

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) merupakan perguruan tinggi swasta yang mendapatkan izin dari Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia pada tahun 2005 untuk beroperasi. UMN didirikan oleh Kompas Gramedia dan berada dibawah naungan Yayasan Multimedia Nusantara. Tahun 2006, UMN diresmikan oleh Dr. Ir. Dodi Nandika di Hotel Santika, pembelajaran pertama kali dilakukan pada tahun 2007 di Gedung Wisma BNI 46. Pada tahun 2009, UMN berpindah lokasi menuju 2 gedung baru yang terletak di Scientia Garden, seiring berjalannya waktu UMN terus mengembangkan fasilitas seperti laboratorium, kolaboratif, perpustakaan, asrama dan lain-lain, hal ini dilakukan untuk mendorong para mahasiswa dapat belajar dengan baik dan nyaman.

UMN memiliki fokus kepada teknologi informasi dan komunikasi, semakin berkembang saat ini UMN memiliki empat fakultas untuk program strata 1, yaitu Fakultas Teknik & Informatika, Fakultas Bisnis, Fakultas Ilmu Komunikasi, dan Fakultas Seni & Desain. Kemudian untuk strata 2 UMN memiliki dua program studi, yaitu Manajemen Teknologi dan Ilmu Komunikasi. UMN juga membuka banyak program-program seperti produksi film, inkubasi bisnis *Skystar Ventures*, program magang, pertukaran pelajar, serta menyediakan program pascasarjana dalam bidang Desain Komunikasi Visual, Manajemen, dan Komunikasi. Pada tahun 2020 UMN juga membuka program Pembelajaran Jarak Jauh yang bernama UMN *Digital Learning* yang saat ini berganti nama menjadi UMN *Online Learning*.

Selama belasan sejak UMN resmi berdiri, sudah banyak prestasi yang UMN dapatkan. Berhasil mendapatkan akreditasi A dari BAN-PT, UMN juga pernah mendapatkan Juara pertama kategori gedung hemat energi tingkat nasional pada tahun 2013, *Energy Efficient Building* kategori *Tropical Building* di

ASEAN *Energy Award* pada tahun 2014. UMN juga menghasilkan mahasiswa-mahasiswa yang cerdas, pada tahun 2019 UMN mendapatkan penghargaan dari Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah III atas prestasi yang diraih mahasiswa di tingkat internasional berbasis Lumbung Data (LLDIKTI).

2.1.1 Logo Universitas Multimedia Nusantara



Gambar 2.1 Logo Universitas Multimedia Nusantara
Sumber: Dokumen Perusahaan

Bola Dunia: Cita-cita yang dimiliki oleh UMN, yaitu agar UMN memiliki eksistensi dengan kredibilitas internasional. Kemudian UMN juga merupakan universitas global dimana tidak berorientasi pada satu golongan, agama, ideologi atau kelompok saja. Mahasiswa UMN juga merupakan anak-anak muda yang berasal dari berbagai daerah atau negeri dengan beragam latar belakang.

Kotak Putih Terbuka: Semua orang memiliki aspek kehidupan dan pemikiran yang terus berkembang untuk mencapai cita-citanya yang tiada batasnya dan pastinya dibantu dengan adanya ICT (*Information and Communication Technology*).

Kotak Putih: Gambaran teknologi komunikasi dan informasi yang telah menyatukan berbagai aspek dalam kehidupan di dunia ini, sehingga menciptakan komunitas dunia yang rukun.

Warna Biru: Melambangkan teknologi yang merupakan fokus dan dasar dari pendidikan di Universitas Multimedia Nusantara (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 berkompentensi tinggi di bidangnya (berkeahlian) disertai jiwa wirausaha serta berbudi pekerti luhur.

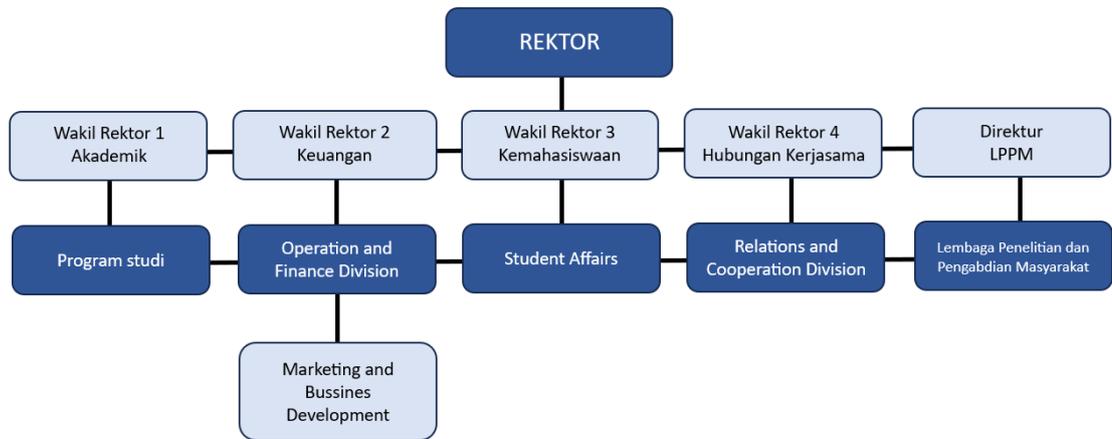
MISI

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

2.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi Universitas Multimedia Nusantara adalah sebagai berikut:

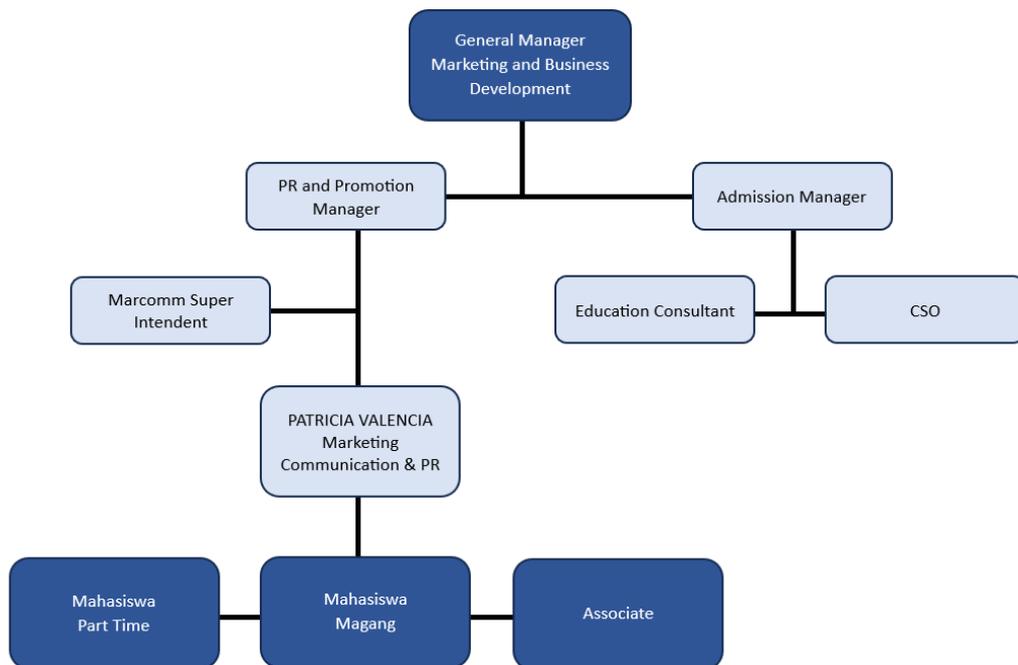
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Universitas Multimedia Nusantara
 Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

Divisi *Marketing & Business Development* UMN bertugas untuk mencari mahasiswa baru yang dibantu dengan divisi *Admission* untuk membantu memberikan informasi mengenai program beasiswa dan divisi *Public Relation & Promotion* yang bertugas untuk meningkatkan awareness melalui *Open House*, *Campus Visit*, dan Pengelolaan *Social media* seperti Tiktok dan Instagram.





Gambar 2.3 Struktur Organisasi Universitas Multimedia Nusantara

1. *General Manager Marketing & Business Development*: Posisi ini bertanggung jawab atas manajemen Divisi *PR & Promotion* serta Bagian Penerimaan di Departemen Pemasaran & Pengembangan Bisnis. Posisi ini merupakan pengambil keputusan dan perencanaan program pemasaran.
2. *PR & Promotion Manager*: Posisi ini bertanggung jawab atas semua kegiatan yang dilakukan dalam bidang Komunikasi Pemasaran & Hubungan Masyarakat, bertugas untuk pengambil keputusan mengenai manajemen *Social media*, periklanan, peliputan, pelaksanaan acara, dan penyusunan rilis pers.
3. *Admission Manager*: Manager Admisi memiliki tanggung jawab untuk mengelola kegiatan-kegiatan tim *education consultant*, beragam kegiatan seperti NGOPI, *UMN Goes to School*, dll. Divisi ini juga bertanggung jawab untuk memberikan arahan dan konseling kepada calon mahasiswa.
4. *Education Consultant and CSO*: Tugas utama divisi ini adalah untuk memberikan pelayanan yang unggul, memperkenalkan UMN kepada sekolah-sekolah melalui presentasi dan pameran pendidikan, serta melakukan pemasaran kepada orangtua dan calon mahasiswa baru.

5. *Marketing Communication and PR*: Tugas utama divisi ini adalah untuk meningkatkan *brand awareness* UMN melalui berbagai media, seperti berita, *Social media*, media tradisional. Divisi ini juga bertugas untuk menjaga nama baik dan citra UMN dimata publik.
6. Divisi Tempat Pelaksanaan Magang: Posisi magang yang diambil menjadi *Social media officer* yang *menghandle* Instagram dan Tiktok UMN *Online Learning*, dibawah *supervised* dari Angelique Cahya Mutiara selaku *Social media officer* yang memegang *Social media* UMN dan Ni Putu Armiwirayanti selaku *Marketing Communication* UMN *Online Learning*.

