

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Company profile merupakan salah satu alat yang sangat vital dalam memperkenalkan perusahaan kepada calon klien dan masyarakat umum. Jika diproses dan dirancang dengan baik serta menarik, kualitas dari *company profile* akan mencerminkan kualitas dari perusahaan itu sendiri. Setiap aspek mulai dari aspek visual, tata letak, desain, hingga konten yang terdapat dalam *company profile* harus diolah dengan maksimal dan optimal.

Merencanakan *company profile* yang mampu menggambarkan identitas sebuah perusahaan merupakan hal yang sangat penting. Ini telah menjadi praktik umum di banyak perusahaan sebelumnya. Dengan kemajuan zaman, *company profile* akan semakin mudah diakses melalui unggahan di situs atau media sosial perusahaan. Dari sana, masyarakat umum dapat mengunduh profil perusahaan tersebut. Saat merancang *company profile* perusahaan, konsep menjadi prinsip utama yang diterapkan dalam semua aspeknya. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian, membangun minat, dan menciptakan keinginan, yang pada akhirnya akan mendorong tindakan atau respons tertentu.

5.2 Saran

Sebagai sebuah perusahaan, radio Rasi FM sangat membutuhkan *company profile* untuk memperkenalkan diri kepada masyarakat umum dan pendengarnya. Meskipun masyarakat bisa mengenal radio Rasi FM melalui media sosial atau situs web perusahaan, *company profile* diharapkan dapat meningkatkan kualitas visual dan desain perusahaan. Walaupun dalam pembuatan video *company profile* ini ada beberapa konsep yang menurut penulis kurang tepat yaitu pada bagian *jingle* Rasi FM di dalam video *company profile* yang sudah terlalu lawas dan juga dalam video *company* tersebut terlalu banyak *jingle* Rasi FM yang bermunculan di setiap video, namun masih ada ruang untuk perbaikan dan penyempurnaan lebih lanjut. Karena permintaan dari

pihak mitra Rasi FM, konsep tersebut tetap dilaksanakan, dengan pertimbangan bahwa tidak ada revisi dalam karya video *company profile* yang penulis buat, dan video tersebut sudah diunggah di *YouTube*. Diharapkan karya ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam membuat proyek video *company profile*, khususnya mengenai perilaku pendengar serta sebagai media penyiaran dan radio, sehingga dapat membantu merumuskan strategi yang lebih tepat dan terarah.

