

VISUAL IDENTITY
KLINIK GIGI AZA DENTAL
JAKARTA SELATAN

KARYA AKHIR

*diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Desain dari Universitas Negeri Padang*



Oleh:

Syifa Tiara

NIM. 20027146

PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
DEPARTEMEN SENI RUPA
FAKULTAS BAHASA DAN SENI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2024

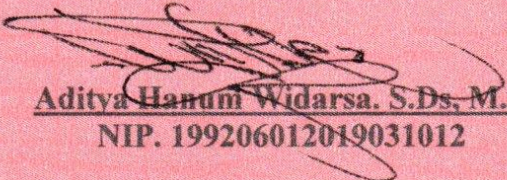
HALAMAN PERSETUJUAN

***VISUAL IDENTITY* KLINIK GIGI AZA DENTAL
JAKARTA SELATAN**

Nama : Syifa Tiara
NIM/BP : 20027146/2020
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Fakultas Bahasa dan Seni

Padang, 12 November 2024

Disetujui dan Disahkan oleh:
Dosen Pembimbing


Aditya Hanum Widarsa. S.Ds, M.Sn
NIP. 199206012019031012

Mengetahui
Kepala Departemen Seni Rupa


Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn
NIP.19830201.200912.2.001

HALAMAN PENGESAHAN

Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Karya
Akhir Departemen Seni Rupa Fakultas Bahasa dan Seni
Universitas Negeri Padang

Judul : *Visual Identity* Klinik Gigi AZA Dental Jakarta Selatan
Nama : Syifa Tiara
NIM/BP : 20027146/2020
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Departemen : Seni Rupa
Fakultas : Fakultas Bahasa dan Seni

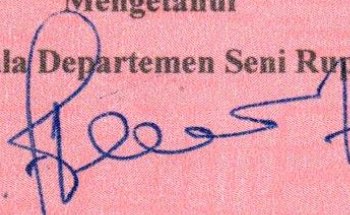
Padang, 15 November 2024

Tim Penguji,

	Nama/NIP	Tanda Tangan
1. Pembimbing	: <u>Aditya Hanum Widarsa, S.Ds, M.Sn</u> NIP. 199206012019031012	1. 
2. Penguji I	: <u>San Ahdi, S.Sn, M.Ds</u> NIP. 19791216.200812.1.004	2. 
3. Penguji II	: <u>Fauzan Aulia, S.Ds, M.Sn</u> NIP. 19891111.202012.1.017	3. 

Mengetahui

Kepala Departemen Seni Rupa



Eliya Pebriyeni, S.Pd, M.Sn
NIP.19830201.200912.2.001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN NASKAH

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, *Skripsi/Karya Akhir dengan judul
Visual Identity Klinik Gigi A2A Dental Jakarta Selatan
adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Negeri Padang maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, pemikiran, dan rumusan saya sendiri, tanpa bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Di dalam karya tulis ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau di publikasikan orang lain, kecuali dikutip secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padang, 11/11 - 2024

Saya yang menyatakan,



Syifa Tiara
NIM. 20027146

VISUAL IDENTITY KLINIK GIGI AZA DENTAL JAKARTA SELATAN

Syifa Tiara¹, Aditya Hanum Widarsa²
Program Studi Desain komunikasi Visual
FBS Universitas Negeri Padang
Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, kec. Padang Utara, Kota Padang
Sumatera Barat, 25171, Indonesia
syifatiara0502@gmail.com

Abstrak

AZA Dental merupakan klinik gigi milik drg. Febria Ananda yang berada di Petukangan Utara. AZA Dental saat ini masih menggunakan identitas visual yang belum optimal, karena hanya menggunakan papan nama yang belum tidak sesuai dengan prinsip desain dan logo. Baik dari logogram, warna, dan tipografi belum terlihat pada visual AZA Dental saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk merancang logo yang mampu mengenalkan dan meningkatkan citra usaha klinik AZA Dental. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode R&D, yang terdiri dari tahap potensi dan masalah, pengumpulan informasi, desain visual, validasi desain, desain produk, validasi produk, dan produksi produk. Selain merancang media utama, ada beberapa media pendukung yang dirancang untuk mempromosikan klinik AZA Dental ini, seperti surat, amplop, *flyer*, media sosial Instagram, masker, kalender, gelas kertas, dental kit (*pouch*), sandal klinik, *retainer case*, dan *zip lock*. Hasil penilaian dari target audience mendapatkan nilai 0,96 yang mana menunjukkan tingkat konsistensi tinggi dalam pola akumulatif.

Kata kunci: *klinik gigi, logo, identitas visual, media*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang Maha Kuasa, Maha Penolong, dan Pemberi Rahmat serta Kasih Sayang. Shalawat beriringan salam tidak lupa dihadiahkan kepada nabi besar Muhammad SAW. atas segala Rahmat dan Karunianya, sehingga perancangan laporan karya akhir yang berjudul “*Visual Identity Klinik Gigi AZA Dental Jakarta Selatan*” dapat diselesaikan.

Perancangan karya akhir ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual, Departemen Seni Rupa, di Universitas Negeri Padang. Dalam menyelesaikan karya akhir ini ada banyak bimbingan, bantuan dan motivasi dari berbagai pihak. Perancang ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak tersebut, yakni:

1. Orang tua beserta seluruh keluarga yang selalu memberikan do’a dan dukungannya kepada perancang, sehingga perancang dapat menyelesaikan karya akhir ini.
2. Ibu Eliya Pebriyeni S.Pd., M.Sn, selaku kepala Departemen Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.
3. Bapak Hendra Afriwan, M.Sn., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Negeri Padang.
4. Bapak Rifqi Aulia Zaim, S.Pd, M.Pd.T, selaku penasehat akademik yang telah memberi bimbingan dan arahan selama masa studi perancang.
5. Bapak Aditya Hanum Widarsa, S.Ds., M.Sn selaku Dosen Pembimbing karya akhir yang telah mengarahkan dan meluangkan waktunya, baik selama bimbingan karya akhir dan juga selama perkuliahan perancang di kampus ini.
6. Bapak San Ahdi, M.Sn. selaku Dosen Penguji I tugas akhir yang telah memberikan arahan dan bimbingan dalam perancangan tugas akhir ini.
7. Bapak Fauzan Aulia, S.Ds., M.Sn. selaku Dosen Penguji II tugas akhir memberikan arahan dan bimbingan dalam perancangan tugas akhir ini.

8. Bapak dan Ibu dosen staf pengajar Seni Rupa dan Prodi Desain Komunikasi Visual di Universitas Negeri Padang.
9. Kenzo Lucas Montego kucing putih mata belang menggemaskan yang sudah menemani, dan menjadi *emotional support* perancang dalam masa sulit dan senang.
10. Teman-teman Mahasiswa/I Program Studi Desain Komunikasi Visual khususnya Reza Skena yang sudah menemani dari semester awal, Intan Jamet, Intan Ad, Ibey, Nada Api, Heni, Lala, dan teman-teman angkatan 2020 yang selalu memberi dukungan dan semangat serta masukan dalam karya akhir yang perancang buat.

Dalam rangka penyempurnaan karya akhir ini, perancang mengharapkan sumbangan pikiran para pembaca berupa kritikan dan saran, sehingga karya akhir ini dapat dijadikan bahan bacaan, sumber referensi dan acuan bagi siapapun yang membacanya di masa yang akan datang.

Padang, 11 November 2024

Perancang

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	4
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Perancangan.....	5
F. Orisinalitas	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
A. Kajian Praksis	7
1. Data Verbal.....	7
2. Data Visual	9
B. Kajian Teoritis.....	11
1. <i>Visual Identity</i>	11
2. Logo.....	13
3. Teori <i>Gestalt</i>	19
4. Warna	23
5. Tipografi.....	25
6. <i>Layout</i>	31
7. Teori minimalis	34
8. <i>Visual Identity Guideline</i>	35
C. Karya Relevan.....	36
D. Kerangka Konseptual.....	39
BAB III METODE PERANCANGAN.....	40
A. Metode Perancangan	40
1. Potensi dan masalah	40
2. Mengumpulkan Informasi	41

3. Desain Visual	41
4. Validasi Desain.....	41
5. Desain Media.....	41
6. Validasi Produk	42
7. Produksi Produk	42
B. Teknik Pengumpulan Data	42
1. Wawancara	42
2. Studi Literatur.....	43
3. Dokumentasi.....	43
C. Metode Analisis Data.....	43
1. <i>Strength</i> (Kekuatan).....	44
2. <i>Weakness</i> (Kekurangan)	45
3. <i>Opportunity</i> (Peluang)	45
4. <i>Threat</i> (Ancaman)	46
BAB IV PERANCANGAN VISUAL	40
A. Potensi dan Masalah.....	40
B. Mengumpulkan Informasi.....	40
C. Desain Visual	42
D. Validasi Desain	48
E. Desain Media	50
F. Validasi Produk.....	62
G. Produksi Produk.....	63
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	79
DOKUMENTASI	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tampak Depan Klinik Gigi AZA Dental.....	9
Gambar 2. Ruang Tunggu Klinik AZA Dental	10
Gambar 3. Ruang praktek AZA Dental.....	10
Gambar 4. Suasana Praktek Klinik AZA Dental.....	11
Gambar 5. Contoh <i>Logogram</i>	16
Gambar 6. Contoh <i>Logotype</i>	17
Gambar 7. Prinsip <i>Proximity</i>	20
Gambar 8. Prinsip <i>Similarity</i>	21
Gambar 9. Prinsip <i>Closure</i>	21
Gambar 10. Prinsip <i>Continuity</i>	22
Gambar 11. Prinsip <i>Figure Ground</i>	22
Gambar 12. Abjad Garamont	26
Gambar 13. Abjad <i>Font</i> Baskerville Old Face.....	27
Gambar 14. Abjad <i>Font</i> Perpetua.....	27
Gambar 15. Abjad <i>Font</i> Times New Roman.....	28
Gambar 16. Abjad <i>Font</i> Bodoni	28
Gambar 17. Abjad <i>Font</i> Clarendon	29
Gambar 18. Abjad <i>Font</i> Franklin Gothic Book.....	30
Gambar 19. Abjad <i>Font</i> Brush Script MT.....	30
Gambar 20. Abjad <i>Font</i> Rosewood STD Regular.....	31
Gambar 21. Karya Relevan “Orange Dental”	36
Gambar 22. Karya Relevan “GAIA Dental”	37
Gambar 23. <i>Mindmapping Keyword</i>	42
Gambar 24. <i>Moodboard</i> Perancangan.....	44
Gambar 25. Sketsa <i>Moodboard</i>	45
Gambar 26. Alternatif logo terpilih.....	46
Gambar 27. Layout Komprehensif Alternatif Logo	46
Gambar 28. Palet Warna.....	47

Gambar 29. Logo Terpilih (Logo 3).....	48
Gambar 30. Final Logo AZA Dental.....	50
Gambar 31. Sketsa Alternatif <i>Layout Cover</i> dan Isi Visual Identity Guidelines ..	51
Gambar 32. Alternatif <i>Layout Cover</i> dan Isi Visual Identity Guidelines	51
Gambar 33. Sketsa <i>layout</i> surat.....	52
Gambar 34. <i>Layout</i> surat.....	52
Gambar 35. Sketsa <i>Layout Amplop</i>	53
Gambar 36. <i>Layout Amplop</i>	53
Gambar 37. Sketsa <i>Layout Flyer</i>	54
Gambar 38. <i>Layout Flyer</i>	54
Gambar 39. Sketsa <i>Layout Media Sosial</i>	55
Gambar 40. <i>Layout Media Sosial</i>	55
Gambar 41. Sketsa <i>Layout Masker</i>	56
Gambar 42. <i>Layout Masker</i>	56
Gambar 43. Sketsa <i>Layout Kalender</i>	57
Gambar 44. <i>Layout Kalender</i>	57
Gambar 45. Sketsa <i>Layout Gelas</i>	58
Gambar 46. <i>Layout Gelas</i>	58
Gambar 47. Sketsa <i>Layout Pouch</i>	59
Gambar 48. <i>Layout Pouch</i>	59
Gambar 49. Sketsa <i>Layout Retainer Case</i>	60
Gambar 50. <i>Layout Retainer Case</i>	60
Gambar 51. Sketsa <i>layout</i> plastik klip obat.....	61
Gambar 52. <i>Layout</i> plastik klip obat.....	61
Gambar 53. <i>visual identity guidelines</i>	63
Gambar 54. <i>Letter</i>	64
Gambar 55. Amplop.....	64
Gambar 56. <i>Flyer</i>	65
Gambar 57. Media sosial	65

Gambar 58. Masker	66
Gambar 59. Kalender	66
Gambar 60. Gelas kertas	67
Gambar 61. Dental kit	67
Gambar 62. <i>Retainer case</i>	68
Gambar 63. Plastik klip obat	68

DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Kerangka Konseptual.....	39
-----------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penilaian Alternatif Logo Oleh Validator Ahli	48
Tabel 2. Uji kelayakan media.....	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Bukti wawancara dengan pemilik Klinik AZA Dental	79
Lampiran 2. Penilaian Ahli (Bapak Hendra Afriwan S.Sn., M.Sn) terhadap 3 alternatif logo	79
Lampiran 3. Penilaian Ahli (Ibu Dwi Mutia Sari S.Ds., M.Ds.) terhadap 3 alternatif logo	81
Lampiran 4. Uji Kelayakan Media (Ibu Dwi Mutia Sari, S.Ds., M.Ds)	82
Lampiran 5. Uji kelayakan media (Bapak Hendra Afriwan S.Sn., M.Sn)	84
Lampiran 6. Uji Kelayakan Visual Identity Pada Target Audiens.....	86
Lampiran 7. Lembar Konsultasi Mahasiswa.....	87

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Upaya meningkatkan kualitas hidup yang optimal tidak hanya dapat dicapai dengan memperhatikan kondisi kesehatan umum, tetapi juga memperhatikan kesehatan gigi dan mulut. Kesehatan gigi dan mulut memiliki dampak pada proses mengunyah makanan, berat badan, kemampuan berbicara, perasaan, penampilan, dan perilaku psikososial. Oleh karena itu, kesehatan gigi dan mulut merupakan komponen penting dari kesehatan umum yang berpengaruh pada kualitas hidup seseorang sepanjang hidupnya (1).

Berdasarkan hasil riset kesehatan dasar tahun sebelumnya, menunjukkan bahwa persentase penduduk Indonesia yang memiliki masalah gigi dan mulut mengalami peningkatan dari 23,2% menjadi 25,5% serta diikuti juga dengan peningkatan persentase penduduk yang menerima perawatan medis gigi dari 29,7% pada tahun 2007 menjadi 31,1% pada tahun 2013. Sementara itu, berdasarkan hasil riset kesehatan dasar pada tahun 2018, penduduk Indonesia yang bersedia mendapat perawatan gigi dan mulut sebesar 57,6% (2).

Salah satu hal yang membuktikan semakin tingginya kesadaran penduduk Indonesia akan pentingnya merawat kesehatan gigi dan mulut adalah dengan mengunjungi fasilitas kesehatan yaitu klinik gigi.

Pengertian Klinik gigi, merupakan sarana pelayanan kesehatan gigi dan mulut yang diberikan kepada masyarakat (3). Klinik gigi adalah sarana atau tempat yang dibangun untuk melakukan perawatan gigi pada seluruh masyarakat yang meliputi usaha-usaha pencegahan, pengobatan, dan pemulihan (3,4).

Perawatan gigi tidak hanya berkaitan dengan kesehatan fungsional, tetapi estetika. Banyak klinik gigi menawarkan perawatan kosmetik seperti pemutihan gigi, pemasangan *veneer*, dan perawatan ortodontik untuk meningkatkan penampilan fisik. Permintaan akan penampilan yang menarik secara visual juga telah mengarah pada peningkatan kunjungan ke klinik gigi.

AZA Dental merupakan klinik gigi milik drg. Febria Ananda yang berada di Petukangan Utara. AZA dental yang beralamatkan di Jalan Ciledug Raya, Kelurahan Petukangan Utara, Jakarta Selatan dan berdiri sejak tahun 2015. Klinik ini menyediakan berbagai macam perawatan kesehatan gigi dan mulut untuk anak hingga dewasa, di antaranya seperti pemutihan gigi (*bleaching*), pembersihan karang gigi (*scaling*), pencabutan gigi, penambalan

gigi, perbaikan susunan gigi (*orthodontic*) dan layanan pemeriksaan gigi rutin.

Sejak tahun 2020 klinik AZA Dental mengalami penurunan pasien, dikarenakan kenaikan kasus covid-19 pada tahun 2019. Hingga saat ini tidak banyak pasien dari klinik AZA Dental apabila dibandingkan dengan 5 tahun sebelumnya. Oleh sebab itu, dibutuhkan sebuah identitas visual yang optimal untuk mengembalikan minat (*awareness*) dan kepercayaan (*trust*), serta sebagai bentuk promosi untuk mengikat daya tarik atau menarik atensi masyarakat.

Selanjutnya berdasarkan keterangan dari pemilik klinik gigi AZA Dental menyatakan bahwa, Identitas visual yang dimiliki AZA Dental saat ini masih belum optimal, dikarenakan identitas visual yang dimiliki saat ini hanya menggunakan papan nama yang belum memiliki identitas visual. Baik dari logo, warna, dan tipografi belum terlihat pada klinik gigi ini.

Munculnya berbagai pelayanan kesehatan gigi dan mulut menimbulkan persaingan dari para penyedia layanan kesehatan serupa untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat. Hal ini mengakibatkan para penyedia layanan kesehatan gigi dan mulut bersaing untuk memberikan pelayanan yang terbaik. Dampak dari persaingan ini adalah mutu pelayanan yang diberikan oleh para

penyedia pelayanan kesehatan terus meningkat. Tidak hanya pelayanan saja, sebuah klinik gigi juga membutuhkan identitas yang dapat memudahkan pasien dalam mengingat serta membedakan klinik gigi.

Pada umumnya klinik gigi yang berdiri saat ini, memiliki konsep *visual identity* yang hampir sama. Banyaknya klinik gigi yang menggunakan logo gambar gigi sebagai identitas. Sehingga jika dihubungkan dengan prinsip *visual identity*, dimana logo tidak harus bersifat eksplisit.

Berangkat dari permasalahan yang ditemukan pada klinik gigi AZA Dental, dan juga berdasarkan latar belakang diatas, hal tersebut menjadi alasan dari perancangan Tugas Akhir ini dengan judul **“Visual Identity Klinik Gigi AZA Dental Jakarta Selatan”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah ditentukan diatas dapat di identifikasikan permasalahannya sebagai berikut :

1. Belum memiliki identitas visual yang optimal klinik gigi AZA Dental dalam meningkatkan citra usaha.
2. Banyak masyarakat atau konsumen yang masih belum mengenal Klinik Gigi AZA Dental karena belum optimalnya identitas visual yang bisa diingat.

3. Belum optimalnya media promosi dikarenakan belum optimal identitas visual yang sesuai karakter dan *personality* dari Klinik Gigi AZA Dental.
4. Masih banyaknya klinik gigi yang menggunakan identitas visual dengan gambar gigi sebagai ide visualnya.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, perancangan ini dibatasi pada perancangan identitas visual Klinik Gigi AZA Dental yang dapat mempresentasikan citra Klinik Gigi AZA Dental melalui identitas visual yang tersusun sehingga dapat membantu memaksimalkan citra klinik gigi dengan efektif dan optimal.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka perancang dapat merumuskan masalah yaitu bagaimana perancangan *Visual Identity* Klinik Gigi AZA Dental yang tepat dan efektif sehingga memunculkan citra dan identitas yang dapat dikenal dan diingat oleh konsumen.

E. Tujuan Perancangan

Tujuan yang akan penulis capai adalah merancang *Visual Identity* Klinik Gigi AZA Dental yang berbeda yang dapat meningkatkan kepercayaan diri perusahaan untuk bersaing dalam bidang visual dengan perusahaan lainnya. Dapat menjadi identitas

dari usaha tersebut, agar menghasilkan *Visual Identity* yang kuat serta mudah diingat oleh masyarakat dan konsumen.

F. Orisinalitas

Topik perancangan *Visual Identity* tidak asing bagi dunia DKV. Banyak sekali perancangan tugas akhir dengan topik *Visual Identity* namun objek AZA Dental sebagai objek rancangan belum ada yang menjadikan objek tersebut menjadi perancangan tugas akhir sebelumnya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan permasalahan yang telah dibahas sebelumnya, AZA Dental selama 9 tahun belum memiliki identitas visual yang mempresentasikan serta memaksimalkan citranya melalui visual untuk lebih dikenal oleh masyarakat luas. Sehingga banyak pelanggan yang belum mengenal AZA Dental.

Secara umum, perancangan identitas visual ini dibuat dengan langkah-langkah sistematis menggunakan metode RND. Sehingga perancangan identitas visual secara menyeluruh sesuai dengan nilai-nilai, tujuan dari AZA Dental. Selain itu, adanya media utama *Visual Identity Guidelines* sebagai penjelasan makna logo, penggunaan elemen dan aturan penerapan logo sehingga diharapkan dapat membuat identitas visual AZA Dental dapat lebih konsisten dan terkelola.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan Kesimpulan dalam perancangan identitas visual AZA Dental, perancang memberikan beberapa saran antara lain sebagai berikut:

1. Perancang menyarankan agar logo yang telah ada dapat dipertahankan sebagai citra dari identitas visual klinik gigi AZA Dental. Agar memiliki identitas visual yang optimal.
2. Setelah perancangan identitas visual ini, perancang juga

menyarankan agar identitas visual ini dapat diterapkan pada media promosi, selain untuk memperkenalkan dan mempromosikan, juga untuk meningkatkan profesionalisme dari klinik gigi AZA Dental.