

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PRAKTIK MANDIRI DOKTER EGIN FERGIAN AXPREYDASTA DI KABUPATEN BOJONEGORO

Muhammad Wawa Al-Kautsar S¹, Nanda Nini Anggalih, S.Pd., M.Ds.²

¹Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
email: muhammadwawa.19019@mhs.unesa.ac.id

²Prodi Desain Grafis, Fakultas Vokasi, Universitas Negeri Surabaya
email: nandaanggalih@unesa.ac.id

Abstrak

Praktik Mandiri Dokter Egin, yang berlokasi di Desa Jampet, Kecamatan Ngasem, Bojonegoro, telah berhasil menjadi penyedia layanan kesehatan yang terpercaya dalam jangka waktu yang relatif singkat sejak didirikan pada bulan Maret 2022. Dalam menyediakan layanan kesehatan, praktik ini menawarkan pelayanan medis yang komprehensif, diagnosa yang akurat, pengobatan yang efektif, dan perawatan yang holistik kepada pasien-pasien mereka. Identitas visual yang kuat sangat penting bagi klinik yang baru berdiri. Hal ini membantu menciptakan kesan profesional, meningkatkan pengenalan merek, memperkuat citra dan reputasi, mempermudah komunikasi, serta menciptakan kepercayaan dan keandalan di antara pasien. Dengan memiliki identitas visual yang kuat, Praktik Mandiri Dokter Egin dapat memperoleh keuntungan kompetitif yang lebih baik, juga dapat membangun hubungan yang baik dengan pasien, serta membentuk citra dan reputasi yang positif di kalangan masyarakat. Dalam penelitian ini, menggunakan metode 5W 1H, yang mencakup What (apa), Who (siapa), When (kapan), Where (di mana), Why (mengapa), dan How (bagaimana). Penelitian ini bertujuan untuk merancang identitas visual untuk Praktik Mandiri Dokter Egin di Kabupaten Bojonegoro. Data-data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi informasi tentang praktik, layanan yang ditawarkan, serta elemen-elemen yang ingin disampaikan melalui identitas visualnya. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perancangan identitas visual yang kuat bagi Praktik Mandiri Dokter Egin di Kabupaten Bojonegoro sangat penting untuk membangun citra profesional dan meningkatkan pengenalan merek di kalangan masyarakat. Identitas visual yang mencakup simbol kesehatan dan inisial "E" dapat efektif mengkomunikasikan kualitas dan profesionalisme praktik tersebut. Dengan memiliki identitas visual yang kuat, Praktik Mandiri Dokter Egin dapat memperoleh keuntungan kompetitif yang lebih baik, juga dapat membangun hubungan yang baik dengan pasien, serta membentuk citra dan reputasi yang positif di masyarakat.

Keywords: Praktik Mandiri Dokter Egin; Identitas visual; Layanan Kesehatan; Logo, Simbol kesehatan

Abstract

Praktik Mandiri Dokter Egin, located in Jampet Village, Ngasem District, Bojonegoro, has successfully become a trusted healthcare provider in a relatively short period since its establishment in March 2022. In providing healthcare services, this practice offers comprehensive medical care, accurate diagnosis, effective treatment, and holistic care to their patients. A strong visual identity is

crucial for a newly established clinic. It helps create a professional impression, enhances brand recognition, strengthens image and reputation, facilitates communication, and establishes trust and reliability among patients. By having a strong visual identity, Praktik Mandiri Dokter Egin can gain better competitive advantages, build good relationships with patients, and shape a positive image and reputation in the community. In this study, the 5W 1H research method was employed, which includes the What, Who, When, Where, Why, and How aspects. The aim of this research is to design a visual identity for Praktik Mandiri Dokter Egin in Bojonegoro Regency. The data used in this study encompass information about the practice, the services offered, and the elements to be conveyed through its visual identity. Based on the research findings, it can be concluded that designing a strong visual identity for Praktik Mandiri Dokter Egin in Bojonegoro Regency is essential to build a professional image and enhance brand recognition among the community. The visual identity incorporating health symbols and the initial "E" effectively communicates the quality and professionalism of the practice. By having a strong visual identity, Praktik Mandiri Dokter Egin can gain better competitive advantages, establish good relationships with patients, and shape a positive image and reputation in the community.

Keywords: *Visual identity; Healthcare services; Logo, Health symbol*

PENDAHULUAN

Dalam persaingan pasar yang sengit Saat ini, perusahaan-perusahaan tengah bersaing untuk memikat perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk membeli produk dan jasa yang ditawarkan. Salah satu strategi yang efektif untuk berhasil dalam persaingan pasar yang terus berkembang adalah dengan menciptakan identitas visual yang kuat. Perencanaan identitas visual memainkan peran yang signifikan dalam mencerminkan citra produk yang ditawarkan. Perancangan identitas dimulai dengan konsep inovasi desain atau kemampuan yang mampu mengidentifikasi kebutuhan pasar berdasarkan studi dan kemajuan teknologi.

Identitas individu atau kelompok terbentuk melalui berbagai tindakan yang dilakukan baik secara individu maupun oleh kelompok tertentu, dengan tujuan mempengaruhi persepsi orang lain serta memproyeksikan makna dan citra yang diinginkan (Heskett, 2002:84). Identitas sebuah perusahaan akan terbentuk dan menjadi faktor identifikasi bagi audiens target atau calon pelanggan yang mengamatinya. Dalam hal identitas perusahaan, terdapat beberapa komponen yang meliputi aspek visual, seperti logo, tipografi, warna, kemasan, seragam, tanda-tanda, dan bangunan. (Rustan S. , 2013: 54). Identitas visual mempunyai makna pesan yang mudah diingat dan tidak mudah dilupakan, karena fungsi utama dari identitas visual adalah sebagai identifikasi. Identitas visual seharusnya memiliki daya tahan jangka panjang, mampu dipertahankan selama periode yang signifikan, mungkin dalam rentang puluhan hingga ratusan tahun. (Said, 2015: 14-17).

Seperti halnya dengan praktik yang dilakukan seorang dokter. Praktik mandiri dokter pada saat ini sudah banyak tersebar diberbagai wilayah, salah satunya di daerah kecamatan ngasem kabupaten bojonegoro, yaitu Praktik mandiri Dokter Egin. Praktik mandiri Dokter Egin yang baru berdiri pada bulan maret tahun 2022, merupakan salah satu fasilitas kesehatan yang bertujuan untuk memberikan pelayanan kesehatan yang optimal dan berkualitas kepada masyarakat. Belum banyak masyarakat sekitar yang mengetahui praktik mandiri tersebut, sehingga harus ada sesuatu yang dapat memperkenalkan praktik mandiri tersebut di masyarakat sekitar, hal ini mempunyai pengaruh yang besar pada suatu praktik mandiri yang baru berdiri. Karena banyaknya praktik mandiri yang sudah lama

berdiri dan sudah dikenali oleh masyarakat sekitar. Dengan demikian, salah satu cara untuk membangun citra yang diinginkan adalah melalui perancangan identitas visual. Perancangan identitas ini bertujuan untuk menjaga konsistensi identitas visual Praktik Mandiri Dokter Egin dalam semua aspek. Dengan demikian, hasilnya tidak hanya akan meningkatkan kenyamanan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan, tetapi juga memberikan identitas yang khas bagi Praktik Mandiri Dokter Egin. Berdasarkan dengan permasalahan yang ada, maka dilakukan perancangan identitas visual Praktik mandiri Dokter Egin sebagai salah satu komponen utama dalam mencerminkan visi dan misi praktik mandiri, perancangan identitas visual berupa logo praktik mandiri serta komponen pendukung seperti pakaian seragam, kartu nama, kop surat, amplop, resep dokter, x banner, dan kebutuhan praktik mandiri lainnya.

Berdasarkan latar belakang masalah, maka tujuan perancangan identitas visual Praktik mandiri Dokter Egin sebagai berikut; (1) Merancang identitas visual dengan citra yang hendak dibangun atau ditonjolkan oleh praktik mandiri Dokter Egin. (2) Mengaplikasikan identitas visual praktik mandiri Dokter Egin pada berbagai media.

KERANGKA TEORETIS

a. Penelitian Terdahulu

Perancangan terdahulu yang Relevan dilakukan oleh Kara Dinissa Alisjahbana (2014) dengan judul “Perancangan Identitas Visual Praktik mandiri Tanaya, Bandung” tujuan utama pada perancangan ini adalah untuk mengembangkan citra yang lebih baik. Hasilnya merupakan identitas yang menarik untuk anak-anak dan tapi juga aman dan memberikan stimulasi positif.

Perancangan terdahulu kedua yang relevan dilakukan oleh Florencia Irena Wiyanto (2018) dengan judul “Perancangan rebranding Praktik Mandiri Sentra Medika Surabaya” tujuan utama pada perancangan ini adalah membantu Praktik Mandiri Sentra Medika Surabaya menjadi pilihan pertama bagi target *audience*, dan menaikkan *brand awareness* dan membantu kegiatan promosi dengan meredesain meliputi logo, pengaplikasian di media untuk meningkatkan daya saing.

b. Identitas Visual Pada Praktik Mandiri Dokter

Identitas visual adalah komunikasi pesan melalui gambar atau visual. Identitas ini membantu mengidentifikasi, membedakan, dan membangun posisi di pasar. Logo merupakan kunci identitas visual yang unik dan mudah dikenali. Identitas visual dapat terbentuk melalui logo, skema warna, tipografi, dan elemen visual lainnya. Tujuannya adalah untuk mengkomunikasikan nilai, visi, dan misi suatu entitas. Menurut Robin Landa identitas visual sangat penting dalam mewakili produk ataupun kelompok. Dalam merancang identitas visual, yang harus diperhatikan adalah sebagai berikut (R. Landa, 2013): *Identifiable, Memorable, Distinctive, Sustainable, dan Flexible/Extendible*.

Identitas visual Praktik Mandiri Dokter memiliki tujuan untuk memperkenalkan praktik tersebut kepada masyarakat, sehingga memudahkan pengenalan dan membangun citra yang kuat. Melalui perancangan identitas visual yang unik dan konsisten, praktik mandiri nantinya dapat menonjolkan ciri khas yang membedakan dari praktik lainnya. Identitas visual yang berhasil menciptakan kesan yang mengesankan dan mudah diingat akan membantu praktik mandiri dokter dalam memperoleh perhatian dan kepercayaan dari masyarakat. Dengan demikian, identitas visual menjadi alat yang efektif dalam membangun citra yang positif dan membedakan dari praktek mandiri dokter lainnya.

c. Elemen Pembentuk Identitas Visual

1. Nama Brand

Citra merek awal di benak masyarakat dibentuk oleh nama sebagai atribut identifikasi dalam identitas perusahaan dan produk. Nama memiliki peran untuk melengkapi identitas awal dimana nama akan membentuk citra brand dibenak audien (Rustan, 2009). Nama berfungsi sebagai dasar untuk semua elemen identifikasi lainnya, seperti logo, tipografi, warna, foto, dll. Brand merupakan persepsi yang muncul di pikiran individu terkait suatu perusahaan, tokoh, atau ide tertentu. Oleh karena itu, individu memiliki kemampuan untuk menciptakan objek-objek yang berpotensi "memengaruhi" persepsi orang lain terhadap citra suatu produk. (Adams, 2004:18). *Branding* adalah suatu proses yang bertujuan untuk membentuk kesadaran masyarakat terhadap suatu merek tertentu. Dengan konsistensi dan intensitas yang tepat, branding diharapkan dapat meningkatkan tingkat loyalitas baik dari masyarakat umum maupun pelanggan. (Wheeler 2009:6).

2. Logo

Logo adalah lambang grafis dengan makna yang dalam. Logo sekaligus identitas dari merek yang dengan cepat mengkomunikasikan produk, layanan dan organisasi secara luas (Swasty, 2016). Ada banyak simbol dan logo yang digunakan saat ini. Terlepas dari kedangkalannya, logo memiliki dampak signifikan pada identitas dan kepribadian merek. Ketika sebuah logo dibuat dengan benar-dalam hal desain, warna, dan tentu saja, makna akhir-itu memperoleh kekuatan dan menjadi simbol yang menunjukkan kekuatan untuk berbagai demografi. Logo membantu mengingat interaksi merek atau produk dengan konsumen.

3. Warna

Warna merupakan komponen penting dalam pembuatan identitas visual, warna berperan dalam pengambilan keputusan beli pada sebuah produk (Rustan: 2009). Dalam mengembangkan identitas visual, pemilihan rona yang tepat sangatlah penting.

4. Tipografi

Desain komunikasi visual tidak dapat dipisahkan dari peran tipografi sebagai elemen pendukungnya. (Kusrianto, 2007). Tipografi merupakan seni dan teknik mengatur huruf-huruf untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan dapat disajikan dalam struktur yang tepat (Benson, 1985). Tipografi merupakan salah satu elemen kunci dalam desain yang tidak hanya berfungsi sebagai pengantar pesan, tetapi juga memberikan kesan representatif melalui penggunaan karakter huruf dan konstruksi huruf yang harus dipahami. Karena tipografi memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi dalam bentuk pesan sosial atau komersial (Tinarbuko, 2015).

5. Elemen Gambar

Elemen gambar merupakan unsur-unsur citra yang meliputi gambar, karya seni, infografis, dan hal-hal lain yang mendukung persepsi terhadap kepribadian merek. Gambar juga harus dikembangkan sebagai unit kohesif bersama dengan semua identitas visual lainnya. Dengan perancangan elemen gambar yang selaras dengan komponen identitas visual yang lain dapat mempermudah sebuah identitas dikenal oleh khalayak (Rustan, 2009, h.82). Desainer terkadang menambahkan komponen visual tambahan ke identitas visual, seperti latar belakang atau gambar yang dipotong. Berfungsi untuk meningkatkan identifikasi dengan menambahkan individualitas, membuat merek lebih dikenali dari sudut pandang visual. Latar belakang menyatukan atau berfungsi sebagai faktor penghubung elemen desain dan media aplikasi.

6. Penerapan Identitas

Identitas yang konsisten akan menyampaikan gagasan bahwa entitas tersebut dapat diandalkan dan profesional. Maka dari itu, kita harus menjunjung tinggi persatuan sekaligus menerapkan identifikasi di semua media aplikasi. Penggunaan identitas di berbagai media bergantung pada sejumlah variabel, termasuk: ukuran perusahaan, anggaran yang tersedia, industri dan sektor bisnis, *brand architecture*, dll. Jenis media yang dibutuhkan sangat bergantung pada industrinya. Sebuah praktik mandiri, misalnya, membutuhkan kemasan, sampul, dll. Adapun beberapa contoh media yang sering digunakan dalam penerapan identitas visual di sebuah praktik mandiri adalah sebagai berikut: Kartu nama, Kop surat, Amplop surat, Resep dokter, dan X Banner.

METODE PERANCANGAN

Dalam proses merancang identitas visual Praktik Mandiri Dokter Egin penulis menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data skunder:

a. Data Primer

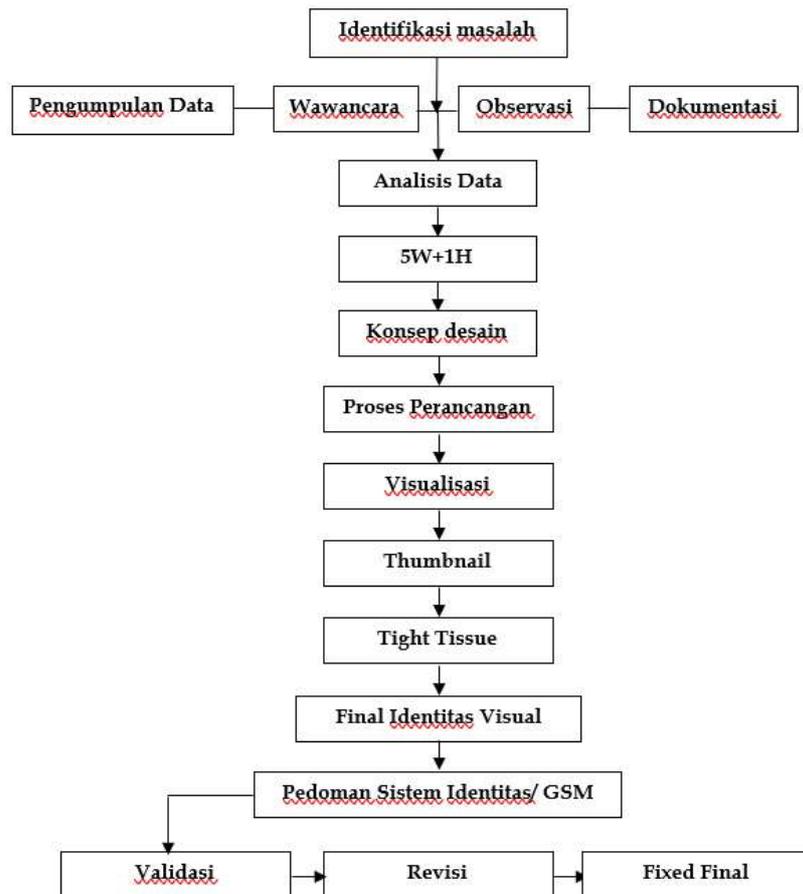
Data primer diperoleh langsung dari partisipan penelitian menggunakan peralatan pengukuran atau pengumpulan data (Moleong, 2017; Sugiyono, 2019: 193). Peneliti menggunakan hasil wawancara dengan informan dan observasi lapangan sebagai data primer (Sugiyono, 2018: 456; Wardiyanta dalam Sugiarto, 2017: 87). Data primer ini terdiri dari catatan wawancara dengan Dokter Egin Fergian Axpreydasta, hasil observasi di tempat praktiknya, dan data mengenai praktik mandiri. Data primer dianggap lebih rinci dan akurat, dan seringkali digunakan dalam pengambilan keputusan dalam proses studi.

b. Data Skunder

Data skunder didapatkan oleh peneliti dari berbagai sumber seperti studi literatur, bahan Pustaka, penelitian terdahulu, buku, jurnal dan lain sebagainya (Hasan, 2002: 58; Sugiyono, 2016). Data sekunder digunakan sebagai pendukung data primer yang telah diperoleh. Dalam penelitian ini, data sekunder didapatkan dari berbagai literatur seperti jurnal dan buku yang berkaitan dengan perencanaan identitas visual. Data sekunder melengkapi data primer mengenai praktik mandiri Dokter Egin.

Dalam menggunakan data sekunder, peneliti perlu mempertimbangkan faktor-faktor seperti keakuratan data, kemampuan data dalam menyelesaikan masalah penelitian, kecocokan periode waktu, kesesuaian populasi data, konsistensi satuan ukuran, biaya pengumpulan data, skenario tipikal yang dapat disajikan, dan pengujian akurasi data (Indrianto dan Supomo, Purhan tara, 2010: 80).

Perancangan ini menggunakan metode 5W1H digunakan untuk memahami perilaku sasaran dalam perencanaan identitas visual Praktik Mandiri Dokter Egin. Metode ini melibatkan pertanyaan what, where, when, why, who, dan how (Zikmund & Babin, 2011; Cahya, 2012). Dengan menggunakan metode ini, diharapkan data mengenai perencanaan identitas visual dapat dianalisis secara faktual. Metode analisis 5W1H mempermudah pengorganisasian informasi menjadi bagian utama yang terdiri dari unsur what, who, when, where, why, dan how (Romli, 2000; Kosasih, 2016). Unsur-unsur tersebut membantu dalam pengorganisasian informasi menjadi bagian kepala dan tubuh informasi. Djuraid (2006) menjelaskan secara rinci unsur-unsur 5W1H, yaitu what (apa), where (di mana), when (kapan), who (siapa), why (mengapa), dan how (bagaimana).



Gambar 1. Bagan Skematika Perancangan
(Sumber : Muhammad Wawa, 2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Identifikasi Data

2. Praktik Mandiri Dokter Egin

Praktik Mandiri Dokter Egin adalah penyedia layanan kesehatan komprehensif dengan pelayanan medis komprehensif, diagnosa akurat, pengobatan efektif, dan perawatan holistik bagi pasien mereka. Terletak di Desa Jampet, Kecamatan Ngasem, Bojonegoro, praktik ini telah menjadi penyedia layanan kesehatan terpercaya sejak Maret 2022. Praktik ini berkomitmen untuk memberikan layanan kesehatan berkualitas kepada masyarakat sekitar.

Reputasi Praktik Mandiri Dokter Egin sebagai penyedia layanan kesehatan yang dapat diandalkan dibangun melalui dedikasi mereka dalam memberikan pelayanan terbaik kepada pasien. Dengan kombinasi keterampilan medis canggih, fasilitas modern, dan pendekatan perawatan yang holistik, praktik ini menjadi pilihan utama bagi mereka yang mencari penanganan kesehatan yang terpercaya dan berkualitas. Praktik ini juga memberikan edukasi kepada pasien dan berperan sebagai pusat koordinasi perawatan yang bekerja sama dengan spesialis dan fasilitas Kesehatan lainnya untuk perawatan yang komprehensif dan terintegrasi.

Masyarakat sekitar dapat yakin bahwa mereka akan mendapatkan perawatan kesehatan profesional, terpercaya, dan berkualitas tinggi di Praktik Mandiri Dokter Egin. Praktik ini terus meningkatkan diri melalui pengembangan teknologi medis dan peningkatan kualitas pelayanan, menjadikannya penyedia layanan kesehatan terdepan dalam komunitasnya. Layanan kesehatan komprehensif yang ditawarkan oleh Praktik Mandiri Dokter Egin meliputi lab dasar untuk diagnosis yang akurat dan tepat waktu, perawatan luka yang baik untuk mencegah infeksi, layanan homecare untuk pasien yang kesulitan datang ke klinik, dan layanan injeksi atau suntik oleh Dokter Egin yang terlatih. Dengan layanan kesehatan terbaik dan berkualitas ini, Praktik Mandiri Dokter Egin telah menjadi pilihan utama masyarakat Bojonegoro yang membutuhkan perawatan kesehatan komprehensif dan terpercaya.

3. Analisis Data

Dalam perancangan identitas visual Praktik Mandiri Dokter Egin diperlukan metode analisis data 5W=1H sebagai pedoman dalam mengoptimalkan perancangan.

What, Praktik Mandiri Dokter Egin belum memiliki identitas visual yang mencerminkan Praktik Mandiri Dokter Egin karena baru berdiri pada bulan maret 2022. Dalam hal ini, pembuatan identitas visual seperti logo memiliki harapan untuk menciptakan kesan professional, meningkatkan pengenalan merek, memperkuat citra dan reputasi, serta menciptakan kepercayaan dan keandalan diantara pasien.

Where, tempat dibuatnya identitas visual Praktik Mandiri Dokter Egin berada di Desa Jampet, RT. 10 RW. 03, Kecamatan Ngasem, Kabupaten Bojonegoro, Provinsi Jawa Timur, Indonesia.

When, Identitas visual Praktik Mandiri Dokter Egin dibuat pada bulan Januari tahun 2023.

Why, Penting bagi klinik yang baru berdiri untuk memiliki identitas visual yang kuat karena identitas visual yang kuat akan membantu menciptakan citra professional dan memperkuat citra dan reputasi klinik. Dengan memiliki identitas visual yang kuat, klinik dapat memperoleh keuntungan kompetitif yang lebih baik dan juga membangun hubungan yang baik dengan pasien, serta membentuk

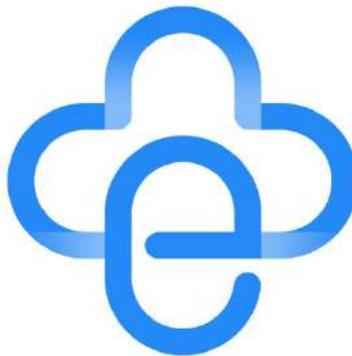
citra yang positif.

Who, target *audience* Praktik Mandiri Dokter Egin yang utama adalah masyarakat sekitar, dengan tujuan untuk memberikan aksesibilitas yang lebih mudah bagi pasien dalam mendapatkan pengobatan yang berkualitas tanpa memberatkan finansial pasien. Dengan demikian, Praktik Mandiri Dokter Egin berperan penting dalam memastikan bahwa masyarakat sekitar, terutama di Desa Jampet dan sekitarnya, memiliki akses mudah dan terjangkau ke layanan Kesehatan yang komprehensif.

How, identitas visual yang kuat memiliki peran penting dalam memperkuat citra dan reputasi klinik yang baru berdiri. Identitas visual Praktik Mandiri Dokter Egin dirancang dengan menciptakan kesinambungan dalam pesan dan penampilan visual, memperlihatkan profesionalitas klinik, membedakan diri dari kompetitor melalui elemen desain yang unik, dan membangun asosiasi positif dengan pasien melalui pemilihan desain yang tepat. Dengan memiliki identitas visual yang konsisten dan mencerminkan nilai-nilai yang diinginkan, klinik dapat membangun hubungan yang positif dengan pasien, meningkatkan kepercayaan, dan memperoleh keuntungan kompetitif yang lebih baik.

4. Strategi Kreatif

a. Unsur-unsur Ikonik Yang Relevan

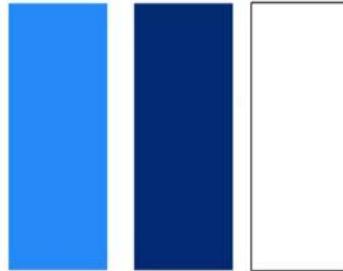


Gambar 2. Logogram

(Sumber : Muhammad Wava, 2023)

Logo Praktik Mandiri Dokter Egin menampilkan elemen ikonik berupa simbol kesehatan yang dikombinasikan dengan huruf “E” sebagai inisial dari Dokter Egin. Penggunaan simbol Kesehatan dalam logo ini mengkomunikasikan bahwa Praktik Mandiri Dokter Egin adalah sebuah klinik yang memiliki standar kualitas tinggi dan profesionalisme di bidang Kesehatan.

b. Warna Dasar



Gambar 3. Warna yang digunakan
(Sumber : Muhammad Wava, 2023)

Warna yang dipilih dalam perancangan ini adalah warna biru sebagai warna dasar pada logo. Pemilihan warna biru didasarkan pada makna dan asosiasi warna tersebut dalam konteks Kesehatan. Warna biru secara umum dianggap mampu mengatasi kecemasan dan melambungkan ketenangan. Selain itu, warna biru juga sering dikaitkan dengan stabilitas, keandalan, dan produktivitas.

c. Tipe atau Jenis Huruf

Josefin Sans
Josefin Sans
Commissioner
Commissioner

Gambar 4. Jenis huruf yang digunakan
(Sumber : Muhammad Wava, 2023)

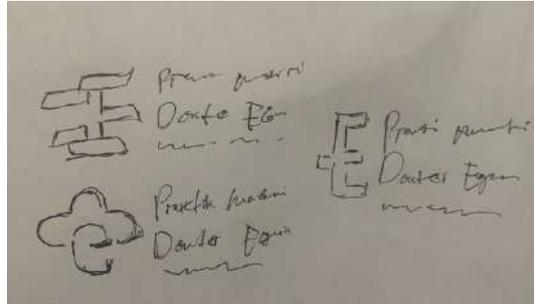
Tipe atau jenis huruf pada logo Praktik Mandiri Dokter Egin menggunakan huruf sans serif yang memiliki karakter tegas dan solid. Pada logo tersebut, jenis huruf utama yang digunakan adalah "Josefin Sans", sementara untuk bagian "Dokter Kesehatan Umum" digunakan jenis huruf "Commissioner". Pemilihan jenis huruf ini didasarkan pada keinginan untuk menciptakan kesan minimalis, modern, dan elegan dalam identitas visual Praktik Mandiri Dokter Egin.

d. Gaya Tampilan Grafis

Gaya tampilan grafis yang digunakan dalam desain Praktik Mandiri Dokter Egin adalah minimalis dan clean. Desain ini menggambarkan upaya praktik tersebut dalam menciptakan tampilan yang bersih dan mencapai kesan yang professional, teratur, dan mudah diinterpretasikan, Gaya minimalis menekankan pada kesederhanaan dan penghilangan elemen yang tidak Perlu, sedangkan gaya clean focus pada kejelasan dan kebersihan dalam tampilan.

5. Visualisasi Karya

Dalam perancangan identitas visual untuk Praktik Mandiri Dokter Egin, ada beberapa langkah dalam perancangan logo dilakukan mulai dari pembuatan thumbnail hingga mencapai final desain.



Gambar 5. Thumbnail Logo

(Sumber : Muhammad Wava, 2023)

Thumbnail merupakan langkah awal dalam proses desain yang dilakukan oleh seorang desainer. Pada tahap ini, desainer membuat sketsa atau gambaran kasar dari desain yang akan dibuat. Dalam konteks ini, penulis telah membuat tiga thumbnail yang nantinya akan diubah menjadi versi digital yang lebih rapi, yang disebut sebagai "tight tissue".

Gambar 5. Tight Tissue



(Sumber : Muhammad Wava, 2023)

Setelah menghasilkan sketsa kasar, thumbnail tersebut akan diubah menjadi versi digital yang lebih rapi, yang disebut sebagai "tight tissue". Pada tahap ini, ada dua pilihan desain logo yang akan dipertimbangkan, dan salah satu dari mereka akan dipilih dan disempurnakan sebagai desain final.



Gambar 6. Final Logo
(Sumber : Muhammad Wava, 2023)

Penerapan perancangan identitas visual ini diimplementasikan diberbagai media seperti kartu nama, jas laboratorium, papan nama dokter, paperbag, jam dinding, map folder, x banner, nota resep, kwitansi, amplop, dan gantungan kunci,



Gambar 7. Kartu Nama
(Sumber : Muhammad Wava, 2023)



Gambar 8. Jas Labolatorium
(Sumber : Muhammad Wava, 2023)



Gambar 9. Papan Nama Dokter
(Sumber : Muhammad Wava, 2023)



Gambar 10. Paperbag
(Sumber : Muhammad Wava, 2023)



Gambar 11. Jam Dinding
(Sumber : Muhammad Wava, 2023)



Gambar 12. Map Folder
(Sumber : Muhammad Wava, 2023)



Gambar 13. X Banner
(Sumber : Muhammad Wava, 2023)



Gambar 14. Nota Resep
(Sumber : Muhammad Wava, 2023)



Gambar 15. Kwitansi
(Sumber : Muhammad Wava, 2023)



Gambar 16. Amplop
(Sumber : Muhammad Wava, 2023)



Gambar 17. Gantungan Kunci
(Sumber : Muhammad Wava, 2023)

SIMPULAN DAN SARAN

Praktik Mandiri Dokter Egin, yang berlokasi di Desa Jampet, Kecamatan Ngasem, Bojonegoro, telah berhasil menjadi penyedia layanan kesehatan yang terpercaya dalam jangka waktu yang relatif singkat sejak didirikan pada bulan Maret 2022. Dalam menyediakan layanan kesehatan, praktik ini menawarkan pelayanan medis yang komprehensif, diagnosa yang akurat, pengobatan yang efektif, dan perawatan yang holistik kepada pasien-pasien mereka.

Identitas visual yang kuat sangat penting bagi klinik yang baru berdiri. Hal ini membantu menciptakan kesan profesional, meningkatkan pengenalan merek, memperkuat citra dan reputasi, mempermudah komunikasi, serta menciptakan kepercayaan dan keandalan di antara pasien. Dengan memiliki identitas visual yang kuat, Praktik Mandiri Dokter Egin dapat memperoleh keuntungan kompetitif yang lebih baik, juga dapat membangun hubungan yang baik dengan pasien, serta membentuk citra dan reputasi yang positif di masyarakat.

Logo Praktik Mandiri Dokter Egin, yang mencakup elemen ikonik berupa simbol kesehatan yang dikombinasikan dengan huruf "E" sebagai inisial dari dokter Egin, berperan penting dalam membangun identitas visual yang kuat. Penggunaan simbol kesehatan dalam logo tersebut mengkomunikasikan standar kualitas tinggi dan profesionalisme yang dimiliki oleh praktik ini dalam bidang kesehatan.

Bagi Praktik Mandiri Dokter Egin, diharapkan perancangan identitas visual ini dapat dijadikan sebagai media komunikasi yang efektif dalam memperkenalkan Praktik Mandiri Dokter Egin kepada masyarakat umum.

REFERENSI

- Adeline, D., 2013. *Perancangan Identitas Visual Bakmie103*. Banten: Universitas Multimedia Nusantara.
- A Pearce II Jhon.Richard B. Robinson Jr. 2013. *Manajemen Strategis : Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian, Terj. Nia Pramita Sari*. Jakarta : Salemba Empat.
- Alisjahbana, K.D., D. Achmad. *Perancangan Identitas Visual Praktik mandiri Tanaya Bandung*. Bandung: Institut Teknologi Bandung
- Argani, Palupi. 2016. *Perancangan Identitas Visual sebagai Media Membangun Citra Praktik mandiri “drg. Kristuti” Pemalang*. Semarang: Universitas Negeri Semarang
- Ashfihanis, Fitra dan Ricky Azharyandi S. 2021. *Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi pada Museum Bekasi*. e-Proceeding of Art & Design: Vol.8, No.6
- Erlangga, Moch. Ariya dan Nova Kristina. 2021. *Perancangan Mural sebagai Identitas Visual Coworking Space di Lamongan*. Jurnal Barik, Vol. 3, No. 1
- Faruk. 2012. *Metode Penelitian Sastra: Sebuah Penjelajahan Awal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Griffith, A.I. 1995. *Coordinating Family and School: Mothering for Schooling. Education Policy Analysis Archives*, (Online), Vol 3, Nomor 1, (<http://olam.ed.asu.edu/epaa/>, diakses 12 Februari 1997).
- Hananto, Brian Alvia. 2019. *Perancangan Logo dan Identitas Visual untuk Kota Bogor*. *Jurnal Titik Imaji*, Vol. 2, No. 1
- Heskett, J. 2002. *Design: A Very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- Karim, Z. 1987. *Tatakota di Negara-Negara Berkembang. Makalah disajikan dalam Seminar Tatakota*. BAPPEDA Jawa Timur. Surabaya, 1-2 September.
- Landa, R. 2014. *Graphic Design Solutions (5th ed.)*. Cengage Learning.
- Landa, R. 2011. *Graphic Design Solution*. Boston: Wadsworth.
- Lestari, Fitria. 2013. *Mitos Larangan Makan Lele di Desa Medang, Kecamatan Glagah, Kabupten Lamongan: Kajian Struktur, Fungsi, dan Nilai Budaya*. Skripsi tidak diterbitkan. Surabaya: JBSI FBS Unesa.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Noviantari, R.N., A. S. Patria. 2020. *Perancangan Brand Identity Serbuk Bawang Dayang Bunic*. *Jurnal Barik Vol. 01 No. 2* 247—260. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Rangkuti, Freddy. 2008. *Analisis SWOT Membedah kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Saprilla, Rahardian Bima dan Syarip Hidayat. 2019. *Perancangan Idenitas Visual dan Media Informasi Kampung Batik Laweyan*. e-Proceeding of Art & Design: Vol.6, No.1
- Sujanto, Angela M. N. dkk. 2021. *Perancangan Identitas Visual dan Desain Kemasan untuk Produk Kue Maffin Brand Crav'in*. Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA), Vol.4
- Wibisono, Dedy Sarwo dan Tri Cahyo K. 2017. *Perancangan Logo Wisata Pantai BanyuTibo Kabupaten Pacitan*. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa*, Vol. 5, No. 1
- Wiraghani, Rahmawan, S., & Prasnowo., M. A. 2017. *Perancangan dan Pengembangan Produk Alat Potong Sol Sandal*. *Teknika: Engineering and Sains Journal*, 1(1), 73-76.
- Wiyanto, F. I., B. B. Tanudjaja., dan D. Kurniawan. *Perencanaan Rebranding Praktik mandiri Sentra Medika Surabaya*. Diakses 01 Februari 2023. Surabaya: Universitas Kristen Petra.