

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI

5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses perancangan serta hasil distribusi dan apresiasi video *company profile* PT. Rumah Publikasi Indonesia untuk membangun citra positif perusahaan sebagai media informasi perusahaan. Berdasarkan analisis dan evaluasi yang telah dilakukan, berikut kesimpulan yang dapat diambil.

Perancangan video *company profile* PT. Rumah Publikasi Indonesia berhasil dirancang melalui metode *mix method* dengan 5 tahapan pendekatan *Practice- led Research*. Tahap pertama adalah persiapan, yang melibatkan wawancara dan observasi langsung di lapangan dengan dukungan Bapak Muh. Abdul Latif, M.Pd., dan Ibu Prof. Dr. Isma Widiaty M.Pd. Kedua, tahap mengimajinasi yang mencakup penyusunan *storyline* dan *storyboard* sebagai panduan awal. Ketiga, tahap pengembangan imajinasi melibatkan proses pengambilan gambar (*shooting*) dan perekaman suara yang dilakukan di PT. Rumah Publikasi Indonesia dengan persiapan sarana produksi yang dibutuhkan. Keempat, tahap pengerjaan dimana video diedit dengan aset-aset video yang telah didapatkan pada tahapan sebelumnya untuk digabungkan. Terakhir adalah hasil karya, dimana video *company profile* PT. Rumah Publikasi Indonesia selesai diproduksi dan diuji oleh ahli materi dari PT. Rumah Publikasi Indonesia berjumlah 3 orang serta ahli media yang berkompeten di bidang videografi berjumlah 3 orang. Proses ini diikuti dengan revisi untuk menyempurnakan hasil video. Pengujian lainnya dilakukan dengan menyebarkan angket kepada responden sesuai dengan target pasar PT. Rumah Publikasi Indonesia, yaitu mahasiswa S2, S3, dan dosen. Selanjutnya melakukan distribusi video melalui akun Youtube resmi PT. Rumah Publikasi Indonesia pada Senin, 15 Juli 2024 dan diperkenalkan melalui akun Instagram @rpiinstitute pada Selasa, 16 Juli 2024. Apresiasi terhadap video dilihat dari banyaknya audiens yang berkomentar tertarik mengikuti program di PT. Rumah Publikasi Indonesia.

Kelayakan hasil pengujian oleh tiga ahli materi diperoleh skor 98% dan pengujian oleh tiga ahli media diperoleh skor 93%, yang termasuk dalam kategori

“Sangat Layak”, sedangkan angket yang disebarakan kepada responden, sesuai dengan target pasar PT. Rumah Publikasi Indonesia, diperoleh hasil sebesar 87,1% dimana kategori skor termasuk kedalam kategori “Sangat Layak”. Dengan ini menandakan bahwa *video company profile* PT. Rumah Publikasi Indonesia layak dipublikasikan dan dapat membangun citra perusahaan. Kemudian distribusi dan apresiasi yang diterima di akun Youtube PT. Rumah Publikasi Indonesia menunjukkan hasil jangkauan 1.400 tayangan, dengan 378 penayangan individu dan total waktu tonton mencapai 8,9 jam. Selain itu, video ini memperoleh 139 *likes*, dan menerima 85 komentar dari penonton. Seiring dengan hal ini, jumlah *subscriber* Youtube juga mengalami peningkatan signifikan dengan tambahan 31 *subscriber* hingga tanggal 24 Juli 2024. Hal ini menunjukkan bahwa video tersebut informatif, menarik, dan profesional dengan apresiasi tinggi terhadap kualitas narasi, visual dan informasi yang disampaikan.

Dengan adanya *video company profile* PT. Rumah Publikasi Indonesia, perusahaan berhasil menciptakan video yang efektif dalam membangun citra positif perusahaan sebagai media informasi. Kepercayaan audiens meningkat melalui penyampaian informasi yang jelas, dan video ini menjadi alat komunikasi yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas untuk memperkuat citra perusahaan.

5.2 Implikasi

Penelitian ini berjudul “Perancangan *Video Company Profile* sebagai Media Informasi PT. Rumah Publikasi Indonesia memiliki beberapa implikasi penting, diantaranya:

1. Penelitian ini dapat memperluas literatur mengenai penggunaan *video company profile* sebagai alat untuk membangun citra perusahaan khususnya di bidang publikasi.
2. Hasil penelitian ini menyediakan panduan praktis bagi perusahaan lain yang ingin menggunakan *video company profile* untuk meningkatkan citra merek perusahaan mereka.
3. Penggunaan *video company profile* ini menyajikan informasi yang lengkap dan komprehensif mengenai perusahaan.

5.3 Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi dalam penelitian ini, beberapa rekomendasi yang diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT. Rumah Publikasi Indonesia

PT. Rumah Publikasi Indonesia disarankan untuk terus mengembangkan video *company profile* sesuai perkembangan perusahaan dan tren pasar. Evaluasi berkala terhadap video *company profile* sangat penting, yang dapat dilakukan dengan mengumpulkan umpan balik dari audiens. Umpan balik ini akan membantu perusahaan memahami kekuatan dan kelemahan konten.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk merancang video *company profile* yang lebih menarik dengan memanfaatkan teknik videografi dan alat produksi terkini sesuai perkembangan teknologi. Video sebaiknya memiliki durasi yang lebih singkat, namun tetap memenuhi kebutuhan informasi perusahaan. Selain itu, pengembangan video *company profile* di media digital lain akan membantu memperluas jangkauan informasi.