

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hewan peliharaan dan hewan ternak memainkan peran penting dalam kehidupan sehari-hari, baik dari segi ekonomi maupun sosial. Hewan ternak seperti sapi, kambing, ayam, dan domba sangat berperan dalam pemenuhan kebutuhan pangan dengan daging, susu, dan telur, yang merupakan sumber protein utama masyarakat. Sebaliknya, hewan peliharaan seperti anjing, kucing, burung, dan reptil semakin populer di banyak tempat, keberadaan mereka baik untuk kesehatan emosional dan psikologis pemiliknya. Meskipun memiliki fungsi yang berbeda, kedua jenis hewan ini membutuhkan perawatan khusus dalam hal kesejahteraan dan kesehatan. Kualitas hidup yang baik, termasuk kondisi fisik, psikologis, dan lingkungan tempat tinggal, dikenal sebagai kesejahteraan hewan (Apriani et al., 2018), kesehatan hewan dapat memiliki dampak langsung terhadap kesehatan manusia, terutama dalam hal zoonosis (penyakit yang dapat ditularkan dari hewan ke manusia). Oleh karena itu, menjaga kesehatan dan perawatan hewan peliharaan maupun ternak yang tepat adalah cara penting untuk melindungi pemiliknya dari potensi risiko kesehatan.

Keberadaan klinik hewan sangat penting karena mereka menyediakan layanan kesehatan yang mendukung pencegahan penyakit, perawatan darurat, vaksinasi, dan diagnosis untuk hewan peliharaan dan ternak, serta memastikan kesejahteraan hewan yang berkontribusi pada kesehatan masyarakat secara umum. Klinik hewan Annajah Pet, Vet Care & Poultry Shop merupakan klinik hewan yang menyediakan kebutuhan beberapa pakan hewan ternak atau hewan peliharaan, serta melayani vaksinasi, pemeriksaan kesehatan, salon/*grooming*, rawat inap, hingga menyediakan layanan operasi pada hewan peliharaan. Annajah Pet, Vet Care & Poultry Shop telah berdiri sejak tahun 2022 dan terus beroperasi hingga saat ini dan telah memberikan layanan terhadap hewan peliharaan maupun ternak baik masalah kesehatan, kebutuhan pakan, dan *grooming*. Klinik hewan Annajah Pet, Vet Care & Poultry Shop bertempat di Desa Besowo, Kabupaten Kediri yang didirikan oleh Drh. Dwi Novita Putri, memiliki klinik hewan tersebut memberi nama "Annajah" yang memiliki arti sebuah kesuksesan serta kata "Pet, Vet Care & Poultry Shop" diadaptasi dari bahasa Inggris yang berarti hewan peliharaan, singkatan dari *veterinary* yang berarti dokter hewan, serta *poultry* yang berarti unggas.



Gambar 1. 1 Foto Klinik Hewan Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop

Sumber : Dokumentasi Pribadi

Annajah Pet, Vet Care & Poultry Shop yang telah berdiri selama 2 tahun dan telah banyak melayani pasien, namun belum terbentuk identitas visual yang kuat hingga kini, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Annajah Pet, Vet Care & Poultry Shop yaitu Drh. Dwi Novita Putri mengatakan bahwa pada kegiatan pemasaran yang digunakan oleh klinik hewan Annajah Pet, Vet Care & Poultry Shop masih dilakukan lewat mulut ke mulut oleh pelanggan, hanya menggunakan media banner yang berada di depan klinik hewan, dan juga belum melakukan pemasaran melalui media sosial ataupun web. Dari data kuisisioner yang telah disebar, sebanyak 41,9% responden mengetahui Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop dari melihat papan nama atau lokasi klinik, sebanyak 29% kunjungan langsung ke klinik, serta 22,6% responden mengetahui melalui rekomendasi teman/keluarga (mulut ke mulut), sehingga rata-rata pelanggan dari Annajah Pet, Vet Care & Poultry Shop adalah pelanggan tetap. Suatu bisnis harus membangun merek jika ingin bertahan lama dan bersaing di pasar (Pratama et al., 2022) *branding* merupakan suatu proses dalam pembentukan merek atau citra yang dilakukan perusahaan terhadap sebuah produk, *branding* juga penting dalam kegiatan pemasaran serta Terbukti bahwa strategi *branding* dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan produk (Muhammad et al., 2021), Hasil dari pengabdian masyarakat menganalisis *branding* pada skala kecil dapat meningkatkan penjualan sebesar 20% dari penjualan sebelumnya (Halim et al., 2019).



Gambar 1. 2 Logo Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop

Sumber : Dokumen Pemilik Klinik

Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop memiliki 2 logo untuk pelayanan kesehatan hewan dan penyediaan pakan hewan, dengan desain logo yang sama hanya dibedakan dengan *logotype* dimasing masing logo. Dengan adanya 2 logo tersebut menunjukkan tampilan yang belum kuat dan konsisten karena belum memiliki ciri khas yang menjadikan Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop lebih dikenal oleh masyarakat. Identitas merek yang kuat harus dikomunikasikan secara visual untuk membedakannya dari pesaing (Listya & Rukiah, 2018) Identitas visual yang kuat dapat membuat sebuah merek lebih menonjol di pasar yang ramai, menyampaikan nilai dan karakternya, serta membangun kepercayaan konsumen (Ardy et al., 2024). Dengan beberapa permasalahan diatas karena kurangnya kesadaran pada merek di kalangan masyarakat umum. Pada wawancara yang penulis lakukan dengan Drh. Dwi Novita Putri selaku pemilik klinik hewan Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop mengatakan bahwa kegiatan promosi belum dilakukan melalui media sosial sehingga belum mencapai target konsumen yang luas. Media sosial mampu memperluas jangkauan pemasaran produk UMKM serta menyediakan solusi komunikasi interaktif langsung antara pelaku bisnis UMKM dan pelanggan (Huda M, 2020). Di era digital, media sosial kini telah menjadi tren dalam komunikasi pemasaran.(Arum Wahyuni Purbohastuti, 2017).

Kuisisioner online dibagikan untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat kepada Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop. Sebanyak 45,2% responden jika mendengar nama Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop sebagai layanan kesehatan hewan, 41,9% responden mengenal sebagai klinik hewan terpercaya, dan 9,7% responden mengenal sebagai toko perlengkapan hewan (*Pet Shop*), Data ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat lebih

mengenal Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop sebagai penyedia layanan kesehatan hewan. Persepsi ini memperlihatkan bahwa aspek klinik kesehatan hewan lebih dominan dibandingkan dengan perannya sebagai toko perlengkapan hewan dan klinik hewan. Dengan demikian, terdapat ketimpangan dalam persepsi masyarakat mengenai layanan yang ditawarkan oleh Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop.

Dengan melakukan *re-branding* sebagai upaya untuk meningkatkan *brand awareness* yang kuat pada masyarakat dari klinik hewan Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop, merubah persepsi masyarakat terhadap Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop, serta meningkatkan efektivitas media sosial yang dapat dilakukan dalam promosi untuk mencapai target konsumen yang luas.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Berdasarkan dokumentasi klinik hewan Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop memiliki 2 logo yang berbeda pada bagian logotype sehingga pada penggunaannya menjadi kurang konsisten serta identitas visual yang kurang kuat. Identitas visual yang kuat dapat membuat sebuah merek lebih menonjol di pasar yang ramai, menyampaikan nilai dan karakternya, serta membangun kepercayaan konsumen (Ardy et al., 2024)
2. Berdasarkan wawancara dengan Drh. Dwi Novita Putri selaku pemilik klinik hewan Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop bahwa Klinik hewan Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop tidak memiliki media sosial sebagai sarana media promosi. Adanya situs jejaring sosial ini dijadikan peluang usaha yang baik untuk memasarkan atau mengkomunikasikan produk yang akan dijual (Huda M, 2020)
3. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan Drh. Dwi Novita Putri selaku pemilik klinik hewan Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop mengatakan bahwa rata-rata pelanggan dari tahun 2022 hingga saat ini adalah pelanggan lama, serta berdasarkan dari hasil kuisisioner sebanyak 62% responden tidak mengetahui tentang klinik hewan Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop, serta 38% responden mengetahui tentang klinik hewan Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop. Target kuisisioner ini memang ditujukan untuk responden yang berdomisili di Kabupaten Kediri, karena lokasi dari klinik hewan tersebut bertempat di Kabupaten Kediri dan dari hasil wawancara sebelumnya, pemilik mengatakan bahwa konsumen rata-rata dari berbagai

kecamatan di Kabupaten Kediri. sehingga Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop membutuhkan upaya *rebranding* untuk meningkatkan kesadaran merek pada masyarakat.

4. Berdasarkan dari hasil kuisisioner menunjukkan sebanyak 41,9 % responden jika mendengar nama Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop sebagai klinik hewan terpercaya, 45,2% responden mengenal Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop sebagai layanan kesehatan hewan, dan sebanyak 9,7% responden mengenal Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop sebagai toko perlengkapan hewan, dari hasil kuisisioner tersebut menyatakan bahwa citra Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop hanya kuat sebatas pelayanan klinik hewan. Dari perancangan ini penulis ingin membuat citra Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop kuat di keduanya, yaitu sebagai layanan klinik hewan, penyedia makanan untuk hewan peliharaan dan unggas, yang profesional dalam bidangnya.

1.3 Rumusan Masalah

" Bagaimana merancang *rebranding* klinik hewan Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop agar lebih menarik dan sebagai upaya meningkatkan *brand awareness* ? "

1.4 Batasan Masalah

1. Perancangan ini berfokus pada membangun merek Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop, dengan pembuatan identitas visual.
2. Dalam perancangan ini penulis akan mendesain logo, *graphic standard manual* (gsm) serta beberapa media *branding* seperti, konten postingan instagram, *sign system*, *merchandise*.

1.5 Tujuan Perancangan

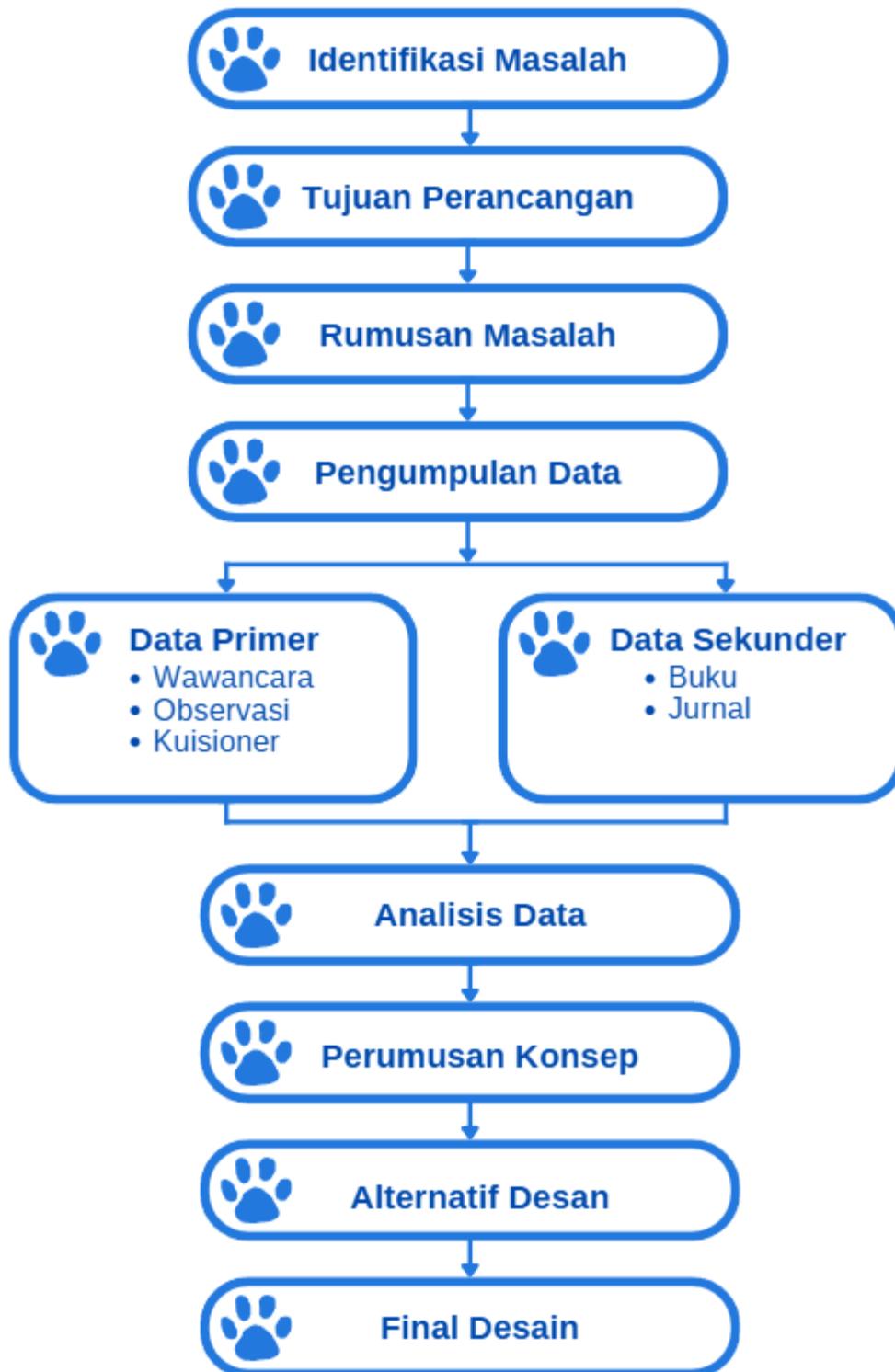
1. Merancang *rebranding* klinik hewan Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop dengan efektif, dan konsisten.
2. Untuk pengupayaan efektivitas media sosial sebagai sarana promosi agar dapat dikenal lebih banyak konsumen
3. Meningkatkan *brand awareness* masyarakat luas untuk lebih mengenal merek klinik hewan Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop.

4. Merancang *rebranding* yang memungkinkan *Annajah Vet Care* lebih unggul dan kompetitif dalam menghadapi pesaing di industri klinik hewan dan pet shop, sehingga mampu menarik lebih banyak pelanggan.

1.6 Manfaat Perancangan

1. Perancangan identitas visual yang kuat akan membantu merek lebih mudah dikenali dan diingat oleh audiens. Ini dapat meningkatkan kredibilitas dan profesionalitas merek, sehingga menciptakan daya tarik yang lebih besar bagi konsumen potensial.
2. Dengan identitas visual yang konsisten akan membantu meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap merek. Semakin banyak orang mengenal dan tertarik pada klinik hewan Annajah Vet Care, Pet & Poultry Shop, semakin besar pula potensi peningkatan penjualan.
3. Desain yang menarik dan relevan di platform media sosial akan meningkatkan interaksi dengan audiens, memperluas jangkauan promosi, serta memaksimalkan efisiensi biaya pemasaran tanpa mengurangi dampaknya.

1.7 Kerangka Perancangan



Gambar 1. 3 Bagan Kerangka Perancangan

Sumber : Dokumen Pribadi