

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Untuk menentukan konsep dalam sebuah perancangan termasuk perancangan *company profile* dibutuhkan pengumpulan data seperti observasi dan wawancara. Perancangan konsep dilakukan secara verbal dan visual. Proses perancangan ini mempunyai beberapa tahapan, yaitu *Thumbnail*, *Rough Sketch*, *Comprehensive Layout* dan *Final Design*. *Company Profile* berisi tentang profil perusahaan meliputi visi misi, alur pelayanan, layanan, program dan fasilitas yang ada di perusahaan. Pada perancangan ini objek yang dipakai adalah Instansi kesehatan yaitu Puskesmas Gamping II. Setelah dilihat maka dapat diketahui bahwa Puskesmas Gamping II belum mempunyai *company profile* baik itu dalam bentuk video maupun cetak karena keterbatasan SDM. Maka dari itu saya menawarkan untuk membuat perjanjian kerjasama dengan Puskesmas mengenai pembuatan *company profile* dalam bentuk video dan cetak sesuai dengan visi yang ada pada Puskesmas ini yaitu *Smart Health*. Cara mempresentasikan *smart health* pada video ini yaitu dengan memahami dulu mengenai apa itu *smart health*. Setelah itu, saya mempresentasikan *smart health* ini dengan bagaimana cara mendaftarkan diri sebagai orang yang baru pertama kali melakukan pemeriksaan. Dimulai dari pengarahan ke mesin pengambilan nomor antrean sampai dengan pengambilan sidik jari. Selain itu, video *company profile* Puskesmas Gamping II berisi tentang informasi-

informasi penting mengenai Puskesmas Gamping II seperti visi misi, alur pelayanan, layanan kesehatan, program inovasi dan fasilitas yang ada di Puskesmas Gamping II.

Video ini bisa dimasukkan di berbagai media sosial yang dimiliki Puskesmas Gamping II. Dengan di unggahnya video *Company Profile* ini pada media sosial, diharapkan dapat menarik minat atau menjadi bahan informasi bagi calon pasien agar mengetahui sedikit banyaknya mengenai Puskesmas Gamping II. Selain di media sosial, video ini akan ditampilkan pada televisi yang berada di Puskesmas Gamping II. Ini berguna untuk mengedukasi serta memberikan informasi kepada pasien yang berkaitan dengan Puskesmas Gamping II. Selain berbentuk video, *Company Profile* juga dibuat dalam bentuk cetak atau katalog yang isinya tidak berbeda jauh dari video *Company Profile*. Katalog ini di desain semenarik dan sedetail mungkin supaya pasien yang membaca bisa mengerti apa saja layanan, fasilitas dan program inovasi yang ditawarkan oleh Puskesmas Gamping II.

Dengan dibuatnya *company profile* ini, diharapkan juga dapat memotivasi pihak Puskesmas untuk terus membuat suatu karya atau video yang berisi tentang informasi, himbauan, motivasi, dan sebagainya sehingga akun-akun official Puskesmas akan aktif kembali. Selain itu, dengan dibuatnya *company profile* ini diharapkan dapat meningkatkan minat baca untuk pasien-pasien yang menunggu giliran pemeriksaan.

B. SARAN

Setelah melihat, mengunjungi dan menganalisis keadaan Puskesmas Gamping II baik itu melalui media *online* dan *offline*, ada beberapa saran yang ingin saya utarakan, yaitu :

1. Puskesmas Gamping II mempunyai akun *official* di sosial media seperti facebook, youtube, dan website. Akan tetapi, akun – akun tersebut sangat jarang dilakukan pembaharuan, seperti isi, informasi terbaru, dokumentasi, dan program inovasi. Walaupun di Puskesmas ini sendiri mempunyai ahli IT yang berperan untuk *memonitoring* akun – akun *official* tersebut.
2. Puskesmas Gamping II juga mempunyai beberapa papan informasi beserta mading yang jarang diperbaharui. Akan lebih baik jika informasi – informasi yang ada di papan informasi dan mading itu sering diperbaharui.
3. Puskesmas Gamping II juga jarang sekali melakukan promosi di media sosial. Akan lebih baik jika Puskesmas Gamping II melakukan promosi di media sosial. Karena dapat di lihat untuk jaman sekarang sosial media juga memegang peran penting dalam meningkatkan *awareness* masyarakat lain. Jika tidak ingin melakukan promosi, minimal Puskesmas Gamping II membuat suatu konten yang berisi himbauan atau motivasi mengenai kesehatan dan pencegahan berbagai macam penyakit/virus ke dalam akun *officialnya*.

4. Perbanyak gambar – gambar yang menarik yang diletakkan di dinding khususnya pada poli KIA. Gambar – gambar ini dimaksudkan untuk menghibur anak yang sedang di periksa