



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profile Perusahaan

##### 2.1.1. Sejarah Singkat Re.juve

PT Sewu Segar Primatama termasuk ke dalam Gunung Sewu Group, dimana PT Sewu Segar Primatama bergerak di bidang F&B lebih tepatnya kepada produk *cold pressed juice* dengan merk Re.juve. Hal yang mendasari berdirinya Re.juve adalah sebagai respon dari kurangnya produk yang mengedepankan prinsip sehat, enak, dan jujur yang ada di pasaran sehingga Re.juve didirikan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dengan nilai tersebut. Re.juve berdiri sejak tahun 2014 dengan mendirikan *store* pertama di Mal Gandaria City, hingga saat ini Re.juve memiliki lebih dari 73 toko dan outlet yang tersebar di beberapa kota besar di Indonesia seperti Jabodetabek, Bandung, Semarang, Surabaya, dan Bali. Dengan berdasarkan kepada nilai utama yang dijunjung oleh Re.juve yaitu kejujuran dan transparansi maka dalam melakukan proses produksinya pun Re.juve menjalankan nilai tersebut dengan cara mendirikan *Cold-Pressed Production Facility* yang menerapkan proses HPP/*High Pressure Processing* pertamanya di Cikupa, Tangerang pada bulan Desember 2018. Fasilitas produksi tersebut menjadi yang pertama di Indonesia bahkan di ASEAN.

Produk yang dikeluarkan oleh Re.juve bukan hanya berupa *cold pressed juice* saja tetapi Re.juve juga mengeluarkan varian produk lainnya seperti *cold-pressed coffee*, *cold-pressed almond milk*, *cold-pressed indonesian heritage*, *cold-pressed SHOTs*, *cold-pressed elixirs*, *smoothies* dan *infused water*

### 2.1.2. Nilai dan Visi Misi Re.juve

Berdasarkan sumber dari *Senior Learning & Development Staff* Re.juve, diketahui bahwa Re.juve memiliki nilai, visi dan misi seperti berikut:

#### A. Nilai Re.juve

Berdasarkan pemaparan dari *Senior Learning & Development Staff* Re.juve, Re.juve memiliki beberapa nilai yang dijunjung di dalam perusahaanya. Nilai - nilai yang dijunjung oleh Re.juve adalah :

1. Live Happier
2. 100% GOOD for you
3. Honesty & Transparency
4. Passion & Ambition

#### B. Visi Re.juve

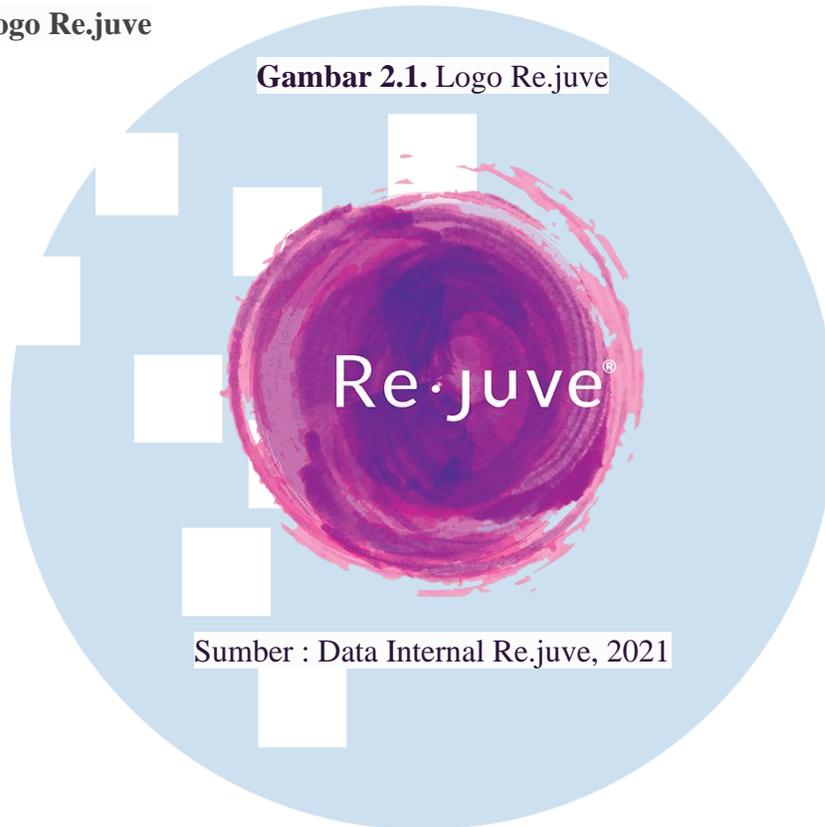
Visi yang dimiliki oleh Re.juve adalah “Brand with Integrity” dimana visi ini menunjukkan Re.juve sebagai sebuah *brand* yang memiliki integritas, integritas yang ingin ditunjukkan oleh Re.juve dapat terlihat dari nilai nilai yang dijunjung dan berkat nilai tersebut juga Re.juve mampu mempertahankan visi yang dimiliki.

#### C. Misi Re.juve

Misi yang dimiliki oleh Re.juve adalah Re.juve ingin membantu konsumen untuk dapat menjalani hidup yang lebih bahagia yang dapat dilihat melalui nilai “Live Happier”. Selain itu Re.juve juga memiliki misi untuk membantu konsumen dalam mengelola gaya hidup sehat yang berkelanjutan melalui produk panganan yang enak, sehat, dan juga jujur. Misi yang dimiliki oleh Re.juve tercipta karena hasrat dan ambisi yang dimiliki oleh pendiri Re.juve dimana beliau ingin membuat pilihan produk panganan yang hanya menggunakan bahan yang segar, mampu dinikmati, enak, dan membawa manfaat yang baik.

### 2.1.3. Logo Re.juve

Gambar 2.1. Logo Re.juve



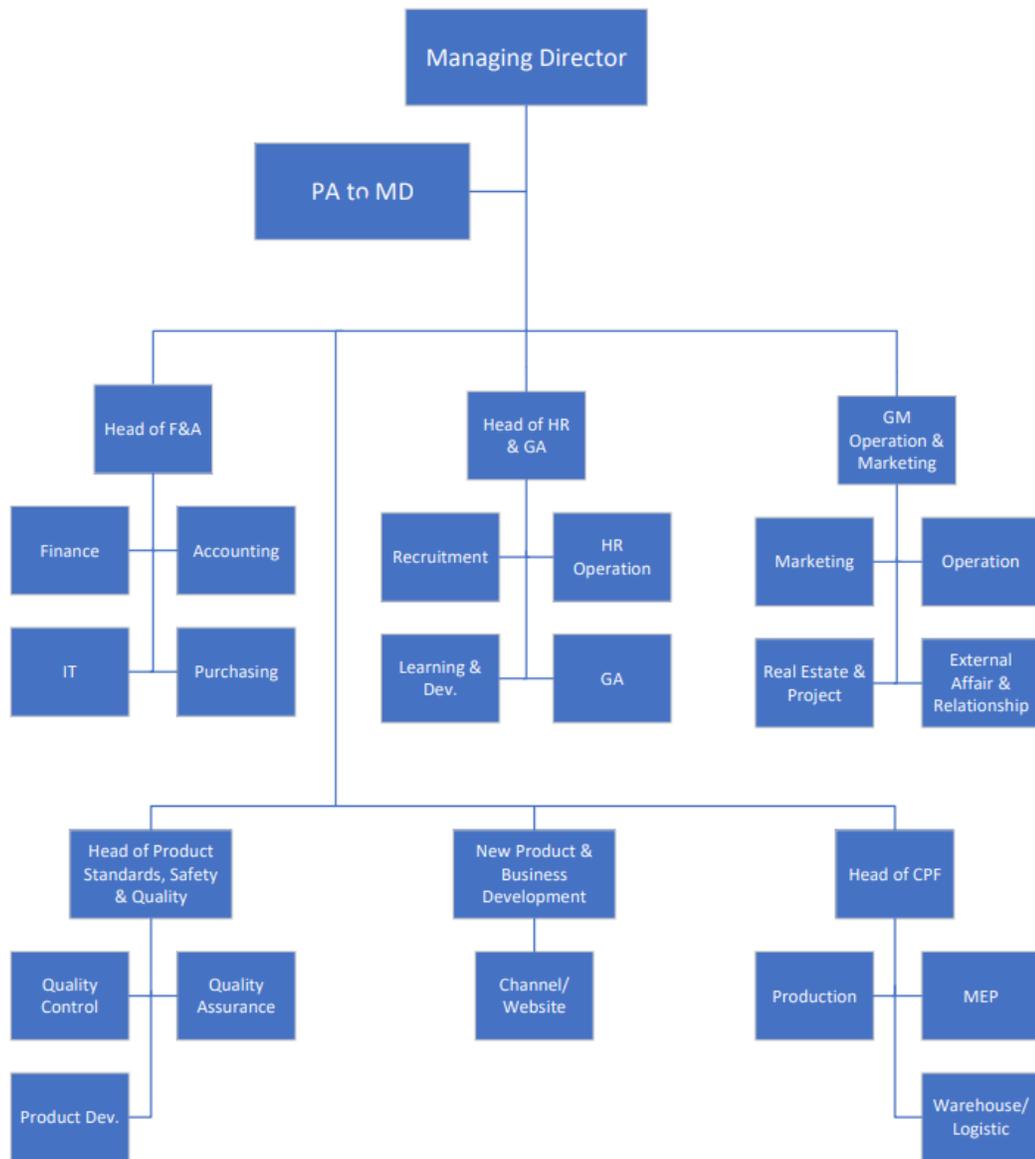
Sumber : Data Internal Re.juve, 2021

# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

#### 2.1.4. Struktur Organisasi Re.juve

Gambar 2.2 Struktur Organisasi Re.juve



Sumber : Data Olahan Peserta Magang, 2021

M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## 2.2 Ruang Lingkup Divisi Terkait

Peserta magang melakukan praktik kerja magang selama kurang lebih tiga bulan di Re.juve. Selama melakukan praktik kerja magang, peserta magang bekerja di bagian Digital Marketing yang berfokus kepada bagian *Content Marketing*. Bagian Digital Marketing memiliki fokus untuk meningkatkan *engagement* konsumen terhadap produk, mengedukasi dan menginformasikan konsumen mengenai produk yang dijual, serta memikirkan cara untuk meningkatkan *awareness* konsumen terhadap produk. Peserta magang bertanggung jawab untuk membuat konten bagi dua media sosial yang dimiliki oleh Re.juve yaitu Instagram @rejuveid dan Youtube rejuve indonesia.

Ruang lingkup kerja peserta magang adalah sebagai berikut:

1. Membuat konsep untuk konten yang akan diunggah

Membuat *storyline*, *script*, dan juga *storyboard* untuk konten Instagram Reels dan konten video Youtube dengan tujuan untuk meningkatkan *engagement* dan juga *awareness* dari konsumen terhadap produk Re.juve, jenis konten yang diunggah dapat terbagi menjadi konten informatif maupun konten edukatif. Konten yang direncanakan dan akan diunggah harus memiliki *key message* yang mampu tersampaikan dengan baik kepada audiens.

2. Membuat dan menentukan *timeline* kerja/*content planning*

Membuat *timeline* kerja, konsep, dan juga target mengenai apa saja konten yang akan diunggah ke media sosial perusahaan. *Timeline* kerja diisi sesuai pembagian per *batch* nya untuk mengetahui dan memastikan semua pekerjaan dapat berjalan secara efektif. Satu *batch* berjalan dengan rentang waktu antara empat sampai lima minggu, mulai dari waktu pematangan konsep, *script*, *storyline*, dan *storyboard* lalu berlanjut ke penentuan waktu *shooting*, dan dilanjutkan dengan penentuan waktu *editing* dan proses revisi. Selain itu peserta

magang juga bekerja sama dengan divisi lain dalam menentukan dan menjadwalkan konten yang akan diunggah ke dalam media sosial Re.juve

3. Membuat *copy* untuk keperluan periklanan.

Selain menyusun konsep untuk konten di media sosial Re.juve, peserta magang juga membuat rancangan tulisan yang menarik dan juga mampu meningkatkan *engagement* dari konsumen, tulisan ini diperlukan untuk *digital ads* dan juga untuk dimasukkan ke dalam iklan konvensional dalam bentuk kartu ucapan.

The logo for Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) features the letters 'UMMN' in a large, bold, light blue sans-serif font. The letters are closely spaced and have a slight shadow effect.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A