

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT RealCo Indonesia merupakan sebuah perusahaan *Fast-Moving Consumer Goods* berbasis digital yang telah didirikan sejak tahun 2014 dan memiliki fokus untuk meningkatkan kesehatan serta kebugaran masyarakat Indonesia. Dengan memiliki tujuan sebagai perusahaan *healthy consumer-goods* nomor satu di Indonesia yang berbasis digital, RealCo terus memperluas jangkauan audiens melalui berbagai *platform* digital. Beberapa merek yang menjadi anak perusahaan dari RealCo antara lain adalah Realfood, Himewa, dan Awal Mula.

##### 2.1.1 Profil Perusahaan

PT RealCo Indonesia adalah perusahaan *healthy consumer-goods* yang termasuk dalam kategori *Fast-Moving Consumer Goods (FMCG)* dengan keyakinan bahwa setiap produk yang dirancang haruslah memiliki manfaat dan nilai untuk para konsumen. Dengan menggunakan bahan-bahan unik khas Indonesia, RealCo menginovasikan produk-produk yang dirancang khusus untuk generasi Milenial dan Gen Z. Hal ini dilakukan agar generasi muda mampu menciptakan gaya hidup sehat dan memiliki masa depan yang lebih baik.



Gambar 2.1 Logo RealCo  
Sumber: <https://www.realco.co.id/>

RealCo (2024) dalam halaman “Tentang Kami” menyebutkan bahwa visi dari PT RealCo Indonesia adalah untuk memberikan dampak ideal dan nilai positif sebagai produk lokal dalam barang konsumsi bagi semua pelanggan, pemasok, dan distributor RealCo. Pada sisi lain, RealCo juga memiliki misi untuk terus berusaha menjadi perusahaan *Digital Based Healthy Consumer-goods* nomor satu di Indonesia dan akan terus menyediakan berbagai kebutuhan pelanggan menggunakan bahan-bahan berkualitas alami dari Indonesia.



Gambar 2.2 Anak Perusahaan RealCo  
 Sumber: Dokumentasi RealCo (2025)

RealCo memiliki beberapa anak perusahaan atau merek yang dinaungi. Beberapa merek tersebut antara lain adalah Realfood, Himewa, dan Awal Mula. Realfood adalah sebuah merek dengan bahan alami sarang burung walet pertama di Indonesia yang mampu mendukung gaya hidup sehat masyarakat Indonesia. Beberapa produk di dalam Realfood adalah Fit with Realfood, Realfood Up, Realfood Jelly, Realfood Cleanse, Realfood Sporte, dan Realfood Momiku. Himewa, merupakan sebuah merek yang memiliki fokus pada produk-produk kebutuhan wanita dengan kualitas tinggi. Merek yang dinaungi oleh Himewa adalah Skindoze, yaitu sebuah rangkaian perawatan kulit dengan ekstrak sarang burung walet yang mampu melindungi, mencerahkan, dan menutrisi kulit. Sedangkan, Awal Mula adalah perusahaan

*multi-brand* dengan berbagai produk berbahan inovatif. Merek yang dinaungi oleh Awal Mula antara lain adalah Elora, yakni produk kecantikan yang mengandung ekstrak daun kelur, dan Nutropics, yang diformulasikan untuk perawatan kulit tubuh.

### **2.1.2 Sejarah Perusahaan**

PT RealCo Indonesia didirikan oleh seseorang bernama Edwin Pranata. Pada awalnya, Edwin Pranata selaku *founder* dari RealCo mengalami kesulitan untuk mengolah sarang burung walet ketika jatuh sakit saat berada di Amerika Serikat. Maka dari itu, Edwin Pranata terus mencari manfaat dan mencari cara yang lebih mudah untuk mengonsumsi sarang burung walet. Pada tahun 2012, Edwin Pranata kembali ke Indonesia untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Pada tahun 2014, formula pertama berhasil ditemukan sehingga Edwin Pranata mendirikan pabrik utamanya dan membangun inovasi Realfood. Pada tahun 2016, Realfood menciptakan produk pertama dengan sebutan ‘Realfit’ dan memelopori gaya hidup sehat di Indonesia dengan program Fit with Realfood selama dua belas hari (Realfood, n.d.).

Pada tahun 2021, RealCo dan seluruh pihak afiliasinya terus mendukung nutrisi dan manfaat positif bagi masyarakat Indonesia. Hal ini direalisasikan melalui berbagai anak perusahaan dan produk, baik yang mengandung sarang burung walet atau pun bukan sarang burung walet. Dalam masa mendatang, RealCo akan terus memberikan dampak gaya hidup sehat bagi masyarakat Indonesia dan bercita-cita menjadi perusahaan *healthy consumer-goods* berbasis digital nomor satu di Indonesia (RealCo, n.d.).

Seiring berjalannya waktu, RealCo terus berinovasi dan menghadirkan berbagai *brand* dan produk baru yang dapat mendorong gaya hidup sehat. Maka dari itu, terdapat anak perusahaan berupa Realfood, Awal Mula, dan Himewa. Realfood terdiri atas Fith with Realfood, Realfood Up, Realfood Jelly, Realfood Cleanse, Realfood Spote, Realfood Cleanse Litepresso, serta Momiku by Realfood. Awal Mula terdiri atas Elora, Elora

Beau, dan Nutropics. Sedangkan, Himewa terdiri atas Skindoze yang merupakan merek perawatan kulit dengan kandungan ekstrak sarang burung walet.

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam sebuah perusahaan, dibutuhkan struktur organisasi perusahaan untuk mempermudah koordinasi antar fungsi dan departemen perusahaan. PT RealCo Indonesia memiliki sebuah struktur organisasi perusahaan sebagai berikut:



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan RealCo  
Sumber: Dokumentasi RealCo (2025)

PT RealCo Indonesia dikepalai oleh Edwin Pranata itu sendiri yang berperan sebagai *Chief Executive Officer*. Kemudian, terdapat pula empat bagian lainnya di bawah *Chief Executive Officer*, yaitu *Chief Business Officer*, *Chief Operating Officer*, *Chief Manufacturing Development Officer*, dan *Chief Brand Officer*. Penulis yang berperan sebagai *corporate branding intern* berada di dalam divisi HR (*Human Resource*) dan berada di bawah naungan *Chief Business Officer*. Namun, untuk menghasilkan berbagai desain dan konten yang kreatif, penulis memiliki kemungkinan dan diperbolehkan untuk berhubungan langsung dengan divisi lain seperti divisi *creative*.

## 2.3 Portofolio Perusahaan

RealCo ingin menjadi perusahaan *healthy consumer-goods* berbasis digital nomor satu di Indonesia. Oleh karena itu, RealCo memiliki sosial media seperti

Instagram dan Tiktok untuk menunjukkan dinamika dan aktivitas di lingkungan kerja RealCo, termasuk berbagai *event* yang diadakan di kantor. Pada sisi lain, RealCo juga memanfaatkan kedua sosial media tersebut untuk mempromosikan berbagai produk dari anak perusahaan yang dinaungi secara bergantian. Berikut ini adalah beberapa identitas visual serta contoh penerapannya pada konten media sosial RealCo.

### 2.3.1 Identitas Visual RealCo

Dalam menunjukkan citra perusahaan yang kuat dan mudah diingat, RealCo sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang *healthy consumer-goods* menggunakan sejumlah elemen visual yang selaras dengan prinsip perusahaan. Untuk memperkuat citranya yang mengedepankan kesehatan dan kesejahteraan para konsumennya, RealCo memanfaatkan warna hijau sebagai warna primer para berbagai media dan identitas visualnya. Menurut Nugroho (2008) dalam bukunya yang berjudul “Pengenalan Teori Warna”, disampaikan bahwa warna hijau dapat melambangkan keberuntungan, alami, kemakmuran, bahkan semangat.

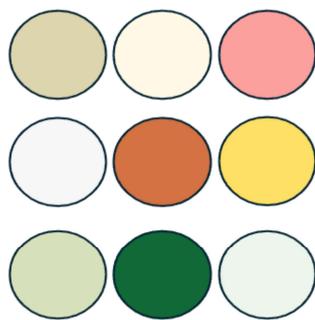
The image shows the logo for RealCO. The word 'Real' is written in a green, cursive-style font, while 'CO' is in a black, bold, sans-serif font. The logo is centered on the page.

Gambar 2.4 Logo Identitas Visual RealCo  
Sumber: Dokumentasi RealCo (2025)

Logo RealCo terdiri atas huruf yang menyusun kata ‘Realco’ itu sendiri. Logo didominasi oleh warna hijau dengan alasan untuk mencerminkan identitas dan nilai-nilai perusahaan. Beberapa nilai yang dimaksud antara lain adalah sebagai berikut:

1. *Integrity*; Sebuah nilai di mana para karyawan dan tim RealCo tetap melakukan hal yang tepat dan benar walau tidak ada yang mengawasi.

2. *Loving*; Dengan memiliki tindakan kasih, di mana setiap bentuk kebaikan dan sekecil apa pun, tetap memiliki makna dan arti.
3. *Togetherness*; Jika ingin mencapai tujuan yang lebih jauh, maka berjalanlah bersama-sama.
4. *Excellence*; Terus berusaha memberikan segala sesuatu secara maksimal, lebih dari apa yang diharapkan atau diminta.
5. *Generosity*; Kebahagiaan yang sebenarnya muncul dari berbagi dengan sesama individu.



Gambar 2.5 Warna RealCo  
Sumber: Dokumentasi RealCo (2025)

RealCo menggunakan sejumlah warna alami dan *earthy tone* seperti hijau dan coklat, serta warna cerah seperti merah muda (*pink*), kuning, dan krem. Kemudian, seluruh warna tersebut digunakan secara bergantian dan seimbang dalam berbagai media visual. Sesuai dengan warna pada logo RealCo, warna primer yang digunakan adalah hijau tua.



Gambar 2.6 Aset Karakter RealCo  
Sumber: Dokumentasi RealCo (2025)

Selain logo dan warna khas, RealCo juga memiliki beberapa karakter dengan visualisasi manusia. Sesuai dengan warna yang telah ditetapkan, setiap karakter manusia yang menjadi aset desain RealCo menggunakan warna-warna terpilih. Karakter-karakter manusia tersebut biasa digunakan dalam berbagai desain seperti konten sosial media atau pun keperluan media internal perusahaan.

### 2.3.2 Konten Media Sosial

Pada era digital seperti saat ini, adanya kehadiran suatu merek di media sosial telah menjadi salah satu hal penting untuk membangun suatu hubungan atau rasa keterlibatan dengan audiens. Tidak hanya untuk memperkuat identitas merek, konten media sosial juga dapat membangun hubungan lebih dekat dan kepercayaan khalayak luas, serta meningkatkan kesadaran merek di tengah masyarakat. Dengan membagikan konten atau unggahan yang sesuai dengan identitas merek, RealCo berupaya untuk menciptakan pengalaman relevan dan menarik bagi para audiensnya.



Gambar 2.7 Feeds Instagram RealCo  
Sumber: Instagram RealCo

Pada akun Instagram RealCo, konten dan unggahan yang dipublikasikan antara lain adalah mengenai ‘*Life at RealCo*’, *tips and trick*, *entertainment*, acara-acara yang diselenggarakan di kantor, serta *hiring announcement*. Warna-warna yang digunakan pada media sosial RealCo adalah warna primer dan sekunder khas perusahaan. Beberapa konten media sosial seperti *Instagram Post* yang dipublikasikan secara luas biasanya menggunakan aset-aset RealCo dan tidak mengambil secara bebas dari internet.

### 2.3.3 Acara Halloween RealCo 2024

Suatu acara atau *event* di kantor adalah sebuah cara efektif untuk meningkatkan keterlibatan karyawan, keharmonisan, dan membangun citra merek yang lebih kuat. Maka dari itu, pada bulan dan tanggal tertentu, RealCo mengadakan sejumlah *event* perusahaan yang dilakukan untuk memperkuat hubungan antar karyawan, mencerminkan budaya kerja dan lingkungan kantor yang positif, dan memperkuat identitasnya yang ingin memberikan

kesejahteraan pada setiap sumber daya manusia yang ada. *Event* yang dimaksud dapat berupa *workshop*, *games*, ajang *fashion show*, serta hal lainnya yang sering kali melibatkan merek lain atau hubungan *partnership*.



Gambar 2.8 *Event* RealCo  
Sumber: Dokumentasi RealCo (2024)

Pada beberapa tanggal tertentu seperti 28 Oktober 2024, RealCo mengadakan *event* ‘*Spooktacular Halloween*’ di kantor. Pada tanggal tersebut, seluruh karyawan RealCo diminta untuk datang ke kantor menggunakan kostum tertentu untuk merayakan acara *Halloween* bersama. Poster dan pengumuman acara kantor tersebut didesain dan disebarakan beberapa hari sebelum acara diberlangsungkan menggunakan Microsoft Teams internal perusahaan yang dapat menghubungkan seluruh karyawan RealCo. Untuk acara atau *event* internal perusahaan, warna yang digunakan pada desain poster dirancang tanpa harus mengikuti warna primer dan sekunder perusahaan.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA