

## **BAB V**

### **SIMPULAN**

#### **5.1 Simpulan**

Terciptanya lingkungan kerja yang positif, mempererat hubungan antar karyawan, dan menciptakan rasa saling pengertian tidak lepas dari adanya suatu komunikasi internal perusahaan yang baik. Untuk itu, dibutuhkan suatu media komunikasi internal yang dapat memberikan ruang lebih besar untuk memaparkan informasi seputar umum perusahaan maupun kesempatan bagi karyawan dalam menyampaikan opininya. Informasi seputar perusahaan yang dapat dipaparkan dapat meliputi para pemimpin tim, visi-misi, budaya dan nilai, pekerjaan yang telah dilakukan, dan prestasi yang telah dicapai perusahaan maupun karyawan.

Majalah internal FORMAGZ pun hadir sebagai media komunikasi internal Fortuna untuk memuat beragam informasi tentang Fortuna, dimulai dari informasi umum (sejarah, visi-misi, leaders, dan klien), kemenangan kecil setiap tim dalam menjalankan suatu proyek klien, prestasi yang dicapai perusahaan maupun karyawan, kisah inspiratif, konten menghibur, dan dokumentasi kegiatan-kegiatan internal yang telah diselenggarakan, secara lebih mendalam dan dikemas dengan visual yang menarik. Tidak hanya itu, majalah internal FORMAGZ pun menyediakan ruang untuk setiap opini dari karyawan-karyawan, terkait proyek yang telah diselenggarakan maupun pengalaman bekerja di Fortuna.

Produksi majalah internal FORMAGZ dilakukan melalui tiga tahap, yaitu: (1) Pra-produksi, yang mana pada tahap ini dilakukan pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan studi pustaka, kemudian menyusun tujuan menulis, menganalisa publik yang menjadi sasaran target audiens, membuat rancangan konten, dan menyusun rencana kerja; (2)

Produksi, yang mana pada tahap ini dilakukan penentuan judul majalah, menulis, dan menyunting seluruh artikel; dan (3) Pasca produksi, yang mana pada tahap ini dilakukan proses evaluasi secara kualitatif dengan dosen ahli dan kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 karyawan Fortuna. Dalam proses bimbingan dengan dosen ahli, karya ini mendapat *insight* terkait tata letak, penulisan konten, dan pembuatan infografis. Selain itu, berdasarkan hasil evaluasi kuantitatif, dapat ditarik kesimpulan bahwa majalah internal FORMAGZ telah memenuhi kebutuhan Fortuna dan mencapai tujuan pembuatan karya ini.

## **5.2 Saran**

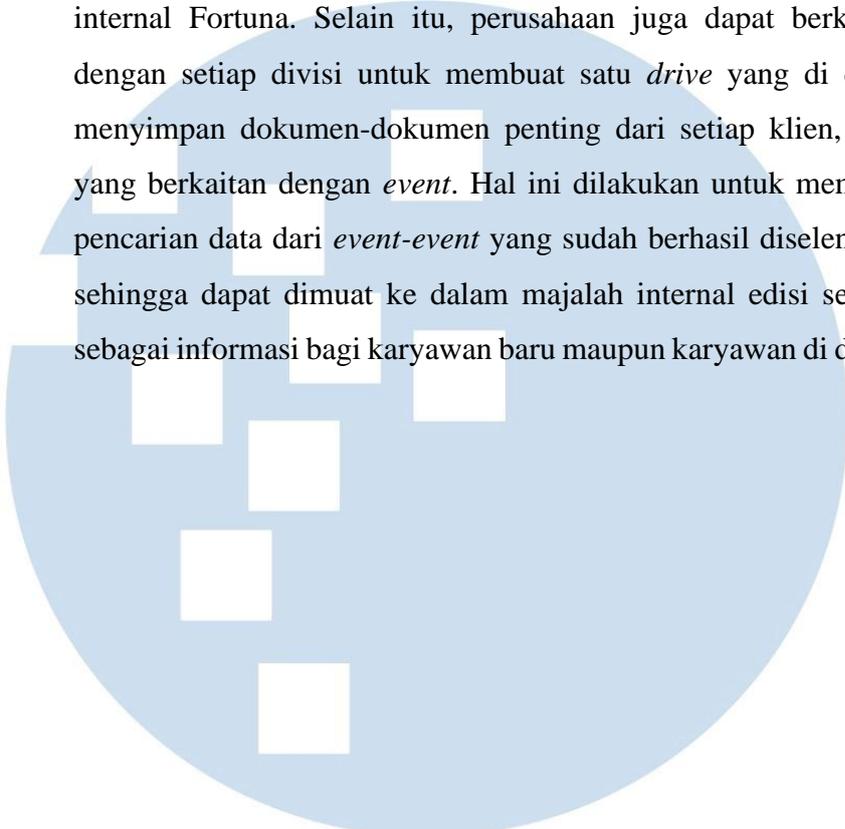
### **5.2.1 Saran Akademis**

Saran akademis yang dapat diberikan untuk membuat karya majalah internal adalah mempertajam pengetahuan mengenai tata letak, tipografi, dan aspek dasar lainnya untuk membuat suatu desain, yang mana hal tersebut dapat dilakukan dengan mengambil mata kuliah *Digital Graphic Communication*. Hal ini diperlukan agar mahasiswa Ilmu Komunikasi UMN yang akan membuat karya sejenis dapat melakukan proses produksi sesuai dengan kaidah-kaidah dalam desain. Sedangkan untuk mempertajam pengetahuan penulisan konten majalah internal dapat dilakukan dengan mengambil mata kuliah *Public Relations Writing*. Tujuannya agar memahami unsur-unsur yang perlu diperhatikan dalam menulis agar setiap konten yang dimuat di dalam majalah memiliki nilai berita.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Saran yang dapat diberikan untuk perusahaan adalah meningkatkan kualitas dokumentasi dari profile para leaders dan

kegiatan internal yang dilakukan untuk mendukung visual majalah internal Fortuna. Selain itu, perusahaan juga dapat berkoordinasi dengan setiap divisi untuk membuat satu *drive* yang di dalamnya menyimpan dokumen-dokumen penting dari setiap klien, terutama yang berkaitan dengan *event*. Hal ini dilakukan untuk memudahkan pencarian data dari *event-event* yang sudah berhasil diselenggarakan sehingga dapat dimuat ke dalam majalah internal edisi selanjutnya sebagai informasi bagi karyawan baru maupun karyawan di divisi lain.



# UMMN

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A