

## BAB IV

### SIMPULAN

#### 5.1 Simpulan

Pembuatan *company profile* ini didorong dengan melihat permasalahan komunikasi perusahaan, yakni kurangnya keaktifan perusahaan dalam berkomunikasi dengan pihak eksternal dan internal. Secara internal, setiap divisi masih belum memiliki kesamaan pemahaman akan nilai perusahaan. Secara eksternal, informasi mengenai pemimpin, proyek, dan keunggulan VMLY&R Indonesia sangat terbatas, sehingga diperlukan alat komunikasi untuk membangun pendekatan dan pemahaman klien potensial serta vendor dalam nilai perusahaan. Permasalahan tersebut sesuai dengan teori *Organizational Information* bahwa untuk organisasi perlu mengelola tingkat pemahaman *stakeholders*-nya. Oleh karena itu, perancangan *company profile* ini bertujuan untuk mengatasi berbagai permasalahan tersebut dengan mengomunikasikan “*Global Power, Local Strength*” sebagai identitas perusahaan.

Tentunya agar *company profile* ini mampu secara efektif menjawab permasalahan perusahaan diperlukan adanya beberapa tahap dalam pembuatannya. Terdiri atas tahapan perencanaan, penulisan, dan evaluasi. Proses perencanaan yang dilakukan harus berdasarkan data yang kredibel, yakni *website* dan dokumen perusahaan. Proses penulisan didasarkan dari konsep Komunikasi Korporat dan *Company Profile Writing* untuk memastikan informasi yang disampaikan jelas. Sedangkan pada proses desain diperlukan pemahaman akan *brand guidelines* perusahaan. Dengan adanya konsep dan teori menjadi dasar pembuatan bertujuan untuk mengoptimalkan identitas dan *image* positif perusahaan dengan *value* “*Global Power, Local Strength.*”

Proses pembuatan karya ini juga mengimplementasikan pengetahuan selama perkuliahan, seperti mata kuliah Digital Graphic Communication untuk pembuatan visual karya, Creative Media Production untuk merencanakan proses perancangan *company profile* dan media yang digunakan, Digital Videography untuk pengambilan dan pemilihan foto. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan,

*company profile* yang dibuat mampu mendapatkan respons positif, baik pihak eksternal dan internal perusahaan. Secara internal dapat membantu seluruh karyawan memiliki pemahaman yang sama akan perusahaan. Bahkan, secara eksternal dapat menarik calon klien potensial untuk dapat mempertimbangkan VMLY&R sebagai agensi mereka. *Company profile* yang dibuat pun mampu menunjukkan identitas perusahaan sebagai agensi yang kuat secara global dan lokal secara kreatif dan komprehensif.

## **5.2 Saran**

Terdapat dua jenis saran yang diajukan setelah pengerjaan karya selesai, yakni saran akademis dan praktis.

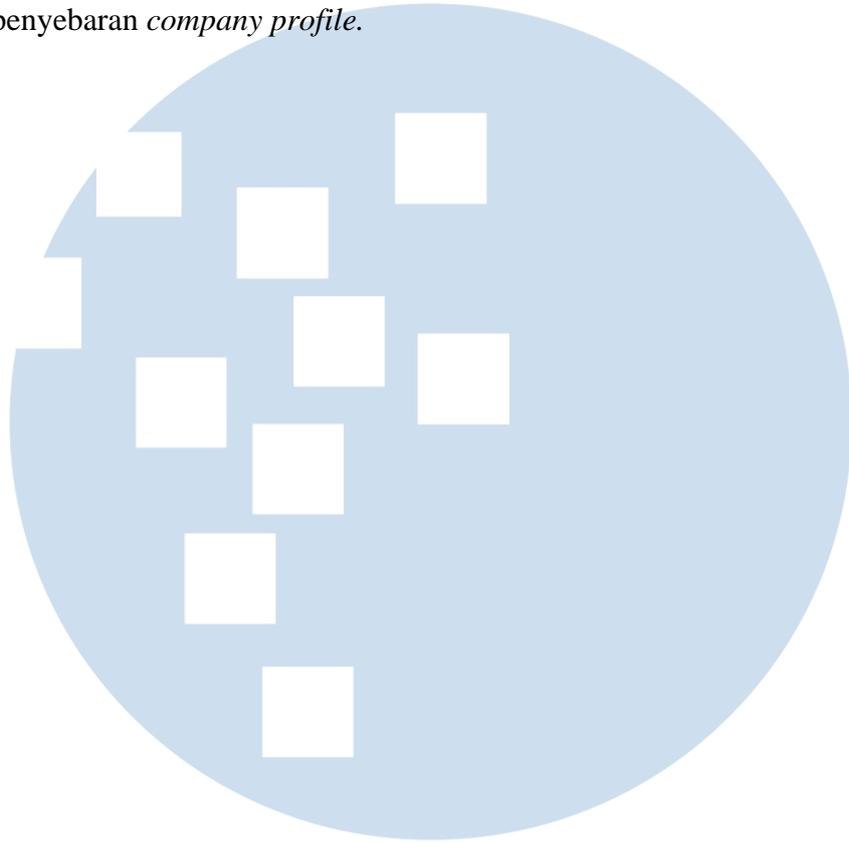
### **5.2.1 Saran Akademis**

Saran akademis untuk universitas adalah dibutuhkan materi mendalam yang menjelaskan tentang *brand guidelines* pada mata kuliah Digital Graphic Communication dan Creative Media Production. Hal tersebut dikarenakan *brand guidelines* merupakan aspek penting dalam pembuatan karya untuk menunjukkan identitas perusahaan. Selain itu, memperbanyak kajian literatur atau buku di perpustakaan atau UMN Knowledge Center. Bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi yang ingin membuat karya sejenis disarankan membaca berbagai kajian literatur, seperti tata letak, tipografi, ilustrasi, dan sebagainya. Dengan memperdalam pengetahuan tersebut akan memudahkan proses pengarahan desain sesuai dengan objektif. Kemudian, mahasiswa disarankan untuk mengambil mata kuliah yang sangat membantu dalam pengerjaan karya ini, seperti Public Relations Writing dan Creative Media Production.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Saran praktis untuk perusahaan adalah terdapat arahan yang berbeda-beda dalam pembuatan karya. Selain itu, lebih terbuka dalam penyampaian kebutuhan informasi dalam pembuatan karya. Dengan begitu, waktu proses pembuatan karya dapat lebih efektif. Lalu, harapannya media perusahaan lebih *update*

memperkenalkan perusahaan atau dapat menggunakan *website* dan media sosial untuk penyebaran *company profile*.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA