

## BAB V

### KESIMPULAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan proses analisis dan perancangan *company profile* yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- **Menciptakan *company profile* berbasis digital sebagai media *Public relations***

Perancangan *company profile* berbasis digital adalah langkah strategis dalam mendukung fungsi *Public relations*. Image Dynamics PR berhasil merancang *company profile* digital yang digunakan sebagai media pengenalan perusahaan sekaligus alat komunikasi strategis. Media ini digunakan dalam kebutuhan internal dan eksternal, khususnya untuk kebutuhan *pitching* dan komunikasi korporat, serta berperan dalam membangun hubungan yang baik antara perusahaan dan *stakeholder*.

- **Menyajikan identitas, kapabilitas, dan nilai perusahaan secara informatif, profesional, dan transparan**

*Company profile* Image Dynamics PR menyajikan identitas perusahaan, layanan, nilai inti, dan portofolio kerja secara terstruktur dan mudah dipahami. Seluruh konten disusun berdasarkan data dan dokumentasi internal perusahaan, sehingga informasi yang disampaikan bersifat akurat, relevan, dan mencerminkan profesionalisme Image Dynamics PR sebagai agensi *Public relations*.

- **Menjadi jembatan komunikasi yang berkesinambungan antara perusahaan dan *stakeholder***

Struktur konten yang rapi dan narasi yang tersusun secara sistematis menjadikan *company profile* sebagai jembatan komunikasi antara Image Dynamics PR dan *stakeholder*. Informasi yang disajikan membantu membangun kesamaan pemahaman mengenai identitas perusahaan, pendekatan kerja, serta posisi Image Dynamics PR di industri komunikasi.

- **Memudahkan *stakeholder* memahami layanan, budaya kerja, dan *positioning* perusahaan**

Penyusunan konten yang jelas serta penggunaan visual yang terarah membantu *stakeholder* memahami ruang lingkup layanan, budaya kerja, dan *positioning* Image Dynamics PR. Hal ini sejalan dengan konsep komunikasi korporat yang menekankan konsistensi pesan dan kejelasan identitas organisasi, sehingga mampu membangun persepsi profesionalisme dan kredibilitas perusahaan.

- **Merumuskan mekanisme pembaruan konten yang dinamis dan berkelanjutan**

*Company profile* dirancang dalam format digital agar konten dapat diperbarui secara berkala sesuai dengan perkembangan perusahaan dan kebutuhan industri komunikasi. Mekanisme pembaruan ini menjadikan *company profile* sebagai aset komunikasi korporat yang digunakan secara berkelanjutan dan tetap relevan dengan kebutuhan perusahaan.

## 5.2 Saran

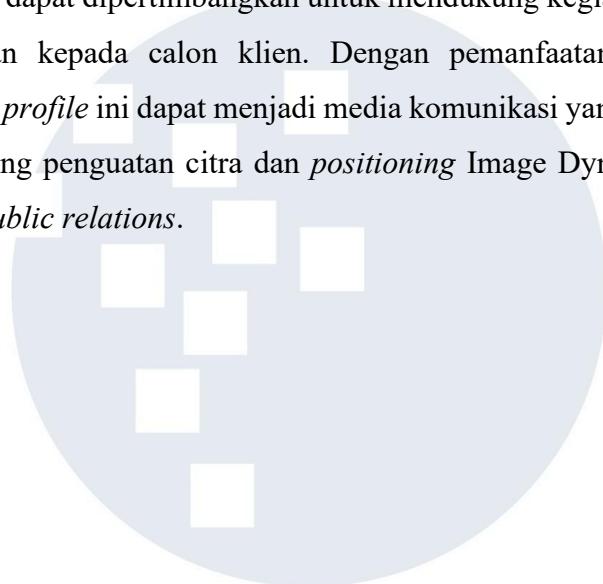
Saran dalam perancangan karya *company profile* Image Dynamics PR ini dibagi menjadi dua, yaitu saran akademis dan saran praktis.

### 5.2.1 Saran Akademis

Bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi yang akan mengangkat karya serupa, disarankan untuk memperdalam pemahaman mengenai perancangan media komunikasi perusahaan, khususnya terkait strategi *Public relations*, komunikasi pemasaran, dan visual branding. Penelitian lanjutan dapat mengembangkan karya *company profile* ke dalam format yang lebih interaktif atau berbasis platform digital untuk mengkaji pengalaman pengguna secara lebih mendalam. Selain itu, penguatan landasan teori mengenai Digital *Public relations* dan *Media relations* akan membantu menghasilkan karya yang lebih komprehensif dan aplikatif.

### **5.2.2 Saran Praktis**

Bagi Image Dynamics PR, disarankan untuk melakukan pembaruan konten *company profile* secara berkala agar informasi yang disajikan tetap relevan dengan perkembangan layanan, klien, dan proyek perusahaan. Selain itu, pengembangan *company profile* ke dalam format yang lebih interaktif dapat dipertimbangkan untuk mendukung kegiatan presentasi dan pemasaran kepada calon klien. Dengan pemanfaatan yang konsisten, *company profile* ini dapat menjadi media komunikasi yang efektif sekaligus mendukung penguatan citra dan *positioning* Image Dynamics PR sebagai agensi *Public relations*.



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA