

PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL PUSAT KESEHATAN HEWAN (PUSKEWAN) KOTA SURABAYA

Muhammad Fi Salsabily Haudlillah Mufarrihin¹, Nova Kristiana²

^{1,2}Program Studi Desain Grafis, Fakultas Vokasi

Universitas Negeri Surabaya

Email: muhammadfi.22015@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Pusat Kesehatan Hewan (Puskesmas) Kota Surabaya merupakan lembaga pelayanan publik di bidang kesehatan hewan yang memiliki peran penting dalam melayani hewan peliharaan dan ternak. Namun, identitas visual yang dimiliki sebelumnya belum diterapkan secara konsisten sehingga citra profesional lembaga belum terbentuk secara optimal. Perancangan ini bertujuan untuk merancang sistem identitas visual Puskesmas Kota Surabaya yang representatif, konsisten, serta mampu meningkatkan kesadaran dan kepercayaan masyarakat terhadap layanan kesehatan hewan. Metode perancangan meliputi pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan kajian literatur, yang dianalisis menggunakan pendekatan 5W+1H. Konsep perancangan mengusung big idea *Healthy Animals, Caring Community* yang diwujudkan dalam sistem identitas visual berupa logo, warna, tipografi, elemen grafis, *Graphic Standard Manual* (GSM), serta penerapannya pada berbagai media komunikasi. Hasil perancangan diharapkan dapat memperkuat citra Puskesmas Kota Surabaya sebagai lembaga yang profesional, terpercaya, dan mudah dikenali oleh masyarakat.

Kata Kunci: Identitas visual; *Branding*; Puskesmas; Kesehatan hewan

Abstract

The Surabaya City Veterinary Health Center (Puskesmas) is a public institution providing animal health services. However, its existing visual identity has not been applied consistently, resulting in a weak institutional image. This project aims to design a consistent and representative visual identity system to enhance public awareness and trust in Puskesmas's services. The design process involves interviews, observations, and literature studies, analyzed using the 5W+1H approach. The concept adopts the big idea Healthy Animals, Caring Community, realized through a visual identity system including a logo, color palette, typography, graphic elements, a Graphic Standard Manual (GSM), and applications across various communication media. The design is expected to strengthen Puskesmas Surabaya's professional and trustworthy image.

Keywords: Visual identity; *Branding*; Puskesmas; animal health services.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran masyarakat terhadap kesejahteraan hewan mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Hewan peliharaan seperti kucing, anjing, dan burung kini diperlakukan layaknya anggota keluarga. Pemilikan hewan peliharaan telah dikaitkan dengan berbagai manfaat kesehatan psikologis dan fisik, termasuk peningkatan aktivitas fisik, penurunan tingkat stres, dan peningkatan kesehatan kardiovaskular (Khalifa dkk., 2021). Perkembangan ini mendorong masyarakat untuk lebih memperhatikan aspek kesehatan dan kesejahteraan hewan, baik melalui layanan klinik swasta maupun instansi pemerintah. Salah satu layanan kesehatan hewan yang disediakan oleh pemerintah Kota Surabaya adalah Puskesmas (Pusat Kesehatan Hewan) Kota Surabaya.

Puskesmas Kota Surabaya merupakan unit layanan kesehatan hewan yang berada di bawah

naungan Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kota Surabaya. Puskesmas ini berlokasi di Jl. Ikan Dorang No. 15, Perak Barat, dan menyediakan berbagai layanan seperti pemeriksaan hewan, vaksinasi, sterilisasi, pengobatan, hingga tindakan operasi dan layanan edukasi kepada pemilik hewan (Pusat Kesehatan Hewan Surabaya, 2025).

Pada Februari 2025, Puskesmas Kota Surabaya telah mengalami revitalisasi fasilitas, yang meliputi penambahan ruang rawat inap, ruang operasi, laboratorium diagnostik, serta layanan grooming dan penitipan hewan sehat. Pelayanan ini tidak hanya ditujukan untuk hewan peliharaan, tetapi juga untuk hewan ternak milik masyarakat (Aprilia Devi, 2025).

Namun demikian, keberadaan dan peran vital dari Puskesmas Kota Surabaya ini masih belum dikenal luas oleh masyarakat. Contoh kasus pada libur Lebaran 2025 menunjukkan lonjakan permintaan penitipan hewan di Surabaya, yang mencerminkan peningkatan perhatian masyarakat terhadap kesejahteraan hewan. Namun, Puskesmas Kota Surabaya masih minim dalam hal komunikasi visual yang efektif, sehingga peran dan layanan yang disediakan belum dikenal luas (Jawa Pos, n.d.). Minimnya pendekatan komunikasi visual yang efektif menyebabkan masyarakat kurang memahami fungsi dan layanan yang disediakan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Jemima Katherine bahwa “Kurangnya identitas visual yang kuat menyebabkan layanan *pet care* sulit bersaing dan dikenali, padahal kebutuhan masyarakat terhadap layanan ini semakin tinggi” (Lemuela & Chandra, 2023).

Isnaini Sukma juga menunjukkan bahwa identitas visual yang lemah dan tidak konsisten menyebabkan rendahnya tingkat *brand awareness* dan kredibilitas sebuah layanan (Fadhilah dkk., 2022). Padahal, menurut Alina Wheeler (2018), identitas visual bukan sekadar estetika, melainkan bagian penting dari strategi komunikasi dan persepsi publik terhadap organisasi. Elemen visual seperti logo, tipografi, dan sistem warna harus mampu mencerminkan nilai, karakter, dan profesionalisme dari sebuah entitas.

Melihat pentingnya identitas visual dalam membangun persepsi publik, maka tugas akhir ini akan difokuskan pada perancangan identitas visual Puskesmas Kota Surabaya. Proyek ini merupakan *specific case* karena menyoroti persoalan nyata pada sebuah instansi pemerintah, yang secara praktis membutuhkan solusi visual berbasis desain komunikasi strategis untuk meningkatkan peranannya di tengah masyarakat.

KERANGKA TEORETIS

Perancangan Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa identitas visual berperan penting sebagai strategi komunikasi dalam membangun citra dan kepercayaan publik. Fadhilah dkk. (2022) merancang ulang identitas visual praktik dokter hewan *Get Vet* dengan pendekatan *design thinking* dan *brand personality* untuk menciptakan sistem visual yang profesional dan ramah bagi pemilik hewan.

Jemima Katherine (2023) melalui perancangan identitas *Hi Pets Mobile Grooming* menekankan pentingnya kesesuaian elemen visual dengan karakter audiens perkotaan, serta penggunaan strategi desain linier Alina Wheeler untuk menjaga konsistensi lintas media.

Sementara itu, Arwam dan Herin (2024) menunjukkan bahwa *brand image* yang kuat pada institusi kesehatan pemerintah berpengaruh signifikan terhadap *brand trust* dan loyalitas masyarakat. Temuan-temuan tersebut menegaskan bahwa identitas visual yang dirancang berbasis riset dan karakter layanan dapat menjadi alat komunikasi strategis. Hal ini menjadi dasar konseptual dalam perancangan identitas visual Puskesmas Kota Surabaya agar tampil profesional, komunikatif, dan dipercaya masyarakat.

Identitas Visual

Identitas visual merupakan representasi grafis suatu merek atau institusi yang mencakup logo, warna, tipografi, dan sistem desain yang konsisten sebagai pembentuk citra di mata publik (Abednego, 2018). Elemen-elemen utama identitas visual meliputi simbol atau logomark, tipografi, palet warna, tata letak, serta sistem visual pendukung yang terintegrasi (Sayatman & Noordyanto, 2021). Konsistensi

penerapan elemen tersebut berperan penting dalam membangun pengenalan merek dan kepercayaan audiens melalui setiap titik kontak komunikasi.

Logo

Logo merupakan elemen utama dalam identitas visual yang berfungsi sebagai penanda dan representasi karakter suatu institusi. Logo yang efektif harus sederhana, mudah dikenali, serta mampu merefleksikan nilai dan filosofi merek (Sayatman & Noordyanto, 2021).

Graphic Standard Manual

Graphic Standard Manual (GSM) adalah dokumen pedoman yang mengatur penggunaan elemen-elemen identitas visual seperti logo, warna, tipografi, dan sistem tata letak agar diterapkan secara konsisten di seluruh media komunikasi. GSM berfungsi menjaga keseragaman tampilan visual sehingga identitas merek mudah dikenali dan tidak mengalami distorsi (bithourproduction, 2024).

Merchandise

Merchandise merupakan media promosi berupa produk fisik yang memuat logo dan elemen identitas visual suatu institusi untuk memperkuat pengenalan merek melalui penggunaan sehari-hari. Sayatman dkk. (2021) menjelaskan bahwa merchandise seperti kaos, gantungan kunci, pin, stiker, dan perlengkapan promosi lainnya berfungsi sebagai perpanjangan identitas visual di luar media utama.

Brand Touchpoints

Brand touchpoints merupakan seluruh titik interaksi antara publik dan institusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang menjadi media utama dalam menyampaikan identitas merek (Kolam Ide, n.d.). Setiap interaksi tersebut berfungsi sebagai ruang komunikasi visual yang membentuk persepsi audiens terhadap karakter dan kualitas layanan suatu lembaga.

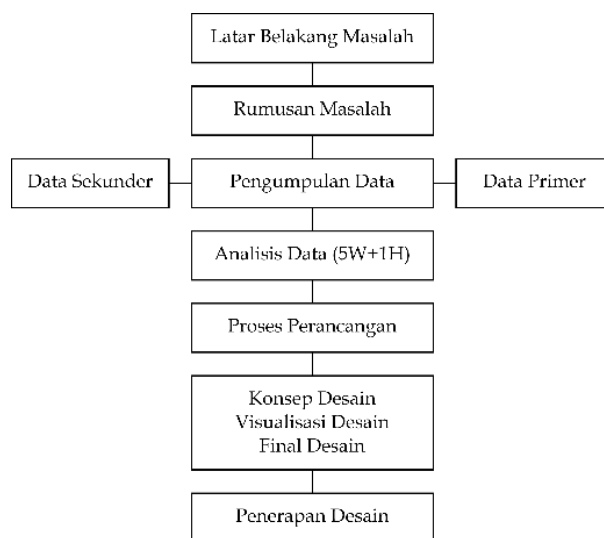
METODE PERANCANGAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan merancang sistem identitas visual Puskesmas Kota Surabaya yang lebih konsisten dan representatif. Lokasi penelitian berada di Puskesmas Kota Surabaya, Jl. Ikan Dorang No. 15, Perak Barat, yang berada di bawah naungan Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kota Surabaya.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pihak internal Puskesmas (dokter hewan, staf administrasi, dan pengelola) serta pengguna layanan untuk menggali persepsi, kebutuhan visual, dan harapan terhadap citra lembaga. Observasi dilakukan secara langsung di lokasi untuk mengamati kondisi visual eksisting seperti logo, signage, seragam, dan media informasi. Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data visual berupa foto, dokumen resmi, media sosial, dan aset desain lama sebagai bahan analisis.

Data sekunder diperoleh melalui studi literatur dari jurnal, buku, dan sumber digital yang membahas identitas visual, branding institusi publik, serta studi kasus layanan kesehatan hewan. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan 5W+1H (*What, Who, Where, When, Why, How*) untuk merumuskan arah konsep desain dan strategi komunikasi visual.

Proses perancangan dimulai dari perumusan konsep visual, pengembangan *moodboard* dan visual direction, eksplorasi desain logo dan elemen pendukung, hingga penyusunan *Graphic Standard Manual* (GSM). Tahap akhir adalah penerapan identitas visual ke berbagai media dan *brand touchpoints* seperti *signage*, seragam, media sosial, dan merchandise sebagai bentuk implementasi desain.



Bagan 1 Skematika Perancangan
(Sumber: Dokumen Penulis)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Puskesmas Kota Surabaya merupakan Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) di bawah Dinas Ketahanan Pangan dan Pertanian (DKPP) Kota Surabaya yang berfungsi sebagai pusat layanan kesehatan hewan publik. Berdasarkan data lapangan, Puskesmas berperan strategis dalam pengendalian penyakit hewan menular dan zoonosis, seperti rabies, PMK, dan avian influenza. Sepanjang 2024, Puskesmas melayani lebih dari 34.000 ekor hewan dan menjadi garda terdepan dalam pemeriksaan kesehatan hewan kurban serta vaksinasi massal. Peran ini sejalan dengan konsep pelayanan publik yang harus bersifat *responsible, effective, sustainable, protective, dan trusting (RESPECT)*. Namun, dari sudut pandang desain komunikasi visual, peran strategis tersebut belum sepenuhnya tercermin dalam sistem identitas visual lembaga.

Hasil observasi menunjukkan bahwa fasilitas Puskesmas tergolong lengkap dan tertata baik, dengan ruang rawat, laboratorium sederhana, grooming, penitipan hewan, dan ruang tunggu. Alur layanan berjalan sistematis melalui registrasi, pemeriksaan, hingga tindakan medis. Akan tetapi, identitas visual belum tampil dominan. Logo, warna, tipografi, dan signage masih digunakan secara parsial tanpa panduan baku. Hal ini menguatkan teori bahwa tanpa sistem visual yang konsisten, sebuah institusi sulit membangun citra profesional yang kuat (Sayatman & Noordyanto, 2021). Dibandingkan dengan studi Fadhillah dkk. (2022) tentang rebranding klinik Get Vet yang berhasil meningkatkan kesan profesional dan ramah melalui sistem visual terintegrasi, Puskesmas masih berada pada tahap visual administratif yang belum komunikatif secara strategis.

Wawancara dengan dokter hewan dan staf menunjukkan bahwa layanan utama Puskesmas meliputi vaksinasi rabies, sterilisasi, rawat jalan, dan penanganan hewan besar seperti sapi dan kambing. Ini menjadi keunggulan komparatif dibanding klinik swasta yang umumnya hanya melayani hewan kecil. Namun, keunggulan tersebut belum dikomunikasikan secara visual kepada publik. Teori brand identity menyebutkan bahwa keunggulan layanan harus diterjemahkan ke dalam sistem visual agar mudah dikenali dan dipercaya (Wheeler, 2018). Dalam konteks ini, identitas visual Puskesmas belum mampu mengangkat diferensiasi lembaga sebagai klinik publik dengan layanan komprehensif.

Analisis media eksisting memperlihatkan bahwa website dan Instagram Puskesmas telah aktif, namun secara visual masih bersifat generik dan tidak konsisten. Logo muncul dalam berbagai ukuran dan warna, tipografi tidak seragam, dan gaya konten belum memiliki arah desain yang jelas. Hal ini bertentangan dengan prinsip Graphic Standard Manual (GSM) yang seharusnya menjadi pedoman konsistensi visual lintas media (bithourproduction, 2024). Jika dibandingkan dengan temuan Jemima

Katherine (2023) pada layanan *Hi Pets Mobile Grooming*, penerapan gaya visual yang konsisten terbukti memperkuat engagement audiens urban. Dengan demikian, dapat diasosiasikan bahwa ketiadaan GSM pada Puskesmas menjadi faktor utama lemahnya citra visual lembaga.

Dari sisi pengguna, profil sasaran didominasi pemilik hewan urban usia 20–40 tahun yang menganggap hewan sebagai bagian keluarga. Mereka mengakses informasi melalui media sosial dan komunitas. Namun, minimnya konten visual edukatif dan kurangnya sistem grafis yang menarik menyebabkan potensi komunikasi belum optimal. Hal ini sejalan dengan temuan Arwam & Herin (2024) bahwa citra visual yang baik pada institusi kesehatan publik berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dan loyalitas masyarakat.

Berdasarkan asosiasi antara data lapangan dan teori, serta komparasi dengan penelitian terdahulu, dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama Puskesmas bukan terletak pada kualitas layanan, melainkan pada lemahnya sistem identitas visual. Oleh karena itu, dengan mengusung “*Healthy Animals, Caring Community*”, yang menegaskan peran Puskesmas bukan hanya sebagai penyedia layanan kesehatan hewan, tetapi juga sebagai bagian penting dalam membangun komunitas masyarakat yang peduli. Identitas visual harus mampu menggambarkan hubungan yang harmonis antara hewan, manusia, dan lingkungan sosial kota Surabaya. Perancangan identitas visual ini terintegrasi melalui logo, sistem warna, tipografi, elemen grafis, GSM, serta penerapan pada brand touchpoints menjadi kebutuhan strategis untuk membangun citra Puskesmas sebagai lembaga yang profesional, ramah, dan terpercaya.

a. Karya Contoh Gambar

GSM dengan format *Brand Guidelines* berfungsi sebagai panduan resmi yang memuat seluruh aturan identitas visual, mulai dari logo, warna, tipografi, elemen grafis, hingga standar penerapan pada media cetak dan digital. Dokumen ini memastikan konsistensi penggunaan identitas visual pada seluruh *touchpoint* Puskesmas.



Gambar 1 *Graphic Standard Manual*
(Sumber: Dokumen Penulis)

ID Card menampilkan informasi identitas staf disertai foto, nama, jabatan, dan elemen visual brand. Desainnya dibuat jelas dan profesional untuk mendukung pengenalan staf serta memperkuat citra lembaga di lingkungan pelayanan.



Gambar 2 *ID Card*
(Sumber: Dokumen Penulis)

Lanyard dirancang menggunakan warna dan pola visual Puskesmas. Media ini menjadi pendukung *ID Card* sekaligus sarana *branding* yang digunakan oleh seluruh staf dalam kegiatan operasional.



Gambar 3 *Lanyard*
(Sumber: Dokumen Penulis)

Collar hewan pascaoperasi memadukan desain aman, nyaman, serta identitas visual logo. Produk ini berfungsi sebagai atribut perawatan hewan sekaligus memperkenalkan lembaga melalui penggunaan langsung oleh pasien hewan.



Gambar 4 *Pet Collar Recovery*
(Sumber: Dokumen Penulis)

Kartu nama didesain dengan berbagai variasi. Memuat informasi kontak resmi staf, kartu ini menjadi media identifikasi profesional dalam interaksi formal dengan masyarakat atau pihak mitra yang ditemui.



Gambar 5 Kartu Nama
(Sumber: Dokumen Penulis)

Seragam *scrub* menampilkan logo bordir dan warna khas lembaga. Seragam memperkuat kesan profesional dan menyatukan identitas staf dalam setiap aktivitas pelayanan kesehatan hewan.



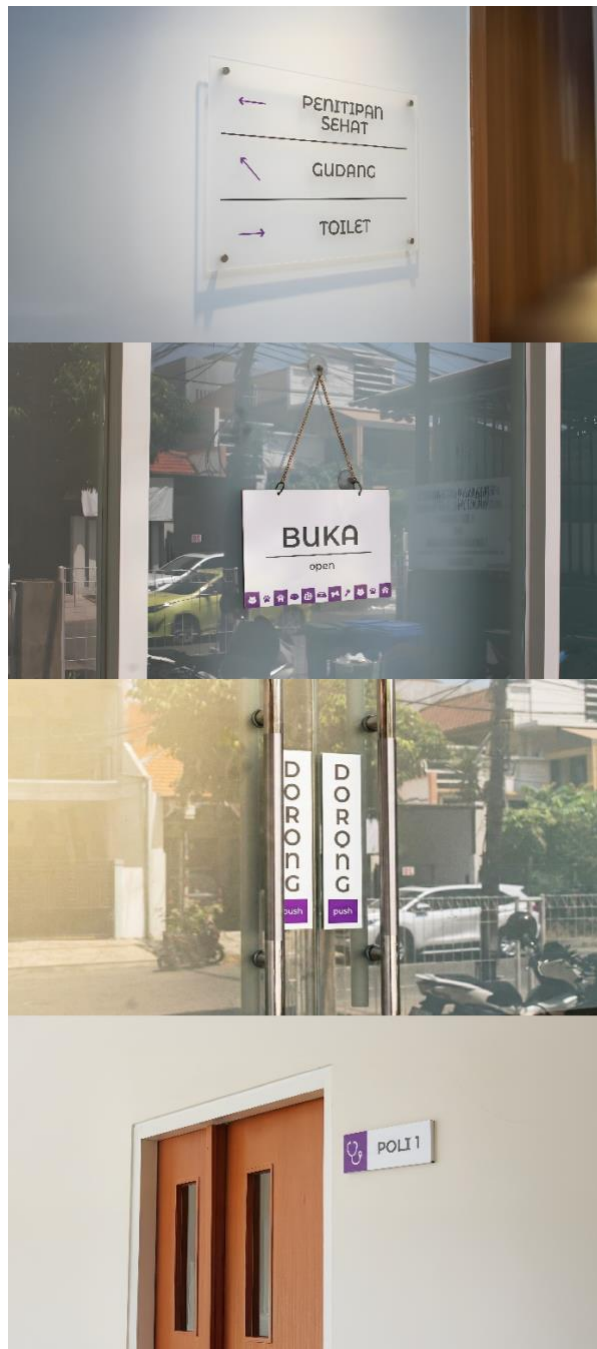
Gambar 6 Seragam Scrub
(Sumber: Dokumen Penulis)

Tas *carrier* hewan dalam bentuk kapsul ini menampilkan logo pada bagian punggung dalam tas. Berfungsi sebagai media pendukung pelayanan serta simbol kepedulian terhadap kenyamanan hewan selama proses kunjungan.



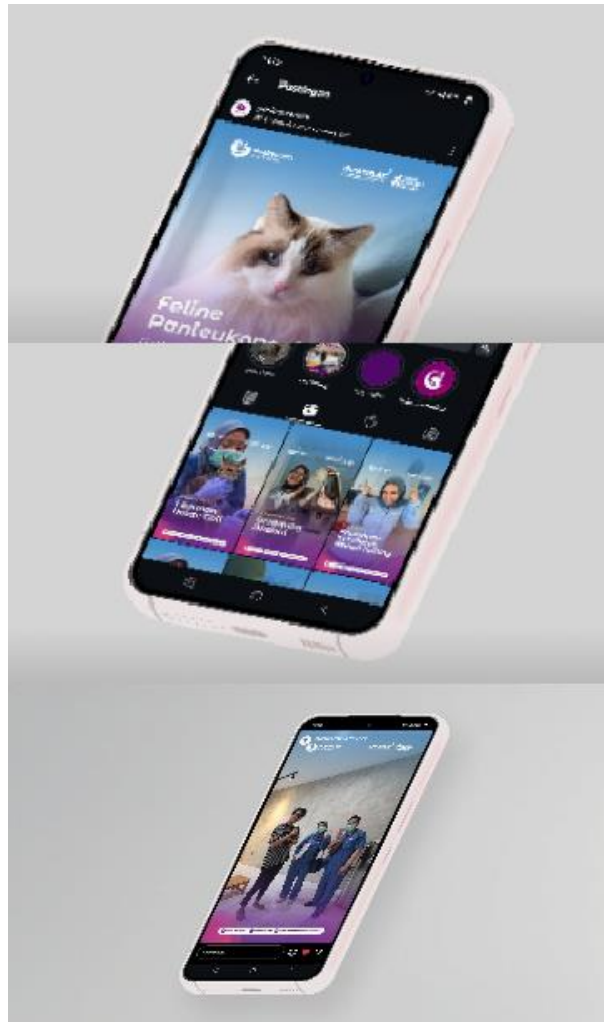
Gambar 7 Capsule Pet Bag
(Sumber: Dokumen Penulis)

Signage mencakup penanda ruangan, informasi layanan, serta *wayfinding* yang mengikuti gaya visual brand. Elemen ini membantu pengunjung menavigasi ruang layanan dengan lebih mudah dan terarah.



Gambar 8 *Signage*
(Sumber: Dokumen Penulis)

Desain media sosial berupa *template* konten, *thumbnail reels*, dan *frame story* diproduksi untuk memastikan penyampaian informasi publik yang konsisten, informatif, dan menarik di *platform* digital.



Gambar 9 Media Sosial Instagram
(Sumber: Dokumen Penulis)

Sticker berisi 5 ilustrasi lucu. Media ini menjadi merchandise ringan yang memperkuat *engagement* publik serta mempromosikan brand secara nonformal.



Gambar 10 *Sticker Pack*
(Sumber: Dokumen Penulis)

Gantungan kunci *acrylic* dengan ilustrasi karakter hewan dirancang untuk memperluas eksistensi brand dalam bentuk merchandise yang kolektibel, menarik, dan mudah disebar.



Gambar 11 *Acrylic Keychain*
(Sumber: Dokumen Penulis)

Pin button dengan *pattern* hasil dari turunan elemen grafis. *Merchandise* ini menjadi aksesoris promosi yang mudah diaplikasikan di berbagai benda pengguna.



Gambar 12 *Pin Button*
(Sumber: Dokumen Penulis)

Kalung hewan memadukan tali berwarna ungu seperti warna utama lembaga dan *tag acrylic* berlogo. Produk ini berfungsi sebagai identitas hewan dan menjadi representasi visual langsung dari layanan Puskesmas di masyarakat.



Gambar 13 *Kalung Hewan*
(Sumber: Dokumen Penulis)

SIMPULAN DAN SARAN

Perancangan identitas visual Puskesmas Kota Surabaya menunjukkan bahwa penguatan citra lembaga tidak hanya ditentukan oleh kualitas layanan, tetapi juga oleh sistem komunikasi visual yang dirancang melalui proses riset yang terstruktur. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi literatur, kemudian dianalisis menggunakan pendekatan 5W+1H

untuk merumuskan arah desain yang tepat sasaran. Hasil perancangan membuktikan bahwa integrasi logo, warna, tipografi, elemen grafis, GSM, serta penerapannya pada berbagai media dan touchpoints mampu membangun persepsi Puskesmas sebagai institusi pelayanan kesehatan hewan yang modern, ramah, dan terpercaya. Oleh karena itu, identitas visual perlu diimplementasikan secara konsisten dan berkelanjutan dengan GSM sebagai acuan utama serta didukung pemahaman internal staf terhadap pentingnya keseragaman visual. Ke depan, penelitian lanjutan disarankan untuk mengukur dampak identitas visual terhadap tingkat kepercayaan dan kepuasan masyarakat serta mengembangkan strategi komunikasi digital dan pengalaman pengguna layanan secara lebih mendalam.

REFERENSI

- Arwam, V. I., & Herin, T. L. (2024). YUME : Journal of Management Bagaimana Brand Image terhadap Brand Loyalty MSDM Dinas Kesehatan Kabupaten Manokwari ? In *YUME : Journal of Management* (Vol. 7, Issue 3).
- Kolamide. 2025. *Branding: Senjata Ampuh Biar Bisnismu Nempel di Ingatan - Kolam Ide*. (n.d.). Retrieved June 23, 2025, from <https://kolamide.id/2025/02/13/branding-senjata-ampuh-biar-bisnismu-nempel-di-ingatan/>
- Fadhilah, I. S., Dwi Antoro, R., & Maheni, M. T. (2022). *Perancangan Ulang Logo sebagai Identitas Visual Praktik Dokter Hewan Get Vet*.
- Khalifa, A. | ; A., Hussein, S. M., Soliman, W. S., & Khalifa, A. ; A. (2021). Benefits of pets' ownership, a review based on health perspectives. *Intern Med Emerg Res Review Article*, 2(1), 1–9. [https://doi.org/10.37191/Mapsci-2582-7367-2\(1\)-020](https://doi.org/10.37191/Mapsci-2582-7367-2(1)-020)
- Lemuela, J. K., & Chandra, E. (2023). *Pengembangan Visual Brand Identity De Grooming sebagai Strategi Pengembangan Layanan Pet Grooming*.
- Cristy, Juliana. 2025. *Libur Lebaran 2025, Permintaan Penitipan Hewan di Surabaya Melonjak - Jawa Pos*. (n.d.). Retrieved April 13, 2025, from <https://www.jawapos.com/surabaya-raja/015825336/libur-lebaran-2025-permintaan-penitipan-hewan-di-surabaya-melonjak>
- Bithour Production. 2025. *Mengenal Apa itu Identitas Visual Dan Manfaatnya untuk Brand Anda*. (n.d.). Retrieved June 23, 2025, from <https://bithourproduction.com/blog/apa-itu-identitas-visual-manfaatnya/>
- Pemerintah Kota Surabaya. (n.d.). Retrieved May 15, 2025, from <https://www.surabaya.go.id/id/berita/23467/puskesmas-surabaya-hadir-dengan-fasilitas-baru-sediakan-rawat-inap-dan-ruang-operasi>
- Pusat Kesehatan Hewan Surabaya. (n.d.). Retrieved January 9, 2025, from <https://dkpp.surabaya.go.id/puskesmas/>
- Puskesmas Surabaya Punya Fasilitas-Layanan Baru Hewan Ternak-Peliharaan*. (n.d.). Retrieved April 12, 2025, from <https://www.detik.com/jatim/berita/d-7802202/puskesmas-surabaya-punya-fasilitas-layanan-baru-hewan-ternak-peliharaan>
- Sayatman, B. M. , & Noordyanto, N. (2021). Pengembangan konsep brand identity dan visual system ITS yang lebih terintegrasi. *IDEA (Jurnal ITS)*, 10.
- Wheeler, Alina. (2018). *Designing brand identity : a complete guide to creating, building, and maintaining strong brands*. 324.