

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang PT. RANS Kosmetika Indonesia



Gambar 2.1 Logo PT. RANS Kosmetika Indonesia

Sumber: [Dokumen Perusahaan](#)

PT. RANS Kosmetika Indonesia merupakan anak perusahaan dari RANS Entertainment yang bergerak di bidang kecantikan, perawatan tubuh, dan e-commerce berbasis *live commerce*. Didirikan secara resmi pada tahun 2021, perusahaan ini hadir dengan visi untuk menyediakan produk-produk kecantikan dan kebutuhan rumah tangga yang terinspirasi dari gaya hidup modern serta kepribadian publik figur ternama, Nagita Slavina. Salah satu brand utama yang diluncurkan oleh PT. RANS Kosmetika Indonesia adalah **SLAVINA**, yang menawarkan berbagai produk seperti body lotion, sabun mandi, parfum, dan kosmetik lainnya yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan perempuan muda Indonesia.

Sebagai bagian dari strategi bisnisnya, PT. RANS Kosmetika Indonesia memanfaatkan kekuatan selebriti branding, pengembangan konten kreatif, dan pemasaran digital melalui media sosial. Strategi ini memungkinkan perusahaan untuk menjangkau target pasar utama mereka, yaitu perempuan berusia 18–35

tahun dari kalangan sosial ekonomi B dan C, yang dikenal sebagai pengguna aktif media sosial seperti Instagram dan TikTok.

Dalam perkembangannya, PT. RANS Kosmetika Indonesia tidak hanya berfokus pada produksi produk kecantikan, tetapi juga menjadi salah satu pelopor strategi *live commerce* di Indonesia. Perusahaan memanfaatkan fitur-fitur seperti TikTok Shop dan Instagram Live untuk menjual produk secara langsung sambil berinteraksi dengan audiens secara real-time. Strategi ini terbukti efektif dalam membangun kedekatan emosional dengan konsumen sekaligus mendorong keputusan pembelian.

Salah satu unit bisnis yang menjadi ujung tombak perusahaan adalah **Toko Mama Gigi by Nagita Slavina**. Platform ini berfungsi sebagai kanal e-commerce utama yang tidak hanya menjual produk-produk dari brand SLAVINA, tetapi juga produk dari brand kolaborasi lainnya seperti Paragon, Phillips, MOP Beauty, serta berbagai produk dari pelaku UMKM lokal. Dengan tagline kampanye **#PilihanMamaGigi**, Toko Mama Gigi memosisikan diri sebagai pilihan utama bagi perempuan muda yang mencari produk kecantikan, skincare, perlengkapan ibu dan anak, serta kebutuhan rumah tangga.

Toko Mama Gigi dikenal tidak hanya sebagai platform penjualan, tetapi juga sebagai wadah kreatif bagi tim *Creative Marketing* untuk mengembangkan berbagai konten yang inovatif dan menarik perhatian audiens. Konten-konten ini dirancang agar sesuai dengan tren terkini dan disesuaikan dengan algoritma media sosial agar dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, perusahaan juga terus melakukan kolaborasi dengan berbagai influencer dan kreator konten untuk memperkuat eksposur brand di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif.

Sebagai pengakuan atas strategi pemasaran digitalnya yang sukses, PT. RANS Kosmetika Indonesia melalui Toko Mama Gigi berhasil meraih penghargaan **“Celebrity IP of the Year”** pada ajang TikTok Shop Indonesia Summit 2023. Penghargaan ini menunjukkan bagaimana kekuatan figur publik dapat

dikombinasikan dengan strategi pemasaran digital yang efektif untuk menghasilkan dampak bisnis yang signifikan.

Penempatan penulis di divisi *Creative Marketing* pada unit Toko Mama Gigi memberikan kesempatan langsung untuk memahami bagaimana strategi branding dan komunikasi visual dijalankan di industri yang dinamis ini. Pengalaman magang yang didapatkan mencakup seluruh proses mulai dari perumusan ide konten, pembuatan skrip, produksi video, editing, hingga analisis performa konten di berbagai platform media sosial.

2.1 Visi dan Misi PT. RANS Kosmetika Indonesia

VISI

Menjadi perusahaan kecantikan dan e-commerce live commerce terdepan di Indonesia yang mampu menginspirasi generasi muda melalui produk berkualitas tinggi, strategi pemasaran kreatif, serta menghadirkan pengalaman berbelanja yang inovatif dan menghibur.

MISI

- Mengembangkan produk kecantikan dan kebutuhan rumah tangga yang aman, inovatif, dan relevan dengan tren serta kebutuhan pasar Indonesia.
- Mengoptimalkan strategi pemasaran digital melalui platform media sosial seperti TikTok dan Instagram, serta memanfaatkan kekuatan live commerce untuk menciptakan interaksi langsung dengan pelanggan.
- Membangun dan menyebarkan nilai-nilai kepercayaan, kualitas, dan kreativitas dalam setiap produk maupun layanan yang ditawarkan.
- Memperkuat citra brand dengan menggabungkan selebriti branding (khususnya Nagita Slavina) dengan pendekatan konten kreatif yang mengikuti perkembangan tren media sosial.
- Memberikan kontribusi positif kepada industri kecantikan dan e-commerce lokal, sekaligus memberdayakan UMKM dengan membuka

peluang kolaborasi dan distribusi produk di berbagai platform penjualan.

- Menciptakan ekosistem bisnis yang inklusif, dinamis, dan adaptif terhadap perubahan pasar serta kebutuhan konsumen modern.

2.2 Lokasi dan Kontak Perusahaan

Alamat Kantor Pusat:

PT. RANS Kosmetika Indonesia
Golf Island, Ruko Beach Boulevard
Pantai Indah Kapuk Street No. 19, Blok F
Jakarta Utara, 14460
Indonesia

Kontak Resmi:

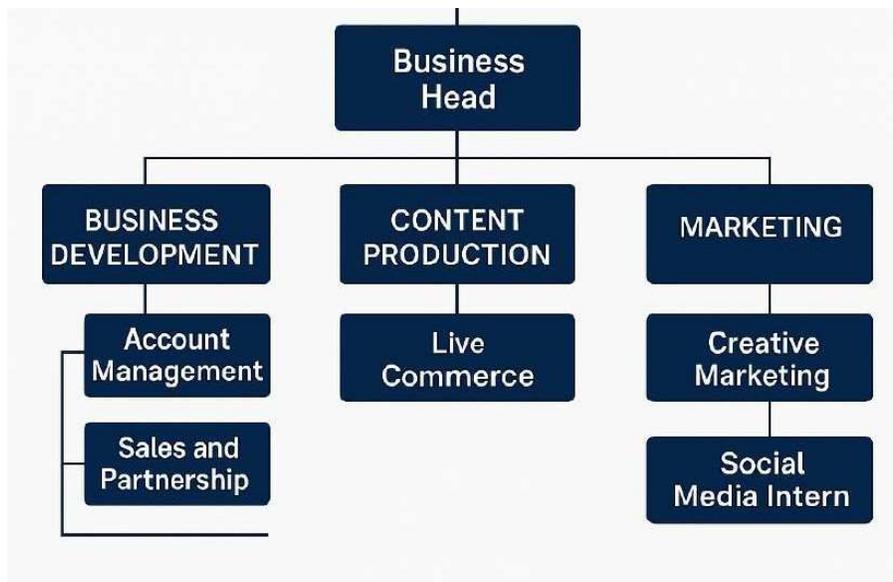
Telepon: (+62) 858-9382-3681
Email: ranskosmetika@gmail.com
Website: <https://www.slavina.id>

2.3 Struktur Organisasi PT. RANS Kosmetika Indonesia



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. RANS Kosmetika Indonesia

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. RANS Kosmetika Indonesia
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Struktur organisasi PT. RANS Kosmetika Indonesia dirancang untuk mendukung proses kerja yang efektif dan fleksibel di tengah dinamika industri kecantikan dan e-commerce yang sangat kompetitif. Organisasi ini dipimpin oleh jajaran **Board of Directors**, yang terdiri dari CEO (Chief Executive Officer), COO (Chief Operating Officer), dan CFO (Chief Financial Officer). Setiap pimpinan memiliki tanggung jawab yang berbeda namun saling melengkapi untuk memastikan kelancaran operasional dan pertumbuhan bisnis perusahaan.

- **CEO (Chief Executive Officer)**
Bertanggung jawab atas arah strategis perusahaan, pengembangan bisnis, dan kemitraan eksternal. CEO juga memimpin kolaborasi strategis dengan brand partner, selebriti, dan pihak lain yang mendukung identitas perusahaan.
- **COO (Chief Operating Officer)**
Mengelola kegiatan operasional sehari-hari, termasuk manajemen sumber

daya manusia (SDM), legalitas perusahaan, dan logistik. COO memastikan setiap departemen bekerja sesuai standar dan efisien.

- **CFO (Chief Financial Officer)**

Memimpin pengelolaan keuangan perusahaan, mulai dari penganggaran, pengawasan arus kas, hingga analisis performa finansial untuk mendukung pengambilan keputusan manajemen.

Struktur organisasi ini dilengkapi dengan beberapa departemen pendukung yang memiliki fungsi spesifik, antara lain:

- **Legal & Corporate Secretary**

Menangani aspek hukum dan administrasi korporat perusahaan.

- **Business Development**

Bertanggung jawab atas pengembangan usaha dan peluang kolaborasi baru.

- **Content Production**

Mengelola produksi konten visual dan video untuk berbagai platform pemasaran.

- **Marketing**

Menangani strategi pemasaran digital, manajemen kampanye media sosial, dan hubungan dengan audiens.

Divisi Creative Marketing

Penulis ditempatkan di **Divisi Creative Marketing** yang berada di bawah Departemen Marketing. Divisi ini memiliki peran vital dalam merancang dan

mengeksekusi strategi komunikasi visual untuk memperkuat citra merek dan meningkatkan penjualan melalui media sosial seperti TikTok dan Instagram.

Divisi Creative Marketing dipimpin oleh dua orang **Senior Creative Marketing**, dengan dukungan beberapa intern termasuk penulis sendiri. Selama masa magang, tim inti terdiri dari empat orang dengan pembagian tugas yang fleksibel sesuai kebutuhan proyek.

Peran dan Tanggung Jawab:

- **Senior Creative Marketing**
Bertugas merancang strategi kreatif, menyusun rencana kampanye, serta membimbing tim kreatif termasuk para intern. Senior Creative Marketing juga berfungsi sebagai penghubung dengan tim manajemen dan brand partner.
- **Social Media Intern (Penulis)**
Sebagai intern, penulis memiliki tanggung jawab dalam perumusan ide konten, penulisan skrip, koordinasi talent, produksi dan pengeditan video, serta publikasi konten di media sosial resmi Toko Mama Gigi. Penulis juga turut terlibat dalam proses evaluasi performa konten dan diskusi strategi pengembangan selanjutnya.

Pembimbing Lapangan:

Selama magang, penulis dibimbing langsung oleh **Bapak Dhika Alfar Ahmad Septian**, Senior Creative Marketing yang berperan sebagai mentor harian sekaligus pengarah utama dalam proses produksi konten.

Melalui struktur organisasi yang kolaboratif ini, penulis tidak hanya mempelajari aspek teknis produksi konten tetapi juga mendapatkan pemahaman tentang pentingnya koordinasi antar divisi, fleksibilitas dalam bekerja, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan tren di industri digital marketing dan live commerce.