

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) merupakan perguruan tinggi swasta yang berlokasi di Jl. Boulevard, Gading Serpong, Tangerang, Banten, Indonesia. Berdasarkan informasi yang tercantum di laman resmi universitas, UMN memperoleh izin operasional dari Menteri Pendidikan Nasional pada tanggal 25 November 2005 dan secara resmi berdiri pada 20 November 2006. Perguruan tinggi ini didirikan oleh Kompas Gramedia (KG) Group melalui Yayasan Multimedia Nusantara.

UMN menekankan pada penyediaan lingkungan kampus yang lengkap dengan fasilitas modern dan efisiensi energi (green campus), serta fokus pada pengembangan teknologi informasi dan komunikasi (ICT). Hingga tahun 2021, UMN telah membuka 15 program studi Sarjana (S1), meliputi Informatika, Teknik Fisika, Teknik Elektro, Teknik Komputer, Sistem Informasi, Komunikasi Strategis, Jurnalisme Multimedia, Manajemen, Akuntansi, Desain Komunikasi Visual (DKV), Film dan Animasi, serta Arsitektur. Selain itu, UMN juga menawarkan program Diploma (D3) Perhotelan dan program Pascasarjana (S2), yaitu Magister Manajemen Teknologi (MMT) dan Magister Ilmu Komunikasi (MIK).

Tabel 2.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

Hari Tanggal	Aktivitas kerjaan	Jam mulai kerja	Jam selesai Kerja
Sabtu, 4 Oktober 2025	Briefing mekanisme liputan. Liputan Seminar Information Literacy 2025. Liputan Event Public Speaking.	09.00	16.00
Senin, 6 Oktober 2025	Briefing terkait agenda liputan.	08.00	17.00
Selasa, 7 Oktober 2025	Melakukan pengambilan konten dan menjadi talent untuk konten TikTok.	08.00	17.00
Rabu, 8 Oktober 2025	Membagikan ide konten untuk TikTok UMN.	08.00	17.00
Kamis, 9 Oktober 2025	Melakukan liputan acara Bisa Cinema.	08.00	17.00
Jumat, 10 Oktober 2025	Mencari ide konten recap wisuda. Technical rehearsal untuk hari-H wisuda. Wawancara narasumber untuk acara Bisa Cinema.	08.00	17.00
Sabtu, 11 Oktober 2025	Liputan Hari-H Wisuda UMN. Melakukan up story untuk Instagram UMN. Mengunggah footage video ke Google Drive.	06.00	14.00
Senin, 13 Oktober 2025		08.00	17.00
Selasa, 14 Oktober 2025			
Rabu, 15 Oktober 2025		08.00	17.00
Kamis, 16 Oktober 2025		08.00	17.00
Jumat, 17 Oktober 2025	Menghubungi Alumni UMN (Christ Billy & Su Ping) terkait konten #ExploreUMN. Melakukan briefing detail konten Explore UMN melalui WhatsApp.	08.00	17.00

Senin, 20 Oktober 2025	Liputan Campus Tour. Menghubungi kembali alumni UMN (re-approach) melalui WhatsApp.	08.00	17.00
Selasa, 21 Oktober 2025	Editing konten CIC 2025. Re-approach alumni UMN via WhatsApp. Liputan GEEM D15 serta up story untuk Instagram UMN.	08.00	20.00
Rabu, 22 Oktober 2025	Liputan GEEM dan up story Instagram UMN.	08.00	17.00
Kamis, 23 Oktober 2025	Mengunduh footage CIC untuk proses editing. Memulai editing CIC. Membuat Content Plan TikTok.	08.00	17.00
Jumat, 24 Oktober 2025	Progress editing CIC. Liputan pelaksanaan KBMK. Wawancara pihak KBMK.	08.00	17.00
Senin, 27 Oktober 2025	supervisor assisting konten CIC .	08.00	17.00
Selasa, 28 Oktober 2025	Menghubungi CDC untuk meminta footage liputan kunjungan industri. Mengunggah footage KBMK ke Google Drive. Mengunggah footage GEEM 2025 ke Google Drive. Liputan Blibli. Follow-up alumni untuk podcast Explore UMN.	08.45	17.00
Rabu, 29 Oktober 2025	Update balasan calon narasumber podcast Explore UMN. Editing CIC (final editing).	08.00	17.00
Kamis, 30 Oktober 2025	Wawancara Ketua MIP Awards. Wawancara dosen MIP.	08.00	17.00

	Update balasan calon narasumber podcast Explore UMN. Briefing mekanisme Live TikTok melalui WhatsApp. Mengirimkan ide konten.		
Jumat, 31 Oktober 2025	Editing Explore UMN: Distribusi Film. Briefing terkait taste editing media sosial UMN. Follow-up calon narasumber podcast Explore UMN.	08.00	18.00
Sabtu, 1 Oktober 2025	Liputan PJJ.	08.00	14.30
Senin, 3 November 2025	Mengirim brief Live TikTok kepada calon narasumber Explore UMN. Mengirim surat pengantar kepada calon narasumber. Liputan Sound Museum. Editing video Explore UMN: Distribusi Film.	08.00	22.06
Selasa, 4 November 2025	Follow-up feedback narasumber terkait brief Live TikTok kepada Tim Sosial Media. Mengirim final brief TikTok ke narasumber. Editing video Explore UMN: Distribusi Film.	08.00	17.15
Rabu, 5 November 2025	Editing Explore UMN: Distribusi Film. Liputan Festival Budaya Nusantara (FBN) 2025.	08.00	17.35
Kamis, 6 November 2025	Revisi editing Explore UMN: Distribusi Film. Liputan PPAr dan up story. Mengirim rekaman sambutan rektor. Mengirim hasil editing Explore UMN: Distribusi Film.	08.00	17.30
Jumat, 7 November 2025	Revisi editing Explore UMN: Distribusi Film. Mengirim hasil final revisi editing.	08.00	17.00

	Membuat caption dan mengunggah Reels. Wawancara mahasiswa S2.		
Senin, 10 November 2025	Liputan Mobility Program. Liputan kuliah umum kelas make-up (termasuk up story). Mengirim footage liputan.	08.00	17.00
Selasa, 11 November 2025	Meeting Tim Sosial Media. buat Content Plan TikTok. Analisis Konten Kompetitor.	08.00	17.00
Rabu, 12 November 2025	Menambahkan Content Plan pada TimeTree (jadwal sosial media). Liputan MoU dan up story. Editing Explore Kantor Alumni UMN.	08.00	17.00
Kamis, 13 November 2025	Liputan Prototype Day Tugas Akhir DKV. Wawancara mahasiswa peserta Prototype Day. Editing Explore Kantor Alumni UMN.	08.00	17.00
Jumat, 14 November 2025	Liputan Penanaman Pohon (Manifest). Mengirim footage liputan. Editing Explore Kantor Alumni UMN.	08.00	17.00
Senin, 17 November 2025	Up story Interaktif Instagram. Editing Explore Kantor Alumni UMN. Take content TikTok dan menjadi talent konten.	08.00	22.43
Selasa, 18 November 2025	Up story Interaktif Instagram. Editing Explore Kantor Alumni UMN. Mengirim konten TikTok.	08.00	17.00
Rabu, 19 November 2025	Mengirim revisi konten editing Explore Kantor Alumni UMN. Final editing konten.	08.00	17.00

	Mengunggah Reels dan membuat caption.		
Kamis, 20 November 2025	Take content TikTok dan menjadi talent.	08.00	17.00
Jumat, 21 November 2025			
Senin, 24 November 2025	Mengirim hasil editing konten TikTok. Editing konten TikTok “Lil Confused”. Take content TikTok dan menjadi talent. Membuat caption postingan. Editing konten Explore Bisnis Mahasiswa.	08.00	18.00
Selasa, 25 November 2025	Take content dan menjadi talent. Editing konten Explore Bisnis Mahasiswa.	08.00	17.00
Rabu, 26 November 2025	Liputan Guest Lecture. Revisi editing. Up story liputan. Editing konten TikTok. Editing konten Explore Bisnis Mahasiswa.	08.00	22.00
Kamis, 27 November 2025	Revisi editing & revisi copy konten. Membuat caption postingan dan mengunggah ke TikTok serta Reels. Editing konten Explore Bisnis Mahasiswa.	08.00	17.00
Jumat, 28 November 2025	Mengirim caption postingan TikTok. Editing konten Explore Bisnis Mahasiswa.	08.00	17.00
Sabtu, 29 November 2025	Editing konten Explore Bisnis Mahasiswa. Menjadi talent. Up story Instagram.	08.36	20.54
Senin, 1 Desember 2025	Editing konten Explore Bisnis Mahasiswa.	08.30	17.00
Selasa, 2 Desember 2025	Editing konten Explore Bisnis Mahasiswa.	08.00	17.00

Rabu, 3 Desember 2025	Mengunggah konten ke TikTok. Final editing konten Explore Bisnis Mahasiswa. Membuat caption dan mengunggah konten ke Reels & TikTok. Liputan Visiting Professor. Liputan Perhotelan serta wawancara narasumber dan mahasiswa Ilmu Komunikasi.	08.00	17.00
Kamis, 4 Desember 2025		08.00	17.00
Jumat, 5 Desember 2025	editing recap perhotelan	08.00	23.00

2.1.1. Visi Misi

Visi

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

Misi

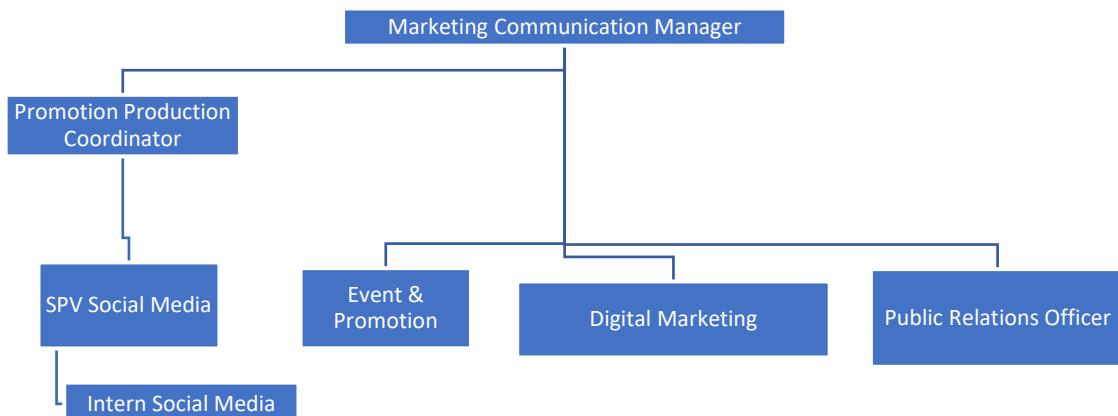
Turut serta mencerdaskan kehidupan bangsa dan memajukan kesejahteraan bangsa melalui upaya penyelenggaraan pendidikan tinggi dengan melaksanakan Tridarma Perguruan Tinggi (Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian pada Masyarakat), untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Untuk mempermudah pemahaman mengenai alur koordinasi dan posisi setiap bagian dalam instansi tempat penulis melaksanakan kerja

magang, berikut disajikan bagan struktur organisasi Departemen Marketing Universitas Multimedia Nusantara. Bagan ini menunjukkan posisi dan jabatan masing-masing unit kerja yang relevan dengan kegiatan magang penulis, tanpa mencantumkan data pribadi seperti nama pejabat atau nomor pegawai.

Struktur ini membantu penulis memahami mekanisme kerja internal, jalur koordinasi, serta tanggung jawab setiap posisi, sehingga pelaksanaan tugas magang dapat berjalan lebih efektif dan selaras dengan prosedur yang berlaku di institusi.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Departemen Marketing Communication UMN

Berikut Merupakan Tanggung Jawab Setiap Posisi di dalam struktur orgamisasi:

1. Marketing Communication Manager

Bertanggung jawab untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan stakeholder internal maupun eksternal guna menjaga citra positif dan memperkuat brand image institusi. Selain itu, juga mengelola kanal digital dan media sosial UMN untuk meningkatkan engagement, jangkauan audiens, serta brand awareness hingga mendorong loyalitas terhadap institusi.

2. Promotion Production Coordinator

Kegiatan di bidang Marcomm mencakup pengadaan marketing kit untuk mendukung materi promosi dan branding institusi, serta desain dan produksi kreatif berupa konten visual dan materi kampanye pemasaran. Selain itu, pengelolaan website UMN menjadi bagian penting agar kontennya selalu up-to-date, informatif, dan menarik bagi pengunjung. Semua kegiatan ini didukung oleh administrasi yang rapi dan evaluasi berkala untuk memastikan efektivitas program dan pencapaian target yang telah ditetapkan.

3. Social Media

Tugas di bagian Social Media mencakup perencanaan konten dan pengelolaan branding untuk memastikan pesan institusi tersampaikan secara konsisten dan menarik. Selain itu, bertanggung jawab atas produksi konten kreatif, pengelolaan platform media sosial, interaksi dengan audiens, serta manajemen komunitas dan kerja sama dengan influencer untuk meningkatkan engagement dan jangkauan. Kegiatan ini juga mencakup pelaksanaan event dan kampanye online, yang didukung oleh administrasi yang teratur dan pelaporan berkala untuk mengevaluasi efektivitas program dan pencapaian target.

4. Public Relations

Tugas di bagian Public Relations mencakup publikasi baik internal maupun eksternal untuk memastikan komunikasi institusi tersampaikan secara tepat dan efektif. Selain itu, bertanggung jawab dalam membangun dan memelihara hubungan dengan media serta pihak-pihak korporat guna mendukung citra positif institusi. Kegiatan ini juga meliputi promosi melalui media, baik internal maupun eksternal, untuk memperkuat visibilitas dan reputasi institusi.

5. Digital Marketing

Tugas di bagian Digital Marketing mencakup pengelolaan pembuatan konten dan pemasangan iklan untuk berbagai program, termasuk S1 Reguler, Magister, PPAr, UOL, dan Program Internasional. Selain itu, bertanggung jawab melakukan analisis kreatif untuk strategi digital marketing agar kampanye yang dijalankan lebih efektif. Kegiatan ini juga meliputi pengelolaan produksi video promosi, mulai dari pra-produksi,

produksi, hingga pasca-produksi, untuk mendukung penyampaian pesan institusi secara menarik dan profesional.

6. Event & Promotion

Tugas di bagian Event & Promotion mencakup perencanaan dan penyusunan strategi untuk kegiatan promosi dan event institusi, termasuk menentukan konsep, tujuan, dan target yang ingin dicapai. Selanjutnya, bertanggung jawab dalam koordinasi dan pelaksanaan seluruh kegiatan, memastikan setiap acara dan promosi berjalan lancar sesuai rencana. Selain itu, kegiatan ini juga meliputi monitoring dan evaluasi untuk menilai efektivitas program, mengidentifikasi perbaikan, dan memastikan pencapaian target yang telah ditetapkan.