

## PENGARUH IDENTITAS VISUAL TERHADAP PERSEPSI PENGUNJUNG MENGENAL RUMAH SAKIT ISLAM IBNU SINA PADANG

Muhammad Furqaan <sup>1</sup>, San Ahdi <sup>2</sup>  
Program Studi Desain Komunikasi Visual,  
Departemen Seni Rupa, Universitas Negeri Padang  
Jl. Prof. Dr. Hamka, Air Tawar Barat, 25171, Indonesia  
Email: muhammad24furqaan@gmail.com

Submitted: 2023-01-04

Accepted: 20xx-mm-dd

Published: 2023-01-dd

DOI: 10.24036/dekave.v11i1.2023

### Abstrak

Salah satu upaya yang dianggap dapat mewakili produk dari merk untuk dapat dipublikasikan adalah dalam bentuk identitas visual produk. Melalui pengenalan identitas visual, memiliki peranan penting sebagai pembeda atau penanda yang menjadi ciri khas dan melekat pada suatu objek. Selama setengah abad memberikan layanan Kesehatan di Kota Padang, Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang berupaya mengikuti perkembangan teknologi dan regulasi sebagai transformasi menuju layanan berbasis digitalisasi, agar dapat dikenal oleh masyarakat luas. Belum adanya *manual book* menyebabkan logo, warna seragam dan gedung yang digunakan saat ini memiliki kesamaan dengan instansi lain. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh identitas visual seperti logo, warna dan tipografi yang saat ini digunakan terhadap persepsi pengunjung mengenal Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang sebagai sarana layanan kesehatan. Hasil penelitian menunjukkan adanya identitas visual memiliki pengaruh terhadap persepsi pengunjung ( $p\text{-value} = 0,007$ ), secara simultan identitas visual berperan sebesar 4,9%. Indikator identitas visual yang memiliki pengaruh antara lain ; bentuk logo ( $p\text{-value} = 0,010$ ) dan font logo ( $p\text{-value} = 0,017$ ).

**Kata kunci:** logo, warna, font, mengenal, identitas visual

### Pendahuluan

Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang merupakan bagian dari Yayasan Rumah Sakit Islam Sumatera Barat (YARSI Sumbar). Dalam menghadapi persaingan, salah satu upaya yang dilakukan adalah berusaha mengikuti perkembangan teknologi serta regulasi dalam upaya untuk bertransformasi menuju layanan berbasis digitalisasi. Antara lain melalui pengembangan Sistem Informasi Rumah Sakit (SIM RS) sejak tahun 2016, pengembangan layanan berbasis digitalisasi ini diupayakan untuk memperkenalkan ke-masyarakat luas.

Faaghna (2019), menyatakan sebanyak 22,4% pasien tidak begitu mengenal Yarsi dan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang. Wijaya (2011), untuk dapat mengenal suatu produk salah satunya adalah melalui tahapan pengenalan *brand image* yang terdiri dari; faktor fisik (seperti logo, nama merek dan desain kemasan) serta faktor psikologis (emosi, keyakinan, kepribadian, nilai). Fauzan, dkk (2021), menyatakan bahwa pengenalan identitas visual memiliki peranan penting sebagai pembeda atau penanda yang menjadi ciri khas dan melekat pada suatu objek.

Pang (2008), Visual identitas dibentuk atas penafsiran dari nilai, budaya dan prinsip perusahaan yang berperan sebagai nilai unik dari sebuah perusahaan dan merupakan bagian dari apa yang dikenal dengan CIS (*Corporate Identity System*) yang mencakup BI (*Behavior Identity*), MI (*Mind identity*) dan VI (*Visual Identity*)

Faiz dan Yani (2013), pada Rumah Sakit Gatoel Mojokerto bahwa dalam membentuk identitas visual dibutuhkan sejumlah komponen desain; logo, warna, *typografi*, bentuk, garis dan gambar. Ardini, dkk (2017), juga menyatakan bahwa salah satu faktor yang memiliki pengaruh terhadap kesan psikologis yang ditimbulkan rumah sakit terhadap pasien adalah pemilihan warna dari elemen ruangan yang ada.

Hasil pengamatan awal yang dilakukan terhadap identitas visual Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang terhadap logo, warna gedung dan warna seragam, dengan hasil sebagai berikut :



Gambar 1. Bentuk – Bentuk Logo Yang Digunakan

Ditemukan 5 jenis logo yang berbeda digunakan oleh Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang. Dimana pada setiap bagian *typographic signature* terlihat belum konsisten tanpa aturan warna dan penulisan yang jelas dan beberapa entitas juga memiliki logo yang sama, sehingga dapat menyebabkan kurangnya diferensiasi Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang dengan rumah sakit lainnya di mata masyarakat.



Gambar 2. Warna – Warna Gedung Yang Digunakan

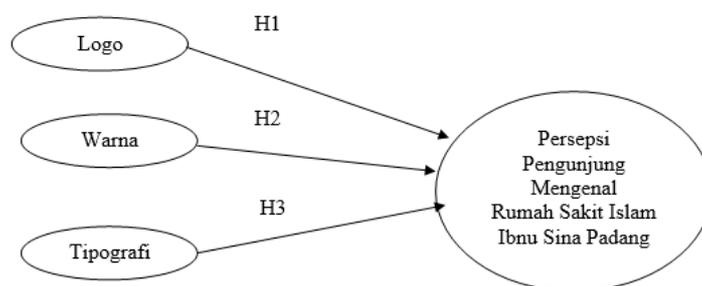
Warna gedung RSI Ibnu Sina Padang saat ini belum berdasarkan prinsip desain *unity* (kesatuan) dan *contrast* (kontras), dimana warna gedung dan seragam tidak memiliki warna yang menyatu dan berbeda namun selaras.



Gambar 3. Warna – Warna Seragam Yang Digunakan

Beragamnya hasil temuan identitas visual Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang yang digunakan termasuk pada sosial media, disebabkan karena belum adanya *manual book* terkait identitas visual. Belum adanya identitas perusahaan yang menunjukkan ciri khas untuk dapat dikenal masyarakat, terutama pasien dan keluarga pasien. Untuk itu, peneliti akan melihat pengaruh identitas visual terhadap persepsi pengunjung mengenal Rumah Sakit Ibnu Sina Padang, diharapkan bisa sebagai masukan bagi rumah sakit.

Kerangka konsep untuk melihat dampak identitas visual terhadap pengenalan oleh pengunjung RSI Ibnu Sina Padang. Penelitian ini melihat pengaruh identitas visual ; logo, warna dan tipografi terhadap persepsi pengunjung mengenal Rumah Sakit Ibnu Sina Padang sebagai berikut :



Gambar 4. Kerangka Konseptual

## Metode

Penelitian ini dilaksanakan dengan pendekatan kuantitatif, yaitu desain yang digunakan untuk mengidentifikasi pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, dilakukan pada bulan Desember 2022.

Sampel penelitian ini adalah pasien poliklinik spesialis Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang, menggunakan table krejcie dan morgan dengan sampel (n) sebesar 322 responden. Dalam pengambilan sampel digunakan metode *purposive random sampling*.

Penyebaran kuesioner di poliklinik spesialis berperan sebagai data primer, sedangkan untuk data sekunder berupa dokumentasi didapatkan informasi antara lain foto gambar rumah sakit, profil rumah sakit dan *hospital by laws*. Instrument penelitian menggunakan skala *likert* (1 – 4). Data dianalisa menggunakan bantuan program SPSS Versi 16.00 dengan pemakaian metode analisis regresi linear berganda

## Hasil dan Pembahasan

### Distribusi Frekuensi Variabel Penelitian

Pengambilan sampel dilaksanakan dengan cara peyebaran kuesioner terhadap pasien poliklinik spesialis Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang. Dengan hasil distribusi frekuensi variabel sebagai berikut :

Tabel 1. Distribusi Frekuensi Berdasarkan Variabel Penelitian

Variabel	Tidak benar		Kurang benar		Benar		Sangat benar		Rata – rata
	n	%	n	%	n	%	N	%	
Bentuk logo	32	9,9	89	27,6	29	9	172	53,4	3,06
Warna logo	38	11,8	200	62,1	21	6,5	63	19,6	2,34
Warna seragam	8	2,5	7	2,2	233	72,3	74	23,0	3,16
Warna gedung	13	4,0	19	5,9	69	21,4	221	68,6	3,55
Font logo	3	0,9	82	25,5	93	28,9	144	44,7	3,17
Nama rumah sakit	8	2,5	18	5,6	187	58,1	109	33,9	3,23

Rata – rata penilaian responden terhadap pengenalan bentuk logo rumah sakit adalah 3,06 (benar), pengenalan terhadap warna logo rumah sakit sebesar 2,34, pengenalan warna seragam karyawan rumah sakit sebesar 3,16, pengenalan terhadap warna gedung rumah sakit 3,55, pengenalan font logo rumah sakit sebesar 3,17, dan pengenalan terhadap nama rumah sakit rata – rata 3,23.

### Regresi Linear Berganda

Uji normalitas residu digunakan sebagai syarat untuk melakukan uji regresi linear berganda, bertujuan untuk melihat bahwa data residu persamaan regresi berdistribusi normal, dengan hasil tertera pada tabel 2 :

Tabel 2. Uji Normalitas Data Residu

	<i>Minimum</i>	<i>Maximum</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>	n
<i>Predicted Value</i>	2.800	3.460	3.230	0.146	322
<i>Residual</i>	-2.400	1.090	0.000	0.648	322
<i>Std. Predicted Value</i>	-2.944	1.566	0.000	1.000	322
<i>Std. Residual</i>	-3.677	1.670	0.000	0.992	322

a. Dependent Variable: nama rumah sakit

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat bahwa tidak ada korelasi yang tinggi antar variabel bebas, merupakan salah satu syarat uji regresi berganda, sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Multi Kolinearitas

<i>Model</i>	<i>Collinearity Statistics</i>		
	<i>B</i>	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Bentu logo	0.088	0.958	1.043
Warna logo	-0.006	0.977	1.024
Warna seragam	0.055	0.961	1.041
Warna gedung	0.009	0.991	1.009
Font logo	0.105	0.979	1.022

aDependent Variable: nama rumah sakit

Nilai VIF (*variance inflation factor*) untuk variabel logo, warna logo, warna seragam, warna gedung dan font logo seluruhnya <5. Hasil uji *multi kolinearitas* menunjukkan bahwa tidak ada *multi kolinearitas* diantara variabel bebas.

Uji Heteroskedasitas berfungsi untuk meneliti tidak ada hubungan antara variabel bebas terhadap data residu. Data residu merupakan selisih antar nilai prediksi dan nilai sesungguhnya pada analisis regresi linear. Dengan hasil yang ada pada tabel 4 :

Tabel 4. Uji Heteroskedasitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	1.970	0.428		5.303	0.000
Bentuk logo	-0.305	0.053	-0.413	1.501	0.561
Warna logo	0.005	0.108	0.004	-0.222	0.849
Warna seragam	-0.011	0.048	-0.382	0.049	0.852
Warna gedung	-0.060	0.057	-0.020	0.209	0.637
Font logo	-0.250	0.028	-0.221	1.321	0.441

aDependent Variable: Identitas\_Visual

Hasil uji heteroskedasitas didapatkan hasil bahwa signifikansi koefisien regresi variabel logo rumah sakit, warna logo, warna seragam, warna gedung dan font logo >0,05. Tidak ada pengaruh antara variabel identitas visual dengan data residu.

Dalam meneliti adanya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat dibutuhkan pengujian koefisien regresi berganda, Dengan hasil pengujian pada tabel 5 :

Tabel 5. Uji Koefisien Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	2.437	0.313		7.788	0.000
Bentuk logo	0.088	0.034	0.146	2.602	<b>0.010</b>
Warna logo	-0.006	0.040	-0.009	-0.161	0.872
Warna seragam	0.055	0.065	0.048	0.851	0.396
Warna gedung	0.009	0.047	0.011	0.197	0.844
Font logo	0.105	0.044	0.134	2.407	<b>0.017</b>

aDependent Variable: nama rumah sakit

Pada table 5, menunjukkan terdapat 2 variabel yang memiliki pengaruh secara signifikan terhadap persepsi pengunjung mengenal Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang yaitu bentuk logo dan font logo rumah sakit (<0,05), sedangkan 3 variabel lainnya yaitu warna logo, warna seragam, warna gedung tidak bermakna secara statistik. Nilai konstanta didapatkan = 2,437, berpengaruh signifikan, sehingga dapat dituliskan persamaan regresi sebagai berikut :

Y (pengenalan) = 2,437 +0,088 (Logo) + (-0,006) (warna logo) + 0,055 (warna seragam) + 0,009 (warna gedung) + 0,105 (font logo)

Untuk melihat secara simultan hubungan dari variabel bebas kepada variabel terikat, maka dilakukan uji simultan seluruh variabel penelitian dengan hasil sebagaimana yang tertera pada tabel 6 :

Tabel 6. Uji Simultan Variabel Penelitian

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics	
					R Square Change	Sig.F Change
1	.220 <sup>a</sup>	.049	.033	.653	0.033	0.007 <sup>a</sup>

a. Predictors: (Constant), font logo, warna gedung, bentuk logo, logo, warna seragam

Secara simultan terdapat pengaruh variabel identitas visual terhadap persepsi pengunjung mengenal Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang signifikan 0,007 (<0,005). Dimana besar koefisien korelasi determinasi R sebesar 0,220 atau dengan besar pengaruh sebesar 4,9%. Artinya identitas visual logo, warna logo, warna seragam, warna gedung dan *logotype* dapat berperan 4,9% dalam menjelaskan persepsi pengunjung mengenal Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang.

## Pembahasan

### ***Pengaruh Logo Terhadap Persepsi Pengunjung Mengenal Rumah Sakit***

Penilaian terhadap logo dinilai dari bentuk logo dan warna logo yang saat ini digunakan. Dari 2 unsur logo yang diteliti hanya bentuk logo yang memiliki pengaruh terhadap persepsi pengunjung mengenal Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang, dimana  $sign = 0,010$  (< 0,05). Sedangkan pada unsur warna logo tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap pengenalan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang, dimana  $sign = 0,872$  (> 0,05).

Faiz dan Yani (2013), meneliti logo Rumah Sakit Gatoel Mojokerto menyatakan bahwa logo rumah sakit menggunakan identitas visual *logogram* dan *logotype* secara bersamaan. Hal ini berbeda dengan Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang yang hanya menggunakan *logogram* pada logonya tanpa menambahkan unsur *logotype* pada logo yang digunakan sebagai identitas. *Logotype* digunakan hanya pada kop surat. Sedangkan di dalam peraturan internal rumah sakit identitas logo hanya diterangkan *logogram* saja tanpa ada *logotype*. Jayanegara (2017) menyatakan, pembentuk dari logo RSUD Surya Husadha terdiri atas *logotype* dan *logogram*.

Indro dan Zaitun (2022), meneliti Perancangan Logo *Community Center* PKBM Karya Ummat, Cengkareng, Jakarta Barat, menemukan bahwa penerapan logo yang tidak konsisten dapat menimbulkan kesan PKBM kurang memiliki literasi identitas lembaga dan dapat berakibat kurangnya kepercayaan masyarakat terhadap organisasi dan manajemen.

Kotler (2008, p.10), untuk dapat memberikan kohesi (daya tarik), membangun identitas brand dan memudahkan pengenalan dibutuhkan logo yang kuat.

Dilihat dari bentuk logo dan warna logo milik Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang memiliki bentuk dan warna yang sama dengan YARSI Sumbar. Tetapi logo tersebut juga digunakan oleh instansi lain diluar YARSI Sumbar

### ***Pengaruh Warna Terhadap Persepsi Pengunjung Mengenal Rumah Sakit***

Variabel warna terdiri dari warna seragam ( $=0,396$ ) dan warna gedung ( $=0,844$ ) tidak memiliki hubungan secara signifikan terhadap persepsi pengunjung mengenal Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang ( $>0,005$ ). Hal ini disebabkan karena banyaknya ragam warna, pada saran responden terdapat penilaian warna baju karyawan cukup beragam sehingga tidak dapat diketahui identitas karyawan dengan jelas. Keragaman warna gedung saat ini memiliki 6 warna, sehingga membuat tidak ada nya ciri khas warna asli gedung.

Berdasarkan wawancara dengan manajemen, pemilihan warna gedung dilakukan berdasarkan masukan dari unit terkait sesuai dengan keinginan masing – masing unit. Pemilihan warna saat ini diambil adalah warna putih yang dikombinasikan dengan warna hijau muda untuk tetap mempertahankan warna hijau.

Gobe (2001: 83-90), umumnya pemilihan warna biasanya didasarkan atas mood yang ingin diciptakan kepada persipi konsumen mengenai citra dari perusahaan. Tetapi pemilihan warna sebaiknya dimulai dari pencarian identitas merek yang terpisah, sehingga dapat berbeda dari kompetitor dan menarik perhatian.

### ***Pengaruh Tipografi Terhadap Persepsi Pengunjung Mengenal Rumah Sakit***

Hasil penelitian menyatakan terdapat hubungan antara *logotype* (font logo) terhadap persepsi pengunjung mengenal Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang ( $p\text{-value} = 0,017$ ).

Menurut Faiz dan Yani (2013), untuk memudahkan masyarakat dalam mengenali dan mengingat rumah sakit diperlukannya pemilihan fon elegan namun masih terkesan sederhana.

Alisjahbana dan Achmad (2019), menunjukkan bahwa pada klinik Tanaya Bandung, menggunakan tipografi penulisan *heading* untuk semua bentuk formulir dan publikasi. Sedangkan pada profesionalitas digunakan tipe font *Calibri* sebagai isi dari teks. Sehingga seluruh tipografi yang digunakan disusun dalam rancangan formal yang sederhana.

Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang menggunakan tipe font dekoratif, yaitu tipe font yang memiliki beberapa bentuk yang tidak biasa dikarnakan penambahan aksent pada anatomi font, yang membuatnya sulit untuk dibaca. Handriyotopo (2014), menyatakan font dengan jenis dekoratif hanya kuat untuk ketika penggunaannya terbatas namun tidak cocok untuk digunakan dalam teks tubuh .

### **Kesimpulan**

Identitas visual secara simultan berperan terhadap persepsi pengunjung mengenal Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang hanya sebesar 4,9%. Hal ini disebabkan masih banyak responden tidak mengenal dengan pasti identitas visual seperti warna seragam dan warna gedung yang beragam, bentuk dan warna logo yang sama dengan instansi lain. Sehingga masyarakat mengenal lebih banyak dari sumber informasi dari mulut ke mulut seperti ; keluarga, kerabat, teman dan saudara yaitu sebesar 97,2%. Sedangkan yang mengenal Rumah Sakit Islam Ibnu Sina Padang melalui sosial media dan media cetak hanya 2,8%.

## Rujukan

- Alisjahbana, Kara Dinissa & Achmad, Dody. 2019. Perancangan Identitas Visual Klinik Tanaya, Bandung. *Jurnal Tingkat Sarjana Bidang Seni Rupa dan Desain*.
- Faiz, Rofizal dan Yani, Aditya Rahman. *Coorporate Identity* Rumah Sakit Gatoel Mojokerto. *Jurnal Desain Komunikasi Visual UPN "Veteran" Jatim* Vol. 2 Tahun 2013.
- Fauzan Aulia, Hendra Afriwan, dan Dini Faisal. Konsistensi Logo Dalam Membangun Sistem Identitas. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, Volume 10 Nomor 02 Juli – Desember 2021. p-ISSN : 2301-5942, e-ISSN ; 2580-2380
- Gobe, Mark. 2001. *Emotional Branding*. New York: All Worth Press
- Jayanegara, Nyoman I. 2017. Semiotika Visual Logo RSU. Surya Husadha Denpasar. *Jurnal Bahasa Rupa* Vol. 1 No.1 – Oktober 2017. P-ISSN 2581-0502 (print), e-ISSN 2580-9997 (online)
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga
- Wijaya, B, S. 2011. *Branderpreneurship : Brand Development-Based Entrepreneurship*. Proceeding 1st International Conference on Business and Communication (ICBC), Jakarta, Indonesia
- Pang bo. On the Values of Corporate Visual Identity. *Jurnal College of Art and Appareluages, Tianjin Polytechnic University* Vol.1 No.2 –April 2008
- Handriyotopo. Tipografi Dekoratif Kawung Floral Regular. program Studi Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa dan Desain ISI Surakarta Vol.6 No.2 Tahun 2014
- Indro dan Zaitun. 2022. Perancangan Logo Community Center PKBM Karya Ummat, Cengkareng, Jakarta Barat. *Jurnal Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Jakarta*.