

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Penulis melakukan magang di EGGHEAD Branding Agency atau PT Kepala Telur Indonesia, yaitu sebuah perusahaan yang berada di bawah PT Tjufoo Sukses Global. Tjufoo adalah *aggregator D2C (direct-to-customer)* yang memberdayakan wirausahawan di Indonesia secara sosial, ekonomi, dan lingkungan. Selain EGGHEAD, Tjufoo juga mengelola beberapa merek lokal ternama seperti Dapur Cokelat dan ACMIC (ANTARA News, 2024).

2.1.1 Profil Perusahaan

EGGHEAD merupakan sebuah agensi kreatif yang menawarkan jasa *brand consultancy* di Indonesia dan Singapura. Kantor EGGHEAD Indonesia terletak di Gedung Menara Duta, Jl. HR Rasuna Said No.5 Kav B9, Kuningan, Setia Budi, Kota Jakarta Selatan, 12910. Berdasarkan situs resmi EGGHEAD (2025), lingkup jasa yang ditawarkan meliputi 5 tahap *branding*, yaitu:

1. *Brand Audit*, yang terdiri dari analisis internal, target pasar, pesaing, *positioning*, perilaku pasar, dan tren pasar.
2. *Brand Strategy*, yang terdiri dari penentuan *brand essence, promise, archetype, value, personality, perception, architecture, positioning, voice*, dan *touchpoint*.
3. *Brand Implementation*, yang terdiri dari *naming* dan *tagline brand*, perancangan identitas visual (desain logo, kemasan, *website*, UI/UX, publikasi, media pemasaran), dan *brand guidelines*.
4. *Brand Management*, yang terdiri dari riset, perancangan strategi, dan rencana pemasaran, serta kampanye digital dan *offline*.
5. *Brand Maintenance*, yang terdiri dari *brand training*, pemeliharaan persepsi, dan pengawasan *brand*, perencanaan implementasi, dan optimalisasi *marketplace*.



Gambar 2.1 Logo EGGHEAD
Sumber: <https://thinkegghead.com/>

Dalam menjalankan kerjanya, EGGHEAD memegang 3 prinsip utama yaitu *beyond boundaries*, *change agent*, dan *impact-oriented*. Prinsip *beyond boundaries* mengacu pada penerapan kekuatan strategi dan kreativitas untuk membantu perusahaan *start-up* hingga multinasional untuk melampaui batasan sebelumnya. Prinsip kedua menekankan kerja sama antara berbagai individu dalam tim untuk mengubah setiap tantangan menjadi peluang. Terakhir, prinsip *impact-oriented* berfokus pada pengembangan *brand* yang memberikan nilai bagi kehidupan masyarakat dan lingkungan di masa depan. Terdapat juga visi misi EGGHEAD sebagai *branding agency*, sebagai berikut:

1. Visi EGGHEAD adalah menjadi *branding consultant* terkemuka yang memberikan manfaat nyata bagi industri kreatif dan desain di Indonesia maupun internasional.
2. Misi EGGHEAD adalah GLORY, yaitu *God Centered, Loyal to Process, Obedient to Truth, Real Spirit of Excellence*, dan *Yielding Rights Methods Observation*.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

EGGHEAD didirikan oleh tiga *founder* yang berteman sejak Sekolah Menengah Atas (SMA), yaitu Adam Mulyadi, Kenneth Gouw, dan Dionisius Evan. Keinginan ketiga *founder* untuk membangun sebuah *start-up* didasari oleh latar belakang pendidikan yang berbeda, seperti desainer grafis, *finance*, dan aktuaris. Pada 15 Maret 2012, EGGHEAD membuka kantor pertama

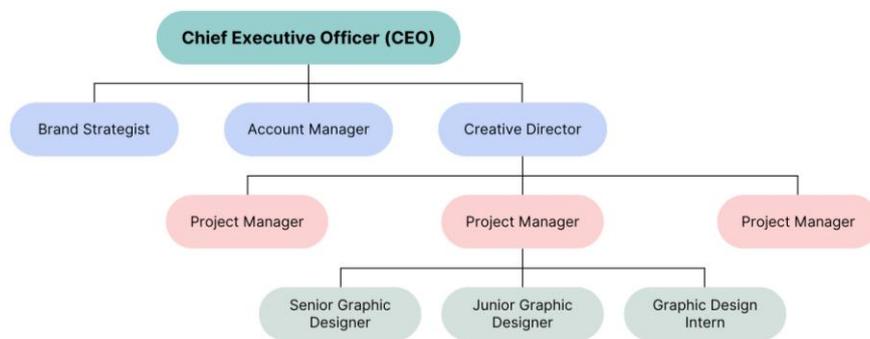
sebagai *branding consultant* di Apartemen Urbana, Tangerang. Di masa awal pendirian, kantor hanya dioperasikan oleh tiga desainer grafis dan satu magang.

Berawal dari cita-cita untuk mengembangkan perusahaan desain yang terpercaya di Indonesia, nama EGGHEAD diambil dari istilah *egghead* dalam bahasa Inggris yang mengacu pada seorang intelektual dan ahli di bidangnya. Selain itu, kata EGGHEAD juga merupakan plesetan dari motto *think ahead*. Meski berawal dengan klien-klien yang berasal dari kerabat dan teman-teman dekat, komitmen dan kemampuan tim EGGHEAD dapat memperluas koneksi secara cepat di bulan-bulan pertama. Untuk meningkatkan efektivitas dan aksesibilitas dengan klien, kantor dipindahkan ke Ruko Business Park Blok E2 No. 3, Jl. Meruya Ilir No. 88, Kebon Jeruk, Kota Jakarta Barat, 11620 pada bulan Juli 2012.

Hingga saat ini, EGGHEAD telah bekerja dengan berbagai klien dari pemerintah dan industri *non-profit*, FMCG & retail, *property & hospitality*, *food & beverage*, *business & financial*, digital, *fashion*, *beauty*, kesehatan, edukasi, dan hiburan. Dengan pengalaman yang kuat, EGGHEAD berkesempatan untuk berkolaborasi dengan proyek-proyek skala internasional seperti Pan Pacific Suzhou, AMAN, Anantara Dhigu Maldives, dan Tuan Sing. Dengan lebih dari 50 pekerja kreatif dan 10 tahun pengalaman, EGGHEAD berkomitmen untuk menciptakan *brand* yang berupa '*a life changing experience for society*'.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Campbell (2022) mengartikan struktur organisasi perusahaan sebagai suatu hierarki yang mengatur kedudukan, tanggung jawab, dan fungsi dalam koordinasi dan hubungan otoritas. Struktur organisasi memetakan *chain of command* yang terstruktur untuk menunjukkan proses pengambilan keputusan dan distribusi tugas dari tingkat manajemen tertinggi hingga terbawah. Struktur ini bertujuan untuk memfasilitasi komunikasi terkait instruksi, pembagian tugas, dan pelaporan yang efektif antara divisi. Berikut merupakan *mapping* struktur organisasi EGGHEAD.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi EGGHEAD
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2024)

Di tingkat tertinggi, *Chief Executive Officer (CEO)* memantau keseluruhan kinerja divisi secara seksama serta memberikan persetujuan akhir dalam kegiatan yang menyangkut klien dan perusahaan. Di bawah CEO, terdapat *account manager*, *brand strategist*, dan *creative director*. *Account manager* adalah penghubung antara klien dengan perusahaan yang mengelola *job requirement* dan kepuasan klien. Di sisi lain, *brand strategist* melakukan *brand audit* melalui riset dan penyusunan strategi. *Creative director* bertugas untuk mengelola konsep, melakukan *review* terhadap *final artwork*, dan memberikan arahan desain sesuai *brief* klien. *Creative director* memiliki peran penting dalam pembuatan pengembangan visual hingga pengarahan seluruh alur kreatif dalam EGGHEAD.

Dalam kinerjanya, *creative director* mengatur tiga tim desain yang terdiri dari satu *project manager* dan dua *graphic designer*. *Project manager* bertanggung jawab dalam pembuatan *brief* sesuai kebutuhan klien untuk diberikan kepada *creative director*, *graphic designer*, dan *brand strategist*. Dalam satu tim, *project manager* mengkoordinasikan tugas dan hubungan kerja antara *graphic designer*, klien, dan tim produksi. *Project manager* memiliki kewenangan untuk mengatur, menghadiri *meeting*, serta melakukan *pitching* dengan klien. Seluruh hasil akhir dari proyek desain tim juga dipertanggungjawabkan kepada *project manager*.

Di bawah arahan *project manager*, terdapat *senior graphic designer* dan *junior graphic designer*. *Senior graphic designer* bertugas untuk merancang konsep sesuai *brief*, mengeksekusi ide dari *creative director* sesuai *deadline*, berkoordinasi

dengan *project manager* untuk proses pengerjaan proyek, dan menyusun *final artwork* untuk klien. *Junior graphic designer* memiliki tugas yang serupa dengan *senior graphic designer*, namun tetap berada di bawah pengawasan dari atasan dan belum memiliki wewenang untuk menghadiri *meeting* secara mandiri. Terlebih itu, penulis sebagai *graphic design intern* menduduki posisi di bawah supervisi *project manager* secara langsung.

2.3 Portofolio Perusahaan

Sejak pendiriannya di tahun 2012, EGGHEAD menyediakan jasa *branding* kepada berbagai klien. EGGHEAD telah menangani banyak proyek yang berkaitan dengan pengembangan *brand identity* mulai dari *naming*, konsep, logo, *packaging*, *stationery*, *brand guidelines*, media sosial, hingga *print media* seperti brosur, *flyer*, *banner*, dan sebagainya. Hingga saat ini, EGGHEAD telah menyusun berbagai portofolio proyek yang terdiri dari perusahaan-perusahaan besar dengan bidang yang variatif. Berikut ini merupakan beberapa proyek klien yang diambil dari portofolio perusahaan EGGHEAD.

2.3.1 Rebranding Boga Group

BOGA Group adalah perusahaan *Food & Beverage* (F&B) yang berdiri sejak tahun 2002 dan menaungi sejumlah usaha restoran seperti Bakerzin, Pepper Lunch, Shaburi, Kimukatsu, Paradise Dynasty, Kintan Buffet, Putu Made, Ocean 8, dan masih banyak lagi (Kumparan, 2024). Setiap anak usaha tersebut memiliki keunikan tersendiri dari segi konsep dan menu. Sebagai contoh, pelanggan dapat memasak *steak* sendiri di atas *hot plate* di Pepper Lunch, restoran dengan konsep *Do It Yourself* (DIY). Bisnis BOGA Group mengalami ekspansi tahunan yang signifikan, dengan peningkatan penjualan tahunan sebesar 10% di tahun 2016 hingga menghasilkan USD 150 juta. Dengan pertumbuhan ini, BOGA Group diposisikan sebagai pemain utama dalam industri F&B, yang mengoperasikan lebih dari 100 restoran waralaba dan perusahaan di seluruh Indonesia.

Setelah 16 tahun, EGGHEAD bekerja sama dengan BOGA Group untuk membuat identitas baru yang bertujuan untuk melakukan revitalisasi dan memperkuat kehadiran BOGA Group di Indonesia. Menurut Wheeler (2018), *rebranding* adalah kegiatan menyusun ulang identitas seperti nama, visi misi, visual, dan pemasaran terhadap *brand* yang bersangkutan. Selain penyusunan ulang, aksi *rebranding* mencakup pembentukan *positioning* baru di benak konsumen yang berbeda dari kompetitor lain.



Gambar 2.3 *Output Rebranding* BOGA Group
Sumber: Portfolio Perusahaan (2025)

Dengan konsep “*A Feast That We Serve From The Heart*”, BOGA Group ingin membangun rasa nyaman dan gembira melalui hidangan yang menggugah selera. Oleh karena itu, logo baru yang dirancang menonjolkan elemen ikonik BOGA Group dalam bentuk hati. Hasil *rebranding* ini juga mempertahankan dan mengangkat logo merah yang menjadi ciri khas klien. Dengan logo ini, BOGA Group ingin melayani setiap pelanggan di jaringan restorannya dengan ketulusan. Dalam upaya *rebranding*, EGGHEAD juga bertanggung jawab atas penerapan identitas dalam pengembangan *stationery* (*letterhead*, stempel), *packaging* (*dus*, *paper bag*, *pouch*), hingga iklan poster.

2.3.2 Brand Identity untuk Live House

Berdasarkan situs resmi Holywings (2025), HW Live House adalah tempat hiburan malam yang menyediakan beragam fasilitas. Pengunjung dapat

menikmati hidangan lezat dengan harga terjangkau, sekaligus diiringi oleh *live music*, bar, dan DJ. Selain itu, terdapat fitur interaktif seperti *live chat* dan *flashmob* untuk meningkatkan pengalaman yang imersif. Live House ini didirikan oleh HW Group dan memiliki 7 *outlet* yang tersebar di PIK, Kelapa Gading, Kemang, Semarang, Qbig, Pekanbaru, dan Batam. HW Live House mengangkat konsep '*hangout spot bar*' dengan musik *pop* dan dapat menerima 300 pengunjung.

EGGHEAD berkesempatan untuk berkolaborasi dengan HW Group untuk menonjolkan identitas dan ciri khas HW Live House sebagai destinasi *lifestyle* dan hiburan. Govers (2021, h.260) mendefinisikan *place branding* sebagai metode untuk meningkatkan kesadaran dan membangun citra positif terhadap nilai merek (*brand equity*) dari suatu tempat. Menurut Wheeler dan Meyerson (2024), *branding* terdiri dari *brand strategy*, *equity*, *experience*, *architecture*, *essence*, *positioning*, serta *brandmark*. Dengan menonjolkan keunikan identitas, *place branding* dapat memberikan nilai khusus bagi HW Live Group sebagai tempat ikonik di Jakarta dan seluruh Indonesia.



Gambar 2.4 Hasil Identitas Visual HW Live House
Sumber: Portfolio Perusahaan (2025)

Setelah melakukan riset pasar dan analisis pengunjung, konsep yang digunakan dalam proyek *branding* ini adalah “*A Space for Joy*”. *Big idea* ini mewakili citra Live House sebagai tempat untuk bebas berekspresi dan berbagi kesenangan dengan kerabat, teman, hingga kolega. Terinspirasi oleh esensi *lively* dan semangat yang dimiliki oleh suasana Live House, logo dirancang agar membentuk atap untuk melambangkan tempat kumpul yang hangat. Huruf L dan H menyatu untuk menciptakan identitas visual yang *approachable* dan mudah diingat. Penggunaan warna hijau neon membuat Live House terlihat menonjol di malam hari dan memberikan kesan yang ekspresif dan *youthful*. Dalam proyek ini, EGGHEAD terlibat dalam pembuatan identitas visual dan penerapan identitas pada media pemasaran, *signage*, serta *stationery*.

2.3.3 Packaging Delfi Bar Bar

Menurut situs resmi Delfi Limited, Delfi adalah produk cokelat yang diproduksi oleh Petra Foods, sebuah produsen camilan manis dari Singapura. Selama lebih dari 40 tahun, Petra Foods memasarkan dan mendistribusikan berbagai produk cokelat di pasar utamanya, seperti Indonesia, Singapura, Filipina, dan Malaysia. Masyarakat setempat telah menikmati *brand* cokelat produksi Petra Foods karena kehadiran dan portofolio yang kuat di pasar lokal. Delfi Bar Bar merupakan salah satu varian baru dari Delfi yang menawarkan wafer vanilla berisikan krim cokelat (Alfagift, 2022).

Melalui sebuah *mini pouch*, Delfi dan EGGHEAD telah berkolaborasi untuk mengembangkan desain kemasan yang dapat meninggalkan kesan dan pengalaman cokelat yang menyenangkan. Dalam buku *Branding & Marketing* oleh AMC College (2024, h.37), *packaging design* diartikan sebagai hubungan antara struktur, bentuk, materi, tipografi, *imagery*, warna, informasi dengan elemen-elemen desain untuk membuat suatu produk yang layak dipasarkan. Pada akhirnya, *packaging design* bertujuan untuk mengkomunikasikan fungsi dan karakter suatu produk agar memenuhi objektif pemasaran. Di tengah persaingan ketat antara beragam produk, sebuah *packaging design* yang baik dapat memicu keinginan konsumen.



Gambar 2.5 *Packaging Pouch* Delfi Bar Bar
Sumber: Portfolio Perusahaan (2025)

Dalam proyek Delfi Bar Bar, EGGHEAD ditugaskan untuk membuat kemasan gaya *pouch* yang mencolok, berani, sekaligus efisien. Dengan konsep “*Chocolate Bliss in Every Bite*”, tim EGGHEAD menggunakan visual yang *eye-catching* dan warna oranye-kuning untuk menarik perhatian konsumen saat dipajang di rak-rak toko ritel. Setiap aspek pada desainnya menggunakan *key visual* yang menggoda untuk menjadikan produk Delfi Bar Bar sebagai pilihan camilan untuk berbagi rasa senang dan kemeriahan bersama. Selain itu, *tagline* “*too good to share*” dapat memperkuat *brand voice* yang ‘*playful*’ dari Delfi. Kemasan ini bertujuan untuk menonjolkan cokelat yang berkualitas tinggi dan komitmen Delfi untuk membawa kegembiraan bagi para penikmat cokelat.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA