

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Jacquelle Beaute adalah sebuah *brand Beauty & Cosmetics* asal Indonesia yang dikenal sebagai *brand* kecantikan yang merupakan tempat aman bagi wanita muda Indonesia untuk berkembang, menemukan teman baru serta menjadi versi diri yang lebih baik yang tujuan untuk membanggakan generasi muda Indonesia (Jacquelle, 2025). Sedangkan *sister brand* Real Body & Soul merupakan sebuah *brand bodycare* yang hadir untuk para pejuang masalah kulit dengan *tagline* “Be Real With You” dengan artian selalu hadir memberikan kenyamanan agar bisa menumbuhkan rasa percaya diri (Dokumentasi Perusahaan internal, 2025).

##### 2.1.1 Jacquelle Beaute

Jacquelle Beaute dikenal sebagai sebuah *beauty brand* lokal pertama yang menawarkan produk kosmetik *multitasking* dengan *skincare* di Indonesia. Berdiri pada tahun 2015, Jacquelle membuat sebuah komitmen untuk menghadirkan produk kecantikan yang memiliki kualitas tinggi, multifungsi serta praktis bagi para wanita Indonesia. Memiliki visi *Inspire, Innovate & Serve the Indonesian Beauty Industry*, Jacquelle memiliki keinginan untuk terus berinovasi untuk menciptakan produk yang juga dapat memiliki manfaat layaknya *skincare* untuk kesehatan kulit (Dokumentasi Perusahaan internal, 2025).



Gambar 2. 1 Logo Jacquelle Beaute  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Internal (2025)

Jacquelle memiliki keunikan yaitu produknya yang berbasis *multitasking*, dimana mengabungkan *makeup* dan *skincare* yang bermanfaat bagi kulit. Menurut Liliana Lie, selaku Founder dan CMO, strategi tersebut dapat membantu mengurangi waktu, merawat kesehatan kulit dan juga mengurangi penggunaan plastik pada sebuah kemasan. Jacquelle dipasarkan dengan harga yang menengah agar tetap bisa terjangkau sekaligus menjaga kualitas untuk berkompetisi dengan produk lokal ataupun internasional (Dokumentasi Perusahaan internal, 2025).

Jacquelle aktif dalam membangun sebuah *brand image* yang kuat di inovasi produk, desain dari kemasan hingga kolaborasi dengan *brand IP* ternama. Di tahun 2021, Jacquelle meluncurkan kolaborasi resmi pertama bersama Disney Indonesia yang menghadirkan koleksi bertemakan karakter ikonik Disney seperti Minnie Mouse dan Princess Ariel. Kolaborasi ini berlajut dengan berkolaborasi dengan Anime Spy x Family dan Karakter ikonik bernama Quby. Hal ini bertujuan untuk menjangkau pasaran yang lebih luas yang disertai penggemar *genre* yang berbeda-beda (Dokumentasi Perusahaan internal, 2025).

Strategi pemasaran Jacquelle dikenal sebagai salah satu yang kuat, dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Youtube yang menghadirkan konten-konten yang bersifat *relatable*, *trendy* hingga interaktif. Selain itu konten tersebut juga sering berkolaborasi aktif bersama para *influencer* dan *KOL* yang membantu dalam penyebaran *brand awareness*. Dengan reputasi yang kuat ini, Jacquelle mampu membawa pulang berbagai penghargaan mulai dari Best Beauty Brush & Sponge (2021), Best Eyebrow & Face Powder (2022), Best Blush On (2023), hingga Best Eyeliner (2024). Sampai Jacquelle sendiri merupakan salah satu *beauty brand* yang memperoleh penghargaan dari Museum Rekor Dunia Indonesia (MURI) sebagai salah satu *brand* kecantikan Indonesia yang berkolaborasi dengan Disney (Dokumentasi Perusahaan internal, 2025).

Komitmen kuat yang dipegang oleh Jacquelle terhadap etika bisnis dapat dilihat dari produknya yang halal dan *cruelty-free* serta dipasarkan secara luas melalui *offline store* dan *e-commerce* besar seperti Shopee, Tokopedia, TikTok Shop dan Sociolla. Dengan gaya pemasaran yang begitu kreatif, berkomitmen dengan kualitas, Jacquelle berada sebagai salah satu pemimpin Industri kecantikan lokal Indonesia (Dokumentasi Perusahaan internal, 2005).

### 2.1.2 Real Body & Soul



Gambar 2. 2 Logo Real Body & Soul  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Internal (2025)

Real Body & Soul merupakan *sister brand* dari Jacquelle yang hadir untuk menjawab permasalahan kulit yang sering dialami banyak orang namun jarang dibicarakan disebabkan oleh fokus yang masih terpaku pada kesehatan kulit wajah dibandingkan badan. Didirikan pada November 2024 yang hadir untuk memberikan rasa percaya diri kembali kepada mereka yang merasa terganggu karena permasalahan kulit tubuh. Dibawa oleh filosofi yaitu *self-care* tidak hanya mengenai kesempurnaan, melainkan tentang bagaimana menjadi diri sendiri (*real*), serta merasa nyaman dengan permasalahan kulit yang dialami. Real menghadirkan berbagai macam produk *body care* yang diperkaya oleh manfaat *skincare*. Dengan *tagline* “*Be Real With You*” yang menjadikan identitas komitmen dari Real untuk selalu hadir dalam mendampingi para konsumen dalam perjalanan untuk merawat dirinya, baik itu secara fisik ataupun emosional (Dokumentasi Perusahaan internal, 2025).

Real memegang 4 nilai yang menjadi prinsip utama: *Relate*, *Embrace*, *Affect*, dan *Love Language* (REAL). *Relate* dicerminkan lewat empati dan kemauan untuk mendengarkan kebutuhan konsumen. *Embrace* menegaskan pentingnya inklusivitas produk serta layanan. *Affect* dapat terwujudkan lewat

energi positif dan kebaikan yang tersebarlu secara sederhana. *Love language* digambarkan lewat bentuk perhatian yang penuh dalam merancang produk yang telah disesuaikan oleh kebutuhan pengguna (Dokumentasi Perusahaan internal, 2025).

Real memiliki visi yaitu menumbuhkan budaya positif, yaitu percaya diri dan penerimaan diri pada masyarakat. Real juga menjalankan misi untuk menghadirkan produk-produk yang memiliki kualitas yang tinggi yang dapat membantu meningkatkan pengalaman dalam *selfcare* dengan menyemangati percaya diri kepada para audiens (Dokumentasi Perusahaan internal, 2025).

Selain dari filosofi serta visi dan misi, Real juga menerapkan *real values* sebagai bentuk fondasi dalam membangun sebuah *brand*. Nilai-nilai tersebut terdiri dari:

- A. *Authenticity*: Keaslian diri yang dirayakan serta menerima ketidak sempurnaan dengan penuh percaya diri.
- B. *Care & Quality*: Menghadirkan *bodycare* yang diperkaya dengan manfaat *Skincare* dan *Premium Fragrance*.
- C. *Positivity & Empowerment*: Mendorong rasa semangat mencintai diri, penerimaan diri dan juga rasa percaya diri yang tinggi.
- D. *Community First*: Bertumbuh bersama lewat kisah, dukungan, dan juga koneksi bersama dengan para konsumen.

Juan & Eve sendiri merupakan salah satu pendiri yang membantu membangun Real dengan cerita yang emosional dan kuat. Juan yang merupakan seorang kreator dikenal karena selalu menunjukkan sisinya yang selalu otentik di hadapan publik, sehingga tersadarkan oleh permasalahan kulit yang kini diperjuangkan di mana banyak *bodycare* yang masih terlalu fokus dengan estetika. Bersamaan dengan Eve yang menginspirasi dengan pandangan emosional tersebut sehingga terlahirlah Real Body & Soul sebagai sebuah *brand* yang tidak hanya untuk kulit tetapi juga jiwa (Dokumentasi Perusahaan internal, 2005).

Dengan filosofi yang begitu dalam, nilai-nilai, produk yang otentik serta sebuah pendekatan emosional yang bersifat autentik, “Real Body & Soul” hadir sebagai sebuah *brand* yang dapat mengajak setiap orang untuk menerima dirinya, merawat kulit badan dengan penuh kasih yang disertakan dengan kepercayaan diri yang asli seperti pendirinya Juan (Dokumentasi Perusahaan internal, 2025).

## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

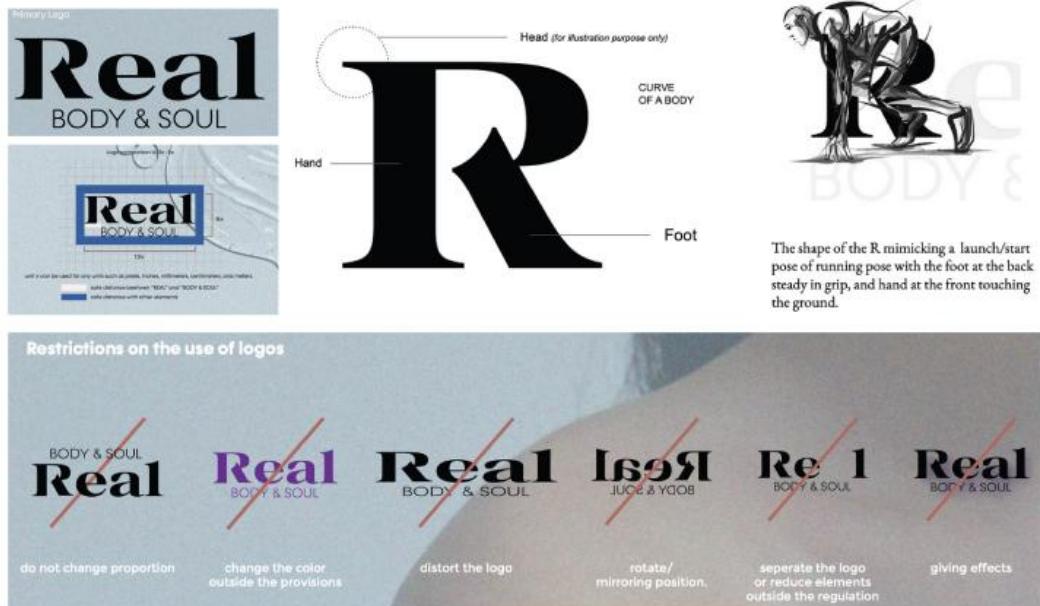
Jacquelle Beaute & Real Body & Soul memiliki struktur organisasi yang telah terstruktur yang disertai seluruh tugas serta kegiatan dari setiap bagian dalam perusahaan. Berikut struktur organisasi yang dipakai Jacquelle Beaute seperti di bawah ini:



Gambar 2. 3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan  
Sumber: Dokumentasi Internal Perusahaan (2025)

## 2.3 Portofolio Perusahaan

Sejak peluncuran pertama Real Body & Soul pada November 2023, Real sudah membangun dan mengembangkan *brand* sejak 2022 dimana logo dan testing produk masih dilakukan.

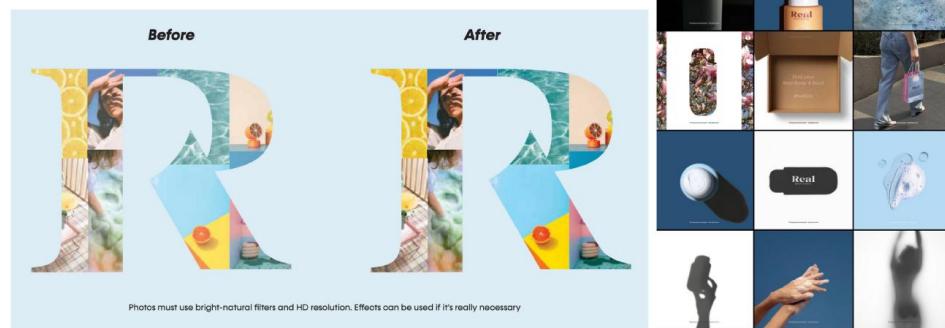


Gambar 2. 4 Logo Real Body & Soul  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Internal (2025)

Perkembangan yang paling awal dilakukan adalah pengembangan logo. Real menggunakan jenis *logo typography* yang mengabungkan 2 jenis *typeface* yang berbeda. Logo Real memiliki dua variasi yaitu *Wordmark* & huruf R. Filosofi huruf R melambangkan seorang yang berpose berlari, dengan kaki yang diposisikan dibelakang sebagai bentuk persiapan untuk berlari dan tangan dibagian depan yang menekan ke tanah. Real sendiri memiliki beberapa peraturan yang harus diikuti agar tidak adanya perubahan dalam penggunaan logo.

## BRAND VISUAL IDENTITY

### IMAGERY & SAMPLE



BRAND IMAGE

Real 18

Gambar 2. 5 Logo Real Body & Soul  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Internal (2025)

Imagery & Sample *brand* Real Body & Soul. Real menggunakan *tone* warna yang *vibrant* dan *fresh*, menggambarkan sebuah sabun yang menyegarkan untuk digunakan apalagi untuk mandi. Dengan warna yang di dominasi warna biru yang *cool tone* dan kuning yang terang sehingga *imagery* yang dihasilkan berwarna terang dan saturasi tinggi.

## BRAND VISUAL IDENTITY

### TYPOGRAPHY

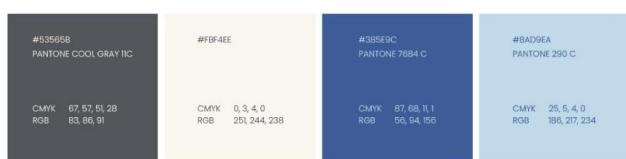
Poppins  
Extra Bold

headline  
**A B C D E F G H I J K L M N O  
P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r**  
**s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

Light

sub-headline& body text  
**A B C D E F G H I J K L M N O  
P Q R S T U V W X Y Z**  
**a b c d e f g h i j k l m n o p q r**  
**s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

### COLOR PALETTE



BRAND IMAGE

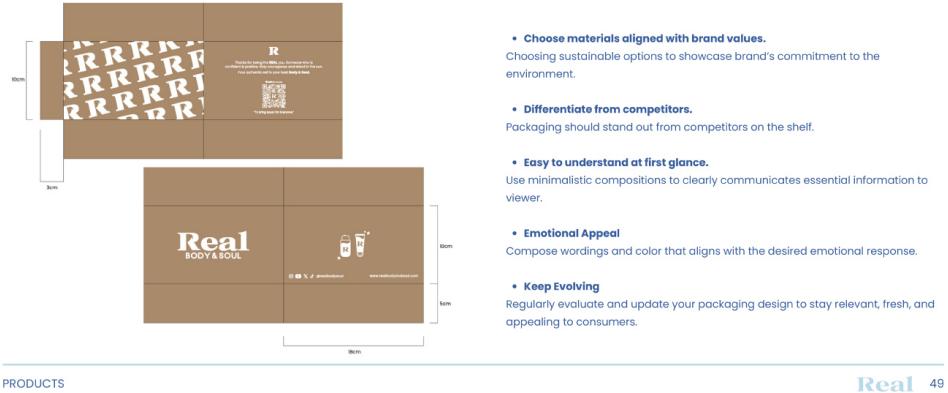
Real 19

Gambar 2. 6 Color pallete & Typography  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Internal (2025)

Real sendiri memiliki identitas visual yang juga telah di tentukan, mulai dari penggunaan *typography* dengan tipe *font neutral* dan berbentuk *universal* seperti *Poppins*, yang digunakan untuk variasi bentuk media yang telah diciptakan. Sedangkan untuk warna yang digunakan cenderung netral dan *Cool tone*.

## PACKAGING DESIGN

### GUIDELINE



Gambar 2. 7 Packaging Real Body & soul  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Internal (2025)

*Packaging design* disini tidak hanya mementingkan visual yang bagus, tetapi juga harus dapat mendepankan bagaimana *packaging* tersebut. Real memilih bahan yang sesuai dengan nilai-nilai *brand* dengan memilih opsi yang berkelanjutan dalam menunjukkan komitmen *brand* terhadap lingkungan. Kemudian real juga membedakan diri dari para pesaing dengan menciptakan kemasan yang dapat menonjol dengan para pesaing. Desain juga harus memudahkan para *customer* untuk memahami dalam sekejap, dengan menggunakan komposisi yang minimalis dalam menunjukkan informasi yang jelas. Hal yang paling penting adalah *packaging* yang terus berkembang sehingga relevan, menyegarkan dan menarik para calon *customer*.



Gambar 2. 8 Product Detail  
Sumber: Dokumentasi Perusahaan Internal (2025)

*Packaging design* untuk botol juga memiliki kerangka yang mendetail sehingga informasi tidak akan terlewatkan. Kerangka depan produk dimulai dari logo, nama produk, jenis produk, *claim* dari produk, deskripsi produk, ikon bahan-bahan, volume isi dari produk. Untuk kerangka belakang dimulai dari huruf R logo yang digabungkan aroma/ *notes* dari produk, diikuti dengan slogan, klaim produk, *infused ingredients* produk, cara menggunakan, *claims*, *list* bahan bahan dari pabrik, BPOM, *barcode* dan simbol lainnya.

Pada saat ini Real menawarkan 6 produk skincare sejak pertama *launching*. Terdapat dua jenis produk *bodycare* yaitu *Body Serum* dan *Shower Gel*, berikut rincian produk:

- A. Real Calm Shower Gel for *Anti Acne* (260ml) : Terformulasikan dengan *Salicylic Acid* yang dapat membantu eksfoliasi kulit dan mencegah jerawat pada badan, diperkaya Honey Extract, Chamomile Extract, Allantoin, dan Vitamin E. Produk ini berfungsi untuk melawan jerawat

tubuh 7x lebih cepat, dengan aroma lembut seperti Chamomile, strawberry, jasmine dan amber.

- B. Real Confident Shower Gel for *Brightening* (260ml): Membantu untuk mencerahkan kulit kusam dengan niacinamide, vitamin C, vitamin E, Aloe vera, lemon oil, dan pepermint oil. Diperkaya dengan efek 7x *brightening boost* dengan wangi yang menyegarkan yaitu orange, magnolia dan musk.
- C. Real Love Body Serum for *Soothing* (100ml): Bodyserum dengan roller yang disertai dengan 9 jenis serum, dengan tekstur yang ringan dan cepat meresap, tidak lengket, dan 3 bola besi sebagai *roller massage*. Hadir dengan aroma *fine fragrance* yang berasal dari swill yang lembut seperti sebuah parfum sehingga cocok untuk semua jenis kulit.
- D. Real Relax Body Serum for *Nourishing* (100ml): Bodyserum yang diserta 13 jenis serum *ingredients* yang berfungsi untuk menutrisi serta menghaluskan kulit. Dengan tekstur yang ringan dan tidak lengket, terpadukan dengan aroma yang relaksasi.
- E. Kolaborasi Real x Quby: Kolaborasi Real x Quby dengan nama Real Bubble Body Serum & Shower Gel yang mengandung Jeju Active Complex, Cywhite dan Niacinamide. Produk ini dapat melembabkan, mencerahkan serta memperkuat *skin barrier* dengan aroma segar seperti lychee.