

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Perancangan *Company Profile* Sebagai Media Promosi PT. BPR Rukun Karya Sari dirancang berdasarkan identifikasi dari berbagai masalah serta riset yang diperoleh peneliti. Tujuan perancangan ini adalah untuk menciptakan media promosi baru yang secara akurat guna mencerminkan citra PT. BPR Rukun Karya Sari. Proses perancangan melibatkan pengumpulan data kualitatif melalui wawancara dengan Direktur Utama dan SPI PT. BPR Rukun Karya Sari dan observasi di lapangan. Selain itu, metode kuantitatif diterapkan dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat Desa Kedungpring Kabupaten Lamongan dan sekitarnya (Desa Modo, Desa Sugio, Desa Ngimbang, Desa Bluluk, dan Desa Mantup) sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Analisis data untuk mengatasi masalah dalam perancangan ini menggunakan analisis deskriptif. Desain yang dibuat harus mempertimbangkan konsep desain, terutama konsistensi penggunaan elemen desain, untuk meningkatkan kesadaran merek dan ketepatan dalam pelaksanaan promosi perusahaan di masyarakat luas. Hasil perancangan ini berupa *company profile* yang mencakup *Booklet Company Profile*, Kartu Nama, *Flayer*, *Banner*, *Kalender*, *Paper Bag*, *Notebook*, *Payung*, *Mug*, *Nameplate*, Buku Tabungan TAMasya, Buku Tabungan TaMasDa.

5.2 Saran

Perancangan yang disusun dengan pendekatan ilmiah, benar, dan tepat ini diharapkan penelitian ini mampu dijadikan contoh *output* pembuatan *company profile* kedepannya oleh pihak akademisi. Namun, dalam laporan ini terdapat kekurangan dalam perancangan ini yang mana dapat dilanjutkan oleh penelitian lain kedepannya. Perancangan *Company Profile* Sebagai Media Promosi PT. BPR Rukun Karya Sari diharapkan dapat diterapkan secara konsisten untuk menjadi media promosi yang kuat di benak masyarakat Desa Kedungpring Kabupaten Lamongan dan sekitarnya (Desa Modo, Desa Sugio, Desa Ngimbang, Desa Bluluk, dan Desa Mantup), sehingga perusahaan ini dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.