

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) merupakan sebuah universitas swasta di daerah Serpong, Tangerang Selatan. UMN didirikan oleh Kompas Gramedia pada tahun 2005 dan diresmikan pada tahun 2006. Melalui UMN, pendiri Kompas Gramedia Group berupaya untuk memberikan pendidikan yang inklusif dan unggul di bidang ICT (*Information and Communication Technology*). Selain berkomitmen untuk unggul dalam hal akademik, UMN juga mempersiapkan mahasiswanya menjadi wirausahawan di bidang teknologi (*technopreneur*) dalam program *business incubator*, Skystar Ventures.

2.1.1 Profil Perusahaan

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) merupakan sebuah universitas swasta naungan Kompas Gramedia di daerah Tangerang Selatan. Visi UMN sebagai universitas adalah menjadi perguruan tinggi yang unggul di bidang ICT, baik di tingkat nasional maupun internasional sehingga menghasilkan lulusan berwawasan internasional dan berkeahlian yang disertai jiwa wirausaha serta berbudi pekerti luhur. Adapun misi UMN adalah turut serta menyelenggarakan pendidikan tinggi yang inklusif dengan melaksanakan tridarma perguruan tinggi untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia (umn.ac.id, n.d.). Rektor UMN, Andrey Andoko, mengatakan bahwa UMN berkomitmen untuk berkontribusi dalam SDGs (*Sustainable Development Goals*) baik secara akademik maupun non akademik.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 2.1 Logo UMN
Sumber: <https://www.umn.ac.id/profil/>

Logo UMN terdiri atas beberapa elemen, yaitu bola dunia, kotak-kotak putih, dan kotak putih yang terbuka. Logo tersebut bermakna bahwa UMN adalah universitas global, yang terbuka terhadap keberagaman komunitas dan juga kemajuan teknologi (umn.ac.id, n.d.). Melalui logonya, UMN bukan hanya sebuah universitas berbasis teknologi, namun juga menyatukan keberagaman peserta didiknya untuk membentuk komunitas yang harmonis.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

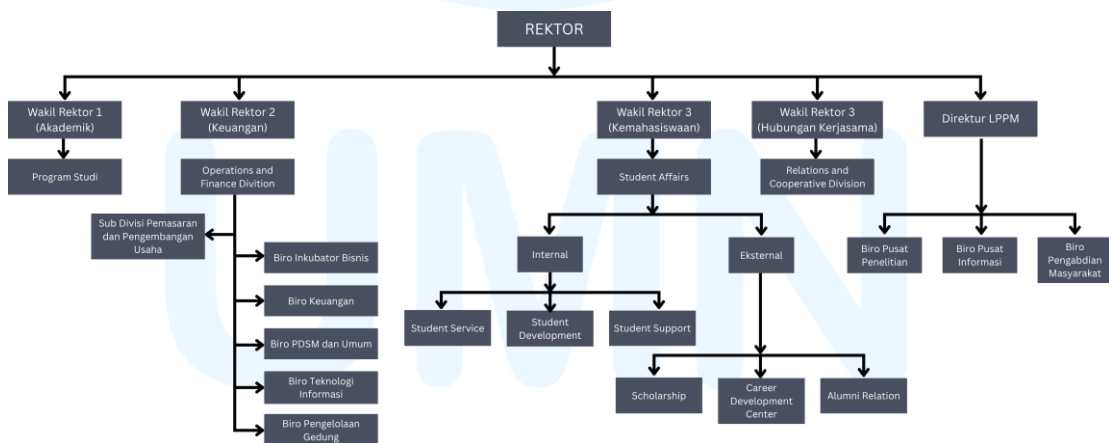
Universitas Multimedia Nusantara diresmikan pada tanggal 20 November 2006. Pendirian universitas ini didukung dengan kebutuhan tenaga ahli di bidang ICT yang belum banyak di Indonesia, sehingga kurikulum UMN berorientasi pada perkembangan teknologi yang diharapkan dapat membawa perubahan pada teknologi di Indonesia (umn.ac.id, n.d.). Selain berorientasi pada ICT, UMN juga memadukan nilai-nilai Kompas Gramedia dalam kurikulumnya, yaitu *caring*, *credible*, *competent*, *competitive*, dan *customer delight*, yang diharapkan tidak hanya unggul secara akademis, namun juga berbudi pekerti luhur (UMN, 2024).

Pada awal didirikan, UMN berlokasi di Gedung Wisman BNI 46, Jakarta yang kemudian pindah untuk sementara waktu di Plaza Summarecon Serpong pada tahun 2008. Pada tahun 2009, dua gedung UMN di daerah

Scientia, Gading Serpong diresmikan yang beroperasi hingga sekarang (Ultimagz, 2023). Hingga kini, UMN memiliki empat gedung yang mengusung konsep ramah lingkungan. Banyaknya lahan hijau di kawasan UMN menjadikannya Perguruan Tinggi Swasta ter hijau di Jakarta oleh UI GreenMetric pada 2019 lalu dan juga meraih peringkat ke-146 sebagai kampus yang melaksanakan kegiatan berkelanjutan (Natalia, et.al, 2023). Hal ini menandakan bahwa UMN sebagai perguruan tinggi tidak hanya memedulikan kemajuan teknologi, namun juga peduli pada isu lingkungan dan pembangunan berkelanjutan.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Posisi tertinggi dari struktur organisasi Universitas Multimedia Nusantara adalah Rektor yang membawahi lima wakil rektor. Kelima wakil rektor ini masing-masing memegang beberapa departemen yang salah satunya adalah marketing, tempat penulis melaksanakan kerja. Berikut adalah struktur organisasi dari Universitas Multimedia Nusantara yang didapatkan dari dokumen mahasiswa.



Gambar 2.2 Struktur Organisasi UMN
Sumber: Buku Panduan Akademik UMN (2025)

Berikut merupakan penjabaran dari struktur organisasi Universitas Multimedia Nusantara yang diawali dari rektor.

1. Rektor: Bertanggung jawab atas seluruh operasional, mutu akademis, pengelolaan keuangan, tata tertib, serta menjadi perwakilan resmi UMN di tingkat nasional maupun internasional.

2. Wakil rektor 1: menjaga kualitas belajar mengajar dan kurikulum tiap program studi UMN
3. Wakil rektor 2: pengelolaan aset, uang, SDM, teknologi, dan pendapatan universitas
4. Wakil rektor 3: mendampingi aktivitas luar kelas, karakter, dan kesejahteraan mahasiswa selama aktif kuliah
5. Wakil rektor 4: bertanggung jawab terhadap hubungan eksternal dengan internal UMN
6. Direktur LPPM: meningkatkan reputasi ilmiah UMN di tingkat nasional maupun internasional
7. Sub divisi pemasaran dan pengembangan usaha: memasarkan produk dan jasa UMN, membuka peluang pendapatan non-akademik
8. Biro incubator bisnis: memmbina pengembangan bisnis civitas akademika UMN
9. Biro keuangan: bertanggung jawab terhadap pembayaran dan penerimaan uang kuliah, belanja Perusahaan, dan mengelola anggaran
10. Biro pdsm dan umum: mengelola sumber daya manusia
11. Biro teknologi dan informasi: bertanggung jawab pada pengembangan infrasturktur jaringan, dan sistem informasi penunjang kegiatan UMN
12. Biro pengelolaan Gedung: bertanggung jawab atas perawatan fisik asilitas serta pemeliharaan Gedung UMN
13. *Student service*: memberikan pelayanan administratif mahasiswa
14. *Student development*: bertanggung jawab pada pelatihan kepemimpinan, organisasi, dan pengembangan karakter
15. *Student support*: menyediakan layanan konseling dengan psikolog
16. *Scholarship*: bertanggung jawab pada penyaluran beasiswa dari internal maupun eksternal untuk mahasiswa
17. *Career development center*: mempersiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja melalui seminar dan *job fair*
18. *Alumni relation*: membina hubungan baik dengan alumni dan kontribusi alumni kepada kampus.

19. Biro pusat penelitian: memfasilitasi kegiatan riset ilmiah mahasiswa dan dosen
20. Biro pusat informasi: mengelola hasil dari riset serta publikasi IPTEK
21. Biro pengabdian Masyarakat: menyelenggarakan penerapan ilmu kepada masyarakat.

2.3 Portofolio Perusahaan

Student recruitment department UMN bertugas mengadakan berbagai kegiatan promosi untuk menarik calon mahasiswa memilih UMN sebagai tempat menempuh pendidikan tingginya. Dalam prosesnya, departemen ini juga menggunakan materi-materi promosi yang didesain sedemikian rupa untuk mencerminkan UMN sebagai kampus swasta kreatif yang berorientasi pada perkembangan teknologi. Berikut adalah beberapa media promosi yang pernah dirancang oleh *student recruitment department* UMN dalam menunjang kegiatan operasionalnya.

2.3.1 Desain Postingan Tes Beasiswa

Salah satu produk unggulan dari materi promosi marketing UMN adalah informasi mengenai beasiswa. Informasi ini berguna untuk menarik perhatian calon mahasiswa baru untuk mendaftar di UMN karena adanya beasiswa yang didapatkan melalui tes yang pada umumnya memiliki potongan harga pada periode awal. Informasi ini sering disematkan dalam berbagai bentuk materi promosi, salah satunya ada pada akun instagram pmb.umn yang berfokus pada rekrutmen calon peserta didik.



Gambar 2.3 Desain Postingan Tes Beasiswa
Sumber: akun instagram @pmb.umn (2026)

Tampilan desain postingan tes beasiswa mengikuti tone desain UMN sebelumnya yang didominasi warna biru dan kuning serta penempatan logo di bagian pojok kanan atas. Desain juga menonjolkan kalimat “beasiswa uang pangkal” dan “biaya pendaftaran 50 ribu” untuk memikat calon peserta didik mengikuti tes. Secara keseluruhan, desain postingan sudah memberikan kesan “tempat mengenyam pendidikan tinggi” namun nampak terlalu ramai dan kurang memperlihatkan sisi UMN sebagai kampus kreatif yang mengedepankan teknologi.

Dalam ilmu DKV, *flyer* ini masuk dalam kategori pilar informasi yang ada dalam media persuasi (kampanye). Hal ini dikarenakan *flyer* tersebut masuk dalam rangkaian kampanye rekrutmen mahasiswa baru, yang adalah ajakan untuk ikut dalam tes beasiswa. Selain itu terlihat pula bahwa *flyer* ini berisi informasi mengenai tempat, tanggal, juga biaya mengikuti tes beasiswa yang mengindikasikan pilar informasi. Disamping itu, *flyer* ini termasuk dalam rangkaian kampanye rekrutmen mahasiswa baru karena diunggah tiap bulannya ke sosial media penerimaan mahasiswa baru.

2.3.2 Desain *Flyer Open House*

Open house merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh divisi pemasaran UMN yang bertujuan untuk mengenalkan UMN kepada calon peserta didik serta orang tua/walinya. Kegiatan *open house* ini merupakan kesempatan UMN untuk membangun citranya secara langsung kepada calon mahasiswanya dengan *experiential marketing*, yaitu memperlihatkan fasilitas, prodi, prospek karir, dan berbagai keunggulan UMN sebagai kampus swasta. Pada kesempatan ini, UMN juga memberikan *voucher* dana pendidikan agar para calon peserta didik tertarik untuk mendaftarkan anaknya. Berikut merupakan suasana acara *open house* yang pernah diselenggarakan.



Gambar 2.4 Acara *Open House* UMN
Sumber: akun Instagram UMN (2026)

Untuk memengaruhi calon mahasiswa mengikuti kegiatan ini, maka dirancang *flyer* sebagai undangan yang memikat mereka turut serta dalam kegiatan *Open House* UMN. Selain *flyer*, UMN juga menggunakan *shuttle bus*-nya menjadi tempat promosi acara ini. Stiker diletakkan pada badan bis UMN dengan *key visual* yang sama dengan desain *flyer*. Berikut merupakan desain *flyer open house* yang pernah dirancang untuk tahun 2026.



Gambar 2.5 Desain *Flyer* Open House UMN
Sumber: dokumentasi perusahaan (2026)

Desain *flyer* ini dibuat lebih meriah dan *eye catching* untuk menarik perhatian siswa SMA sebagai target audiensnya. Meskipun didesain lebih meriah, namun tone tetap mengikuti *mandatory*, yaitu UMN yang didominasi warna biru dan kuning. Dengan ditonjolkan *benefit* dari acara Open House, orang tua murid akan merasa tertarik untuk mengikutinya karena dapat meringankan biaya pendidikan dan memberikan akses untuk mengetahui kampus tempat anaknya akan melanjutkan pendidikan.

Desain *flyer* Open House UMN masuk dalam pilar DKV informasi. Meskipun terdapat ajakan yang bersifat persuasif, namun apabila *flyer* ini berdiri sendiri maka termasuk dalam pilar informasi. Sama seperti informasi tes beasiswa, *flyer* ini juga masuk dalam rangkaian kampanye rekrutmen mahasiswa baru UMN.

2.3.3 Desain *Banner* Edu Fair

Edu fair merupakan salah satu kegiatan rutin untuk mempromosikan UMN ke sekolah-sekolah. Kegiatan ini melibatkan banyak universitas lainnya dalam merekrut calon peserta didik. Pada kesempatan ini, para *education consultant* dari divisi pemasaran UMN turun untuk menjalankan tugasnya, yaitu menjelaskan mengenai kuliah di UMN. Dalam acara ini, mereka akan mempromosikannya dengan membuka beasiswa uang pangkal yang dapat diraih dengan nilai rapor maupun tes beasiswa daring. Berikut merupakan suasana *edu fair* yang pernah dilakukan.



Gambar 2.6 Acara Edu Fair Umn
Sumber: dokumentasi perusahaan (2026)

Oleh karena banyaknya universitas lain yang terlibat, maka dibutuhkan media promosi yang dapat menarik perhatian dan menggambarkan UMN sebagai kampus kreatif berbasis teknologi. Salah satu media promosi pada *edu fair* adalah *banner* ukuran 3m x 1m dan *roll up banner* yang lebih sering digunakan di booth *edu fair*. Pada *roll up banner*, berisi fakultas beserta prodi yang ada di UMN. Berikut merupakan desain *banner* berukuran 3m x 1m.



Gambar 2.7 Desain Edu Fair Umn
Sumber: dokumentasi perusahaan (2026)

Oleh karena acara *edu fair* merupakan salah satu kesempatan UMN menunjukkan keunggulannya dari universitas kompetitor, maka beasiswa uang pangkal tetap menjadi *headline* dari *banner* untuk menarik perhatian calon peserta didik. Dari segi desain, karena menggunakan *banner* berukuran besar, maka informasi yang disajikan tidak boleh terlalu banyak atau padat

dan menonjolkan satu pesan utama. Pada *banner* pula diberikan foto gedung dan logo UMN yang besar untuk memperlihatkan identitas kampus. Hal tersebut dikarenakan banyak sekolah di luar jabodetabek belum mengenal kampus bernama UMN.

Sama seperti dua media sebelumnya, *banner* edufair ini masuk dalam pilar DKV informasi. Meskipun kegiatan edufair masuk dalam rangkaian kampanye rekrutmen mahasiswa baru, namun *banner* ini identik dengan pilar informasi. Terlihat dari logo dan foto gedung UMN yang memperlihatkan juga memperkenalkan identitas kampus. Selain itu ada pula informasi mengenai tes beasiswa dan juga prodi yang ada di UMN.

