

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang PT Generasi Pembawa Sukses (FUOMO)

PT Generasi Pembawa Sukses merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *platform* digital dengan produk utama Fuomo. *Platform* ini dikembangkan sebagai sarana bagi *creator* digital untuk mendistribusikan, mempromosikan, serta memonetisasi karya digital mereka secara lebih optimal.



Gambar 2.1 Logo Fuomo

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

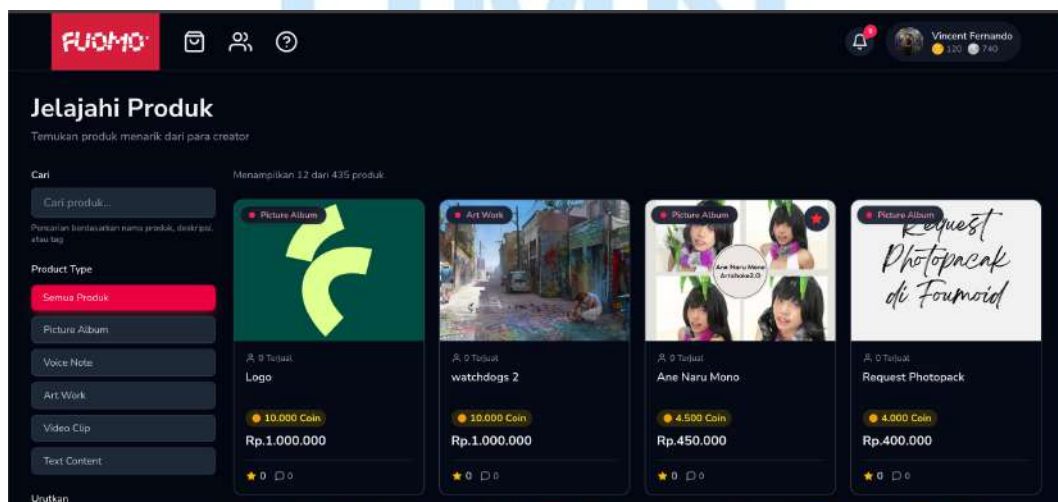
Platform Fuomo dirancang untuk memenuhi kebutuhan *creator* di era ekonomi digital, khususnya dalam hal akses terhadap *platform* yang mendukung berbagai jenis konten. Melalui Fuomo, *creator* dapat menjual kontennya seperti ilustrasi, *gaming*, *anime*, karya seni, audio, serta produk digital lainnya kepada pengguna secara langsung. Selain itu, *platform* ini juga menyediakan fitur interaksi antara *creator* dan penggemar/*supporter* guna meningkatkan *engagement* serta membangun interaksi.

Secara umum, berdirinya *platform* Fuomo tidak terlepas dari pesatnya perkembangan industri kreatif digital di Indonesia. Pertumbuhan ini menunjukkan adanya potensi pasar yang besar, namun belum sepenuhnya di monetisasi *platform* yang mampu mengakomodasi kebutuhan *creator* secara komprehensif. Melihat situasi ini, PT Generasi Pembawa Sukses menginisiasi pengembangan Fuomo sebagai solusi untuk menjadi jembatan antara *creator* dan pasar. *Platform* ini dirancang untuk

menyediakan akses yang lebih luas bagi *creator* dalam mendistribusikan karya serta memperoleh pendapatan secara mandiri.

Pengembangan konsep Fuomo dimulai pada tahun 2024, dengan proses perumusan nama yang dilakukan melalui *brainstorming internal*. Fuomo sendiri terinspirasi dari istilah *FOMO (Fear of Missing Out)*, yang mencerminkan perilaku masyarakat digital saat ini, dalam mengikuti tren dan peluang yang ada. Hal ini menjadi dasar *positioning* Fuomo sebagai *platform* yang relevan, dinamis, dan adaptif terhadap perkembangan pasar digital saat ini. Nama Fuomo juga merupakan singkatan dari *Fans, Unlimited, Opportunity, Monetization, dan Outreach*, yang merepresentasikan nilai dan tujuan utama *platform* ini.

Fuomo secara resmi diluncurkan pada 16 April 2025 melalui *website fuomo.id* dan berbagai kanal media sosial sebagai langkah awal dalam membangun *awareness*. Dalam pengembangannya, Fuomo dilengkapi dengan berbagai fitur pendukung, seperti sistem pembayaran terintegrasi (*payment*), *user friendly*, *wishlist* sebagai sarana *creator* untuk mendapatkan dukungan, serta fitur *supporter* untuk meningkatkan interaksi antara *creator* dan penggemar.



Gambar 2.2 Tampilan Laman Belanja

Sumber: fuomo.id (2026)

Digital platform Fuomo dibuat untuk *creator* guna menjadi sarana memonetisasi karya dalam mendapatkan penghasilan tambahan dan membangun *engagement* mereka. Berdasarkan gambar 2.2, pengguna dapat membeli dan mencari produk-produk *creator* di laman belanja. Berbagai produk dapat ditawarkan mulai dari, *photopack cosplayer*, video, *cover* lagu, *artwork*, *voice note*, dan sejenisnya. Dengan mengedepankan kemudahan akses (*user friendly*), fleksibilitas konten, serta dukungan terhadap monetisasi, Fuomo diharapkan dapat menjadi salah satu *platform* yang berkontribusi dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif digital di Indonesia.

2.2 Visi & Misi PT Generasi Pembawa Sukses (FUOMO)

Perusahaan ini bergerak di bidang *platform* digital yang dirancang untuk memfasilitasi *creator* digital, PT Generasi Pembawa Sukses (FUOMO) juga memiliki visi dan misi yang menjadi dasar arah serta tujuan jangka panjang. Visi dan misi ini tidak hanya berfungsi sebagai landasan internal, tetapi juga mencerminkan nilai serta komitmen perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik bagi calon *creator* dan masyarakat.

2.2.1 Visi Perusahaan

FUOMO (*Fans. Unlimited. Opportunity. Monetization. Outreach.*) merepresentasikan pendekatan kami dalam membantu *creator* mengubah penggemar menjadi sumber monetisasi, juga menyediakan sistem monetisasi yang terintegrasi dan jangkauan yang lebih luas.

2.2.2 Misi Perusahaan

Misi PT Generasi Pembawa Sukses (FUOMO) adalah sebagai berikut:

1. Menyederhanakan Proses Monetisasi *Creator*

Menyediakan sistem yang memungkinkan *creator* menghasilkan pendapatan secara langsung dari penggemar mereka dengan proses yang sederhana dan terintegrasi.

2. Memperkuat Hubungan *Creator* dan Penggemar

Memfasilitasi interaksi yang lebih personal antara *creator* dan penggemar untuk meningkatkan *engagement* dan nilai ekonomi dari hubungan tersebut.

3. Mengoptimalkan Potensi Penghasilan *Creator*

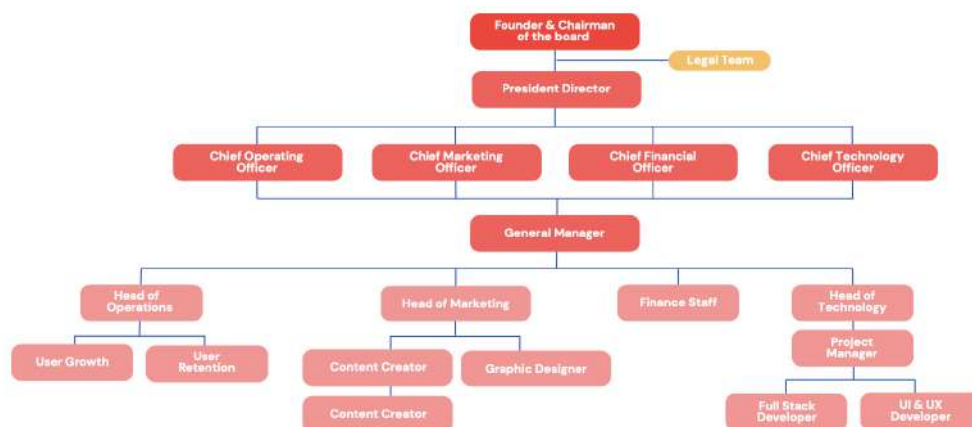
Memberikan *tools* dan *insight* yang membantu *creator* memahami performa mereka serta mengidentifikasi peluang monetisasi yang lebih efektif.

4. Mendukung *Creator* dalam Membangun Bisnis Digital

Membantu *creator* berkembang dari individu yang menghasilkan konten menjadi entitas bisnis yang memiliki sumber pendapatan yang berkelanjutan.

2.3 Struktur Organisasi PT Generasi Pembawa Sukses (FUOMO)

Sebagai perusahaan *startup* yang bergerak di bidang *digital platform creator*, Fuomo menerapkan struktur organisasi yang relatif fleksibel namun terarah. Setiap posisi memiliki peran penting dalam mendukung pengelolaan *platform*, pengembangan *platform*, serta interaksi antara *creator* dan pengguna. Struktur organisasi pada PT Generasi Pembawa Sukses (FUOMO) disusun secara sistematis untuk mendukung keberlangsungan operasional perusahaan sebagai *startup* berbasis *platform digital*. Struktur ini berfungsi untuk mengatur pembagian tugas, tanggung jawab, serta alur koordinasi antar divisi dalam menjalankan aktivitas perusahaan.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Generasi Pembawa Sukses (FUOMO)

Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

Selain berfungsi sebagai pembagian tugas, struktur organisasi PT Generasi Pembawa Sukses (FUOMO) juga mendukung terciptanya komunikasi dan koordinasi yang efektif antar divisi. Sebagai perusahaan *startup* berbasis *platform* digital, setiap divisi tidak bekerja secara terpisah, melainkan saling berkolaborasi dalam menjalankan aktivitas operasional sehari-hari. *General Manager* berperan sebagai penghubung utama yang mengoordinasikan penyampaian informasi dari manajemen kepada setiap divisi, sehingga seluruh aktivitas operasional tetap selaras dengan tujuan perusahaan. Melalui koordinasi tersebut, setiap divisi dapat memahami prioritas pekerjaan, perkembangan proyek, serta melakukan evaluasi terhadap target yang telah ditetapkan.

Hubungan komunikasi antar divisi juga menjadi faktor penting dalam mendukung pengembangan *platform* Fuomo. Divisi *Operations* berkomunikasi secara rutin dengan *General Manager* untuk menyampaikan masukan dari *creator* maupun pengguna terkait kendala atau kebutuhan fitur *platform*, kemudian *General Manager* akan menyampaikannya ke divisi *Technology* untuk melakukan perbaikan dan pengembangan. Selain itu, koordinasi dengan divisi *Marketing* dilakukan untuk menyelaraskan strategi promosi, *onboarding creator*, serta pengembangan komunitas yang menjadi target perusahaan. Sementara itu, koordinasi dengan divisi *Finance* diperlukan untuk memastikan proses transaksi dan administrasi *platform* berjalan dengan baik sehingga pelayanan kepada *creator* maupun pengguna tetap optimal.

Selama pelaksanaan kerja magang, proses komunikasi tersebut dilakukan melalui berbagai media seperti rapat koordinasi mingguan menggunakan *Google Meet*, diskusi melalui *platform* komunikasi tim internal, serta diskusi pribadi dan koordinasi langsung dengan *General Manager* sebagai *supervisor*. Pola komunikasi yang terbuka dan fleksibel memungkinkan setiap divisi memberikan masukan, menyampaikan perkembangan pekerjaan, serta menyelesaikan permasalahan operasional secara lebih cepat. Kondisi ini mendukung karakteristik perusahaan *startup* yang membutuhkan pengambilan keputusan secara cepat, adaptif, dan kolaboratif. Dengan demikian, struktur organisasi di PT Generasi Pembawa Sukses (FUOMO) tidak hanya berfungsi

sebagai pembagian wewenang, tetapi juga menjadi dasar terbentuknya koordinasi dan komunikasi yang efektif dalam mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

Struktur organisasi *Fuomo* terdiri dari beberapa posisi yang bertujuan mengeksekusi aktivitas perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. *Founder & Chairman of the board*

Memiliki tanggung jawab utama dalam menentukan arah strategis perusahaan. *Founder* berperan penting dalam pengambilan keputusan bisnis dan kebijakan perusahaan. Selain itu, *Founder* juga bertanggung jawab dalam membangun relasi dengan pihak eksternal seperti investor dan mitra bisnis, serta memastikan perusahaan mampu bersaing dalam industri *platform digital* yang kompetitif.

2. *General Manager*

Memiliki peran penting dalam mengkoordinasikan seluruh aktivitas internal perusahaan. *General Manager* bertugas untuk memastikan bahwa setiap divisi dapat menjalankan tugasnya sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan. Selain itu, posisi ini juga berperan dalam melakukan pengawasan terhadap kinerja tim, mengelola alur komunikasi antar divisi, serta memastikan implementasi strategi operasional berjalan secara optimal.

3. *Head of Operations*

Memiliki peran pada perencanaan dan implementasi strategi operasional perusahaan. Dalam konteks *platform* *Fuomo*, divisi ini juga berperan dalam mengelola hubungan antara *platform* dengan para *creator*, proses *onboarding creator*, memberikan edukasi terkait penggunaan *platform*, serta membantu *creator* dalam mengoptimalkan potensi monetisasi konten mereka. Selain itu, divisi ini juga berperan dalam menjaga hubungan jangka panjang dengan *creator* serta mengembangkan peluang kerja sama yang dapat memberikan nilai tambah bagi kedua belah pihak.

4. *Head of Marketing*

Memiliki peran dalam membangun *brand awareness* serta meningkatkan jumlah pengguna *platform*. Divisi ini bertugas untuk merancang dan menjalankan strategi pemasaran digital, mengelola konten media sosial, serta menciptakan kampanye yang mampu menarik perhatian target audiens. Selain itu, tim *marketing* juga melakukan analisis terhadap performa konten dan kampanye guna mengoptimalkan efektivitas strategi komunikasi yang digunakan.

5. *Finance Staff*

Memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan keuangan serta administrasi perusahaan. Divisi ini memiliki tugas dalam mengatur arus kas, menyusun laporan keuangan, serta memastikan seluruh transaksi dalam *platform* berjalan dengan baik. Selain itu, divisi ini juga berperan dalam mengelola administrasi internal perusahaan guna mendukung kelancaran operasional secara keseluruhan.

6. *Head of Technology*

Memiliki tanggung jawab dalam pengembangan dan pengelolaan sistem *platform* Fuomo. Divisi ini berperan dalam merancang, mengembangkan, serta memelihara fitur-fitur yang terdapat dalam *platform* agar dapat berfungsi secara optimal. Selain itu, divisi ini juga bertanggung jawab dalam memastikan keamanan sistem, meningkatkan kualitas pengalaman pengguna (*user experience*), serta melakukan penyesuaian teknologi sesuai dengan kebutuhan pasar dan perkembangan industri digital.

2.4 Divisi Tempat Magang

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang di PT Generasi Pembawa Sukses (FUOMO), penulis ditempatkan pada divisi *Operations* dengan posisi sebagai *Head of*

Operations. Dalam struktur organisasi perusahaan, posisi ini berada sejajar dengan *intern* lain yang menempati posisi *Head of Marketing* dan *Head of Technology*, di mana masing-masing divisi memiliki peran strategis dalam mendukung keberlangsungan dan pengembangan *platform* digital Fuomo. Sebagai bagian dari divisi *Operations*, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam merancang serta mengimplementasikan strategi operasional yang berkaitan langsung dengan pengelolaan aktivitas *platform*, khususnya dalam membangun dan menjaga hubungan antara *platform* dengan para *creator*. Peran ini menjadi penting karena keberhasilan *platform* Fuomo sangat bergantung pada kualitas interaksi serta keberlanjutan hubungan dengan para *creator* sebagai mitra utama dalam ekosistem digital.

Adapun rincian tugas dan tanggung jawab yang dijalankan oleh penulis dalam divisi *Operations* adalah sebagai berikut:

1. Melakukan pendataan dan pembaruan data *creator*

Penulis bertanggung jawab dalam mengelola *database creator*, termasuk melakukan pendataan ulang terhadap *creator* yang telah bergabung di *platform*. Kegiatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh data yang dimiliki perusahaan tetap akurat dan relevan, sehingga dapat mendukung pengambilan keputusan operasional yang lebih efektif.

2. Menjalin komunikasi langsung dengan *creator* dan pengguna

Penulis secara aktif berinteraksi dengan *creator* maupun calon pengguna *platform* melalui berbagai kanal komunikasi. Aktivitas ini mencakup menjawab pertanyaan, memberikan solusi atas kendala penggunaan *platform*, serta membangun hubungan yang baik guna meningkatkan loyalitas dan kepercayaan terhadap Fuomo.

3. Melaksanakan proses *onboarding creator* dan pengguna

Penulis membantu *creator* dan pengguna dalam proses registrasi, pengenalan fitur, hingga tahap awal penggunaan *platform*. Proses ini dilakukan secara

sistematis agar *creator* dapat memahami mekanisme kerja *platform* dengan mudah dan cepat.

4. Memberikan edukasi terkait penggunaan *platform*

Penulis juga menyampaikan informasi dan panduan kepada *creator* mengenai cara penggunaan fitur, strategi distribusi konten, serta langkah-langkah monetisasi yang dapat dilakukan melalui *platform* Fuomo.

5. Melakukan analisis terhadap kompetitor *platform digital*

Penulis melakukan pengamatan dan analisis sederhana terhadap *platform* kompetitor untuk memahami keunggulan, kekurangan, serta peluang pengembangan yang dapat diterapkan pada Fuomo. Hasil analisis ini menjadi bahan pertimbangan dalam penyusunan strategi operasional.

6. Melakukan aktivitas *sales* dan pengenalan *platform*

Penulis turut berperan dalam memperkenalkan *platform* Fuomo kepada calon *creator* melalui pendekatan komunikasi persuasif. Aktivitas ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah *creator* yang bergabung serta memperluas jangkauan *platform* di industri digital.

7. Mendukung pengembangan strategi operasional

Penulis turut berkontribusi dalam memberikan ide dan masukan terkait peningkatan sistem operasional, baik dari segi pelayanan kepada *creator* maupun efektivitas alur kerja dalam *platform*.

2.5 Peran Komunikasi dalam Perusahaan

Dalam menjalankan aktivitas operasional perusahaan berbasis *digital platform*, komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung keberlangsungan serta efektivitas kerja organisasi. Komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai mekanisme koordinasi, pengambilan keputusan, serta pembangunan hubungan antara perusahaan dengan berbagai pihak yang terlibat dalam ekosistem bisnis.

Pada PT Generasi Pembawa Sukses (FUOMO), komunikasi menjadi salah satu elemen utama dalam menghubungkan antar divisi, serta menjembatani interaksi antara perusahaan dengan para *creator* dan pengguna *platform*. Mengingat sistem kerja yang diterapkan bersifat *Work From Home (WFH)*, komunikasi dilakukan secara digital melalui berbagai *platform*, seperti *Instagram, Facebook, Twitter (X), Telegram*, dsb. Hal ini menuntut adanya komunikasi yang jelas, terstruktur, dan efektif agar setiap informasi dapat dipahami dengan baik oleh seluruh anggota tim.

Secara *internal*, komunikasi berperan dalam menjaga koordinasi antar divisi seperti *Operations, Marketing, dan Technology*. Setiap divisi memiliki fungsi yang saling berkaitan, sehingga diperlukan alur komunikasi yang baik untuk memastikan bahwa setiap aktivitas dapat berjalan secara selaras dengan tujuan perusahaan. Komunikasi *internal* juga berfungsi dalam proses penyampaian arahan dari *General Manager* kepada tim, pelaporan progres pekerjaan, serta diskusi terkait pengembangan strategi perusahaan. Dengan adanya komunikasi yang efektif, potensi terjadinya kesalahan dalam pelaksanaan tugas dapat diminimalisir, serta produktivitas kerja tim dapat meningkat.

Selain komunikasi internal, komunikasi eksternal juga memiliki peran yang tidak kalah penting, terutama dalam membangun hubungan dengan *creator* sebagai mitra utama *platform*. Dalam hal ini, komunikasi digunakan untuk memberikan informasi, edukasi, serta pendampingan kepada *creator* dalam menggunakan *platform* Fuomo. Interaksi yang dilakukan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif, dengan tujuan membangun kepercayaan serta meningkatkan loyalitas *creator* terhadap *platform*. Selain itu, komunikasi juga berperan dalam proses problem solving di dalam perusahaan. Ketika terjadi kendala dalam penggunaan *platform* atau hambatan dalam operasional, komunikasi digunakan sebagai sarana untuk mengidentifikasi permasalahan, mencari solusi, serta melakukan koordinasi antar pihak yang terkait. Dengan komunikasi yang terbuka dan responsif, perusahaan dapat menangani permasalahan dengan lebih cepat dan tepat.