

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Company profile adalah salah satu elemen atau media yang penting dalam memperkenalkan perusahaan kepada calon klien dan juga khalayak luas. Apabila diolah dan ditata sebagus dan semenarik mungkin, kualitas dari *company profile* akan menjadi refleksi untuk kualitas dari sebuah perusahaan. Setiap elemen mulai dari gambar, desain, *layout* hingga tulisan yang ada di *company profile* haruslah diolah dengan maksimal dan sebaik mungkin.

Merancang *company profile* yang dapat merepresentasikan sebuah perusahaan menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan. Dan hal ini sudah dimanfaatkan oleh berbagai perusahaan-perusahaan terdahulu. Melalui perkembangan zaman, *company profile* akan semakin mudah diakses dengan cara mengunggahnya ke *website* perusahaan. Dari sana, para calon klien atau khalayak luas akan dapat mengunduh *company profile* perusahaan.

Ketika ingin merancang karya *company profile* ini, konsep A.I.D.A. adalah konsep utama yang diterapkan dalam berbagai elemen dari *company profile*. Dengan tujuan untuk bisa menarik perhatian (*attention*), membangun ketertarikan (*interest*), menciptakan keinginan (*desire*), yang akan bisa membuahkan sebuah aksi atau tindakan (*action*).

Dalam merancang karya ini, ada 9 langkah untuk bisa menulis dengan efektif dari Ronald D. Smith dan juga 6 tahapan dalam pembuatan desain media dari Robin Landa yang menjadi acuan dalam perancangan *company profile*. Bila disimpulkan, maka prosesnya akan dimulai dengan menentukan apa yang akan ditulis, diikuti dengan riset mengenai topik yang akan ditulis, berbagai data yang didapat akan dikelompokkan dan digunakan dalam pembuatan *draft* yang akan dinilai serta direvisi oleh pihak ToffeeDev. Setelah mendapatkan revisi, maka proses perbaikan akan dilaksanakan dan melanjutkan ke tahap desain. Proses selanjutnya adalah *proofread*. Setelah mendapatkan persetujuan dari pihak ToffeeDev maka karya akan bisa dipresentasikan atau di publikasi.

Dalam karya ini, ada 3 macam warna yaitu, #F06820, #EB3F00, #252525. Ketiga warna ini bisa dilihat dalam logo ToffeeDev dan juga pada *website* perusahaan. Warna ini menjadi *company color* yang digunakan oleh ToffeeDev. Untuk *font*, ada Bebas Neue dan juga Open Sans yang menjadi rekomendasi dari pihak ToffeeDev. Dua jenis *font* ini memiliki kesan elegan, simple, tegas dan juga mudah untuk dibaca, mendukung bentuk *layout* yang vertikal untuk memudahkan para pembaca.

5.2 Saran

5.2.1 Saran untuk Universitas

Berbagai materi yang disampaikan selama perkuliahan sangat membantu dalam proses perancangan karya ini. Akan sangat baik jika kedepannya Universitas dapat lebih banyak memperkenalkan berbagai bentuk praktikum dalam pembuatan

berbagai karya dalam ilmu komunikasi. Salah satunya adalah mata kuliah *PR Writing* dan *Multimedia Laboratory*. Dari kedua mata kuliah ini, akan bisa dipelajari berbagai hal yang diperlukan ketika merancang karya ini. Diharapkan nantinya ada bentuk praktikum yang membuat para mahasiswa bisa membuat sebuah *company profile*.

5.2.2 Saran untuk ToffeeDev

Sebagai perusahaan, ToffeeDev sangat membutuhkan *company profile* untuk bisa membantu memperkenalkan diri kepada calon klien. Walaupun melalui *website* atau pemasaran para klien bisa mengetahui siapa ToffeeDev, namun mereka tidak akan bisa mengetahui berbagai hal penting serta apa saja yang akan ditawarkan oleh ToffeeDev. Diharapkan rancangan karya ini akan bisa semakin ditingkatkan kualitasnya, terutama pada bagian desain. Dari segi konten, hal yang ingin disampaikan kepada para pembaca dari *company profile* ini sudah cukup. Namun belum berarti sempurna dan masih bisa ditingkatkan lagi menjadi lebih sempurna. Salah satunya adalah menciptakan *company profile* interaktif seperti yang dimiliki oleh Diehl Group dan Hubspot. Yang akan lebih bisa menarik perhatian dari publik atau calon klien.