

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil dari *Company Profile* RASI FM berfokus pada pemberitahuan jika siaran RASI FM tidak hanya di nikmati melalui siaran audio saja tapi bisa secara visual sehingga bisa di nikmati dimana saja dan kapan saja. Sehingga adanya company profile ini di harapkan menjadi media dalam memberikan informasi kepada masyarakat. Dampak dari penggunaan company profile sangat berpengaruh bagi sebuah perusahaan, terlebih pada tahun 2024 setiap perusahaan menggunakan video sebagai alat untuk memberikan informasi.

Video company profile ini disusun dengan tujuan utama untuk mengkomunikasikan identitas, visi, dan misi perusahaan kepada penonton dengan cara yang persuasif. Dalam mencapai tujuannya, narasi video tersebut menggambarkan berbagai aspek yang menonjol dari Rasi FM Magetan, mulai dari kualitas layanan hingga kontribusi perusahaan. Dengan fokus yang kuat pada keunggulan dan manfaat yang ditawarkan, video ini tidak hanya sekadar memperkenalkan perusahaan, tetapi juga berupaya membangun hubungan yang erat dengan pemirsa. Melalui strategi komunikasi persuasifnya, video company profile ini bertujuan untuk menyatukan atau memperdekat hubungan dengan audience nya sehingga di harapkan dampak positif bagi citra Rasi FM Magetan di masyarakat.

Melalui penggunaan teknik-teknik komunikasi persuasif seperti penggunaan kata-kata yang emosional, visual yang menarik, dan didukung voice over dalam penyampaiannya maka narasi video ini berhasil menciptakan pengalaman yang menggugah perasaan serta menginspirasi masyarakat.

#### 5.2 Saran

Pada proses melaksanakan produksi kurang efektif nya dalam penggunaan waktu di karenakan ada beberapa faktor seperti cuaca yang kebetulan selalu tidak bersahabat dan beberapa salah pemahaman dalam komunikasi sehingga ada beberapa adegan yang harus di undur sehingga solusi untuk mengatasi itu dengan mendahulukan adegan yang bisa di kerjakan pada saat itu sehingga proses produksi menjadi lebih *flexibel*. Dan pada pembuatan narasi vidio Company Profile masih ada beberapa kekurangan yaitu bagaimana tujuan dari vidio *company profile* masih kurang mentarget kepada siapa sasaran yang di tuju dan kurangnya penggunaan backsound dan bumber yang membuat konsep dari vidio *company profile* kurang sempurna, sehingga kedepanya diharapkan bagi peneliti selanjutnya bisa memperhatikan aspek aspek dalam pembuatan vidio *company profile* dengan lebih baik.

