

## BAB V

### KESIMPULAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Setelah merancang karya *company profile* untuk ALVA Group, dapat disimpulkan bahwa tujuan perancangan karya tersebut telah tercapai. Adapun pencapaian tujuan perancangan tersebut dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Karya *company profile* ini berfungsi secara efektif sebagai media komunikasi dalam memperkenalkan tiga brand di bawah naungan ALVA Group, yaitu ALVApipe, ALVAboard, dan KUBO Kids, kepada segmen pasar B2B, B2G, dan B2C. Melalui penyusunan konten yang disesuaikan dengan karakter dan kebutuhan masing-masing segmen, informasi dapat disampaikan secara lebih terarah dan mudah dipahami, sehingga audiens memperoleh gambaran yang jelas mengenai identitas, fokus, serta nilai yang dimiliki oleh setiap brand.
2. Perancangan *company profile* ini mampu menyajikan profil perusahaan secara terpadu dan sistematis, mulai dari identitas perusahaan, penjelasan setiap brand, hingga berbagai aktivitas yang dijalankan oleh ALVA Group. Penyusunan informasi yang terstruktur dan berkesinambungan memudahkan audiens dalam memahami karakter, nilai, serta *positioning* masing-masing brand di bawah naungan ALVA Group. Dengan demikian, *company profile* ini tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga membangun citra perusahaan yang profesional, kredibel, dan dapat dipercaya oleh publik.
3. Melalui pendekatan visual dan konten yang menekankan prinsip keberlanjutan, serta komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial, karya *company profile* ini berperan dalam meningkatkan *brand awareness* ALVA Group. Penyampaian nilai-nilai tersebut secara konsisten turut memperkuat citra ALVA Group sebagai perusahaan yang inovatif, bertanggung jawab, dan memiliki orientasi terhadap keberlanjutan dalam jangka panjang

## **5.2 Saran**

Berikut saran yang dapat diberikan dalam sebuah perancangan *company profile*. Saran yang diberikan terbagi menjadi dua yaitu saran akademis dan praktis.

### **5.2.1. Saran Akademis**

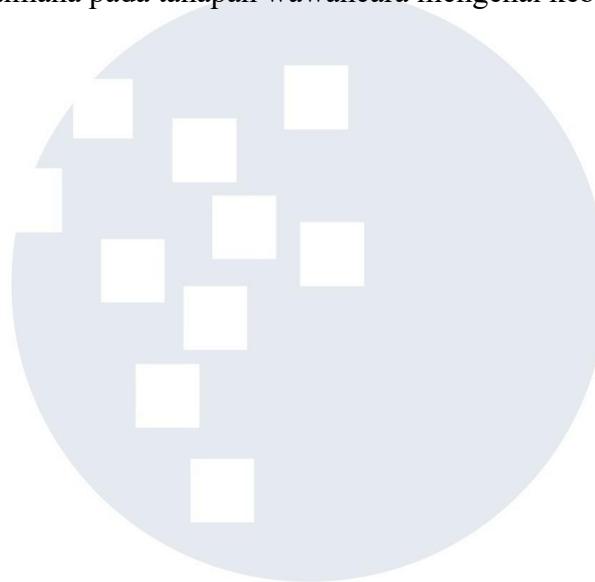
Saran akademis ditujukan untuk mahasiswa fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang ingin merancang karya berupa *company profile*. Saran tersebut untuk dapat mempersiapkan kebutuhan apa saja yang harus diperhatikan. Mulai dari mencari perusahaan yang memerlukan perancangan *company profile*, riset tentang kebutuhan perusahaan dan isi konten dari *company profile*, melakukan koordinasi dengan pihak perusahaan serta *graphic designer* untuk tahapan produksi. Selain itu, mahasiswa harus berperan aktif dalam memberikan arahan kepada *graphic designer* dan selalu update tentang kemajuan dari karya yang dirancang. Tidak hanya itu, mahasiswa harus dapat menerima terhadap masukan yang diberikan oleh pihak perusahaan, *graphic designer*, dosen pembimbing dan dosen ahli.

Adapun saran untuk universitas, yaitu untuk dapat membantu memberikan arahan terkait penulisan skripsi berserta ketentuan *project* karya yang dirancang. Tidak hanya itu, pihak universitas dapat membantu memberikan arahan terkait pemilihan dosen ahli untuk memberikan masukan kepada mahasiswa. Selain itu, pihak universitas dapat memberikan tambahan materi perkuliahan terkait perancangan *company profile* seperti mata kuliah *Digital Graphic Communication* dan materi kuliah untuk penulisan isi konten *company profile* tersebut. Diharapkan dengan adanya saran tersebut mahasiswa dapat mempelajari dan mengetahui hal-hal yang harus diperhatikan sebelum memutuskan untuk merancang *company profile* tersebut.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Saran Praktis yang ditujukan untuk pihak perusahaan adalah untuk dapat berkomunikasi atau berkoordinasi dengan baik dalam membantu mahasiswanya selama proses penggerjaan karya *company profile* tersebut. Dalam penyusunannya, diperlukan pihak perusahaan dapat memberikan keperluan isi konten yang harus dicantumkan kedalam *company profile* tersebut seperti aset-aset perusahaan, brand

guideline, foto atau dokumentasi yang diperlukan dalam perancangan karya tersebut dan pihak perusahaan dapat memberikan bantuan atau pengecekan terkait karya yang dirancang. Selain itu, pihak perusahaan untuk dapat memberikan kebutuhan perusahaan secara jelas dari masing-masing brand tersebut. Terakhir saran untuk perusahaan agar dapat menggunakan karya tersebut dengan sebaik mungkin, sebagaimana pada tahapan wawancara mengenai kebutuhan perusahaan.



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA