

## BAB V

### KESIMPULAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Perancangan video *company profile* OneSmartServices berhasil memenuhi tujuan karya yang telah ditetapkan dalam Bab I, yaitu menghadirkan media pengenalan perusahaan yang ringkas, informatif, dan representatif terhadap identitas korporat. Berdasarkan hasil analisis pada Bab IV, proses perancangan yang mengacu pada model *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC) milik Luther-Sutopo berjalan sistematis melalui tahapan *concept*, *design*, *material collecting*, *assembly*, *testing*, dan *distribution*. Setiap tahapan menunjukkan keterkaitan langsung dengan kebutuhan perusahaan serta kondisi objektif yang ditemukan selama proses pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Seluruh temuan tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam konsep visual, narasi, dan elemen teknis yang selaras dengan karakter OneSmartServices sebagai perusahaan teknologi berbasis solusi.

Secara keseluruhan, karya video *company profile* ini menjawab tujuan pembuatan karya yang terdiri dari 2, yaitu :

1. Karya video *company profile* ini merangkum pencapaian karya sebagai media pengenalan (*introduction & awareness*) bagi OneSmartServices. Berdasarkan proses perancangan yang dijabarkan pada bab IV, video *company profile* ini berhasil memenuhi fungsinya sebagai materi komunikasi yang ringkas, jelas, dan efektif dalam memperkenalkan perusahaan kepada publik, klien potensial, serta mitra bisnis. Dengan durasi  $\pm 3$  menit, visual yang modern, dan alur cerita yang mudah diikuti, video ini mampu meningkatkan pemahaman audiens mengenai ruang lingkup layanan OneSmartServices secara cepat dan menarik. Dapat

dibilang bahwa video *company profile* ini menghasilkan karya yang sesuai kebutuhan *pitching*, presentasi bisnis, dan penayangan pada acara korporat maupun pameran teknologi.

2. Video *company profile* ini juga telah merepresentasikan konsep *corporate identity* OneSmartServices secara konsisten melalui elemen visual, struktur narasi, *color scheme*, dan pemilihan talent internal. Video ini tidak hanya menyampaikan informasi faktual, tetapi juga menampilkan nilai-nilai inti perusahaan seperti profesionalisme, keandalan, dan orientasi solusi melalui pendekatan visual *storytelling*. *Tone* modern dan futuristik yang dipilih sesuai dengan karakter perusahaan teknologi, sedangkan penekanan pada para *Vice President* sebagai narasumber membantu menegaskan kapabilitas teknis dan keunggulan kompetitif perusahaan di ranah *B2B*.

## 5.2. Saran

Berdasarkan proses perancangan, produksi, hingga evaluasi karya video *company profile* OneSmartServices yang telah dilakukan, penulis merumuskan saran, baik secara akademis dan teknis yang dapat dijadikan pertimbangan untuk penelitian maupun pengembangan karya selanjutnya.

### 5.2.1. Saran Akademis

Dalam konteks akademis, salah satu aspek yang dapat dikembangkan adalah pendalaman teori dan teknik videografi yang lebih komprehensif, terutama terkait pendekatan visual *storytelling* untuk kebutuhan perusahaan berbasis teknologi. Penelitian berikutnya juga dapat mengeksplorasi metode pengembangan multimedia lain di luar model *MDLC* milik Luther-Sutopo, misalnya model *MDLC* terbaru milik Roedavan yang dibuat di tahun 2022, atau pendekatan *design thinking*, agar proses perancangan dapat dibandingkan secara metodologis dan menghasilkan perspektif baru dalam produksi karya audiovisual. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk memperluas cakupan

analisis mengenai efektivitas video *company profile* melalui pengukuran *audience engagement*, misalnya melalui uji audiens, data interaksi digital, atau evaluasi penggunaan video sebagai materi *pitching*.

### **5.2.2. Saran Praktis**

Dari sisi praktis, penulis memberikan rekomendasi kepada industri kreatif dan perusahaan untuk mempertimbangkan pembuatan lebih dari satu versi video *company profile* dengan menyesuaikan tujuan penggunaan. Meskipun video *company profile* versi utama telah efektif memenuhi tujuan pengenalan dan representasi identitas perusahaan, perusahaan dapat mengembangkan varian konten turunan seperti versi pendek berdurasi 30-60 detik yang lebih sesuai untuk platform dengan karakteristik cepat seperti Instagram Reels atau LinkedIn. Hal ini penting mengingat perilaku konsumsi informasi digital cenderung mengutamakan konten ringkas yang mudah ditonton di tengah mobilitas tinggi.

