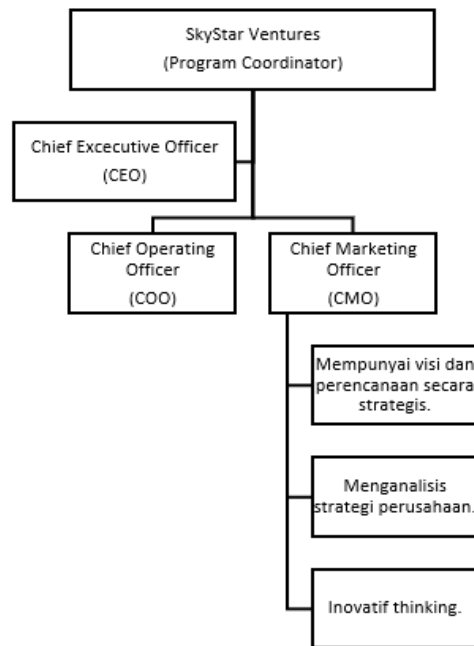


BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi



Gambar 3.1 Struktur pelaksanaan kerja magang

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

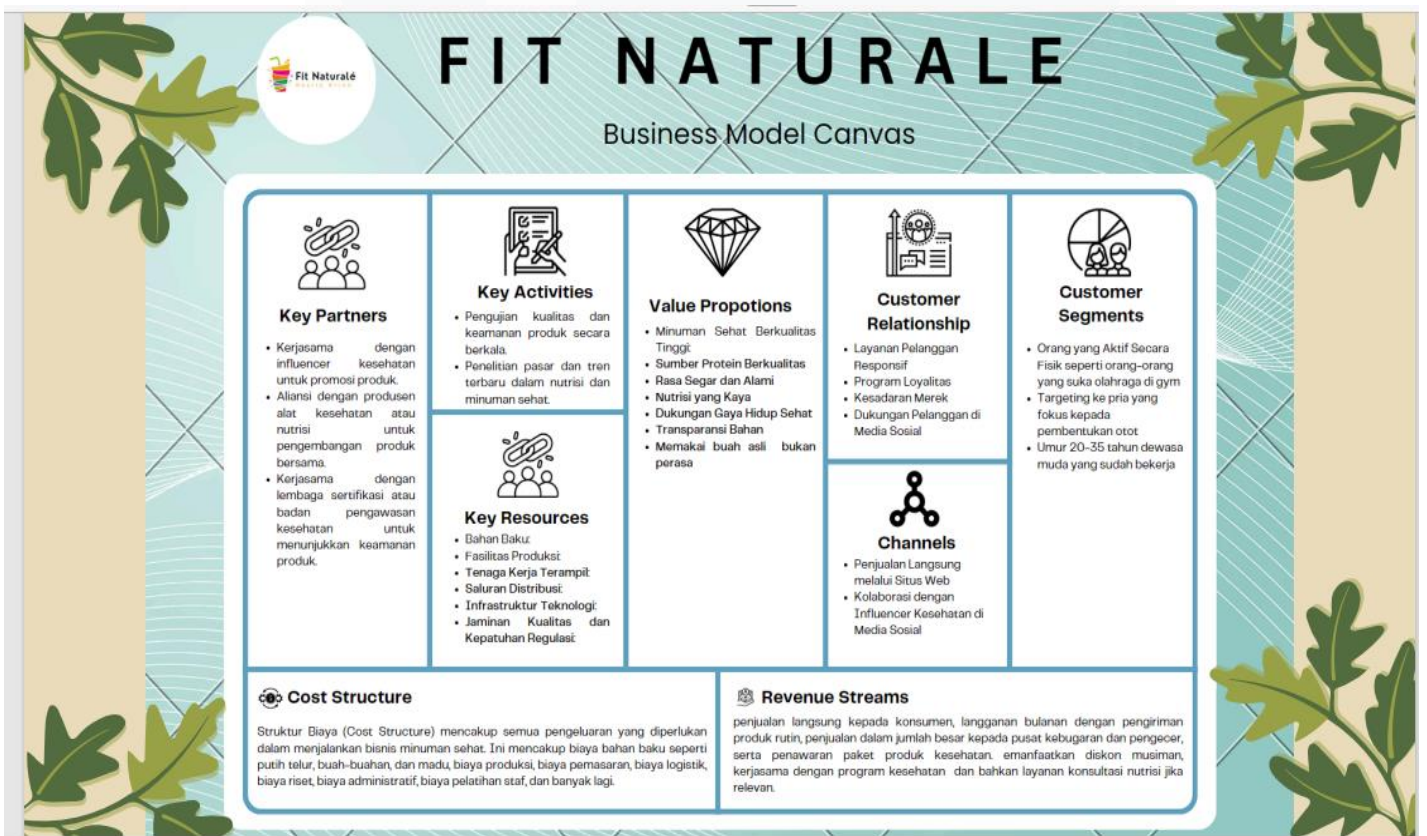
3.3 Uraian Pekerjaan

Tahapan pekerjaan harus lebih terstruktur dan terukur:

- Menyusun timeline yang jelas untuk setiap tahapan dari pengembangan produk hingga peluncuran.
- Menerapkan sistem manajemen kualitas untuk memantau dan mengevaluasi proses produksi.
- Melakukan penilaian risiko dan penyiapan plan B untukantisipasi masalah yang mungkin terjadi

Tahap perencanaan awal dari program ini melibatkan penentuan tujuan dan sasaran program, identifikasi sumber daya yang diperlukan, dan pengembangan strategi bisnis. Selama tahap ini, kami juga melakukan analisis pasar, memahami kompetisi, dan merumuskan rencana pemasaran, termasuk pemilihan bahan baku, produksi, dan distribusi. Setelah perencanaan, kami memulai tahap pengembangan produk ini melibatkan penelitian dan pengembangan formula minuman protein, pemilihan bahan-bahan berkualitas tinggi, serta desain kemasan yang sesuai. Kami juga menguji produk untuk memastikan kualitas, rasa, dan manfaat gizi yang diinginkan. Setelah pengembangan produk, kami memulai produksi dalam jumlah besar sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan. Kami juga mengatur proses distribusi untuk memastikan produk kami dapat mencapai konsumen dengan efisien. Kemudian kami meluncurkan produk ke pasar dengan strategi pemasaran yang terencana. Ini melibatkan promosi online, branding, dan kerja sama dengan toko-toko ritel atau penyedia makanan sehat. Kami berusaha untuk menciptakan kesadaran tentang produk kami dan menarik pelanggan potensial. Setelah produk telah diluncurkan dan berjalan, kami melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja bisnis dan produk. Kami mengevaluasi penjualan, umpan balik pelanggan, dan efektivitas strategi pemasaran. Hasil evaluasi digunakan untuk melakukan perbaikan dan pembaharuan pada produk, strategi, atau operasi bisnis sesuai kebutuhan. Seluruh alur pekerjaan ini memiliki tujuan akhir yang mencakup pencapaian keberhasilan bisnis, kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan, serta pertumbuhan berkelanjutan. Selain itu, evaluasi yang teratur Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

memungkinkan kami untuk terus beradaptasi dan meningkatkan produk dan layanan kami sesuai dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan. Tahapan pekerjaan yang terstruktur, dari perencanaan hingga evaluasi, memastikan bahwa setiap langkah diarahkan menuju pencapaian tujuan proyek atau operasional secara efektif dan efisien. Dengan perhatian yang cermat pada setiap tahap, tim dapat memaksimalkan hasil dan mengoptimalkan proses operasional serta menerapkan struktur juga ukuran yang jelas dalam setiap tahapan pekerjaan, mulai dari pengembangan produk hingga peluncuran, kami dapat memastikan keberlanjutan dan keberhasilan operasional. Melalui manajemen kualitas yang ketat dan antisipasi risiko yang cermat, kami dapat meminimalkan potensi hambatan dan melanjutkan dengan kepercayaan menuju pencapaian tujuan.



Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

Dalam Business Model Canvas diatas Berikut ini adalah ringkasan tugas dan tanggung jawab seorang CEO berdasarkan Business Model Canvas (BMC):

- Key Partner sebagai Tugas CEO adalah mengembangkan visi dan misi organisasi atau perusahaan.
- Value Propotions CEO memimpin pengembangan strategi perusahaan, yang mencakup merencanakan langkah-langkah untuk mencapai tujuan perusahaan dan mengalokasikan sumber daya yang diperlukan untuk mencapainya.
- Customer Relationship CEO berkomunikasi dengan pemegang saham, pemerintah, dan orang umum sebagai representasi perusahaan. Mereka juga membantu tim eksekutif dan menginspirasi karyawan untuk mencapai kinerja terbaik mereka.

Ringkasan tugas dan tanggung jawab seorang COO berdasarkan Business Model Canvas (BMC):

- Key Activities : COO berkonsentrasi pada pelaksanaan rencana bisnis yang telah ditetapkan, berbeda dengan CEO yang lebih berkonsentrasi pada tujuan dan visi jangka panjang perusahaan.
- Key Resources : COO menetapkan dan menerapkan strategi dan kebijakan perusahaan yang sesuai dengan visi dan misi.
- Revenue Stream : Penjualan terhadap konsumen langganan bulanan dan pembelian rutin konsumen. Serta melengkapi kerja dari CEO. COO bekerja sama dengan CEO dan memberikan pengalaman kepemimpinan yang lebih baik.

Ringkasan tugas dan tanggung jawab seorang CMO berdasarkan Business Model Canvas (BMC):

- Customer Segmen : CMO bertanggung jawab untuk merumuskan tujuan pemasaran dan mengukur pencapaian hasilnya.
- Cost Struktur : CMO harus memastikan strategi pemasaran sesuai dengan anggaran yang ada.
- Channels : CMO terlibat dalam menganalisis strategi perusahaan secara keseluruhan.

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

Tabel 3.3 Uraian Pekerjaan Magang

No	Jenis kegiatan	Tujuan	Output
A. Planning			
1.	Penerapan teori Marketing untuk Fit Naturale	Untuk meningkatkan kesadaran tentang merek Fit Naturale dan produk-produknya, terutama di antara audiens target individu yang sadar kesehatan.	Penulis membuat strategi marketing yang menarik

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

2.	Menyusun tahapan pengembangan produk Fit Naturale	Perencanaan Kembangkan proposisi penjualan unik untuk Fit Naturale yang menonjolkan manfaatnya dan membedakannya dari produk yang ada.	Penulis memahami segmentasi pasar
3.	Pembuatan design yang menarik	Agar konsumen dapat benar-benar membedakan produk Fit Naturale dengan produk yang lainnya terutama dibagian Ingredients	Penulis membuat design yang berwarna
4.	Melakukan promosi dengan cara mendokumentasikan di social media	Untuk memberitahukan kepada konsumen produk yang dibuat oleh Fit Naturale	Penulis membuat konten di social media seperti Instagram, Tiktok dan Whatsapp
B. Coordination			
1.	Koordinasi Kegiatan pembuatan konten di Instagram	Untuk melihat insight tinggi pada jam-jam tertentu di sosial media Instagram	Penulis menshare produk yang telah dibuat di platform Instagram
2.	Koordinasi Kegiatan pembuatan konten di Tiktok	Untuk melihat insight tinggi pada jam-jam tertentu di sosial media Tiktok	Penulis menshare produk yang telah dibuat di platform Tiktok
C. Evaluate & Analyze			
1.	Menerapkan sistem manajemen kualitas untuk memantau dan mengevaluasi proses produksi.	untuk antisipasi masalah yang mungkin terjadi.	Penulis Membuat laporan evaluasi dan analisis

Struktur organisasi yang terdapat dalam Fit Naturale terbagi menjadi 3 bagian, yang meliputi Perusahaan magang meliputi Skystar Ventures, dan Iqbal Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

Akbar merangkap sebagai Chief Executive Officer. Di bawah Chief Executive Officer ada Monica Valentina yang merangkap sebagai Chief Operation Officer dan Ainun Mu'minah merangkap sebagai Chief Marketing Officer.

Sebagai CEO (Chief Executive Officer), salah satu tugas utama CEO adalah memimpin perusahaan untuk mencapai tujuan dan visinya. Mengembangkan strategi bisnis dan visinya, memimpin tim eksekutif dalam menjalankan strateginya, membuat keputusan strategis dan operasional untuk memastikan perusahaan berkembang dan bertahan, mengelola hubungan dengan pemegang saham dan investor, melacak kinerja keuangan dan operasional untuk memastikan keberlangsungan perusahaan, membangun budaya perusahaan yang kuat dan memotivasi karyawan, dan menciptakan kemampuan kompetitif. Sebagai seorang pemimpin, saya harus dapat menghadapi tantangan dengan bijak, membuat keputusan yang tepat dalam situasi yang berubah secara dinamis, dan memiliki keterampilan kepemimpinan yang baik untuk menginspirasi dan memotivasi tim untuk bekerja sama dengan baik untuk mencapai tujuan bersama.

Chief Operating Officer yaitu bertugas sebagai operasional kerja dalam sebuah tim. Operasional juga bertugas untuk membangun dan mengembangkan strategi operasional perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis yang telah di buat. Serta mengelola pasokan dari produksi, distribusi hingga konsumen tim operasional lah yang mengelola nya. Sehingga sebagai staff operasional memiliki peran kunci untuk menjaga kelancaran operasional suatu perusahaan tersebut. Mencari bahan-bahan dengan kualitas bagus namun dengan harga yang terjangkau tentu tidak mudah untuk dilakukan sebagai operational tim karena dalam mencari bahan-bahan dengan bahan utama nya putih telur dan buah-buahan segar sangat lah sulit untuk mencari nya sehingga butuh ketelitian yang sangat jeli untuk mendapatkan bahan-bahan yang dibutuhkan.

Chief Marketing Officer (CMO) adalah orang yang mengelola departemen pemasaran sebuah perusahaan. Sebagai Chief Marketing Officer tanggung jawab utama saya adalah memimpin tim pemasaran dalam pembuatan strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai tujuan perusahaan. Membangun hubungan dengan

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

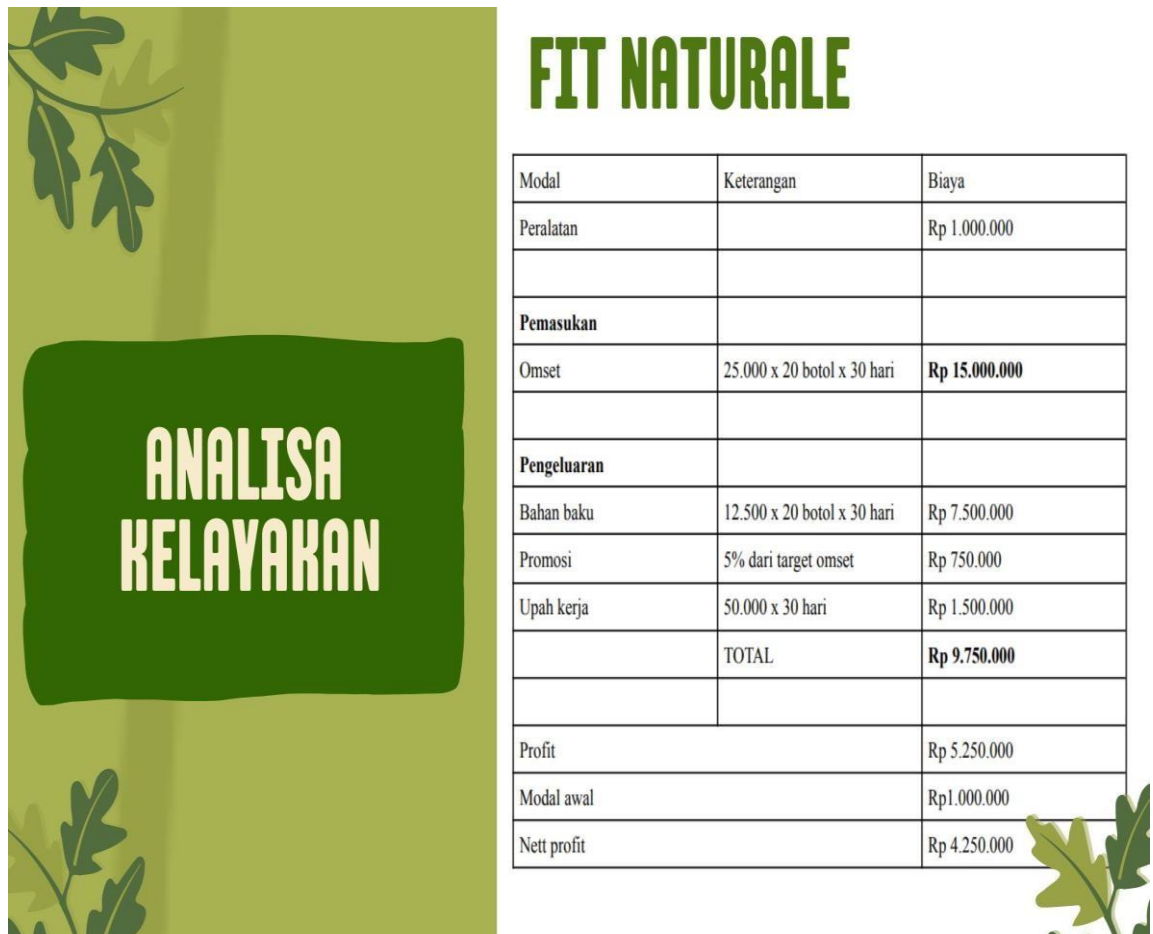
mitra dan pelanggan, mengelola anggaran pemasaran, dan menemukan tren dan peluang pasar adalah semua tugas saya. Selain itu, saya harus terus mengawasi dan mengevaluasi hasil kampanye pemasaran serta bekerja sama dengan departemen lain untuk memastikan upaya pemasaran berjalan sesuai dengan rencana. Dengan menggunakan riset pasar dan analisis pesaing, saya dapat membuat strategi komunikasi yang tepat untuk meningkatkan kesadaran dan citra merek perusahaan. Selain itu, saya dapat membuat laporan dan presentasi tentang kinerja pemasaran perusahaan untuk manajemen dan pemegang saham.

Secara umum, tugas Chief Marketing Officer meliputi mengembangkan dan menerapkan strategi pemasaran yang sesuai untuk mencapai tujuan perusahaan dan meningkatkan penjualan dan kesadaran merek perusahaan. Chief Marketing Officer juga dapat bertanggung jawab atas pengembangan merek, komunikasi korporat, public relations, dan digital marketing dalam beberapa perusahaan. Mereka juga dapat membangun dan mengelola tim pemasaran, mengembangkan dan mengelola anggaran pemasaran, dan membuat laporan dan presentasi untuk manajemen dan investor.

Fit Naturale memiliki catatan penjualan yang digunakan untuk memetakan perjalanan atau proyek yang kompleks menjadi langkah-langkah yang lebih mudah dimengerti oleh konsumen. Berikut data penjualan beberapa bulan :

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara



Gambar 3.2 Analisa Kelayakan

Pada analisa kelayakan tim Fit Naturale ini terlihat jelas datelas data-data yang telah dicatat selama periode satu bulan.

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

BEP (BREAK EVEN POINT)

Dipakai untuk menentukan besarnya volume penjualan dimana perusahaan tersebut sudah dapat menutup semua biaya – biayanya tanpa mengalami kerugian maupun keuntungan.

$$\text{BEP} = \frac{\text{Total biaya produksi}}{\text{Harga jual per produksi}} = \frac{\text{Rp. 7.500.000}}{\text{Rp. 25.000}} = 300$$

Jadi, dengan penjualan 300 botol itu sudah mengembalikan modal. Maka nilai BEP adalah 1 bulan, karena target omset perbulannya adalah 600 botol.

$$\text{Net B/C} = \frac{\text{Total Penerimaan}}{\text{Total Biaya}} = \frac{\text{Rp. 15.000.000}}{\text{Rp. 7.500.000}} = 2$$

Berdasarkan perhitungan Net B/C produksi Fit Naturale mendapatkan nilai 2, Nilai Net B/C yang lebih besar dari satu tersebut menunjukkan usaha Fit Naturale ini layak untuk dijalankan.

Gambar 3.3 BEP

Rencana Pelaksanaan Anggaran (BEP) adalah rencana yang menjelaskan bagaimana anggaran akan dilaksanakan dan dipantau sepanjang tahun. Dengan kata lain, ini adalah rencana rinci yang menjelaskan bagaimana anggaran akan dilaksanakan dan dikelola untuk mencapai hasil yang diinginkan. BEP biasanya berisi data seperti:

1. Alokasi anggaran: BEP menjelaskan bagaimana anggaran akan didistribusikan
2. Target anggaran: BEP menetapkan target khusus untuk setiap penjualan.

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara



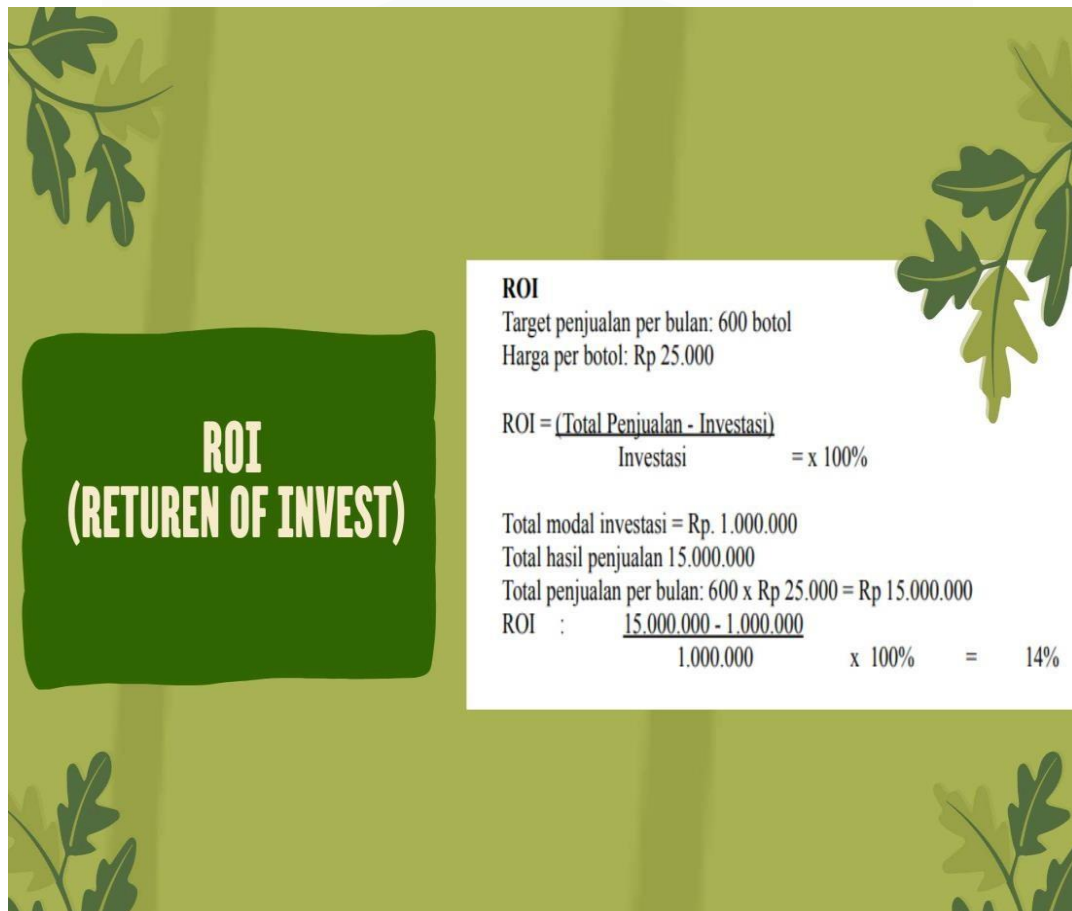
Gambar 3.4 Perhitungan COGS

Hitungan Cogs adalah analisis yang digunakan untuk merencanakan dan mengawasi produksi. Hitungan Cogs melibatkan analisis biaya, tingkat produksi, dan tingkat konversi biaya menjadi produk. Tujuan analisis ini adalah untuk mengukur kinerja dan efisiensi operasional perusahaan serta untuk memprediksi biaya produksi yang diperlukan. dalam kehidupan nyata, hitungan Cogs digunakan untuk mengukur : Biaya produksi adalah biaya yang diperlukan untuk membuat satu unit produk. Tingkat konversi biaya adalah rasio antara biaya produksi dan jumlah produk yang dihasilkan. Efisiensi operasional adalah tingkat keefektifan operasional perusahaan dalam menghasilkan produk.

COGS yang diperoleh oleh tim Fit Naturale yakni diangka Rp. 5.250.000.,

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara



Gambar 3.5 Perhitungan ROI

Hitungan ROI (Return on Investment) adalah suatu metode untuk menghitung kembali uang yang diharapkan atau yang biasa dibilang dengan keuntungan. Keuntungan yang didapatkan oleh Fit Naturale selama perbulan dengan hitungan diatas mendapatkan keuntungan sebesar 14%.

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

3.3 Kendala yang Ditemukan

Banyak orang yang ingin memulai bisnis, tetapi mereka tidak memiliki modal untuk membeli peralatan, bahan baku, atau modal operasional lainnya. Ini dapat memperlambat atau bahkan mempersulit proses memulai bisnis. Akibatnya, sebelum memulai bisnis, penting untuk memiliki perencanaan keuangan yang matang dan mencari sumber modal yang memadai.

Di pasar konsumen modern, persaingan produk minuman adalah hal yang umum. Berbagai merek minuman bersaing untuk menarik perhatian pelanggan dan memperluas pangsa pasar mereka. Beberapa faktor yang dapat memengaruhi persaingan dalam industri minuman termasuk kualitas produk, harga, inovasi, distribusi, promosi, dan citra merek.

Produsen minuman harus terus melakukan inovasi dalam produk mereka untuk tetap relevan di pasar yang terus berubah. Inovasi ini dapat mencakup rasa baru, bahan baku yang lebih baik, atau bahkan penggunaan teknologi terbaru selama proses produksi. Dalam persaingan produk minuman, harga juga sangat penting. Produsen harus dapat menawarkan harga yang kompetitif tanpa mengorbankan kualitas produk mereka. Dalam persaingan produk minuman, distribusi sangat penting. Contoh competitor advantages dari Fit Naturale.

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara



Gambar 3.6 Competitor Advantages Fit Naturale

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara



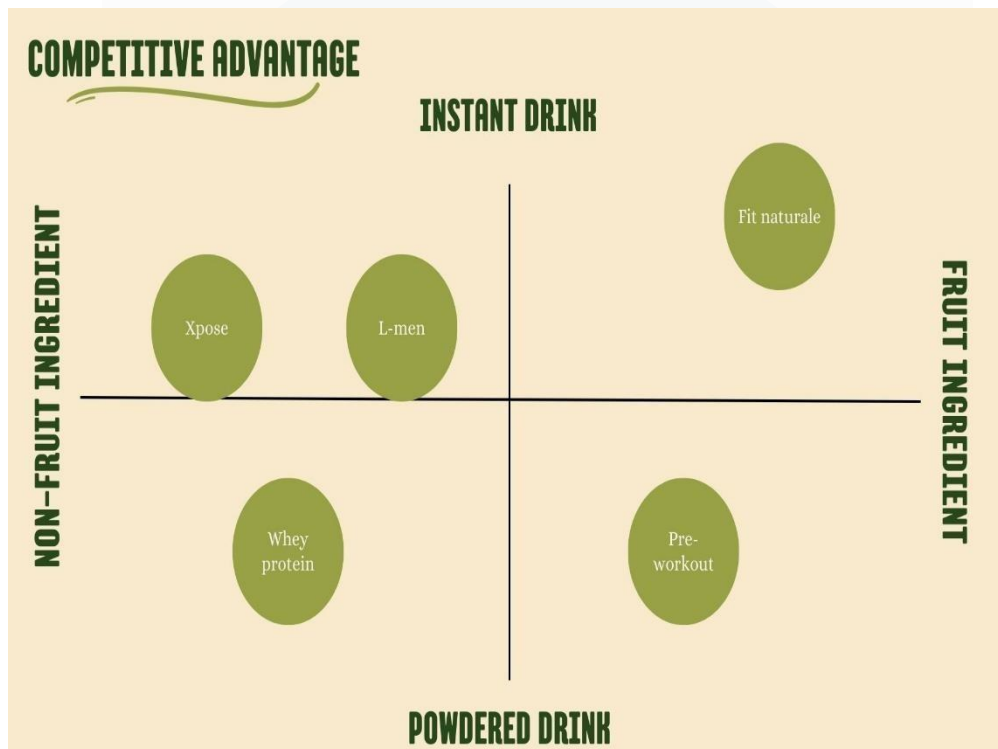
Gambar 3.7 Competitor Advantages Fit Naturale

Produk Reps dan Protein Bomb adalah salah satu contoh pesaing dari Fit Naturale yang sama membuat minuman protein berbahan dasar putih telur dan berwarna. Namun, yang membedakannya adalah jika Protein Boomb dan Reps menggunakan serbuk makanan untuk menarik para konsumennya berbanding terbalik dengan Fit Naturale yang menggunakan bahan-bahan alami seperti madu untuk menambah kemanisan dalam minuman ini serta buah-buahan asli dan segar kita gunakan untuk menambah nilai warna yang cantik untuk menarik konsumen kita. Dan setelah di bandingkan protein boomb dan reps ketika di konsumsi masih berbau amis dari putih telurnya sehingga tidak cocok diminum untuk para pemula. Sedangkan tim Fit Naturale membuat minuman agar tidak tercium bau

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

amis menggunakan perisa vanili, lemon, dan daun suji untuk menunjang bau amis dari putih telur tersebut.



Gambar 3.8 Competitor Advantages Fit Naturale

Kendala utama yang ditemukan dalam proses magang ini adalah kebanyakan penduduk Indonesia bekerja dengan jam kerja yang berlebih dan padat sehingga melebihi kapabilitas kesehatan pada manusia yang jam kerjanya mencapai lebih dari 48 jam per minggu. Sehingga banyak masyarakat yang menyepelkan kesehatan karena lelah bekerja sehingga mereka lebih memilih untuk berolahraga Gym sebagai solusinya yang bertujuan hanya untuk menyehatkan tubuh.

Penduduk Indonesia meminum suplemen atau produk kesehatan untuk merecovery otot mereka. Namun sekarang arak minuman berprotein yang tidak memperhatikan ingredients sebagai acuan utama tujuan mereka menjual produk minuman tersebut. Sehingga mereka tidak memikirkan keinginan seperti apa yang konsumen inginkan. Kebanyakan minuman protein ini tidak berasa (plain) dan

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara

kandungan protein yang kurang memuaskan untuk para konsumen sehingga konsumen enggan untuk minum minuman yang berprotein.

Kita pun menyediakan minuman protein dengan kemasan yang simple namun menarik konsumen untuk membelinya karena minuman protein kita siap minum dalam kemasan yang bisa langsung dihabiskan karena telah sesuai dengan takaran protein harian tubuh manusia. Kita pun menyediakan berbagai rasa yang bervariasi dari buah-buahan alami yakni Semangka, Strawberry, Mangga, Buah naga, Kiwi dan Melon. Selain untuk menambahkan pemanis alami buah-buahan asli juga digunakan untuk menunjang warna pada minuman protein tersebut. Dan buah-buahan asli ini pun dapat menunjang kesehatan masyarakat produktif yang setiap harinya tidak sempat memakan buah-buahan.

Selain itu untuk mencari bahan baku utama yakni putih telur dan buah segar untuk pemanis alami dalam minuman protein ini terkadang sulit dijangkau di pasaran. Sehingga jika tidak mendapatkannya dapat merubah HPP dalam hitungan awal. Keterbatasan sumber daya waktu, uang dan tenaga kerja dapat menjadi kendala dalam operasional kerja yang akan menghambat proses kerja dan mempengaruhi produktivitas. Selain itu ada pun masalah teknis yang dihadapi seperti kerusakan blender atau penyaringan, kehabisan botol dan logo yang terkena dari minuman sehingga menyebabkan kelunturan pada logo.

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

Cara lain agar tim Fit Naturale dapat terus mendapatkan konsumen dan tidak membuat konsumennya merasa bosan dengan hal-hal atau kegiatan yang dilakukan tim Fit Naturale dapat melakukan inovasi dalam produknya dengan menambah varian rasa baru dan mencoba untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui strategi pemasaran yang efektif. Dengan terus mengedepankan kualitas dan keunikan produk, Fit Naturale dapat tetap menjadi pilihan utama bagi konsumen yang mencari minuman protein yang sehat dan lezat.

Solusi yang didapatkan dari kendala diatas adalah setelah beraktivitas yang panjang dan melelahkan sehingga tidak balance dengan waktu berolahraga bahkan mungkin sama sekali tidak berolahraga sehingga mengakibatkan badan tidak fit

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

atau muda terjaring penyakit. Olahraga Gym juga harus diimbangi dengan nutrisi yang seimbang dengan tenaga yang kita keluarkan saat kita berolahraga. Kita harus mendapati protein yang cukup dan dipantau dengan ahli kesehatan mengenai protein yang kita peroleh setiap hari nya.

Mencari supplier bahan baku putih telur kepada toko kue yang biasanya hanya menggunakan kuning telur nya saja sehingga putih telur nya dijual lagi untuk yang membutuhkan. Untuk buah-buahan segar mencari melalui pasar tradisional dengan hitungan jam pagi sehingga terdapat buah yang segar namun harga masih terbeloang terjangkau. Mengelola sumber daya harus dengan komitmen yang tinggi. Dalam hitungan manajemen harus melakukan perencanaan yang matang dalam penggunaan sumber daya waktu, uang dan tenaga kerja untuk lebih menghemat waktu jam operasional. Untuk permasalahan teknis dalam operasional kerja dapat di perhatikan setiap harinya seperti blender jika sekiranya sudah tidak bisa dipakai lagi maka dari itu diganti ke yang baru untuk menghindari masalah teknis yang dapat menghambat operasional kerja.

BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi simpulan dan saran dari keseluruhan proses yang dilaksanakan mahasiswa di instansi/ perusahaan tempat kerja magang.

1. Simpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam kerja magang di perusahaan SkyStar Ventures ini :

- Pemahaman mengenai perusahaan : dalam kerja magang di perusahaan SkyStar Venture ini memberikan kesempatan untuk mempelajari lebih dalam mengenai strategi marketing yang baik dan benar.

Strategi pemasaran kreatif yang diterapkan Fit Naturale dalam menarik perhatian konsumen oleh *chief marketing officer (CMO)*

Monica Valentina, Universitas Multimedia Nusantara