

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial, dimana bersosialisasi merupakan sesuatu yang mutlak dalam kehidupannya karena manusia hidup saling membutuhkan. Berteman termasuk dalam bersosialisasi. Manusia membutuhkan teman dan seringkali menjadikan hewan peliharaannya sebagai salah satu teman dalam kehidupannya. Disamping menjadikan hewan peliharaannya sebagai salah satu temannya manusia juga memiliki motivasi-motivasi lain dalam memelihara hewan tersebut (misalnya sebagai anjing penjaga, burung dan ikan untuk keindahan dipandang, burung untuk keindahan didengar, kuda untuk dikendarai, anjing dan kucing untuk dilombakan dan sebagainya).

Melihat bahwa dunia hewan peliharaan di tanah air semakin hari semakin diminati, kini sudah banyak tersebar Pet Center dan semacamnya yang menjual berbagai jenis hewan peliharaan seperti kucing, anjing, kelinci, hamster, iguana, katak dan kura-kura sampai ular dan binatang jinak lainnya, termasuk menyediakan berbagai macam keperluan untuk hewan-hewan tersebut. Kehadiran binatang peliharaan di rumah konon bisa menggantikan posisi seorang teman. Secara fisik, misalnya anjing dan kucing dilihat dari bentuk badan dan bulu yang panjang dan menggemaskan, mereka memang secara langsung memberikan hiburan tersendiri terutama bagi pemiliknya. Namun itu semua tentunya harus didukung dengan perawatan yang baik dan maksimal. Hal utama yang penting dalam merawat hewan adalah hewan tersebut tetap dalam keadaan sehat sehingga kecil kemungkinan hewan peliharaan menularkan penyakitnya. Binatang jinak khususnya kucing dan anjing termasuk hewan yang sangat populer dipilih sebagai hewan peliharaan. Mereka dapat mudah terserang penyakit jika tidak dirawat dengan baik. Maka pemberian vaksin,

vitamin, juga kebersihan hewan dan lingkungan merupakan faktor utama yang patut diperhatikan oleh para pemilik hewan.

Dengan semakin majunya pendidikan bangsa, semakin meningkat pula kualitas hidup masyarakat Indonesia sehingga tidak sedikit juga keluarga atau peorangan yang memelihara hewan peliharaan menyediakan aksesoris lengkap yang dibutuhkan untuk hewan kesayangan, seperti contohnya ukuran dan desain kandang tak lagi dibuat sesimpel dan seminimal mungkin, dan bahkan ada yang merelakan mengeluarkan uang lebih untuk memanjakan hewan peliharaan khususnya kucing dan anjing dengan jasa layanan yang tersedia mulai dari salon hewan, tempat pelatihan sampai dengan penitipan dan klinik hewan yang saat ini berkembang sangat pesat sesuai permintaan masyarakat dengan kebutuhan tersebut.

Andrawina Pet Center adalah sebuah tempat khusus melayani hewan peliharaan yang lengkap yaitu meliputi klinik hewan, salon, tempat penitipan dan *supplies* yang menjual segala keperluan binatang peliharaan mulai dari obat, pakan sampai aksesoris. Sesuai namanya yang diambil dari bahasa sansekerta yang artinya tempat yang indah, Andrawina Pet Center menjadikan tempatnya tetap terjaga keindahannya, higienis dan tidak melupakan unsur estetikanya. Andrawina Pet Center hadir dengan Misi, memberi manfaat dan solusi secara tuntas bagi para pemilik hewan peliharaan dengan membantu memberikan pelayanan terbaik untuk para pasiennya. Dan visi nya adalah menjadi Pet Center terlengkap di Bandung yang mudah dijangkau seluruh pelanggan.

Dengan interior konsep natural, Andrawina Pet Center ingin kenyamanan pasien dan pelanggan diutamakan sehingga jauh dari kesan kaku dan formal seperti klinik pada umumnya. Kebersihan menjadi suatu hal yang penting di Andrawina Pet Center sebagai salah satu bentuk sosialisasi bagaimana cara memelihara hewan yang tepat.

Bidang usaha klinik Andrawina Pet Center memberikan pelayanan kesehatan mulai dari penyediaan nutrisi, baik untuk nutrisi preventif, *therapy* maupun *maintenance* serta multivitamin, baik untuk bulu, peredaran darah, otot dan nafsu makan. Dengan merawat binatang dengan baik dan benar maka hewan akan terhindar dari penyakit dan kita yang merawatnya juga kecil kemungkinan tertular penyakit dari binatang tersebut.

Andrawina Pet Center yang berlokasi di jalan Belitung No. 3 Bandung, berdiri pada tahun 2002 oleh Drh. Endang Soeryo selaku dokter hewan, yang ide awalnya berangkat dari permintaan para pasien pemilik hewan peliharaan yang kesulitan pada waktu hewan kesayangannya sakit atau ditinggal pergi dalam jangka waktu yang cukup lama. Untuk hewan yang sedang sakit, biasanya dibawa ke bagian rawat inap. Keputusan untuk rawat inap seekor hewan harus menunggu hasil diagnosis dari dokter. Contohnya untuk kucing, selama ini banyak mengidap penyakit *scabies*, pencernaan, hingga influenza. Bila memungkinkan, setelah atau selama pengobatan, pemilik dapat memberikan *aromatherapy* yang berfungsi membantu memulihkan kesehatan hewan kesayangan. Berbagai jenis *aromatherapy* ini memiliki fungsi yang berbeda antara satu dengan yang lain. Misalnya ada yang berfungsi untuk memberikan ketenangan, menyembuhkan hewan yang sedang sakit dan lain-lain. Penitipan hewan di Andrawina Pet Center langsung ditangani oleh mereka yang mampu merawat hewan dengan semestinya pasti akan membuat pemilik hewan yakin akan keselamatan dan kesehatan hewan tersebut. Sebelum dititipkan, biasanya pihak Andrawina Pet Centre akan menimbang berat badan binatang, apakah termasuk kategori yang mini, medium dan maksi yang ditentukan dengan berat badannya. Dengan membayar tarif sebesar Rp. 30.000,00 per hari, seekor hewan piaraan akan mendapatkan tempat penginapan yang disesuaikan dengan besar badannya dan makanan.

Dengan hadirnya Andrawina Pet Center dan layanan-layanan yang tersedia seperti contohnya, rawat inap ini sangat memudahkan para pemilik yang hewannya terserang penyakit karena ada bahaya dibalik semua itu, yaitu Zoonosis. Zoonosis adalah penyakit yang dapat menular ke manusia yang dapat berakibat fatal yaitu kematian. Hal ini tidak dapat disepelekan mengingat banyaknya kasus Zoonosis terjadi dan belum adanya kesadaran para pemilik hewan piaraan. Penyakit Zoonosis antara lain adalah *Toxoplasma*, *Rabies*, *Leptospirosis*, *Scabies* dan lainnya.

Angka perkembangan Pet Center khususnya di kota Bandung cukup pesat seiring dengan meningkatnya minat dari masyarakat sekitar. Pet Center yang menjual berbagai jenis binatang peliharaan, pakan sampai aksesoris hadir ditempat-tempat yang mudah dijangkau seperti salah satunya adalah di mall perbelanjaan selalu ramai dikunjungi para penyayang binatang. Untuk pakan dan aksesoris hewan sekarang ini

bahkan dapat dijumpai bukan hanya di Pet Center, tetapi juga tersedia di supermarket sampai toko yang menjual alat perlengkapan. Dari data tersebut juga dapat disimpulkan begitu banyak masyarakat yang memelihara binatang piaraan, maka dari itu kehadiran klinik hewan sangat penting diantara para pemilik hewan.

Masalah kesehatan hewan sangat penting karena pada umumnya hewan yang sakit harus ditangani dengan baik oleh ahlinya agar tidak menyebarkan virus Zoonosis. Dalam hal ini Andrawina Pet Center yang mempunyai satu dokter hewan dan delapan paramedis mengutamakan ketepatan dalam menangani hewan. Staff Andrawina Pet Center memperlakukan hewan secara manusiawi dan menganggap hewan adalah bagian dari keluarga sehingga menjadi jaminan akan perlakuan baik bagi para hewan yang ada di Andrawina Pet Center.

1.2 Identifikasi Masalah

Re-branding Andrawina Pet Center perlu dilakukan karena Andrawina Pet Center sebagai klinik, jasa penitipan dan salon hewan peliharaan, pada saat ini menampilkan identitas visual yang kurang mencerminkan sebagai Pet Center dan pemilihan media promosi yang kurang tepat. Sehingga membuat Andrawina Pet Center tenggelam oleh persaingan.

Dengan menciptakan tampilan visual baru Andrawina Pet Center yang lebih tepat kepada publik diharapkan dapat menarik konsumen untuk menaikkan kembali penjualan yang selama ini menurun. Peran Andrawina Pet Center ditengah-tengah para pemilik hewan peliharaan sangat penting karena sebagai tempat solusi dari segala permasalahan yang dihadapi oleh pemilik hewan, khususnya dalam menghadapi hewan yang sakit, dapat menggunakan jasa rawat inap yang tersedia bagi hewan yang sedang sakit untuk menghindarkan virus Zoonosis yang berbahaya.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana perencanaan re-branding Andrawina Pet Center? Identitas visual seperti apakah yang tepat untuk Andrawina Pet Center?

2. Bagaimana cara mempromosikan Andrawina Pet Center melalui media grafis yang efektif?

1.4 Tujuan Perancangan

Re-branding Andrawina Pet Center bertujuan agar mengembalikan citra positif Andrawina sebagai pet center yang terpercaya bagi para pemilik hewan dan mempromosikan ulang yang diharapkan dapat membantu perkembangan ekonomi Andrawina Pet Center menjadi lebih baik.

Perancangan re-branding akan dilaksanakan dengan dua tahap, yaitu branding kedalam dengan cara mengubah tampilan visual Andrawina Pet Center agar lebih tepat sebagai Pet Center yang melayani semua jenis hewan peliharaan, dan juga perencanaan media-media lainnya yang mendukung. Untuk tahap branding keluar, akan digunakan topik Zoonosis sebagai salah satu konsep verbal. Dengan adanya konsep verbal tersebut dapat menjadi acuan dalam memilih suatu alat media promosi yang efektif. Pada tahap kedua ini bertujuan untuk memperkuat proses re-branding Andrawina Pet Center dan tentu saja sebagai media pengenalan identitas visual yang baru. Media yang dipilih antara lain adalah website, spanduk, poster, iklan majalah, dan web banner.

1.5 Ruang Lingkup Perancangan

Penulis menggunakan prinsip-prinsip teori yang dijadikan kerangka pikir atau acuan pembahasan untuk memecahkan masalah yaitu menyadarkan masyarakat pemilik hewan peliharaan di kota Bandung, tentang pentingnya pemeliharaan hewan yang tepat untuk menghindarkan dari penyakit *Zoonosis* yang berbahaya dan dapat meluangkan waktunya untuk merawat peliharaannya di Andrawina Pet Center agar tetap sehat terjaga.

1.6 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1.6.1 Sumber Data

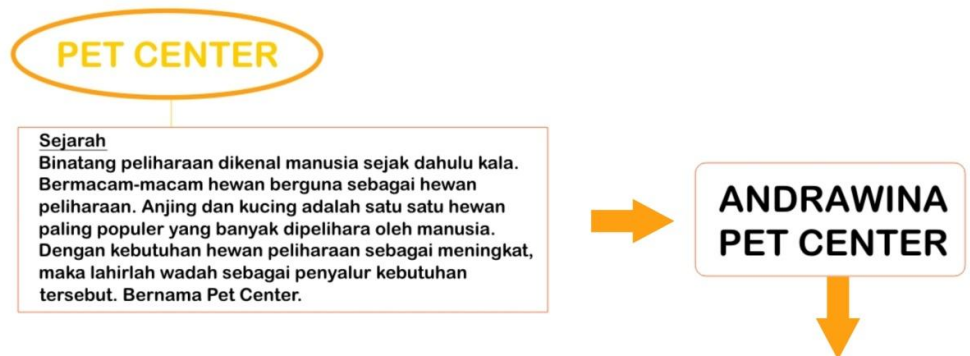
Data primer yang penulis dapatkan berupa pengamatan terhadap sejumlah situs web populer pecinta hewan peliharaan dan hasil diskusi berupa forum maupun langsung dengan pihak terkait. Survey langsung di lapangan dan wawancara dengan pihak terkait.

Selain data primer, penulis juga memperoleh data sekunder berupa data literatur dalam bentuk buku-buku mengenai pemeliharaan hewan peliharaan, majalah dan tabloid yang membahas mengenai hewan peliharaan, dan buku tentang branding, marketing komunikasi dan lain-lain.

1.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik penelitian yang digunakan dalam penyusunan laporan penelitian ini ialah observasi, studi kepustakaan, dan pengalaman pribadi penulis.

Untuk meneliti permasalahan maka akan dilakukan analisa dari sudut pandang umum dan Desain Komunikasi Visual, dengan metode deskriptif analitis, dengan menggunakan pendekatan studi literatur dari buku yang berhubungan dan internet serta dipecahkan melalui gambaran umum yang diperoleh di lapangan.



Fasilitas	: Salon, klinik, rawat inap, penitipan, suplai, obat-obatan.
Keunggulan	: - Sudah dikenal sejak lama - Service dan pelayanan yang baik - One stop pet care
Kompetitor	: - Paskal Pet Center - Hobi Pet Shop - City Pet - Pochi Pet Station - Pets Paradise - Pet Gallery
Promosi	: Brosur, iklan di radio.



masalah

1. Bentuk promosi kurang tersampaikan kepada user
2. Banyak kompetitor yang bermunculan dengan fasilitas baru
3. Desain dan media grafis yang kurang mendukung sebagai sarana promosi
4. Signing system kurang jelas dari luar

CITRA DIRI PERUSAHAAN



Logo :

Jenis font yang digunakan biasa, tidak ada ciri khas yang ditonjolkan. Unsur dan warna yang ada tidak saling mendukung satu sama lain, seperti berdiri sendiri-sendiri.

Warna :

Terlalu banyak warna yang digunakan untuk sebuah logo, jadi terlalu bercampur. Ada warna solid, warna gradasi, warna outline.

Citra :

Kesannya murahan untuk sebuah pet center terkenal seperti Andrawina. Kurang meyakinkan bahwa ini adalah sebuah pet center dengan fasilitas dan pelayanan yang baik.

Tabel Kerangka Berpikir I

rebranding Andrawina Pet Center

TAKTIK DAN STRATEGI



SEGMENTASI

Faktor geografis	: difokuskan untuk masyarakat yang tinggal di Kota Bandung.
Faktor demografis	: remaja ke dewasa (usia 15 th - 60 th) gender (pria dan wanita) status sosial (golongan menengah atas)
Faktor psikografis	: - masyarakat yang menyukai dan memiliki hewan peliharaan (anjing dan kucing). - mempunyai pandangan berbeda tentang hubungan antara hewan peliharaan dan pemiliknya, bahwa hewan peliharaan adalah makhluk hidup yang butuh perawatan dan kasih sayang.
Faktor sosiokultural	: pada semua agama dan etnik

MEDIA & SARANA PROMOSI

- Media cetak :
 - Brosur
 - Flyer
 - Poster
- Corporate ID :
 - Stationary : kop surat, amplop, kartu nama, stempel, nota, hang tag, stiker harga.
 - Member
 - Staff ID
 - Shopping bag
 - Seragam
- Gimmick : pin, stiker, jam dinding.
- Merchandise : kalung anjing, dog tag.
- Media pers : iklan majalah.
- Media elektronik : Web site dan web banner.
- Media luar ruangan : spanduk dan neon box
- Media dalam ruangan : signage (keterangan kandang, sign area anjing dan kucing, main entrance).

IDENTITAS & KONSEP DESAIN



Logo :
Bentuk dan tulisan merupakan satu kesatuan untuk menciptakan image yang kuat Andrawina sebagai Pet Center. Karena Andrawina lebih fokus kepada anjing dan kucing maka logonya dipakai anjing dan kucing.

Warna :
Warna dominan yang dipakai adalah orange, kuning, dan putih. Orange untuk keramahtamahan dan pendekatan Andrawina terhadap customer dan peliharaannya, kuning untuk menunjukkan bahwa Andrawina sebagai tempat kesehatan bagi hewan peliharaan, dan putih untuk kesan clean dan modern.

Tipografi :
Tulisan yang digunakan tidak formal, dan alurnya lebih dinamis sehingga bisa masuk pada misi Andrawina yang menyerang beberapa segmen pasar.

Faktor pendukung :
Gambar kaki berwarna kuning selain difungsikan sebagai ikon yang menyatu pada logo anjing dan kucing, berguna juga untuk menkontraskan dengan logo anjing dan kucing tersebut. Semuanya saling mendukung dan sinkron.

Tabel Kerangka Berpikir II