

## **BAB V**

### **KESIMPULAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Karya *company profile* ini dibuat untuk memberi kemudahan BSD City dalam menyediakan materi internal yang efektif dalam mendukung proses *transfer knowledge* bagi karyawan baru PT Bumi Serpong Damai, khususnya di divisi Commercial. Dengan penyajian informasi yang sistematis, karya ini mempermudah pemahaman mengenai produk-produk komersial di BSD City, serta memberikan kemudahan bagi karyawan dalam mengakses kembali informasi yang dibutuhkan. Pembuatan karya dalam format digital yang digunakan memungkinkan untuk pembaruan informasi secara cepat dan efisien, sehingga karya ini dapat terus relevan dan digunakan dalam jangka panjang. Karya *company profile* ini juga berhasil memperbaharui dokumen yang terakhir kali dibuat pada tahun 2015.

Berdasarkan hasil evaluasi dengan beberapa pihak, karya *company profile* ini telah memenuhi tujuan awal, dengan fitur-fitur yang lengkap seperti penjelasan mengenai fasilitas dan keunggulan BSD City, serta CTA langsung ke *e-brochure* pada slide produk untuk memudahkan audiens dalam mengakses informasi lebih lanjut. Penyajian dalam bentuk PowerPoint memberikan fleksibilitas dalam pemakaian, baik untuk mempermudah karyawan dalam memahami produk, maupun sebagai alat yang efektif untuk promosi.

#### **5.2 Saran**

Saran dalam perancangan *company profile* ini dibagi menjadi dua, yaitu secara akademis dan praktis.

##### **5.2.1 Saran Akademis**

Saran untuk para mahasiswa Ilmu Komunikasi yang ingin membuat karya sejenis, seperti *company profile*, adalah pentingnya memperdalam pemahaman terkait brand guidelines, seperti warna, tipografi, tata letak, dan elemen desain lainnya sebelum pembuatan karya. Penulis juga menyarankan Universitas Multimedia Nusantara untuk dapat mengadakan seminar atau kelas mengenai

desain grafis dasar, khususnya yang berkaitan dengan brand guidelines, agar mahasiswa Ilmu Komunikasi dapat mengaplikasikan ilmu ini dalam pembuatan brief yang lebih efektif dan terarah. Hal ini juga akan membantu dalam berkoordinasi dengan pihak desainer grafis untuk menghasilkan karya yang sesuai dengan kebutuhan komunikasi visual perusahaan.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Untuk perusahaan, disarankan untuk lebih memaksimalkan pengumpulan dan penyusunan aset materi komunikasi, seperti foto dan ilustrasi yang berkaitan langsung dengan kegiatan atau produk yang ditawarkan. Karena terkadang pengambilan foto dari *online search engine* memiliki kelemahan yaitu kualitasnya yang kurang baik. Dengan adanya materi yang terorganisir dengan baik, perusahaan akan lebih mudah dalam menyusun *company profile* yang komprehensif dan siap digunakan untuk kebutuhan promosi di masa mendatang. Selain itu, pembuatan *company profile* yang diperuntukan untuk pihak eksternal seperti calon konsumen juga dapat dipertimbangkan untuk kedepannya.

