

BAB V

SIMPULAN SARAN

5.1 Simpulan

Sebuah perusahaan tentunya memiliki tujuan masing-masing. Tujuan tersebut dapat diraih apabila seluruh karyawan juga ikut berpartisipasi aktif untuk mewujudkan tujuan tersebut. Namun, kunci agar setiap karyawan dapat mengetahui tujuan tersebut adalah dengan cara berkomunikasi. Komunikasi internal yang dibangun oleh perusahaan dapat menciptakan keterbukaan, serta keterlibatan karyawan untuk ikut menerapkan nilai-nilai serta tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan kedepannya. Komunikasi internal kepada karyawan dapat dilakukan dengan cara memberikan informasi kepada karyawan mengenai visi misi, nilai-nilai, serta program apa saja yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendukung tercapainya tujuan tersebut.

Dengan disusunnya majalah Oliver Mosaic ini, diharapkan dapat menjadi pintu agar seluruh karyawan Oliver Indonesia dapat semakin memahami nilai-nilai yang ditanamkan oleh Oliver, yaitu mengenai “*Diversity*” dalam perusahaan. Nilai-nilai yang disampaikan melalui majalah ini berbentuk desain yang memiliki filosofi, artikel-artikel yang membahas mengenai Oliver dan profil karyawan, serta konten yang memberikan edukasi mengenai Oliver atau edukasi yang dapat diterapkan di kehidupan pekerjaan. Majalah Oliver Mosaic hadir menjadi media komunikasi internal karyawan yang diharapkan dapat menumbuhkan rasa kepemilikan karyawan terhadap perusahaan dan rasa bangga dapat menjadi bagian dari perusahaan.

Dalam penyusunan majalah yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Pada tahap pra-produksi, dilakukan riset mendalam mengenai perusahaan dengan melakukan riset kualitatif kepada divisi *People Partner* dan beberapa karyawan Oliver sebagai target pembaca dari

masalah. Setelah itu dilanjutkan pada tahap produksi konten dan visual dari majalah yang selanjutnya dipublikasikan di laman *publuu.com*. Hingga pada tahap terakhir dilakukan evaluasi kepada 13 orang karyawan Oliver dan 6 orang audiens eksternal untuk melakukan umpan balik terhadap majalah Oliver Mosaic. Sebesar 92,3% audiens merasa lebih mengenal perusahaan Oliver setelah membaca majalah Oliver Mosaic dan sebesar 100% dari audiens setuju bahwa visualisasi dari majalah Oliver Mosaic sudah tepat dengan tema dan menyajikan informasi mengenai perusahaan dengan baik dan benar. Rubrik favorit bagi para audiens internal adalah OLIVERIAN, MILESTONES, dan MOMENTS.

Selain itu evaluasi dari pihak eksternal juga menunjukkan hasil yang baik di mana sebanyak 83,3% audiens merasa tertarik untuk bergabung dengan Oliver Agency setelah membaca majalah Oliver Mosaic. Audiens eksternal juga setuju bahwa visualisasi dari majalah Oliver Mosaic sudah menarik dan sesuai dengan tema yang ingin disampaikan. Rubrik favorit bagi audiens eksternal adalah MILESTONE yang menjabarkan pencapaian-pencapaian Oliver selama setahun terakhir.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Dengan menerapkan ilmu-ilmu *Digital Photography*, *Digital Videography*, *Multimedia Laboratory*, *Writing for Public Relations* dan *Media Production & Chanel Management* yang telah didapat selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara, mahasiswa dapat sedikit terbantu dalam penyusunan skripsi karya yang serupa. Walaupun mahasiswa berasal dari jurusan Ilmu Komunikasi yang tidak erat dengan desain visual, ilmu dapat tetap diraih dengan memperluas literasi mengenai ilustrasi, tata letak, tipografi, dan aspek-aspek desain lainnya.

5.2.2 Saran Praktis

Majalah Oliver Mosaic diharapkan dapat menjadi media komunikasi internal yang berkelanjutan dengan dibuat edisi lanjutan dengan versi digital yang lebih memadai walaupun singkat, namun dapat dipublikasi secara berkala. Hal ini bertujuan agar para karyawan dapat mendapatkan informasi terbaru mengenai perusahaan, semakin mengenal satu dengan yang lainnya, serta dapat ikut berperan aktif dalam menanamkan nilai-nilai perusahaan untuk mencapai tujuan bersama.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA