

## BAB V

### KESIMPULAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Setiap perusahaan memiliki cara unik dalam berkomunikasi dengan audiensnya, tergantung pada kebutuhan, tujuan, dan karakteristik merek mereka. Tentu proses perancangan *corporate magazine* melibatkan langkah-langkah yang sistematis dan kompleks. Pada tahap pra-produksi, dilakukan riset mendalam untuk memahami audiens, menentukan konsep, serta menyusun strategi desain dan konten. Tahap produksi mencakup pelaksanaan desain grafis, pemilihan materi visual, penulisan artikel, dan proses penyuntingan untuk memastikan kualitas terbaik. Kemudian, tahap pasca-produksi meliputi finalisasi, pencetakan, atau adaptasi ke format digital, serta distribusi kepada audiens yang ditargetkan. Setiap langkah ini memerlukan koordinasi yang baik antara tim dan perhatian terhadap detail, sehingga hasil akhirnya tidak hanya menarik secara visual tetapi juga relevan dan selaras dengan visi serta misi perusahaan. Kompleksitas ini mencerminkan dedikasi dalam menciptakan media komunikasi yang efektif dan bernilai tinggi. Dapat disimpulkan bahwa *corporate magazine* berhasil menjadi dari tujuan-tujuan karya yaitu:

- A) *Corporate magazine* dijadikan media komunikasi perusahaan.
- B) *Corporate magazine* menghubungkan unit bisnisnya dalam satu *platform* publikasi yaitu ISSUU dan Publuu.
- C) *Corporate magazine* digunakan untuk mengkomunikasi nilai-nilai inti VIVERE Group yaitu *quality people, quality work, dan quality life*.
- D) *Corporate magazine* meningkatkan *sense of belonging* di antara karyawan dengan menampilkan cerita sukses, pencapaian, dan kontribusi mereka terhadap pertumbuhan perusahaan.

Berdasarkan survey yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa *corporate magazine* VIVERE Group ini berhasil meningkatkan pemahaman dan pengenalan para responden terhadap perusahaan. Semua responden menyatakan bahwa mereka merasa lebih mengenal VIVERE Group setelah membaca majalah ini, yang menunjukkan bahwa konten yang disampaikan berhasil memberikan informasi yang jelas tentang perusahaan. Selain itu, 100% responden juga merasa bahwa konten dalam majalah ini disajikan dengan baik dan menarik, dan desain, tata letak, serta ilustrasi yang digunakan sesuai dengan tema.

Sebanyak 65% responden memilih *The Projects* sebagai *chapter* yang paling menarik, menunjukkan minat besar terhadap pencapaian serta proyek terbaru VIVERE Group. Hal ini didukung oleh alasan bahwa tampilan gambar yang menarik dan relevansi informasi yang diberikan sangat membantu pemahaman, serta kemudahan dalam membaca isi majalah. Para responden juga memberikan penilaian positif terhadap kata-kata yang digunakan dalam majalah, dengan banyak yang menggambarkannya sebagai inspiratif, elegan, dan profesional.

Meski begitu, beberapa responden memberikan masukan agar ukuran teks diperbesar dan konsistensi penggunaan ukuran huruf diperhatikan untuk mempermudah pembacaan. Namun, mereka tetap mengapresiasi desain akhir *corporate magazine* VIVERE Group yang sudah sangat baik dan rapi. Secara keseluruhan, responden merasa bahwa majalah ini berhasil menyampaikan informasi yang relevan, sekaligus memberikan kesan profesional dan estetis yang mencerminkan identitas VIVERE Group.

## 5.2 Saran

Sebagai penutup dari keseluruhan proses perancangan *corporate magazine* VIVERE Group, adapun saran yang konstruktif untuk penyempurnaan karya. Saran ini didasarkan pada analisis terhadap hasil perancangan serta evaluasi

efektivitas *corporate magazine* sebagai media komunikasi perusahaan. Saran yang diberikan diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengembangan di masa depan, sehingga *corporate magazine* semakin inovatif, relevan, dan mampu mendukung tujuan komunikasi serta *branding* perusahaan secara optimal. Saran dibagi menjadi dua (2) bagian yakni:

### **5.2.1 Saran Akademis**

Untuk menghasilkan *corporate magazine* yang efektif, mahasiswa disarankan untuk mengambil mata kuliah seperti *Art, Copywriting & Creative Strategy, Visual & Photographic Communication, dan Digital Graphic Communication*. Penulis merasa dengan mengambil ketiga mata kuliah ini, penulis selanjutnya akan lebih memahami teori seputar pembuatan konten kreatif, pengelolaan komunikasi visual, serta penerapan desain grafis digital yang diperlukan untuk perancangan majalah. Dengan menguasai ketiga mata kuliah tersebut, mahasiswa dapat mengintegrasikan elemen desain, strategi komunikasi, dan keterampilan teknis untuk menciptakan *corporate magazine* yang menarik dan efektif.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Dalam refleksi terhadap perancangan *corporate magazine* untuk VIVERE Group, penulis menyadari adanya beberapa kekurangan, untuk menjaga keberlanjutan publikasi, VIVERE Group dapat melakukan evaluasi rutin dengan melibatkan tim *graphic designer*, dan *corporate marketing*, serta memanfaatkan *feedback* dari pembaca. Distribusi majalah dapat melalui format digital seperti *e-magazine* dan integrasi dalam kegiatan pemasaran langsung, seperti pameran atau kunjungan klien, untuk menjangkau audiens yang lebih luas secara kreatif dan *modern*.