

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan seluruh proses perancangan yang telah dijelaskan sebelumnya, dapat dipahami bahwa penyusunan *Company Profile* PT Krida Hutama Aviasi berhasil memenuhi tujuan utama karya, yaitu menghadirkan media komunikasi korporat yang profesional, informatif, representatif, dan berfungsi praktis dan strategis bagi perusahaan. Seluruh tahapan mulai dari riset melalui wawancara, pengembangan konten, penyusunan struktur informasi, hingga perumusan strategi visual dijalankan secara sistematis untuk memastikan bahwa company profile mampu menjadi sarana komunikasi resmi yang menyajikan informasi akurat dan terstruktur mengenai identitas perusahaan, legalitas, layanan, *fleet*, rekam jejak operasional, serta keunggulan kompetitif perusahaan. Temuan utama dari proses perancangan menunjukkan bahwa konsistensi visual, kelengkapan konten, dan kualitas penyajian informasi merupakan aspek krusial dalam membangun citra profesional yang mendukung kepentingan bisnis PT. Krida Hutama Aviasi, khususnya dalam konteks komunikasi business-to-business (B2B).

Secara keseluruhan, karya *company profile* terbaru ini tidak hanya berfungsi sebagai dokumen informatif, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi strategis yang memperkuat kredibilitas perusahaan di tengah persaingan industri aviasi yang kompetitif. Integrasi antara prinsip Desain Komunikasi Visual (DKV), pemilihan warna dan tipografi yang merepresentasikan identitas perusahaan, serta layout yang terstruktur memastikan pesan dapat tersampaikan secara efektif dan persuasif. Melalui refleksi terhadap proses perancangan, dapat disimpulkan bahwa karya ini mampu menjadi representasi visual yang kuat atas nilai, profesionalisme, dan kemampuan operasional perusahaan, serta memiliki potensi besar untuk mendukung pencapaian visi perusahaan dan memperluas peluang kemitraan strategis di masa mendatang.

5.2 Saran

Dalam bagian ini, saran disusun berdasarkan hasil evaluasi perancangan dengan tujuan memberikan rekomendasi yang konstruktif bagi penelitian lanjutan maupun penerapan praktis karya serupa di masa mendatang.

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan pelaksanaan dan evaluasi perancangan karya, penulis menyarankan agar penelitian atau tugas akhir selanjutnya dapat mengembangkan perancangan *company profile* dengan melibatkan audiens eksternal, seperti mitra bisnis atau klien, sebagai narasumber tambahan. Selain itu, penelitian lanjutan dapat memperluas kajian dengan membandingkan efektivitas *company profile* cetak dan digital, serta memperdalam analisis penerapan Desain Komunikasi Visual melalui pendekatan evaluatif yang lebih terukur agar menghasilkan kajian yang lebih komprehensif.

5.2.2 Saran Praktis

Secara praktis, PT. Krida Hutama Aviasi disarankan untuk melakukan pembaruan konten *company profile* secara berkala agar informasi yang disajikan tetap relevan dengan perkembangan armada, layanan, dan proyek perusahaan. *Company profile* juga dapat dikembangkan dalam format digital interaktif untuk mendukung kebutuhan presentasi bisnis, tender, dan komunikasi B2B. Selain itu, penyesuaian konten berdasarkan segmentasi audiens, seperti instansi pemerintah atau mitra swasta, dapat meningkatkan efektivitas *company profile* sebagai media komunikasi korporat yang strategis dan kredibel.