

ABSTRAK

Perkembangan media di era informasi digital yang pesat membawa banyak solusi terhadap permasalahan yang ada, salah satunya yaitu terbatasnya akses informasi terpercaya mengenai kesehatan yang masih belum menjangkau masyarakat luas. Tersedianya platform digital seperti media sosial dapat memudahkan masyarakat dalam memperoleh suatu informasi khususnya informasi edukasi mengenai kesehatan gigi serta informasi penyedia layanan kesehatan gigi. Klinik Damessa *Family Dental & Skin Care* (Damessa) adalah salah satu klinik yang menyediakan layanan kesehatan gigi. Damessa berpotensi menjadi industri kesehatan yang besar dari segi keunggulan dan kualitas yang ditawarkan, namun dalam kegiatan penyampaian informasi merek yang dilakukan pada media sosial belum maksimal dikarenakan belum memiliki *brand communication* yang kuat. Dalam perancangan ini, diperoleh data-data menggunakan metode observasi, wawancara, kuesioner, dan studi pustaka yang selanjutnya akan dianalisis menggunakan metode analisis SWOT dan analisis matriks perbandingan. Data yang diperoleh digunakan sebagai acuan untuk merancang strategi dan visual *brand communication* klinik Damessa dengan hasil yang nantinya akan diimplementasikan pada media informasi, promosi, dan komunikasi. Hasil dari perancangan ini bertujuan agar klinik Damessa dapat bertahan di industri serta mencakup pasar yang lebih luas dan juga sebagai upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya kesehatan gigi.

Kata kunci: *Brand Communication*, Klinik Damessa *Family Dental & Skin Care*, Kesehatan Gigi.