

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Satu aktivitas yang penting untuk dilakukan perusahaan atau merek adalah komunikasi pemasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk mengembangkan usahanya. Ketika melakukan aktivitas pemasaran, terdapat berbagai cara yang dapat dilakukan, tergantung keperluan atau kebutuhan serta tujuan dari komunikasi pemasaran tersebut. Salah satu cara nya adalah dengan pembuatan *company profile*, dimana ini yang menjadi pilihan ByteDance dikarenakan belum memiliki *company profile* yang tetap dan ingin meningkatkan *brand awareness* akan ByteDance. Tidak hanya itu, melalui *company profile*, juga diharapkan dapat terjalin kerjasama, penggunaan produk dan minat berkarir serta kolaborasi *business to business* pada ByteDance. Dari *company profile* ByteDance ini, pemangku kepentingan dapat mengetahui informasi lengkap dan baru dari perusahaan. Mulai dari identitas perusahaan, bagaimana awal mula ByteDance terbentuk hingga saat ini menjadi salah satu perusahaan teknologi besar di dunia. Nilai, budaya dan prinsip yang diterapkan perusahaan, tim, lokasi, pencapaian, informasi lengkap akan masing-masing produk ByteDance dan kontak yang dapat dihubungi untuk prospek kerjasama. Diharapkan melalui informasi-informasi diatas, para pemangku kepentingan dapat mengetahui ByteDance lebih dalam lagi, yang mana berarti ini menunjukkan bahwa *brand awareness* ByteDance juga turut meningkat dan dapat menarik kolaborasi ataupun kerjasama kedepannya.

5.2. Saran

Berikut saran yang dapat penulis berikan selama perancangan *company profile* ByteDance:

5.2.1. Saran Akademis

Saran dari sisi akademis penulis tujuan untuk para mahasiswa/i yang juga merupakan dari program studi Ilmu Komunikasi dan ingin membuat karya yang sama, yaitu *company profile*. Saran yang pertama adalah untuk menyiapkan segala keperluan *company profile* dari jauh hari. Seperti

melakukan riset dari *company profile* perusahaan sebelumnya, melakukan referensi dari karya terdahulu. Guna untuk mengetahui gambaran seperti apa *company profile* dan hal-hal apa saja yang perlu disiapkan. Setelah itu penulis juga menyarankan untuk mencari desainer dan para ahli profesional lebih dahulu agar mempermudah proses pengerjaan nantinya. Diluar dari dosen ahli, setidaknya individu yang sudah profesional di bidangnya yaitu seni dan desain (DKV). Nilai tambah kalau individu tersebut berada di tim desain perusahaan tempat mahasiswa ingin membuat karya.

Selanjutnya, untuk saran kepada universitas, dari penulis berpendapat akan lebih baik jika mahasiswa Ilmu Komunikasi memiliki mata kuliah khusus untuk perancangan *company profile*. Mempelajari mengenai elemen-elemen penting yang diperlukan dalam *company profile*, *brand guidelines*, tips dan lain-lain. Segala materi tersebut mungkin bisa dijadikan satu mata kuliah khusus ataupun ditambahkan ke mata kuliah lain, seperti *Digital Graphic Communication*, *Copywriting* ataupun *Writing for Public Relation*. Dikarenakan biasanya materi-materi ini dipelajari oleh mahasiswa seni dan desain (DKV). Dari materi-materi tersebut diharapkan mahasiswa mengetahui apa saja yang diperlukan dalam perancangan *company profile* yang baik, tepat dan menarik secara visual.

5.2.2. Saran Praktis

Saran praktis dari penulis adalah untuk menyampaikan, sejak awal pada tahap wawancara dengan perusahaan, mengenai segala keperluan yang dibutuhkan dan tidak hanya menginformasikan bahwa diperlukan pembuatan karya untuk keperluan tugas akhir. Terlebih karena selama proses perancangan akan ada tahap pengecekan oleh pihak perwakilan dari perusahaan, maka akan lebih baik jika mahasiswa juga menginformasikan jadwal atau *timeline* perancangan karya yang akan dilakukan. Dengan demikian, tidak hanya memastikan adanya keterbukaan komunikasi, tetapi juga mengonfirmasi persetujuan pembuatan *company profile* sampai kepada pihak yang lebih tinggi, tidak hanya berhenti di *Talent Acquisition* atau *Human Resource*.