

BAB V

SIMPULAN SARAN

5.1 Simpulan

Komunikasi perusahaan yang tepat mampu menciptakan pengetahuan dan wawasan yang baik untuk *target audience*. *Company profile* yang memiliki fokus dalam memenuhi pengetahuan eksternal dan internal mengenai perusahaan, akhirnya mampu menampilkan berbagai karakteristik, keunggulan, serta fasilitas luar biasa yang tersedia di The Springs Club. *Company profile* juga mengajak para pembaca untuk mengeksplor The Springs Club lebih jauh lagi, memperlihatkan *event-event membership* yang berhasil terlaksana, serta menyajikan layanan/jasa yang ditawarkan oleh The Springs Club

Produksi *company profile* untuk The Springs Club dilakukan dalam tiga tahap, yaitu tahap pra-produksi dengan mempersiapkan seluruh kebutuhan produksi termasuk dalam melakukan riset, *brainstorming*, pengumpulan informasi melalui wawancara dan riset terhadap data perusahaan, serta mengoordinasikan hal-hal yang perlu dicantumkan dalam *company profile*. Kemudian, tahap produksi konten dan visual diimplementasikan secara efektif sesuai dengan hasil yang diperoleh dari pra-produksi sebelumnya. Terakhir, post produksi yang menjadi tahap akhir dari pembuatan karya *company profile*, karena terdapat sesi persetujuan, distribusi, serta evaluasi.

Evaluasi dilakukan dalam dua tahap, yaitu untuk *primary target* secara eksternal, serta *secondary target* untuk internal. Melalui hasil evaluasi yang telah dilakukan pada 30 eksternal (*primary target*) dan 10 internal (*secondary target*), *company profile* dianggap mampu menyampaikan pesan yang jelas, melalui bahasa, kalimat, maupun informasi yang disampaikan. Hasil evaluasi juga menunjukkan bahwa *company profile* yang telah dibuat memiliki pengaruh terhadap reputasi perusahaan, mengingat tujuan baiknya dalam mengenalkan dan mengkomunikasikan citra positif perusahaan. *Section* yang paling menarik menurut responden didominasi pada *section Business Scope*. Para responden menganggap bahwa *section* ini mampu menambah pengetahuan mereka terhadap produk/layanan

yang ditawarkan oleh perusahaan. Hal ini memperlihatkan bahwa pengenalan produk/layanan dengan baik pada *section* tersebut didasari oleh penyampaian pesan yang akurat dan tepat. Para responden juga memberi evaluasi, masukan/saran, dan kekurangan *company profile* yang telah disusun.

5.2 Saran

5.2.2 Saran Akademis

Dikarenakan tidak memiliki kemampuan desain yang maksimal, mahasiswa/I Ilmu Komunikasi tetap disarankan untuk mempelajari berbagai ilmu dasar mengenai desain, terlebih bagi yang ingin membuat karya sejenis. Dengan memperbanyak literatur mengenai *grid*, *font*, keseimbangan, warna, dan desain lainnya, dapat memudahkan proses berjalannya desain agar dapat maksimal dan memberikan hasil yang memuaskan.

5.2.2 Saran Praktis

Untuk publikasi *company profile*, pihak perusahaan mengharapkan adanya pembaruan untuk *company profile* pada setiap tahunnya, serta menginginkan kelengkapan dari *event* yang diadakan oleh perusahaan, agar dapat lebih meyakinkan. Karya ini juga diharapkan mampu membantu calon *member* atau pelanggan dan para karyawan untuk semakin memahami produk/layanan yang ditawarkan oleh perusahaan, sehingga diharapkan dapat mencantumkan aktivitas atau acara yang *ter-update*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA