

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

PT. Generasi Pembawa Sukses merupakan perusahaan yang bergerak dibidang teknologi digital dengan mengembangkan yang mendukung para *content creator* untuk memonetisasi konten mereka menjadi produk digital. yang dikembangkan oleh PT. Generasi Pembawa Sukses bernama FUOMO, dirancang untuk membantu *creator* dalam menciptakan, mendistribusikan, dan memonetisasi konten secara mandiri. FUOMO merupakan *digital* yang membantu para creator untuk melakukan monetisasi konten yang mereka miliki. Kata FUOMO terinspirasi dari kata “FOMO” yang merupakan singkatan dari *fear of missing out* yang biasa digunakan untuk menggambarkan individu yang tidak mau ketinggalan *trend* yang sedang *hits*.



Gambar 2.1 Logo FUOMO
Sumber: Dokumen perusahaan (2026)

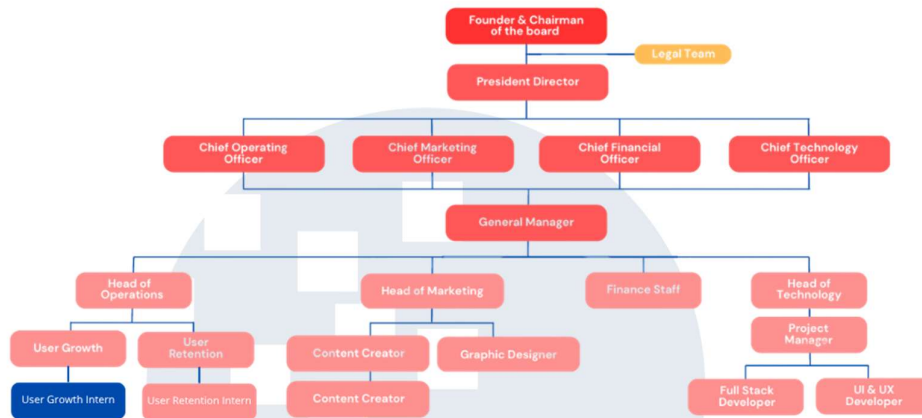
Kemudian ada pun penjelasan mengenai FUOMO yang merupakan singkatan dari *Fans, Unlimited, Opportunity, Monetization, dan Outreach* yang mencerminkan pendekatan perusahaan untuk membantu *creator* mengubah penggemarnya menjadi peluang untuk menghasilkan uang dengan *me-monitize content* yang mereka hasilkan. Dalam implementasinya, FUOMO menyediakan berbagai fitur didalam nya untuk mendukung kebutuhan *creator* di era yang serba

digital seperti saat ini. FUOMO memungkinkan *creator* untuk menjual produk digital seperti *e-book*, *template*, serta produk digital lainnya yang berbasis dengan jenis konten yang dihasilkan *creator*. Selain itu, FUOMO juga menyediakan fitur *support system* yang memungkinkan penggemar untuk memberikan dukungan berupa uang kepada *creator*. Kemudian fungsi FUOMO terbagi menjadi dua, sebagai *creator* yang mengunggah produk digital dan sebagai pembeli produk digital yang di unggah para *creator*.

Dalam pelaksanaanya, FUOMO memberikan skema monetisasi yang transparan dan cenderung lebih berpihak kepada *creator*. Dengan hanya mengambil komisi 10% pada fitur penjualan produk digital dan 3% untuk fitur dukungan (*support*) penggemar. Upaya yang dilakukan oleh PT. Generasi Pembawa Berkah sejalan dengan visi dan misi yang dimiliki. Visi PT. Generasi Pembawa Berkah adalah merepresentasikan pendekatannya dalam membantu *creator* mengubah penggemar menjadi peluang tanpa batas, melalui sistem monetisasi yang terintegrasi dan jangkauan yang lebih luas. Dengan misi 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.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Organisasi FUOMO
Sumber : Dokumen Perusahaan (2026)

Secara keseluruhan, FUOMO dipimpin oleh Founder & Chairman of the Board yang membawahi President Director. Kemudian terdapat empat Chief Officer yaitu Chief Operating Officer, Chief Marketing Officer, Chief Financial Officer, dan Chief Technology Officer, yang kemudian koordinasinya dilakukan oleh General Manager untuk operasional sehari-hari. Di bawah bimbingan General Manager terdapat empat divisi yang mendukung berjalannya perusahaan, diantaranya adalah:

a. Operations

Divisi operations dalam FUOMO bertugas dalam mengatur strategi komunikasi dan promosi untuk mendukung perkembangan FUOMO, hal ini termasuk dalam strategi untuk menambah pengguna baru FUOMO dan menjaga hubungan baik dengan para *creator* yang sudah menggunakan platform FUOMO. Dalam prosesnya, divisi operations dibagi menjadi

tim user growth yang berfokus pada penambahan pengguna baru hingga resmi bergabung dan tim *retention* yang berfokus pada menjaga hubungan dengan pengguna platform termasuk mengetahui experience pengguna platform fuomo.

b. Marketing

Divisi marketing memiliki tanggung jawab atas pengelolaan promosi *social media* seperti perencanaan konten, produksi konten, dan mengupload konten. Divisi marketing dibagi menjadi tim content creator yang berfokus pada pembuatan *brief, content plan, editing* hingga konten tersebut di unggah ke *social media* FUOMO, dan tim graphic designer yang bertugas dalam penyediaan asset konten berupa ilustrasi seperti template story, feeds, dan stiker *mascot* milik FUOMO.

c. Financial

Divisi financial bertanggung jawab dalam pengelolaan segala bentuk keuangan yang ada di dalam perusahaan, seperti perpajakan, arus keluar masuk uang, penggajian karyawan, dan pengaturan keuangan untuk keperluan promosi perusahaan.

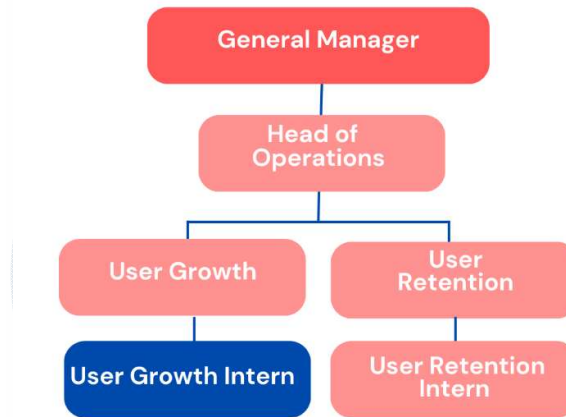
d. Technology

Sebagai Perusahaan yang bergerak di bidang digital platform, FUOMO sangat memperhatikan platform utama mereka baik dari sisi user experience dan sisi user interface mereka. Divisi technology bertanggung jawab untuk membantu pengembangan website dan mengatasi error yang muncul saat menggunakan website.

2.2.1 Struktur Organisasi Divisi Operations

Dalam melaksanakan program magang, pemangang berada dalam divisi *Operations* sebagai *User Growth Intern* yang dibimbing oleh *General Manager* bersama dengan *intern* lainnya di dalam divisi *operations*. Divisi *Operations* bertugas dalam operasional dan menyusun strategi yang akan

dilakukan FUOMO dengan mengikuti tujuan atau permasalahan yang ingin dicapai. Dalam proses nya, divisi *operations* dibagi menjadi bagian *User Growth* yang berfokus pada akuisisi atau menambahkan jumlah *user* FUOMO dan bagian *User Retention* yang berfokus dalam menjalin hubungan dan *experience user* FUOMO.



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Divisi *Operations* FUOMO
Sumber: Dokumen Perusahaan (2026)

1. *User Growth* Division

Divisi *User Growth* bertujuan untuk meningkatkan jumlah pengguna FUOMO dengan target pengguna FUOMO dibagi menjadi *Creator* (penjual produk) dan *Supporter* (pembeli produk). Selama kegiatan praktik kerja, magang posisi pemegang sebagai *User Growth Intern* difokuskan untuk menarik *creator* pengguna baru.

2. *User Retention Intern*

Divisi *User Retention* berfokus kepada hubungan jangka panjang antara pengguna FUOMO dengan FUOMO. Divisi *User Retention* memastikan *creator* untuk terus menggunakan FUOMO dan mendapatkan *feedback* dari pengguna .

2.2 Portfolio Perusahaan

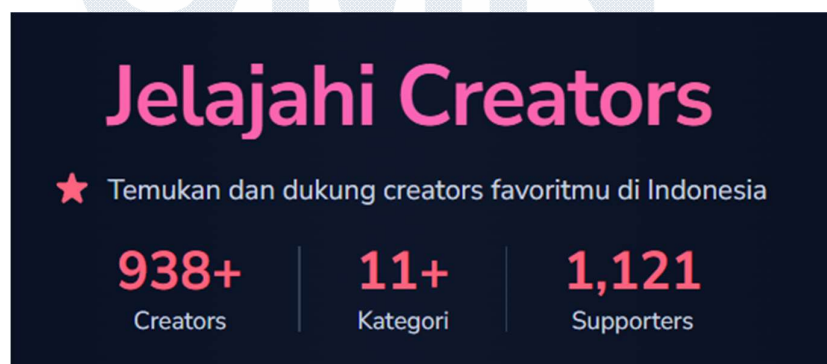
PT. Generasi Pembawa Sukses terus berupaya untuk membantu *creator* dalam memonetisasi karya mereka melalui FUOMO, sejalan dengan visi

yang dimiliki. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, FUOMO tidak hanya melakukan pengembangan untuk nya, tetapi juga secara aktif menjalankan strategi dan kampanye pemasaran untuk memperluas jangkauan *audiens*.



Gambar 2.3 Pengumuman hasil Giveaway
Sumber: Dokumentasi perusahaan (2025)

Salah satu upaya yang dilakukan FUOMO adalah melakukan kerja sama dengan PT. Wave Wahana Venturindo Galamega (WavePoint), kerja sama yang dilakukan merupakan *Giveaway* dengan hadiah pemberian digital voucher kepada *audiens* terpilih. Kampanye ini bertujuan untuk menarik minat *creator* maupun *audiens* agar lebih aktif dalam menggunakan FUOMO, sekaligus mendorong terjadinya transaksi dan interaksi dalam ekosistem .



Gambar 2.4 Jumlah Pengguna FUOMO
Sumber: Website FUOMO (2026)

Perkembangan FUOMO dapat dilihat dari peningkatan jumlah pengguna FUOMO. Terhitung hingga saat ini, FUOMO telah digunakan oleh sebanyak 938 *creator* yang terbagi kedalam 11 kategori konten. Selain itu, FUOMO didukung oleh 1.121 *supporter* yang secara aktif berpartisipasi dalam mendukung aktivitas monetsasi yang dilakukan oleh para *creator*.

