

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Universitas Multimedia Nusantara

(Sumber: *official website UMN*)

Salah satu perusahaan media terbesar di Indonesia, Kompas Gramedia Group, mendirikan Universitas Multimedia Nusantara (UMN) sebagai universitas swasta pada tahun 2005. Kampus ini terletak di Gading Serpong, Tangerang. Universitas Multimedia Nusantara telah berkembang pesat dalam hal fasilitas, kualitas pengajaran, dan berbagai penawaran akademik sejak didirikan. UMN terkenal akan dedikasinya dalam menerapkan ide *green campus* dengan memprioritaskan kelestarian lingkungan melalui desain bangunan yang hemat energi. Universitas Multimedia Nusantara memiliki empat fakultas pada saat itu, yaitu fakultas ekonomi, komunikasi, teknologi dan informasi, serta seni dan desain.

Sebelum akhirnya menjadi program yang berdiri sendiri, Program Studi Film awalnya merupakan peminatan animasi dari program studi Desain Komunikasi Visual. Perkuliahan pertama dimulai pada 3 September 2007. Pada tahun 2016, Fakultas Seni Rupa dan Desain membentuk Program Studi Televisi dan Film dengan menggabungkan minat Animasi dan Sinematografi Digital.

Program Studi Televisi dan Film memiliki dua peminatan: animasi dan film. Pada tahun 2018, program ini diusulkan untuk mengubah namanya menjadi Program Studi Film.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.2 Struktur Perusahaan
(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

Rektor Universitas Multimedia Nusantara bertanggung jawab atas struktur organisasi institusi. Penulis melakukan praktek kerja magang dibawah Program Studi (Prodi) Film melalui Kaprodi Film, Ketua Pelaksana mengawasi proyek konten video pembelajaran untuk Platform Merdeka Mengajar (PMM) untuk Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) di bawah pengawasan Kaprodi Film. Lalu, memberikan izin kepada produser untuk mengawasi proyek ini di bawah arahan Ketua Pelaksana. Peserta magang tidak bekerja langsung dengan rektorat maupun dekan. Penulis hanya bekerja di bawah pengawasan sutradara dan juga *art director*

selama masa magang dengan diawasi oleh *line produser* yang diutus oleh Ketua Pelaksana maupun Kaprodi.

2.3 Analisis SWOT Perusahaan

Memahami kekuatan dan kelemahan diri sendiri adalah hal yang krusial dalam sebuah perusahaan. Sebuah organisasi atau institusi dapat menggunakan teknik analisis SWOT untuk menentukan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Ketika menilai posisi strategis dan membuat rencana yang efisien untuk memenuhi tujuan organisasi, analisis SWOT sangat membantu. Analisis SWOT Universitas Multimedia Nusantara (UMN) berikut ini didasarkan pada data umum mengenai perusahaan :

Faktor Internal	Faktor Eksternal
<p>Strengths :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Berfokus pada teknologi multimedia dan informasi. ● Pengajar yang kompeten dan berpengalaman ● Kurikulum berdasarkan pada ICT yang Sesuai dengan Kebutuhan Industri 	<p>Opportunities :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pertumbuhan jaringan kerjasama internasional ● Kolaborasi dengan industri dalam proyek penelitian dan program magang ● <i>Network</i> dengan alumni
<p>Weakness :</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Biaya kuliah yang relatif tinggi ● Variasi program studi masih kurang ● Fasilitas yang mungkin belum lengkap 	<p>Threats:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Persaingan dengan institusi lain yang ada di sekitar UMN ● Kemajuan yang pesat dalam teknologi

Tabel 2.1 Analisis SWOT Perusahaan

(Sumber : Dokumentasi Pribadi)

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