

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

#### **2.1 Sejarah Universitas Multimedia Nusantara**

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) berlokasi di Jalan Scientia Boulevard, Gading Serpong, Tangerang. Berdiri sejak tahun 2005, UMN adalah institusi perguruan tinggi swasta di Indonesia yang telah mendapatkan izin operasional dari Kementerian Pendidikan Republik Indonesia. Resmi didirikan pada tanggal 20 November 2006, peresmianya dipimpin oleh Dr. Ir. Dodi Nandika, Sekretaris Jenderal Kementerian Pendidikan Nasional. UMN merupakan bagian dari Yayasan Multimedia Nusantara yang didirikan oleh Kompas Gramedia (UMN, 2023). Saat ini, UMN memiliki empat fakultas, yaitu Ilmu Komunikasi, Teknik & Informatika, Bisnis, serta Seni & Desain, yang menawarkan 12 program studi untuk gelar sarjana (S1) dan Diploma Program Hotel Operations (D1).

UMN sejak awal telah berfokus pada penggunaan teknologi dan media digital dalam proses pembelajaran dan pengembangan inovasi serta kreativitas mahasiswa. Fasilitas yang tersedia, seperti *Collabo Hub*, *Green Screen Studio*, *Sound Lab*, *Skystars Venture*, dan *Library UMN*, mendukung pengembangan keterampilan mahasiswa dalam teknologi digital. Program studi unggulan UMN meliputi Desain Komunikasi Visual, Manajemen, Film dan Komunikasi Strategis. Prestasi UMN termasuk penghargaan PK Ojong-Jakob Oetama Tower dan meraih peringkat kedua dalam kategori Tropical Building di ASEAN Energy Award 2019 di Bangkok, Thailand (UMN, 2023).

Selain itu, UMN juga menyediakan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) sebagai wadah bagi mahasiswa untuk mengasah *softskill* seperti kemampuan berorganisasi dan pengembangan bakat. UKM yang dimiliki Universitas Multimedia Nusantara terbagi dalam tiga bidang, yaitu sains & sosial, olahraga, dan seni & budaya. Beberapa UKM populer di antaranya adalah Teater Katak, *Lions Sports (Basketball, Futsal, Badminton, Volley)* dan *Ultima Sonora*, yang telah meraih kesuksesan internasional dan memenangkan berbagai perlombaan.



Gambar 2.1 Logo Universitas Multimedia Nusantara

**Sumber: Dokumen Perusahaan**

Logo Universitas Multimedia Nusantara (UMN) menjadi simbol visual yang mencerminkan identitas serta citra yang ingin ditampilkan oleh UMN. Dalam desain logo tersebut, terkandung visi dan misi perusahaan yang ingin disampaikan. Logo UMN juga berperan sebagai alat untuk meningkatkan kesadaran merek atau brand awareness di masyarakat.

Makna dan nilai-nilai filosofis yang tersemat dalam logo UMN (UMN, 2023) dijelaskan sebagai berikut:

- 1) *Globe* (Bola Dunia): Melambangkan aspirasi UMN untuk menjadi institusi pendidikan yang diakui secara internasional. Selain itu, simbol ini juga mengartikan bahwa UMN bersifat global dan terbuka untuk semua kalangan, tanpa memandang latar belakang budaya.
- 2) Kotak putih terbuka: Melambangkan bahwa di UMN, setiap individu, serta ide-ide yang ada, memiliki keterbukaan untuk berkembang dan mencapai tujuan yang tak terbatas. Dalam konteks ini, peran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) diharapkan dapat mendukung pencapaian tersebut.

- 3) Kotak-kotak putih: Melambangkan kemajuan dalam teknologi komunikasi dan informasi memfasilitasi konvergensi dalam berbagai aspek kehidupan, menciptakan jaringan global yang harmonis. Melalui komunikasi yang efektif, diharapkan tercipta kesatuan dalam keberagaman komunitas dunia.
- 4) Warna biru: Melambangkan peran teknologi, khususnya Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK), yang menjadi fokus utama UMN.

### **2.1.1 Visi dan Misi**

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) memiliki sejumlah visi dan misi yang menjadi fokus utama, dengan tujuan menjadi salah satu universitas swasta terkemuka di Tangerang:

#### **2.1.1.1 Visi**

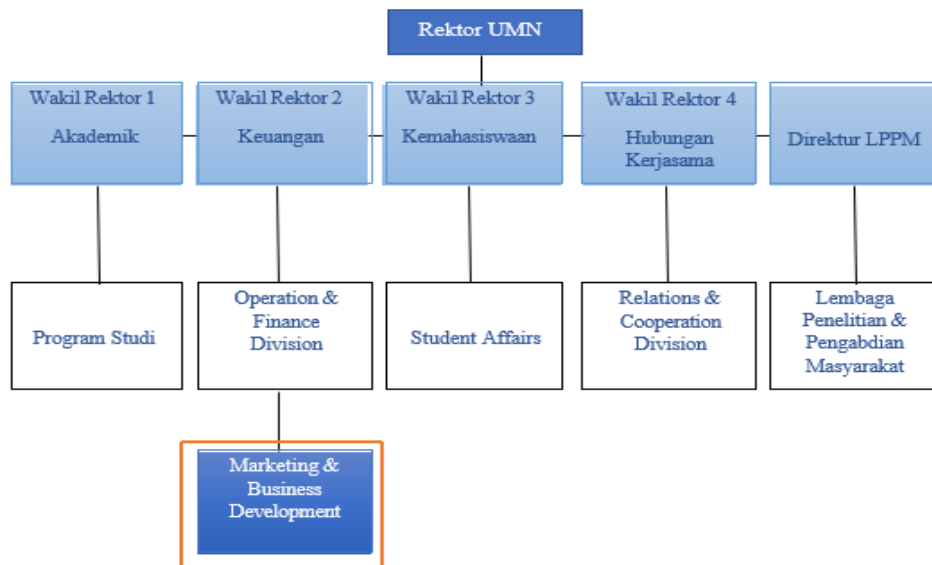
Universitas Multimedia Nusantara menjadi perguruan tinggi unggulan di bidang ICT, baik di tingkat nasional maupun internasional yang menghasilkan lulus berwawasan internasional dan berkompotensi tinggi di bidangnya disertai jiwa wirausaha serta berbudi pekerti luhur.

#### **2.1.1.2 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.

## **2.2 Struktur Organisasi Perusahaan**

Berikut adalah struktur organisasi Universitas Multimedia Nusantara yang menunjukkan pembagian tugas berdasarkan bidang:



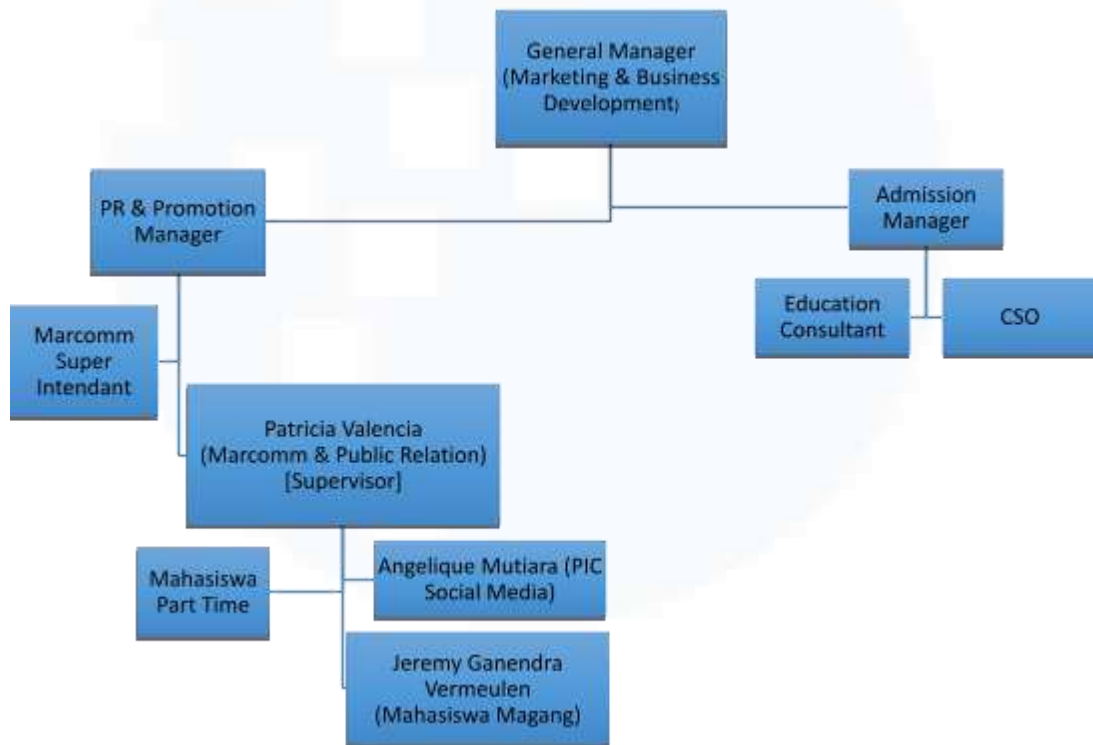
Gambar 2.2 Struktur Organisasi UMN

Universitas Multimedia Nusantara memiliki Departemen *Marketing and Business Development* yang bertanggung jawab untuk menjangkau target pasar dengan merekrut mahasiswa baru setiap tahunnya. Departemen ini terbagi menjadi dua divisi, yaitu Divisi Penerimaan Mahasiswa Baru (*Admission*) dan Divisi Hubungan Masyarakat & Promosi (*PR & Promotion*).

Divisi *Admission* memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan program beasiswa UMN serta mengelola proses penerimaan mahasiswa baru melalui berbagai jalur masuk perkuliahan UMN. Tugas mereka meliputi pembuatan program beasiswa yang sesuai dengan kebutuhan calon mahasiswa serta pengelolaan jalur penerimaan mahasiswa baru.

Di samping itu, Divisi *PR & Promotion* bertugas untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap merek UMN melalui sejumlah kegiatan promosi. Hal ini meliputi penyelenggaraan acara seperti Open House UMN, kunjungan kampus dari berbagai sekolah, sesi informasi, seminar di berbagai sekolah, dan inisiatif lainnya. Selain itu, divisi ini juga memiliki tanggung jawab dalam mengelola akun media sosial resmi UMN, serta menciptakan konten

menarik di platform-platform seperti Instagram dan TikTok. Saat ini, Universitas Multimedia Nusantara juga memiliki beberapa akun media sosial yang khusus ditujukan untuk program-program yang dimiliki, seperti *UMN International*, *UMN Online Learning*, dan Program Magister UMN.



Gambar 2.3 Struktur Departemen *Marketing & Business Development*

Struktur Departemen Pemasaran & Pengembangan Bisnis di Universitas Multimedia Nusantara digambarkan dalam Gambar 2.3. Setiap posisi dan jabatan memiliki tanggung jawab serta kewenangan yang berbeda-beda. Berikut penjelasan mengenai jabatan dan tanggung jawab yang dimiliki dalam struktur tersebut:

***General Manager Marketing & Business Development:***

Arief Setyadi Hernawa memegang posisi sebagai General Manager *Marketing & Business Development*. *General Manager* bertanggung jawab atas

Divisi PR & Promosi, terutama dalam hal pengambilan keputusan dan perencanaan program serta strategi untuk mendukung pertumbuhan UMN.

***PR & Promotion Manager:***

Posisi Manajer PR & Promosi saat ini dipegang oleh Endang Widyastuti. Tanggung jawabnya mencakup semua aktivitas dan kegiatan PR serta Komunikasi Pemasaran. Dalam peran ini, tugas utamanya adalah mengambil keputusan terkait aktivitas pemasaran, seperti manajemen media sosial, pelaksanaan kegiatan acara, periklanan, dan kegiatan rilis pers untuk kebutuhan PR.

***Admission Manager:***

Manajer Penerimaan Mahasiswa Baru, dijabat oleh Arif Kurnia, bertanggung jawab atas tim Konsultan Pendidikan dan Pelayanan Pelanggan (CSO). Tanggung jawabnya termasuk pengambilan keputusan terkait pemasaran UMN melalui kegiatan edukatif dan informatif seperti partisipasi dalam pameran pendidikan di berbagai sekolah.

***Marcomm SuperIntendent:***

Steve Adrianto menjabat sebagai *Superintendent Marcomm* dengan tanggung jawab mengawasi seluruh kegiatan Komunikasi Pemasaran. Tugasnya adalah memberikan arahan dan supervisi terhadap semua aktivitas Komunikasi Pemasaran di Universitas Multimedia Nusantara.

***Education Consultant & CSO:***

Tim Konsultan Pendidikan dan CSO terdiri dari 17 anggota, dengan 11 Konsultan Pendidikan dan 6 anggota CSO. Mereka bertugas melakukan pemasaran dan penjualan UMN melalui pendekatan edukatif dan informatif, seperti berpartisipasi dalam pameran pendidikan, seminar, dan sesi informasi bagi calon mahasiswa baru dan orang tua.

### ***Marketing Communication & PR:***

Peran ini sangat penting dalam meningkatkan kesadaran merek dan menjaga citra UMN melalui aktivitas pemasaran dan hubungan media. Tugas-tugasnya termasuk menciptakan konten interaktif untuk platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, serta menulis rilis pers dan artikel terkait. Selain itu, tim ini bertanggung jawab untuk menyelenggarakan berbagai acara yang bertujuan meningkatkan kesadaran publik dan merekrut mahasiswa baru setiap tahunnya.

