

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Dalam menyampaikan pesan kepada publik internal diperlukan suatu komunikasi internal. Pesan yang ditujukan kepada publik internal bertujuan untuk membangun identitas korporat secara lebih kuat. Komunikasi internal dapat dilakukan salah satunya dengan majalah internal sebagai media komunikasinya. AeroFlash Magazine menjadi majalah internal yang kembali hadir bagi AP II dengan versi digital. AeroFlash Magazine diperuntukkan bagi karyawan AP II sebagai target audiens utama. Didistribusikan melalui media sosial WhatsApp Group dan dipublikasikan juga melalui website <https://publuu.com/> sebagai salah satu bentuk pemenuhan syarat akademis. AeroFlash Magazine berisikan pemaparan secara komprehensif tentang implementasi dari konsep *smart airport*, *airport digitalization* ketiga pilar bisnis utama AP II, yaitu sisi operasi, pelayanan, dan komersial, serta beberapa informasi pendukung lainnya yang dilakukan oleh AP II selama satu tahun ke belakang. Hal tersebut bertujuan untuk menyelaraskan informasi yang disampaikan kepada karyawan khususnya pemahaman tentang konsep *smart airport* agar tidak terjadi kesenjangan atau ketidakmerataan informasi terbaru bagi setiap karyawan baik yang berada di kantor pusat maupun kantor cabang.

Produksi majalah ini dibagi menjadi tiga tahap, antara lain tahap pra produksi yang di dalamnya seluruh proses merancang dan mempersiapkan kebutuhan produksi majalah ini. Tahap produksi atau tahap pembuatan baik dari isi konten atau artikel maupun dari visualnya hingga kemudian menjadi suatu majalah yang utuh dan lengkap. Terakhir, tahap pasca produksi di mana di dalamnya terdapat proses distribusi, publikasi, promosi, dan evaluasi.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Bagi mahasiswa yang ingin mengambil atau membuat karya yang serupa dapat lebih memperbanyak wawasan terkait *PR Writing* dan *PR Publishing* yang terdapat di beberapa mata kuliah jurusan ilmu komunikasi, seperti *Writing for Public Relations* dan *Digital Graphic Communication*. Selain itu, mahasiswa juga perlu mengetahui wawasan tentang desain, tata letak, tipografi, warna, unsur atau kaidah dalam membuat majalah. Hal ini perlu diketahui karena walaupun tidak berasal dari latar belakang desain, mahasiswa komunikasi harus mengetahui dan mengerti hal dasar dalam mendesain terutama dalam membuat majalah agar nantinya dapat mengarahkan proses desain sesuai dengan kebutuhan.

Kemudian, untuk universitas dapat membahas dan mengupas lebih dalam lagi terkait *brand journalism*, karena konsep tersebut sangat menarik untuk diimplementasikan. Terlebih lagi pada era digitalisasi saat ini sangat berdampak pada penggunaan media konvensional yang mulai beralih menjadi *hybrid* atau bahkan sepenuhnya menjadi media *online*. Baik dari sisi *marketing* ataupun *public relations* mahasiswa harus memahami bagaimana mengemas cerita dan menyatukannya dengan desain, serta ilustrasi agar dapat menjadi satu kesatuan utuh.

### 5.2.2 Saran Praktis

Perusahaan ataupun PR internal dapat merutinkan kembali penggunaan media internal khususnya majalah internal terlebih dalam bentuk digital agar lebih efektif dan efisien. Selain itu, juga dapat dikemas dengan lebih menarik, seperti menggunakan unsur *artificial intelligence* di mana hal ini sejalan dengan visi AP II yang sedang mengoptimalkan digitalisasi di wilayah kerja bandar udara.