

BAB II

GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

2.1 Tentang Universitas Multimedia Nusantara

Universitas Multimedia Nusantara merupakan perguruan tinggi swasta yang dibangun tahun 2005 dan diresmikan pada 20 November 2006 oleh Dr.Ir Dodi Nandikan dinaungi oleh Yayasan Multimedia Nusantara yang didirikan oleh Kompas Gramedia. UMN sendiri merupakan sebuah perguruan tinggi swasta di Indonesia yang sudah memegang izin dari Kementerian Pendidikan Republik Indonesia. Universitas Multimedia Nusantara terletak di Jalan Scientia Boulevard, Gading Serpong, Kabupaten Tangerang dan kini sudah berusia hampir 17 tahun.

Terdapat empat fakultas yang ada di universitas ini, yaitu Fakultas Ilmu Komunikasi, Fakultas Seni dan Desain, Fakultas Bisnis, dan Fakultas Teknik. Fokus dari pembelajaran dalam kurikulum ini adalah pada pengembangan teknologi dan industry 4.0 dengan tujuan untuk membimbing dan membawa calon penerus bangsa untuk melek teknologi dan mengerti keadaan dunia yang paling terkini. (UMN, 2022).

UMN membuka peluang bagi mahasiswanya untuk memiliki kemampuan secara *softskill* maupun *hardskill* untuk dunia pekerjaan di kemudian hari. Tidak sampai disitu saja, tapi UMN juga memiliki program untuk mahasiswa untuk dapat mendapatkan akses dan kemudahan untuk mencari karier di program CED (*Continuing Education Department*).

UMN memiliki dua jenis beasiswa yaitu beasiswa pemerintah dan beasiswa korporasi. Beasiswa Pemerintah disediakan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan berupa beberapa program, seperti Adik (Beasiswa Afirmasi Papua dan Papua Barat), Kartu Indonesia Pintar (KIP) Kuliah, Bantuan UKT/SPP, Beasiswa Unggulan dan PPA (Peningkatan Prestasi Akademik).

Beasiswa Korporasi disediakan oleh pihak swasta guna untuk membantu pengembangan intelektual lewat Pendidikan dan pelatihan dalam bentuk bantuan dukungan secara finansial untuk memastikan mahasiswa mendapatkan bekal ilmu yang terbaik. Beberapa korporasi yang ikut membantu dalam beasiswa di Universitas Multimedia Nusantara adalah Yayasan Salim, PT Indobest Artha Kreasi (*Mobilepulsa*), Yayasan A&A Rachmat (PT ADARO INDONESIA), PT Laku Emas Indonesia, BRI (Bank Rakyat Indonesia), Tokopedia, Bukalapak, COMPRO, BFI *Finance*, dan PT Indonesia Teijin Dupont Film (ITDF).

Fasilitas yang dimiliki oleh kampus ini sangat memadai dan lengkap untuk setiap fakultasnya. Dengan tema *Green Campus with Modern Facilities*, seperti *Lecture Theater*, Perpustakaan, *Lecture Hall*, *E-learning*, *Collaborative Lab*, *Kompas Corner*, *Wi-Fi Access*, *ATM*, *Green Screen Laboratory*, *Dormitory*, dan Bus Kampus. Selain fasilitas, UMN juga memiliki berbagai program seperti program produksi film, program inkubasi bisnis yang bernama *Skystar Ventures*, program magang wajib, proyek kemanusiaan, sampai program pertukaran pelajar. UMN juga memiliki program pascasarjana yaitu Desain Komunikasi Visual, Manajemen, dan Komunikasi. (www.umn.ac.id)

2.1.1 Logo Universitas Multimedia Nusantara

Logo merupakan sebuah tanda atau lambang yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan menjadi pembeda antar sebuah perusahaan. Fungsi dari logo tersebut adalah sebagai identitas dan citra dari perusahaan, sarana informasi, pengendali dan pengawasan, motivasi, pengutaraan emosi, dan sarana promosi dan presentasi. Sebuah logo harus mempunyai filosofi juga kerangka dasarnya yang berupa konsep dengan tujuan untuk melahirkan sifat mandiri.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 2.1 Logo UMN

Sumber: Dokumen Perusahaan

Universitas Multimedia Nusantara memiliki logo yang dijadikan sebagai simbol dan menjadi sarana untuk memberikan kesadaran merek dan memberikan karakter dan visi misinya. Logo UMN memiliki arti dan nilai yang telah disepakati dan memiliki filosofi logo, yaitu:

Bola Dunia: UMN memiliki pandangan kedepan dalam memiliki nilai representasi internasional. Sehingga UMN yang bersifat global serta tidak menjurus kepada golongan

tertentu seperti agama, golongan, ideologi, maupun kelompok tertentu. UMN berisikan peserta didik dari semua latar belakang apapun.

Kotak Putih Terbuka: Pada hakikatnya, setiap orang juga setiap aspek kehidupan serta pemikirannya memiliki peluang dan kesempatan untuk mengembangkan dirinya hingga menuju cita-cita tanpa adanya batas dan tentunya dibantu dengan adanya ICT (Information and Communication Technology) sebagai penghantarnya.

Kotak Putih: Perkembangan teknologi dalam komunikasi dan informasi sudah terintegrasi dari berbagai aspek kehidupan dunia, saling terhubung secara kompleks. Menyatukan sebuah keberagaman yang saling terhubung lewat komunikasi yang efisien, menciptakan komunitas dunia yang rukun.

Warna Biru: Melambangkan Teknologi, sebagai dasar dari pembelajaran kurikulum di Universitas Multimedia Nusantara, sehingga mahasiswa memiliki wawasan dan orientasi pada pergerakan jaman dan teknologi yang sangat pesat, memberikan bekal untuk mahasiswa untuk bisa menghadapi perubahan atau juga menciptakan perubahan. (www.umn.ac.id)

2.2 Visi Misi Universitas Multimedia Nusantara

VISI

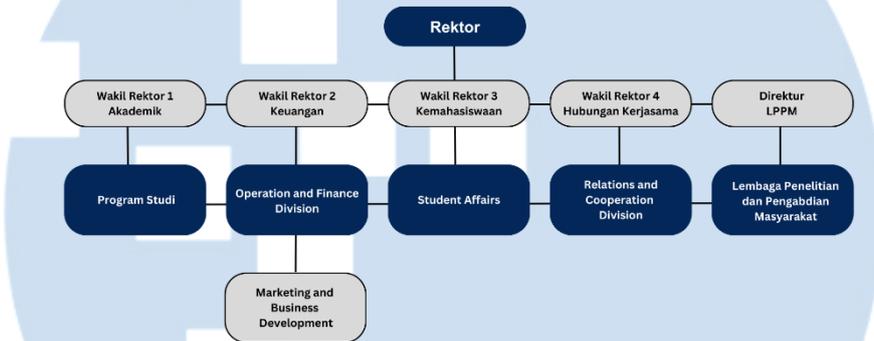
Universitas Multimedia Nusantara menjadi perguruan tinggi unggulan di bidang ICT, baik di tingkat nasional maupun internasional, yang menghasilkan lulusan berwawasan internasional dan berkompetensi tinggi di bidangnya (berkeahlian) disertai jiwa wirausaha serta berbudi pekerti luhur.

MISI

Turut serta mencerdaskan kehidupan bangsa dan memajukan kesejahteraan bangsa melalui upaya penyelenggaraan pendidikan tinggi dengan melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi (Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian pada Masyarakat), untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia.

2.3 Struktur Organisasi Universitas Multimedia Nusantara

Struktur organisasi Universitas Multimedia terdiri dari Rektor, Wakil Rektor, Divisi Program Studi, *Operation and Finance*, *Student Affairs*, *Relations and Cooperation*, dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, dan *Marketing and Business Development*, dijabarkan dalam bentuk gambar sebagai berikut:

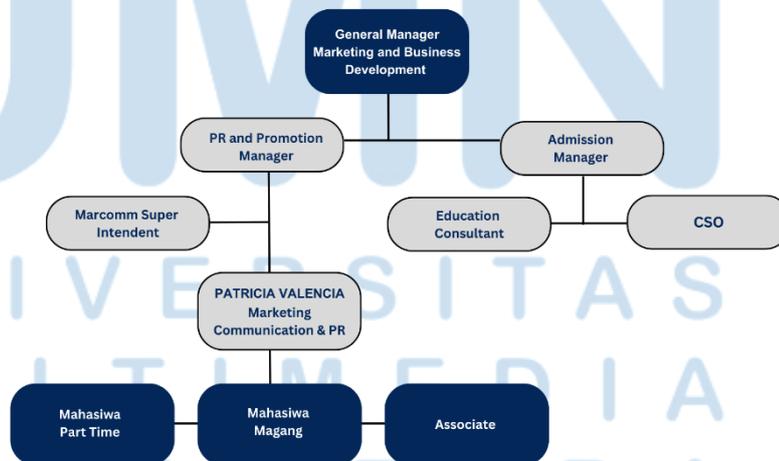


Gambar 2.1 Struktur Organisasi

Universitas Multimedia Nusantara

Sumber: Dokumen Perusahaan (2023)

Divisi Marketing and Business Development bertanggung jawab untuk mencari juga merekrut calon mahasiswa baru. Divisi ini mendapatkan bantuan dari divisi Admisi yang bertugas untuk mengembangkan jumlah mahasiswa dan memberikan informasi terkait program beasiswa dan juga divisi *Public Relations and Promotion* dalam program atau berbagai event seperti *Info Session*, *Open House*, *Edufair*, dan juga *Campus Visit*. Tidak cukup sampai disitu, divisi humas juga menggunakan media sosial sebagai sarana pemberian informasi dan menaikan *brand awareness* dan *engagement* dalam bentuk kontek interaktif dan menarik lewat berbagai *platform*, salah satunya adalah *Instagram*.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Universitas Multimedia Nusantara

Sumber: Olahan Penulis (2023)

General Manager Marketing & Business Development

Jabatan ini memiliki tanggung jawab atas manajemen Divisi PR & Promotion serta Bagian Penerimaan di Departemen Pemasaran & Pengembangan Bisnis. Jabatan ini dipegang oleh Arief Setyadi Hernawa, yang memainkan peran sentral dalam pengambilan keputusan dan perencanaan program pemasaran untuk mendukung pertumbuhan Universitas UMN. Selain itu, Pak Arief juga bertanggung jawab untuk merancang strategi kreatif dan berfungsi sebagai sumber referensi bagi seluruh departemen, termasuk dalam proses kegiatan magang.

PR & Promotion Manager

Posisi ini bertanggung jawab utama terhadap semua kegiatan dalam bidang Komunikasi Pemasaran & Hubungan Masyarakat. Jabatan ini diduduki oleh Endang Widyastuti sebagai pemimpin yang memiliki tanggung jawab dalam membuat keputusan strategis mengenai manajemen media sosial, periklanan, pelaksanaan acara, peliputan, dan penyusunan rilis pers terkait perkembangan terbaru di UMN.

Admission Manager

Manager Admisi bertugas untuk mengelola kegiatan oleh tim Education Consultant, kegiatannya seperti Edufair, UMN Goes to School, NGOPI, Info Session, dan Workshop. Jabatan ini sekarang diduduki oleh Arif Kurnia. Divisi ini juga bertanggungjawab untuk memberikan arahan dan konseling kepada calon mahasiswa untuk pemilihan program studi.

Education Consultant and CSO

Divisi ini terdiri dari 17 anggota, dengan 11 orang di dalam tim Education Consultant dan 6 orang di dalam tim CSO. Tugas utama divisi ini adalah memberikan pelayanan yang unggul, mengenalkan UMN kepada siswa-siswi SMA melalui presentasi dan pameran pendidikan, serta melakukan aktivitas pemasaran kepada orang tua dan calon mahasiswa baru.

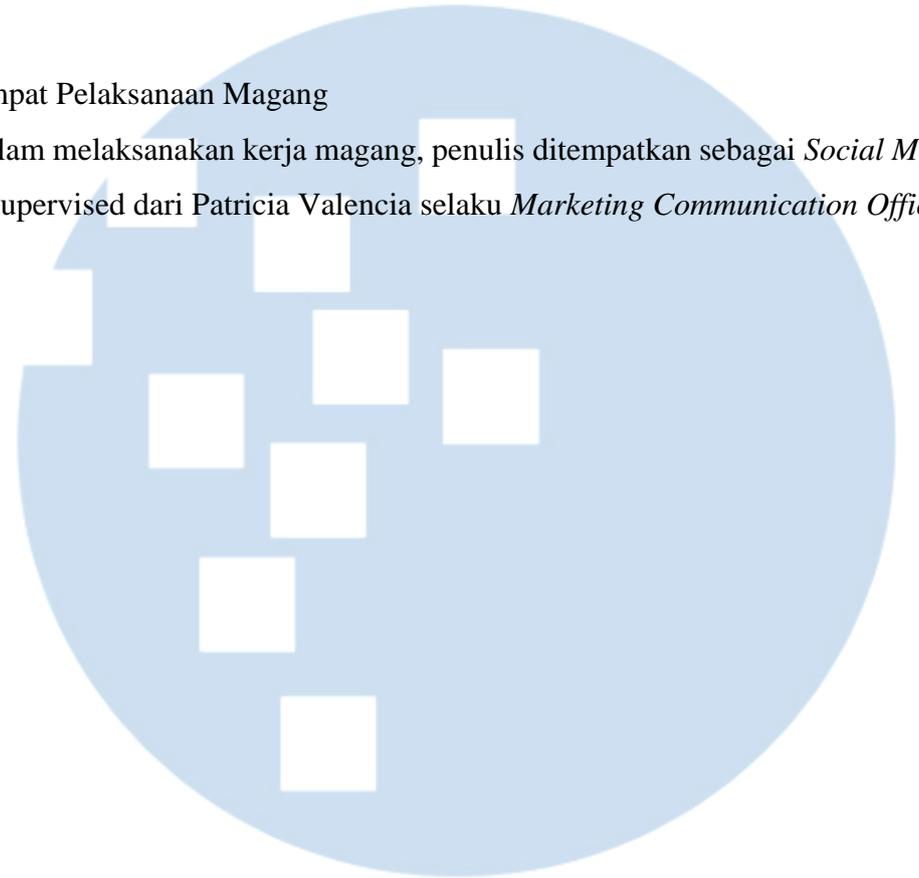
Marketing Communication and PR

Jabatan ini membangun dan meningkatkan *brand awareness* UMN melalui berbagai saluran, termasuk media tradisional dan online, serta melalui upaya pemasaran seperti menyelenggarakan acara (seperti Campus Visit dan Open House UMN). Selain itu, tugas jabatan ini juga mencakup menjaga reputasi UMN, membuat liputan, dan merilis berita

mengenai informasi atau perkembangan terbaru di UMN yang akan disampaikan melalui media.

Divisi Tempat Pelaksanaan Magang

Dalam melaksanakan kerja magang, penulis ditempatkan sebagai *Social Media Officer* di bawah supervised dari Patricia Valencia selaku *Marketing Communication Officer*.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA