

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Studio Tropik

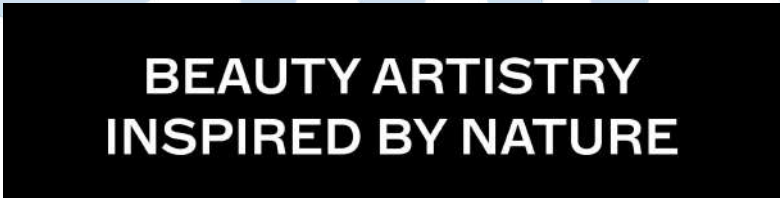
PT Parvis Magna Jaya adalah perusahaan kecantikan lokal yang menaungi brand Studio Tropik. Studio Tropik didirikan pada tahun 2017 oleh Mellisa Angelina. Nama Studio Tropik tentunya memiliki makna, kata "Studio" melambangkan pada profesionalisme, sementara "Tropik" melambangkan pada iklim tropis di Indonesia.



Gambar 2.1 Logo Studio Tropik

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Melalui ini, Studio Tropik berupaya menghadirkan produk yang dapat menjawab kebutuhan para *beauty enthusiast* di Indonesia, baik bagi pemula hingga profesional. Sejalan dengan *tagline*-nya “*Beauty Artistry Inspired by Nature*”, Studio Tropik berkomitmen menghadirkan produk perawatan yang mampu mendukung kesehatan kulit bagi para pengguna *makeup* (Widianti, 2020).



BEAUTY ARTISTRY
INSPIRED BY NATURE

Gambar 2.2 Tagline Studio Tropik

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Sebelum mendirikan Studio Tropik, Ibu Mellisa bekerja sebagai *Product Development Associate* di perusahaan kosmetik *Susan Raffy Consulting, Inc.* di Amerika Serikat. Pekerjaannya sebagai *Product Development Associate* di perusahaan tersebut memberi peluang untuk mempelajari proses pembuatan kosmetik, mulai dari tahap pemilihan bahan hingga pengujian formulasi produk. Pengalaman tersebut memberikan wawasan mendalam tentang *beauty care* dan menmbuhkan keinginannya untuk menciptakan produk kosmetik sendiri (Sugiarsono, 2025).

Sejak awal berdiri hingga saat ini, Studio Tropik berkembang secara organik tanpa keterlibatan *venture capital*. Studio Tropik memiliki beragam macam produk skincare dan kosmetik dalam berbagai format, seperti padat, semi padat, cair, *powder*, dan *oil*. Salah satu produk *best seller*-nya selama beberapa tahun adalah *Dreamsetter Setting Spray* dan *Flawless Priming Water* yang sudah memenangkan berbagai penghargaan dan menjadi produk kepercayaan di kalangan *make-up artist (MUA) professional* (Sugiarsono, 2025).

Salah satu produk terbaru Studio Tropik adalah *Foundcealer*, yakni 2in1 *Foundation* dan *Concealer*. *Foundcealer* ini memiliki 20 varian warna kulit orang Indonesia. Studio Tropik mengembangkannya tanpa *benchmarking* terhadap brand lain, melainkan melalui riset mendalam, serta masukan dari panelis yang mewakili keberagaman kulit dari Sabang sampai Merauke (Sugiarsono, 2025).

Secara organisasi, Studio Tropik memiliki beberapa departemen utama yang menunjang operasional bisnis, yaitu Commercial Sales, Brand, New Product Development (NPD), Finance, dan Human Resources (HR). Departemen Brand Sendiri memiliki beberapa divisi, salah satunya adalah divisi Social Media, tempat pemegang menjalani program magang.

Ruang lingkup kerja dari divisi Social Media mencakup perencanaan, produksi, dan publikasi konten digital di berbagai platform seperti TikTok dan Instagram, serta pemantauan interaksi audiens untuk membangun kedekatan dengan target market. Struktur divisi social media terdiri dari social media specialist sebagai koordinator harian konten, serta content creator yang bertugas

produksi konten visual dan copy. Dalam hal ini, pemegang berada di an langsung social media specialist dan senior brand manager memastikan seluruh konten yang dibuat sejalan dengan tujuan brand luruhan.

Visi Misi PT Parvis Magna Jaya Studio Tropik

bagai salah satu brand lokal kecantikan di Indonesia, PT Parvis Magna memiliki visi dan misi sebagai berikut:

I ciptakan kehidupan di mana kami merayakan keindahan dalam keberag tivitas, dan empati yang mendalam.

I ciptakan ekosistem kecantikan holistik, yang menawarkan solusi, penga , dan juga memberi kembali kepada planet dan komunitas kita.

Struktur Organisasi PT Parvis Magna Jaya Studio Tropik

io Tropik merupakan brand kecantikan yang dikenal dengan produk-ahan alami dan diformulasikan dengan kandungan yang ramah bagi d ini memiliki struktur organisasi yang mendukung pengembangan p asaran, hingga distribusi. Berikut adalah struktur organisasi PT Parvis :

Visi Misi PT Parvis Magna Jaya Studio Tropik

Salah satu brand lokal kecantikan di Indonesia, PT Parvis Magna Jaya memiliki visi dan misi sebagai berikut:

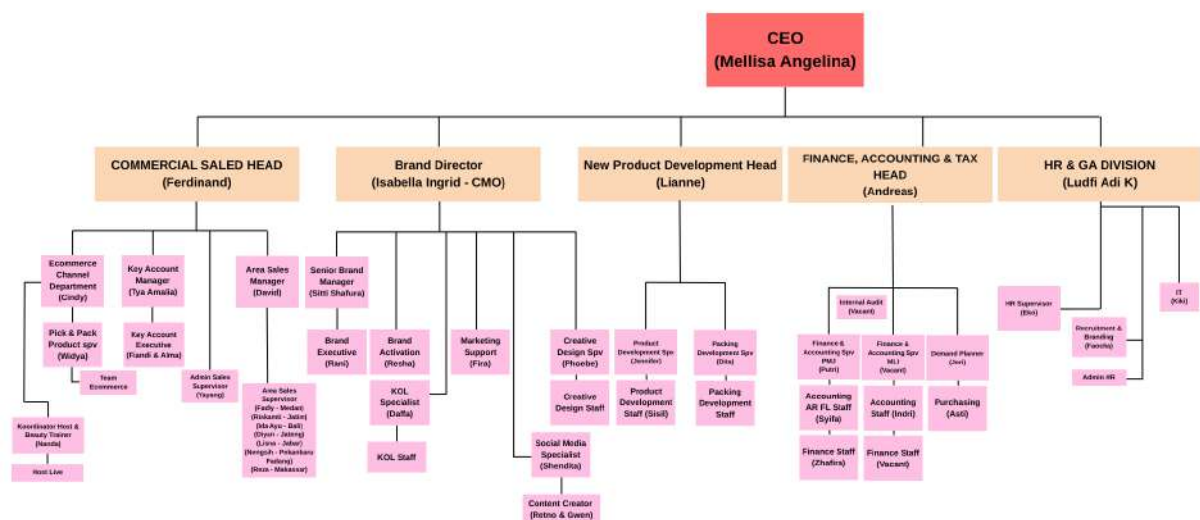
ciptakan kehidupan di mana kami merayakan keindahan dalam keberagaman, aktivitas, dan empati yang mendalam.

I

ciptakan ekosistem kecantikan holistik, yang menawarkan solusi, pengalaman, dan juga memberi kembali kepada planet dan komunitas kita.

Struktur Organisasi PT Parvis Magna Jaya Studio Tropik

io Tropik merupakan brand kecantikan yang dikenal dengan produk-produk
bahan alami dan diformulasikan dengan kandungan yang ramah bagi kulit.
d ini memiliki struktur organisasi yang mendukung pengembangan produk,
asaran, hingga distribusi. Berikut adalah struktur organisasi PT Parvis Magna



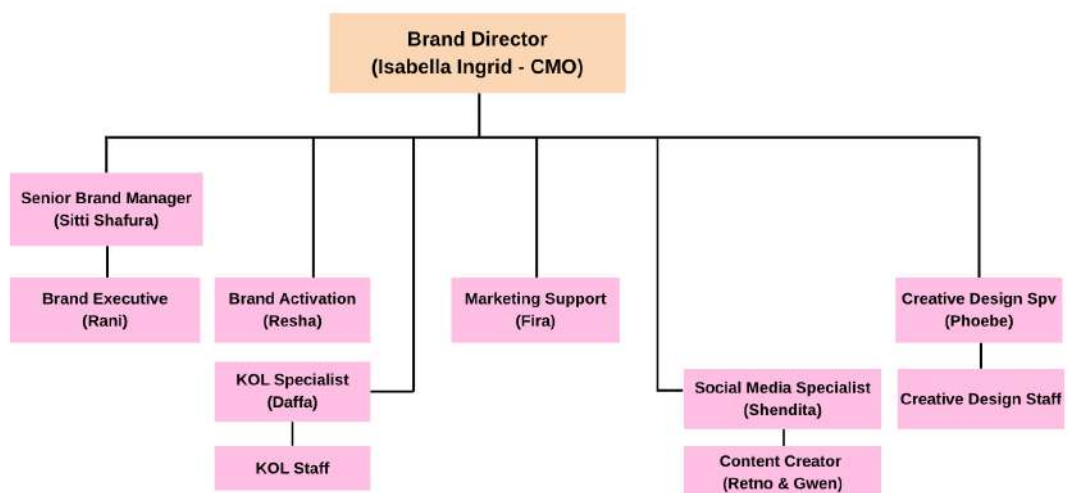
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Gambar 2.3 Struktur PT. Parvis Magna Jaya

Pada struktur perusahaan di atas, Studio Tropik terdiri dari 5 departemen, yaitu *commercial sales*, *brand*, *new product development*, *finance accounting* dan *tax*, serta *human resources* dan *general affair*. Seluruh divisi ini berada di bawah kepemimpinan Mellisa Angelina selaku Chief Executive Officer (CEO) Studio Tropik.

Setiap divisi memiliki fungsi dan perannya masing-masing dalam mendukung operasional dan pengembangan perusahaan. Pada divisi *brand*, posisi tertinggi dipegang oleh Isabella Ingrid yang menjabat sebagai *Brand Director* sekaligus *Chief Marketing Officer (CMO)*. Di bawah kepemimpinannya, terdapat jenjang struktur yang mencakup *senior brand manager*, *brand executive*, *brand activation*, *KOL specialist* dan *KOL staff*, *creative design*, dan *social media*.

Pemegang menempati posisi sebagai content creator intern pada tim *social media* di bawah bimbingan dan pengawasan langsung dari *social media specialist* Shendita Octariany. Penempatan ini sesuai dengan struktur organisasi internal yang berlaku di divisi brand Studio Tropik sebagaimana ditampilkan pada bagan berikut:



Gambar 2.4 Struktur Departemen Brand

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Departemen *brand* PT Parvis Magna Jaya bertanggung jawab dalam membangun dan memperkuat identitas brand melalui berbagai strategi pemasaran. Departemen ini terdiri dari beberapa tim utama yang berperan dalam menciptakan komunikasi yang efektif dan menarik bagi audiens, berikut penjelasannya:

A. *Brand Director*

Brand Director bertanggung jawab untuk merancang dan mengawasi strategi brand secara keseluruhan agar selaras dengan identitas dan tujuan perusahaan. Hal ini mencakup pengawasan aktivitas *branding*, komunikasi pemasaran, hingga peluncuran produk.

B. *Senior Brand Manager*

Bertanggung jawab untuk keseluruhan aktivitas strategis yang berkaitan dengan pengembangan *brand*. Tugas utamanya mencakup merancang arah strategi brand jangka pendek maupun jangka panjang, memastikan setiap aktivitas pemasaran sejalan dengan identitas dan nilai *brand*. *Senior brand manager* juga melakukan evaluasi terhadap performa kampanye, serta mengembangkan kampanye baru.

C. *Brand Executive*

Berperan dalam mendukung strategi *brand* dengan menyediakan data dan analisis yang relevan. Tugasnya meliputi melakukan riset pasar dan analisis kompetitor untuk mengetahui posisi produk Studio Tropik di tengah persaingan industri kecantikan. *Brand executive* akan mengumpulkan dan menyusun data terkait tren pasar, strategi kompetitor, keunggulan serta kelemahan produk sendiri dibandingkan kompetitor.

D. *Brand Activation*

Menyelenggarakan berbagai kegiatan *offline* dan *online* untuk memperkenalkan serta memperkuat kehadiran Studio Tropik di pasar. Selain itu, tim ini juga bertanggung jawab dalam menjalin dan mengelola *partnership* dengan berbagai *brand*, komunitas, atau *event* yang relevan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan eksposur.

E. KOL Specialist & Staff

Bekerja sama dengan *influencer* atau *Key Opinion Leader (KOL)* dan mencari *Makeup Artist Profesional (MUA)* untuk menjalin kolaborasi yang dapat memperluas jangkauan serta membangun kredibilitas *brand*. Selain itu, tim ini juga mengelola komunitas Tropik Insiders untuk memperkuat hubungan brand dengan konsumennya.

F. Social Media Specialist

Bertanggung jawab untuk mengelola strategi komunikasi digital brand di berbagai platform media sosial. Tugas utamanya mencakup merancang dan menyusun strategi konten yang bertujuan meningkatkan *engagement*, *brand awareness*, serta mendukung target penjualan. Selain itu, *social media specialist* juga membuat perencanaan konten bulanan untuk TikTok dan Instagram, serta menganalisis performa dari konten-konten yang telah dipublikasikan guna mengevaluasi efektivitas strategi.

G. Content Creator

Berperan dalam proses produksi konten kreatif, mulai dari *brainstorming* ide, pengambilan gambar atau video, *editing*, *copywriting* caption, hingga finalisasi sebelum diunggah. *Content creator* juga bertugas menciptakan konten visual yang sesuai dengan gaya komunikasi *brand*, sesuai dengan pilar konten. Selain mengeksekusi konten, *content creator* juga turut membantu dalam proses perencanaan konten bersama *social media specialist* untuk memastikan alur dan eksekusi berjalan selaras dengan strategi yang telah ditetapkan. Tugas lainnya termasuk mendukung aktivitas harian seperti pembuatan *instagram story*, dan membalas *direct messages*.

H. Marketing Support

Peran ini menjadi penghubung antara divisi-divisi. Bertanggung jawab dalam pengelolaan berbagai kebutuhan administratif yang berkaitan dengan kegiatan marketing. *Marketing support* memastikan seluruh proses administrasi, mulai dari pemesanan barang, permintaan *approval*, hingga pelaporan dapat berjalan rapi, tepat waktu, dan sesuai dengan prosedur yang berlaku.

I. Graphic Design

Bertanggung jawab dalam pembuatan berbagai kebutuhan desain visual seperti flyer, materi untuk media sosial, hingga aset promosi lainnya yang mendukung kampanye pemasaran serta *branding* Studio Tropik. Selain itu, tim desain juga memiliki peran dalam mendesain dan mengembangkan berbagai kebutuhan *display* dan *branding* di berbagai titik penjualan. Hal ini mencakup perancangan booth untuk *event*, desain rak dan *display* produk di *offline store* seperti *Sociolla*, *Watson*, dan *Beauty Haul Indonesia*, serta pengembangan konsep *packaging* yang menarik dan sesuai dengan identitas *brand* Studio Tropik.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA