

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Sleep Easy merupakan perusahaan yang didirikan oleh Kenny Lukito di tahun 2023. Perusahaan ini berjalan dibidang produk kesehatan, dimana berfokus pada produk yang membantu kualitas tidur. Konsep utama adalah tidur yang berkualitas adalah fondasi dari kehidupan yang sehat dan seimbang.

2.1.1 Profil Perusahaan

Sleep Easy merupakan perusahaan di bidang produk kesehatan yang mampu membantu orang untuk tidur nyenyak. Visi Sleep Easy adalah menjadi brand yang menginspirasi orang untuk punya kualitas tidur yang lebih baik dan lebih peduli dengan *self-care*, berikut slogannya “Kami ingin mengingatkan bahwa istirahat itu bukan kemewahan, tapi kebutuhan”. Sementara misi Sleep Easy adalah untuk menciptakan produk yang membantu orang rileks, beristirahat lebih tenang, dan bangun tidur dengan perasaan yang segar (sleepeasy.id).

Logo perusahaan Sleep Easy didominasi oleh teks atau *wordmark*, sehingga fokus utamanya ada pada nama brand dibandingkan elemen visual. Font yang digunakan bergaya sans serif, yang memberikan kesan modern, bersih, dan minimalis. Sebagai tambahan supaya tampilan lebih unik, terdapat ikon berbentuk bantal yang merepresentasikan bahwa perusaan ini berfokus pada produk yang berkaitan dengan tidur.



Gambar 2.1 Logo Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

Produk yang ditawarkan oleh Sleep Easy ada 5, yaitu *Sleep Patch*, *Sleep Spray*, *Serene Eye Mask*, *Moldable Earplug*, dan *Zero Gravity Pillow*. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut mengenai produk yang telah disebutkan.

2.1.1.1 *Sleep Patch*

Sleep patch merupakan plester yang dapat ditempel pada kulit dan dirancang untuk membantu meningkatkan kualitas tidur. *Sleep patch* Sleep Easy ini merupakan sleep patch herbal pertama di Indonesia yang diperkaya dengan *essential oil* lavender organik. *Sleep patch* juga dibagi menjadi 3, yaitu:

A. *Active Guard*

Active Guard adalah *Sleep Patch* yang dirancang lebih tahan lama untuk melindungi kandungan aktif didalam selama digunakan. Keunikannya, sleep patch ini juga dilengkapi logo yang dicetak pada bagian luar plastik, supaya lebih menonjolkan brandingnya.



Gambar 2.2 Active Guard
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

B. *Breeze Comfort*

Breeze Comfort adalah *Sleep Patch* yang dirancang menyerupai koyo kulit pada umumnya, dengan material yang

nyaman di kulit serta memiliki sirkulasi udara yang lebih baik (*Breathable*).



Gambar 2.3 Breeze Comfort
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

C. Soft Foam

Soft Foam adalah *Sleep Patch* yang dirancang dengan bantalan empuk yang nyaman di kulit serta aroma lavender yang lebih kuat. Ukurannya juga lebih besar dibandingkan *Active Guard* dan *Breeze Comfort* yang dapat menyebarkan kandungan lebih luas.



Gambar 2.4 Breeze Comfort
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

2.1.1.2 Sleep Spray (Restology)

Restology merupakan spray aromaterapi alami yang diformulasikan dengan enam *essential oil therapeutic-grade*, dimana didalamnya mengandung *lavender, lemongrass, coconut, sunflower,*

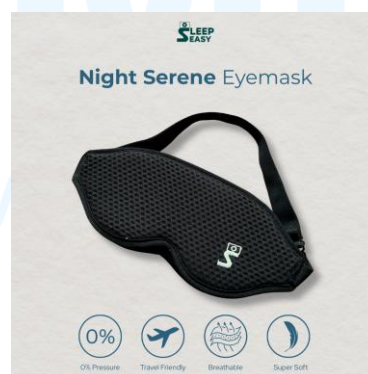
green tea, dan lemon. Produk ini bekerja tanpa menimbulkan efek samping yang membuat orang ketergantungan. Penggunaan sleep spray juga fleksible, dimana dapat disemprotkan ke bantal, kasur, maupun langsung ke kulit dan aman digunakan, karena telah terdaftar di BPOM dan di *approve* langsung oleh dokter.



Gambar 2.5 Restology
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

2.1.1.3 Serene Eye Mask

Serene Eye Mask merupakan penutup mata untuk tidur yang dirancang dengan teknologi *Japan Nano Darkness* | 生き甲斐, Penutup ini menggunakan material premium *carbon cotton* yang dipadukan *memory foam* yang lembut. Desain ergonomisnya juga dapat menghalangi hingga 99,9% cahaya.



Gambar 2.6 Serene Eye Mask
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

2.1.1.4 Moldable Earplug

Moldable Earplug merupakan bantal tidur yang menggunakan material *silicone hypoallergenic grade premium*. Silicon ini mampu meredam suara hingga 22 dB dan dapat dibentuk sesuka hati sesuai ukuran telinga.



Gambar 2.7 Moldable Earplug
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

2.1.1.5 Zero Gravity Pillow

Zero Gravity Pillow merupakan penutup telinga yang menggunakan material *memory foam* yang empuk dan nyaman untuk ditiduri. Ukuran bantalnya adalah 42cmx62cm, dengan ukuran tersebut, bantal dirancang secara ergonomis dan memiliki lekukan khusus untuk kepala, leher, dan bahu. Desain ini dapat membuat tulang leher lebih rileks dan tidak merasa tertekan.



Gambar 2.8 Zero Gravity Pillow
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2023)

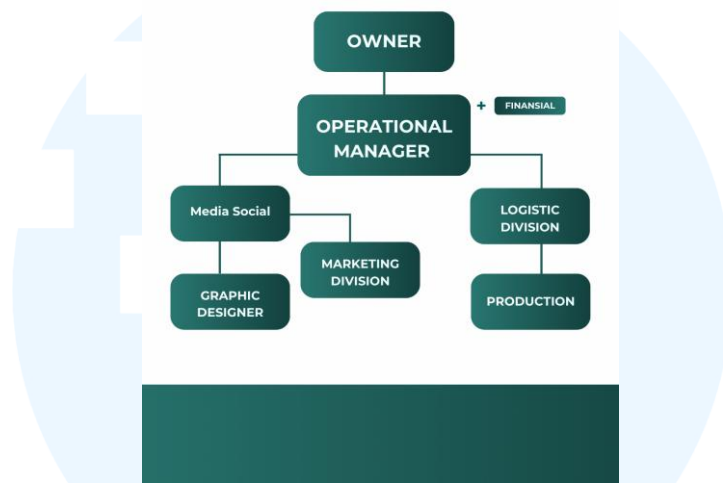
2.1.2 Sejarah Perusahaan

Sleep Easy berawal dari pengalaman pribadi owner perusahaan yang sering mengalami kesulitan tidur. Kenny Lukito, sebagai pendiri usaha ini, merupakan seorang sleep coach yang telah tersertifikasi oleh Spencer Institute di Amerika Serikat. Melalui pengalamannya menghadapi masalah tidur dan pengetahuan di bidang kualitas tidur, Kenny menyadari bahwa banyak orang yang juga mengalami permasalahan yang sama namun belum mengetahui solusi yang tepat. Karena itu, ia terdorong untuk menghadirkan solusi yang dapat membantu masyarakat mendapatkan tidur yang lebih nyaman dan berkualitas. Dengan menggabungkan pengalaman, riset, serta edukasi mengenai pentingnya tidur yang baik, akhirnya Sleep Easy didirikan pada tahun 2023. Brand ini berfokus pada produk pendukung tidur nyenyak yang aman bagi pembeli, dimana produk yang diberikan tidak menggunakan obat tidur, tetapi lebih ke produk spray dan koyo yang aman dikulit dan tidak membuat orang-orang ketergantungan (sleepeasy.id).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi di Sleep Easy terbilang cukup sederhana, dimana di bagi menjadi beberapa divisi kecil yang dapat mempermudah kegiatan kerja. Susunan paling atas adalah Owner dari perusahaan yang punya kehendakan dalam menentukan kebijakan serta arah pengembangan bisnis. Di bawah Owner terdapat Operational Manager yang juga bertindak sebagai supervisor penulis. Operational Manager bertanggung jawab untuk mengamati kinerja setiap divisi, mengatur jadwal kerja, membagi tugas harian, dan memberikan arahan sesuai dengan standar kerja. Sebagai peserta magang, penulis berada di divisi Graphic Designer yang bertugas menangani konten media sosial. Diposisi itu penulis bekerja sama dengan divisi Marketing agar proses pengerjaan lebih efektif. Penulis membuat desain lalu divisi marketing menulis caption serta mempostingnya ke media sosial. Terkadang juga konsep, caption, serta arahan terkait tipografi diberikan oleh divisi Marketing

terlebih dahulu, kemudian penulis direalisasikan konsep tersebut ke dalam bentuk visual yang sesuai.



Gambar 2.9 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

2.3 Portofolio Perusahaan

Paragraf dimulai selalu dengan 7—8 ketukan (konsisten dengan awal paragraf sebelumnya). Sari dan Sudrajat (2024) menegaskan bahwa portofolio berisi capaian kerja sama perusahaan dengan klien dan hasil karya/ jasa yang telah dibuat selama perusahaan berdiri dan dapat dipublikasikan secara publik/ tidak konfidensial (h.23). Pada bagian portofolio, penulis dapat menambahkan foto atau tabel sesuai kebutuhan. Berikan penjelasan yang singkat dan jelas saat menuliskan portofolio perusahaan (minimal tiga kalimat). Portofolio perusahaan yang dipilih yang berkaitan dengan desain, contoh: perusahaan melaksanakan acara “X” acara “X” memiliki elemen “kampanye” berupa “Poster”, “Iklan.

2.3.1 Website Sleep Easy

Sleepeasy.id merupakan website resmi dari *Sleep Easy* yang berfungsi sebagai pusat informasi utama *customer*. *Sleepeasy.id* memberikan informasi detail mengenai produk produk-produk yang dijual oleh *Sleep Easy*, mulai

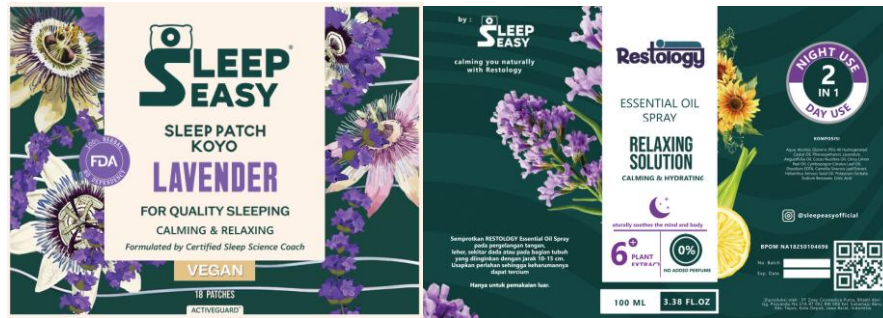
dari deskripsi, cara penggunaan, kandungan, varian dari produk. Website ini juga memuat informasi mengenai toko resmi sleep easy yang dapat ditemukan di shoppe, tokopedia, dan tiktok shop. Selain itu, *sleepeasy.id* juga memberikan sejarah singkat dari perusahaan *sleep easy*, visi, misi, kontak resmi yang dapat membantu customer yang ingin melakukan konsultasi, pertanyaan, dan melakukan *request* pembelian. Selain itu *sleepeasy.id* juga memberikan informasi mengenai pola tidur yang sehat, pentingnya kualitas istirahat, dan edukasi seputar permasalahan tidur. Walaupun untuk bagian *tabs news* tetap dalam masa development.



Gambar 2.10 Website Sleep Easy
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

2.3.2 Packaging produk Sleep Easy

Perusahaan *Sleep Easy* merancang desain packaging khusus untuk setiap produknya, seperti contohnya kemasan untuk *sleep patch koyo* dan *restology*. Setiap kemasan dibuat tidak hanya sebagai tempat penyimpanan produk, tetapi juga sebagai media branding *sleep easy*. Desain kemasan *Sleep Easy* didominasi oleh warna hijau tua yang memberikan kesan natural dan tenang dari warna tuanya. Selain itu, hampir keseluruhan kemasan menggunakan foto bunga lavender sebagai elemen visual utama. Lavender dipilih karena identik dengan aroma yang menenangkan dan merupakan kandungan utama dari produk *sleep easy*.



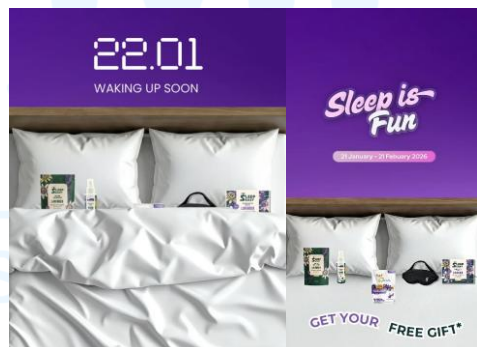
Gambar 2.11 Packaging Produk Sleep Easy
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

2.3.3 Kolaborasi Sleep Easy

Perusahaan *Sleep Easy* juga pernah melakukan berbagai kolaborasi dengan beragam brand produk, tempat, maupun acara bersama perusahaan lain. Kolaborasi ini dilakukan sebagai bentuk pemasaran sekaligus meningkatkan *brand awareness sleep easy*. Berikut beberapa perusahaan yang pernah melakukan kolaborasi dengan *Sleep Easy*:

2.3.3.1 Kolaborasi Sleep Easy x Youvit

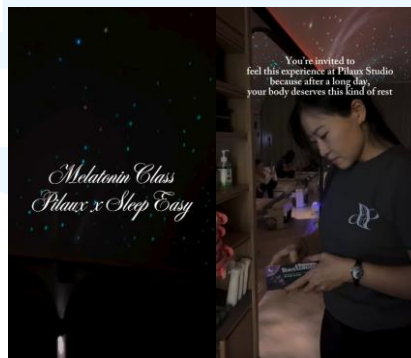
Perusahaan *Sleep Easy* pernah melakukan kolaborasi dengan brand Youvit terutama pada produk *Youvit Ezzleep*. *Youvit Ezzleep* merupakan suplemen gumi yang mengandung bahan alami dan *L-Theanine* untuk membantu tidur lebih mudah (youvit,2025). Ini sesuai dengan brand *Sleep Easy* yang sama-sama berfokus untuk membantu tidur nyenyak.



Gambar 2.12 Kolaborasi Sleep Easy x Youvit
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

2.3.3.2 Kolaborasi *Sleep Easy* x *Pilaux*

Perusahaan *Sleep Easy* pernah melakukan kolaborasi dengan *pilaux*. *Pilaux class* biasanya berfokus pada peningkatan otot tubuh terutama di area perut, punggung bawah, pinggul, serta bokong (Pilaux, 2025). Sedangkan kolaborasi kali ini menghadirkan kelas malam, yaitu *Melatonin Class*. *Melatonin class* memberikan kelas relaksasi sebelum tidur, dimana dengan ruangan yang diberikan lampu kelap-kelip seperti bintang ditambah dengan aroma *sleep spray Restology* dengan aroma yang harum dan menenangkan. Kelas melatonin *sleep easy* x *pilaux* dimulai setiap hari rabu dari jam 19.00 hingga jam 20.30, kelas ini juga berakhir di tanggal 31 Oktober 2025.



Gambar 2.13 Vidio Kolaborasi *Melatonin Class: Sleep Easy* x *Pilaux*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

2.3.3.3 Acara *Let Go Fun* x *Sleep Easy*

Perusahaan *Sleep Easy* pernah melakukan acara *Let Go Fun* di Decathlon Alam Sutera tanggal 5 Oktober 2025, dimana acara tersebut melaksanakan olahraga *Poundfit* yang mayoritas diikuti oleh perempuan. *Poundfit* sendiri merupakan olahraga kardio yang memadukan gerakan yoga, *pilates*, dan tarian dengan iringan musik energik sambil menggunakan stik drum. Acara ini juga mempromosikan produk *Sleep Easy*, dimana produk ini mengajak peserta mencoba

menggunakan produk *sleep patch* koyo untuk merasakan tidur nyenyak di malam harinya supaya mereka lebih segar ketika olahraga di pagi hari.



Gambar 2.14 Vidio Acara *Let Go Fun*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

2.3.3.4 Kolaborasi *Sleep Easy* x *On The Mat*

Perusahaan *Sleep Easy* pernah melakukan kolaborasi dengan *On The Mat*, *on the mat* sendiri merupakan acara yoga bersama di Bekasi. Dimana peserta melakukan yoga sambil ditemani oleh produk-produk *sleep easy* supaya yoga yang dilakukan terasa lebih *calming*.



Gambar 2.15 Vidio Kolaborasi *On The Mat* x *Sleep Easy*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

2.3.4 Instagram Feeds *Sleep Easy*

Perusahaan *Sleep Easy* mengutamakan media sosial terutama Instagram untuk mempromosikan produknya. Karena itu konten-konten di Instagram feed *sleep easy* harus beragam supaya tidak terlalu membosankan.

Instagram feed *Sleep Easy* juga di unggah tiap hari, supaya media sosialnya terlihat aktif oleh *customer*. Konten Instagram post juga lebih menampilkan aspek desain grafis karena visualisasi yang dibuat seakan menyerupai poster. Fokus utama terletak pada desain poster yaitu, objek produk yang ditampilkan paling utama, dengan background polos untuk lebih berfokus pada poster dan juga teks pada desain. Berikut adalah konten-konten di Instagram feeds *Sleep Easy*:

2.3.4.1 Instagram Feed *Giveaway*/Acara Perayaan

Instagram feeds ini berfokus pada acara perayaan terutama kemerdekaan indonesia. Selain memeriahkan kemerdekaan, konten ini juga memberikan konten giveaway kepada pelanggan setianya, dimana hanya 3 pemenang saja yang mendapatkan hadiah *bundle complete set*. Konten ini juga terbatas di acara tersebut (*Limited*).



Gambar 2.16 IG Feeds Gift Away Sleep Easy Spesial Kemerdekaan Indonesia
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

2.3.4.2 Instagram Feed *Challenge*

Walaupun sama dengan konten *giveaway*, konten *challenge* lebih kompleks dan susah jika dibandingkan dengan konten *giveaway*, dimana konten *giveaway* biasanya hanya meminta audiens untuk *like*, komen, dan *share*, konten *challenge* mengharuskan audiens berpartisipasi secara langsung. Dalam *challenge* ini, audiens diminta membuat video pendek saat melakukan yoga sambil menggunakan

produk *Sleep Easy*. Audiens yang melakukan tantangan akan berkesempatan memenangkan hadiah yang telah disiapkan.



Gambar 2.17 IG Feeds Konten Challenge bagi Penggiat Yoga
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

2.3.4.3 Instagram Feed Mengenai Produk *Sleep Easy*

Instagram feeds ini berfokus pada produk-produk dari Sleep Easy, mulai dari cara penggunaan, informasi produk terbaru, keunggulan yang dimiliki produk, hingga kandungan yang terdapat di dalamnya. Secara keseluruhan, isi konten lebih berfokus pada promosi dan pengenalan produk kepada audiens.



Gambar 2.18 IG Feeds Terkait Produk Sleep Easy
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

2.3.4.4 Instagram Feed Mengenai Konten-konten Tidur

Instagram feeds ini berfokus pada konten-konten seputa tidur. Konten tersebut dibuat untuk mengisi kekosongan jadwal postingan agar feed tetap aktif dan konsisten setiap hari. Berbeda dengan konten promosi produk, materi yang diberikan tidak sepenuhnya berfokus pada penjualan, tetapi lebih memberikan informasi yang menarik berupa fakta tidur, tips, ataupun edukasi terkait tidur. Konten ini diperlukan agar variasi konten tetap konsisten sehingga audiens tidak merasa bosan dengan promosi yang berulang.



Gambar 2.19 Instagram Feeds Konten mengenai tidur
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

2.3.4.5 Instagram Feed Konten Vidio

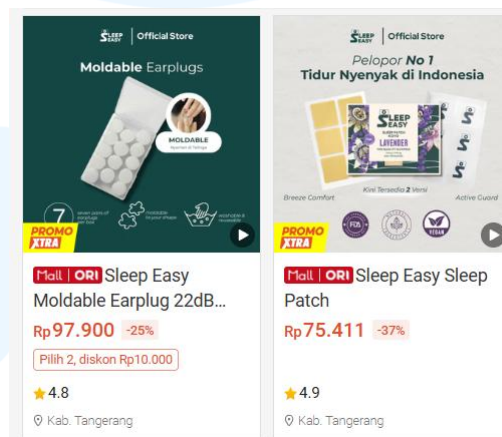
Instagram feeds ini berfokus pada konten-konten yang dibuat dengan format vidio, isi konten biasanya mirip dengan konten feed seperti biasa, yaitu konten promosi. Seperti, kolaborasi dengan *influencer*, promosi produk yang telah disetujui dokter, serta rekomendasi dari *sleep coach*.



Gambar 2.20 Instagram Feeds Konten Vidio
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

2.3.5 Katalog E-Commerce Sleep Easy

Perusahaan *Sleep Easy* merancang desain katalog produk untuk dipasarkan di platform *e-commerce* seperti Tokopedia dan Shopee. Desain katalog dibuat secara *simple*, tanpa memuat informasi yang berlebihan, agar tampilan produk lebih jelas dan mudah dipahami oleh calon pembeli.

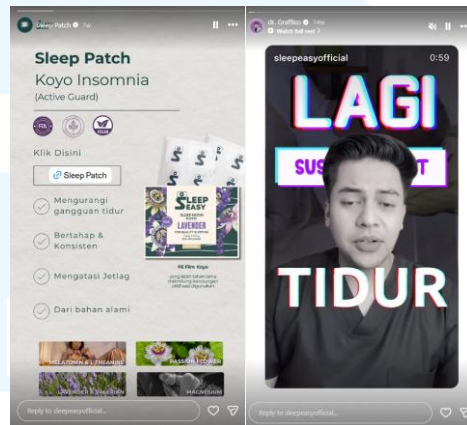


Gambar 2.21 Katalog Shoppe
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

2.3.6 Konten Story Sleep Easy

Selain konten feeds, *Sleep Easy* juga aktif membuat konten Instagram Story. Secara isi, kontennya mirip dengan yang ada di feeds, seperti promosi produk dan informasi brand. Namun, untuk momen perayaan atau hari-hari

spesial, konten tersebut lebih sering dibagikan melalui IG *Story*. *Story* yang sudah dipublish juga di repost secara berulang, dimana setiap postingan *story* harus disiapkan 6 konten setiap seminggu yang nantinya akan di posting ulang.



Gambar 2.22 Konten Story
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA