

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Keberadaan hewan peliharaan seperti anjing, kucing, dan sebagainya di dalam rumah memberikan dampak yang positif bagi seorang pemelihara. Selain bisa menjadi sahabat, hewan peliharaan juga dapat menghibur dan menghilangkan rasa bosan sang pemiliknya melalui tingkat lakunya yang menggemaskan. Terlepas dari sisi positifnya, keberadaan hewan peliharaan juga memiliki sisi negatifnya yakni ketika mereka terkena penyakit akibat virus, dan lain sebagainya yang bisa ditularkan ke manusia, sehingga kesejahteraan hewan peliharaan di dalam rumah merupakan salah satu aspek yang penting ketika ingin memelihara hewan. Kesejahteraan hewan adalah status fisik dan mental yang berhubungan dengan berbagai macam kondisi yang dialami oleh hewan (Aqila et al., 2020). Tidak hanya manusia yang membutuhkan jasa dokter, hewan pun juga memerlukan dokter saat mereka sakit (Hendy et al., 2022) Sehingga, keberadaan klinik hewan sangat dibutuhkan bagi para pecinta hewan untuk melakukan konsultasi serta merawan hewan peliharaanya ketika sakit.

Klinik hewan Fan Vet Petcare merupakan klinik hewan yang menyediakan segala layanan untuk hewan peliharaan mulai dari pemeriksaan kesehatan, toko pakan, penitipan hingga salon/*grooming*. Klinik hewan Fan Vet Petcare Gresik telah berdiri sejak tahun 2020 hingga sekarang dan sudah merawat banyak sekali hewan-hewan yang membutuhkan perawatan akibat sakit ataupun hewan-hewan yang terlantar di jalanan. Fan Vet Petcare Gresik ini didirikan oleh Drh. Firda Anjar Sari yang memang seorang pecinta hewan kemudian mendirikan sebuah klinik hewan yang diharapkan dapat membantu sesama pecinta hewan maupun hewan-hewan yang terlantar di jalanan dengan penanganan medis dengan baik. Nama Fan Vet Petcare Gresik sendiri diambil dari singkatan nama pemilik yakni Firda Anjar yang kemudian disingkat menjadi FAN sedangkan Vet diambil dari singkatan *veterinary* yakni bahasa inggris dari dokter hewan.



Gambar 1. 1 Foto Klinik Fan Vet Gresik
(Sumber : Dokumen Pribadi)

Dengan usaha klinik hewan yang sudah berdiri selama 3 tahun dan sudah melakukan banyak kegiatan promosi atau kampanye maupun membuat konten edukatif, tetapi identitas visual dari klinik hewan Fan Vet Petcare Gresik masih belum terbentuk dengan konsisten hingga sekarang. *Brand Identity* atau juga dikenal dengan istilah identitas visual (*visual identity*) merupakan sekumpulan tanda yang secara grafis mengandung ciri khas tertentu yang mencitrakan sebuah entitas yang diwakilinya (Sayatman et al., 2021)



Gambar 1. 2 Screenshot Konten Promo, Edukasi dan Kampanye Instagram
Fan Vet Petcare
(Sumber : Instagram Fan Vet Petcare)

Dengan gambaran tersebut, desain yang terdapat pada postingan Instagram Fan Vet Petcare memiliki tampilan yang tidak konsisten karena tidak adanya sebuah grafis yang memiliki ciri khas tertentu untuk mencitrakan sebuah entitas yang diwakilinya, hal ini menyebabkan orang lain susah mengenal ciri khas dari klinik Fan Vet Petcare. Dan juga alasan utama kendala dari desain promosi, kampanye maupun konten edukatif yang dibuat oleh Fan Vet Petcare terlihat monoton dan tidak adanya konsistensi karena sedari awal klinik

tersebut berdiri tidak mempunyai tim atau divisi desainer untuk mengerjakan keperluan desain dari klinik hewan Fan Vet Petcare Gresik.

Salah satu elemen yang sangat berperan penting untuk dapat memperkuat identitas visual dari klinik Fan Vet Petcare dan memperkuat hubungan antara *brand* dengan konsumen selain logo ialah dengan adanya maskot. Maskot adalah orang, hewan, yang memiliki sifat seperti manusia dan dianggap dapat membawa keberuntungan dan merepresentasikan identitas organisasi, produk, tim olahraga dan lain lain (Kurniawan & Sayatman, 2018). Peran maskot dalam dunia promosi menjadi sangat penting dikarenakan masyarakat modern saat ini lebih menyukai sesuatu yang menarik perhatian (Dewi & Handriyotopo, 2019). Desain karakter atau maskot sebagai sebuah identitas visual merupakan sebuah basis atau fondasi yang sangat efektif (Kelvin & Hananto, 2020). Dalam pembentukan sebuah karakter dari maskot juga harus memerlukan sebuah pertimbangan untuk membentuk visualisasi karakter yang cocok dan dapat menggambarkan citra yang baik dari perusahaan. Visualisasi sebuah karya desain harus bersifat afektif serta memberikan sebuah persepsi yang memiliki suatu makna mendalam (Julianto et al., 2021). Sebuah penelitian di Jepang menghasilkan analisis dari beberapa desain karakter maskot lokal, dapat dipahami bahwa makna afektif dapat diperoleh dari representasi: *cheerful, simple, amiable, humorous, gentle, innocent, cute, gorgeous, dan carefree* (Gn, 2016). Afeksi cenderung dapat menghasilkan sebuah alasan untuk suatu obyek visual dapat dinyatakan bermakna “*cute*” serta mengandung medium interaksi (Hotogi & Hagiwara, 2015). Sehingga, berdasarkan pernyataan tersebut dengan adanya maskot dengan gaya yang terkesan “*cute*” untuk klinik hewan Fan Vet Petcare akan dapat dengan mudah menarik perhatian audiens.

Dengan permasalahan yang ada, peran maskot memiliki potensi untuk meningkatkan identitas visual dengan efektif dari klinik hewan Fan Vet Petcare yang dapat digunakan dalam kegiatan promosi, kampanye maupun konten edukasi di sosial media serta penjualan *merchandise* dari maskot.

1.2. Identifikasi Masalah

1. Sejak didirikan dari tahun 2020, klinik Fan Vet Petcare belum memiliki maskot dan identitas visual yang kuat.
2. Konsumen atau audiens belum cukup menyadari ciri khas dari identitas visual milik Fan Vet Petcare karena tidak adanya konsistensi dan ciri khas dalam desain yang dibuat.
3. Menurut hasil wawancara dengan Drh. Firda Anjar Sari selaku pemilik klinik hewan

Fan Vet Petcare Penyebab utama pengerjaan desain untuk klinik hewan Fan Vet Petcare belum maksimal ialah tidak adanya tim khusus untuk mengerjakan pekerjaan desainnya.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka didapatkan rumusan masalah dari perancangan ini adalah sebagai berikut:

“Bagaimana merancang desain maskot sebagai identitas visual klinik hewan Fan Vet Petcare agar mudah dikenal oleh masyarakat?”

1.4. Batasan Masalah

Batasan masalah yang akan dibahas pada perancangan tugas akhir ini adalah sebagaiberikut:

1. Perancangan ini berfokus pada desain maskot klinik Fan Vet Petcare Gresik dan tidak mengerjakan selain desain maskot dan implementasinya sendiri.
2. Gaya desain dari karakter yang akan dibuat berupa gaya kartun agar memiliki kesan “cute” yang jika diartikan dalam bahasa Indonesia berartikan imut, lucu dan manis.

1.5. Tujuan Perancangan

Tujuan dari “Perancangan Desain Maskot Sebagai Identitas Visual Klinik Fan Vet Petcare Gresik” adalah sebagai berikut:

1. Membuat desain maskot sebagai identitas visual dari klinik hewan Fan Vet Petcare agar memiliki ciri khas dan mudah dikenal oleh masyarakat.
2. Untuk mempromosikan klinik Fan Vet Petcare agar mendapatkan peningkatan hasil pendapatan yang lebih baik dari sebelumnya.
3. Membantu memudahkan dalam pengerjaan desain dari konten-konten yang akan dibuat nantinya oleh klinik Fan Vet Petcare setelah adanya maskot sebagai identitas visualnya

1.6. Manfaat Perancangan

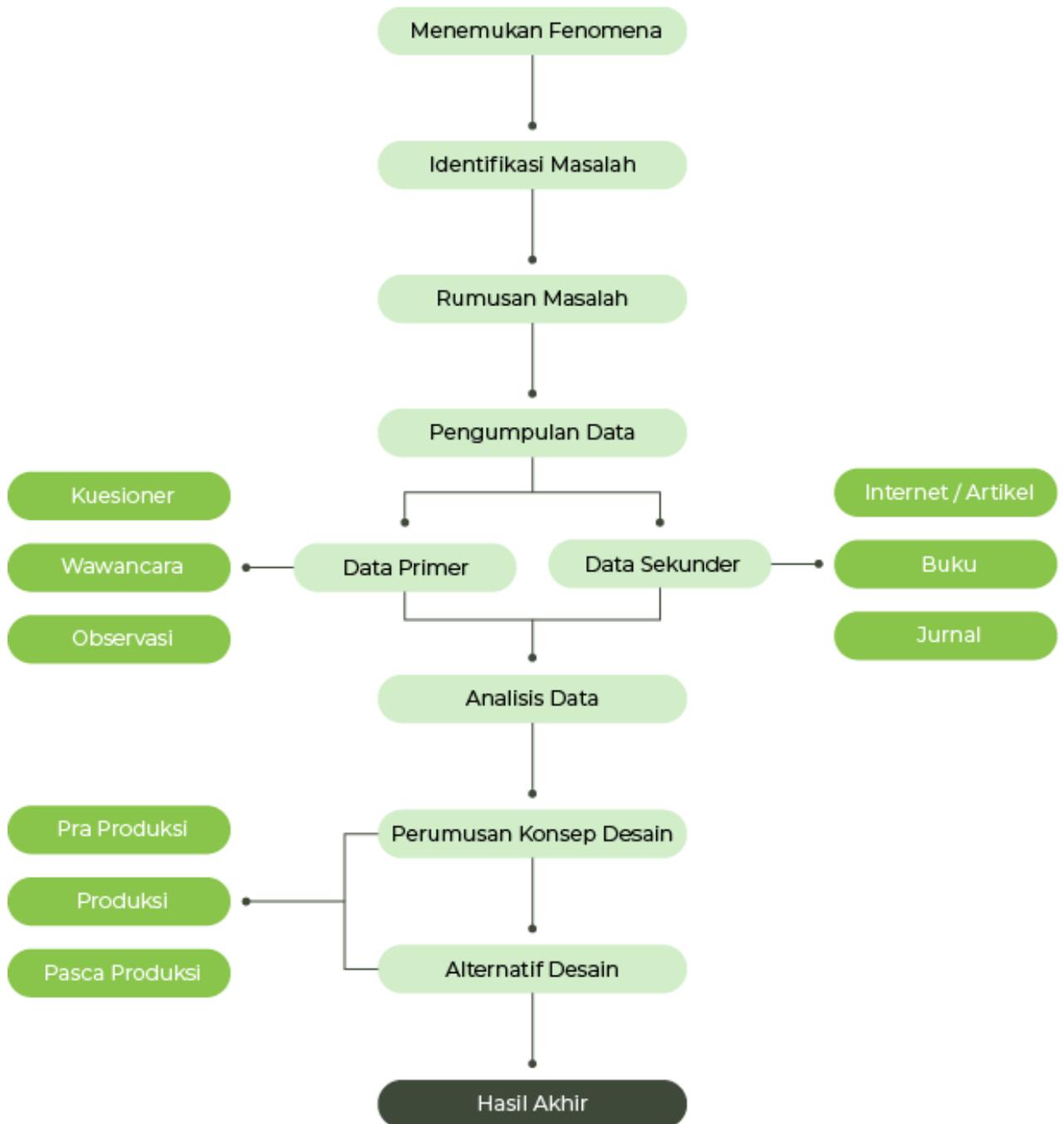
Manfaat dari “Perancangan Desain Maskot Sebagai Identitas Visual Klinik Fan Vet Petcare Gresik” adalah sebagai berikut:

1. Klinik Fan Vet Petcare akan memiliki ciri khas dari maskot yang digunakan sebagai identitas visual sehingga masyarakat bisa dengan mudah membedakan klinik Fan Vet Petcare dengan klinik hewan yang lain.

2. Maskot dapat memberikan nilai tambah ekonomi melalui penjualan *merchandise* dari maskot klinik Fan Vet Petcare.
3. Mengalami peningkatan kualitas yang lebih baik dalam kegiatan promosi.
4. Klinik Fan Vet Petcare termudahkan dalam pengerjaan desain setelah adanya maskot sehingga tidak kesulitan seperti sebelumnya dalam menjaga konsistensi dari desain promosi, kampanye maupun konten edukasi.

1.7. Kerangka Perancangan

Adapun kerangka perancangan yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan pada penelitian dijelaskan dengan bagan alur sebagai berikut:



Tabel 1.1. Tabel Kerangka Perancangan
(Sumber : Dokumen Pribadi)