa pihak seperti:

a. Bagi Penulis

Penulis pada tugas akhir ini mendapatkan berbagai pengetahuan mengenai klinik gigi dan proses perawatan gigi. Sehingga penulis berkesempatan untuk menggali ilmu dan kemampuan dalam perancangan media promosi untuk sebuah klinik dokter gigi berdasarkan data-data yang sudah di dapat baik dari wawancara maupun observasi perbandingan dengan klinik-klinik lainnya.

b. Bagi Perusahaan

Dari hasil karya media promosi yang dirancang oleh penulis, diharapkan bahwa karya tersebut dapat membantu nama klinik gigi Precious Dental Care lebih tersebar di ingatan target pasar yang ditentukan. Selain itu penulis juga berharap bahwa hasil akhir dari tugas akhir ini dapat membantu Precious Dental Care dalam kebutuhan media promosi mereka.

c. Bagi Universitas

Dari semua hasil dari tugas akhir ini yang sudah dibuat, penulis berharap bahwa karya ini dapat menjadi referensi tambahan kepada seluruh Universitas Multimedia Nusantara yang akan menjalani tugas akhir.

