

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan dan proses implementasi karya, dapat disimpulkan bahwa *Product profile* yang dihasilkan mampu memenuhi tujuan perancangan sebagaimana telah dijabarkan pada Bab I. *Product profile* tersebut terbukti efektif sebagai media penunjang kegiatan promosi perusahaan Benfarm. Media ini mampu menyajikan informasi produk secara sistematis, jelas, dan mudah dipahami oleh audiens. Selain itu, *Product profile* berperan sebagai media komunikasi visual yang mencerminkan karakter serta nilai-nilai perusahaan. Penerapan konsep visual yang terencana menjadikan pesan promosi lebih menarik dan memiliki daya persuasi. *Product profile* juga membantu perusahaan dalam menyampaikan informasi produk secara lebih profesional. Kehadiran media ini membuat proses penyampaian informasi menjadi lebih efisien dibandingkan media promosi sebelumnya. Temuan tersebut menunjukkan bahwa *Product profile* memiliki kontribusi penting dalam strategi komunikasi promosi perusahaan.

Karya *Product profile* yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media pembentuk identitas merek perusahaan. Melalui penggunaan visual yang konsisten, *Product profile* mampu memperkuat citra serta karakter *brand* Benfarm. Media ini dirancang agar dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan untuk berbagai kebutuhan komunikasi perusahaan. Selain itu, *Product profile* memberikan manfaat jangka panjang karena dapat digunakan kembali tanpa memerlukan produksi ulang dalam waktu dekat. Keberadaan media ini membuka peluang bagi perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. *Product profile* juga dapat mendukung aktivitas promosi baik pada media daring maupun luring. Dari aspek perancangan, karya ini menunjukkan penerapan konsep komunikasi visual yang selaras dengan tujuan promosi. Dengan demikian, *Product profile* yang dihasilkan memiliki nilai strategis dalam pengembangan *brand* perusahaan.

Secara umum, perancangan *Product profile* ini dapat dinilai berhasil dalam menjawab permasalahan komunikasi promosi yang dihadapi perusahaan. Media yang dihasilkan mampu berfungsi sebagai alat komunikasi yang efektif antara perusahaan dan audiens. *Product profile* memudahkan penyampaian informasi produk secara komprehensif. Selain itu, media ini mampu meningkatkan daya tarik visual yang sebelumnya belum dimanfaatkan secara optimal oleh perusahaan. Karya ini menunjukkan bahwa media promosi visual memiliki peranan penting dalam meningkatkan kesadaran merek. Meskipun terdapat berbagai kendala dalam proses pelaksanaan, karya tetap dapat diselesaikan sesuai dengan standar akademik. Proses perancangan ini memberikan pembelajaran mengenai pentingnya perencanaan dan komunikasi dengan pihak perusahaan. Kesimpulan ini menegaskan bahwa *Product profile* merupakan media promosi yang relevan dan memberikan manfaat nyata bagi perusahaan.

5.2 Saran

Saran merupakan manifestasi dari penulis atas sesuatu yang belum ditempuh dan layak untuk dilaksanakan pada penelitian lanjutan. Saran dicantumkan karena peneliti melihat adanya kemungkinan untuk mengatasi masalah atau kelemahan yang ada, sejauh tidak terlepas dari ruang lingkup karya. Saran dibagi menjadi:

5.2.1 Saran Akademis

Bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian atau perancangan karya sejenis, khususnya pada perusahaan yang sama, disarankan untuk bersikap aktif dan selektif dalam menentukan mitra kerja sama. Mahasiswa perlu memahami karakter, komitmen, dan sistem kerja perusahaan sebelum proyek dimulai. Proses komunikasi sebaiknya dilakukan secara intensif dan berkesinambungan guna menghindari terjadinya miskomunikasi. Selain itu, mahasiswa dianjurkan untuk rutin melakukan *follow up* terhadap perkembangan proyek. Sikap proaktif sangat diperlukan dalam menghadapi berbagai kendala yang muncul di lapangan. Mahasiswa juga perlu menyiapkan rencana alternatif apabila terjadi perubahan mendadak selama proses perancangan. Hal tersebut bertujuan agar pelaksanaan karya tetap

berjalan sesuai dengan target akademik. Dengan persiapan yang matang, potensi hambatan dalam pelaksanaan proyek dapat diminimalkan.

Mahasiswa juga disarankan untuk bersikap tegas terhadap perusahaan atau supervisor terkait batasan ruang lingkup dan pembagian tanggung jawab proyek. Kejelasan peran sejak awal dapat membantu menjaga profesionalitas dalam kerja sama. Apabila lingkungan kerja dinilai kurang mendukung proses akademik, mahasiswa perlu mempertimbangkan kembali keberlanjutan kerja sama tersebut. Keputusan untuk tidak melanjutkan proyek di lingkungan yang kurang kooperatif dapat menjadi pilihan yang tepat. Hal ini penting agar fokus utama tetap tertuju pada pencapaian tujuan akademik. Selain itu, mahasiswa disarankan untuk meningkatkan kemampuan dalam mengelola waktu dan emosi. Pengalaman selama proses perancangan dapat dijadikan pembelajaran berharga untuk proyek berikutnya. Dengan demikian, kualitas karya akademik tetap dapat dipertahankan.

5.2.2 Saran Praktis

Bagi pihak perusahaan, disarankan untuk meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya pemanfaatan media digital dalam kegiatan promosi. Perusahaan harus bisa lebih peka, adaptif dan responsif terhadap perkembangan media sosial, khususnya dalam media komunikasi visual. Melalui media komunikasi visual, dapat dipastikan bahwa audiens akan lebih tertarik karena dirasa konten interaktif dengan audiens yang menonton.

Bagi pihak perusahaan, juga disarankan untuk bisa mengikuti dan menaati jadwal yang sudah ada. Melakukan *follow up* secara berkala dan memastikan mengenai pekerjaan yang dilakukan oleh tim. Hal ini karena penulis sering kali mendapati pihak perusahaan menunda *approval* dengan alasan yang tidak jelas sehingga terjadi hambatan dalam pengunggahan konten. Begitu pun dengan jadwal produksi ini, perusahaan juga menunda kurang lebih selama 10 hari dan baru memberikan keputusan secara sepihak

dengan mengatakan alasan yang tidak cukup kuat. Penulis menyayangi hal ini karena dengan adanya *Product profile* ini menjadi alat komunikasi strategis perusahaan dalam memperkenalkan produk kepada audiens. Media ini dapat dimanfaatkan secara fleksibel pada berbagai platform promosi. Dengan pengelolaan yang tepat, *Product profile* mampu meningkatkan citra profesional perusahaan. Selain itu, media ini dapat membantu membangun kepercayaan audiens terhadap *brand*. Oleh karena itu, perusahaan disarankan menjadikan *Product profile* sebagai bagian dari strategi promosi jangka panjang. Langkah ini akan mendukung terciptanya komunikasi yang konsisten dengan audiens.

Product profile sebaiknya diposisikan sebagai bentuk investasi jangka panjang, bukan hanya kebutuhan promosi sementara. Perusahaan dapat terus mengembangkan media ini seiring dengan perkembangan produk yang dimiliki. Evaluasi konten secara berkala juga perlu dilakukan agar *Product profile* tetap relevan dengan kebutuhan pasar. Selain itu, perusahaan disarankan untuk melibatkan tenaga profesional dalam pengelolaan media promosi. Kerja sama yang baik akan menghasilkan media komunikasi yang lebih efektif dan optimal. Pemanfaatan *Product profile* secara maksimal dapat memperluas jangkauan promosi perusahaan. Media ini juga dapat digunakan sebagai pendukung kegiatan presentasi bisnis dan pemasaran. Dengan demikian, *Product profile* dapat memberikan manfaat berkelanjutan bagi perusahaan.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA