

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Perancangan *video company profile* Creative Dept telah berhasil direalisasikan sesuai dengan tujuan karya yang dikemukakan pada Bab I, yaitu mengatasi hambatan pemasaran utama berupa ketiadaan portofolio publik masif dan minimnya *trust* awal dari calon klien. Analisis perancangan dan temuan evaluasi menyatakan bahwa strategi naratif *Problem-Solution* yang diterapkan secara efektif mengarahkan perhatian audiens pada *pain points* mereka, sebelum menyajikan Creative Dept sebagai solusi berbasis hasil dan data. Hasil implementasi menunjukkan bahwa video tersebut berfungsi sebagai "*Digital Sales Kit*" yang kuat, di mana penggunaan *motion graphics* untuk memvisualisasikan data dan *Colour Grading* yang profesional sukses memperkuat *core message* "*The Science of Digital Art.*" Selain itu, video ini secara jelas menonjolkan *Unique Value Proposition* (UVP) agensi di bidang *TikTok Marketing* dan *Commerce Entertainment*. Validasi internal dari CEO (dengan nilai kepuasan 9/10) menegaskan bahwa hasil karya yang penulis lakukan telah memenuhi standar visual dan fungsional yang dibutuhkan agensi untuk memenangkan *trust* klien dan mempersingkat proses *pitching* yang sebelumnya memakan waktu lama.

Secara reflektif, karya ini merupakan implementasi nyata dari teori komunikasi visual dan *digital marketing* yang berhasil mentransformasi identitas korporat yang statis menjadi aset media yang dinamis dan persuasif. Video ini tidak hanya sekadar media promosi, tetapi sebuah upaya strategis untuk mengubah Creative Dept. dari 'nama yang asing' menjadi "*thought leader yang kredibel*" di pasar agensi pesaing. Keberhasilan video dan bukti konkret menandai pergeseran mode komunikasi agensi dari pasif (mengandalkan proposal) menjadi aktif dan transparan. Dalam konteks ilmu komunikasi, video ini adalah bukti bahwa media yang dirancang dengan strategi yang matang mampu memecahkan masalah bisnis yang kompleks,

secara efisien membangun *awareness* dan *desire* di kalangan audiens B2B yang membutuhkan validasi instan di era konten cepat.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan perancangan dan pembuatan karya ini, terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan untuk menunjang karya selanjutnya. Berikut ini saran yang dapat diberikan

5.2.1 Saran Akademis

Untuk memperkaya kontribusi akademis dari karya perancangan yang berfokus pada analisis teoritis dan kajian empiris yang lebih mendalam. Dalam pembuatan tugas akhir disarankan adanya analisis semiotika terhadap elemen visual dalam *video company profile* (termasuk *colour grading*, *motion*). Analisis ini bertujuan untuk menginterpretasikan tanda-tanda non-verbal yang membangun citra kredibilitas agensi secara implisit di mata audiens, melengkapi pemahaman tentang mengapa video ini dinilai "profesional.". Melalui hasil ini dapat menggunakan temuan karya ini sebagai dasar untuk mengembangkan model komunikasi *Trust-Building* B2B melalui media video, memetakan elemen-elemen kunci (seperti kombinasi *proof data* visual, *storytelling*, dan *leadership statement*) yang paling efektif dalam mengubah *awareness* menjadi *desire* kerjasama di kalangan profesional.

5.2.2 Saran Praktis

Saran praktis ini ditujukan langsung kepada Creative Dept untuk memaksimalkan dan mengintegrasikan hasil *video company profile* ke dalam strategi pemasaran digital dan operasional penjualan sehari-hari. Video ini dijadikan aset utama di *stouchpoint* digital. perlunya membuat pembaharuan company profile secara berkala, mengingat perkembangan perusahaan ataupun industry sebagai portofolio perusahaan.