

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

PT Multimedia Digital Nusantara adalah sebuah perusahaan swasta yang bergerak di bidang produksi konten multimedia kreatif, dengan penekanan utama pada industri animasi serta layanan riset untuk pengembangan bisnis dan produk. Berdiri sejak tahun 2020, perusahaan ini terus menunjukkan pertumbuhan yang pesat dengan melakukan ekspansi secara konsisten ke berbagai lini usaha di bawah naungannya.



Gambar 2.1 Logo PT Multimedia Digital Nusantara

Sumber. Website PT Multimedia Digital Nusantara (2025)

Sebagai bagian dari Kompas Gramedia Group, PT Multimedia Digital Nusantara senantiasa berinovasi untuk menjawab kebutuhan dunia usaha yang semakin beragam. Saat ini, perusahaan memiliki empat unit usaha di bawahnya yang masing-masing bergerak di sektor berbeda dan memiliki fokus tersendiri, yaitu:

1. *UMN Consulting*

Unit ini bergerak di bidang penelitian dan konsultasi, melayani berbagai perusahaan maupun agensi. Dengan pendekatan riset mendalam, *UMN Consulting* menghadirkan solusi strategis dan data yang dapat diandalkan guna membantu klien dalam mengatasi tantangan dan meningkatkan performa bisnis mereka.

2. UMN *Pictures*

UMN *Pictures* adalah studio animasi yang mengutamakan kekuatan cerita dan penciptaan karakter yang kuat serta visual yang menarik. Studio ini memproduksi beragam karya, mulai dari animasi, film, permainan digital, hingga instalasi visual untuk event. Beberapa klien mereka antara lain PIK Avenue, Kompas Gramedia, dan MNC Animation. Karya-karya unggulan seperti *Ahasveros* dan *Candy Monster* bahkan telah berhasil meraih penghargaan.

3. UMN *Technology*

Divisi ini menyediakan solusi teknologi komprehensif, mencakup pengembangan situs web, aplikasi, layanan *Internet of Things* (IoT), dan produk teknologi lainnya. UMN *Technology* melayani berbagai kalangan, mulai dari korporasi, organisasi, hingga agensi yang memerlukan dukungan dalam bidang teknologi informasi.

4. Anutara

Anutara merupakan unit bisnis ritel hasil kolaborasi antara PT Multimedia Digital Nusantara, UMN *Business Centre*, dan Gramedia. Anutara memfasilitasi penjualan produk-produk hasil karya dosen dan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, serta produk kreatif yang mengungus nilai-nilai budaya Nusantara, kepedulian lingkungan, dan pelestarian warisan lokal (*heritage*). Anutara menjadi wadah bagi inovasi lokal yang berakar pada identitas bangsa.

PT Multimedia Digital Nusantara (MDN) juga memiliki *stakeholder* yang mencakup pihak-pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan operasional perusahaan dan memiliki kepentingan terhadap perkembangan bisnisnya. *Stakeholder* internal meliputi jajaran manajemen, tim operasional di masing-masing unit usaha (UMN *Consulting*, UMN *Pictures*, UMN *Technology*, dan Anutara), serta seluruh karyawan yang berperan dalam perencanaan, produksi, hingga

pengembangan produk dan layanan perusahaan. Sementara itu, *stakeholder* eksternal mencakup klien dari berbagai sektor industri seperti Multimedia Nusantara School, UMN Digital Learning, DRW Skincare dan sebagainya, mitra kerja seperti Gramedia dan UMN, komunitas kreatif seperti Cidco dan Batik Sosial, pemerintah, serta konsumen akhir yang menggunakan produk dan jasa dari unit-unit bisnis MDN. Karena bernaung di bawah Kompas Gramedia Group dan Yayasan Multimedia Nusantara, MDN memiliki keterkaitan erat dengan *stakeholder* strategis di dalam ekosistem grup tersebut.

2.2 Visi Misi

Setiap unit bisnis di bawah naungan PT Multimedia Digital Nusantara memiliki tujuan dan fokus yang berbeda, namun saling melengkapi dalam mencapai visi besar perusahaan. Untuk memahami arah strategis dan kontribusi masing-masing unit, berikut merupakan visi dan misi dari setiap entitas bisnis yang berada dalam ekosistem PT Multimedia Digital Nusantara:

1. UMN *Consulting*

Visi: Menjadi rujukan utama dalam penelitian dan konsultasi di bidang komunikasi, bisnis, serta pengembangan generasi muda dengan pendekatan berbasis *Sustainable Development Goals* (SDGs).

Misi: (1) Menyediakan layanan penelitian dan analisis data yang berfokus pada isu lingkungan, peluang bisnis, kesejahteraan manusia, serta dinamika generasi muda; (2) Memberikan solusi riset, konsultasi, dan pendampingan yang disesuaikan dengan kebutuhan komunitas bisnis, lembaga swadaya masyarakat, institusi pemerintahan, serta organisasi profesional untuk mendukung pengambilan keputusan strategis di bidang komunikasi, pemasaran, dan kebijakan publik.

2. UMN *Technology*

Visi: Menjadi perusahaan teknologi terdepan yang berperan aktif dalam memperkuat ekosistem digital di Indonesia.

Misi: (1) Berinovasi secara progresif dalam menyediakan solusi teknologi yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan; (2) Menyediakan layanan teknologi yang mampu memberdayakan berbagai pemangku kepentingan dalam dunia digital.

3. UMN *Pictures*

Visi: Menjadi studio kreatif multimedia terkemuka yang mengangkat semangat serta identitas budaya Indonesia.

Misi: (1) Memberikan nilai terbaik bagi setiap pemangku kepentingan dalam industri multimedia; (2) Menyediakan layanan kreatif di bidang multimedia dengan standar internasional; (3) Mengembangkan *Intellectual Property* (IP) berkualitas tinggi dan inovatif yang bercirikan budaya Indonesia, untuk pasar lokal maupun global.

4. Anutara

Visi: UMN *Civitas Academia Excellent Creation*

Misi: (1) Mendorong kemajuan industri kreatif melalui kolaborasi antara dunia industri dan institusi pendidikan; (2) Menjadi katalisator ekonomi berbasis riset dan ilmu pengetahuan.

2.3 Data Umum Perusahaan

Kantor PT Multimedia Digital Nusantara terletak bersamaan dengan lokasi Universitas Multimedia Nusantara, Gading Serpong. Dengan detail lengkap sebagai berikut.

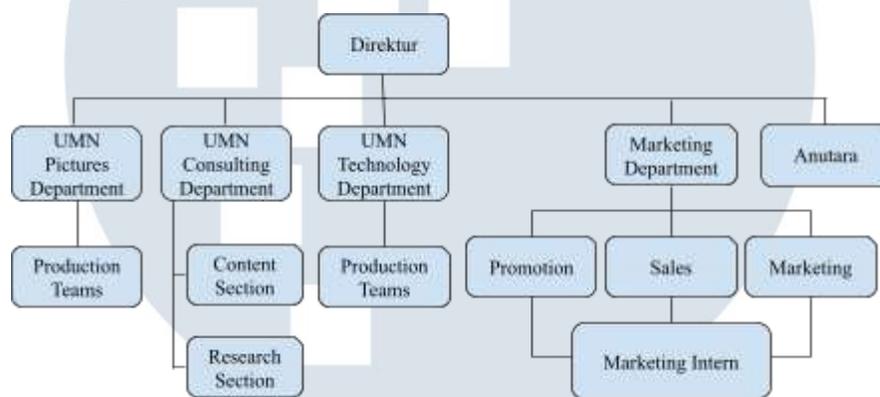
Tabel 2.1 Data Umum Perusahaan

Nama Perusahaan	PT Multimedia Digital Nusantara
Alamat Perusahaan	Jalan Scientia Boulevard Gading, Curug Sangereng, Serpong, Kabupaten Tangerang, Banten 15810
Kontak Perusahaan	021 5422 0808 atau marketing@mmdn.co.id
Website Perusahaan	https://www.mmdn.co.id/home

Sumber. Olahan Peneliti (2025)

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT Multimedia Digital Nusantara disusun secara sistematis untuk mendukung koordinasi dan kolaborasi antar divisi. Setiap departemen memiliki fungsi dan tanggung jawab yang saling terintegrasi guna mencapai tujuan perusahaan secara efektif dan efisien. Adapun bagan berikut menunjukkan pembagian struktur organisasi dalam perusahaan ini.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Multimedia Digital Nusantara

Sumber. Data Internal Perusahaan (2025)

Struktur organisasi PT Multimedia Digital Nusantara terdiri atas beberapa departemen yang memiliki fungsi dan tanggung jawab masing-masing. Seluruh unit berada di bawah koordinasi seorang direktur yang berperan sebagai pengambil keputusan tertinggi serta pengarah strategi perusahaan secara keseluruhan. Struktur ini menunjukkan bagaimana PT MDN mengelola berbagai lini usaha melalui departemen-departemen yang terorganisasi secara vertikal dan fungsional. Setiap departemen dan bagian di dalamnya memiliki peran spesifik dalam mendukung kinerja perusahaan secara menyeluruh, baik dari sisi produksi, konsultasi, teknologi, hingga pemasaran.

UMN *Pictures Department* bertanggung jawab dalam bidang produksi animasi dan konten visual. Di dalamnya terdapat tim produksi yang bertugas untuk merancang, mengembangkan, dan menyunting materi visual yang berkualitas tinggi,

baik untuk kebutuhan internal perusahaan maupun untuk klien eksternal. Tim ini berfokus pada pengembangan karya kreatif yang kompetitif di pasar global.

UMN *Consulting Department* memiliki dua bagian utama, yaitu Content Section dan Research Section. Content Section bertugas menyusun berbagai materi konsultasi, seperti presentasi dan dokumentasi strategis yang digunakan untuk mendukung aktivitas klien. Sementara itu, Research Section berfokus pada pengumpulan dan analisis data pasar, perilaku konsumen, serta tren industri yang relevan untuk memberikan rekomendasi berbasis data kepada klien atau pihak internal.

UMN *Technology Department* juga memiliki tim produksi yang bertanggung jawab atas pengembangan solusi teknologi seperti aplikasi, platform digital, dan sistem berbasis web. Tim ini berperan penting dalam memastikan setiap kebutuhan teknologi di seluruh lini bisnis PT MDN dapat dipenuhi dengan efisien dan inovatif.

Marketing Department terbagi menjadi tiga bagian: *Promotion, Sales, dan Marketing Intern*. Bagian *Promotion* bertanggung jawab untuk menjalankan kampanye promosi perusahaan, baik melalui media digital maupun konvensional. Bagian *Sales* menangani proses penjualan jasa dan produk perusahaan, mulai dari menjalin komunikasi dengan calon klien hingga proses negosiasi dan penutupan transaksi. Sementara itu, *Marketing Intern* bertugas membantu tim dalam kegiatan pemasaran bulanan, termasuk pembuatan konten promosi, pengumpulan data, pelaksanaan strategi komunikasi perusahaan, dan eksekusi strategi dengan konten di media sosial sebagai output.

Terakhir, unit Anutara memiliki bagian pemasaran tersendiri yang fokus dalam mempromosikan dan menjual produk-produk ritel yang bercirikan kearifan lokal, keberlanjutan, dan nilai estetika tinggi. Keunikan Anutara terletak pada konsep produk yang mengangkat karya-karya buatan dosen, mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, serta kolaborator eksternal seperti Cidco Bandung, Batik

Sosial, dan lainnya yang menawarkan nilai diferensiasi yang kuat dibandingkan kompetitor di industri ritel kreatif.

2.5 Struktur Divisi

Selain struktur organisasi perusahaan secara keseluruhan, PT Multimedia Digital Nusantara (MDN) juga memiliki pembagian struktur kerja di tingkat departemen. Salah satu departemen utama yang mendukung aktivitas perusahaan adalah Departemen Marketing. Departemen ini bertanggung jawab dalam merancang strategi promosi, membangun citra brand, serta menjalankan berbagai kampanye pemasaran. Bagan-bagan di bawah ini menggambarkan struktur internal yang terdapat dalam Departemen *Marketing*, khususnya dalam pelaksanaan kampanye bulanan dan proses koordinasi pembuatan konten promosi.



Gambar 2.3 Struktur Divisi Marketing PT Multimedia Digital Nusantara

Sumber. Data Internal Perusahaan (2025)

Divisi *Marketing* PT Multimedia Digital Nusantara memiliki struktur yang terorganisir dan dipimpin oleh seorang *Senior Marketing Executive*, yang memegang peran sentral dalam mengoordinasikan seluruh aktivitas pemasaran. Beliau bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis, memberikan arahan serta tugas kepada tim, menyetujui ide-ide kampanye, dan memastikan setiap strategi yang dijalankan selaras dengan visi perusahaan.

Di bawah koordinasinya, terdapat beberapa peran penting. Posisi *Sales*, yang berfokus pada pengelolaan hubungan dengan klien serta pencapaian target penjualan. Peran ini juga turut berkontribusi dalam pengembangan ide kampanye yang relevan dengan kebutuhan pasar dan klien. Selanjutnya, posisi *Promotion* yang bertugas untuk melakukan analisis pasar dan tren industri guna merancang strategi promosi dan kampanye periklanan yang efektif. Ia juga menjadi kunci dalam menyusun pendekatan komunikasi yang mampu menarik perhatian audiens secara luas.

Sementara itu, *Graphic Design* bertanggung jawab dalam menciptakan elemen visual dari berbagai materi promosi, baik untuk kebutuhan digital maupun cetak. Karya visual yang dihasilkan berperan penting dalam memperkuat identitas merek perusahaan. Selain itu, divisi ini juga didukung oleh dua orang *Marketing Intern*, yaitu Verin Maria dan Imel Maryam. Keduanya sama-sama berperan aktif dalam mendukung kampanye pemasaran. Verin Maria lebih banyak bertugas dalam perencanaan kampanye setiap bulan, pembuatan materi promosi dan konten, pengelolaan media sosial, serta pengumpulan dan analisis kampanye digital. Sementara Imel Maryam lebih bertugas pada *client relation* dan *market research*. Keseluruhan struktur ini menunjukkan sinergi antarposisi yang saling melengkapi dalam mendukung keberhasilan strategi pemasaran perusahaan.

