

## BAB IV

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Strategi pemasaran tak hanya dibutuhkan oleh sebuah merek, tetapi juga agensi penyedia jasa pemasaran. Tetapi aktivitas pemasaran dapat terhadap jika aktivitas *public relations* tidak berjalan dengan baik (Cornelissen, 2020). Media komunikasi Orlange yang telah lama tidak diperbaharui menjadi faktor utama. Hal ini menyebabkan kepercayaan publik terhadap Orlange menurun, menunjukkan secara langsung bahwa aktivitas *public relations* terhambat. Oleh karena itu dibutuhkan produk *public relations* yang dapat meningkatkan kepercayaan publik, juga dapat dijadikan alat untuk memperluas peluang bisnis. *Company profile* tidak hanya memberikan informasi perusahaan, tetapi dapat mencerminkan visi, misi, dan nilai yang dianut oleh perusahaan, serta produk atau layanan yang ditawarkan (Universitas Cakrawala, 2024).

*Company profile* Orlange dirancang dengan tujuan pembaharuan dan pengenalan kembali identitas Orlange. Oleh karena itu perancangan didasarkan pada nilai dan semangat Orlange yang disimpulkan berdasarkan wawancara dengan *key informan*. Sebagai produk *public relations*, teknik dan konsep penulisan diambil menggunakan teori *public relations writing*, tepatnya *Take One Step at a Time* dalam buku *Public Relations Writing: Strategies & Structures* (Newsom & Hayne, 2017), *company profile* dirancang dengan teknik penulisan naratif. Adapun narasi utama yang diangkat adalah *The Essentials of Adapting in Digital World by Orlange*. Narasi tersebut lahir dari penafsiran akan semangat dan nilai yang dipercayai oleh Orlange, yakni semangat yang meluap-luap, kebebasan berkaryan, juga ketahanan untuk beradaptasi.

Proses perancangan karya menggunakan metode *Five-Phase Model of The Design Process* (Landa, 2022) yang ditentukan menjadi tiga tahap besar yakni pra produksi (*research, analysis, dan concept*), produksi (*design*), dan pasca produksi (*implementation*). Tahap pra produksi ditandai dengan pengumpulan data dengan

penggunaan metode data primer dan data sekunder, yang lalu dianalisis dengan teknik dari Miles yang terdiri dari tiga tahap: reduksi data, *display* data, dan verifikasi data. Proses dilanjutkan dengan *concepting* yang menyangkut pemilihan referensi karya, termasuk *moodboard*, warna, *font*, dan *layout*, penyusunan *outline* informasi, hingga penyusunan narasi utama. Seluruh hasil *concepting* lalu dipadatkan dalam *deck creative rational* yang dijadikan pedoman agar pengembangan karya tidak melenceng dari latar belakang dan tujuan awal. Tahap selanjutnya produksi yang ditandai dengan penyusunan *copy* disertai proses *layouting* dan pemberian *visual direction* dan *visual referencem* dan dilanjutkan dengan pengembangan visual oleh *freelance graphic designer* sebagai eksekutor brief. Terakhir, tahap pasca produksi yang ditandai dengan evaluasi. Evaluasi dilakukan dengan cara wawancara dengan beberapa pihak dari perusahaan, juga dengan dosen pembimbing ahli. Seluruh evaluasi, kritik, dan saran akan diterapkan kedalam *company profile* agar menghasilkan karya yang sesuai dengan standar industri.

Setelah proses panjang, *company profile* Orlange Digital Advertising Agency selesai dengan narasi utama mengenai *The Essentials of Adapting in Digital World by Orlange* sejumlah 63 halaman. *Company profile* memuat beragam informasi, mulai dari informasi umum perusahaan, visi dan misi, sejarah perusahaan, *brand promise*, struktur organisasi, *client list*, *client testimony*, portofolio dari berbagai *brand*, hingga penghargaan yang telah dicapai Orlange.

Pembuatan karya tersebut berhasil memperbaharui *company profile* Orlange dengan informasi terbaru dan terlengkap, dibandingkan sebelum-sebelumnya, dan menonjolkan identitas Orlange dengan penggunaan warna oranye yang khas. Keberagaman hasil kerja yang dicantumkan dapat memudahkan Orlange menyesuaikan isi *company profile* sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, pembuatan karya berupa deck Google Slides juga memudahkan proses distribusi. Dengan demikian karya telah mencapai tujuan pembuatan karya, yakni melakukan pembaharuan informasi juga pengenalan identitas Orlange, untuk diberikan kepada *client* ataupun *potential third party* demi memperluas peluang bisnis.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Dalam penyusunan *company profile*, pengetahuan dasar mengenai penyusunan *copy* dan pengembangan visual menjadi salah satu aspek yang penting. Hal ini dikarenakan, hasil karya dituntut untuk memiliki kualitas setara professional, dan sebagai mahasiswa pengetahuan dasar tersebut dapat membantu karya mencapai kualitas yang diinginkan.

Selain itu, dalam pemilihan perusahaan tempat pembuatan karya termasuk alur komunikasi divisi juga perlu diperhatikan, apakah alur komunikasi antar divisi cukup baik atau berantakan. Hal ini dikarenakan, selama perancangan karya, akan ada banyak informasi yang dibutuhkan dari beragam divisi. Tanpa adanya alur komunikasi yang baik antar divisi atau hanya mengandalkan satu pintu sumber informasi, penulis tidak akan cukup untuk memperoleh seluruh informasi yang dibutuhkan.

Secara internal karya telah dianggap memenuhi tujuan pembuatannya. Namun ada baiknya untuk menguji efektivitas karya kedepannya menggunakan tolak ukur nyata dalam industri. Penelitian selanjutnya dapat membahas bagaimana persepsi client atau potential third party terhadap *company profile* agency. Hal ini dapat memberikan perspektif baru tentang penggunaan *company profile* dalam penerapan komunikasi Business to Business (B2B) Communication.

### 5.2.2 Saran Praktis

Salah satu *insight* yang didapatkan saat mengumpulkan data bersama dosen pembimbing ahli adalah adanya tim khusus dalam tim Account yang bertugas untuk merancang *company profile* terbaru setiap tahunnya. Orlange Digital Advertising Agency dapat mempertimbangkan pembuatan tim khusus tersebut agar *company profile* tiap tahunnya dapat secara maksimal menarik perhatian dan menggaet hati klien. Selain itu, tim khusus tersebut dapat mengawasi secara langsung pembuatan karya kedepannya (jika ada). Sehingga proses approval tidak membutuhkan buffer waktu yang cukup lama karena kesibukan BOD