

BAB V

SIMPULAN SARAN

5.1 Simpulan

Komunikasi satu suara ke internal dan eksternal perusahaan mengenai informasi perusahaan merupakan hal yang penting. Perihal ini dilakukan agar terbangun *positioning* yang selaras antara internal dan eksternal perusahaan. Vidio memiliki permasalahan dimana masih terdapat perbedaan komunikasi mengenai informasi perusahaan ke internal dan eksternalnya. Hal ini dapat tampak dari dokumen yang dimanfaatkan oleh berbagai divisi untuk menjelaskan informasi mengenai perusahaan kepada para pemangku kepentingannya. Akibatnya, tercipta komunikasi yang bersifat tidak satu suara.

Melihat permasalahan ini, keberadaan *corporate profile* dapat menjadi media acuan dalam mengomunikasikan informasi tentang perusahaan kepada para pemangku kepentingan. *Corporate profile* Vidio yang dirancang menyajikan berbagai informasi perusahaan secara komprehensif yang diharapkan dapat menjadi representasi perusahaan. Para pembaca dapat menemukan informasi tentang pengenalan singkat perusahaan, perjalanan perusahaan, tim yang ada, layanan yang disediakan, cerita kesuksesan, berbagai mitra strategis, serta kontak perusahaan. Informasi ini terkemas dalam dokumen *corporate profile* berbentuk digital (*softcopy*).

Penyusunan *corporate profile* ini memakai teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dokumen, dan studi pustaka. Selanjutnya, perancangan karya dilakukan dengan tahap perencanaan (*planning*), penulisan (*organizing* dan *composing*), dan evaluasi (*editing* dan *writing*). Pengumpulan data dilakukan sebelum perancangan *corporate profile* agar data yang diperoleh kredibel untuk digunakan. Kemudian perancangan karya dilakukan dengan tahapan-tahapan yang sistematis agar pelaksanaannya menjadi lebih jelas.

Tahap penyusunan *corporate profile* diakhiri dengan pelaksanaan dua tahap evaluasi, yakni sebelum dan sesudah karya disebar ke khalayak sasaran. Evaluasi sebelum penyebaran karya dilakukan dengan peninjauan oleh Sundari Mardjuki selaku Head of External Partnership & PR di Vidio. Sementara itu, evaluasi sesudah penyebaran karya dilakukan dengan menggunakan kuesioner (Google Form) kepada sepuluh karyawan Vidio yang menjadi khalayak sasaran *corporate profile* ini. Evaluasi ini menghasilkan tanggapan yang positif mengenai karya. Para pihak yang mengevaluasi mengatakan bahwa *corporate profile* tersebut sudah menggambarkan wajah perusahaan, informatif, dan menarik.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Saran bagi Universitas Multimedia Nusantara adalah memberikan pembelajaran yang lebih intensif di mata kuliah *Writing for Public Relations* untuk pembuatan karya-karya yang menjadi pilihan di magang *track 2*. Hal ini dilakukan untuk mengasah kemampuan dan membuat mahasiswa terbiasa dengan pembuatan karya semacam ini. Selain itu, koleksi buku pada <https://umnlibrary.vitalsource.com/#/> tentang teknik pengumpulan data, teori komunikasi, dan teori *public relations* juga dapat diperbanyak. Terakhir, universitas dapat memperbanyak referensi karya terdahulu dari skripsi berbasis karya untuk jurusan ilmu komunikasi di <https://kc.umn.ac.id>.

5.2.2 Saran Praktis

Saran bagi perusahaan adalah dapat memiliki satu suara dalam mengomunikasikan informasi mengenai perusahaan ke internal dan eksternal perusahaan. Hal ini dilakukan agar tercipta pemahaman yang sama di dalam dan luar perusahaan. Selain itu, diperlukan adanya pencocokan kembali tentang informasi perusahaan pada dokumen yang digunakan oleh setiap divisi dan *website* perusahaan. Dengan demikian, *positioning* di internal dan eksternal perusahaan memiliki keselarasan.