

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Perancangan *company profile* untuk PT Sentral Mitra Informatika, Tbk dilakukan sebagai upaya untuk menjawab kebutuhan perusahaan dalam meningkatkan efektivitas proses pendekatan kepada klien. Berdasarkan hasil data temuan, ditemukan bahwa *company profile* sebelumnya masih dapat dikembangkan lagi untuk mendukung aktivitas komunikasi dan presentasi perusahaan secara optimal, khususnya dalam memberikan gambaran yang komprehensif mengenai profil, layanan, dan kredibilitas perusahaan. Oleh karena itu, perancangan *company profile* baru ini difokuskan pada penyajian informasi yang lebih terstruktur, lengkap, dan relevan dengan kebutuhan perusahaan. Dalam proses perancangannya, penerapan *brand guideline* perusahaan menjadi aspek penting untuk memastikan konsistensi identitas visual dan kesesuaian dengan citra PT Sentral Mitra Informatika, Tbk, sehingga *company profile* yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga merepresentasikan karakter dan nilai perusahaan secara tepat.

Company profile yang berhasil dirancang dinilai mampu berfungsi sebagai media informasi dan alat komunikasi perusahaan yang efektif, baik dalam konteks internal maupun eksternal. Penyajian informasi yang lebih lengkap, mulai dari *company overview*, *company history*, portofolio, hingga penjabaran produk secara detail, membantu perusahaan dalam menyampaikan nilai dan keunggulannya kepada klien secara lebih jelas. Selain itu, penempatan *company profile* pada *website* perusahaan diharapkan dapat meningkatkan efektivitas penyampaian informasi, memperluas jangkauan audiens, serta memperkuat *awareness* dan citra perusahaan melalui penyampaian informasi yang kredibel dan profesional. Pemilihan format PowerPoint juga menjadi opsi fleksibel bagi perusahaan karena *company profile* dapat langsung digunakan sebagai bahan presentasi serta mudah dikembangkan atau disesuaikan dengan kebutuhan di masa mendatang. Sehingga, perancangan *company profile* ini tidak hanya menjawab permasalahan yang dihadapi perusahaan, tetapi juga memberikan kontribusi strategis dalam mendukung proses komunikasi dan pendekatan perusahaan kepada klien.

5.2 Saran

Saran dalam perancangan *company profile* ini terbagi menjadi dua, yaitu saran akademis dan saran praktis yang diurai sebagai berikut.

5.2.1 Saran Akademis

Berdasarkan proses perancangan karya *company profile*, peneliti menyarankan agar mahasiswa selanjutnya yang mengerjakan skripsi berbasis karya, khususnya perancangan *company profile*, dapat lebih mempersiapkan dan memperdalam pemahaman terkait aspek desain visual. Pemahaman mengenai tipografi, tata letak, penggunaan warna, serta penerapan *brand guideline* perusahaan menjadi hal penting agar karya yang dihasilkan memiliki konsistensi visual dan mampu merepresentasikan identitas perusahaan secara tepat.

Selain itu, meskipun kampus telah menyediakan mata kuliah yang membahas dasar-dasar desain dan komunikasi visual, penulis menyarankan adanya pembelajaran seperti seminar, kelas tamu, atau workshop dengan menghadirkan narasumber industri atau perwakilan perusahaan. Melalui kegiatan tersebut, mahasiswa dapat memperoleh wawasan langsung dari pengalaman profesional.

5.2.2 Saran Praktis

Untuk perusahaan, disarankan untuk mengumpulkan dan mengelola aset dokumentasi perusahaan secara lebih terstruktur, khususnya berupa foto kegiatan, fasilitas, produk, maupun aktivitas operasional. Aset visual internal yang memadai akan mempermudah proses pengembangan media komunikasi perusahaan dan mengurangi ketergantungan terhadap penggunaan materi visual dari sumber *online* yang kualitasnya belum tentu selalu sesuai. Selain itu, pengelolaan aset dokumentasi yang baik juga dapat dimanfaatkan untuk berbagai kebutuhan komunikasi dan promosi perusahaan di masa mendatang, karena dapat mendukung keberlanjutan pengembangan media komunikasi secara lebih efektif.