

SPACEPRO

PRODUCT DESIGN JOURNAL
VOL. 2 NO. 1 (2024)

ISSN Media Electronic: 3026-1260

**PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY
RUMAH SAKIT UMUM DAERAH BUKITTINGGI**

Raihan Hanif, S.Ds

*Mahasiswa Institut Seni Indonesia Padang Panjang /Jurusan Desain Komunikasi Visual
/Fakultas Seni Rupa dan Desain
cukanhanis4321@gmail.com*

Yoni Sudiani, S.Pd., M.Sn

*Dosen Institut Seni Indonesia Padang Panjang /Jurusan Desain Komunikasi Visual/Fakultas
Seni Rupa dan Desain
sudianiyoni@gmail.com*

Kendall Malik, S.Sn., M.Ds

*Dosen Institut Seni Indonesia Padang Panjang /Jurusan Desain Produk /Fakultas Seni Rupa
dan Desain
kendallmalik1981@gmail.com*

Khairunnisa, M.Kom

*Dosen Institut Seni Indonesia Padangpanjang/Jurusan Desain Komunikasi Visual/ Fakultas
Seni Rupa dan Desain
khairunnisa@isi-padangpanjang.ac.id*

Abstract

In hospital management, Corporate Identity plays a very important role in terms of brand recognition, image building, and public perception. The main objective behind the establishment of a hospital's Corporate Identity is to facilitate the audience's ability to remember and trust the institution as a professional and highly competent

healthcare provider, thus encouraging loyalty among the target audience.

RSUD Bukittinggi is currently grappling with a significant challenge-the lack of a distinct corporate identity. This absence fails to remind the public and patients of the positive image and unique characteristics of RSUD Bukittinggi. Moreover, a clear corporate identity is a key

SPACEPRO: Product Design Journal

differentiator for RSUD Bukittinggi in the competitive healthcare landscape.

RSUD Bukittinggi is in dire need of innovative ideas to craft a Corporate Identity that effectively showcases its image, unique characteristics, and advantages. As a hospital that offers medical tourism services in the city of Bukittinggi, RSUD Bukittinggi requires a corporate identity that befits its special position.

As a solution to comprehensively address this issue, a step was taken to design a corporate identity strategy for RSUD Bukittinggi by utilizing the SWOT analysis method. This strategic approach can produce results that are in line with and san.

Keywords: *Corporate identity, RSUD Bukittinggi*

Abstrak

Dalam pengelolaan rumah sakit, *Corporate Identity* memiliki peran yang sangat penting dalam hal pengenalan merek, pembentukan citra, dan persepsi publik. Tujuan utama di balik pembentukan *Corporate Identity* rumah sakit adalah untuk memudahkan kemampuan audiens untuk mengingat dan mempercayai institusi tersebut sebagai penyedia layanan kesehatan yang profesional dan sangat kompeten, sehingga mendorong loyalitas di kalangan target audience.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh RSUD Bukittinggi adalah ketiadaan identitas korporat yang jelas, yang berfungsi

sebagai pengingat bagi masyarakat dan pasien tentang citra positif dan karakteristik unik dari RSUD Bukittinggi. Selain itu, identitas korporat ini juga berperan sebagai faktor yang membedakan RSUD Bukittinggi dari fasilitas layanan kesehatan lainnya.

Sehubungan dengan hal ini, RSUD Bukittinggi memerlukan ide-ide inovatif dalam membangun *Corporate Identity* yang dapat secara efektif mempresentasikan citra, karakteristik unik, dan keunggulan yang dimiliki oleh RSUD Bukittinggi. Keberadaan RSUD Bukittinggi sebagai rumah sakit yang menawarkan layanan *medical tourism* di kota Bukittinggi menuntut identitas korporat yang sesuai dengan posisinya yang istimewa ini.

Sebagai solusi untuk mengatasi masalah ini secara komprehensif, sebuah langkah yang dilakukan adalah merancang strategi identitas korporat untuk RSUD Bukittinggi dengan memanfaatkan metode analisis SWOT. Pendekatan strategis ini dapat menghasilkan hasil yang sejalan dan sangat efektif dalam menyampaikan identitas dan karakteristik khas institusi ini. Komponen strategi identitas korporat yang komprehensif ini mencakup pembuatan logo, pemilihan tipografi, penentuan warna identitas, dan pemanfaatan berbagai saluran komunikasi, semuanya dirancang dengan cermat untuk memudahkan audiens mengidentifikasi karakteristik khas dan keunggulan RSUD Bukittinggi.

Kata kunci: Identitas korporat, RSUD Bukittinggi

Pendahuluan

Rumah sakit merupakan salah satu institusi yang penting dalam bidang kesehatan, rumah sakit memberikan fasilitas bagi masyarakat untuk mendapatkan pelayanan dalam bidang kesehatan yang diselenggarakan secara paripurna dengan menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan dan gawat darurat, rumah sakit menurut *Komite Ahli Organisasi Kesehatan Dunia* pada *Organisasi Perawatan Medis*, merupakan bagian *integral* dari organisasi kemasyarakatan dan kedokteran yang fungsinya memberikan pelayanan kesehatan yang lengkap baik secara penyembuhan maupun pencegahan, bagi penduduk, serta pelayanan rawat jalannya menjangkau keluarga dan lingkungan rumahnya, rumah sakit juga menjadi pusat pelatihan tenaga kesehatan dan penelitian biososial. oleh karena itu sudah menjadi suatu keharusan bagi rumah sakit untuk menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap rumah sakit sebagai suatu fasilitas dalam penanganan di bidang kesehatan yang bekerja secara profesional dan memberikan pelayanan yang terbaik terhadap setiap pasien yang datang, dari hal tersebut sudah sepatutnya rumah sakit memiliki suatu identitas yang nantinya dapat meningkatkan

HANIF, DKK

SPACEPRO: Product Design Journal

kepercayaan, profesionalitas dan kompetensi rumah sakit terhadap pasien agar nantinya dapat mengingatkan pasien terhadap citra baik yang di berikan saat berkunjung ke rumah sakit.

Citra baik yang ingin rumah sakit perlihatkan tersebut dapat dicapai dengan membangun sebuah *Corporate Identity* agar masyarakat dapat dengan mudah mengingat hal positif yang berkesan saat mereka berkunjung ke rumah sakit . Menurut (William, 1959:27), *Corporate identity* merupakan salah satu bentuk aplikasi dari desain komunikasi visual yang berfungsi sebagai sebuah identitas perusahaan. *Corporate Identity* adalah suatu bentuk visual dan *ekspresi grafis* dari *image* dan identitas suatu perusahaan. Penggunaan *Corporate Identity*

pada rumah sakit di tujukan untuk bagaimana masyarakat dapat mengingat dan memercayai rumah sakit sebagai sarana mendapatkan pelayanan Kesehatan yang professional dan berkompentensi. *Corporate Identity* dapat membantu meningkatkan pengenalan merek dan membuat ikatan emosional dengan audiens. Hal ini juga memungkinkan RSUD Bukittinggi untuk menyampaikan pesan merek secara efektif dan membantu meningkatkan loyalitas masyarakat terhadap RSUD Bukittinggi.

Rumah Sakit Umum Daerah Bukittinggi merupakan rumah sakit satu satunya di Bukittinggi kepemilikan pemerintah daerah Bukittinggi yang diresmikan pada 18 januari 2021 oleh wali kota Bukittinggi periode 2016-2021 yaitu bapak Ramlan Nurmatias, dan untuk operasional dari RSUD Bukittinggi di resmikan pada 27 mai 2021 oleh wali kota Bukittinggi saat ini yaitu bapak Erman Safar, (kominfo, 2021).

Pembangunan RSUD Bukittinggi merupakan salah satu bentuk perwujudan dari visi kota Bukittinggi yaitu ” *terwujudnya Bukittinggi kota tujuan pariwisata, pendidikan, Kesehatan, perdagangan dan jasa, berlandaskan nilai agama dan budaya*”.



Gambar. 1. RSUD Bukittinggi
(Dokumentasi : Railhan Hanif,2023)

RSUD Bukittinggi merupakan rumah sakit di Bukittinggi yang *bernuansakan wisata*. Maksud dari *wisata* di sini yaitu dikerenakan Bukittinggi merupakan kota wisata, tentunya banyak pendatang dari luar daerah bahkan manca negara yang berkunjung ke Bukittinggi, dikarenakan hal tersebut pemerintah Bukittinggi mendirikan rumah sakit dengan pelayanan wisata medis (*medical tourism*).

Medical tourism adalah perjalanan seseorang ke luar daerahnya untuk tujuan mendapatkan perawatan kesehatan baik *general check up, treatment*, maupun *rehabilitasi*, hal tersebut biasanya dilakukan untuk mendapatkan pelayanan kesehatan yang profesional dan terjamin.

Medical tourism biasanya dilakukan dari negara berkembang menuju negara maju untuk mendapatkan pelayanan dengan peralatan yang lebih canggih, namun untuk saat ini pasien dari negara maju juga ada yang melakukan pengobatan ke negara berkembang dengan tujuan mendapatkan biaya yang murah dan pelayanan seperti *rehabilitasi* atau yang lainnya untuk kesehatan fisik dan mental mereka.

SPACEPRO: Product Design Journal

Dikutip dari *International Medical Travel Jurnal* dalam (ESB XXXII : Membangun Rumah Sakit Medical Tourism dan Rencana Pengembangan Wisata Medis, 2021). pasien dari Indonesia mengeluarkan biaya sampai +100 triliun setiap tahunnya untuk aktivitas *medical tourism* ke luar negeri, demi mendapatkan pelayanan kesehatan yang lebih baik dan peralatan yang lebih canggih, dan tercatat pada tahun 2015 sebanyak +600.000 pasien Indonesia melakukan pengobatan ke luar negeri terkhususnya Singapura dan Malaysia hal tersebut dikarenakan kurangnya tingkat kepercayaan masyarakat Indonesia terhadap pelayanan kesehatan di negerinya sendiri, dari hal tersebut pemerintah Indonesia berupaya agar di Indonesia juga memiliki rumah sakit dengan program *medical tourism* agar masyarakat

Indonesia tidak jauh-jauh lagi ke luar negeri untuk melakukan pengobatan, dan bahkan nantinya pasien dari negara lain pun akan melakukan pengobatan di Indonesia.

RSUD Bukittinggi memiliki 3 pelayanan unggulan sebagai penunjang program *medical tourism* yaitu : pelayanan Jantung, Haemodolisa dan *Rehabilitasi Medik*. Selain itu untuk menunjang pelaksanaan tugas pokok dan fungsi Rumah Sakit Umum Daerah Kota Bukittinggi di lengkapi dengan sarana dan prasarana berupa bangunan, peralatan medik, Peralatan keperawatan, peralatan laundry, peralatan gizi, peralatan Inventaris kantor, kendaraan dinas dan fasilitas lainnya.

Dari keunggulan dan cirikhas RSUD Bukittinggi tersebut sayangnya belum ada identitas perusahaan dari RSUD Bukittinggi yang menginformasikannya kepada masyarakat dan pasien dari luar daerah agar masyarakat dan pasien dari luar daerah dapat lebih mengenal segala hal tentang RSUD Bukittinggi, serta belum adanya identitas sebagai pembeda antara RSUD Bukittinggi dengan rumah sakit lain dan sebagai pengingat kepada masyarakat ataupun pasien tentang citra positif dan keunikan dari RSUD Bukittinggi, masalah yang di hadapi RSUD Bukittinggi tersebut bukan hanya dari *target audience* dari luar daerah, bahkan masyarakat daerah Bukittinggi sendiri tidak jarang mengalami kesulitan dalam membedakan antara RSUD Bukittinggi dengan RSUD lainnya yang ada di Bukittinggi

Metode

Metode analisis S.W.O.T. (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) adalah suatu pendekatan sistematis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) yang dapat mempengaruhi identitas RSUD Bukittinggi. Analisis SWOT digunakan sebagai alat perencanaan strategis untuk membantu peneliti dalam memahami kondisi dari RSUD Bukittinggi dan merancang strategi berdasarkan pemahaman tersebut.

Pembahasan dan Hasil

Setelah data berhasil di kumpulkan, proses selanjutnya yaitu masuk ke dalam tahap konsep perancangan dari *Corporate Identity RSUD Bukittinggi*, proses konsep perancangan di mulai dengan pembuatan *brainstorming* agar mendapatkan ide-ide kreatif dan solusi dalam perancangan *Corporate Identity RSUD Bukittinggi*, dari hasil *Brainstorming* tersebut di dapatkan beberapa *Keyword* yang nantinya di gunakan sebagai acuan dalam *Perancangan Corporate Identity RSUD Bukittinggi*. Adapun *Keyword* Tersebut yaitu; *Simple, Original, Modern, Pictorial, Geometri, Health, Medical Tourism, Characteristic of Bukittinggi*.

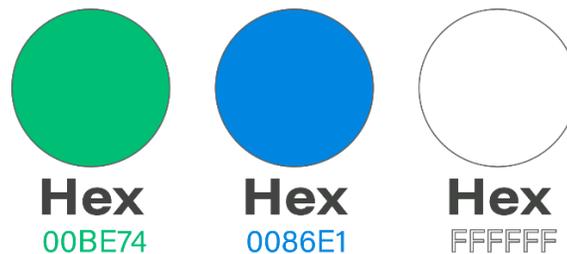
Typografi yang digunakan dalam *Perancangan Corporate Identity RSUD Bukittinggi* menggunakan Typografi berjeniskan *san sherif* dengan pertimbangan typografi jenis *san serif* lebih menggambarkan bentuk yang modern, simple dan minimalis sehingga mudah dibaca di layar atau media cetak, terutama pada ukuran huruf yang lebih kecil, selain hal tersebut jenis *typografi san serif* cenderung memiliki karakter netral yang membuatnya cocok untuk merek

SPACEPRO: Product Design Journal

dan bisnis yang ingin memberikan kesan *professional* dan *formal*.

Font yang di gunakan dalam *Corporate Identity RSUD Bukittinggi* yaitu font *Acumin Variable Concept Family*. Font *Acumin Variable Concept* memiliki banyak pilihan *style* yang dapat digunakan dalam penggunaan ke berbagai media. untuk lisensi dari font *Acumin Variable Concept* sendiri yaitu *free for personal use and comersial* (bebas untuk penggunaan pribadi dan komersial).

Untuk penggunaan warna dalam *Perancangan Corporate Identity RSUD Bukittinggi* menggunakan warna-warna yang akan mencirikan bentuk dari kesehatan, steril, kepercayaan dan cirikhas dari RSUD Bukittinggi. Warna-warna tersebut yaitu :



Gambar. 2 Warna Utama
(Sumber: Raihan Hanif,2023)

Setelah konsep dari *Perancangan Corporate Identity RSUD Bukittinggi* di dapatkan, proses selanjutnya yaitu *perancangan logo sebagai media utama Corporate Identity RSUD Bukittinggi*.

Logo dirancang menggunakan studi bentuk yang menggambarkan tentang RSUD Bukittinggi melalui *keyword* yang telah didapatkan, logo dibuat dalam bentuk yang *simple* namun *original* sehingga memudahkan *target audience* dalam mengenal dan mengingat tentang RSUD Bukittinggi, pada logo akan menggambarkan bentuk dari *daun siriah* yang merupakan benda penyambutan tamu dalam budaya minang kabau, *daun siriah* di gunakan sebagai bentuk penekanan bahwa RSUD Bukittinggi merupakan rumah sakit *medical tourism* yang memberikan sambutan hangat terhadap tamu tamu yang datang dari dalam maupun luar daerah. Selanjutnya pada rancangan logo tidak akan menggunakan icon palang sebagai bentuk lambang dari rumah sakit, hal tersebut dilakukan karena dari psikologinya, *target audience* akan merasa cemas saat melihat tanda palang, apalagi palang tersebut berwarna merah, hal tersebut membuat *target audience* menjadi enggan saat menuju rumah sakit karena dalam fikiran mereka akan mengatakan bahwa diri mereka tidak baik saja saat berkunjung ke rumah sakit. Untuk gantinya, lambang sebagai bentuk dari kesehatan akan di ubah menjadi “*icon healthy human*” yang akan memberikan bentuk psikologis dan mengubah *mindset* dari *target audience* bahwa mereka datang ke RSUD Bukittinggi untuk mendapatkan kesehatan mereka, mereka akan menjemput kebahagiaan mereka di RSUD Bukittinggi.

Pada awal tahap perancangan logo *RSUD Bukittinggi* di lakukan dengan pembuatan 50 sketsa logo, dari 50 sketsa tersebut di pilih 10 sketsa logo terbaik dan sesuai dengan kebutuhan dari *RSUD Bukittinggi*, selanjutnya 10 sketsa logo terpilih di digitalisasi guna mendapatkan visual yang lebih sempurna.

SPACEPRO: Product Design Journal

Dari 10 logo terpilih yang telah didigitalisasi, selanjutnya yaitu menyeleksi kembali menjadi 2 logo terbaik dalam segi visualisasi, kegunaan dan filosofinya, 2 logo yang terpilih tersebut yaitu :



Gambar. 3. 2 Alternatif Logo Terpilih
(Sumber: Raihan Hanif, 2023)

Setelah mendapatkan 2 logo terpilih, proses selanjutnya yaitu penyempurnaan dari 2 logo tersebut dan mengimplementasikan elemen elemen baru untuk menyempurnakan logo dari segi filosofi, selain hal tersebut visualisasi dari logo terpilih masuk dalam proses penghalusan agar menciptakan kesan yang tidak terlalu kaku sehingga mendapatkan hasil yang sempurna dan menyejukan mata, dua logo yang telah di sempurnakan tersebut yaitu;



Gambar. 4 2 Alternatif Logo RSUD Bukittinggi Yang Telah di Perhalus
(Sumber: Raihan Hanif, 2023)

SPACEPRO: Product Design Journal

Dari dua logo terpilih yang telah di sempurnakan, setelah di lakukan berbagai pertimbangan, maka didapatkan pictorial logo final sesuai dengan kebutuhan dari RSUD Bukittinggi yaitu :



Gambar. 5 Final Pictorial Logo RSUD Bukittinggi
(Sumber; Raihan Hanif,2023)

Filosofi dari logo RSUD Bukittinggi yaitu ;

1. Healthy Human

icon manusia sedang mengangkat tangan melambangkan bentuk dari kebugaran dan kesehatan. Maksud dari icon ini yaitu bahwa RSUD Bukittinggi memberikan pelayanan untuk kesehatan manusia, mereka yang berkunjung ke RSUD Bukittinggi diharapkan akan mendapatkan kembali kesehatan mereka sehingga mereka kembali ceria saat telah pulang dari RSUD Bukittinggi

2. Susun siriah

Siriah digunakan dalam logo sebagai ungkapan dalam kehangatan RSUD BUKITTINGGI sebagai rumah sakit Medical Tourism dalam penyambutan tamu-tamu yang datang baik dari dalam daerah maupun dari luar daerah, Pasalnya, bagi masyarakat Minangkabau, tamu yang datang dalam suatu kegiatan atau upacara adat tidak hanya di sambut dengan senyum sapa yang ramah. Ada suatu persembahan yang sudah menjadi budaya, yakni siriah. hantaran ini menyiratkan penghormatan dari tuan rumah kepada tamu yang datang.

3. Tanduak Kabau Jalang

Tanduak kabau jalang merupakan sebutan untuk “gonjong rumah gadang maharam”, rumah gadang maharam sendiri merupakan rumah gadang khas kota Bukittinggi. icon dari tanduak kabau jalang juga dipakai dalam logo dari kota Bukittinggi. icon tanduak kabau jalang dijadikan sebagai bentuk dari identitas bukittinggi yang dipresentasikan ke dalam logo RSUD Bukittinggi.

SPACEPRO: Product Design Journal

4. Lintas Orbit

Lintas orbit berwarna biru memberikan makna bahwa RSUD Bukittinggi merupakan rumah sakit Medical Tourism dengan target audience dari seluruh penjuru dunia yang tentunya memiliki koneksi yang luas, lintas orbit ini juga mempresentasikan bentuk dari pergerakan menuju ke atas yang bermakna bahwa RSUD Bukittinggi terus berusaha dan bergerak maju untuk menjadi rumah sakit dengan pelayanan terbaik dan profesional.

5. Garis Lengkung (Rangkulan)

Garis lengkung berwarna biru yang berhimpitan dengan bidang lengkung berwarna hijau memberikan makna bahwa pihak dari RSUD Bukittinggi memberikan rangkulan terhadap pasien yang datang, dengan memberikan pelayanan terbaik dan sepenuh hati, pihak RSUD Bukittinggi dengan pasien bersama sama berusaha dalam menciptakan kesehatan bagi pasien yang berkunjung. Garis lengkung dalam logo dapat melambangkan keterhubungan yang bertimbal balik, interaksi, dan integrasi yang harmonis antara pihak rumah sakit dengan pasien dalam mencapai kesembuhan pasien.

6. Titik

Titik dalam logo memberikan sebuah gambaran dari eksklusivitas RSUD Bukittinggi, titik pada logo mencerminkan bentuk dari keistimewaan dan keunggulan dari RSUD Bukittinggi dari rumah sakit lain yang ada di Bukittinggi. selain hal tersebut titik yang berada di bagian paling atas dari logo merupakan gambaran dari bentuk komitmen dan tekad yang kuat dari RSUD Bukittinggi dalam mencapai visi dan misi yang telah direncanakan, posisi dari titik tersebut yang di letakkan pada bagian atas bermakna bahwa dari komitmen dan tekad yang terpadu dan kuat tersebut akan menjadi dasar dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai RSUD Bukittinggi kedepannya.

7. Warna Hijau

Titik dalam logo memberikan sebuah gambaran dari eksklusivitas RSUD Bukittinggi, titik pada logo mencerminkan bentuk dari keistimewaan dan keunggulan dari RSUD Bukittinggi dari rumah sakit lain yang ada di Bukittinggi. selain hal tersebut titik yang berada di bagian paling atas dari logo merupakan gambaran dari bentuk komitmen dan tekad yang kuat dari RSUD Bukittinggi dalam mencapai visi dan misi yang telah direncanakan, posisi dari titik tersebut yang di letakkan pada bagian atas bermakna bahwa dari komitmen dan tekad yang terpadu dan kuat tersebut akan menjadi dasar dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai RSUD Bukittinggi kedepannya.

8. Warna Biru

Warna biru dalam logo digunakan karna warna biru merupakan warna yang mempresentasikan profesionalisme RSUD BUKITTINGGI dan memberikan kepercayaan pasien terhadap rumah sakit serta juga kehandalan rumah sakit dalam mengatasi masalah kesehatan pasiennya. Selain hal tersebut warna biru juga mencerminkan suatu bentuk Keselamatan dan steril, beberapa nuansa biru, terutama yang lebih terang, dapat menciptakan kesan keselamatan dan kebersihan. Warna ini dapat mengingatkan pada kebersihan, steril, dan sanitasi, yang penting dalam lingkungan rumah sakit untuk mencegah infeksi dan menjaga kebersihan.

SPACEPRO: Product Design Journal

9. Gabungan Warna Biru dan Hijau

Biru dan hijau sering digunakan dalam teknologi untuk mewakili kestabilan, keamanan, dan teknologi yang ramah lingkungan. Misalnya, dalam perusahaan teknologi besar seperti Facebook, Twitter, atau Samsung, biru sering digunakan dalam logo mereka untuk mencerminkan kepercayaan dan keamanan. Warna hijau sering dikaitkan dengan teknologi ramah lingkungan, energi terbarukan, dan kesadaran lingkungan.

Final logo RSUD Bukittinggi :



Gambar. 6 Final Logo RSUD Bukittinggi
(Sumber: Raihan Hanif, 2023)

Setelah melakukan proses perancangan logo sebagai media utama *Corporate Identity RSUD Bukittinggi*, selanjutnya yaitu perancangan supergrafis dalam upaya untuk menciptakan identitas merek yang kuat dan mudah dikenali. Hal ini juga menunjukkan keberanian untuk berinovasi dan menciptakan elemen-elemen visual yang membedakan merek dari yang lain.



Gambar. 7 Supergrafis RSUD Bukittinggi
(Sumber: Raihan Hanif, 2023)

SPACEPRO: Product Design Journal

Setelah melakukan perancangan logo dan supergrafis *Corporate Identity RSUD Bukittinggi*, berikut media yang menjadi pendukung dalam *Perancangan Corporate Identity RSUD Bukittinggi* :

Manual Book.



Gambar. 8 Graphic Standard Manual RSUD Bukittinggi
(Sumber: Raihan Hanif, 2023)

Motion Logo



Gambar. 9 Motion Logo RSUD Bukittinggi
(Sumber: Raihan Hanif, 2023)

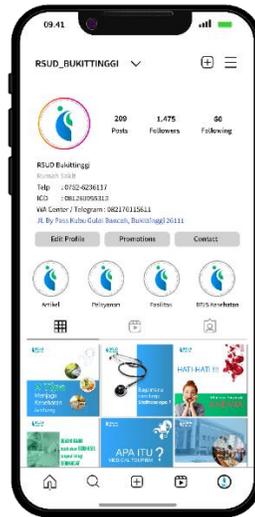
UI Landing Page Website



Gambar. 10 UI Landing Page Website RSUD Bukittinggi
(Sumber: Raihan Hanif, 2023)

SPACEPRO: Product Design Journal

Instagram



Gambar. 11 Instagram RSUD Bukittinggi
(Sumber: Raihan Hanif, 2023)

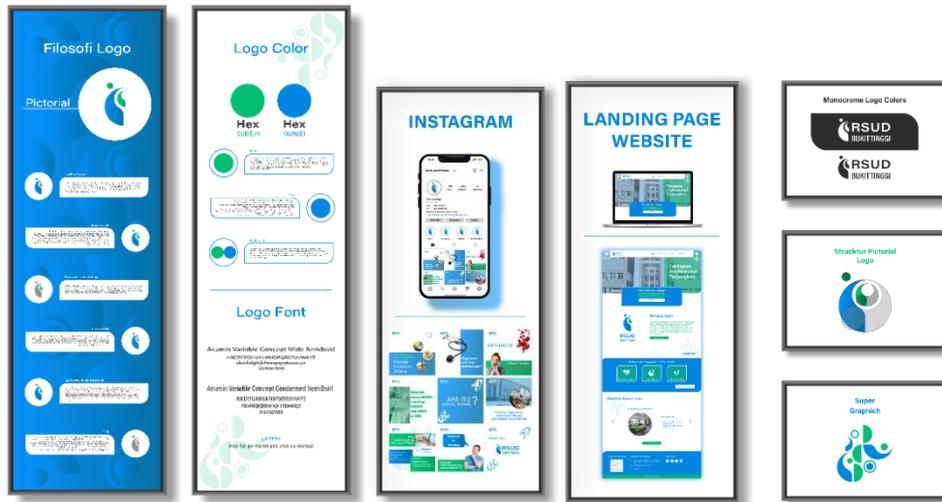
3D Logo



Gambar. 12 3D Logo RSUD Bukittinggi
(Sumber: Raihan Hanif, 2023)

SPACEPRO: Product Design Journal

Guidelines Poster



Gambar. 13 Guidelines Poster RSUD Bukittinggi
(Sumber: Raihan Hanif, 2023)

Banner



Gambar. 14 Banner RSUD Bukittinggi
(Sumber: Raihan Hanif, 2023)

SPACEPRO: Product Design Journal

Stationary



Gambar. 15 Stationary RSUD Bukittinggi
(Sumber: Raihan Hanif, 2023)

Peralatan Pasien



Gambar. 16 Peralatan Pasien RSUD Bukittinggi
(Sumber: Raihan Hanif, 2023)



Gambar. 17 Merchandise RSUD Bukittinggi
(Sumber: Raihan Hanif, 2023)

Kesimpulan

Corporate Identity memiliki peran yang sangat penting dalam membangun *image* dan citra RSUD Bukittinggi di mata masyarakat dan target audience agar memudahkan target audience dalam mendapatkan informasi yang jelas tentang keunggulan dari RSUD Bukittinggi serta dapat membedakannya dari rumah sakit lain. *Perancangan Corporate Identity RSUD Bukittinggi* dengan menjadikan logo sebagai media utama serta penerapan konsistensi untuk identitas RSUD Bukittinggi merupakan solusi agar masyarakat ataupun target audience dengan cakupan lebih luas dapat dengan mudah mengidentifikasi identitas dari RSUD Bukittinggi. Dengan demikian, *Perancangan Corporate Identity RSUD Bukittinggi* yang dilakukan memiliki potensi besar untuk memberikan kontribusi positif dalam pengembangan RSUD Bukittinggi dan meningkatkan hubungan antara RSUD Bukittinggi dengan target audience.

Pernyataan Penulis

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Yoni Sudiani, S.Pd., M.sn, dan Bapak Kendall Malik, S.Sn., M.Ds. atas bimbingan, arahan, dukungan dan kontribusi yang luar biasa dalam menulis sampai ke tahap jurnal. Tak lupa penghargaan setinggi-tingginya penulis sampaikan kepada keluarga, teman-teman, dan semua pihak yang turut memberikan dorongan, doa, dan dukungan moril maupun materil. Semua ini menjadi pendorong utama dalam menyelesaikan penulisan ini.

Referensi

Carter, & David E. (2004). American Corporate Identity. New york: Harper Collins Publisher.

Cenadi, C. S. (1999). Corporate Identity, Sejarah dan Aplikasinya (No.1.2 ed., Vol. 1). jakarta: UKP.

Landa, R. (2014). Graphich Design Solution. Massachusetts: Wadsworth.

Rustan, S. (2013). Mendesain LOGO. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rustan, S. (2021). LOGO 2021 (Vol. I). Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia.

Rustan, S. (2021). LOGO 2021 (2 nd ed., Vol. II). Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia.

Sutojo, & Siswanto. (2004). Membangun Citra Perusahaan. Jakarta: PT Damar Mulia Pustaka.