

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) adalah perguruan tinggi swasta yang didirikan pada tahun 2006 oleh Kompas Gramedia sebagai bentuk kontribusi dalam bidang pendidikan tinggi di Indonesia. UMN berfokus pada pengembangan ilmu komunikasi, teknologi, bisnis, serta seni dan desain, dengan visi untuk menjadi universitas terkemuka yang menghasilkan lulusan kreatif, inovatif, dan profesional. Sejak berdiri, UMN terus berkembang melalui pembukaan program studi baru, peningkatan fasilitas kampus yang modern dan ramah lingkungan, serta pencapaian akreditasi nasional maupun internasional yang memperkuat reputasinya di dunia pendidikan.

2.1.1 Profil Perusahaan

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) adalah perguruan tinggi swasta yang berdiri di bawah naungan Kompas Gramedia pada tahun 2006 dan berlokasi di Tangerang, Banten. Visi UMN adalah “menjadi universitas unggulan di bidang komunikasi dan teknologi, yang menghasilkan lulusan kompeten, profesional, dan berdaya saing global”. Misi UMN mencakup penyelenggaraan pendidikan berkualitas, pengembangan penelitian yang inovatif, serta kontribusi nyata bagi masyarakat melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi.

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



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 2.1 Logo UMN

Sumber: <https://www.umn.ac.id/profil/>

Logo UMN berbentuk lingkaran berwarna biru dengan simbol gelombang yang merepresentasikan dinamika, kreativitas, serta keterbukaan terhadap perkembangan teknologi dan komunikasi.



desain
komunikasi
visual
umn

Gambar 2.2 Logo DKV UMN

Sumber: <https://dkv.umn.ac.id/>

Sebagai institusi pendidikan tinggi, UMN menyelenggarakan program studi di bidang komunikasi, teknologi, bisnis, serta seni dan desain, salah satunya Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) yang mendukung pengembangan keterampilan mahasiswa di industri kreatif (Universitas Multimedia Nusantara, n.d.).

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) didirikan pada tahun 2006 oleh Kompas Gramedia sebagai bentuk kontribusi nyata grup media tersebut dalam pengembangan pendidikan tinggi di Indonesia. Pendirian UMN dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan sumber daya manusia yang kompeten di bidang komunikasi, teknologi, bisnis, serta seni dan desain. Sejak awal berdirinya, UMN menempatkan diri sebagai universitas yang mengutamakan kualitas pendidikan dengan kurikulum yang relevan terhadap kebutuhan industri kreatif dan digital yang terus berkembang.

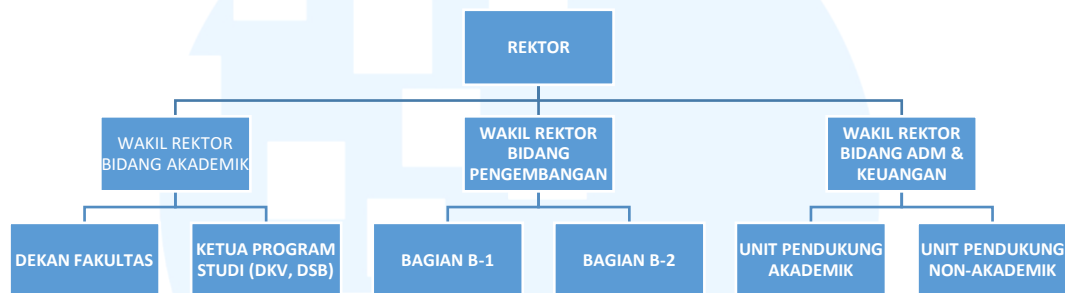
Dalam perkembangannya, UMN mulai mengoperasikan kampus utama di kawasan Scientia Garden, Tangerang, Banten, dengan fasilitas pembelajaran modern yang mendukung proses pendidikan berbasis teknologi. Pada tahun-tahun berikutnya, UMN memperkuat komitmennya terhadap keberlanjutan dengan membangun konsep *Green Campus* yang ramah lingkungan. Konsep ini tidak hanya menjadi identitas fisik kampus, tetapi juga mencerminkan kepedulian universitas terhadap isu global seperti perubahan iklim dan pembangunan berkelanjutan.

Selain itu, UMN berhasil memperoleh berbagai akreditasi nasional dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT) untuk program studinya, termasuk akreditasi unggul bagi Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV). Pencapaian ini memperkuat reputasi UMN sebagai salah satu perguruan tinggi swasta terkemuka di Indonesia yang mampu bersaing di tingkat nasional maupun internasional. Hingga saat ini, UMN terus menjalin kerja sama dengan berbagai mitra industri, lembaga pendidikan, dan komunitas kreatif untuk mencetak lulusan yang siap menghadapi tantangan global di bidang komunikasi, teknologi, bisnis, dan seni desain (Universitas Multimedia Nusantara, n.d.).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi disusun secara hierarkis untuk memastikan kelancaran proses akademik maupun administrasi. Pada tingkat tertinggi terdapat Rektor, yang

membawahi Wakil Rektor sesuai bidangnya, antara lain bidang akademik, pengembangan, serta administrasi dan keuangan. Di bawahnya terdapat dekan fakultas, ketua program studi, hingga unit-unit pendukung akademik maupun non-akademik. Struktur organisasi ini berfungsi sebagai pedoman dalam pelaksanaan tugas dan tanggung jawab setiap bagian agar tujuan universitas dapat tercapai secara efektif.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi Universitas Multimedia Nusantara
Sumber: Dokumentasi UMN 2025

Pada Fakultas Seni dan Desain, terdapat posisi Dekan sebagai pimpinan fakultas yang membawahi beberapa program studi, salah satunya Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV). Program Studi DKV UMN dipimpin oleh seorang Ketua Program Studi yang bertanggung jawab dalam mengelola kegiatan akademik, pengembangan kurikulum, serta memastikan kualitas pembelajaran. Selain itu, terdapat pula unit pendukung akademik dan non-akademik yang berperan membantu kelancaran kegiatan pendidikan, penelitian, maupun pengabdian masyarakat.

2.3 Portofolio Perusahaan

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) memiliki berbagai portofolio yang menunjukkan hasil kegiatan di bidang pendidikan dan kreatif. Melalui Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV), UMN sering menyelenggarakan pameran karya mahasiswa, lomba desain, dan kerja sama dengan industri kreatif yang menghasilkan media kampanye berupa poster, video, serta publikasi digital. UMN juga rutin mengadakan acara seperti UMN Festival yang menampilkan karya visual mahasiswa dari berbagai program studi. Portofolio ini memperlihatkan peran

UMN dalam mendukung perkembangan industri kreatif di Indonesia (Universitas Multimedia Nusantara, n.d.).

2.3.1 Identitas Visual DKV UMN

Dalam menunjukkan citra program studi yang kuat dan mudah dikenali, Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) UMN memiliki identitas visual berupa logo dan elemen grafis yang konsisten digunakan di berbagai media. Identitas visual ini berfungsi sebagai representasi nilai kreatif, inovatif, dan profesional yang dijunjung oleh prodi DKV. Menurut Nugroho (2008), warna dan bentuk dalam desain visual mampu menyampaikan makna tertentu serta memperkuat identitas lembaga yang diwakilinya



Gambar 2.4 Logo Identitas Visual DKV UMN

Sumber: Dokumentasi DKV UMN 2025

Logo DKV UMN didominasi tipografi huruf kecil “dkv” berwarna oranye yang melambangkan kreativitas, energi, dan optimisme. Oranye juga merepresentasikan semangat mahasiswa untuk berkarya dalam bidang desain komunikasi visual.

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



Gambar 2.5 Logo Identitas Visual DKV UMN

Sumber: Dokumentasi DKV UMN 2025

Pada bagian huruf “k” terdapat segitiga berwarna hijau toska (teal) yang mengarah ke atas. Segitiga ini memiliki makna peningkatan nilai, kualitas, dan cita-cita untuk menghasilkan lulusan yang mampu bersaing dalam kompetisi global. Kehadiran tulisan “umn” berwarna hijau toska di bagian bawah semakin mempertegas keterikatan identitas ini dengan Universitas Multimedia Nusantara.



Gambar 2.6 Warna DKV UMN

Sumber: Dokumentasi DKV UMN 2025

Palet warna identitas visual terdiri dari oranye (#F28A15) dan *teal*. Warna oranye dipilih sebagai warna primer karena erat kaitannya dengan kreativitas, inovasi, dan semangat berkarya. Sementara itu, warna *teal* melambangkan kesadaran lingkungan, pertumbuhan, serta keseimbangan dalam proses kreatif mahasiswa. Kombinasi kedua warna ini dirancang untuk

menghadirkan citra yang energik sekaligus peduli pada keberlanjutan. Identitas visual ini diaplikasikan secara konsisten pada berbagai media, seperti website, brosur, poster, publikasi karya mahasiswa, hingga kampanye promosi program studi. Konsistensi penerapan identitas visual menjadikan DKV UMN mudah dikenali sekaligus memperkuat branding sebagai program studi desain komunikasi visual yang berdaya saing global.

2.3.2 Konten Media Sosial

Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) Universitas Multimedia Nusantara secara aktif menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi, dokumentasi, serta promosi. Kehadiran media sosial berperan penting dalam menyampaikan informasi akademik, publikasi kegiatan, hingga apresiasi terhadap capaian mahasiswa dan dosen. Melalui strategi ini, DKV UMN dapat menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk mahasiswa aktif, calon mahasiswa, mitra kerja sama, hingga masyarakat umum. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai kanal branding institusi yang memperkuat citra DKV UMN sebagai program studi yang unggul dan adaptif.





Gambar 2.7 Feeds Instagram DKV UMN

Sumber: Instagram DKV UMN

Konten yang ditampilkan pada media sosial DKV UMN sangat beragam. Beberapa di antaranya berupa publikasi kegiatan akademik seperti bimbingan KRS, pengumuman jadwal perkuliahan, hingga informasi terkait program beasiswa. Selain itu, terdapat pula konten apresiasi bagi mahasiswa yang berhasil menorehkan prestasi dalam bidang desain maupun kompetisi nasional dan internasional. Bentuk apresiasi ini biasanya diwujudkan dalam unggahan visual berupa poster digital yang menampilkan nama, foto, serta karya mahasiswa yang bersangkutan. Kehadiran konten apresiasi ini diharapkan dapat meningkatkan motivasi mahasiswa lain untuk terus berprestasi serta membangun rasa bangga terhadap program studi.



Gambar 2.8 Feeds Instagram DKV UMN

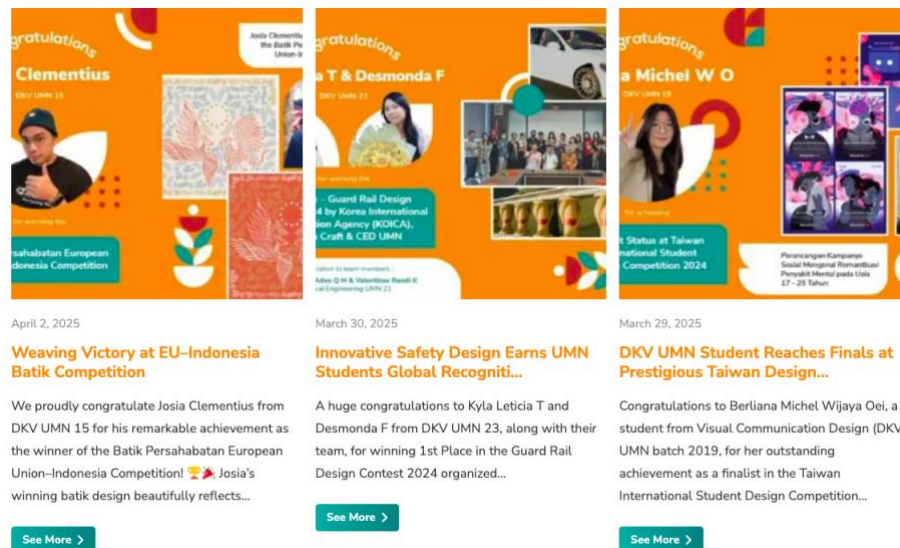
Sumber: Instagram DKV UMN

Selain bersifat akademik dan apresiatif, media sosial DKV UMN juga menjadi sarana publikasi kegiatan kreatif, seperti pameran, workshop, hingga kolaborasi dengan pihak eksternal. Konten semacam ini memperlihatkan kiprah mahasiswa sekaligus kualitas karya yang dihasilkan selama menempuh pendidikan. Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai portofolio publik yang menunjukkan integritas dan kompetensi mahasiswa DKV UMN kepada khalayak luas, termasuk stakeholder di industri kreatif.

2.3.3 Prestasi Mahasiswa DKV UMN

Prestasi mahasiswa merupakan salah satu portofolio penting yang dimiliki oleh Program Studi Desain Komunikasi Visual (DKV) UMN. Prestasi ini menjadi bukti konkret kualitas pembelajaran yang dijalankan serta kemampuan mahasiswa dalam bersaing di ranah nasional maupun internasional. Menurut Hidayat (2019), capaian mahasiswa dalam kompetisi dapat memperkuat reputasi lembaga pendidikan karena menunjukkan bahwa kurikulum yang diterapkan relevan dengan kebutuhan industri. Oleh karena itu,

pencapaian mahasiswa DKV UMN tidak hanya menjadi kebanggaan individu, tetapi juga kontribusi positif bagi citra program studi dan universitas.



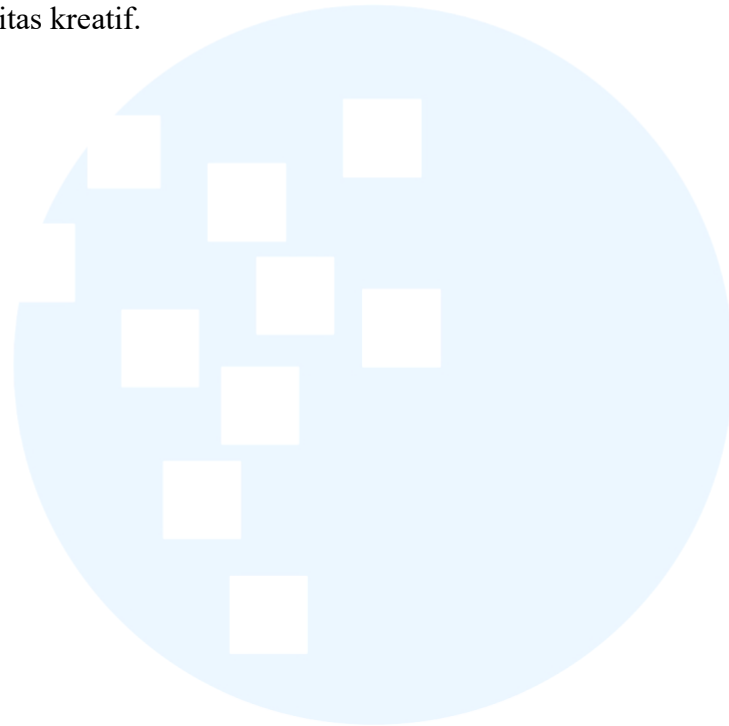
Gambar 2.9 Prestasi Mahasiswa DKV UMN

Sumber: <https://dkv.umn.ac.id/>

Mahasiswa DKV UMN telah berhasil memperoleh berbagai penghargaan dalam ajang kompetisi desain. Salah satunya adalah keberhasilan memenangkan *Guard Rail Design Contest 2024*, sebuah lomba yang menantang peserta untuk menciptakan desain inovatif yang mengutamakan aspek estetika sekaligus keselamatan. Selain itu, mahasiswa DKV UMN juga meraih penghargaan dalam ajang *Batik Persahabatan EU-Indonesia*, di mana karya mahasiswa dinilai mampu menggabungkan elemen budaya dengan pendekatan visual kontemporer. Tidak hanya di tingkat nasional, mahasiswa DKV UMN juga mampu menorehkan prestasi di tingkat internasional, seperti terpilih sebagai finalis dalam *Taiwan International Student Design Competition*, yang merupakan salah satu kompetisi desain mahasiswa terbesar di Asia.

Prestasi-prestasi ini secara rutin dipublikasikan melalui situs resmi DKV UMN dan media sosial program studi. Publikasi tersebut berfungsi sebagai bentuk apresiasi sekaligus dokumentasi yang dapat diakses oleh masyarakat

luas. Dengan demikian, capaian mahasiswa DKV UMN tidak hanya menjadi kebanggaan internal, tetapi juga memperkuat branding DKV UMN di mata stakeholder eksternal, termasuk calon mahasiswa, mitra industri, dan komunitas kreatif.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA