

## BAB V

### SIMPULAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Komunikasi pemasaran merupakan hal penting yang perlu dilakukan oleh sebuah perusahaan atau *brand* untuk keberlangsungan usahanya. Dalam menjalankan aktivitas komunikasi pemasaran tersebut, terdapat berbagai cara dan media/alat komunikasi pemasaran yang dapat digunakan. Perusahaan atau *brand* dapat menggunakan berbagai cara dan alat yang berbeda tergantung pada kebutuhan dan tujuan komunikasi pemasarannya. PT Maju Anak Dunia memilih *company profile* sebagai salah satu alat komunikasi pemasarannya dikarenakan ingin memperkenalkan nama PT Maju Anak Dunia dan *brand* utamanya, Mad For Makeup, secara lebih mendalam. Sebagai perusahaan dan *brand* lokal yang belum berdiri lama, PT Maju Anak Dunia/Mad For Makeup membutuhkan *company profile* versi terbaru dan lebih lengkap untuk dapat meningkatkan *brand awareness*-nya lebih lagi. Selain dari meningkatkan *brand awareness*, *company profile* yang menarik dapat mendukung aksi lainnya seperti terjadinya kerja sama kolaborasi B2B ataupun aksi pembelian atas produk Mad For Makeup dari konsumen.

Melalui *company profile* PT Maju Anak Dunia/Mad For Makeup, terdapat informasi dalam versi terbaru dan terlengkap tentang perusahaan dan *brand*. Informasi tersebut mencakup identitas perusahaan, nilai-nilai dan budaya yang menjadi dasar perusahaan, sejarah perusahaan, tim dibalik perusahaan, produk yang disediakan, hingga pencapaian yang berhasil dilalui. Informasi lengkap tersebut diharapkan dapat membangun informasi dan pengetahuan yang lebih mendalam atas PT Maju Anak Dunia/Mad For Makeup dari pemangku kepentingan. Hal tersebut juga menandakan *brand awareness* Mad For Makeup sudah meningkat di mata pemangku kepentingannya, Selanjutnya, diharapkan dapat menarik minat pemangku kepentingan lebih lanjut, baik itu untuk melakukan kolaborasi B2B, atau aksi pembelian bagi konsumen.

Proses pembuatan *company profile* ini melalui beberapa tahapan, mulai dari pengumpulan data, perancangan karya, pelaksanaan penulisan dan visualisasi, hingga evaluasi. Setiap tahap diperlukan guna menghasilkan *company profile* yang sesuai dengan kebutuhan pemangku kepentingan dan juga sesuai dengan *brand guidelines* serta apa ingin disampaikan perusahaan. Pada akhir evaluasi yang dilakukan pada pemangku kepentingan, hasil menunjukkan bahwa *company profile* ini telah berhasil untuk menambah pengetahuan mereka atas PT Maju Anak Dunia/Mad For Makeup, serta meningkatkan ketertarikan pemangku kepentingan untuk membeli, mencoba, atau menggunakan produk dari Mad For Makeup.

## 5.2 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dalam perancangan *company profile*, baik dari sisi akademis maupun praktis.

### 5.2.1 Saran Akademis

Saran dalam sisi akademis ini ditujukan bagi para mahasiswa fakultas Ilmu Komunikasi yang juga ingin membuat karya serupa, yaitu *company profile*. Saran tersebut adalah untuk mempersiapkan apa saja yang diperlukan mulai dari jauh-jauh hari, dikarenakan ada banyak tahapan yang perlu dipersiapkan dan dikerjakan. Mulai dari memperbanyak riset dari karya atau contoh *company profile* terdahulu, kemudian membicarakannya dengan pihak perusahaan dan *editor* sejak awal. Untuk itu, mahasiswa juga perlu mencari *editor* serta dosen ahli yang membantu dan mengawasi pengerjaan *company profile* ini lebih awal. Mahasiswa perlu banyak memberikan *update* dan aktif bertanya kepada berbagai pihak yang ikut serta dalam penyusunan *company profile* ini, dosen pembimbing, dosen ahli, *editor*, hingga pihak perusahaan. Tujuan komunikasi yang rutin dan jelas ini adalah untuk menghindari miskomunikasi dan keterlambatan pengerjaan.

Adapun saran bagi universitas, yaitu untuk membantu memberikan arahan terkait pemilihan dosen ahli yang dibutuhkan. Universitas juga bisa membuat pembelajaran yang lebih mendalam terkait pembuatan *company profile*, yang meliputi keseluruhan prosesnya (pemilihan konten, visualisasi, penyesuaian dengan *brand guidelines*, dan lain-lain). Pembelajaran ini bisa ditambahkan ke dalam rangkaian pembelajaran dari mata kuliah Digital Graphic Communication (untuk segi desain) atau Writing for Public Relation (untuk segi penulisan dan konten). Diharapkan dengan adanya pembelajaran yang lebih mendalam ini, mahasiswa dapat mengetahui pentingnya menggambarkan citra perusahaan dalam konten dan visualisasi *company profile*, lalu bagaimana menyusun *company profile* yang menarik dan bukan hanya sekadar formalitas menyampaikan informasi perusahaan.

### 5.2.2 Saran Praktis

Saran untuk perusahaan yang dapat diberikan adalah untuk dapat berkoordinasi dengan baik dan sigap selama proses pengerjaan *company profile*. Dalam penyusunan karya, diperlukan bantuan pihak perusahaan untuk menyediakan beberapa aset-aset perusahaan untuk penulisan konten maupun keperluan visualisasi (foto-foto dari dokumen perusahaan). Selain itu, diperlukan bantuan perusahaan untuk melakukan pengecekan terhadap *progress* pengerjaan *company profile* PT Maju Anak Dunia/Mad For Makeup yang dikerjakan. Namun, terkadang perlu dilakukan *follow up* berulang kali untuk mendapatkan respon untuk dua hal tersebut. Untuk itu, saran praktis yang dapat diberikan adalah untuk menyampaikan kebutuhan secara jelas kepada pihak perusahaan sejak awal masa *interview* posisi kerja magang, beserta informasi terkait *timeline* pengerjaan yang akan dilakukan. Tujuan penyampaian sejak awal tersebut adalah untuk meyakinkan pihak perusahaan bersedia membantu pengerjaan karya *company profile* tersebut.