

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

PT Lizzie Parra Kreasi merupakan perusahaan yang bergerak di industri kecantikan. Perusahaan ini dikenal sebagai BLP Beauty, *brand* kecantikan yang menjadi awal dari perusahaan ini dibentuk. Namun perusahaan ini juga telah mengembangkan dirinya dengan membangun *brand* baru, yaitu Bob & Frou.

2.1.1 Profil Perusahaan

PT Lizzie Parra Kreasi merupakan perusahaan asal Indonesia yang bergerak di bidang kecantikan. *Brand* yang berada di bawah naungan perusahaan PT Lizzie Parra Kreasi adalah BLP Beauty yang menyediakan produk *make up* dan parfum, dan juga Bob & Frou yang menyediakan produk perawatan rambut. Kedua *brand* memiliki segmentasi dan identitas visual yang berbeda namun menjalankan visi dan nilai yang sejalan.

PT Lizzie Parra Kreasi mempunyai visi untuk menjadi perusahaan global yang mampu memberdayakan masyarakat guna membentuk ekosistem positif dengan menyediakan produk berkualitas tinggi (BLP Beauty, 2026). Tidak hanya itu, produk yang diciptakan pun memperhatikan aspek lingkungan sehingga menjadi solusi yang berdampak bagi manusia. Terdapat beberapa misi yang dijalankan oleh perusahaan, yang pertama adalah memberdayakan keseluruhan komunitas dan juga masyarakat. Kedua, berinovasi pada pengembangan produk dengan standarisasi, pengembangan (R&D), serta pengujian yang menyeluruh. Misi yang selanjutnya adalah mendistribusikan produk dengan kualitas tinggi, aman, dan berdampak. Misi yang keempat adalah punya peran aktif dalam meningkatkan keberlanjutan lingkungan. Kemudian misi berikutnya adalah memberikan layanan dengan penuh perhatian, *people oriented*, dan unggul. Yang terakhir adalah

meningkatkan kualitas sumber daya manusia dalam lingkungan kerja dengan penerapan *growth mindset*.

Perusahaan ini terbentuk atas keyakinan akan pemberdayaan yang berawal dari dalam diri (BLP Beauty, 2026). Terdapat nilai-nilai inti yang diyakini dan dipegang oleh perusahaan, yaitu:

1. *Empower*

Memberdayakan diri dan individu lain untuk berbagi ide, bertindak secara bijaksana, dan menemukan tujuan yang mampu memberikan wadah pertumbuhan bagi diri dan profesional.

2. *Agile*

Mampu untuk beradaptasi dengan cepat serta menerima perubahan sebagai pembelajaran yang berkelanjutan, dan merespon secara cepat dan efektif.

3. *Growth Mindset*

Percaya pada potensi diri untuk terus berkembang, melihat tantangan dan kegagalan sebagai peluang untuk belajar, terbuka terhadap masukan, dan selalu mencari cara untuk berkembang.

4. *Integrity*

Bertindak secara jujur, adil, dan tulus, serta memiliki keberanian untuk membela yang benar, dan berpegang pada prinsip moral dan etika.

5. *Collaborative*

Bekerja secara efektif dengan orang lain, berkomunikasi secara jelas dan membangun hubungan yang kuat, suportif, dan saling menghormati sehingga bersama dapat berkontribusi secara positif menggapai tujuan yang sama.

Gagasan nilai-nilai tersebut yang melandasi budaya perusahaan dan diimplementasikan pada aktivitas tim sehari-hari. Dengan demikian, PT Lizzie Parra Kreasi mengajak individu dengan nilai yang selaras untuk bertumbuh secara profesional dan menghasilkan dampak secara bersama.

BLP

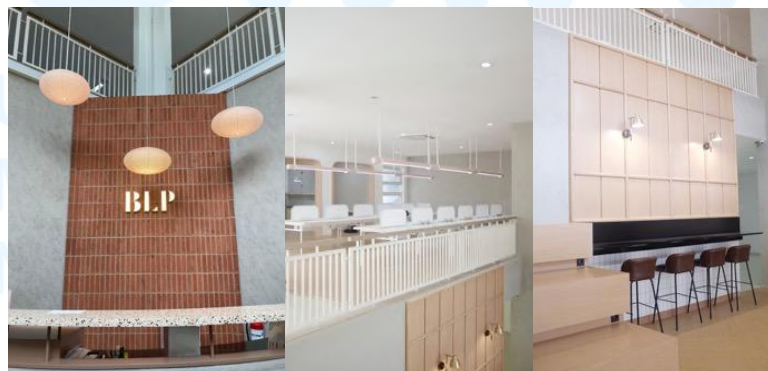
Gambar 2.1 Logo BLP Beauty
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

PT Lizzie Parra Kreasi umumnya menyatakan identitasnya sebagai BLP Beauty dengan logo seperti pada gambar di atas. Logo berupa *logotype* dengan huruf kapital BLP. Bentuknya terlihat sederhana dan modern dengan bentuk tubuh tipografi yang tebal namun terputus bagiannya sehingga memberikan kesan yang kuat. Warna yang digunakan adalah hitam, sederhana namun meningkatkan kejelasan huruf sehingga identitas dapat dimengerti secara mudah dan cepat.

BOB & FROU

Gambar 2.2 Logo Bob & Frou
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Di sisi lain, *sister brand* dari BLP Beauty memiliki logo dengan gaya yang berbeda. Jenisnya *logotype* sesuai dengan namanya, yaitu Bob & Frou. Bob & Frou punya logo yang lebih terkesan *playful* dan dinamis dengan bentuk tipografi yang organik dan ekspresif. Warna nya memiliki varian hitam, teal, lime, dan putih.



Gambar 2.3 BLP Beauty Headquarters
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Perusahaan PT Lizzie Parra Kreasi memiliki kantor pusat yang biasa disebut sebagai BLP Beauty Headquarters. Kantor ini punya lokasi di Jl. Limau II No. 3, RT. 3/RW. 3, Kramat Pela, Kecamatan Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Kemudian, terdapat juga BLP Central Warehouse di Komplek Pergudangan Bizhub, Jl. Bizhub BSD Blok GE No.1, Pabuaran, Kecamatan Gn. Sindur, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

PT Lizzie Parra Kreasi merupakan perusahaan yang dikenal dengan *brand* BLP Beauty. *Brand* ini bermula didirikan pada tahun 2016 oleh Elizabeth Christina Prameswari atau dikenal sebagai Lizzie (*BLP Beauty*, 2026). Ia telah menjadi seorang *influencer* kecantikan sekaligus *make up artist* dari tahun 2011 (Maulana, 2023). Keinginannya untuk menaikkan citra kosmetik lokal di dunia kecantikan menjadi dorongannya untuk memulai *brand* BLP Beauty. Nama merek tersebut sendiri diambil dari nama sapaannya, yaitu By Lizzie Parra (BLP). PT Lizzie Parra Kreasi dibentuk sebagai perusahaan yang menaungi *brand* BLP Beauty.

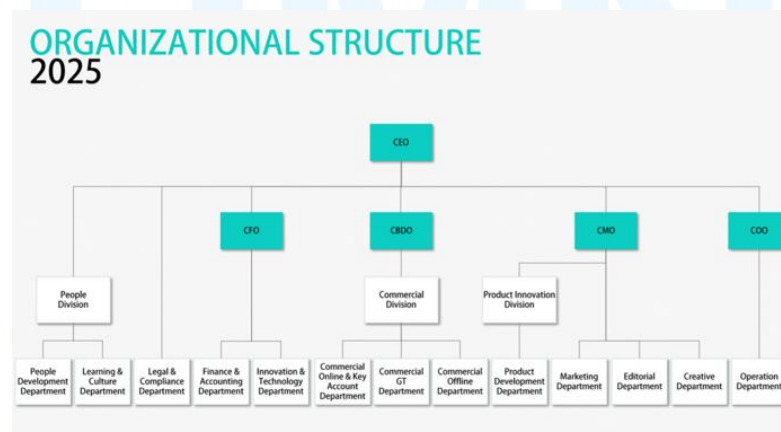
Dengan pengalamannya di jejaring dunia kecantikan selama bertahun-tahun, Lizzie meluncurkan produk pertamanya pada Juni 2016 yaitu koleksi lipstik (Maulana, 2023). Peluncuran produknya mendapatkan banyak penjualan, hal ini meyakinkan Elizabeth bahwa bisnisnya akan berkembang. Menanggapi hal tersebut, Elizabeth juga mengajak adiknya, Monica Christasia pada Agustus 2016 untuk bergabung dan membantu pengelolaan keuangan dan manajemen lainnya guna terus mengembangkan bisnisnya. Kini BLP Beauty telah menjadi *brand* lokal ternama yang memiliki berbagai koleksi kosmetik hingga *skincare* dan parfum.

Tidak berhenti di BLP Beauty, PT Lizzie Parra Kreasi kemudian memulai *brand* baru yaitu Bob & Frou. *Brand* ini merupakan *brand* perawatan rambut yang pada Februari 2026 genap berusia satu tahun. Produknya saat ini adalah Curl Power Series yang terdiri dari Air Style

Primer, Define and Hold Gel, dan Shape and Bounce Cream (*Bob & Frou*, 2024). Selain itu, Bob & Frou juga menjual Wave Brush. Produknya saat ini berfokus pada perawatan rambut keriting dan bergelombang, namun akan dikembangkan untuk rambut lurus juga di kemudian hari.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi dari perusahaan PT Lizzie Parra Kreasi terdiri dari yang utama adalah *Chief Executive Officer* (CEO) sebagai kepala perusahaan. CEO menangani secara langsung *People Division* dan departemen *Legal & Compliance*. *People Division* mempunyai tanggung jawab dalam mengelola sumber daya manusia dalam perusahaan, dimulai dari rekrutmen, kompensasi dan tunjangan karyawan, pelatihan kinerja, dan manajemen budaya kerja. Kemudian, departemen *Legal & Compliance* punya tanggung jawab dalam aspek hukum dalam operasional maupun kebijakan perusahaan untuk tetap sesuai dengan peraturan dan regulasi pemerintahan yang berlaku. Selain itu CEO juga berperan sebagai *Chief Business Development Officer* (CBDO) yang mengkoordinasikan *Commercial Division*. Divisi ini berperan dalam pengelolaan strategi bisnis melalui berbagai kanal. Kanal yang dimaksud, yaitu toko fisik dikelola *Commercial Offline Department*, jaringan distributor dikelola *Commercial Offline Department*, dan kanal digital serta mitra skala besar oleh *Commercial Online & Key Account Department*.



Gambar 2.4 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Di bawah CEO terdiri dari 3, yaitu *Chief Financial Officer* (CFO), *Chief Marketing Officer* (CMO), dan *Chief Operating Officer* (COO). CFO memiliki tanggung jawab pada departemen *Finance & Accounting* dan departemen *Innovation & Technology*. Departemen *Finance & Accounting* sendiri memiliki peran dalam mengelola aktivitas keuangan dan akuntansi dari perusahaan, sementara departemen *Innovation & Technology* bertanggung jawab dalam mengelola sistem teknologi perusahaan, jaringan, dan pengembangan *software*. Kemudian, CMO bertanggung jawab kepada *Product Inovation Division* atau departemen *Product Development* yang mengelola ide dan pengujian dalam memperbarui produk atau peluncuran produk baru yang sesuai dengan target pasar. Selain itu, CMO juga mengkoordinasikan departemen *Marketing*, *Editorial*, dan *Creative*. Departemen *Marketing* punya tanggung jawab dalam strategi pemasaran dan kampanye promosi. Kemudian, terdapat departemen *Editorial* yang berperan dalam strategi komunikasi *brand*, menyusun konsep dan membuat konten. Kemudian, departemen *Creative* bertugas pada pengembangan konsep visual dan menghasilkan berbagai kebutuhan desain. Yang terakhir, terdapat COO yang bertugas dalam mengkoordinasikan departemen *Operation*, bertanggung jawab dalam mengelola kegiatan operasional dan bisnis sehari-hari untuk tetap berjalan dengan lancar.

2.3 Portofolio Perusahaan

PT Lizzie Parra Kreasi menjadi perusahaan yang telah bergerak selama 10 tahun di industri ritel dan *beauty*. Citra perusahaan ini dapat dilihat dari *brand* yang dikembangkannya yaitu BLP Beauty dan juga inovasi *brand* barunya yaitu Bob & Frou. Sejak 2016, PT Lizzie Parra Kreasi telah meluncurkan berbagai produk, *campaign*, *event* dan meraih berbagai prestasi dari kedua *brand* tersebut.

2.3.1 Kampanye *Be Your Own Star*

Salah satu karya PT Lizzie Parra Kreasi adalah perancangan kampanye digital untuk *brand* BLP Beauty yang berkolaborasi dengan penyanyi Indonesia ternama, yaitu Nadin Amizah pada awal tahun 2025 (*BLP Beauty*, 2026). Penyanyi folk-indie ini punya citra yang estetik dengan lagu-lagunya yang emosional dan cenderung puitis. Menggabungkan kosmetik

dengan unsur seni, artistik yang lembut dan emosional sesuai dengan citra Nadin, diperlihatkan dengan kampanye “*Be Your Own Star*”.



Gambar 2.5 BLP x Nadin Amizah
Sumber: <https://blpbeauty.com/cdn/shop/collections/...>

Kampanye ini memperkenalkan produk baru BLP Beauty yang terdiri dari *Lip Cloud*, *Moon Blush*, *Galactic Gloss*, *Stardust Glow*, dan *Stellar Volume Mascara*. Tema “*Be Your Own Star*” punya pesan harapan untuk mendorong individu menyalakan *spark* dalam dirinya dan meraih impiannya bagai bintang. Sama seperti Nadin, yang kisah indahinya ada pada kekuatan dan kelemahannya hingga ia berkembang menjadi bintang, koleksi ini berfokus pada penerimaan diri, keyakinan pada imajinasi yang akhirnya mendapat kekuatan untuk menulis kisah hidup diri.



Gambar 2.6 BLP x Nadin Amizah Imagery
Sumber: <https://dewimagazine.b-cdn.net/web/...>

Kolaborasi ini disalurkan dengan kampanye yang memanfaatkan berbagai media digital dengan tema luar angkasa. Kampanye ini punya pendekatan visual yang menarik karena berani mengambil gaya yang cukup berbeda dari identitas BLP Beauty pada umumnya yang biasa menggunakan warna *beige* atau merah muda dan punya kesan *timeless*. Pada tema ini, warna visual didominasi warna biru gelap dengan sentuhan cahaya-cahaya seperti bintang yang bertaburan. Pendekatan yang digunakan lebih artistik, namun tetap ada gaya minimalis ciri khas BLP yang cenderung *clean* dengan tidak banyak dekorasi. Kesan yang disampaikan lebih *intimate*, terutama dengan *storytelling* yang dipadukan dengan citra penyanyi Nadin Amizah. Dengan kolaborasi ini, BLP Beauty memiliki strategi untuk membangun hubungan emosional dengan penggemar Nadin Amizah dan meningkatkan *engagement brand* BLP Beauty secara lebih luas.

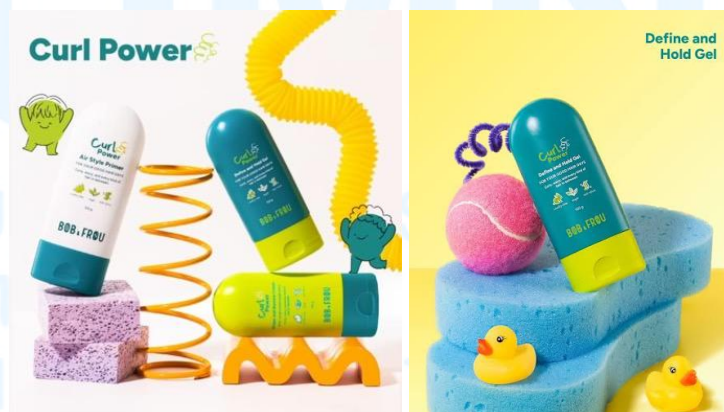
2.3.2 Identitas Visual Bob & Frou

Bob & Frou fokus mengembangkan identitasnya sebagai *brand* produk perawatan rambut bertekstur, seperti rambut keriting dan bergelombang. Identitas visual *brand* digambarkan dengan sifat *playful*, *fun*, dan *quirky*. Pilihan dari karakter identitas *brand* ini memberikan perbedaan dengan kompetitor *brand* perawatan rambut lainnya. Karakter tersebut terwujud dengan elemen visual yang mendukung dan penerapannya yang konsisten dalam berbagai media komunikasi. Pemilihan warna dalam *color palette brand* berwarna-warni dengan saturasi yang cukup tinggi sehingga punya kesan yang ceria. Elemen visual dekoratif menggunakan guratan *brush* dengan gaya organik yang meliuk seperti spiral, memberikan kesan *quirky* dan merepresentasikan rambut bertekstur. Tipografi juga memberikan kesan *playful* dengan pemilihan *font* sekunder yang punya jenis *handwriting* dan penerapannya yang bervariasi.



Gambar 2.7 Header Website Bob & Frou
Sumber: <https://bobandfrou.com/>

Bob & Frou menghadirkan rangkaian *hair care* yang membantu konsumen untuk menerima dan tampil percaya diri dengan tekstur rambut alami mereka (Bob & Frou, 2024). Saat ini produk utama yang dihadirkan oleh Bob & Frou adalah *Curl Power Series*, yang terdiri dari *Air Style Primer*, *Define and Hold Gel*, dan *Shape and Bounce Cream*. Dari segi visual produk series ini tidak hanya sebagai wadah namun juga sebagai media komunikasi visual yang merepresentasikan identitas *brand* Bob & Frou kepada konsumen. Bentuk produknya punya karakter tersendiri, tidak seperti bentuk produk *hair care* biasanya yang seperti botol, namun *squeeze tube* yang *rounded*. Bentuknya yang tidak umum ini dapat menarik perhatian konsumen. Foto produk pun sering disandingkan dengan dekorasi benda yang tidak umum seperti spons, pipa, bahkan bola tenis. *Imagery*-nya memiliki visual yang konsisten dengan citra *brand* yang *playful* dan *quirky*.



Gambar 2.8 Bob & Frou Product Imagery
Sumber: <https://bobandfrou.com/cdn/shop/files/...>

Elemen visual yang menggambarkan identitas visual dari Bob & Frou juga merupakan ilustrasi. Aset ilustrasi sering digunakan, terutama karakter khas yang menjadi maskot Bob & Frou. Karakter ini mempunyai bentuk yang sederhana, dengan bentuk dasar oval dengan bentuk rambut bervariasi. Rambutnya terdiri dari helaian garis bergelombang, lurus, ataupun spiral. Permainan ekspresi karakter juga mendukung sisi *fun*. Warna yang digunakan selaras dengan *color palette* dan diterapkan secara *solid color* pada ilustrasi. Bentuk-bentuk ilustrasi yang digunakan umumnya memiliki bentuk yang sederhana dan mudah dipahami dengan *line art* terkesan organik. Keseluruhan ilustrasi terasa *playful* dan *quirky* seperti identitas visual *brand*.

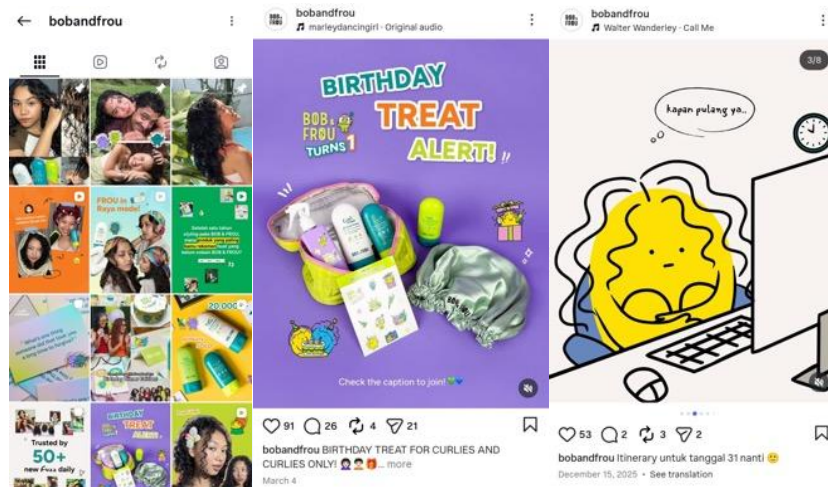


Gambar 2.9 Ilustrasi pada Visual Bob & Frou
Sumber: <https://www.instagram.com/bobandfrou?utm...>

Penerapan identitas visual *brand* Bob & Frou menunjukkan konsistensinya pada berbagai media, setiap elemen visual mendukung kesan *playfun*, *fun*, dan *quirky*. Dengan konsistensi penerapan identitas visual, citra *brand* dapat mudah dikenali audiens. Penyampaian pesan dari *brand* juga dapat lebih efektif dengan adanya identitas visual yang mendukung.

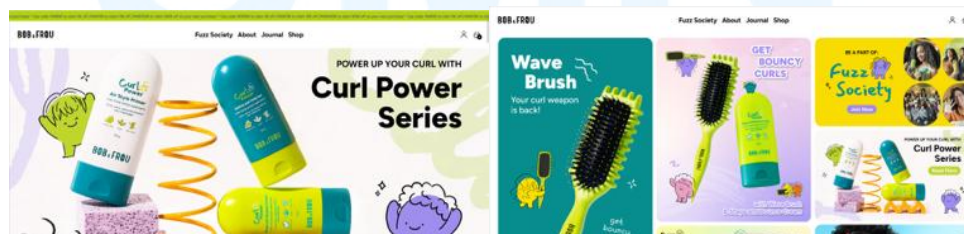
2.3.3 Media Promosi Bob & Frou

PT Lizzie Kreasi juga merancang berbagai media promosi untuk aktivitas pemasaran Bob & Frou. Media promosi yang digunakan utamanya adalah media sosial, namun terdapat juga media lainnya seperti *website* dan *platform e-commerce*. Media promosi dirancang dengan mempertahankan identitas visual Bob & Frou supaya citra *brand* tetap selaras dalam berbagai media dan mudah dikenali.



Gambar 2.10 Bob & Frou Instagram *feeds*
 Sumber: <https://www.instagram.com/bobandfrou?utm...>

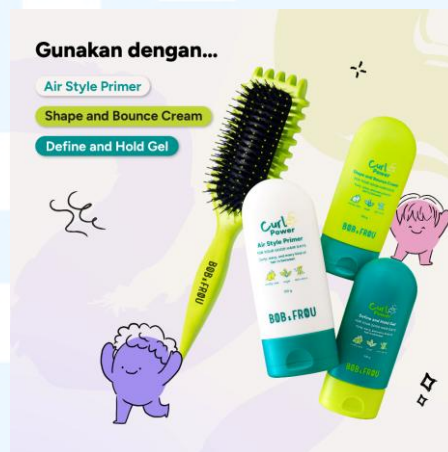
Media promosi berupa sosial media berfokus pada Instagram. Konten yang dibahas seputar penjelasan produk, edukasi mengenai perawatan rambut, dan juga konten keseharian yang lebih ringan dan *relatable*. Visual yang pada media sosial seperti *feeds* Instagram Bob & Frou punya kesan *playful* dengan warna *vibrant* sesuai identitas *brand*. Komposisi visualnya punya sifat yang lebih dinamis, seperti tata letak teks yang bisa berotasi dan tidak sejajar dengan teks lain, namun tetap mempertahankan *balance* visual. Seringkali terdapat elemen visual dekorasi berupa guratan yang sifatnya organik seperti gaya cat air atau alat tulis. Selain itu, terdapat juga konten konten bergaya komik dengan visual ilustrasi sepenuhnya menggunakan karakter maskot dari Bob & Frou itu sendiri.



Gambar 2.11 Website Bob & Frou
 Sumber: <https://bobandfrou.com/>

Bob & Frou juga memanfaatkan *website* sebagai salah satu media promosi digital. *Website* resmi ini menyediakan informasi mengenai *brand*,

komunitas Fuzz Society, konten perawatan rambut, dan juga fitur penjualan langsung. *User interface* dari *website* ini memiliki tampilan *layout* yang sederhana dan terstruktur sehingga mudah untuk dinavigasikan *user*. Warna, tipografi, serta elemen visual tetap konsisten dengan identitas *brand* yang *playful* dan *quirky* sehingga pengalaman yang dirasakan konsumen selaras ketika menjelajahi sosial media maupun *website*.



Gambar 2.12 Tampilan Visual *E-Commerce* Bob & Frou
Sumber: <https://down-id.img.susercontent.com/file/id...>

Platform *e-commerce* juga menjadi media promosi. Visualnya konsisten dengan identitas *brand* melalui *banner* dan juga visual produk. Walau dengan gaya yang *quirky*, informasi tersusun secara terstruktur sehingga mudah untuk dipahami konsumen. Keseluruhan perancangan media promosi digital menjadi media yang membantu menyampaikan informasi produk dan mempersuasi pembelian didukung dengan visual yang konsisten.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA