

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Perancangan *company profile* ORCA dilakukan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dalam menghadirkan media komunikasi yang mampu merepresentasikan identitas ORCA secara utuh, profesional, dan relevan dengan ekosistem kerja agensi *media planning*. Berdasarkan seluruh proses yang telah dilewati, mulai dari tahap perencanaan, wawancara, penyusunan konten, hingga pengembangan visual. Karya ini berhasil menyajikan informasi yang detail mengenai sejarah, nilai, visi misi, struktur organisasi, layanan, portofolio, hingga budaya perusahaan. Seluruh elemen tersebut dirumuskan berdasarkan temuan riset dari wawancara dan kebutuhan aktual perusahaan, sehingga *company profile* ini dapat menjadi media komunikasi strategis yang tidak hanya memperkenalkan ORCA kepada audiens eksternal, tetapi juga menyamakan pemahaman internal tim terhadap arah dan identitas perusahaan. Dengan demikian, tujuan utama karya yang ditetapkan telah tercapai yaitu menghadirkan *company profile* yang mampu memperkuat citra profesional ORCA, meningkatkan kredibilitas perusahaan dalam proses *pitching*, mendukung upaya ekspansi bisnis, serta membantu memperkenalkan perusahaan kepada karyawan perusahaan baik baru ataupun lama melalui penyampaian informasi yang jelas, terstruktur, dan mudah dipahami dalam satu media.

Selain itu, berdasarkan proses evaluasi yang melibatkan Managing Director ORCA, supervisor magang, Departemen HR, serta pembimbing ahli profesional menunjukkan bahwa karya ini telah memenuhi ekspektasi baik dari sisi konten maupun visual. Karya dinilai mampu memberikan gambaran detail tentang identitas ORCA sebagai agensi yang mampu menggabungkan media, data, dan kreativitas dalam setiap proses kerjanya. Lalu, dengan konsistensi visual, gaya komunikasi yang jelas dan informatif, serta struktur penyajian yang sistematis juga membantu dalam memperkuat efektivitas karya sebagai *company profile* yang siap

digunakan dalam industri. Dari keseluruhan proses, dapat disimpulkan bahwa *company profile* yang dirancang tidak hanya memenuhi tujuan akademis, tetapi juga dapat memberikan kontribusi nyata bagi perusahaan sebagai aset media komunikasi perusahaan yang strategis.

5.2. Saran

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

5.2.1. Saran Akademis

Dari sisi akademis, mahasiswa yang kedepannya berencana merancang *company profile* sebagai karya tugas akhir sebaiknya mempersiapkan dengan matang dan memulai proses pengumpulan data lebih awal. Hal ini mencakup pemahaman mengenai kondisi internal perusahaan, ketersediaan materi komunikasi sebelumnya, serta relevansi kebutuhan perusahaan terhadap karya yang akan dirancang. Persiapan yang matang ini dapat menjadi bekal untuk membantu proses penulisan berjalan lebih terarah dan mengurangi risiko duplikasi terhadap aset komunikasi yang sudah dimiliki perusahaan. Lalu, mahasiswa juga disarankan untuk memperdalam pemahaman mengenai konsep-konsep dasar desain grafis seperti *brand guidelines*, mulai dari warna, tipografi, tata letak, hingga elemen desain lainnya sebelum memulai proses pembuatan karya yang dalam perkuliahan dapat didukung oleh mata kuliah Digital Graphic Communication. Selain mata kuliah Digital Graphic Communication, mahasiswa juga disarankan mengambil mata kuliah seperti Art, Copywriting & Creative Strategy untuk membekali diri cara merumuskan konsep dan narasi komunikasi dan Creative Media Production untuk mempelajari bagaimana mengelola sebuah proses produksi agar luaran karya dapat optimal sesuai rancangan dan layak dipublikasikan. Hal ini juga perlu dibarengi dengan penerapan etika profesional dalam pembuatan karya, seperti menjaga kerahasiaan data perusahaan pada proses pengumpulan dan pemanfaatan data, menghargai hak cipta elemen visual, serta membangun komunikasi yang profesional

dengan pihak perusahaan dan *graphic designer*. Berbekal pemahaman yang kuat terhadap aspek-aspek ini akan mempermudah mahasiswa dalam menyusun karya yang jelas, terarah, dan layak digunakan.

5.2.2. Saran Praktis

Dari sisi praktis, perusahaan disarankan untuk terus memperbarui *company profile* secara berkala agar isi dan datanya tetap relevan dengan perkembangan perusahaan. Pembaruan ini penting karena perkembangan industri digital dan media yang berjalan sangat cepat sehingga informasi seperti struktur organisasi, layanan, klien, maupun pencapaian dapat berubah dalam waktu singkat. Selain itu, perusahaan juga dapat mempertimbangkan untuk menyediakan satu format master yang mudah diakses, misalnya dalam bentuk Google Slides agar seluruh tim dapat menggunakan dan menyesuaikannya tanpa kendala. Sehingga, hal ini mungkin dapat meningkatkan efisiensi, terutama ketika *company profile* digunakan dalam proses *pitching*, kerja sama, pengenalan perusahaan kepada karyawan perusahaan atau kebutuhan komunikasi lainnya. Selain itu, perusahaan juga disarankan untuk menjaga konsistensi visual dalam setiap materi komunikasi, khususnya *company profile*, agar identitas ORCA tetap terlihat konsisten, kuat, dan profesional. Lalu, dengan memanfaatkan aset visual beresolusi tinggi, *layout* yang konsisten, serta pemilihan warna dan tipografi yang tepat juga akan membantu menciptakan kesan yang kredibel bagi audiens.