

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

Universitas Multimedia Nusantara atau UMN adalah universitas swasta yang berada di Gading Serpong, Tangerang yang resmi berdiri pada tanggal 20 November 2006. Universitas ini berfokus dalam bidang ICT dengan kurikulum yang terdepan serta fasilitas yang terbilang lengkap sehingga dapat mendukung pembelajaran komunikasi berbasis teknologi. Universitas ini didirikan oleh Kompas Gramedia, sebuah kelompok usaha terkemuka yang bergerak di bidang media massa dan beragam jasa pendidikan lainnya. Hal tersebut berdampak langsung pada penyediaan tenaga pengajar yang berkualitas dan mumpuni. Terdapat berbagai pilihan untuk program yang ingin dijalankan di UMN namun khususnya untuk Program Sarjana, terdapat 4 fakultas yang masing-masing terbagi lagi menjadi setidaknya 2 jurusan untuk memastikan agar jurusan yang ditempuh mahasiswa dapat menghasilkan proses pembelajaran yang spesifik.

Salah satu dari fakultas yang ada pada Program Sarjana UMN adalah FIKOM UMN atau Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Fakultas ini menyelenggarakan program pendidikan Sarjana Strata 1 (S-1) yang terdiri dari 2 program studi berakreditasi A. Kedua program studi tersebut antara lain adalah Program Studi *Strategic Communication* dan Program Studi *Multimedia Journalism*. Program Studi *Strategic Communication* sendiri terbagi lagi menjadi 2 peminatan yaitu *Corporate Communication* dan *Marketing Communication*. Program Studi *Strategic Communication* UMN membekali mahasiswa tidak hanya dengan teori-teori yang dipelajari di kelas, namun dengan cara praktik secara langsung agar mahasiswa dapat merasakan dan memperoleh pengalaman untuk mengetahui bagaimana cara kerja dunia industri saat ini. Dengan ragam fasilitas yang tersedia untuk mendukung pembelajaran ICT seperti *Multimedia Laboratory*, *Collabo Hub*, dan sebagainya, serta koneksinya dengan bisnis inkubator seperti

SkyStar Venture, mahasiswa didorong untuk memahami industri 4.0 dan didukung dan dimudahkan untuk merintis bisnisnya sendiri.

Lulusan dari Program Studi *Strategic Communication* memiliki prospek karir di bidang komunikasi seperti *Public Relations, Marketing, Tourism, Copywriting, Social Media Specialist, Media Planner*, atau bahkan *Researcher*.

2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan

2.1.1.1 Visi FIKOM UMN

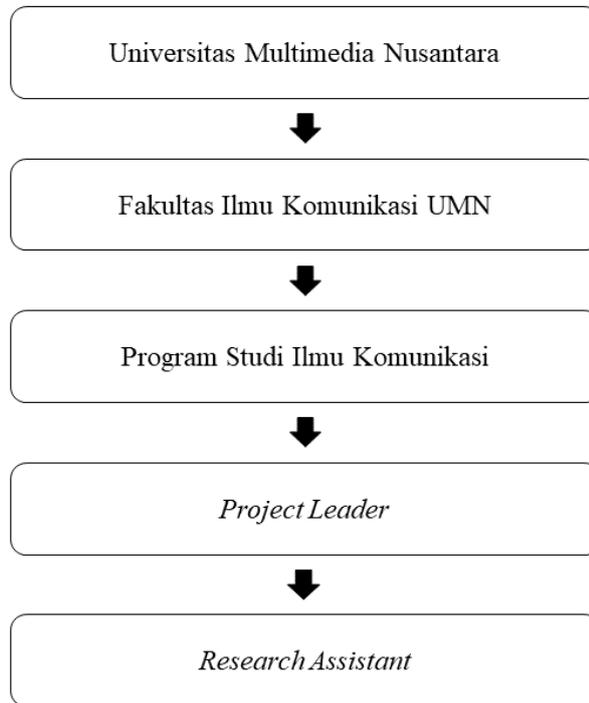
Menjadi Program Studi Strata Satu Komunikasi Strategis unggulan yang menghasilkan lulusan berwawasan internasional, yang kompeten dalam bidang Corporate Communication dan Marketing Communications yang berbasiskan logika, etika, dan Information and Communication Technology (ICT) dengan menekankan penguasaan teoritis dan praktis, berjiwa wirausaha serta berbudi pekerti luhur.

2.1.1.2 Misi FIKOM UMN

Misi dari FIKOM UMN antara lain adalah sebagai berikut:

1. Menyelenggarakan proses pembelajaran yang berkualitas, didukung tenaga pengajar berkualitas, didukung tenaga pengajar profesional dan kurikulum yang up to date yang *link and match dengan* industri.
2. Melaksanakan program penelitian yang memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi berbasis ICT.
3. Melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat yang terkait dengan komunikasi, sehingga dapat memberikan kontribusi bagi pemenuhan kebutuhan masyarakat dan dunia industri.

2.1.2 Struktur Organisasi



Dalam pelaksanaan kegiatan magang ini, FIKOM UMN sebagai salah satu dari ragam fakultas yang ada di Universitas Multimedia Nusantara terbagi menjadi *Multimedia Journalism* dan *Strategic Communication*. Pelaksanaan Kegiatan Magang berbasis Proyek Independen, khususnya pada penelitian yang berjudul “Digital Public Relations Strategy of “Perceived Bad” Organizations” berada langsung dibawah naungan *Strategic Communication* dengan Intan Primadini, S. Sos., M. Si sebagai *project leader* yang bertanggung jawab terhadap 6 *research assistants*.

2.2 Ruang Lingkup Pekerjaan

Kegiatan Magang berbasis Proyek Independen merupakan program baru yang perdana dilaksanakan pada tahun 2020 dikarenakan pandemi COVID-19 yang masih berlangsung hingga kini. Tentunya akan terdapat perbedaan dalam cara pelaksanaan proyek independen ini antara satu *project leader* dengan yang lainnya. Pada proyek independen yang dipimpin oleh Intan Primadini, S. Sos., M. Si, penulis diposisikan sebagai *Research Assistant*. Tugas dari seorang *Research Assistant* adalah membantu pelaksanaan riset, di antaranya mengumpulkan dan mengolah data penelitian, mencari referensi yang dibutuhkan, dan melakukan hal-hal teknis lain yang berkaitan dengan penelitian dosen yang bersangkutan.