

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penyusunan karya *corporate profile* KapanLagi Youniverse ini merupakan bagian dari upaya kreatif untuk menghadirkan media komunikasi visual yang informatif, representatif, dan sesuai dengan identitas korporat KapanLagi Youniverse sebagai perusahaan media digital terkemuka di Indonesia. Melalui proses pengumpulan data, analisis *brand identity*, serta eksplorasi visual dan naratif, karya ini berhasil menggambarkan *positioning* KapanLagi Youniverse sebagai *Multi-Platform Media Company* yang mengutamakan inovasi, kreativitas, dan relevansi terhadap perkembangan digital.

Corporate profile yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai media informasi perusahaan, tetapi juga sebagai alat *branding* yang memperkuat citra profesional KapanLagi Youniverse di mata klien, mitra bisnis, serta audiens publik. Seluruh elemen visual mulai dari pemilihan warna, tipografi, tata letak, hingga struktur konten, di desain mengikuti nilai utama perusahaan yaitu *Respect, Innovation, Synergy*, dan *Excellence*. Dengan demikian, karya ini dapat dikastakan telah memenuhi tujuan penciptaan, yaitu menyajikan informasi perusahaan secara menarik, sistematis, dan komunikatif.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademis

Bagi mahasiswa ilmu komunikasi yang ingin mengembangkan karya berupa *corporate profile*, penting untuk memahami tujuan utama dari *corporate profile* itu sendiri, sehingga karya yang dibuat dapat selaras dengan kebutuhan komunikasi

perusahaan. Pemahaman ini mencakup tujuan penyampaian informasi, audiens yang dituju, serta pesan utama yang ingin disampaikan perusahaan.

Selain itu, pengetahuan mengenai identitas merek, penggunaan warna, tipografi, tata letak, dan elemen desain lainnya juga menjadi aspek yang sangat penting. Pemahaman ini dapat digunakan baik sebagai acuan pribadi ketika merancang desain sendiri maupun untuk mengarahkan pihak ketiga agar visualisasi karya tetap konsisten dengan identitas perusahaan. Dengan landasan akademis yang kuat mengenai tujuan dan elemen visual *corporate profile*, mahasiswa dapat menghasilkan karya yang tidak hanya sekadar menekankan pada estetika, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan perusahaan.

5.2.2 Saran Praktis

Perusahaan disarankan untuk menyediakan materi komunikasi yang terorganisir, termasuk foto, ilustrasi, dan grafis yang berkaitan langsung dengan kegiatan atau produk perusahaan. Semua aset ini sebaiknya dikumpulkan dalam satu *folder* agar memudahkan penyusunan *corporate profile* maupun kebutuhan lainnya. Selain itu, perusahaan juga sebaiknya memiliki *brand guidelines* yang lengkap, mencakup warna, tipografi, *tone of voice*, dan elemen desain lainnya, agar identitas visual konsisten di semua materi komunikasi, baik secara internal maupun eksternal. Pengumpulan data dan statistik terkait kegiatan, pencapaian, dan produk perusahaan juga perlu dilakukan secara sistematis, sehingga *corporate profile* dapat disusun secara informatif, profesional, dan mudah diperbarui untuk kebutuhan di masa depan.