

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Simpulan

Proses perancangan profil perusahaan bermula dari penentuan tujuan pembuatan karya. Tujuan pembuatan profil perusahaan adalah membantu perusahaan menyediakan media promosi serta untuk mengedukasi pembaca mengenai pentingnya menggunakan teknologi perusahaan sebagai penunjang kesehatan masyarakat Indonesia. Setelah menentukan tujuan perancangan, berlanjut ke tahap perancangan konsep desain melalui *brainstorming* dibantu dengan proses *mindmapping* untuk menentukan 3 sampai 4 kata kunci utama. Setelah menemukan kata kunci mulai pencarian referensi dari penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penyusunan karya.

Setelah menemukan berbagai referensi, masuk ke tahap penyusunan draf konten dengan menggunakan konsep '*Nine Steps to Effective Writing*' berdasarkan Smith (2017, p 84). Dalam merancang suatu konten wajib melibatkan pihak perusahaan mulai dari wawancara serta pengumpulan data sekunder untuk memperkuat data, kemudian berlanjut ke tahap pemilihan konten, penyusunan konten secara draf, tahap revisi, dan persetujuan publikasi konten.

Proses selanjutnya yaitu pembuatan *katern* yang dapat menempatkan teks, gambar, dan foto secara teratur, kemudian masuk ke proses pembuatan desain profil perusahaan. Metode perancangan desain diambil dari konsep berdasarkan Landa (2014) yang berupa *shapes*, penggunaan tipografi, dan warna. Penentuan tipografi, *shapes*, dan warna harus berdasarkan hasil dari wawancara dan konsep untuk memperkuat perancangan karya.

Perancangan desain profil perusahaan dilakukan mulai dari penentuan *grid* dan *layout* yang berdasarkan referensi karya profil perusahaan sebelumnya. Setelah memasang *grid* dan *layout*, kemudian menerapkan tipografi pada konten, serta menentukan warna palet dan ikon yang digunakan ke dalam profil. Dalam proses mendesain terdapat pihak yang terlibat untuk membantu memastikan bahwa desain profil telah sesuai.

Pada uji coba dengan melakukan presentasi secara tatap muka bersama pegawai perusahaan serta persebaran kuesioner kepada calon klien Aryaguna *Technology* untuk mendapatkan masukan dan kritikan. Tahap terakhir adalah melakukan revisi berdasarkan hasil uji. Perancangan karya profil perusahaan Aryaguna ditujukan untuk membantu perusahaan melakukan kegiatan promosi. Dalam mempublikasikan profil perusahaan wajib menggunakan bentuk media penunjang promosi yang dapat menguntungkan perusahaan untuk mengenalkan identitas perusahaan secara detil.

## **5.2 Saran**

Setelah melakukan perancangan profil perusahaan dari tahap persiapan serta penyusunan draf, terdapat beberapa saran dianjurkan jika ingin melakukan perancangan yang sama, antara lain:

### **5.2.1 Perusahaan**

Bagi perusahaan sudah memenuhi sebagian besar kriteria dalam membantu proses perancangan karya. Seperti memberikan konsep desain perusahaan, serta pemberian informasi asset perusahaan, waktu untuk wawancara, dan bimbingan proses perancangan karya. Namun akan lebih baik jika perusahaan lebih meneliti media sosial yang digunakan untuk publikasi profil perusahaan secara efisien dan efektif, memperjelas dan melengkapi profil perusahaan, transparansi dalam memberikan konsep kegiatan promosi perusahaan secara detil, dan secara teknis menyediakan waktu khusus kegiatan promosi untuk mempublikasi karya yang kemudian tidak perlu menggunakan laman *Issuu* sebagai *internet marketing*.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

### 5.2.2 Universitas

Berdasarkan pengalaman dalam merancang profil perusahaan sebagai media promosi, materi semasa perkuliahan sangat membantu dalam menentukan konsep serta perancangan desain profil perusahaan. Akan lebih baik jika Universitas dapat memperdalam mata kuliah *Introduction to Public Relation* dan *Digital Strategic Communication* untuk mempelajari tahap penyusunan konten promosi serta *Multimedia Laboratory* untuk diimplementasi ke dalam konsep desain.

### 5.2.3 Mahasiswa

Sebelum membuat perancangan, mahasiswa harus memastikan bahwa memiliki keahlian dan pengalaman dalam desain menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator*, *Photoshop* maupun bentuk aplikasi lain yang dapat membuat visualnya. Dalam merancang profil perusahaan wajib mempelajari mata kuliah *academic writing* dan *English* dengan tujuan dapat menyusun konten secara benar dan tepat. Proses penyusunan konten promosi wajib menelaah atau meneliti kebutuhan perusahaan dengan mengkategorikan *target audience* untuk menggunakan media promosi yang tepat dan sesuai.

Saran secara teknis yaitu memastikan mahasiswa memiliki tekad berkomunikasi kepada pihak yang terlibat untuk mendapatkan bantuan proses perancangan. Dianjurkan menggunakan waktu sebijaknya dengan tujuan memperpanjang publikasi karya untuk melihat progress perkembangan atau hasil akhir karya serta melakukan bimbingan bersama dosen ahli sehingga dapat mengetahui proses perancangan kesalahan atau kekurangan yang terdapat di setiap langkah perancangan.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A