

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini sangat banyak tantangan bagi para pembisnis, khususnya dibidang kesehatan yaitu klinik gigi, sangat berat persaingan klinik gigi terutama di daerah Sumatra Barat dikarenakan persaingan terlalu ketat dan para konsumen yang semakin selektif dalam dalam memilih klinik gigi. Semakin tinggi persaingan bisnis, maka perusahaan dituntut untuk menonjolkan keunggulan untuk menarik konsumen menggunakan jasa yang ditawarkan. Dan untuk beradaptasi terhadap konsumen perusahaan dituntut untuk melakukan perubahan baik itu dari visi dan misi, pergantian pemimpin, atau melakukan restrukturisasi dalam perusahaan, seringkali hal ini berujung pada *branding* perusahaan.

Branding sangat sering identik dengan perubahan logo ataupun lambang sebuah perusahaan atau merek. Ketika melakukan *branding* maka yang berubah ialah nilai-nilai yang terdapat dalam perusahaan itu sendiri, upaya atau usaha yang dilakukan oleh perusahaan untuk merubah total atau memperbarui sebuah brand yang telah ada agar menjadi lebih baik.

Branding merupakan sebuah kata yang berasal dari kata dasar *brand* yang berarti merek. Secara harfiah, *brand* merupakan kata benda yang cenderung berhubungan dengan suatu produk atau jasa. *Brand* adalah nama, istilah, tanda, symbol, rancangan, atau kombinasi yang dimaksudkan untuk mengenali produk atau jasa, dari seseorang atau penjual dan untuk membedakannya dari

produk pesaing. *Branding* adalah proses penciptaan atau peninggalan tanda jejak tertentu di benak dan hati konsumen, melalui berbagai cara yang memberikan dampak bagi kehidupan konsumen tersebut. (Mujib, F., & Saptiningsih, T. 2021: 1)

My Dental Care terletak di Jl. Pasa tangah no. km. 56, Kayu Tanam, Kec 2 x 11 Kayu Tanam, Kabupaten Padang Pariaman, Sumatra Barat. Yang telah beroperasi sejak tahun 2022 dengan visi menjadi klinik gigi terkemuka yang memberikan pelayanan berkualitas tinggi. Klinik ini memiliki Lokasi yang sangat strategis, dan juga klinik *My Dental Care* sangat menonjolkan sifat profesionalisme dan pelayanan yang nyaman kepada konsumen. Dan Klinik *My Dental Care* mampu beradaptasi dengan kebutuhan maupun sikap unik dari konsumennya. Meskipun klinik ini memiliki Lokasi yang strategis dan layanan yang berkualitas, klinik ini masih menghadapi beberapa tantangan terutama dalam membangun kesadaran merek dan jumlah pasien. Saat ini, identitas visual dari *My Dental Care* masih kurang menonjol dan sulit diingat oleh Masyarakat karena penggunaan logo yang generik serta minimnya strategi pemasaran yang efektif.

Dalam *branding* tidak hanya mencakup pembuatan logo, tetapi juga bagaimana sebuah klinik membangun persepsi positif di mata pasien melalui identitas visual, komunikasi, serta pengalaman layanan yang diberikan. Saat ini, logo klinik *My Dental Care* masih bersifat umum dan kurang mencerminkan karakteristik serta visi klinik. Identitas merek yang kuat dapat membantu klinik dalam membangun reputasi dan meningkatkan kepercayaan

Masyarakat terhadap layanannya. Oleh karena itu, diperlukan perancangan *branding* yang lebih efektif agar *My Dental Care* memiliki identitas visual yang lebih profesional dan modern.

Akan tetapi konsumen yang berkunjung ke klinik *My Dental Care* tidak terlalu banyak, Adapun permasalahan dari klinik *My Dental Care* adalah logo yang saat ini digunakan terlalu generik atau mirip dengan identitas klinik gigi lainnya, misalkan banyak klinik gigi yang menggunakan ikon berbentuk gigi tetapi tanpa inovasi. Hal ini disebabkan logo yang sebelumnya owner membuat logo ini menggunakan jasa yang ada di shopee oleh karena itu *My Dental Care* sulit diingat atau tidak memiliki identitas yang unik diantara kompetitor lainnya.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam merancang logo dari klinik *My Dental Care* dengan efektif dan sesuai dengan visi, misi dari klinik *My Dental Care* agar dapat menyampaikan informasi perusahaan dengan maksimal, dan sesuai dengan karakteristik serta kebutuhan perusahaan. Dengan demikian, penulis menemukan ide untuk membangun identitas visual Klinik *My Dental Care*, maka dari itu penulis tertarik untuk mengambil topik perancangan branding mengenai perancangan logo dengan judul; “**Perancangan Branding My Dental Care**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan masalah yang dikembangkan pada latar belakang masalah yang ditemukan dari penjelasan di atas, pada bagian ini penulis mencoba untuk mengidentifikasi permasalahan berdasarkan ranah desain komunikasi visual, maka identifikasi masalah yang terjadi adalah sebagai berikut :

1. Logo tidak mewakili karakteristik dari klinik *My Dental Care*.
2. Sangat sedikit media promosi yang digunakan oleh klinik *My Dental Care*.
3. Kurang efektifnya logo dan media promosi yang digunakan sebelumnya untuk memperkenalkan klinik *My Dental Care*.

C. **Batasan Masalah**

Mengingat luasnya pembahasan, maka masalah tersebut perlu dibatasi sebagai berikut:

1. Logo tidak mewakili karakteristik dari klinik *My Dental Care*.
2. Desain logo klinik *My Dental Care* tidak cocok dengan karakteristik atau citra yang ingin disampaikan oleh klinik *My Dental Care*. Sehingga promosi yang dilakukan lewat logo tidak bekerja dengan efektif.

D. **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana merancang sebuah logo yang bisa mewakili karakteristik yang ada dalam Perusahaan klinik *My Dental Care*.

E. **Tujuan Perancangan**

a) Tujuan Umum

Meningkatkan kesadaran dan kepercayaan Masyarakat terhadap layanan Kesehatan gigi yang berkualitas, professional, dan ramah melalui branding yang kuat dan identitas visual yang menarik, sehingga klinik *My Dental Care* menjadi pilihan utama dalam perawatan Kesehatan gigi.

b) Tujuan Khusus

1. Menciptakan suatu bentuk identitas visual yang efektif, unik dan memiliki ciri khas sendiri serta mempunyai identitas visual tersendiri.
2. Terciptanya sebuah strategi dalam membangun citra brand klinik *My Dental Care*.

F. Manfaat Perancangan

Manfaat yang ingin dicapai pada klinik *My Dental Care* ini untuk desain komunikasi visual adalah :

1. Bagi *My Dental Care*
 - a. Untuk meningkatkan citra dan Kredibilitas klinik *My Dental Care*
 - b. Untuk meningkatkan loyalitas pasien agar menarik pelanggan
 - c. Dapat dibedakan dari kompetitor lain agar identitas visual yang dibuat mudah dikenali.
2. Bagi Target Audience
 - a. Bisa membedakan brand klinik *My Dental Care* dengan brand klinik pesaing
 - b. Desain *branding* yang unik dan menonjol memudahkan pasien untuk mengingat dan mengenai klinik di antara banyak pilihan lainnya.
 - c. Masyarakat kabupaten padang pariaman terutama masyarakat kayutanam tertarik terhadap klinik *my dental care*.

3. Bagi Penulis

- a. Sebagai syarat kelulusan mahasiswa desain komunikasi visual untuk mencapai sederajat strata (S1)
- b. Sebagai aplikasi ilmu desain komunikasi visual yang telah diperoleh selama perkuliahan sehingga mampu menciptakan terobosan baru yang dapat bermanfaat untuk banyak orang dan tentu juga menambah pengalaman bagi perancang
- c. Dapat mengembangkan kemampuan bagi perancang

4. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

- a. Menjadi bahan pembelajaran atau acuan bagi penulis lainnya.
- b. Sebagai bahan pembelajaran dalam bentuk karya maupun media cetak.
- c. Hasil karya dapat dijadikan dokumen oleh universitas