

BAB V

SIMPULAN

5.1 Simpulan

Perancangan *Company Profile* AN Board (PT Trimitra Jaya Plastindo) tidak hanya berfungsi sebagai media informasi dan promosi perusahaan, tetapi juga menunjukkan peran media visual sebagai instrumen komunikasi korporat dalam membangun reputasi, kredibilitas, dan kepercayaan (trust). Melalui penerapan teori komunikasi korporat, corporate identity, dan branding ke dalam keputusan desain visual, karya ini menegaskan bahwa media *company profile* dapat berfungsi strategis sebagai representasi nilai, profesionalisme, dan identitas perusahaan.

Secara akademik, karya ini berkontribusi pada penguatan pendekatan komunikasi korporat berbasis media visual dalam ranah desain komunikasi visual dan ilmu komunikasi terapan. Penelitian ini menempatkan desain bukan sekadar sebagai bentuk estetika atau alat promosi, melainkan sebagai strategi komunikasi yang terintegrasi dalam pembentukan citra dan reputasi perusahaan secara berkelanjutan.

Pada tahap pra-produksi, kegiatan seperti penetapan tujuan, identifikasi target audiens, *in-depth interview*, studi pustaka, analisis karya sejenis, serta dokumentasi mampu menghasilkan pemahaman mendalam mengenai identitas perusahaan, proses operasional, karakter produk, serta kebutuhan komunikasi internal maupun eksternal. Informasi tersebut kemudian ditransformasi menjadi brief kreatif yang mencakup rubrik, *content pillar*, draft penulisan, dan sketch 60 halaman sebagai *blueprint* awal dari *company profile*.

Selanjutnya, tahap produksi dilakukan melalui proses perancangan visual dan konten yang terstruktur menggunakan Adobe InDesign. Proses ini mencakup penyusunan layout berbasis grid, pemilihan tipografi, penerapan palet warna CMYK sesuai identitas visual AN Board, pengolahan aset visual dari dokumentasi lapangan maupun arsip perusahaan, serta penyuntingan konten melalui asistensi berkala dengan pembimbing ahli dan pihak perusahaan. Kolaborasi langsung

dengan graphic designer memastikan setiap elemen desain konsisten, fungsional, dan memiliki keterbacaan yang optimal pada media cetak.

Tahap pasca-produksi fokus pada evaluasi internal melalui *Closed Review Session* serta persiapan media untuk kebutuhan cetak dan penggunaan. Evaluasi menunjukkan bahwa *company profile* telah memenuhi standar visual dan komunikasi yang diharapkan, dengan mayoritas penilaian berada pada kategori baik hingga sangat baik. Proses uji fungsi melalui simulasi pitching dan diskusi internal turut memperkuat temuan bahwa karya ini efektif digunakan sebagai media representasi perusahaan. Secara keseluruhan, hasil karya ini telah berhasil menjawab dan memenuhi kedua tujuan utama perancangan, yaitu:

1. Melalui struktur konten yang tersusun sistematis, visual yang konsisten dengan *brand identity*, serta narasi yang informatif dan mudah dipahami, *company profile* ini mampu menampilkan visi, misi, nilai, sejarah, proses produksi, dan keunggulan produk AN Board secara utuh. Evaluasi internal menunjukkan bahwa karya ini efektif sebagai media komunikasi resmi dan layak digunakan dalam kegiatan *pitching*, presentasi bisnis, maupun kebutuhan pemasaran perusahaan.
2. Seluruh konsep dijelaskan pada BAB II mulai dari *corporate communication*, *brand identity*, tipografi, *layout*, *color system*, hingga *pagination* dan *katern* telah diterapkan secara konsisten selama proses perancangan. Dengan demikian, karya ini tidak hanya memiliki manfaat praktis bagi perusahaan, tetapi juga memberikan nilai akademik yang kuat sebagai wujud nyata penerapan teori dalam lingkungan industri. Selain itu, karya ini memberikan manfaat sosial dengan meningkatkan kualitas representasi perusahaan dalam ekosistem bisnis yang lebih luas.

Dengan pencapaian tersebut, dapat disimpulkan bahwa Perancangan *Company Profile* AN Board (PT Trimitra Jaya Plastindo) telah terlaksana sesuai rencana, memenuhi standar akademik, dan memberikan solusi nyata bagi kebutuhan komunikasi perusahaan.

5.2 Saran

Saran diberikan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak-pihak yang terkait, baik dalam lingkup akademis maupun praktis, dengan tujuan agar pengembangan karya dan penelitian selanjutnya dapat berjalan lebih optimal. Rekomendasi yang dipaparkan bukan hanya berfungsi sebagai tindak lanjut dari kekurangan yang ditemukan dalam proses perancangan *company profile*, tetapi juga sebagai kontribusi pemikiran untuk peningkatan kualitas media komunikasi korporat PT Trimitra Jaya Plastindo (AN Board) ke depannya. Dengan adanya saran ini, diharapkan karya yang telah dihasilkan dapat terus disempurnakan, diperbarui, serta dimanfaatkan secara berkelanjutan sesuai kebutuhan industri dan perkembangan media komunikasi visual.

5.2.1 Saran Akademis

Secara akademis, penelitian dan perancangan karya *Company Profile* AN Board ini dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menggunakan pendekatan metodologis yang lebih luas. Salah satunya melalui pelaksanaan *needs assessment* menggunakan survei kuantitatif untuk memperoleh data yang lebih terukur mengenai preferensi pengguna terhadap media *company profile*, baik dari sisi visual, konten, maupun format penyajian. Pendekatan ini dapat memperkaya hasil penelitian dan meningkatkan validitas perancangan karya sebagai solusi komunikasi perusahaan.

Selain itu, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi kajian teori tambahan yang berkaitan dengan digital branding, user experience (UX), serta transformasi media cetak ke dalam format digital interaktif seperti *flipbook* atau website berbasis *Content Management System (CMS)*. Pengembangan ini relevan dengan mata kuliah seperti Digital Graphic Communication yang dapat membekali mahasiswa dengan pemahaman strategis mengenai perilaku pengguna dan optimalisasi media digital dalam komunikasi merek.

Penelitian juga dapat diperluas dengan membandingkan efektivitas antara *company profile* versi cetak dan versi digital dalam konteks komunikasi bisnis.

Perbandingan ini dapat dikaji melalui pendekatan dari mata kuliah Metode Penelitian Kuantitatif/Kualitatif, sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai media komunikasi yang paling relevan bagi industri material plastik. Selain itu, penerapan teknik fotografi produk profesional, infografis tingkat lanjut, serta desain berbasis grid system yang lebih kompleks dapat dikaji lebih mendalam melalui mata kuliah Visual & Photography Communication guna meningkatkan kualitas visual dan efektivitas penyampaian pesan dalam perancangan karya serupa.

5.2.2 Saran Praktis

Dari sisi praktis, PT Trimitra Jaya Plastindo disarankan untuk memperbarui isi *company profile* secara berkala, terutama pada bagian portofolio klien, dokumentasi proyek terbaru, serta produk AN Board yang melakukan inovasi material. Pembaruan rutin akan meningkatkan relevansi *company profile* dalam mendukung aktivitas marketing perusahaan.

Perusahaan juga disarankan untuk menambahkan versi digital interaktif dalam format PDF atau *e-brochure* agar *company profile* dapat dibagikan secara lebih efektif melalui Email, WhatsApp Business, maupun *pitching online*. Selain itu, perusahaan dapat mempertimbangkan integrasi *company profile* dengan strategi komunikasi lainnya seperti website perusahaan, katalog produk, dan sosial media marketing untuk memperoleh hasil yang lebih maksimal.

PT Trimitra Jaya Plastindo juga sebaiknya melibatkan tim komunikasi atau desainer internal untuk melakukan penyuntingan visual terhadap karya secara berkala. Dengan demikian, konsistensi identitas visual perusahaan dapat terus terjaga dan selaras dengan perkembangan bisnis perusahaan, perubahan visi branding, maupun kebutuhan industri.