

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) telah berkembang menjadi pusat bagi banyak orang yang bercita-cita untuk berhasil di sektor multimedia Indonesia. Pembukaan kampus ini oleh Kompas Gramedia Group pada tahun 2005 menandai dimulainya babak baru dalam sejarah pendidikan tinggi di tanah air. UMN adalah pemimpin yang diakui dalam pendidikan, didedikasikan untuk memberikan siswa yang ingin memajukan karir mereka di industri multimedia yang berkembang pesat pengaturan yang sesuai. UMN telah menciptakan ekosistem pembelajaran yang terintegrasi, menyatukan teori dan praktik di bawah satu atap, dengan visi dan tujuan yang jelas. Dr. Ninok Leksono menjabat sebagai rektor universitas. Lembaga ini berwenang untuk beroperasi oleh Departemen Pendidikan Republik Indonesia. UMN merupakan kampus swasta yang mengusung konsep *eco green building* yang sudah meraih juara 1 gedung hemat energi tingkat ASEAN. Hingga saat ini UMN sudah berumur 17 tahun dan memiliki 13 program sarjana dengan 4 fakultas, semua program studi di UMN merupakan program pendidikan yang sudah mendukung Industri 4.0. UMN juga memberikan fasilitas yang memadai sehingga menciptakan kehidupan kampus yang dinamis dan memberikan kenyamanan pada mahasiswanya. UMN berlokasi di Gading Serpong, Tangerang, yang dikelilingi berbagai fasilitas yang sangat populer.

UMN memiliki 4 fakultas dan 13 program studi yakni:

1. Fakultas Teknik & Informatika:

- Informatika
- Teknik Komputer
- Teknik Elektro
- Teknik Fisika
- Sistem Informasi
- *Join Degree – Informatics*

2. Fakultas Bisnis

- Perhotelan
- Akuntansi
- *Management*
- Magister *Management* Teknologi

3. Fakultas Ilmu Komunikasi

- Komunikasi Strategis
- Jurnalistik
- Magister Ilmu Komunikasi

4. Fakultas Seni dan Desain

- Desain Komunikasi Visual
- Arsitektur
- Film & Animasi

Selain gedung, UMN juga memiliki segudang prestasi contohnya, mahasiswa Teknik Fisika UMN jadi pemantik terbaik ketiga di ajang NSLSM, tiga ide bisnis mahasiswa MMT UMN borong *silver award* di ajang kompetisi Internasional, film dan animasi yang diproduksi oleh UMN *pictures*, “*candy monster*”, meraih dua penghargaan dari *Southeast Asia’s Kre8tif! Award*. Dan masih banyak lagi. UMN juga sangat mendukung para mahasiswanya untuk melakukan kegiatan berkuliah maka dari itu UMN juga menyediakan berbagai fasilitas seperti akses wi-fi, *collaborative lab*, *e-learning*, lingkungan yang terbuka dan hijau, *lecture theatre*, *lecture hall*, *student lounge*, *function hall*, akun pribadi mahasiswa di MY-UMN, laboratorium setiap jurusan, dan masih banyak lagi. UMN juga melahirkan alumni yang tidak kalah penting seperti Kevin Anggara, para anggota *Last Day Production (LDP)*, Chandra Liow, Tiara Andini, Nadia Soekarno, dan masih banyak lagi.

2.2 Logo Perusahaan

Dalam rangka menonjolkan keahlian Universitas di bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK), Universitas Multimedia Nusantara memiliki logo biru (UMN). Universitas Multimedia Nusantara adalah universitas yang menekankan pendidikan berbasis ICT. "Pengembangan Sumber Daya Manusia Menyongsong Era TIK" menjadi tema pidato pertama UMN tahun 2007.

1. Bola dunia: Melambangkan identitas yang diinginkan UMN, yaitu Universitas dengan kehormatan dalam skala global. UMN adalah universitas internasional yang tidak memprioritaskan kelompok, agama, atau kelas sosial tertentu. Generasi muda mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara berasal dari berbagai latar belakang.
2. Kotak putih terbuka: Melambangkan setiap orang di bumi ini yang bersedia untuk terus tumbuh dan mengejar tujuan mereka. Siswa juga dapat menggunakan ICT untuk memajukan aspirasi mereka.
3. Kotak-kotak putih: Melambangkan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, yang mempengaruhi kehidupan masyarakat dalam masyarakat global untuk menciptakan komunitas global yang damai.



Gambar 2.1 Logo Universitas Multimedia Nusantara

Sumber: Dokumen Perusahaan (2024)

2.3 Visi Misi

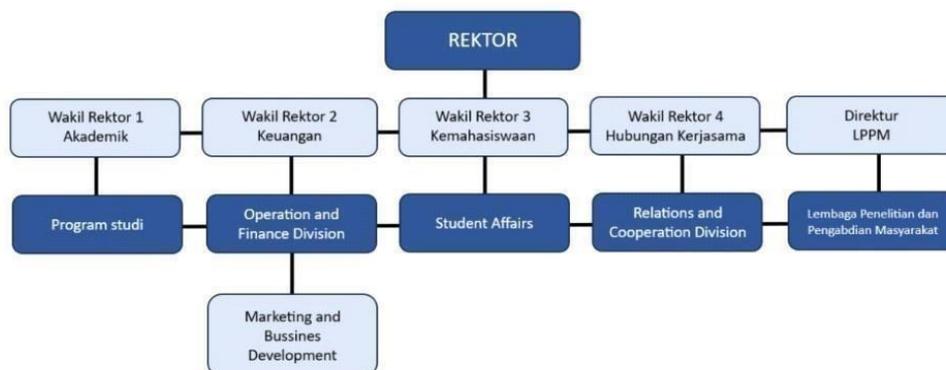
Seperti yang sudah dipaparkan, Universitas Multimedia Nusantara memiliki visi misi sebagai berikut.

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

Sementara itu misi Universitas Multimedia Nusantara adalah 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.

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Di dalam suatu entitas pendidikan, diperlukan kerangka organisasi yang memainkan peran penting dalam mengawasi berbagai divisi yang berada di bawahnya. Berikut adalah struktur organisasi yang dimiliki oleh Universitas Multimedia Nusantara:

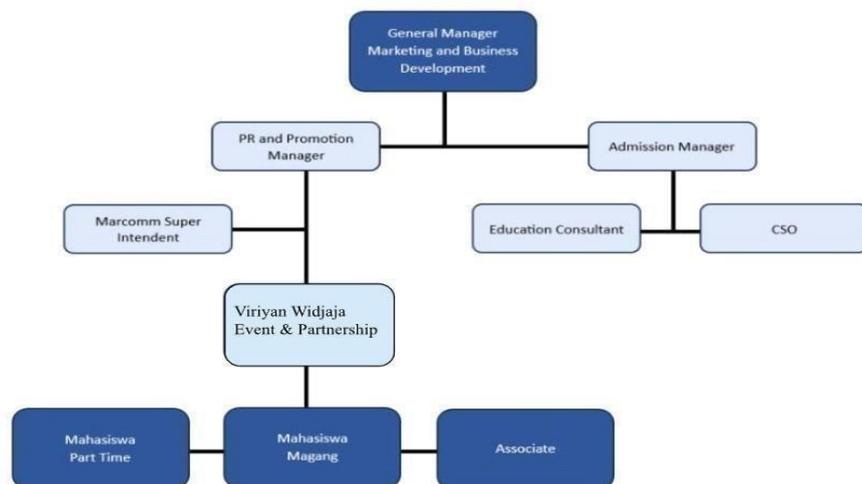


Gambar 2.2 Struktur Organisasi Universitas Multimedia Nusantara

Sumber: Dokumen Perusahaan 2024

Dalam organisasi UMN, departemen Marketing & Business Development menjadi pusat kegiatan pencarian dan perekrutan mahasiswa baru. Tugas ini dibagi ke dalam dua divisi utama: Admission, yang fokus pada mengurus jalur masuk dan pemberian beasiswa, serta PR & Promotion, yang bertugas meningkatkan kesadaran dan menyebarkan informasi kepada target pasar melalui berbagai event seperti Campus Visit dan Open House, serta pengelolaan konten media sosial di platform Instagram dan TikTok milik UMN.

Gambar 2.3 Struktur Departemen Marketing & Business Development



Sumber: Dokumen Perusahaan 2024

Divisi PR & Promosi dan Divisi Admisi dikelola oleh *General Manager* Pemasaran & Pengembangan Bisnis. Arief Setyadi Hernawa adalah perencana program pemasaran dan pengambil keputusan yang sekarang memegang peran ini.

1. *PR & Promotion Manager*: Endang Widyastuti memegang posisi ini sebagai pemimpin dan pengambil keputusan untuk semua hal yang berkaitan dengan manajemen media sosial, periklanan, pelaporan, pelaksanaan acara, dan persiapan siaran pers. Posisi ini bertanggung jawab atas semua kegiatan yang dilakukan di bidang Pemasaran, Komunikasi & Hubungan Masyarakat.

2. *Admission Manager*: yang bertugas manajemen operasi tim konsultan pendidikan, termasuk NGPOI, *UMN Goes to School*, dan acaralainnya. Selain itu, bagian ini bertugas memberikan instruksi.
3. *Education Consultant and CSO*: yang bertugas menawarkan layanan terbaik, memasarkan UMN kepada orang tua dan calon mahasiswa baru, dan memperkenalkan universitas ke sekolah- sekolahmelalui presentasi dan pameran informatif.
4. *Marketing Communication and PR*: Tujuan utama divisi ini adalah untuk meningkatkan profil UMN di media melalui berita, media sosial, dan media konvensional. Divisi ini juga bertanggung jawab untuk menegakkan persepsi positif publik tentang UMN dan reputasinya.
5. Divisi Tempat Pelaksanaan Magang: Penulis ditempatkan sebagai *Event Marketing* yang mengurus *Campus Visit*, *Open House*, di bawah pengawasan Viriyan Widjaja selaku *event and partnership officer*.

