

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

IGDX *Bootcamp* merupakan salah satu program yang diciptakan oleh Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) yang bekerjasama dengan Asosiasi Game Indonesia (AGI). Dalam magang kewirausahaan ini, ditetapkan bahwa supervisor untuk penulis bersama dengan peserta lainnya di Universitas Multimedia Nusantara adalah Kominfo. Kementerian Kominfo merupakan lembaga pemerintah Republik Indonesia yang bertanggung jawab atas urusan informasi dan komunikasi, yang disebutkan dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Tujuan didirikan Kementerian ini adalah membantu negara dengan menyelenggarakan urusan pemerintah dalam bidang komunikasi dan informasi, termasuk teknologi pada jaman sekarang (Kominfo, 2024)

2.1.1 Profil Perusahaan

Kementerian Komunikasi dan Informasi dibentuk sesuai dengan Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara. Visi dan misi Kementerian Komunikasi dan Informatika mengacu pada visi dan misi Presiden dan Wakil Presiden Indonesia. Visi-visi ini akan melanjutkan, mempercepat, mengembangkan, dan memajukan pekerjaan kami selama lima tahun ke depan. Selama masa presiden Joko Widodo, terdapat 9 misi yang diberlakukan di Kominfo, yaitu:

1. Meningkatkan kualitas penduduk Indonesia
2. Membangun struktur ekonomi yang produktif, mandiri, dan mampu bersaing
3. Mencapai keadilan dengan pembangunan yang merata
4. Lingkungan hidup yang berkelanjutan tercapai.
5. Mencapai kemajuan budaya yang dapat mencerminkan kepribadian Indonesia.

6. Dapat mencapai sistem hukum yang bebas korupsi, bermartabat, dan terpercaya
7. Perlindungan bagi segenap bangsa dan memberikan rasa aman pada seluruh warga.
8. Pengelolaan pemerintahan yang bersih, efektif, dan terpercaya.
9. Sinergi pemerintah daerah dalam kerangka Negara Kesatuan.

Selain visi dan misi, Kominfo memiliki logo yang pertama kali diciptakan sejak era Presiden Joko Widodo. Dikarenakan era digital dan teknologi semakin meningkat, dibutuhkan logo yang disesuaikan dengan prinsip desain jaman sekarang agar lebih mudah diingat dengan generasi jaman sekarang.



Gambar 2.1 Logo Kementerian Komunikasi dan Informasi
Sumber: <https://ppidkemkominfo.wordpress.com/logo-kominfo-copy/> (2024)

Logo Kominfo yang diciptakan dari tahun 2014 ini merupakan modifikasi dari keong yang digunakan oleh masyarakat Indonesia Timur sebagai alat komunikasi. Logo ini dirancang oleh tim desainer dari Pos Indonesia dan Biro Kepegawaian dan Organisasi Kementerian Kominfo Berdasarkan pernyataan dari Ismail Cawidu yang merupakan Kepala Pusat Informasi dan Humas, logo Kominfo juga memiliki arti 3C, yang terdiri dari *communication infrastructure*, *communication information*, dan *communication content* (Diskominfo Kabupaten Luwu Utara, 2017).

Tugas dan fungsi dari Kominfo tercatat pada Pasal 2 dan Pasal 3 Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 54 Tahun 2015 Tentang Kementerian Komunikasi dan Informatika Pasal 2 dan Pasal 3 Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Komunikasi dan Informatika, dimana dinyatakan bahwa tugas Kominfo adalah mengawasi kegiatan pemerintahan khususnya di bidang komunikasi dan informatika dengan tujuan membantu Presiden Republik Indonesia dalam menyelenggarakan pemerintahan negara. Berdasarkan Undang – undang yang tertulis diatas, tugas dan fungsi Kominfo dapat diuraikan menjadi delapan poin, yaitu:

- A. Perumusan dan penetapan kebijakan untuk pengelolaan sumber daya dan perangkat pos dan informatika; operasi pos dan informatika; pengelolaan aplikasi informatika; dan pengelolaan informasi dan komunikasi publik;
- B. Pelaksanaan kebijakan dalam pengelolaan sumber daya dan perangkat pos serta informatika, penyelenggaraan layanan pos dan informatika, tata kelola aplikasi informatika, serta pengelolaan informasi dan komunikasi publik.;
- C. Memberikan bimbingan dan supervisi teknis untuk manajemen sumber daya dan perangkat pos dan informatika, penyelenggaraan pos dan informatika, manajemen aplikasi informatika, dan manajemen informasi dan komunikasi publik;
- D. Melakukan penelitian dan pengembangan sumber daya manusia di bidang komunikasi dan informatika;
- E. Pelaksanaan dukungan substantif kepada seluruh unit organisasi di Kementerian Komunikasi dan Informatika;
- F. Pembinaan dan penyediaan dukungan administratif di Kementerian Komunikasi dan Informatika;
- G. Pengelolaan aset negara yang menjadi tanggung jawab Kementerian Komunikasi dan Informatika;

H. Pengawasan terhadap pelaksanaan tugas di lingkungan Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Dengan demikian, tugas dan fungsi Kominfo yang tercantum dalam peraturan tersebut memberikan landasan hukum yang jelas bagi pelaksanaan peran Kominfo dalam mendukung pemerintahan, khususnya di sektor komunikasi dan informatika. Hal ini menegaskan pentingnya peran Kominfo dalam memastikan tata kelola informasi dan komunikasi yang efektif demi tercapainya tujuan pemerintahan yang lebih baik (Kominfo, 2024).

2.1.2 Sejarah Perusahaan



Gambar 2.2 Sejarah Kelembagaan

Sumber: <https://www.kominfo.go.id/profil/sejarah> (2024)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2008 tentang Kementerian Negara, Kementerian Komunikasi dan Informatika adalah bagian dari Pemerintah Republik Indonesia yang bertanggung jawab atas urusan di bidang informasi dan komunikasi, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Dasar 1945. Kementerian Kominfo dipimpin oleh Menteri Komunikasi dan Informatika (Menkominfo), posisi yang dipegang oleh Budi Arie Setiadi sejak 17 Juli 2023 (Kominfo, 2024). Berikut adalah pembahasan lebih rinci mengenai sejarah berdirinya Kominfo.

1. Departemen Penerangan (Tahun 1945 - 1999)



Gambar 2.3 Logo Departemen Penerangan
Sumber: <https://www.kominfo.go.id/profil/sejarah> (2024)

Badan Departemen Penerangan di bentuk setelah proklamasi kemerdekaan, yang bertujuan untuk menjalankan kebijakan, pola, dan pedoman terkait penerangan. Pada periode 1959-1965, Departemen Penerangan didirikan untuk menyampaikan informasi melalui berbagai media, seperti radio, film, perangkat komunikasi, foto, percetakan, kendaraan, mesin stensil, sampai dengan mesin ketik.

Kemudian pada tahun 1966, tugas Departemen Penerangan berganti menjadi membentuk opini publik menjadi mendukung, mengawasi, dan berpartisipasi secara positif dalam pelaksanaan kebijakan pemerintah, selain juga memberikan informasi baik di dalam negeri maupun luar negeri. Pada periode tersebut, pengorganisasian internal dilakukan untuk memastikan Departemen Penerangan berfungsi sebagai Juru Bicara Pemerintah (Kominfo, 2023).

2. Badan Informasi dan Komunikasi Nasional (Tahun 1999 – 2000)

Pada era reformasi, diterapkan Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah, yang menyebabkan reposisi perangkat daerah sehingga lembaga penerangan berada di bawah koordinasi pemerintah daerah. Sebagai hasilnya, pada tahun 1999

dibentuk Badan Informasi dan Komunikasi Nasional (BIKN) di tingkat pusat berdasarkan Keputusan Presiden Nomor 153 Tahun 1999 (Kominfo, 2023).

3. Lembaga Informasi Nasional (Tahun 2001 – 2004)

Kemudian pada tahun 2000, Lembaga Informasi Nasional (LNI) dibentuk, namun terdapat perubahan nama menjadi Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi atau Kemeneg Kominfo. Tugas utama pada saat periode ini adalah menyediakan layanan informasi publik, sedangkan BIKN hanya bertanggung jawab kepada Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi (Kominfo, 2023).

4. Departemen Komunikasi dan Informatika (Tahun 2004 – 2009)

Pada tahun 2005, Kementerian Negara Komunikasi dan Informasi bergabung dengan Direktorat Jenderal Pos dan Telekomunikasi Departemen Perhubungan. Setelah integrasi, Departemen Komunikasi dan Informatika didirikan dengan Peraturan Presiden Nomor 9 Tahun 2005. Salah satu fungsi utama Departemen Kominfo dalam hal informasi adalah menyebarkan informasi nasional dengan memastikan keterbukaan akses informasi serta membangun dan mengembangkan infrastruktur telekomunikasi untuk kepentingan seluruh masyarakat. (Kominfo, 2024).

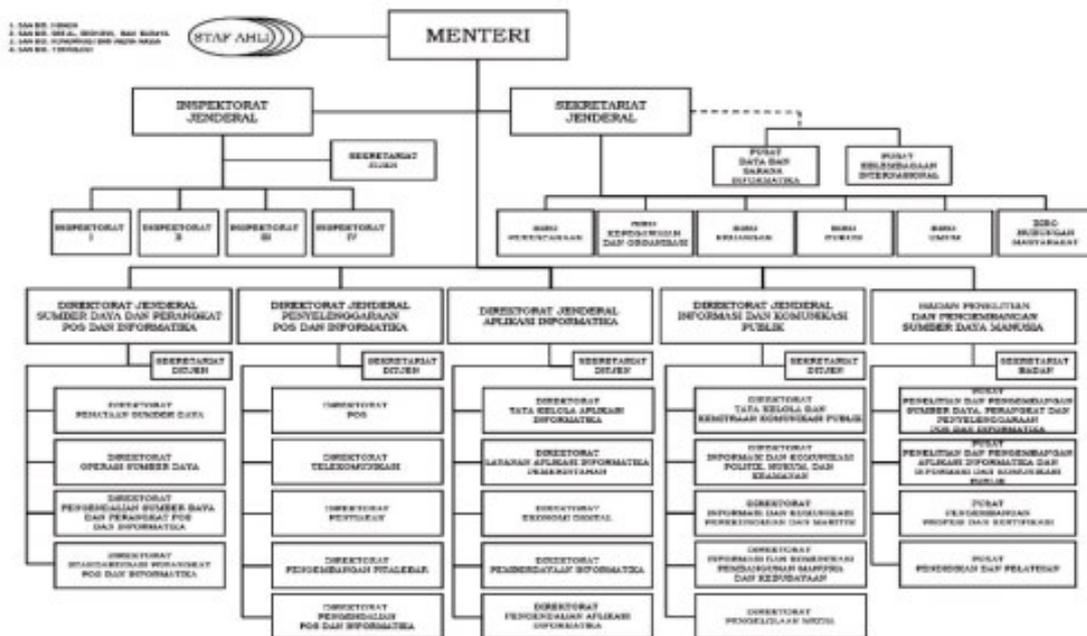
5. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Tahun 2009 – sekarang)

Pada masa era digital, perkembangan teknologi informasi dan ekonomi digital mendorong Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk memprioritaskan percepatan pemerataan infrastruktur digital, termasuk akses telekomunikasi dan jaringan internet. Tugas dan fungsi utama Kementerian Komunikasi dan Informatika adalah merumuskan kebijakan nasional, kebijakan operasional, serta kebijakan teknis di bidang komunikasi dan informatika. Bidang-bidang ini termasuk

telekomunikasi, pos, penyiaran, teknologi informasi dan komunikasi, layanan multimedia, dan penyebaran informasi.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Kementerian Komunikasi dan Informasi memiliki struktur organisasi yang kompleks yang berfungsi untuk mendukung tugasnya sebagai bagian dari pemerintah. Organisasi ini dipimpin oleh Menteri Komunikasi dan Informasi dan terdiri dari Sekretaris Jenderal yang mengelola administrasi dan beberapa Direktur Jenderal yang bertanggung jawab atas bidang strategis seperti komunikasi publik, aplikasi informatika, pos, dan telekomunikasi. Setiap direktorat menangani tugas-tugas tertentu, mulai dari kebijakan infrastruktur digital hingga penyebaran informasi kepada masyarakat. Berikut adalah bagan struktur dari Kementerian Komunikasi dan Informasi.



Gambar 2.4 Struktur Organisasi Kominfo

Sumber: <https://ppidkeminformasi.wordpress.com/about/kemkominfo/struktur-organisasi/> (2018)

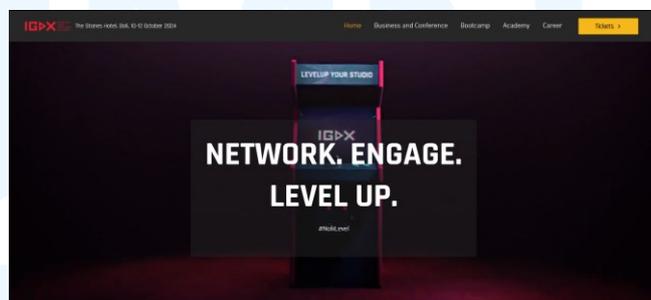
2.3 Portofolio Perusahaan

Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia telah melaksanakan berbagai proyek yang dirancang untuk mencapai beragam tujuan,

seperti kampanye publik dan penyebaran informasi yang luas. Dalam mewujudkan proyek-proyek tersebut, Kominfo bekerja sama dengan para desainer profesional untuk memastikan pesan dan informasi dapat disampaikan kepada masyarakat secara efektif dan tepat sasaran. Proyek non-konfidensial yang dapat dipublikasikan ini, menggambarkan komitmen Kominfo dalam membangun pemerintahan yang transparan, efisien, dan inklusif di era digital. Berikut adalah proyek yang memiliki karya desain yang telah dihasilkan oleh Kominfo.

1) Indonesia Game Developer Exchange (IGDX)

Indonesia Game Developer Exchange (IGDX) merupakan inisiatif akselerator yang diselenggarakan oleh Kominfo yang bekerja sama dengan Asosiasi Game Indonesia (AGI). Program ini berlangsung setiap tahun dan bertujuan untuk meningkatkan keterampilan pengembang game Indonesia dan menyediakan akses pendanaan serta peluang kemitraan melalui berbagai program seperti *IGDX Bootcamp*, *IGDX Academy*, *IGDX Career*, *IGDX Business*, dan *IGDX Conference*. Untuk mempromosikan setiap kegiatan dari IGDX, dibutuhkan desainer yang handal agar kegiatan dapat disampaikan ke masyarakat luas, sampai kepada jenjang internasional. Salah satu contoh hasil desain dari kampanye untuk IGDX ini berada di website, sosial media, maupun media cetak (IGDX, 2024).



Gambar 2.5 Website IGDX
Sumber: <https://www.igdx.id/> (2024)

Contoh pertama merupakan website utama IGDX yang bertujuan sebagai sarana informasi rangkaian kegiatan IGDX dan pengumuman tanggal pelaksanaan. Selain itu, website juga berfungsi sebagai sarana pembelian tiket untuk konferensi IGDX yang dilaksanakan di Bali, Indonesia.



Gambar 2.6 Instagram IGDX
Sumber: <https://www.instagram.com/igdx.id/> (2024)

IGDX juga menyediakan media sosial berupa di Instagram sebagai media informasi sekaligus promosi. Instagram mereka berupa kumpulan dari seluruh acara yang sedang dijalankan oleh IGDX dan desain pada *feeds* Instagram juga disesuaikan dengan kegiatan yang sedang berlangsung, Contohnya pada gambar diatas, sedang dilaksanakan kegiatan IGDX *Conference* di Bali, Indonesia pada tanggal 10 – 12 Oktober lalu, maka dari itu konten berfokus kepada konten dari konferensi tersebut.

2) Digital Transformation Expo (DTE) G20

Digital Transformation Expo (DTE) merupakan salah satu program Kominfo yang berlangsung pada November 2022. Acara ini bertujuan untuk menyebarkan transformasi digital Indonesia dan negara G20 sehingga dapat menjadi peluang bagi Indonesia untuk berbagi potensi digitalnya dengan dunia. DTE terdiri dari enam zona dan dimulai dari "Into the New Era," yang menggambarkan era digitalisasi. Kemudian berikut adalah "The Tunnel of Wonders," dimana menampilkan keindahan alam Indonesia dengan teknologi visual. Berikutnya adalah "The Digital Archipelago," yang memaparkan perjalanan transformasi digital Indonesia, kemudian "G20 Synergy," yang menampilkan transformasi digital negara-negara G20. Kemudian adanya "Rangkuman DTE," yang merangkum potensi sektor digital Indonesia dan

pentingnya kolaborasi, dan terakhir adalah "Metaverse Corner," yang menghadirkan teknologi AR dan VR untuk menunjukkan masa depan pendidikan dan perdagangan di era digital (Kominfo, 2022).



Gambar 2.7 Area masuk DTE di Bali

Sumber: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20221116122537-190-874469...> (2022)

Salah satu karya desain yang menarik perhatian selama acara DTE adalah sebuah ruangan interaktif yang dipenuhi dengan layar digital imersif. Ruangan ini dirancang dengan tema visual yang memperlihatkan perkembangan transformasi digital di Indonesia, dimana menampilkan video dan grafis dinamis yang menggambarkan kemajuan pesat di bidang infrastruktur, ekonomi digital, serta inovasi teknologi. Desain menggunakan atmosfer yang futuristik, sehingga pengunjung diajak untuk merasakan pengalaman digital secara langsung melalui visual yang indah (CNN Indonesia, 2022).

3) Pojok Literasi DJIKP

Pojok Literasi DJIKP (Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik) adalah inisiatif dari Kominfo yang bertujuan untuk meningkatkan literasi digital di kalangan masyarakat. Program ini menghadirkan berbagai diskusi, webinar, dan kegiatan lainnya yang berfokus pada edukasi seputar perkembangan digital, termasuk dalam bidang teknologi, keuangan, dan transformasi digital yang berkaitan dengan pembangunan di Indonesia, termasuk Ibu Kota Nusantara.



Gambar 2.8 *Instagram* Pojok Literasi
Sumber: <https://www.instagram.com/pojokliterasidjip/> (2024)

Salah satu contoh karya desain dari Pojok Literasi DJIKP ini adalah media sosial mereka yang berada di Instagram. Konten yang disajikan memiliki berbagai macam topik, yang bertujuan untuk menambah ilmu dan wawasan masyarakat yang membacanya. Desain yang digunakan juga beragam, dimulai dari pembuatan infografis sampai dengan sebatas poster, juga terdapat bentuk video yaitu sebagai *reels* dalam *Instagram*.

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