

BAB V

KESIMPULAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Industri teknologi informasi berkembang semakin pesat dan kompetitif, sehingga perusahaan perlu memastikan bahwa identitas, kapabilitas, serta nilai yang mereka miliki dapat dikomunikasikan secara efektif kepada publik. Dalam proses membangun komunikasi tersebut, perusahaan biasanya memanfaatkan berbagai media yang mampu membantu mereka memperkenalkan diri secara jelas, terstruktur, dan meyakinkan. Salah satu media yang banyak digunakan adalah *company profile*, karena dokumen ini memungkinkan perusahaan menampilkan gambaran utuh mengenai siapa mereka, apa yang mereka tawarkan, dan keunggulan apa yang membedakan mereka dari kompetitor.

Bagi PT Computrade Technology International (CTI Group), *company profile* menjadi alat komunikasi strategis yang berperan penting dalam menarik minat klien dan mitra bisnis. Dokumen ini tidak hanya digunakan sebagai sarana pengenalan perusahaan, tetapi juga sebagai media representatif yang mendukung penyampaian informasi perusahaan dalam kegiatan presentasi kepada mitra dan klien, sehingga CTI Group memerlukan *company profile* yang lebih lengkap, aktual, dan sesuai dengan perkembangan perusahaan. *Company profile* yang dirancang dalam penelitian ini hadir sebagai bentuk pembaruan media komunikasi CTI, dengan menyajikan informasi yang lebih lengkap, terstruktur, dan representatif mengenai identitas perusahaan, layanan, pencapaian, serta kapabilitas teknologinya, sehingga mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam bagi pemangku kepentingan dan mendukung peningkatan ketertarikan klien maupun mitra bisnis di masa mendatang.

Dalam proses perancangan *company profile* CTI Group, setiap tahapan disusun secara berkesinambungan untuk memastikan hasil yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan komunikasi perusahaan. Tahap pertama dalam perancangan

company profile ini adalah *formative research*, yang dilakukan untuk memahami kondisi perusahaan serta kebutuhan komunikasi CTI Group. Pada tahap ini, wawancara dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai apa yang ingin disampaikan perusahaan melalui *company profile* terbaru dan bagaimana media ini dapat memperkuat posisi serta reputasi CTI Group di hadapan klien maupun mitra bisnis. Temuan dari tahap ini menjadi dasar dalam merumuskan strategi perancangan yang meliputi tujuan komunikasi, strategi pesan, serta arahan informasi yang perlu ditonjolkan agar *company profile* mampu merepresentasikan karakter CTI Group secara lebih jelas dan profesional. Strategi tersebut kemudian diwujudkan dalam tahap taktik, yang mencakup penyusunan struktur konten, penataan ulang informasi, pengembangan konsep visual, serta penyesuaian elemen desain agar konsisten dengan identitas perusahaan. Pada tahap ini, masukan dari dosen ahli juga menjadi salah satu pertimbangan penting dalam perancangan materi grafis guna memastikan *company profile* yang dihasilkan menarik secara visual serta sesuai dengan prinsip komunikasi visual dan standar perusahaan. Melalui proses ini, *company profile* dapat hadir dengan tampilan yang lebih lengkap, terstruktur, dan menarik secara visual. Setelah seluruh proses perancangan selesai, evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa *company profile* yang telah diperbarui ini telah memenuhi kebutuhan komunikasi perusahaan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa *company profile* yang dihasilkan mampu menghadirkan informasi secara lebih komprehensif dan representatif, serta dapat digunakan sebagai media pendukung aktivitas bisnis dan membuka peluang kolaborasi dengan klien maupun mitra CTI Group.

5.2. Saran

Berikut merupakan beberapa saran yang dirumuskan berdasarkan proses perancangan *company profile* PT Computrade Technology International.

5.2.1. Saran Akademis

Saran pada bagian akademis ini ditujukan kepada mahasiswa serta pihak universitas yang berperan dalam proses pembelajaran dan pendampingan pembuatan karya, khususnya *company profile*. Dalam proses

pembuatan *company profile*, pemahaman mengenai penyusunan konten, alur informasi, serta prinsip visual sangat berpengaruh terhadap kualitas hasil akhir. *Company profile* yang baik bukan hanya berisi informasi lengkap, tetapi juga mampu menyampaikan pesan dengan runtut dan divisualisasikan dengan cara yang menarik serta mudah dipahami. Oleh karena itu, mahasiswa dianjurkan untuk meluangkan waktu mempelajari berbagai contoh *company profile* yang sudah ada. Melalui contoh-contoh tersebut, mahasiswa dapat memahami standar konten dan gaya visual yang umum digunakan serta mulai mengembangkan sensitivitas terhadap struktur penulisan dan desain sebelum memasuki tahap perancangan.

Selain menjalin komunikasi yang intens dengan pihak perusahaan untuk memahami kebutuhan, ekspektasi, dan tujuan penggunaan *company profile*, mahasiswa juga disarankan untuk berdiskusi dengan dosen ahli, khususnya terkait perancangan visual dan materi grafis. Masukan dari dosen ahli dapat menjadi pertimbangan penting dalam menentukan elemen visual, tata letak, serta konsistensi desain, sehingga *company profile* yang dihasilkan selaras dengan prinsip komunikasi visual dan tujuan perusahaan.

Universitas dapat meningkatkan porsi pembelajaran yang berfokus pada penulisan konten *company profile* agar mahasiswa lebih siap dalam proses penyusunannya. Materi mengenai penulisan konten *company profile* perlu diperkuat dalam mata kuliah yang relevan, terutama yang membahas cara menyusun informasi perusahaan secara komunikatif, runtut, dan profesional. Pembekalan ini penting karena kemampuan menulis konten korporat sangat berpengaruh terhadap kejelasan pesan dan citra perusahaan yang ingin disampaikan melalui *company profile*. Selain itu, pemahaman dasar mengenai desain grafis juga perlu diberikan kepada mahasiswa. Prinsip-prinsip visual seperti tata letak ataupun pemilihan elemen grafis yang sesuai dengan citra perusahaan merupakan aspek yang harus dipahami dalam proses perancangan. Dengan pembelajaran yang mencakup kedua

aspek tersebut, mahasiswa diharapkan dapat menghasilkan *company profile* yang lebih matang, representatif, dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

5.2.2. Saran Praktis

Dari sisi praktis, terdapat beberapa hal yang dapat diperbaiki dalam proses penyusunan *company profile*. Pertama, koordinasi dengan perusahaan perlu ditingkatkan agar alur kerja dapat berjalan lebih efektif. Selama proses pengerjaan, ketersediaan aset perusahaan seperti data, foto kegiatan, logo, dan dokumen pendukung lainnya sangat berpengaruh terhadap kelancaran penulisan dan visualisasi. Selain itu, beberapa aset dan bentuk persetujuan dari perusahaan tidak dapat diperoleh dalam satu kali permintaan, sehingga proses pengumpulan data memerlukan waktu lebih panjang dari yang direncanakan. Untuk mengatasi hal tersebut, perusahaan disarankan menetapkan mekanisme komunikasi yang lebih jelas sejak awal, termasuk penunjukan narahubung tetap dan jadwal umpan balik yang teratur. Selain itu, penyampaian *timeline* pembuatan *company profile* sejak awal proses kerja juga perlu dilakukan agar perusahaan memahami batas waktu setiap tahap, sehingga respons maupun penyediaan aset dapat diberikan lebih tepat waktu dan tidak menyebabkan keterlambatan pada keseluruhan proses.