



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Deskripsi Perusahaan

Pada tanggal 5 Februari 2020 hingga 3 Mei 2020 penulis telah menjalankan program magang di PT Ruang Raya Indonesia, yaitu sebagai desainer grafis di divisi *creative marketing*. Ruangguru merupakan perusahaan di bidang pendidikan berbasis teknologi yang terbesar di Indonesia. Selama enam tahun, Ruangguru telah memiliki cerita sejarah yang cukup panjang, menciptakan dan terus mengembangkan inovasi produk, serta telah meraih banyak penghargaan.

2.1.1. Sejarah Ruangguru

Menurut artikel *website* dengan rubrik Tentang Ruangguru (Ruangguru, n.d.) yang diakses pada tanggal 26 April 2020, PT Ruang Raya Indonesia atau Ruangguru didirikan oleh Adamas Belva Syah Devara (CEO Ruangguru) dan Iman Usman (CPO Ruangguru). Ruangguru telah berdiri sejak tahun 2014. Kedua pendiri Ruangguru berhasil menggiring Ruangguru menuju kesuksesan. Berkat kesuksesannya, Iman dan Belva meraih penghargaan pengusaha sukses *Forbes 30 under 30* dalam bidang teknologi konsumen di Asia.



Gambar 2.1. Kantor Ruangguru
(Arijaya, 2019)

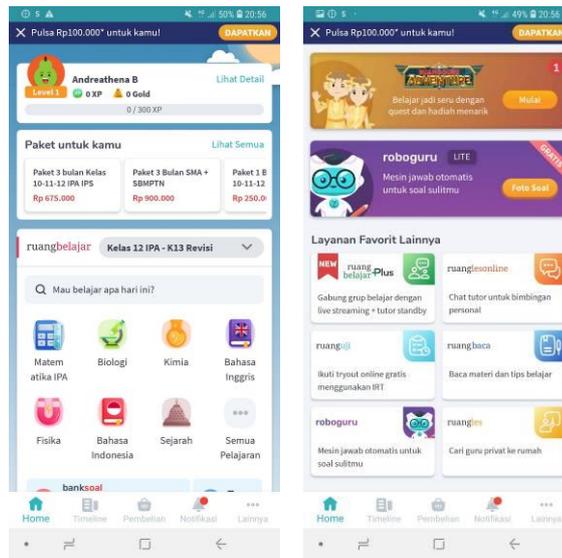


Gambar 2.2. Meja Kerja Ruangguru

Kantor pusat Ruangguru yang dinamakan sebagai Ruangguru HQ saat ini berada di Jakarta. Tepatnya berada di Jl. Dr. Saharjo No. 161, Manggarai Selatan, Tebet, Jakarta Selatan. Kantor tersebut adalah tempat di mana penulis bekerja. Di samping itu, Ruangguru memiliki beberapa kantor cabang yang tersebar di berbagai kota. Di Jakarta sendiri, terdapat satu kantor lain, yaitu di Alun Graha, Jakarta Selatan. Ruangguru juga terdapat di Bandung, Yogyakarta, Aceh, Padang Sidempuan, Palembang, Lampung, Jambi, dan masih banyak lagi.



Gambar 2.3. Website Ruangguru



Gambar 2.4. Aplikasi Ruangguru

Sebagai perusahaan di bidang pendidikan berbasis teknologi, Ruangguru memberikan layanan pembelajaran melalui *website* dan aplikasi. Ruangguru mengolah materi dan menyajikannya melalui kelas virtual, video pembelajaran animasi, latihan soal, hingga memberikan ujian secara *online*. Materi pembelajaran diolah dan diajarkan oleh pengajar Ruangguru yang berkualitas. Para pengajar tersebut dikenal dengan sebutan *Master Teacher*.

Bidang pelajaran yang ditawarkan sangat bervariasi. Kini Ruangguru memiliki lebih dari 100 bidang pelajaran dengan jumlah guru sebanyak 300.000 orang. Pengguna Ruangguru juga sangat banyak, yaitu mencapai lebih dari 15 juta orang. Dalam mewujudkan visi dan misinya dalam pendidikan Indonesia, saat ini Ruangguru bekerjasama dengan 32 Pemerintah Provinsi. Ruangguru juga bermitra dengan 326 Pemerintah Kabupaten dan Kota di Indonesia.

Target audiens Ruangguru, baik yang menggunakan ataupun tidak, dapat mendapatkan informasi melalui *website* dan sosial media Ruangguru. Media sosial yang digunakan adalah Instagram, Facebook, Twitter, Tiktok, Youtube, dan Line. Media sosial Ruangguru tidak hanya menyampaikan informasi seputar Ruangguru dan produknya saja. Melalui media sosial, terutama Instagram, Ruangguru menyuguhkan beberapa rubrik konten reguler yang menarik. Beberapa

di antaranya adalah Rogufacts, Rogutips, Roguinsight, Rogubijak, Sinemantap, Pojok PTN, English Daily Dose, Kataku, Asah Otak, dan masih banyak lagi.



Gambar 2.5. Maskot dan *Brand Ambassador* Ruangguru

Dalam menunjang produk dan jasa yang ditawarkan, Ruangguru memiliki maskot dan beberapa *brand ambassador*. Maskot Ruangguru bernama Rogu, sedangkan panggilan untuk para *brand ambassador* Ruangguru adalah *Ruangguru Squad*. Mereka adalah Putri Ariani, Nissa Sabyan, Naura Ayu, Nashwa, Misellia Ikwan, Jess No Limit, Gita Savitri, dan Anneth DLC. Ruangguru juga memiliki *brand ambassador* yang menasar pada keluarga, yaitu Ruben Onsu, Sarwendah, dan Bertrand. Selain itu, ada juga Nussa dan Rarra.

Sebagai *startup* yang telah mumpuni di bidang pendidikan, Ruangguru telah mendapatkan beberapa penghargaan dari beberapa pihak. Penghargaan tersebut antara lain didapatkan dari *Google Launchpad Accelerator 2016*, *UNICEF Youth Innovation Forum 2015*, *Bubu Awards 2016*, *MIT Solve*, *the Atlassian Foundation*, *Departemen of Foreign Affairs and Trade*, *KINSES 2016*, dan juga *Rice Bowl Startup Awards 2016*.

2.1.2. Visi dan Misi Ruangguru

Merujuk pada artikel Tentang Ruangguru (Ruangguru, n.d.), visi dari Ruangguru adalah memberikan pendidikan yang berkualitas melalui teknologi yang bisa diakses secara luas, kapan saja, dan di mana saja. Hal ini dapat diwujudkan dengan misi-misi sebagai berikut:

1. Memberikan layanan pendidikan dan materi pembelajaran dari guru-guru terbaik dengan harga yang terjangkau.
2. Meningkatkan kualitas pengajar, menciptakan lapangan pekerjaan, dan memberikan penghasilan tambahan bagi para guru.
3. Menggunakan teknologi untuk membantu siswa, guru, dan orang tua dalam aktivitas belajar mengajar agar lebih efektif dan efisien.
4. Mengembangkan pelayanan dan berkolaborasi dengan berbagai pihak.

Selain visi dan misi di atas, Ruangguru juga memiliki nilai perusahaan yang ditanamkan, yaitu *C.H.I.E.F. Culture*. Menurut *website* Karier Ruangguru (n.d.) dengan rubrik *Our Values* yang diakses pada tanggal 26 April 2020, Kepanjangan dari C.H.I.E.F. adalah *collaborative, human-centric, introspective, entrepreneurial, dan fun*. Ruangguru sangat menjunjung tinggi kerjasama dalam tim. Ruangguru juga mengutamakan pekerja, konsumen, dan semua orang yang terlibat dengan Ruangguru. Hal ini dilakukan baik dalam hal pelayanan maupun desain yang dirancang. Dalam perkembangannya, Ruangguru terus mengevaluasi diri dan belajar dari pengalaman, terus berinovasi dan mengejar cita-cita tanpa ragu. Selain itu, Ruangguru juga membangun suasana kerja yang menyenangkan.

2.1.3. Logo dan Identitas Ruangguru

Ruangguru memiliki logo berupa *logotype*. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh penulis pada tanggal 4 Mei 2020 kepada Bhaskoro Ajie, selaku *Graphic Designer Lead*, font dasar yang digunakan pada logo ini adalah *Droid Serif* yang kemudian dimodifikasi. Hurufnya yang bersifat humanis memberikan kesan Ruangguru yang dinamis dalam memajukan pendidikan di Indonesia. Warna yang digunakan pada logo ini adalah toska dengan kode #2eb5c0. Warna toska digunakan untuk menggambarkan pengetahuan, kebijaksanaan, dan juga kesegaran. Warna ini membuat belajar terkesan lebih menyenangkan dan modern.



Gambar 2.6. Logo Ruangguru

Warna #2eb5c0 juga sekaligus menjadi identitas Ruangguru. Oleh karena itu pada setiap konten reguler Ruangguru harus terdapat warna ini. Logo Ruangguru dapat diganti warnanya menjadi putih atau abu-abu tua sesuai dengan kebutuhan pada saat mendesain. Selain itu identitas Ruangguru juga dapat dilihat dari desain-desainnya yang bersifat *festive*.

2.1.4. Produk dan Anak Perusahaan Ruangguru

Selama enam tahun berdiri, Ruangguru telah memiliki beberapa produk yang dapat membantu siswa dalam belajar. Menurut *website* Ruangguru (n.d.) dengan rubrik Produk Kami, beberapa produk dari Ruangguru antara lain adalah Ruangbelajar, Ruangbelajar Plus, Ruangles, Ruanglesonline, Ruanguji, dan Ruangbaca. Selain itu, Ruangguru saat ini juga memiliki tiga anak perusahaan, yaitu Ruangkerja, Brain Academy, dan Skill Academy.



Gambar 2.7. Logo Ruangbelajar

Saat magang di Ruangguru, penulis juga mendapatkan kesempatan untuk bekerjasama dengan tim *product marketing* dan membuat desain promosi Ruangbelajar. Sebagai salah satu produk Ruangguru, Ruangbelajar menyediakan ribuan video pembelajaran. Video dirancang dengan animasi agar lebih menarik dan mudah untuk dimengerti. Ruangbelajar juga menyediakan latihan soal, pembahasan, serta rangkuman berupa infografis di akhir pembelajaran.



Gambar 2.8. Logo Ruangbelajar Plus

Penulis juga pernah mendapatkan kesempatan untuk merancang desain promosi Ruangbelajar Plus. Produk ini menjadi pelengkap dari Ruangbelajar dengan adanya berbagai fitur tambahan menarik. Siswa dapat melakukan *live streaming*, *free* konseling, dan bergabung dalam grup. Di dalam grup siswa dapat bertemu dan belajar bersama teman-teman dari Indonesia. Selain itu ada juga fitur *tutor standby*, materi lengkap dan mendalam, serta bebas pilih topik.



Gambar 2.9. Logo Ruangles

Selain kedua produk di atas, penulis juga mendesain promosi produk Ruangles untuk disertakan dalam konten reguler Ruangguru. Ruangles membantu siswa dalam belajar privat dengan menyediakan lebih dari 200.000 guru terbaik di Indonesia. Siswa dapat mempelajari berbagai macam topik, baik akademik maupun nonakademik. Ruangles juga memberikan jaminan kepuasan dengan mencarikan tutor pengganti apabila tidak cocok.



Gambar 2.10. Logo Ruanglesonline

Ketika berada di rumah dan tidak sedang bersama tutor, siswa bisa bertanya melalui Ruanglesonline. Para tutor di Ruanglesonline siap untuk membantu selama 24 jam. Siswa hanya perlu memotretnya. Setelah itu, siswa secara otomatis terhubung dengan tutor Ruanglesonline. Selanjutnya siswa dapat membahasnya melalui *live chat* selama 20 menit.



Gambar 2.11. Logo Ruanguji



Gambar 2.12. Logo Ruangbaca

Dua produk lainnya yang dimiliki oleh Ruangguru adalah Ruanguji dan Ruangbaca. Melalui Ruanguji, Ruangguru menyajikan soal-soal *tryout*, seperti untuk persiapan USBN, UNBK, UTBK, dan masih banyak lagi. Siswa jadi dapat merasakan pengalaman ujian, mendapatkan pembahasan, analisis topik, dan mengetahui peringkat *tryout*. Di samping itu ada pula Ruangbaca. Pada *blog* Ruangguru ini, siswa dapat membaca materi dan tips pelajaran. Selain itu ada juga tips-tips *parenting*, tips untuk guru, dan persiapan kuliah. Selama magang, penulis juga mendapatkan kesempatan untuk mendesain konten Ruangbaca yang akan penulis jelaskan lebih lanjut pada bab III.



Gambar 2.13. Logo Ruangkerja

Selain Ruangguru, PT Ruang Raya Indonesia juga memiliki anak perusahaan. Ruangkerja adalah salah satunya. Menurut *website* Ruangkerja (n.d.) yang diakses pada tanggal 27 Februari 2020, Ruangkerja merupakan platform pelatihan *online* bersertifikasi untuk karyawan perusahaan. Sistem yang digunakan adalah *mobile learning*. Di Ruangkerja, pelatihan dikemas menarik dengan menggunakan video. Terdapat pula kuis, infografis, artikel, dan modul interaktif lainnya. Pengguna juga dapat berdiskusi dengan sesama peserta dan pakar pada topik yang diambil melalui forum diskusi.



Gambar 2.14. Logo Brain Academy

Anak perusahaan yang kedua adalah Brain Academy. Menurut *website* Brain Academy (n.d.) yang diakses pada tanggal 27 April 2020, Brain Academy merupakan bimbel yang didirikan oleh Ruangguru. Saat ini Brain Academy tersebar di 10 kota di Indonesia. Bimbel dikemas dengan konsep abad 21 yang modern, di mana terdapat kombinasi antara bimbel *online* dan *offline*. Pembelajaran juga dilaksanakan secara digital, di mana setiap kelas memiliki fasilitas gadget untuk mendukung kegiatan belajar.



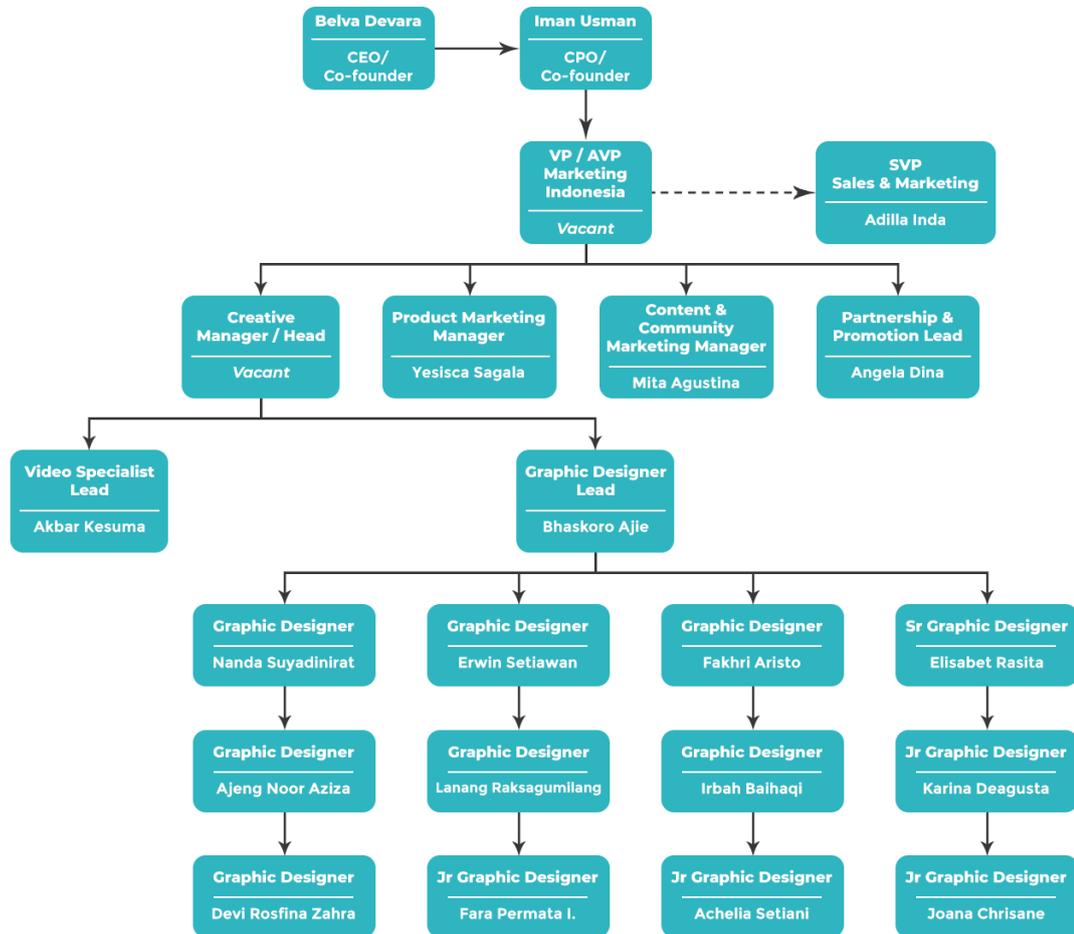
Gambar 2.15. Logo Skill Academy

Terkahir, PT Ruang Raya Indonesia juga memiliki anak perusahaan yang diberi nama Skill Academy. Menurut *website* Skill Academy (n.d.) yang diakses pada tanggal 27 April 2020, Skill Academy merupakan platform di mana mahasiswa, profesional, dan umum dapat mengasah kemampuan mereka. Kemampuan yang diasah tidak hanya secara teknis, tetapi juga *soft skill*. Skill Academy mengasah kemampuan penggunanya menggunakan video yang disampaikan oleh para ahli. Setelah itu, terdapat pula ujian di akhir sesi yang harus dikerjakan agar konsumen dapat mendapatkan sertifikat.

2.2. Struktur Organisasi Perusahaan

Ruangguru dipimpin oleh Adamas Belva sebagai *Chief Executive Officer* (CEO) dan Iman Usman sebagai *Chief Product Officer* (CPO) Ruangguru. Setelah itu masing-masing dari mereka memiliki wakilnya masing-masing. Divisi *Creative*

Marketing berada di bawah Iman Usman. Pada divisi *creative marketing*, terdapat tim *graphic designer* dan *video specialist*. *Graphic Designer Lead* dari Ruangguru adalah Bhaskoro Ajie, sedangkan *video specialist* dipimpin oleh Akbar Kesuma.



Gambar 2.16. Bagan Struktur Organisasi Tim Kreatif Ruangguru

Di dalam tim *design grafis* terdapat desainer grafis senior, desainer grafis, dan desainer grafis junior. Setelah itu terdapat pula *graphic design intern*. Tim *creative marketing* Ruangguru memiliki 13 desainer grafis yang belum termasuk *intern*. Selama magang, penulis dibimbing oleh Achelia Setiani sebagai desainer grafis sekaligus *supervisor* dari penulis.

Selama bekerja, penulis juga berhubungan langsung dengan tim *content marketing*, *product marketing*, dan *video specialist* bagian *motion graphic*. Penulis mendapatkan *brief* dari *content marketing* dan *product marketing* yang

kemudian divisualisasikan. Selain itu, penulis juga membuat aset grafis yang kemudian diserahkan kepada tim *motion graphic*. Beberapa kali penulis juga bertugas untuk membuat desain konten permintaan dari Iman Usman, dan mendapatkan revisi langsung dari beliau.

Berikut ini adalah uraian gambaran pekerjaan dan tanggung jawab dalam divisi *creative marketing* Ruangguru secara garis besar.

1. *Chief Executive Officer*

Adamas Belva sebagai CEO Ruangguru bertanggung jawab terhadap divisi bagian *engineering, educational content development, business development* produk dan *content production*. Selain itu CEO juga bertanggung jawab terhadap divisi bagian *human resource* dan *general affair*, serta *finance, accounting, dan tax*. Dengan demikian, keputusan mengenai rekrutmen dan pengelolaan uang dipegang oleh CEO Ruangguru.

2. *Chief Product Officer*

Iman Usman sebagai CPO bertanggung jawab terhadap *head of creative* Ruangguru yang meliputi *graphic designer* dan *video specialist*. Selain itu ada juga beberapa divisi lain, seperti *content marketing, product marketing, dan project manager*. CPO juga bertugas untuk merancang strategi bisnis dengan tetap mempertahankan visi, misi, dan nilai-nilai dari Ruangguru.

3. *Vice President of Sales and Marketing*

Vice president dari bagian *sales* dan *marketing* Ruangguru adalah Adilla Inda. *VP* dari *sales* dan *marketing* bertugas untuk mengontrol penjualan dan pemasaran produk yang ditawarkan oleh Ruangguru. Pemasaran produk harus dijaga agar tetap efisien dan efektif dengan merencanakan strategi pemasaran.

4. *Graphic Design Lead*

Bhaskoro Ajie selaku pemimpin desainer grafis di Ruangguru bertugas untuk mengajukan ide desain pada CPO. Ide desain tersebut juga sekaligus menjadi solusi dan inovasi yang mengutamakan keefektifan dan kekomunikatifan desain. Sebagai jembatan antara CPO dan desainer grafis, pemimpin desainer grafis juga menyampaikan arahan dan pesan dari CPO kepada desainer grafis.

5. *Video Specialist Lead*

Saat ini ketua tim *video specialist* Ruangguru bernama Akbar Kesuma. Tugas dari ketua *video specialist* adalah bertanggung jawab terhadap video, foto, dan animasi yang diproduksi. Sama seperti *graphic design lead*, ketua *video specialist* bertugas sebagai jembatan antara CPO dengan videografer, fotografer, editor, dan *animator* Ruangguru.

6. *Graphic Designer*

Graphic Designer bertanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan dan menyelesaikan masalah yang dialami pengguna melalui visual. Desainer grafis di Ruangguru harus dapat mengembangkan konsep dan mengatur *layout*. *Supervisor* penulis adalah desainer grafis yang bertugas sebagai desainer grafis konten reguler dan promosi produk Ruangguru. Dalam melaksanakan tugas-tugasnya, desainer grafis bekerja sama dengan *copywriter* (divisi *content marketing*) dan teman-teman sesama desainer grafis.

7. *Graphic Design Intern*

Sebagai *graphic design intern*, penulis bertugas untuk membantu pekerjaan *supervisor*. Apabila sedang tidak ada yang bisa dibantu, penulis bisa meminta pekerjaan kepada desainer grafis lainnya. *Intern* desainer grafis juga harus melakukan asistensi desain kepada *supervisor* sebelum desain di-*upload*.