

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Jari-jari *Communication* PT. Khrisna Inter Visi Media adalah salah satu perusahaan terbesar yang bergerak dalam bidang jasa komunikasi dan informasi di Bali. Untuk itulah menjadi tantangan yang sangat besar pula bagi pihak perusahaan untuk dapat mempertahankan *image* dan menjaga citra perusahaan dibenak *customer*. Hal tersebut bukan hanya menjadi tanggung jawab dari pihak manajemen akan tetapi yang paling memiliki andil adalah dari tim *art work* yang secara langsung menangani proses dari perancangan atau pemanfaatan media untuk sarana komunikasi dan menyampaikan informasi ke khalayak luas, karena tanpa promosi dan penggunaan media iklan yang tepat perusahaan tidak akan dikenal oleh khalayak luas atau calon *customer*. Banyaknya media yang ada ternyata masih kurang maksimal dalam penyampaian informasi untuk meningkatkan penjualan.

Multimedia interaktif tampil sebagai jawaban atas perkembangan teknologi informasi saat ini yang begitu pesat sejalan dengan perkembangan teknologi komputer. Perancangan multimedia interaktif Jari-jari *Communication* PT. Khrisna Inter Visi Media adalah suatu cara yang cocok efektif dan efisien untuk dapat berinteraksi secara langsung dengan customer dan calon customer dengan lingkup yang sangat luas dalam penyampaian informasi tentang *profile* Jari-jari *Communication*

PT. Khrisna Inter Visi Media di tengah-tengah persaingan bisnis dalam bidang yang sama. Dengan mengacu pada konsep desain yang mengangkat budaya daerah setempat dipadukan dengan prinsip dasar perancangan komunikasi visual seperti kesatuan, keseimbangan, irama dan proporsi dengan komposisi warna yang harmonis sehingga menghasilkan sebuah karya multimedia interaktif yang mampu membentuk *brand* dan citra perusahaan dengan karakter disain yang menampilkan gerak animasi yang unik, dengan *frame to frame* membuat tampilan multimedia lebih hidup dan tidak membosankan, pengabungan antara video dan audio akan membuat informasi pesan lebih kompleks dan terfokus. Satu lagi kelebihan yang dimiliki media ini adalah kemampuan berkomunikasi dengan dua arah, yang nanti diharapkan bisa membangun *brand relationships* dengan menciptakan hubungan komunikasi yang baik antara perusahaan, pelanggan dan calon *customer* dengan didukung *icon* budaya setempat dapat memperluas peluang perusahaan lebih dikenal bukan hanya di kalangan *domestic* saja bahkan lebih luas, karena Bali sendiri sudah terkenal di manca negara. Dampak lain yang dapat ditimbulkan adalah dapat memberi kontribusi pada daerah setempat yaitu pada sektor pariwisata.

## **B. Saran**

Mengingat ketatnya persaingan dalam bidang jasa komunikasi dan informasi dan perkembangan teknologi yang begitu pesat, maka perlu dilakukan pengoptimalan media promosi yang ada sehingga memungkinkan

khalayak mengenal lebih dekat keberadaan Jari-jari *Communication* PT. Khrisna Inter Visi Media dengan tetap menjaga *image* dan membangun citra yang baik dimata calon *customer*, karena dengan kondisi masyarakat yang kebanjiran informasi membuat *customer* dan calon *customer* lebih selektif dalam memilih perusahaan yang mereka percayakan untuk menggarap media promposi yang mereka butuhkan.

Multimedia interaktif ini adalah media yang menggunakan perangkat komputer untuk mengaksesnya sehingga media ini tidak bisa beridi sendiri oleh karena itu disarankan untuk menggunakan media penunjang. Untuk dapat menyebar luaskan dan mendistribusikan media informasi multimedia interaktif ini dapat tercapai sesuai dengan target yang diinginkan perlu dilakukan koordinasi dan kerjasama dengan pihak-pihak terkait.