

## BAB V

### SIMPULAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Perancangan skripsi berbasis karya berbentuk karya ini berangkat dari suatu permasalahan yang ditemukan, yaitu kurangnya komunikasi mengenai kegiatan yang dilakukan Wunderman Thompson Indonesia yang relevan dengan publik lokal dan juga kurangnya sumber informasi terbaru yang dapat ditemukan mengenai Wunderman Thompson Indonesia karena hanya bergantung dengan sumber informasi yang disediakan Wunderman Thompson Global. Berdasarkan data yang didapatkan pula, diketahui bahwa masalah yang terjadi adalah kurangnya pemahaman atau pemahaman yang berbeda antara anggota organisasi perusahaan mengenai identitas atau gambaran umum perusahaan. Untuk itu, dalam rangka menghadirkan solusi bagi permasalahan yang ditemukan maka dibuatlah sebuah karya, yaitu *company profile* yang berisikan informasi tentang Wunderman Thompson Indonesia.

Proses perancangan *company profile* ini menggunakan konsep dasar, yaitu *PR Writing*. Hal ini dilihat dari bagaimana *company profile* merupakan salah satu alat yang digunakan dalam media untuk berkomunikasi. *PR Writing* terbagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap perencanaan (*planning*), tahap penulisan (*organizing & composing*), dan terakhir tahap evaluasi (*editing & rewriting*). Melalui tiga tahap tersebut, dapat disajikan sebuah *company profile* yang berisi informasi yang komprehensif dan relevan. Informasi yang dihadirkan didapatkan dengan penggalian data dengan tiga cara, yaitu observasi, wawancara, dan studi pustaka. Dengan begitu, *company profile* dari Wunderman Thompson Indonesia ini berisikan gambaran umum perusahaan, seperti sejarah, visi dan misi, nilai, susunan organisasi, klien yang pernah ditangani, penghargaan, serta aktivitas atau program yang dijalankan di perusahaan.

Visualisasi dari *company profile* ini diproses mengikuti *brand guidelines* yang disediakan oleh perusahaan agar tetap menunjukkan identitas perusahaan. Hal

ini disetujui oleh 15 responden yang memberikan evaluasi terhadap *company profile* yang telah dibagikan. Selain itu, hasil evaluasi juga menyatakan bahwa karya yang dibuat sudah berhasil dalam menjadi sumber informasi mengenai perusahaan yang menyamakan pemahaman yang dimiliki. Respons positif dari responden juga menunjukkan bahwa *company profile* ini tidak hanya mencapai kesan yang diinginkan, tetapi juga memberikan manfaat yang dapat diapresiasi oleh pihak yang bersangkutan. Dengan adanya pandangan positif ini, bukan hanya tercipta pemahaman yang seragam, tetapi juga terbentuk ikatan positif antara individu dan perusahaan, mendorong semangat kerja yang produktif dan kolaboratif.

Karya ini telah memberikan gambaran menyeluruh tentang Wunderman Thompson Indonesia sebagai sumber informasi yang dapat diakses oleh publik, membantu dalam memahami perusahaan secara mendalam. Karya ini juga menciptakan komunikasi yang lebih efektif antara perusahaan dan publik, memastikan pemahaman yang seragam tentang nilai dan tujuan perusahaan. Dalam konteks bisnis, *company profile* ini menjadi acuan untuk meningkatkan potensi kerja sama, terutama dalam situasi seperti *business pitching*. Hal ini sudah sejalan dengan tujuan yang ingin dicapai dari diadakannya karya ini.

## **5.2 Saran**

Setelah menjalankan proses perancangan hingga eksekusi dari skripsi berbasis karya ini, berikut merupakan saran yang dapat diberikan untuk perbaikan ke depannya. Saran tersebut dibagi menjadi dua jenis, yaitu saran akademis dan saran praktis.

### **5.2.1 Saran Akademis**

Dalam mengoptimalkan pendidikan di Universitas Multimedia Nusantara, disarankan untuk mendalami dan mengintegrasikan konsep *brand guidelines* ke dalam kurikulum dengan mendalam dan rinci. Ini menjadi sangat penting mengingat mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai calon lulusan akan secara aktif

terlibat dalam dunia profesional yang erat kaitannya dengan *brand management*. Memiliki pemahaman mendalam tentang *brand management* sebagai dasar dalam berinteraksi dengan *brand* akan memberikan bekal yang kuat untuk mengembangkan komunikasi *brand*.

Selain itu, perlu dilakukan evaluasi menyeluruh terhadap materi yang diajarkan dalam mata kuliah *PR Writing* dengan tujuan untuk memastikan relevansi materi dengan tuntutan praktik di lapangan. Konsep *PR Writing* menjadi fundamental dalam pelaksanaan aktivitas komunikasi melalui media sehingga proses membangun dan menulis komunikasi yang ditujukan kepada publik dengan berbagai alat media harus dijelaskan dan dipraktekkan secara komprehensif. Hal ini akan memastikan bahwa mahasiswa memiliki pengetahuan yang luas dan relevan terkait praktik PR saat mereka memasuki dunia profesional. Dengan adanya konsep yang mendalam tentang *PR Writing* maka mahasiswa akan dengan mudah melaksanakan proses perancangan *company profile* ke depannya.

Di luar dari itu, rekomendasi tambahan untuk Universitas Multimedia Nusantara adalah meningkatkan koleksi sumber referensi atau literatur yang dapat diakses oleh mahasiswa dalam rangka mencari informasi yang relevan, seperti buku yang berhubungan dengan *PR Writing*, *PR Tools*, dan *Company Profile*. Saran ini muncul karena terbatasnya jumlah sumber informasi yang tersedia di perpustakaan dan UMN Knowledge Center, yang dapat menyulitkan mahasiswa dalam menemukan referensi yang dibutuhkan. Hal ini dapat mengakibatkan waktu yang lebih lama digunakan untuk mencari sumber di luar platform yang telah disediakan.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Saran terkait praktik harian perusahaan atau yang relevan dengan konteks ini adalah menjadikan *brand guidelines* perusahaan lebih rinci dan jelas untuk menghindari kesalahpahaman dan miskomunikasi terkait identitas perusahaan. Penting pula agar anggota organisasi tetap terinformasi tentang perubahan terbaru untuk mencegah terjadinya miskomunikasi antar bagian. Hal ini ditekankan melihat masih

banyaknya ketidaktahuan atau ambiguitas yang memperlambat penggalian informasi. Terakhir, perusahaan diharapkan dapat menyajikan informasi terkini dan relevan melalui *website*, khususnya Wunderman Thompson Indonesia, guna memastikan akses yang mudah dan menyediakan informasi sesuai dengan kebutuhan target audiens setempat.



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA