

## BAB V

### KESIMPULAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Pembuatan *company profile* berbasis digital untuk Brand Media Indonesia (BMI) dilatarbelakangi oleh permasalahan utama dalam komunikasi perusahaan, yaitu minimnya informasi yang tersedia bagi publik mengenai identitas dan layanan yang ditawarkan oleh BMI. Hal ini mengakibatkan calon klien kesulitan memahami posisi BMI sebagai *Integrated Media Management Services Company* karena terbatasnya informasi yang ditampilkan di situs web, media sosial, maupun *credential deck* perusahaan. Permasalahan ini dapat dijelaskan melalui teori *Impression Management* dari Goffman (2022), yang menekankan pentingnya pengelolaan citra perusahaan untuk menciptakan persepsi positif di benak para *stakeholders*. Oleh karena itu, perancangan *company profile* berbasis digital ini bertujuan untuk menjawab tantangan tersebut dengan menyajikan informasi mengenai yang lebih komprehensif.

Berdasarkan evaluasi yang dilakukan melalui survei internal kepada karyawan BMI dan survei eksternal kepada audiens, *company profile* ini terbukti efektif dalam meningkatkan kesadaran publik terhadap identitas perusahaan. Di sisi internal, karyawan merasa lebih memahami jati diri perusahaan serta lebih percaya diri dalam menyampaikan informasi kepada klien atau mitra bisnis. Selain itu, efek positif yang dirasakan tidak hanya terbatas pada peningkatan *awareness*, tetapi juga pada aspek kredibilitas perusahaan, di mana publik mulai melihat BMI sebagai mitra bisnis yang dapat dipercaya dan kompeten. Publik menilai bahwa *company profile* ini berhasil menunjukkan keunggulan BMI dengan menarik sehingga meningkatkan kepercayaan mereka terhadap kredibilitas BMI.

Daya tarik utama dari *company profile* ini adalah inovasi dalam format dan fitur yang ditawarkan. Desain berbasis digital *flip book* dilengkapi dengan integrasi *hyperlink* memberikan kemudahan akses bagi audiens untuk memahami layanan yang ditawarkan BMI secara menyeluruh. Selain itu, fitur *hyperlink* juga

memungkinkan audiens untuk langsung melihat portofolio hasil karya BMI tanpa perlu mencari informasi tambahan secara manual.

## **5.2 Saran**

Terdapat dua jenis saran yang dapat pembuat karya berikan setelah perancangan *company profile* berbasis digital ini selesai, yakni saran akademis dan praktis.

### **5.2.1 Saran Akademis**

Pada pembuatan karya *company profile* berbasis digital ini, pembuat karya menemukan bahwa platform *flip book* memiliki potensi besar untuk menghadirkan pengalaman membaca yang lebih interaktif. Oleh karena itu, bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang akan menggunakan media *flip book* untuk karya serupa sangat dianjurkan untuk terus mengeksplorasi fitur-fitur lain yang tersedia selain *hyperlink*. Sebab, elemen interaktif ini terbukti dapat menarik perhatian audiens dan meminimalisir kebosanan saat membaca *company profile* BMI. Dengan memanfaatkan potensi platform secara optimal, karya yang dihasilkan dapat menjadi lebih menarik, informatif, dan tidak membosankan.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Saran praktis untuk perusahaan Brand Media Indonesia (BMI) adalah mengambil langkah strategis dengan mengintegrasikan materi dari *company profile* berbentuk *flip book* ke dalam situs web resmi dan akun media sosial perusahaan. Langkah ini penting untuk memastikan keselarasan informasi yang disampaikan melalui berbagai platform sehingga tidak terjadi kesenjangan atau ketidakkonsistenan informasi yang dapat mengurangi kepercayaan audiens. Kemudian, untuk menjaga daya tarik dan relevansi, BMI juga disarankan untuk terus memperbarui konten *company profile* secara berkala. BMI dapat menambahkan elemen-elemen penjelasan lain yang lebih detail mengenai layanan yang mereka tawarkan kepada calon klien, penambahan portofolio, pencapaian perusahaan, dan lainnya.

Di sisi lain, BMI perlu meningkatkan transparansi dalam penyampaian informasi selama proses penyusunan *company profile*, terutama yang melibatkan pihak ketiga. Kesepakatan dengan klien terkait ketentuan penayangan hasil kerja atau konten eksklusif harus dijelaskan sejak awal untuk menghindari potensi masalah di kemudian hari. Dengan menjaga transparansi dan komunikasi yang baik, BMI dapat memastikan bahwa *company profile* tidak hanya menjadi alat komunikasi yang efektif, tetapi juga memperkuat hubungan profesional dengan klien yang sudah ada.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA