

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Sejarah Universitas Multimedia Nusantara

Universitas Multimedia Nusantara merupakan sebuah universitas yang berlokasi di Jalan Scientia Boulevard, Gading Serpong, Tangerang. UMN didirikan pada tahun 2005, dan merupakan sebuah institut atau perguruan tinggi swasta di Indonesia yang telah memperoleh izin untuk beroperasi melalui Kementerian Pendidikan Republik Indonesia. UMN secara resmi berdiri pada tanggal 20 November 2006, dan proses peresmian dilakukan oleh Dr. Ir Dodi Nandika, Sekretaris Jenderal Kementerian Pendidikan Nasional. Universitas Multimedia Nusantara sendiri berada di bawah naungan Yayasan Multimedia Nusantara, yang juga didirikan oleh Kompas Gramedia (UMN, 2023).

Universitas Multimedia Nusantara telah berusia 17 tahun, dan baru saja melakukan perayaan Syukuran Hari Ulang Tahun ke-17 pada tanggal 27 November 2023. Saat ini, Universitas Multimedia Nusantara memiliki empat fakultas yaitu Fakultas Ilmu Komunikasi, Fakultas Teknik & Informatika, Fakultas Bisnis, dan Fakultas Seni & Desain. Melalui keempat fakultas, UMN menyediakan 12 prodi dengan gelar sarjana yaitu S1. Selain itu UMN juga memiliki Diploma Program *Hotel Operations*, dengan gelar D1. UMN juga memiliki program terbaru, yaitu *International Program Joint Degree*, yang bekerjasama dengan INHA *University* dari Korea Selatan, serta *Swinburne University of Technology*, dari Australia.

Sejak awal didirikan, Universitas Multimedia Nusantara berfokus pada penggunaan teknologi dan digital media dalam proses pembelajaran dan pengembangan inovasi serta kreativitas para mahasiswa. Universitas Multimedia Nusantara memiliki fasilitas yang mendukung keterampilan mahasiswa dalam menggunakan teknologi dalam dunia digital saat ini. Adapun fasilitas tersebut adalah *Computer Lab*, *Collabo Hub*, *Green Screen Studio*, *Sound Lab*, *Skystar Venture*, *Library UMN*, dan banyak fasilitas lainnya. Universitas Multimedia Nusantara juga memiliki program studi unggulan seperti Desain Komunikasi

Visual (Fakultas Seni dan Desain), Manajemen (Fakultas Bisnis), dan Komunikasi Strategis (Fakultas Ilmu Komunikasi). Universitas Multimedia Nusantara juga berhasil meraih penghargaan, yaitu PK Ojong-Jakob Oetama *Tower*, meraih penghargaan *First Runner Up Energy Efficient Building* dalam kategori *Tropical Building*. Penghargaan ini dimenangkan dalam acara *ASEAN Energy Award* di Bangkok, Thailand tahun 2019 (UMN, 2023).

Selain untuk mengasah keterampilan akademik, Universitas Multimedia Nusantara juga menyediakan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) sebagai sarana bagi para mahasiswa untuk mengasah *softskill* seperti kemampuan berorganisasi dan mengembangkan potensi bakat mahasiswa. Universitas Multimedia Nusantara memiliki UKM dalam tiga bidang yaitu bidang sains & sosial, bidang olahraga, dan bidang seni & budaya. Beberapa UKM yang sangat digemari oleh mahasiswa adalah Rencang, Teater Katak, TRACCE, dan Ultima Sonora. Ultima Sonora merupakan UKM yang bergerak di bidang seni dan budaya, khususnya sebagai tim paduan suara yang telah *go international* dan memenangkan banyak sekali perlombaan.



Gambar 2.1 Logo Universitas Multimedia Nusantara

**Sumber: Dokumen Perusahaan**

Logo Universitas Multimedia Nusantara menjadi representasi visual dan menggambarkan identitas serta citra yang ingin ditampilkan oleh UMN. Logo Universitas Multimedia Nusantara menggambarkan visi dan misi dari perusahaan yang dituangkan ke dalam desain logo. Logo UMN juga merupakan sarana untuk meningkatkan *brand awareness* atau kesadaran masyarakat, mengenai merek

UMN melalui gambar logo yang tercantum.

Adapun makna dan nilai-nilai filosofis yang terkandung dalam logo UMN (UMN, 2023), adalah sebagai berikut:

- 1 *Globe* (Bola Dunia): Logo *globe* atau bola dunia melambangkan cita-cita UMN yang ingin dicapai, yaitu sebagai institusi dan perguruan tinggi yang memiliki kredibilitas secara internasional. Makna bola dunia, juga memiliki arti bahwa UMN merupakan sebuah universitas global yang tidak berorientasi pada golongan, agama, ideologi, atau kelompok tertentu dalam penyelenggaraan kegiatan pendidikan. Hal ini juga mengartikan bahwa UMN menerima peserta didik atau generasi muda yang berasal dari latar belakang budaya apapun.
- 2 Kotak putih terbuka: Kotak putih terbuka memiliki makna bahwa Universitas Multimedia Nusantara, setiap manusia serta segala aspek kehidupan, dan ide-idenya memiliki keterbukaan untuk terus berkembang dan melampaui cita-cita yang tidak terbatas. Dalam hal ini, ICT (*Information and Communication of Technology*) harus bisa membantu meraih hal tersebut.
- 3 Kotak-kotak putih: Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi berperan dalam konvergensi di segala aspek dan bidang kehidupan dunia yang terkoneksi satu sama lain. Kemajuan teknologi diharapkan menyatukan keberagaman komunitas dunia yang saling terhubung satu sama lain. Melalui proses komunikasi yang terjalin dengan baik, diharapkan terciptanya komunitas *global* yang harmonis.
- 4 Warna biru: Warna biru dalam logo Universitas Multimedia Nusantara, melambangkan teknologi khususnya teknologi informasi dan komunikasi (ICT).

### 2.1.1 Visi Misi

Universitas Multimedia Nusantara memiliki beberapa visi dan misi yang ingin dicapai, sebagai salah satu universitas swasta terbaik di Tangerang:

## VISI

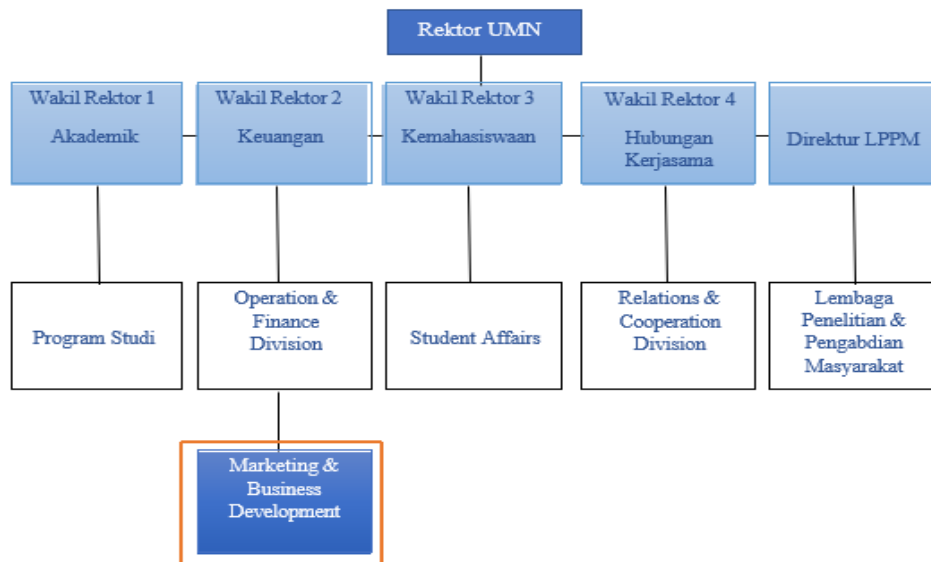
Universitas Multimedia Nusantara menjadi perguruan tinggi unggulan di bidang ICT, baik di tingkat nasional maupun internasional, yang menghasilkan lulusan berwawasan internasional dan berkompentensi tinggi di bidangnya (ber-keahlian) yang disertai jiwa wirausaha, serta berbudi pekerti luhur.

## MISI

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

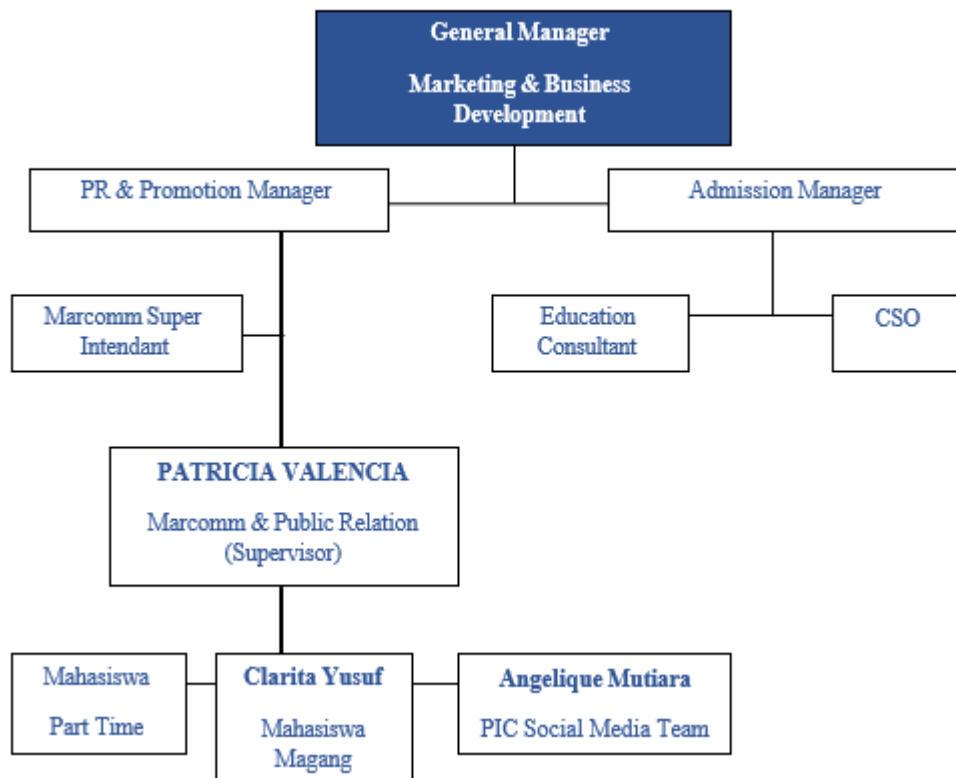
## 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Setiap organisasi tentunya memiliki struktur yang berbeda-beda dalam pembagian tugas sesuai bidangnya masing-masing. Berikut adalah struktur organisasi yang dimiliki oleh Universitas Multimedia Nusantara:



Gambar 2.2 Struktur Organisasi UMN

Universitas Multimedia Nusantara memiliki Departemen *Marketing and Business Development* yang bertugas mencari target pasar dengan merekrut mahasiswa baru setiap tahunnya. Departemen *Marketing and Business Development*, terbagi menjadi dua divisi yang memiliki tanggung jawab berbeda yaitu divisi *Admission* dan *PR & Promotion*. Divisi *Admission* memiliki tugas untuk mengembangkan program beasiswa UMN, mencakup jalur masuk perkuliahan UMN. Divisi *PR & Promotion* memiliki tugas untuk meningkatkan brand awareness dari UMN melalui berbagai program dan event seperti Open House UMN, Campus Visit dari berbagai sekolah, Info Session, Seminar Session ke berbagai sekolah, dan program lainnya. Divisi *PR & Promotion* juga mengelola sosial media resmi UMN untuk membuat berbagai konten menarik di beberapa platform seperti Instagram dan TikTok, untuk meningkatkan engagement kampus UMN.



Gambar 2.3 Struktur Departemen Marketing & Business Development

Gambar 2.3 di atas merupakan struktur dari Departemen *Marketing & Business Development* Universitas Multimedia Nusantara. Setiap posisi dan jabatan memiliki kewenangan dan tanggung jawab yang berbeda-beda. Adapun penjelasan jabatan dan kewenangan yang dimiliki dalam struktur Departemen *Marketing & Business Development* adalah sebagai berikut:

1. General Manager Marketing & Business Development:

Saat ini posisi General Manager Marketing & Business Development dijabat oleh Arief Setyadi Hernawa. Posisi ini memiliki peranan penting untuk tanggung jawab atas Divisi PR & Promotion, terutama dalam pengambilan keputusan dan perencanaan program serta strategi yang tepat untuk mendukung pertumbuhan UMN.

2. PR & Promotion Manager:

Posisi PR & Promotion Manager saat ini dijabat oleh Endang Widyastuti. Posisi ini memiliki peranan penting dalam kegiatan marketing, yaitu tanggung jawab atas segala aktivitas dan kegiatan PR dan Marketing Communication. Dalam posisi ini, tanggung jawab utama yang diberikan adalah pengambilan keputusan untuk segala aktivitas marketing seperti pengelolaan media sosial, periklanan, event yang diselenggarakan, dan kegiatan press release untuk kebutuhan PR.

3. Admission Manager:

Posisi Admission Manager saat ini dijabat oleh Arif Kurnia yang memiliki tanggung jawab atas tim Education Consultant dan CSO. Posisi ini memiliki tanggung jawab untuk pengambilan keputusan atas pemasaran UMN melalui kegiatan edukatif dan informatif seperti edufair ke berbagai sekolah.

4. Marcomm SuperIntendent:

Posisi Marcomm SuperIntendent saat ini dijabat oleh Steve Adrianto, yang memiliki tanggung jawab sebagai supervisor atau pengawas seluruh kegiatan Marketing Communication. Posisi ini memiliki tanggung jawab utama untuk mengawasi dan memberi arahan serta saran bagi seluruh

aktivitas Marketing Communication Universitas Multimedia Nusantara.

5. Education Consultant & CSO:

Tim Education Consultant dan CSO memiliki 17 orang anggota, yaitu 11 orang anggota Education Consultant dan 6 orang anggota CSO. Tim Education Consultant dan CSO memiliki tanggung jawab untuk melakukan pemasaran dan penjualan UMN melalui cara yang edukatif dan informatif, seperti edufair ke berbagai sekolah, seminar, dan info session bagi para calon mahasiswa baru dan para orang tua.

6. Marketing Communications & PR:

Posisi ini memiliki tanggung jawab besar dalam meningkatkan brand awareness dan mempertahankan citra merek Universitas Multimedia Nusantara melalui kegiatan pemasaran dan relasi dengan media. Kegiatan yang dilakukan meliputi pembuatan konten interaktif untuk sosial media seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan pembuatan press release atau artikel liputan yang berkaitan dengan perusahaan atau media tertentu. Selain itu berbagai kegiatan event juga dilakukan oleh tim Marketing Communication & PR, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat hingga pada akhirnya dapat meraih sales atau penjualan yang lebih tinggi dengan merekrut mahasiswa baru setiap tahunnya.