

## BAB V

### SIMPULAN

#### 5.1 Simpulan

*Company Profile* dipilih untuk mewakili identitas perusahaan yang dirancang sesuai dengan tata cara penggunaan *guideline* dari perusahaan untuk mengkomunikasikan perusahaan baik dari nilai-nilai yang dipegang untuk menjalankan perusahaan hingga gambaran citra produk dan jasa yang disediakan secara konsisten menggunakan elemen-elemen identitas perusahaan. Adanya kebutuhan untuk perubahan data dan desain dari *Company Profile* yang sebelumnya di PT Henkel Indonesia, mendorong untuk adanya rancangan pembuatan *Company Profile* melalui karya ini. Kebutuhan tersebut dibutuhkan karena adanya berbagai perubahan pada perusahaan baik secara global maupun lokal sehingga perubahan ini harus segera disampaikan agar tetap relevan dengan kebutuhan pasar dan membantu meningkatkan kesadaran akan informasi-informasi terbaru mengenai perusahaan dan produk-produk.

Pada proses penyusunannya, data untuk konten dikumpulkan melalui *platform-platform* internal perusahaan seperti *website* internal dalam bentuk *Sharepoint* dimana terdapat seperti *guidance* desain dan tata cara penulisan, foto/gambar yang dapat digunakan secara bebas dalam berbagai media, dan juga *website* utama perusahaan yaitu [www.henkel.com](http://www.henkel.com) untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan secara global dan menjaga konsistensi konten baik yang

sudah ada dengan yang diharapkan ada di *Company Profile* terbaru. Dalam menyusun dan merancang *Company Profile* terdapat beberapa konsep yang digunakan yaitu konsep Identitas Perusahaan dan *Brand Guidelines* sebagai acuan. Kedua konsep tersebut membantu dalam menentukan hasil akhir karya dengan tujuan untuk menjaga elemen-elemen perusahaan agar dapat diidentifikasi oleh *stakeholders*.

Proses publikasi dari hasil karya dilakukan kepada pihak internal perusahaan atau kepada karyawan-karyawan Henkel yang kemudian karya diharapkan untuk diteruskan kepada *stakeholders* masing-masing departemen karyawan yang dianggap membutuhkan *Company Profile* terbaru dari PT Henkel Indonesia. Publikasi kepada karyawan dilakukan menggunakan surel dan *Company Profile* terbaru dapat diunduh pada *website* internal yang tautannya sudah disertakan di dalam surel yang dipublikasikan.

## **5.2 Saran**

### **5.2.2 Saran untuk Universitas**

Selama menjadi mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dengan penjurusan *Strategic Communication*, mahasiswa sudah dibekali oleh berbagai mata kuliah yang mendukung agar karya dalam bentuk *Company Profile* ini dapat disusun dengan baik dan menghasilkan karya yang dapat diaplikasikan langsung bagi PT Henkel Indonesia. Sebagai mahasiswa dengan penjurusan *Strategic Communication* skripsi berbasis karya ini membantu untuk merasakan langsung

proses mengaplikasikan apa yang sudah dipelajari secara teoretis selama masa perkuliahan untuk diterjemahkan ke dalam praktek. Dari penyusunan rancangan skripsi berbasis karya, dapat dirasakan tantangan yang akan dihadapi apabila mengerjakan proyek yang mungkin didapatkan di dunia kerja nantinya dan bagaimana cara-cara untuk menanggulangi tantangan tersebut dan menyelesaikan proyek yang dipercayakan dengan baik.

Meskipun begitu, terdapat beberapa situasi yang sempat menyebabkan kebingungan karena pembahasan untuk situasi tersebut berada diluar ranah pembelajaran seperti evaluasi *brand guidelines* dari perusahaan yang memiliki elemen untuk memperbaharui standar desain dari perusahaan agar sesuai dengan tren saat ini namun tetap memiliki identitas perusahaan. Situasi ini, merupakan diluar ranah pembelajaran yang didapatkan selama masalah perkuliahan. Meskipun, karya tetap dapat diselesaikan dengan baik dan sesuai dengan yang diinginkan oleh perusahaan, namun karya akan jauh lebih sempurna apabila dapat melakukan kolaborasi dengan mahasiswa-mahasiswa lintas jurusan sehingga dapat menghasilkan karya yang lebih maksimal. Seperti mahasiswa-mahasiswa dari jurusan Desain Komunikasi Visual dimana rancangan strategis untuk karya bisa kemudian divisualisasikan dengan maksimal oleh mahasiswa jurusan DKV, atau mahasiswa jurusan Animasi apabila membutuhkan ilustrasi hingga *3D design* apabila karya hendak diekspansi ke dalam *platform-platform digital* sehingga menghasilkan karya yang lebih interaktif, dan berbagai jurusan lainnya yang memiliki topik pembelajaran masing-masing yang juga dapat menunjang karya ini.

Maka dari itu, saran bagi universitas adalah untuk memungkinkan skripsi berbasis karya agar semakin banyak peminat dan dapat berkolaborasi dengan berbagai jurusan lainnya sehingga karya yang dihasilkan dapat berguna dan berdampak bagi lingkungan baik di universitas maupun *stakeholder* dari perusahaan.

### **5.2.1 Saran untuk Perusahaan**

Dalam membuat perancangan *Company Profile* PT Henkel Indonesia, pertama-tama dilakukan analisa konten seperti apa yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk dimasukkan ke dalam *Company Profile*. Setelah melalui tahap analisis konten dan menyusun konten tersebut kedalam tulisan dan materi gambar atau ilustrasi, dilanjutkan dengan membuat rancangan tata letak konten di dalam *Company Profile*. Pada tahap inilah ditemukan beberapa hal yang mungkin dapat dikembangkan oleh perusahaan yaitu yang pertama adalah mengaktualkan peran desain yang dapat dimulai dari memperbaharui *brand guidelines* sesuai dengan tren yang sedang berlangsung yaitu tren di dunia digital. Ditemukan salah satu kendala yaitu jenis *font* terbaru dari perusahaan tampak bagus pada saat digunakan untuk media digital sementara kurang terlihat pada media cetak. Sementara *font* tersebut adalah *font* wajib dari perusahaan yang juga merupakan bagian dari identitas perusahaan dalam memvisualisasikan informasi-informasi seputar perusahaan.

Untuk itu, adanya upaya mengaktualkan *brand guidelines* dari perusahaan dengan tren saat ini sangatlah penting ditambah lagi akan adanya kebutuhan dari *customer* baru perusahaan yang saat ini kebanyakan masih konservatif (masih

membutuhkan bentuk *hard copy*) maka hal ini jelas menjadi kendala untuk kenyamanan pembaca yang merupakan calon *customer* dari perusahaan.