

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Tentang Universitas Multimedia Nusantara

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) adalah sebuah perguruan tinggi swasta yang berdiri di bawah naungan Yayasan Multimedia Nusantara, yang didirikan oleh Kompas Gramedia. UMN memperoleh izin beroperasi dari Menteri Pendidikan Republik Indonesia pada 28 November 2005. Pengumuman resmi tentang keberadaan UMN kemudian disampaikan setahun setelahnya oleh Dr. Ir. Dodi Andika, yang menjabat sebagai Sekretaris Jenderal Kementerian Republik Indonesia pada saat itu. Hal ini menandai awal dari peran UMN dalam dunia pendidikan tinggi di Indonesia, serta komitmen mereka untuk menyediakan lingkungan pendidikan yang berkualitas dan relevan dengan tuntutan zaman.

Sebelum mendirikan kampus tetapnya, UMN memulai operasionalnya di gedung BNI 46. Selanjutnya, pada tahun 2008, UMN memutuskan untuk memindahkan lokasi kampusnya ke kawasan Serpong, tepatnya di kawasan Scientia Garden, Summarecon Serpong, Tangerang, Banten. Saat ini, UMN terdiri dari empat gedung utama dan masih terus dilakukan pengembangan. Pada awal berdirinya, UMN dipimpin oleh Prof. Yohanes Surya, Ph.D yang kemudian digantikan oleh Dr. Ninok Leksono yang menjabat sebagai Rektor sejak tahun 2011.

Pada tahun 2024, jumlah mahasiswa yang mendaftar di UMN mencapai angka 2.080 peserta, jumlah ini terus meningkat dari beberapa tahun terakhir. UMN sendiri memiliki empat fakultas dan 13 program studi. Keempat fakultas tersebut adalah Fakultas Bisnis, Fakultas Komunikasi, Fakultas Seni & Desain, serta Fakultas Teknik & Informatika. Selain itu, UMN juga memiliki program magister yang terdiri dari dua jurusan, yakni ilmu komunikasi dan manajemen teknologi, serta Program Studi Pendidikan Profesi Arsitek (PPAr). UMN juga memiliki Program Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ) Komunikasi Strategi yang hadir pada tahun

2021 serta UMN Internasional dengan target Warga Negara Asing maupun Warga Negara Indonesia dengan bahasa pengantar Bahasa Inggris.

Pada situs resminya, www.umn.ac.id, tersedia informasi mengenai berbagai prestasi yang berhasil diraih oleh UMN, baik di tingkat nasional maupun internasional. Sebagai contoh, pada bulan Februari 2024, UMN berhasil meraih lima penghargaan dari LLDikti wilayah III, di antaranya adalah penghargaan sebagai universitas dengan pendampingan mahasiswa terbaik. UMN mendapatkan penghargaan tertinggi, yaitu Platinum, dalam kategori ini atas layanan yang diberikannya kepada mahasiswa. Universitas ini menyediakan berbagai layanan kemahasiswaan seperti *student service*, *student support*, *career development*, dan program beasiswa untuk mendukung proses pendidikan mahasiswa. Di tingkat internasional, UMN juga meraih penghargaan dalam kategori "*Adequate as Expected*". Tiga program studi UMN mendapatkan penilaian ini karena berhasil memenuhi kriteria dari *ASEAN University Network – Quality Assurance (AUN-QA)*, menandakan UMN telah menerapkan standar kualitas pendidikan yang diakui secara internasional.

Selain itu, UMN juga menjalin sejumlah kemitraan dengan berbagai instansi. Kolaborasi ini meliputi kerjasama dengan perusahaan-perusahaan terkemuka, lembaga pemerintah, organisasi non-pemerintah (NGO), serta institusi pendidikan lainnya. Melalui kerjasama ini, UMN dapat memperluas jaringan dan mendapatkan akses ke sumber daya yang beragam, termasuk peluang magang, penelitian bersama, pengembangan kurikulum yang relevan dengan industri, serta program pengabdian kepada masyarakat yang lebih luas.

2.2 Visi Misi Universitas Multimedia Nusantara

Universitas Multimedia Nusantara sebagai salah satu institusi pendidikan dengan fokus pada ICT memiliki visi dan misi perusahaan sebagai berikut :

- 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

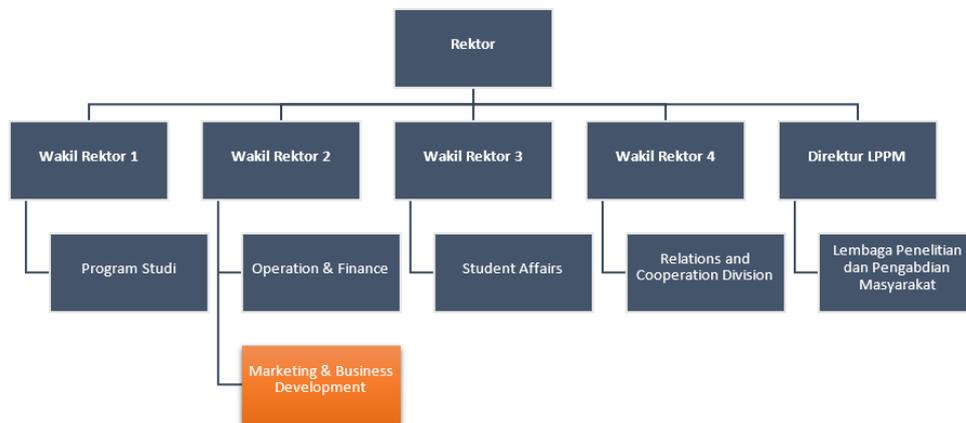
di bidangnya (berkeahlian) yang disertai jiwa wirausaha serta berbudi pekerti luhur.

- Misi

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

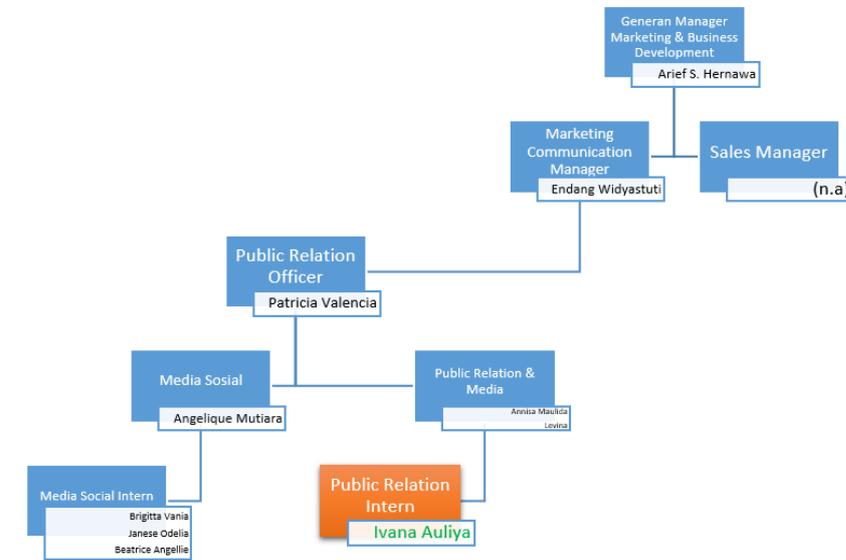
2.3 Struktur Organisasi Universitas Multimedia Nusantara

UMN memiliki struktur organisasi untuk memperjelas kedudukan serta alur kerja yang dimiliki oleh sumber daya manusianya. Secara menyeluruh, UMN dipimpin oleh Dr. Ninok Leksono sebagai rektor. Struktur organisasi UMN dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Struktur Perusahaan UMN
Sumber : Olahan Pekerja magang

Pada Departemen *Marketing Communication* terdapat pembagian peran yang terbagi dalam beberapa divisi. Setiap divisi memiliki tanggung jawab pekerjaannya masing-masing yang memiliki keterkaitan satu dengan yang lainnya. Berikut gambaran struktur organisasi departemen marketing communication UMN:



Gambar 2. 2 Struktur *Departemen Marketing Communication*
Sumber : Olahan Pekerja magang (2024)

Divisi *Public Relations* di UMN memiliki tanggung jawab dalam pembuatan liputan yang mempromosikan kegiatan dan pencapaian kampus. Liputan ini disajikan dalam dua bentuk media yang berbeda, yaitu rilis resmi di laman web UMN dan dokumentasi visual di berbagai platform media sosial UMN. Keterkaitan erat antara sub-divisi PR dan sub-divisi media sosial menjadi kunci dalam memastikan pesan-pesan penting dapat tersebar dengan efektif kepada berbagai kalangan audiens. Berikut uraian pekerjaan yang lebih detail dari masing-masing posisi pada *Departemen Marketing Communication* yang berhubungan langsung dengan posisi pekerja magang di UMN :

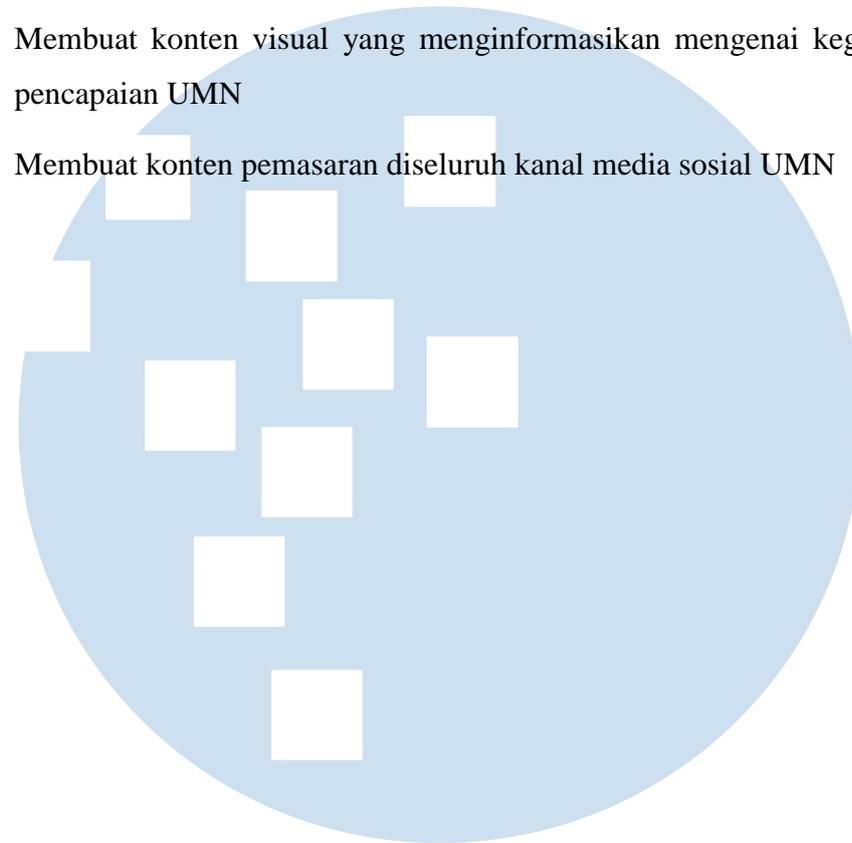
1. *General Manager Marketing and Business Development*

- Bertanggung jawab atas manajemen Divisi *Marketing Communication* dan Divisi *Admission*
- Mengambil keputusan berskala besar terkait dengan pemasaran dan penjualan layanan UMN
- Menjadi sumber referensi dari seluruh divisi dan sub-divisi

2. *Marketing Manager*

- Bertanggung jawab atas seluruh manajemen Divisi *Marketing Communication*
 - Mengambil keputusan terkait kegiatan pemasaran baik online maupun offline
 - Membuat strategi pemasaran secara garis besar, seperti meningkatkan *awareness* UMN Online Learning (UOL)
3. *Public Relations Officer*
- Membuat strategi komunikasi *Public Relations* seperti *media gathering*
 - Menjembatani komunikasi perusahaan dengan pihak eksternal
 - Menangani isu yang berkaitan dengan perusahaan
4. *Public Relations Associate*
- Meliput dan mempublikasikan kegiatan serta pencapaian UMN
 - Membuat rilis berita yang menginformasikan mengenai kegiatan dan pencapaian UMN
 - Melakukan *media monitoring* secara rutin
5. *Media Social Associate*
- Membuat inisiatif organik *event* seperti kampanye media sosial
 - Memimpin pembuatan *content* sesuai dengan tujuan pemasaran
 - Membuat konten *feeds* di Instagram UMN
6. *Public Relations Intern*
- Meliput dan mempublikasikan kegiatan serta pencapaian UMN
 - Membuat rilis berita yang menginformasikan mengenai kegiatan dan pencapaian UMN
 - Melakukan *media monitoring* secara rutin
7. *Social Media Intern*

- Meliput kegiatan dan pencapaian UMN
- Membuat konten visual yang menginformasikan mengenai kegiatan dan pencapaian UMN
- Membuat konten pemasaran diseluruh kanal media sosial UMN



UMMN

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A