

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT Maseng Surya Kencana merupakan perusahaan yang bergerak di bidang layanan kesehatan dan pengembangan usaha yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat, khususnya pada sektor kesehatan, laboratorium, serta kecantikan. Perusahaan ini mengembangkan beberapa unit usaha yang saling terintegrasi, mulai dari layanan kesehatan hingga produk perawatan kulit (*skincare*). Dalam perkembangannya, perusahaan tidak hanya berfokus pada pelayanan kesehatan konvensional, tetapi juga mulai menyesuaikan diri terhadap perubahan perilaku masyarakat yang semakin memperhatikan kesehatan kulit, perawatan diri, dan penggunaan media digital sebagai sumber informasi utama.

Salah satu unit usaha utama yang berada di bawah naungan PT Maseng Surya Kencana adalah DNA Favorit Laboratory and Clinic Center. Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui situs resmi perusahaan, DNA Favorit berdiri sejak tahun 2012 sebagai pusat layanan kesehatan di Kota Bogor yang menyediakan berbagai layanan kesehatan, laboratorium, klinik, serta kecantikan (DNA Favorit, 2022). Kehadiran DNA Favorit menunjukkan bahwa perusahaan memiliki fokus awal pada pelayanan kesehatan masyarakat melalui pendekatan medis dan layanan kesehatan yang terintegrasi.



Gambar 2. 1 Laboratory and Clinic Center DNA Favorit

(Sumber: Website resmi DNA Favorit, 2022)

Sebagai fasilitas layanan kesehatan, DNA Favorit menyediakan berbagai layanan yang berkaitan dengan kebutuhan kesehatan masyarakat. Layanan tersebut meliputi *medical check up*, pemeriksaan laboratorium, poliklinik umum, layanan kesehatan gigi, layanan bidan, apotek, hingga klinik kecantikan. Selain melayani pasien individu, DNA Favorit juga menjalin kerja sama dengan berbagai perusahaan dan instansi dalam penyediaan layanan pemeriksaan kesehatan karyawan (*corporate medical check up*).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan pemilik perusahaan, pembangunan DNA Favorit dilandasi oleh pemahaman bahwa setiap individu memiliki kondisi kesehatan dan karakteristik biologis yang berbeda-beda. Oleh karena itu, pendekatan pelayanan kesehatan yang diberikan tidak dapat disamaratakan antara satu individu dengan individu lainnya. Nama “DNA” pada DNA Favorit digunakan sebagai simbol identitas biologis manusia yang bersifat unik, personal, dan berbeda pada setiap individu. Filosofi tersebut menjadi dasar perusahaan dalam memberikan pelayanan kesehatan yang lebih personal dan menyesuaikan kebutuhan pasien.

Selain bergerak pada sektor layanan kesehatan, perusahaan juga mengembangkan layanan kecantikan berbasis klinis melalui DNA Favorit Beauty Clinic. Kehadiran layanan kecantikan ini menunjukkan adanya perluasan fokus perusahaan terhadap kebutuhan masyarakat di bidang estetika dan kesehatan kulit. Layanan kecantikan yang tersedia meliputi facial treatment, skin booster, laser treatment, hingga konsultasi kesehatan kulit yang dilakukan secara profesional.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 2 Klinik Kecantikan DNA Favorit

(Sumber: Website resmi DNA Favorit, 2022)

Perkembangan industri kecantikan dan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk skincare kemudian mendorong PT Maseng Surya Kencana untuk mengembangkan unit usaha baru berupa brand skincare bernama Liné Skin. Pengembangan Liné Skin menjadi bagian dari strategi perusahaan dalam memperluas bisnis pada industri kecantikan yang memiliki pertumbuhan cukup signifikan di Indonesia.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik perusahaan, Liné Skin dikembangkan dengan pendekatan yang berbeda dibandingkan brand skincare pada umumnya. Jika sebagian besar brand skincare berfokus pada hasil visual instan, Liné Skin dibangun dengan konsep perawatan kulit yang berorientasi pada kesehatan kulit jangka panjang, khususnya pada penguatan *skin barrier* dan proses perbaikan kondisi kulit secara bertahap.

Nama “Liné” berasal dari kata *line* yang berarti garis. Dalam konteks filosofi brand, kata tersebut memiliki makna keteraturan, arah yang jelas, kesinambungan, serta proses perbaikan yang berlangsung secara bertahap dan konsisten. Filosofi tersebut kemudian diterapkan dalam pengembangan produk, komunikasi brand, hingga identitas visual Liné Skin. Oleh karena itu, Liné Skin

tidak hanya diposisikan sebagai produk kecantikan, tetapi juga sebagai bagian dari proses perawatan kulit yang terstruktur, berbasis sains, dan berkelanjutan.



Gambar 2. 3 Produk Liné Skin

(Sumber: Instagram Resmi Liné Skin, 2026)

Dalam proses pengembangan brand, Liné Skin mengedepankan konsep *clean beauty* dan pendekatan minimalis yang terlihat melalui desain produk, pemilihan warna, serta komunikasi visual media sosial perusahaan. Berdasarkan dokumen internal perusahaan dan observasi penulis selama pelaksanaan kerja magang, Liné Skin memiliki *brand positioning* sebagai brand skincare premium dengan karakter visual yang bersih, elegan, modern, dan profesional.

Identitas visual Liné Skin didominasi oleh warna emas (*gold*) dan putih. Warna emas digunakan untuk merepresentasikan kualitas premium, kemewahan, eksklusivitas, dan elegansi. Sementara itu, warna putih digunakan untuk menggambarkan kesederhanaan, kebersihan, kemurnian, dan pendekatan perawatan kulit yang lebih terukur. Kombinasi kedua warna tersebut membentuk citra brand yang minimalis namun tetap memberikan kesan premium dan profesional.

Berbeda dengan Liné Skin, DNA Favorit menggunakan warna hijau toska (*teal*) sebagai identitas visual utama perusahaan. Berdasarkan penjelasan internal perusahaan, warna tersebut dipilih karena melambangkan kesehatan, pemulihan, stabilitas, keseimbangan, serta kepercayaan. Dalam konteks layanan kesehatan dan

kecantikan, warna tersebut juga memberikan kesan higienis, profesional, dan modern.



Gambar 2. 4 Logo DNA Favorit

Sumber: Website Resmi Perusahaan (2022)



Gambar 2. 5 Logo Liné Skin

Sumber: Website Resmi Perusahaan (2022)

Selain mengembangkan produk dan layanan kesehatan, PT Maseng Surya Kencana juga mulai mengoptimalkan aktivitas *digital marketing communication* sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran perusahaan. Media sosial seperti Instagram dan TikTok digunakan sebagai kanal utama dalam membangun *brand awareness*, meningkatkan engagement audiens, memperkenalkan produk, hingga membangun hubungan dengan konsumen secara lebih interaktif.

Pemanfaatan media sosial tersebut menjadi penting karena target pasar industri skincare saat ini didominasi oleh generasi muda yang aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi produk, referensi perawatan kulit, hingga media interaksi dengan brand. Oleh karena itu, perusahaan secara aktif mengembangkan strategi konten digital melalui Instagram dan TikTok dengan memanfaatkan format konten visual, video pendek, edukasi produk, *trend content*, serta *user generated content* (UGC).

Selama pelaksanaan kerja magang, penulis ditempatkan pada unit Liné Skin sebagai Social Media Intern dengan fokus utama pada pengelolaan media sosial Instagram dan TikTok. Dalam aktivitas kerja sehari-hari, penulis terlibat secara langsung dalam proses riset tren media sosial, observasi kompetitor, penyusunan ide konten, produksi foto dan video, editing konten, penulisan caption, publikasi media sosial, monitoring insight, hingga evaluasi performa konten media sosial perusahaan.

Pemilihan PT Maseng Surya Kencana sebagai tempat pelaksanaan kerja magang dilakukan berdasarkan beberapa pertimbangan objektif yang relevan dengan bidang keilmuan penulis. Pertama, perusahaan bergerak pada industri skincare yang memiliki keterkaitan erat dengan perkembangan komunikasi pemasaran digital dan media sosial. Kedua, Liné Skin merupakan brand yang masih berada dalam tahap pengembangan sehingga memberikan kesempatan bagi penulis untuk memahami proses pembangunan media sosial brand dari tahap awal. Ketiga, perusahaan memberikan kesempatan kepada penulis untuk terlibat secara langsung dalam proses pengelolaan media sosial dan produksi konten digital, sehingga memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan dari teori perkuliahan ke praktik kerja nyata.

Melalui pelaksanaan kerja magang di PT Maseng Surya Kencana, penulis memperoleh pemahaman mengenai bagaimana aktivitas *digital marketing communication* diterapkan pada industri skincare, khususnya dalam pengelolaan media sosial Instagram dan TikTok sebagai sarana komunikasi pemasaran digital. Selain itu, penulis juga memahami bagaimana media sosial digunakan untuk membangun hubungan dengan audiens, meningkatkan engagement, serta mendukung proses pengembangan brand melalui strategi konten digital yang kreatif, konsisten, dan berbasis insight media sosial.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

2.2.1 Struktur Organisasi PT Maseng Surya Kencana



Gambar 2. 6 Struktur Organisasi PT Maseng Surya Kencana

Sumber: Data Olahan Penulis (2026)

Struktur organisasi PT Maseng Surya Kencana dipimpin oleh Pimpinan Perusahaan sebagai penanggung jawab tertinggi yang memiliki peran dalam menentukan arah bisnis, pengambilan keputusan strategis, pengawasan operasional perusahaan, serta pengembangan unit usaha perusahaan. Pimpinan perusahaan juga bertanggung jawab dalam melakukan pengawasan terhadap seluruh aktivitas perusahaan agar tetap berjalan sesuai visi, tujuan, dan kebijakan perusahaan.

Dalam pelaksanaan operasional perusahaan, pimpinan dibantu oleh bagian Manajemen Operasional yang bertugas mengoordinasikan jalannya kegiatan operasional pada seluruh unit usaha perusahaan. Bagian ini memiliki tanggung jawab dalam memastikan efektivitas layanan, pengelolaan sumber daya manusia, pengawasan kualitas pelayanan, hingga koordinasi antarunit kerja agar aktivitas operasional berjalan secara terstruktur dan efisien.

Selain fungsi operasional utama, perusahaan juga memiliki Fungsi Penunjang yang terdiri dari bagian administrasi umum, keuangan dan accounting,

serta pengelolaan dokumen perusahaan. Fungsi penunjang ini berperan dalam mendukung kebutuhan administratif perusahaan, pengelolaan data operasional, pengarsipan dokumen, hingga pengelolaan laporan keuangan perusahaan. Keberadaan fungsi penunjang menjadi penting karena mendukung kelancaran aktivitas operasional dan koordinasi antarunit perusahaan.

Pada unit pelayanan kesehatan, struktur organisasi terbagi menjadi beberapa bagian sesuai bidang layanan masing-masing, yaitu Unit Laboratorium, Klinik DNA Favorit, Unit Apotek, DNA Klinik Kecantikan, serta Unit Produk dan Brand.

1. Unit Laboratorium

Unit laboratorium dipimpin oleh Penanggung Jawab Laboratorium yang memiliki tanggung jawab dalam mengawasi kegiatan pemeriksaan laboratorium dan memastikan prosedur pemeriksaan berjalan sesuai standar pelayanan kesehatan. Dalam pelaksanaannya, bagian ini dibantu oleh tenaga analis atau pemeriksa laboratorium yang melakukan proses pemeriksaan kesehatan pasien serta administrasi laboratorium yang bertugas mengelola data dan administrasi pemeriksaan.

2. Klinik DNA Favorit

Pada bagian klinik, terdapat Dokter Penanggung Jawab yang bertugas mengawasi layanan kesehatan dan memastikan pelayanan medis berjalan dengan baik. Dalam pelaksanaan operasional sehari-hari, dokter dibantu oleh tenaga medis, perawat, serta administrasi klinik yang bertanggung jawab terhadap pelayanan pasien, pencatatan data pasien, dan pengelolaan administrasi layanan kesehatan.

3. Unit Apotek

Unit apotek terdiri dari tenaga kefarmasian dan petugas pelayanan farmasi yang bertanggung jawab terhadap pengelolaan obat-obatan, pelayanan resep pasien, serta administrasi farmasi. Selain itu, bagian ini juga memastikan ketersediaan produk farmasi dan alat kesehatan yang dibutuhkan perusahaan.

4. DNA Klinik Kecantikan

Pada unit klinik kecantikan, perusahaan memiliki dokter atau tenaga profesional estetika yang menangani layanan kecantikan berbasis medis. Selain itu, terdapat *beauty therapist* dan staf treatment yang bertugas melakukan pelayanan perawatan kecantikan kepada pasien. Bagian administrasi dan customer service juga berperan dalam mengatur jadwal pelayanan, konsultasi pasien, hingga komunikasi dengan pelanggan.

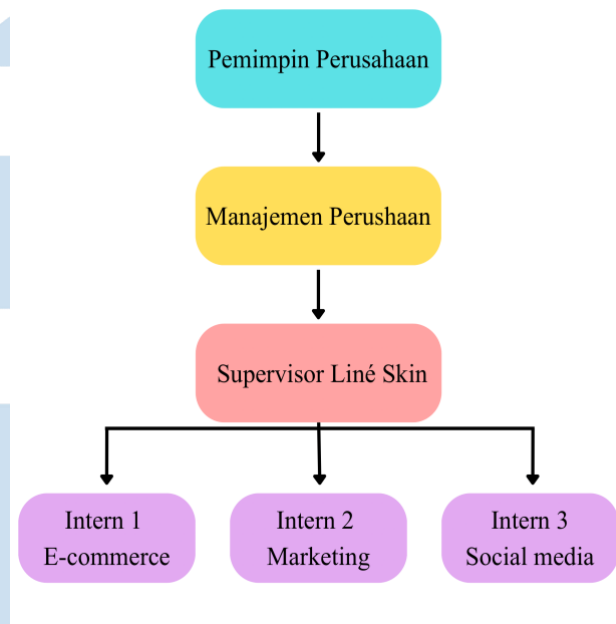
5. Unit Produk dan Brand

Seiring berkembangnya bisnis perusahaan di bidang skincare, PT Maseng Surya Kencana juga membentuk unit khusus yang menangani pengembangan produk dan brand, termasuk brand Liné Skin. Pada bagian ini terdapat fungsi *product development, marketing and branding, social media and digital*, hingga *sales and e-commerce*. Unit ini berperan dalam pengembangan produk skincare, pengelolaan media sosial, aktivitas komunikasi pemasaran digital, strategi branding, hingga pengembangan penjualan melalui platform digital dan e-commerce.

Keberadaan unit produk dan brand menunjukkan bahwa perusahaan mulai beradaptasi terhadap perkembangan industri digital dan perubahan perilaku konsumen yang semakin aktif menggunakan media sosial dan platform online dalam mencari informasi produk kecantikan dan kesehatan.

Secara keseluruhan, struktur organisasi PT Maseng Surya Kencana menunjukkan adanya pembagian fungsi kerja yang saling terintegrasi antara bidang pelayanan kesehatan, kecantikan, administrasi, dan pengembangan bisnis digital. Struktur tersebut membantu perusahaan dalam menjalankan operasional secara lebih terkoordinasi serta mendukung pengembangan bisnis perusahaan pada sektor kesehatan dan skincare.

2.2.2 Struktur Organisasi Liné Skin



Gambar 2. 7 Logo Struktur Organisasi Liné Skin

Sumber: Data Olahan Penulis (2026)

Struktur organisasi pada unit brand Liné Skin memiliki bentuk yang lebih sederhana dan fleksibel dibandingkan struktur organisasi perusahaan secara keseluruhan. Hal ini dikarenakan Liné Skin masih berada dalam tahap pengembangan brand sehingga sistem kerja yang digunakan lebih bersifat dinamis dan menyesuaikan kebutuhan operasional perusahaan.

Dalam struktur organisasi Liné Skin, posisi tertinggi berada pada Pimpinan Perusahaan yang bertugas mengawasi arah pengembangan brand dan strategi bisnis perusahaan secara umum. Selanjutnya, koordinasi operasional dilakukan oleh bagian Manajemen Perusahaan yang memiliki tanggung jawab dalam mengatur jalannya aktivitas operasional brand serta memastikan seluruh kegiatan pemasaran dan pengembangan produk berjalan sesuai target perusahaan.

Pada pelaksanaan kegiatan sehari-hari, unit Liné Skin dipimpin oleh seorang Supervisor Liné Skin yang berperan sebagai penanggung jawab utama dalam aktivitas operasional digital marketing dan pengelolaan media sosial

brand. Supervisor memiliki tanggung jawab dalam memberikan arahan kerja, menentukan konsep dan strategi konten, melakukan koordinasi antaranggota tim, membagi pekerjaan sesuai kebutuhan operasional, hingga melakukan pengecekan dan persetujuan terhadap materi konten sebelum dipublikasikan pada media sosial perusahaan.

Dalam menjalankan aktivitas operasional, Supervisor Liné Skin dibantu oleh tiga mahasiswa magang yang memiliki fokus pekerjaan berbeda, yaitu bagian *e-commerce*, *marketing*, dan *social media*.

1. Intern E-commerce

Bagian *e-commerce* bertanggung jawab dalam membantu pengelolaan platform penjualan online perusahaan, seperti pengelolaan katalog produk, administrasi penjualan, hingga monitoring aktivitas penjualan digital pada marketplace perusahaan.

2. Intern Marketing

Bagian marketing membantu aktivitas promosi dan komunikasi pemasaran perusahaan, termasuk membantu penyusunan campaign, strategi promosi, pengembangan ide pemasaran, hingga aktivitas pendukung branding produk.

3. Intern Social Media

Pada bagian social media, mahasiswa magang bertanggung jawab dalam membantu pengelolaan media sosial Instagram dan TikTok Liné Skin. Aktivitas yang dilakukan meliputi riset tren media sosial, observasi kompetitor, penyusunan ide konten, produksi foto dan video, editing konten, penulisan caption, publikasi media sosial, monitoring insight, hingga evaluasi performa konten media sosial.

Struktur organisasi yang sederhana dan ramping pada unit Liné Skin membuat proses komunikasi dan koordinasi kerja berlangsung secara lebih langsung. Selain itu, sistem kerja yang fleksibel memungkinkan proses pengambilan keputusan dilakukan dengan lebih cepat sesuai kebutuhan

operasional dan perkembangan tren media sosial yang berubah secara dinamis.

2.3 Portofolio Perusahaan

Portofolio perusahaan merupakan gambaran mengenai layanan, pengalaman kerja, serta pengembangan usaha yang dimiliki perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya. PT Maseng Surya Kencana memiliki dua unit usaha utama yang bergerak pada bidang kesehatan dan kecantikan, yaitu DNA Favorit Laboratory and Clinic Center sebagai penyedia layanan kesehatan serta Liné Skin sebagai brand skincare yang berfokus pada perawatan kulit.

Kedua unit usaha tersebut saling berkaitan dan mendukung satu sama lain, khususnya dalam memenuhi kebutuhan masyarakat pada bidang kesehatan, kecantikan, dan perawatan kulit. DNA Favorit berperan dalam menyediakan layanan kesehatan dan konsultasi medis, sementara Liné Skin hadir sebagai produk skincare yang mendukung kesehatan kulit melalui pendekatan perawatan yang lebih terstruktur dan berkelanjutan.

2.3.1 Portofolio Klinik DNA Favorit

DNA Favorit merupakan salah satu unit usaha PT Maseng Surya Kencana yang bergerak di bidang layanan kesehatan dan laboratorium. Dalam menjalankan operasionalnya, DNA Favorit menyediakan berbagai layanan kesehatan yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, baik dalam pemeriksaan kesehatan, pelayanan klinik, maupun layanan kecantikan berbasis medis.

Berdasarkan informasi pada website resmi perusahaan, DNA Favorit telah menjalin kerja sama dengan berbagai perusahaan swasta maupun instansi pemerintah dalam penyediaan layanan kesehatan. Beberapa perusahaan dan instansi yang pernah bekerja sama dengan DNA Favorit antara lain IKEA, Nutrifood, Honda, Aston Sentul Lake, Sentul Highlands, Mahkamah Agung, PGN Solution, Sinarmas MSIG Life, Perfetti Van Melle, Indomobil Finance, serta Unit Percetakan Al-Qur'an.

Kerja sama tersebut meliputi penyediaan layanan *medical check up* karyawan, pemeriksaan laboratorium kesehatan, layanan klinik perusahaan, hingga penyediaan kebutuhan kesehatan secara menyeluruh bagi karyawan perusahaan dan institusi terkait. Hal tersebut menunjukkan bahwa DNA Favorit tidak hanya melayani pasien individu, tetapi juga memiliki pengalaman dalam menangani kebutuhan layanan kesehatan korporasi.



Gambar 2. 8 Klien Klinik DNA Favorit
Sumber: Website resmi DNA Favorit, (2022)



Gambar 2. 9 Klien Klinik DNA Favorit
Sumber: Website resmi DNA Favorit, (2022)

Layanan utama yang disediakan oleh DNA Favorit meliputi layanan *medical check up* dengan berbagai jenis pemeriksaan kesehatan, seperti pemeriksaan fungsi ginjal, fungsi hati, kadar kolesterol, gula darah, dan pemeriksaan laboratorium lainnya. Selain itu, tersedia pula layanan klinik yang mencakup dokter umum, poliklinik, poli bidan, serta dokter gigi yang bertujuan memberikan pelayanan medis dasar hingga lanjutan kepada pasien.

Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan kenyamanan pasien, DNA Favorit juga menyediakan layanan *home care* yang memungkinkan pasien memperoleh pelayanan kesehatan secara langsung di rumah. Selain itu, perusahaan juga menyediakan layanan *medical check up on site* untuk perusahaan yang

dilakukan langsung di lokasi kerja guna mempermudah proses pemeriksaan kesehatan rutin karyawan.

DNA Favorit juga menghadirkan layanan *vitamin booster* yang bertujuan membantu meningkatkan daya tahan tubuh dan menjaga kondisi kesehatan pasien. Kehadiran berbagai layanan tersebut menunjukkan bahwa DNA Favorit berupaya memberikan pelayanan kesehatan yang lebih fleksibel, praktis, dan menyesuaikan kebutuhan masyarakat.



Gambar 2. 10 Layanan Klinik DNA Favorit

Sumber: Website resmi DNA Favorit (2022)

Selain layanan kesehatan umum, DNA Favorit juga memiliki fasilitas apotek yang menyediakan berbagai kebutuhan farmasi, seperti obat bebas, obat resep dokter, obat generik, vitamin, alat kesehatan, hingga layanan konsultasi apoteker. Keberadaan apotek tersebut mendukung pelayanan kesehatan perusahaan agar pasien dapat memperoleh kebutuhan farmasi secara lebih mudah dan terintegrasi.

DNA Favorit turut mengembangkan layanan kecantikan berbasis medis melalui DNA Klinik Kecantikan. Layanan kecantikan yang tersedia meliputi facial treatment, *DNA salmon skin booster*, *laser pico*, dan beberapa treatment kecantikan lainnya yang berfokus pada kesehatan dan perawatan kulit secara profesional. Penggunaan teknologi kecantikan modern tersebut menjadi salah satu bentuk pengembangan layanan perusahaan pada sektor estetika dan kesehatan kulit.



Gambar 2. 11 Klinik Kecantikan DNA Favorit

Sumber: Data Olahan Penulis (2026)

2.3.2 Portofolio Liné Skin

Selain bergerak di bidang layanan kesehatan, PT Maseng Surya Kencana juga mengembangkan brand skincare bernama **Liné Skin** yang berfokus pada perawatan dan kesehatan kulit. Liné Skin hadir sebagai brand skincare yang mengedepankan konsep perawatan kulit berbasis kesehatan (*skin health oriented skincare*) dengan formulasi yang dirancang untuk membantu menjaga kondisi kulit agar tetap sehat, terhidrasi, dan terawat.

Dalam pengembangan produknya, Liné Skin menempatkan kesehatan kulit dan penguatan *skin barrier* sebagai fokus utama. Oleh karena itu, produk-produk yang dikembangkan tidak hanya berorientasi pada hasil visual, tetapi juga memperhatikan kebutuhan dasar kulit melalui kandungan yang dirancang untuk membantu menjaga kelembapan, memperbaiki tekstur kulit, serta membantu proses regenerasi kulit secara bertahap.

Produk-produk yang dimiliki oleh Liné Skin terdiri dari beberapa kategori perawatan kulit harian, yaitu:

1. Gentle Glow Cleanser

Produk pembersih wajah dengan formula lembut yang berfungsi membersihkan kulit tanpa memberikan efek kulit terasa kering atau tertarik setelah pemakaian.

2. Dew Milky Toner

Toner dengan fungsi hidrasi yang membantu menjaga kelembapan kulit sehingga kulit terasa lebih lembut dan terhidrasi.

3. Advance Brightening Serum

Serum pencerah yang membantu menyamarkan noda hitam, membantu meratakan warna kulit, serta membuat tampilan kulit terlihat lebih cerah.

4. Glow Brightening Day Cream

Krim siang yang berfungsi membantu mencerahkan kulit sekaligus memberikan efek *tone up* pada wajah.

5. Glow Brightening Night Cream

Krim malam yang digunakan untuk membantu proses perbaikan kondisi kulit selama malam hari.

6. Salmon DNA Jelly Moisturizer

Pelembap dengan tekstur jelly yang membantu memberikan hidrasi sekaligus membantu menjaga elastisitas kulit agar tampak lebih sehat dan glowing.

Secara keseluruhan, produk-produk Liné Skin dikembangkan untuk memberikan manfaat utama berupa hidrasi kulit, membantu mencerahkan kulit, menjaga kesehatan *skin barrier*, serta membantu menciptakan tampilan kulit yang sehat dan terawat

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 12 Produk Liné Skin

Sumber: Data Olahan Penulis (2026)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA