

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1. Deskripsi Perusahaan**

CV Pendekar Kepala Telur atau yang umum disebut EGGHEAD Branding Consultant merupakan agensi kreatif yang dibangun pada tahun 2012. Berlokasi di Jakarta dan Singapura, EGGHEAD berfokus dalam membangun *brand strategy and experience* yang tidak terlupakan dan membentuk loyalitas pelanggan terhadap *brand* tersebut.

Tidak hanya Indonesia dan Singapura, EGGHEAD memiliki *client* dari berbagai penjuru dunia seperti India, Malaysia, Norwegia, Thailand, Jepang, Taiwan, dan Amerika. Industri yang dilayani juga beragam, mulai dari *property and hospitality, food and beverage, business and financial, non-profit and government, retail, goods and service, health and education, energy and agriculture*, dan lain-lain.

#### **2.1.1. Sejarah Perusahaan**

EGGHEAD Branding Consultant didirikan pada tanggal 15 Maret 2012 oleh Adam Mulyadi, Dionisius Alam, dan Kenneth Gouw. Awalnya kantor terletak di Apartemen Urbana, Tangerang, namun seiring berjalannya waktu, kantor berpindah ke jalan Ratu Teratai Blok C1 No. 35, Duri Kupa, Kebon Jeruk, Jakarta Barat.

Diawali dengan tiga pendiri yang memiliki latar belakang berbeda, tiga *graphic designer*, dan seorang *graphic designer intern*, EGGHEAD berjuang dan berkembang pesat hingga memiliki cabang di Singapura. EGGHEAD juga berkesempatan bekerjasama dengan berbagai perusahaan besar seperti ASTRA, Axioo, Imperial Group, Sour Sally, dan lain-lain.

Seiring berjalannya waktu, kini, EGGHEAD memiliki beberapa *sister company* dalam bidang kreatif yaitu Maven Digital (*UI/ UX Design*), Under Pleasure (*Video Consultant*), dan Narrativ (*Social Media and Campaign*).



Gambar 2.1. Perusahaan di Bawah Naungan CV Pendekar Kepala Telur  
(Dokumentasi Perusahaan EGGHEAD,2021)

### 2.1.2. Logo Perusahaan



Gambar 2.2. Logo EGGHEAD  
(Dokumentasi Perusahaan EGGHEAD,2021)

Logo EGGHEAD menggunakan *logotype* dimana huruf “D” di akhir dimodifikasi menyerupai anak panah yang mengarah ke kanan. Huruf “D” ini melambangkan pergerakan ke depan, mencerminkan proses yang dilalui oleh EGGHEAD dalam setiap pekerjaannya untuk terus maju mencapai kesuksesan. Warna abu-abu yang digunakan pada logo melambangkan profesionalitas, kebijaksanaan, *integrity*, dan *intellectual*.

### 2.1.3. Visi dan Misi Perusahaan

Visi dari EGGHEAD yaitu menjadi perusahaan *branding consultant* terbaik di Indonesia yang lebih unggul dan melampaui *branding consultant* atau perusahaan yang bergerak di bidang yang sama lainnya baik dalam skala nasional maupun internasional. Dengan nilai yang dijalankan oleh EGGHEAD Branding Consultant yaitu “*To spark an emotional connection that creates loyalty beyond reason*”, serta *tagline* berupa “*V j k p m " c j g c f .*”, EGGHEAD berdaya menjadi yang terbaik di bidangnya dan berpartisipasi dalam memajukan Indonesia dan dunia.

Misi dari EGGHEAD secara ringkas yaitu “GLORY”, dimana “G” berarti “*God Centered*”, “L” berarti “*Loyal to Process*”, “O” berarti “*Obedient to Truth*”, “R” berarti “*Real Spirit of Excellence*”, dan “Y” berarti “*Yielding Rights Method Observation*”. Dengan memegang teguh misi ini, EGGHEAD terus maju dan berkembang menjadi perusahaan yang profesional dan peduli sesama.

### 2.1.4. Jasa dan Proses Perusahaan

Selama 9 tahun, EGGHEAD telah melayani berbagai *brand* dan perusahaan baik di Indonesia maupun luar negeri. Berikut beberapa daftar *client* yang pernah ditangani oleh EGGHEAD.



Gambar 2.3. Beberapa *Client* EGGHEAD  
(Dokumentasi Perusahaan EGGHEAD, 2021)

# calais

NU TASTE NU EXPERIENCE

“ Innovation of flavours is our new positioning to creates new experience in the market. ”



⇒ every flavour is pass the market product and experientox testing



⇒ Calais updates the merdial beverage of their selectoe every season.  
 ⇒ The innovation of marshmallow coffee beverage



⇒ calais hanging signage  
 ⇒ calais updates the mural art in-store every season



⇒ mural art about the journey of calais

“ Calais sets the trend through the new innovation and experience in the products and in-store ambience. ”

Gambar 2.4. Portofolio EGGHEAD untuk Calais  
 (Dokumentasi Perusahaan EGGHEAD, 2021)

Calais Artisan Tea merupakan *brand* yang bergerak di bidang *food and beverage*. Calais terbentuk karena kegemaran pendiri dalam *traveling*, dimana Calais ingin membawa rasa yang autentik dan membagi pengalaman dari setiap negara yang pernah ia kunjungi kepada pelanggannya.

Dalam membantu *rebranding* Calais, EGGHEAD berperan dalam *brand analysis, brand strategy*, serta *brand implementation* berupa identitas visual. Tim EGGHEAD menemukan permasalahan dimana Calais memiliki identitas visual yang tidak konsisten, dimana hal ini dapat menyulitkan konsumen untuk mengenali *brand*. Oleh karenanya, dibutuhkan *rebranding* untuk membentuk identitas yang konsisten dan mudah dikenali.

EGGHEAD membangun identitas visual yang sederhana namun *iconic* dan mudah dikenali dan diingat oleh konsumen, Dengan konsep modern, EGGHEAD menggambarkan latar belakang didirikannya Calais dengan menggunakan ikon sederhana yang identik dengan *traveling*. Hal tersebut memberi penekanan pada cerita yang ingin disampaikan oleh *brand*, yaitu *to have the world with you*.

Tidak hanya logo dan elemen visual, EGGHEAD juga berperan dalam membangun *brand guideline, packaging, photography styling*, serta interior yang konsisten. Interior yang dibangun memberikan kesan yang selaras dengan dibentuk sebelumnya. Dengan meletakkan *mural art* pada dinding toko dapat membantu menyampaikan cerita dari produk Calais dan menimbulkan *brand awareness* pada pelanggan.



Gambar 2.5. Portofolio EGGHEAD untuk Kitamura  
(Dokumentasi Perusahaan EGGHEAD, 2021)

Kitamura merupakan *brand* yang bergerak di bidang *food and beverage*. Didirikan oleh Kulo Group, Kitamura memiliki visi untuk membawa *trend* makanan dan minuman dari seluruh penjuru dunia yang dapat dibeli dan diakses siapapun. Kitamura berfokus pada *Japanese food* seperti *shabu-shabu*.

Permasalahan utama dari Kitamura terletak pada produknya, dimana *shabu-shabu* merupakan makanan Jepang yang identik dengan makanan “mahal” atau “kelas atas”. Hal ini dapat mempersulit *brand* karena tujuan awal dari *brand* adalah membawakan makanan yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan,

Oleh karenanya, EGGHEAD ingin membawakan kesan *fresh* dan *fun* dengan menggunakan konsep *Japanese street food* yang dapat dinikmati oleh berbagai kalangan. Identitas visual yang dibentuk mengingatkan konsumen dengan jalanan yang berada di perkotaan Jepang. Visual tersebut mematahkan kesan *high-class* dan memberi penekanan pada kesan *fun* dan *friendly*. EGGHEAD memilih menggunakan warna kuning dan biru yang kontras satu sama lain, namun terkesan *cheerful, fun, dan friendly*.

Pada logo, EGGHEAD ingin menekankan pada konsumen bahwa Kitamura menyediakan makanan yang identik dengan Jepang. Oleh karenanya, EGGHEAD membuat tipografi yang identik dengan Asia serta menggabungkan tulisan Jepang pada tipografi tersebut. Kata Kitamura sendiri memiliki kesan nama seorang laki-laki Jepang, oleh karenanya EGGHEAD memberikan *personality* kepada *brand* dengan memberikan visual seorang laki-laki Jepang yang suka dengan makanan *shabu-shabu*. Dengan menambahkan *personality, brand* terasa lebih dekat dengan konsumen.

EGGHEAD berperan dalam membangun identitas visual yang konsisten untuk Kitamura. Tidak hanya logo, EGGHEAD membawa identitas visual tersebut pada setiap desain yang ada seperti buku menu, baju pegawai, *merchandise*, dan bahkan interior dari toko. Dengan memegang teguh konsistensi tersebut, *brand* dapat dengan mudah dikenali dan diingat oleh pelanggan.



Peran tim EEGHEAD dalam setiap *brand* berbeda-beda menyesuaikan kebutuhan dan permintaan dari *client*, Secara garis besar, proses desain yang dilakukan oleh EEGHEAD yaitu sebagai berikut.



Gambar 2.6. Proses yang Dijalankan oleh EEGHEAD dalam membantu *Client* (Dokumentasi Perusahaan EEGHEAD, 2021)

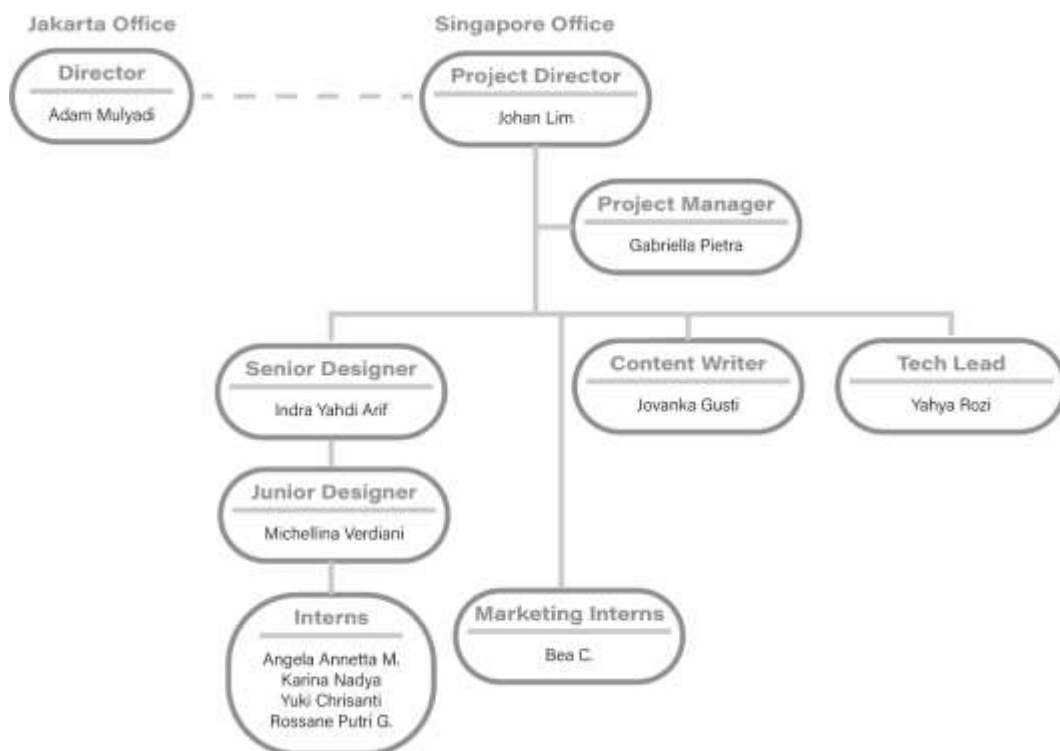
Secara garis besar, proses *branding* yang dilakukan oleh tim EEGHEAD dimulai dari pendataan atau *briefing* oleh *client*, yang kemudian akan dibahas oleh tim internal. Sebelum memenuhi permintaan *client*, dilakukan dahulu *research* untuk mengetahui apakah permintaan dari *client* selaras dengan tujuan perusahaan atau nilai yang ingin dibangun oleh *brand* tersebut, dan bagaimana tanggapan pasar terhadap hal itu. Dilakukan pula *research* terhadap pasar atau kompetitor untuk membangun *brand* atau desain yang menonjol dan efektif. Data yang didapatkan akan dirangkum dan dibahas kembali bersama *client*, jika setuju, maka proses akan dilanjutkan ketahap selanjutnya.

Untuk perusahaan atau merek baru, sebelum ketahap desain, dilakukan pula *research* untuk mendapatkan *brand essence*, yaitu tujuan utama, kesan yang ingin dibentuk oleh *brand*, pemilihan nama, logo, dan seterusnya. *Brand essence*



dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kebutuhan pasar, keinginan dari perusahaan bersangkutan, serta kemampuannya dalam mewujudkan hal tersebut. EGGHEAD berfokus untuk mengarahkan *brand essence* yang efektif dan secara realistis bisa diwujudkan, tidak hanya berdasarkan keinginan semata.

## 2.2. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.7. Struktur Organisasi EGGHEAD  
(Dokumentasi Perusahaan EGGHEAD, 2021)

Dalam melaksanakan praktek kerja magang, penulis ditempatkan di cabang EGGHEAD Singapura. Tim ini terdiri dari *project director*, *project manager*, *senior designer*, *junior designer*, *content writer*, *tech-leader*, dan *interns*. Masing-masing peran memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda, diantaranya sebagai berikut:

1. *Project Director*
  - a. Memberikan persetujuan atas kegiatan perusahaan maupun dengan *client*.
  - b. Bertemu langsung atau berinteraksi langsung dengan *client*.

- c. Bekerja sama dengan *project manager* dalam menyusun konsep dan menyampaikannya kepada *client*.
  - d. Sebagai *supervisor*, memberi masukan dan arahan kepada tim.
2. *Project Manager*
- a. Bertanggung jawab dalam menjaga hubungan antara *client* dan tim selama melaksanakan proyek.
  - b. Mengatur jadwal *meeting* dan menghadiri *meeting*.
  - c. Bersama dengan *project director* menyusun *timeline* proyek.
  - d. Menyampaikan *brief* dari *client* kepada tim.
  - e. Menyusun presentasi mengenai *project pitch* ataupun *progress* dan mempresentasikannya kepada *client*.
3. *Senior Designer*
- a. Membuat *guideline* dan menentukan visual yang sesuai dengan *brief*.
  - b. Sebagai *supervisor* yang memantau proses desain, serta dapat memberikan masukan atau persetujuan untuk desain.
  - c. Menyusun *final artwork* untuk dicetak atau diberikan pada *client*.
  - d. Mengeksplorasi dan mengerjakan desain sesuai dengan *brief* yang diberikan.
  - e. Membimbing dan mengarahkan *junior designer* dan *interns* dalam mengerjakan desain.
4. *Junior Designer*
- a. Membantu *senior designer* dalam mengeksplorasi konsep yang sesuai dengan *brief*.
  - b. Mengerjakan desain sesuai dengan *brief* yang diberikan.
  - c. Membuat *final artwork* yang akan diberikan pada *client*.
5. *Content Writer*
- a. Menyusun konsep atau alur cerita untuk media visual sesuai dengan *brief*.
  - b. Menyusun *script* atau konten visual yang dibutuhkan oleh desainer.
  - c. Membantu *project manager* melakukan *research* yang berhubungan dengan konten.

6. *Tech-Lead*

- a. Mengerjakan *coding* yang berhubungan dengan *UI/UX* sesuai dengan *brief*.
- b. Mengembangkan *UI/UX* yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

7. *Graphic Designer Intern*

- a. Membantu *senior designer* dan *junior designer* dalam mengeksplorasi konsep yang sesuai dengan *brief*.
- b. Mengerjakan desain sesuai dengan *brief* yang diberikan sesuai dengan bimbingan atau arahan *senior designer*.

8. *Marketing Intern*

- a. Membantu menyusun strategi *marketing* sesuai dengan *brief* dan arahan dari *project director* dan *project manager*
- b. Melakukan *research* yang dibutuhkan untuk mengembangkan *brand* sesuai dengan arahan *project director* dan *project manager*
- c. Membantu *project manager* menangani sosial media *client*.
- d. Membantu *project manager* membuat *marketing campaign*.