

BAB II

GAMBARAN UMUM PT PENTA NATURAL KOSMETINDO (NPURE)

2.1 Tentang PT Penta Natural Kosmetindo (NPURE)

NPURE adalah *brand skincare* lokal Indonesia yang didirikan pada tahun 2017 dan berada di bawah naungan PT Penta Natural Kosmetindo. *Brand* ini didirikan oleh Willy Handoko dan Kezia Rachely bersama dengan tim pendiri lainnya, yakni Devina Wijaya, Herbit, Hendry Liauw, Eddy Lin, dan Alvin Wirianata. Sejak awal berdirinya, NPURE mengusung konsep “*pure beauty in natural way*” dengan fokus pada pengembangan produk *skincare* berbahan dasar alami yang sesuai dengan karakteristik kulit masyarakat Indonesia (NPURE, 2026).

NPURE dikenal sebagai *brand* yang mengedepankan penggunaan bahan-bahan natural yang bersumber langsung dari alam. NPURE juga menggunakan bahan lokal yang diperoleh langsung dari petani Indonesia. Beberapa kandungan yang menjadi ciri khas produk NPURE, yakni Centella Asiatica, Marigold, Noni, dan Licorice. Formulasi produk dirancang dengan kombinasi bahan alami dan teknologi formulasi modern untuk menghasilkan produk yang aman dan efektif. Seluruh produk NPURE juga telah terdaftar di BPOM, bersertifikasi halal, *dermatologically tested*, serta diformulasikan tanpa alkohol dan paraben sehingga aman digunakan untuk berbagai jenis kulit, termasuk kulit sensitif dan berjerawat (NPURE, 2026).

Sebagai *brand* yang berkembang pesat di industri kecantikan Indonesia, NPURE juga memperoleh berbagai penghargaan, seperti Rekor MURI 2022, Brand Choice Award kategori *toner* 2022, BeautyHaul Award 2025 kategori *best cleansing*, dan penghargaan CNBC Indonesia EPIC Awards 2026. Berbagai pencapaian tersebut menunjukkan pengakuan industri terhadap inovasi produk dan *positioning* NPURE sebagai *brand skincare* lokal yang natural, serta didukung

dengan strategi komunikasi digital yang adaptif sehingga NPURE dapat menjadi salah satu pemain kuat di tengah industri kecantikan Indonesia (NPURE, 2026).

2.2 Visi Misi PT Penta Natural Kosmetindo (NPURE)

PT Penta Natural Kosmetindo (NPURE) sebagai *brand skincare* lokal memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

Menjadi perusahaan kosmetik natural terbaik di Indonesia (NPURE, 2026).

MISI

- 1) Menciptakan produk kosmetik berbahan natural dari Indonesia yang berkualitas dan aman (NPURE, 2026).
- 2) Membantu wanita Indonesia lebih percaya diri dengan tampil cantik alami (NPURE, 2026).
- 3) Melaksanakan tanggung jawab sosial dan mengelola lingkungan secara berkesinambungan (NPURE, 2026).

2.3 Struktur Organisasi PT Penta Natural Kosmetindo (NPURE)

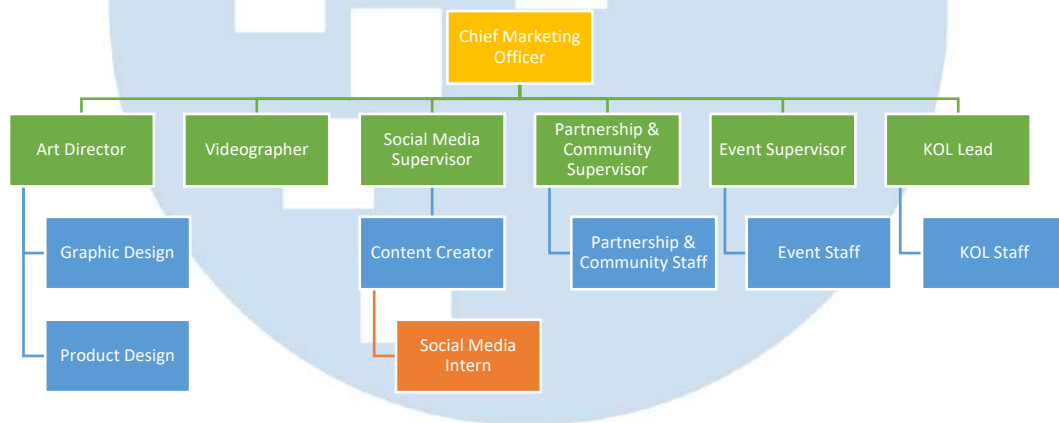
PT Penta Natural Kosmetindo (NPURE) sebagai perusahaan yang bergerak di bidang kecantikan dan perawatan kulit menjalankan kegiatan bisnis yang meliputi pengembangan produk, produksi, distribusi, penjualan, pemasaran, dan sebagainya. Dalam mendukung operasional perusahaan yang terstruktur dan profesional, PT Penta Natural Kosmetindo (NPURE) memiliki struktur organisasi yang terdiri dari beberapa divisi utama yang saling terintegrasi dalam menjalankan fungsi manajerial dan operasional perusahaan, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT Penta Natural Kosmetindo (NPURE)

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Struktur organisasi PT Penta Natural Kosmetindo dipimpin oleh Chief Executive Officer (CEO) yang membawahi beberapa divisi utama, yaitu Sales Offline, Sales Online, Marketing Communication, Human Capital, Finance, Supply Chain, dan Product Innovation. Sebagai perusahaan yang bergerak di industri kecantikan, PT Penta Natural Kosmetindo menjalankan proses bisnisnya secara terintegrasi dari awal sampai akhir, mulai dari riset produk hingga pemasaran dan distribusi produknya. Melalui struktur perusahaan yang jelas, PT Penta Natural Kosmetindo (NPURE) dapat menjalankan kegiatan operasionalnya secara efektif.



Gambar 2.2 Struktur Departemen Marketing Communication

Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

Departemen Marketing Communication bertanggung jawab terhadap pelaksanaan strategi komunikasi NPURE, baik melalui media sosial, kolaborasi, dan aktivitas promosi lainnya. Berikut masing-masing *job description* posisi pada Departemen Marketing Communication dan hubungannya dalam proses kerja magang:

A. Chief Marketing Officer

Merumuskan perencanaan strategi pemasaran secara menyeluruh, mengawasi seluruh pelaksanaan program Marketing Communication, memberikan arahan awal kepada tim untuk seluruh aktivitas promosi, dan memberikan persetujuan untuk seluruh bentuk aktivitas promosi. Chief Marketing Officer berhubungan langsung dengan Social Media Intern dalam memberikan *approval* untuk konten yang dibuat mahasiswa selama aktivitas magang.

B. Art Director

Menentukan konsep dan arahan visual *brand* agar tetap sesuai dengan *guideline*, serta mengontrol kualitas aset kreatif yang digunakan dalam kegiatan komunikasi *brand*. Art Director berhubungan langsung dengan mahasiswa magang untuk memberikan *approval* untuk konten, khususnya yang berhubungan dengan aspek visual.

C. Videographer

Melakukan produksi materi video untuk kebutuhan konten sesuai dengan standar *brand* untuk mendukung aktivitas konten selama periode magang. Dalam pelaksanaan kerja magang, Videographer berperan membantu mahasiswa magang dalam proses produksi konten yang membutuhkan pengambilan gambar atau pembuatan video agar materi yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan konten media sosial perusahaan.

D. Social Media Supervisor

Menyusun strategi konten media sosial, melakukan monitoring dan analisis performa, dan mengawasi implementasi strategi digital yang menjadi ruang lingkup kerja peserta magang. Dalam pelaksanaan kerja magang, Social Media Specialist memberikan pengawasan terhadap aktivitas pengelolaan konten media sosial yang dikerjakan oleh mahasiswa magang.

E. Content Creator

Mengembangkan ide dan konsep konten kreatif dan memproduksi konten sesuai strategi media sosial. Dalam pelaksanaan kerja magang, Content Creator berperan sebagai pembimbing langsung yang memberikan arahan dan masukan kepada mahasiswa magang dalam proses pengembangan ide, produksi, hingga penyempurnaan konten yang akan dipublikasikan.

F. Partnership & Community Supervisor/Staff

Mengelola kerja sama dengan komunitas dan eksternal untuk memperluas jangkauan *brand*. Tim Partnership & Community tidak memiliki hubungan kerja secara langsung dengan mahasiswa magang,

G. Event Supervisor/Staff

Merancang pelaksanaan kegiatan promosi berupa *event brand*, serta memastikan kesesuaian konsep acara dengan strategi komunikasi perusahaan. Dalam pelaksanaan kerja magang, Social Media Intern berperan dalam melakukan dokumentasi dan pembuatan konten media sosial selama *event* berlangsung.

H. KOL Lead/Staff

Melakukan koordinasi dengan *Key Opinion Leader* dan *influencer* untuk mendukung promosi *brand*, serta memantau efektivitas kolaborasi. Tim KOL tidak memiliki keterlibatan langsung dalam aktivitas kerja mahasiswa magang.

