

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **V.1. Kesimpulan**

PT Bina Fajar Estetika sebagai perusahaan yang bergerak di industri garmen busana muslim wanita, memiliki kredibilitas yang perlu diketahui oleh banyak target khalayaknya. Masih belum bisa berkolaborasi atau bekerjasama dengan perusahaan lain dan penyampaian tentang *profile* perusahaan masih sederhana atau sehingga vendor juga belum mengetahui terlalu banyak tentang PT Bina Fajar Estetika.

Salah satu cara untuk membuat PT Bina Fajar Estetika bisa semakin diketahui dan mudah dijangkau target khalayak, yaitu dengan meningkatkan pengemasan media informasi yang digunakan dalam proses pendekatan kepada target khalayak. Mulai dari penyusunan hingga tampilan visual dari media informasi tersebut perlu diperhatikan. Jenis usaha *business to business* (B2B) memang mengedepankan pendekatan kepada calon pelanggan secara rasional seperti dari memiliki banyaknya pelanggan dan penilaian baik dari mayoritas.

Tetapi kenyataannya pendapat target khalayak ternyata kebanyakan belum mengetahui tentang BIFEST dan 90% masyarakat dikota perusahaan ini berdiri juga belum mengetahui produknya, sehingga kualitas sebenarnya dari suatu perusahaan belum dapat dilihat oleh khalayak. Terbukti bahwa banyak target khalayak juga yang sebenarnya tidak hanya memperhatikan suatu perusahaan B2B hanya dari sisi rasionalnya saja namun dari sisi emosional juga. Contoh apabila seseorang diajak bekerjasama oleh dua orang yang berbeda, orang pertama berbicara dengan sangat lancar dan menjelaskan dengan jelas ditambah dengan sedikit bercanda orang kedua berbicara dengan gugup dan kurang dapat menjelaskan secara tepat, tanpa disadari orang yang diajak kerjasama tersebut akan lebih memilih untuk ikut seseorang yang jelas dan dapat mudah dipahami dengan santai. Dengan perancangan informasi terkait profil PT Bina Fajar Estetika melalui *video company profile* ini, akan membuka peluang bagi perusahaan tersebut untuk diketahui oleh lebih banyak target khalayak.

Penampilan dari media informasi yang tersusun dan menarik dari *company profile* serta media-media pendukungnya, mempermudah akses target khalayak untuk mengetahuinya. diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan calon pelanggan untuk berlangganan dan bekerjasama dengan PT. Bina Fajar Estetika. Maka dari itu perancangan informasi ini dapat bermanfaat bagi perusahaan sehingga bisa mencetak penghargaan yang di dambakan oleh perusahaan.

## **V.2. Saran**

Dalam melakukan perancangan informasi terkait profil perusahaan sebaiknya dilakukan secara tim, agar dapat menghasilkan rancangan yang lebih layak. Bagaimanapun untuk merancang informasi terkait suatu lembaga atau instansi, dibutuhkan data yang lengkap, dalam beberapa kasus meminta data pada perusahaan atau instansi yang kita teliti bisa sangat sulit jika kita tidak mengenal karyawan atau orang di dalam perusahaan tersebut, maka perlunya orang dalam dalam suatu penelitian adalah salah satu keuntungan tersendiri untuk bisa dengan mudah mendapatkan data yang kita inginkan. Penelitian ini mungkin belum maksimal bagi penelitian selanjutnya masih banyak hal di dalam PT. Bina Fajar Estetika yang belum saya dapatkan mungkin kedepannya bisa di tambahkan lebih banyak dan lebih baik lagi untuk penelitian selanjutnya. Proses perancangan akan lebih maksimal apabila didasari data yang lengkap dan dukungungan ide-ide sehingga solusi dari objek penelitian akan lebih cepat ditemukan, siapkan juga mental, biaya, kesehatan, dan jangan lupa untuk berdoa sehingga dapat dipermudah segala urusannya.