

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI GAIA DENTAL CLINIC DALAM BENTUK AUDIO VISUAL

Roza Melia¹⁾, Robby Usman²⁾, Vernanda Em Afdhal³⁾

¹ Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Email : rozamelia41@gmail.com

Abstrak

Oral health is an essential part of overall health, yet it is often neglected by the public. Many people only visit dental health facilities when the pain becomes unbearable. This leads to a low level of awareness about the importance of dental care, affecting the growth of the dental health industry. GAIA Dental Clinic, a modern dental clinic in Padang City, recognizes the importance of effective promotional media to increase public awareness. Currently, the clinic relies heavily on print media and has not fully utilized the potential of digital media. Therefore, this study aims to design promotional media in the form of audiovisual content to help GAIA Dental Clinic expand its reach and improve interactions with potential patients. By utilizing effective visual communication strategies, it is expected that the clinic will attract more people to utilize the dental health services they offer.

Kata kunci: *GAIA Dental Clinic, Promotional Media, Audio Visual*

PENDAHULUAN

Kesehatan merupakan aspek yang paling penting di kehidupan manusia, karena dengan memiliki tubuh yang sehat, masyarakat dapat menjalankan aktivitas sehari-hari dengan baik. Kesehatan yang juga perlu di perhatikan masyarakat selain kesehatan tubuh secara umum ialah kesehatan gigi dan mulut karena dapat mempengaruhi kesehatan tubuh secara menyeluruh.

Kesehatan gigi seringkali tidak menjadi prioritas bagi sebagian masyarakat, mereka baru mengunjungi kesehatan pelayanan kesehatan gigi ketika rasa sakit pada gigi mereka sudah berat dan tidak dapat di tahan lagi. Hal ini di jelaskan oleh Susilawati (2014) bahwa 66,2% dari 98,7% masyarakat yang memerlukan perawatan gigi mengalami keluhan gigi berlubang, namun hanya 35% dari mereka yang sadar untuk pergi ke pelayanan kesehatan gigi, sedangkan sisanya yaitu 65% memilih untuk merawat dan mengobatinya sendiri. Rendahnya kesadaran masyarakat akan kesehatan gigi tentunya mempengaruhi pertumbuhan industri kesehatan gigi. Persaingan industri kesehatan gigi dapat di bilang semakin ketat, terbukti dengan semakin banyaknya perusahaan swasta yang mendirikan rumah sakit dan klinik gigi.

Persaingan yang ketat ini mendorong para pelaku bisnis untuk meningkatkan nilai dari bisnis mereka agar dapat bersaing di pasar. Seiring berkembangnya media pada era informasi yang semakin pesat ini, dunia menggunakan media sosial menjadi salah satu strategi yang di anggap efektif dan efisien untuk mempromosikan dan mempublikasikan usaha dan bisnis. Tidak dapat di pungkiri media sosial saat ini yang sering di gunakan untuk mempromosikan usaha dan bisnis antara lain Instagram, Facebook, Tiktok, dan Youtube. Dengan media sosial tersebut akan terbentuk strategi komunikasi pemasaran yang efektif dan efisien. Video yang efektif adalah pesan yang dapat membuat penerima tertarik yang memiliki strategi yang tepat sasaran.

Video termasuk salah satu media komunikasi modern, untuk menyampaikan pesan dengan jelas, dimana video menampilkan bentuk suatu objek dengan nyata, dengan adanya penggabungan gambar bergerak dan suara, sehingga masyarakat dapat mengetahui lebih jelas

informasi yang di sampaikan.

GAIA Dental Clinic adalah klinik Dokter gigi yang modern, ramah, dan profesional dengan harga yang terjangkau di Kota Padang. Klinik ini memiliki filosofi “ Melayani Sepenuh Hati 200% “ yang berarti kami selalu berusaha memberikan pelayanan dan kualitas kerja melebihi ekspektasi pasien. Berada di bawah naungan PT GAIA MEDIKA CAKRAWALA, klinik ini resmi berdiri pada 25 Februari 2022. Dengan bermodalkan pengalaman Founder Drg. Indira Ika sekaligus Chief Executive Officer (CEO) dari GAIA Dental Clinic. Drg. Indira adalah seorang profesional medis yang berdedikasi tinggi dalam memberikan layanan perawatan gigi berkualitas tinggi dan inovatif kepada seluruh pasiennya. Drg. Indira memiliki latar belakang sebagai alumni Universitas Airlangga, Surabaya, untuk meraih gelar dokter giginya, dan melanjutkan pendidikan pascasarjana Magister Administrasi Rumah Sakit (MARS) di Universitas Andalas.

Berawal dari pengalaman drg. Indira selama praktek di klinik lain kurang lebih 5 tahun, drg. Indira bersama suami Joshua Tri Putro Nugroho, S.T. Merupakan Co-Founder sekaligus Chief Operating Officer (COO) dari GAIA Dental Clinic. Akhirnya memberanikan diri untuk membangun GAIA Dental Clinic.

GAIA Dental Clinic hadir sebagai jawaban bagi masyarakat Sumatera Barat untuk bisa mendapatkan perawatan gigi yang berkualitas, pelayanan yang bersahabat, dengan harga yang terjangkau. Sebagai pendiri sekaligus direktur utama dari GAIA Dental Clinic, Drg. Indira memiliki visi yang kuat untuk selalu memastikan seluruh tim GAIA memberikan pelayanan sepenuh hati, menghadirkan klinik dengan fasilitas yang nyaman dan ramah bagi pasien & keluarga, serta mendvelop seluruh tim GAIA Happy Family agar terus bertumbuh dan berkembang.

Sebagai seorang profesional di salah satu perusahaan otomotif terbesar di Indonesia, maka kedua pasangan suami istri ini memberanikan diri untuk mencoba melangkah untuk mencapai cita-cita mereka, yaitu menjadi berkat untuk banyak orang melalui pelayanan medis dokter gigi. Hingga saat ini, GAIA Dental Clinic sudah mempunyai 4 klinik yang beranggotakan 25 Dokter Gigi.

GAIA Dental Clinic menyadari pentingnya keberadaan di media sosial untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan memperkenalkan layanan kesehatan yang mereka tawarkan. Namun saat ini GAIA Dental Clinic belum konsisten dalam mengelola media sosialnya. Hal ini menyebabkan jangkauan interaksi dengan calon pasien terbatas.

Berdasarkan uraian tersebut, di perlukan sebuah solusi agar nantinya dapat membantu GAIA Dental Clinic dalam mempromosikan klinik ini di tengah masyarakat khususnya kota Padang. GAIA Dental Clinic juga menginginkan media promosi ini dapat diintegrasikan secara efektif dan efisien dengan platform digital mereka seperti situs web dan media sosial, untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi dengan calon pasien. Dengan demikian, pengembangan media promosi audio visual menjadi langkah strategis dalam membangun hubungan yang lebih kuat dengan masyarakat dan memperkuat citra klinik sebagai penyedia layanan kesehatan gigi yang terpercaya dan inovatif.

Dari penjelasan tersebut maka penulis tertarik mengungkapkannya dalam Karya Akhir “ Perancangan Media Promosi GAIA Dental Clinic Dalam Bentuk Audio Visual “.

METODE PENELITIAN

1. Metode Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi diperlukan untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk mencari referensi yang berkaitan dengan masalah yang ditemukan. Observasi dilakukan di salah satu cabang GAIA Dental Clinic di Jl. Andalas No.6, Simpang Haru, Kec. Padang Timur, Sumatera Barat. Selama observasi terlihat bahwa kenyamanan dan kepuasan pasien menjadi prioritas utama dalam pelayanan di GAIA Dental Clinic, baik dari fasilitas, dan alat-alat yang di gunakan untuk pemeriksaan pasien yang sudah ter sertifikasi standar internasional, serta didampingi oleh dokter-dokter muda yang profesional dan ramah.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses pengumpulan data untuk memperoleh langsung dari sumbernya. Dari hasil wawancara dengan kak Muthi salah satu pihak management GAIA Dental Clinic, penulis mendapatkan informasi mengenai sejarah singkat serta permasalahan yang di alami GAIA Dental Clinic. GAIA Dental Clinic resmi berdiri pada 25 Februari 2022. Dengan bermodalkan pengalaman Founder drg. Indira Ika Christianti sebagai dokter gigi selama 5 tahun lebih dan Co-Founder Joshua Triputro Nugroho, S.T. Sebagai seorang profesional di salah satu perusahaan otomotif terbesar di Indonesia, maka kedua pasangan suami istri ini memberanikan diri untuk mencoba melangkah untuk mencapai cita-cita mereka, yaitu menjadi berkat untuk banyak orang melalui pelayanan medis dokter gigi. Hingga saat ini, GAIA Dental Clinic sudah mempunyai 4 klinik yang berdiri di Kota Padang, Bukittinggi dan Pekanbaru.

GAIA Dental Clinic menyadari pentingnya keberadaan di media sosial untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan memperkenalkan layanan kesehatan yang mereka tawarkan. Namun saat ini GAIA Dental Clinic belum konsisten dalam mengelola media sosialnya. Hal ini menyebabkan kurangnya eksposur dan kurangnya aksesibilitas informasi bagi masyarakat yang lebih memilih untuk mencari informasi melalui platform digital.

c. Data Visual

Data Visual berupa foto-foto, gambar, dan dokumentasi yang digunakan untuk memberikan gambaran visual tentang GAIA Dental Clinic, Fasilitas, dan pelayanan klinik.



Gambar 1 Resepsionis Klinik
(Sumber : Roza, 2024)

2. Metode Perancangan

a. Target Audience

Merupakan pencapaian media terhadap target audience sebelum menentukan tujuan kreatif, strategi kreatif dan program kreatif terlebih dahulu ditentukan karakter target audience. Berikut keterangan secara geografis dan demografis.

b. Geografis

Ditinjau dari faktor geografi, yang dimaksud yaitu dimana tempat yang akan dijadikan sebagai tempat penyampaian pesan kepada orang tua dan anak-anak. Daerah yang menjadi sasaran ini berada di daerah lokal maupun mancanegara.

c. Demografis

Target Demografi atau kependudukan harus mencakup seluruh kalangan atau golongan masyarakat dari berbagai lapisan. Faktor demografi yang digunakan paling luas adalah jenis kelamin, usia, dan pendidikan. Peninjauan dilakukan untuk kategori orang dewasa dan anak-anak dan tinggal di daerah tersebut guna untuk merancang sebuah perancangan.

d. Psikografis

Psikografis adalah sifat psikologis yang membuat konsumen berbeda dalam menanggapi dan menilai sesuatu. Dimana hal ini menyangkut sifat manusia itu sendiri seperti kelas sosial, gaya hidup, dan kepribadian.

Yang menjadi target dalam perancangan ini adalah Masyarakat umum yaitu Orang Dewasa dan Anak-anak. Pada kalangan ini anak-anak sangat rentan terhadap kesehatan gigi dan kerap kali mereka takut untuk ke dokter gigi, namun di GAIA Dental Clinic menyediakan fasilitas dan pelayanan yang lengkap dan ramah terhadap anak-anak. Tentu ini akan menjadi nilai plus oleh pasien nantinya, dimana pasien akan merasa nyaman ketika melakukan perawatan.

e. Behavior

Menjelaskan perilaku yang berpengaruh dengan kepribadiannya, dalam konteks behavioral maka target audiens yang dituju adalah Masyarakat umum yaitu Orang Dewasa dan Anak-anak yang tertarik untuk berkunjung ke klinik gigi.

3. Tujuan Kreatif

Tujuan kreatif yang ingin dicapai dalam perancangan media promosi GAIA Dental Clinic dalam bentuk audio visual ini adalah menumbuhkan rasa tertarik atau minat pada masyarakat untuk berkunjung ke GAIA Dental Clinic.

Konsep audio visual ini diharapkan dapat dijadikan media dalam memberikan visualisasi dan dapat menyampaikan maksud dan tujuan dengan perancangan media promosi GAIA Dental Clinic yang merupakan salah satu klinik gigi yang ada di Kota Padang.

4. Strategi Media

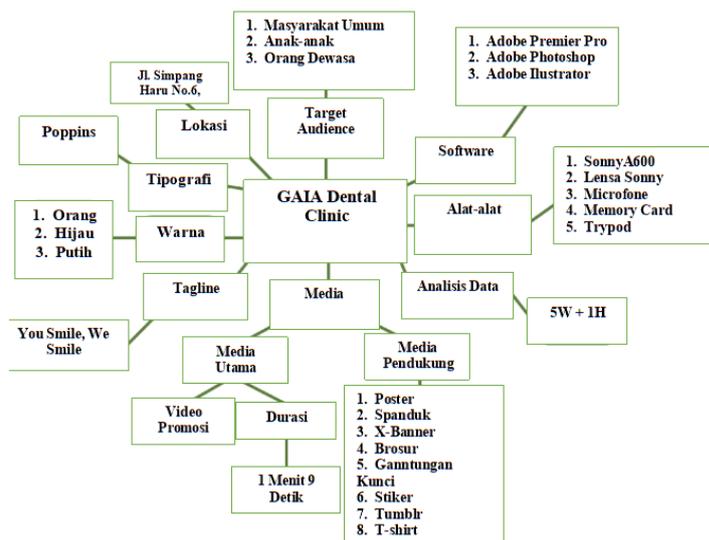
Media promosi ini berupa Poster, X-Banner, Spanduk, T-Shirt, Totebag, Gantungan Kunci, Tumbler, Topi, dan Brosur.

HASIL DAN DISKUSI

1. Konsep

Perancang Video Promosi GAIA Dental Clinic bertujuan untuk memperkenalkan dan mempromosikan GAIA Dental Clinic yang ada di Padang, Video Promosi ini dikemas dengan narasi yang akan dibuat semenarik mungkin supaya pesan yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami oleh target audience, Selain hal itu pada perancangan video promosi GAIA Dental Clinic juga ditambahkan dengan adanya teks, tagline, dimana untuk memberikan informasi yang jelas dan efisien kepada masyarakat umum yaitu Orang Dewasa dan Anak-anak.

2. Brainstorming



Gambar 2 Brainstorming
(Sumber : Roza, 2024)

3. Hasil Perancangan

Pra Desain ini Digunakan untuk mengumpulkan semua bahan rancangan yang telah di siapkan untuk kemudahan proses perancangan Video Promosi nantinya, oleh sebab itu dalam proses Pra Desain ini diperlukan beberapa alternatif untuk memilih apa saja yang pas untuk digunakan dalam perancangan ini.



Gambar 3 Final Desain
(Sumber : Roza, 2024)

KESIMPULAN

Dari perancangan video promosi GAIA Dental Clinic, telah di dapat banyak pengalaman dan pengetahuan baru yang di peroleh, diantaranya ada bagaimana cara untuk menghasilkan sebuah video promosi yang dapat menarik para pasien untuk tidak takut berobat di GAIA Dental Clinic dan diharapkan informasi yang hendak disampaikan dapat di terima dengan baik.

Video Promosi ini berdurasi sekitar 1 menit 90 detik, dengan menggabungkan unsur video, tipografi dan audio yang mengacu pada konsep perancangan dan melalui proses produksi, video promosi ini berperan secara efektif dengan tujuan menyampaikan informasi kepada target audience. Di tahap produksi perancangan melalui beberapa proses yaitu pra desain, desain, dan pasca desain. Media pendukung dibuat dalam bentuk media cetak dan digital. Penerapan layout atau tata letak media pendukung sesuai dengan prinsip- prinsip desain agar mendapat hasil yang baik.

Media pendukung juga berperan dalam mendukung media utama agar tujuan yang diberikan kepada target audience tersampaikan. Dengan demikian perancangan video promosi dan media pendukungnya bisa menjangkau audience nya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama proses penulisan Laporan Tugas Akhir ini, penulis memperoleh banyak bantuan dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Rahimuhullah (Alm) Bapak H. Herman Nawas. Selaku pendiri Yayasan Perguruan Tinggi Komputer “YPTK” Padang.
2. bu Dr. Hj. Zerni Melmusi, MM, Ak, CA selaku pendiri dan Ketua Yayasan Perguruan Tinggi Komputer “YPTK” Padang.
3. Bapak Prof. Dr. Sarjon Defit, M.Sc, selaku Rektor Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
4. Bapak Dr. Riki Iskandar, S.Ds, M.Sn selaku Dekan, Fakultas DKV Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang.
5. Dr. Robby Usman, S.Ds, M.Sn, selaku dosen pembimbing I yang telah banyak membantu, memberikan bimbingan, ilmu dan pengarahan pada penulisan tugas akhir ini selesai.
6. Dr. Vernanda Em Afdal, S.Ds, M.Sn, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak membantu, memberikan bimbingan, ilmu dan pengarahan pada penulisan tugas akhir ini selesai.
7. Bapak dan Ibu staff yang mengajar jurusan Desain Komunikasi Visual Universitas Putra Indonesia “YPTK” Padang yang telah membantu kelancaran penulis dalam menyelesaikan studi.
8. Drg. Indira Ika Christianti, M.A.R.S, selaku Founder & CEO GAIA Dental Clinic yang telah memberikan izin kepada penulis untuk pengambilan data.
9. Pihak Management GAIA Dental Clinic cabang Veteran dan Simpang Haru yang telah membantu dan memberikan dukungan selama proses pengambilan data.

BIBLIOGRAFI

1. Adi Kusrianto. (2007). Desain: Konsep dan Penerapannya. Jakarta: Penerbit Adi.

2. Agustinus Sutanto. (2020). Peta Metode Desain. Yogyakarta: Penerbit Gadjah Mada University Press.
 3. Anggraini, M., & Nathalia, E. (2016). Desain Komunikasi Visual: Seni dan Informasi. Bandung: Penerbit ITB Press.
 4. Beta, A. (2008). Desain Kreatif: Teori dan Aplikasi. Surabaya: Penerbit Erlangga.
 5. Cenadi. (1999). Fungsi Desain Komunikasi Visual. Bandung: Penerbit ITB Press.
 6. Hilmi, Mustofa. (2022). Pengantar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Penerbit UII Press.
 7. Ladjamudin, Al-Bahra Bin. (2005). Analisis dan Desain Sistem Informasi. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
 8. Putra, R. W. (2021). Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan. Jakarta: Penerbit Gramedia.
 9. Susilawati, S. (2014). Kesehatan Gigi dan Masyarakat Indonesia. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
 10. Sutanto, A. (2020). Peta Metode Desain. Yogyakarta: Penerbit Gadjah Mada University Press.
 11. Tinarbuko, S. (2015). Desain Komunikasi Visual: Teori dan Praktik. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
 12. Wahyuningsih, S. (2015). Desain Komunikasi Visual. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Wursanto, I. (2001). Komunikasi dan Penyampiannya. Yogyakarta: Penerbit Gadjah Mada University Press.