

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Menurut *website* resmi dari Universitas Multimedia Nusantara (UMN), secara resmi mendapatkan izin operasional dari Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia pada tanggal 28 November 2005 di bawah naungan Yayasan Multimedia Nusantara (Kompas Gramedia). Didirikan oleh Dr. (H.C.) Jacob Oetama dan P.K. Ojong, UMN, mewujudkan visi memajukan pendidikan melalui penguasaan teknologi informasi dan komunikasi (ICT) yang selaras dengan nilai-nilai humanisme. Sejak perkuliahan perdana pada tahun 2007, UMN konsisten mencetak SDM kompeten berbasis inovasi dan kreativitas, sekaligus memposisikan diri sebagai pelopor kampus ramah lingkungan (*green campus*) melalui arsitektur gedungnya yang hemat energi dan telah meraih berbagai penghargaan bergengsi baik di tingkat nasional maupun internasional.

2.1.1 Profil Perusahaan

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) merupakan lembaga pendidikan tinggi yang memfokuskan bidang usahanya pada sektor pendidikan formal yang berbasis teknologi. Sebagai institusi pendidikan, produk utama yang ditawarkan oleh UMN adalah jasa layanan pendidikan tingkat sarjana (S1) dan pascasarjana (S2) dengan kurikulum yang mengintegrasikan teknologi dan informasi (ICT) di setiap program studi yang dimiliki. Melalui bidang usaha ini, UMN memiliki komitmen untuk mencetak lulusan yang siap bersaing di industri multimedia dan kreatif (Universitas Multimedia Nusantara).

Menurut *website* resmi UMN, isi dari Universitas Multimedia Nusantara sendiri yaitu menjadi perguruan tinggi unggulan di bidang ICT, baik dari segi tingkat nasional maupun tingkat internasional, yang mampu menghasilkan lulusan yang berwawasan internasional dan mampu berkompetisi tinggi di

bidangnya yang disertai dengan jiwa kewirausahaan serta berbudi pekerti luhur. Untuk mewujudkan visi yang sudah disebutkan sebelumnya, UMN memiliki misi untuk turut serta mencerdaskan kehidupan bangsa dan memajukan kesejahteraan bangsa melalui upaya penyelenggaraan pendidikan tinggi dengan melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi (Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian pada masyarakat), guna untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia Indonesia.



Gambar 2.1 Logo dari Univeristas Multimedia Nusantara (UMN)
Sumber: *Website* Universitas Multimedia Nusantara

Sebagai identitas visual, logo dari UMN ini memiliki makna filosofis yang mendalam pada setiap elemennya. Dilihat dari *website* resmi UMN, bentuk bola dunia pada logo melambangkan eksistensi UMN sebagai universitas global yang memiliki kredibilitas internasional tanpa membedakan agama, golongan, maupun latar belakangnya. Kotak-kotak putih yang ada di dalam bentuk bola dunia dilambangkan sebagai kemajuan teknologi informasi yang mampu berperan dalam konvergensi berbagai bidang kehidupan serta menyatukan keberagaman komunitas dunia yang harmonis. Selain itu, adapun kotak putih terbuka yang melambangkan keterbukaan UMN dan setiap manusianya untuk terus berkembang dan melampaui diri menuju cita-cita yang tidak terbatas. Yang terakhir yaitu warna biru yang dominan pada logo yang melambangkan fokus utama

institusinya pada bidang teknologi, khususnya bidang teknologi dan komunikasi.

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) mengawali langkah resminya di dunia pendidikan setelah memperoleh izin operasional dari Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia pada tanggal 28 November 2005. Pendirian institusi ini tidak lepas dari peran Yayasan Multimedia Nusantara yang merupakan bagian dari Kompas Gramedia. Kehadiran UMN merupakan realisasi dari visi dan misi jangka panjang para pendiri Kompas Gramedia, Dr. (H.C.) Jacob Oetama dan P.K. Ojong, yang bercita-cita untuk berkontribusi bagi kemajuan bangsa Indonesia melalui jalur pendidikan formal berbasis teknologi (Universitas Multimedia Nusantara).



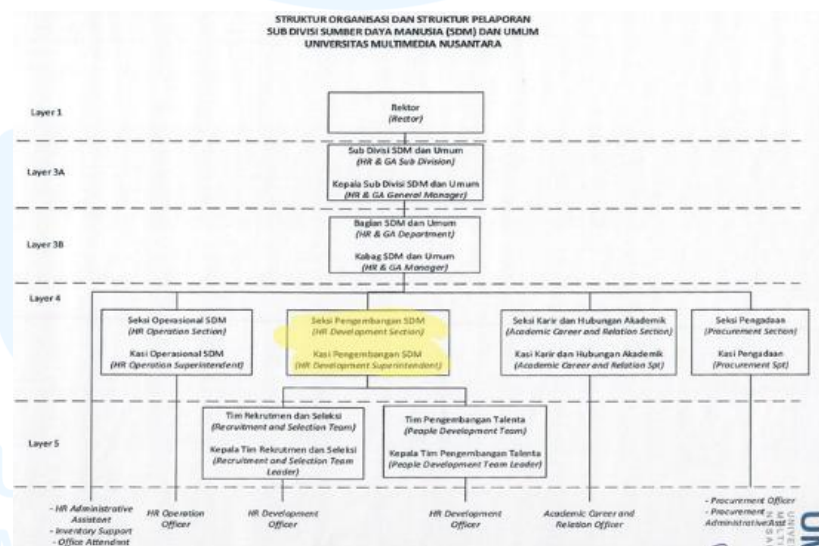
Gambar 2.2 Pembukaan Kuliah Perdana UMN
Sumber: *Website* Universitas Multimedia Nusantara (2007)

Dikutip dari *website* Universitas Multimedia Nusantara, setelah persiapan matang yang dilakukan sebelumnya, UMN akhirnya mulai menerima angkatan mahasiswa pertamanya pada tahun 2007 dan kuliah perdananya dimulai pada tanggal 3 September 2007. Fokus utama institusi ini sejak awal adalah bidang teknologi informasi dan komunikasi yang diintegrasikan dengan aspek kreativitas. Seiring berjalannya waktu, UMN terus berkembang dengan menambah program studi baru dan fasilitas pendukung yang semakin modern dan berinovasi. Perkembangan ini dapat

membuktikan komitmen UMN dalam menjaga relevansi kurikulum pendidikan dengan kebutuhan industri, sehingga mampu untuk mencetak tenaga kerja yang ahli di bidang multimedia dan memiliki karakter yang kuat sesuai dengan nilai-nilai humanisme yang ditetapkan sejak awal berdirinya Universitas Multimedia Nusantara.

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi perusahaan merupakan sebuah elemen krusial dalam manajemen desain yang memiliki fungsi untuk mengatur alur kerja serta koordinasi antardepartemen guna untuk mencapai efisiensi kreatif (Best, 2015). Universitas Multimedia Nusantara juga menerapkan pembagian divisi yang jelas yang digunakan untuk memastikan setiap unit jelas, termasuk bagian desain dan komunikasi, serta dapat berkolaborasi secara sinergis sesuai dengan fungsi masing-masing. Melalui struktur ini, proses produksi visual dan penyampaian informasi di lingkungan kampus dapat berjalan dengan baik, konsisten, dan profesional sesuai dengan standar identitas institusi.



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2026)

Struktur organisasi perusahaan tersebut telah disusun secara jelas. Susunan bagan di atas memungkinkan untuk mewujudkan kinerja yang efisien dan efektif guna membangun lingkungan kerja yang produktif. Berikut adalah penjabaran

detail tugas setiap anggota pada *HR & GA Department* berdasarkan struktur organisasi UMN:

1. Rektor

Rektor merupakan pimpinan organisasi UMN yang bertugas untuk memimpin penyelenggaraan universitas secara keseluruhan sesuai dengan statuta, yaitu rencana induk pengembangan universitas yang mendukung pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.

2. *HRGA General Manager*

HRGA General Manager berfungsi untuk membuat, mengembangkan, dan memastikan pengelolaan SDM di UMN dan unit lain agar berjalan dengan baik. Serta memastikan terciptanya lingkungan kerja yang aman dan nyaman bagi karyawan dengan berbagai layanan yang diberikan di bagian SDM di UMN dan unit lain. Dan juga berkoordinasi terkait dengan pengelolaan SDM dengan yayasan.

3. *HRGA Manager*

HRGA Manager berfungsi untuk memimpin, mengembangkan, dan memastikan operasional *Human Resource & General Affairs Department* di UMN berjalan dengan baik dan lancar sehingga mampu mendukung seluruh aktivitas sumber daya manusia (SDM) dan fungsi umum di dalam sebuah organisasi.

4. *HR Development Superintendent*

HR Development Superintendent memiliki fungsi untuk merencanakan strategi, mengoordinasi dan melaksanakan kegiatan yang terkait dengan pengembangan dalam hal pengelolaan SDM dalam bidang *Organization Management (OM)*, *Performance Management (PM)*, *Recruitment & Selection (RS)*, *Employer Branding (EB)*, *People Development (PD)*, *Talent Management (TM)*. Selain itu, beberapa bagian yang sudah disebutkan diatas dijabarkan sebagai berikut:

- a. *Recruitment & Selection* atau *RS* memiliki peran untuk melakukan penjangkaran, rekrutmen, seleksi, dan melakukan program orientasi karyawan.
- b. *People Development* atau *PD* memiliki peran untuk menyusun dan mengimplementasikan program pengembangan karyawan serta menyusun dan memetakan pengembangan talenta sesuai dengan kebutuhan organisasi saat ini dan masa yang akan datang.
- c. *Organization Management* atau *OM* memiliki peran untuk mengelola organisasi dan budaya kerja serta untuk mengimplementasikan sistem pengelolaan kinerja dan pelaporannya.
- d. *Employer branding* atau *EB* memiliki peran untuk membangun dan menyebarluaskan citra perusahaan (*Employer Brand*) bagi tenaga kerja internal maupun calon tenaga kerja eksternal, serta untuk menjalankan fungsi komunikasi internal.

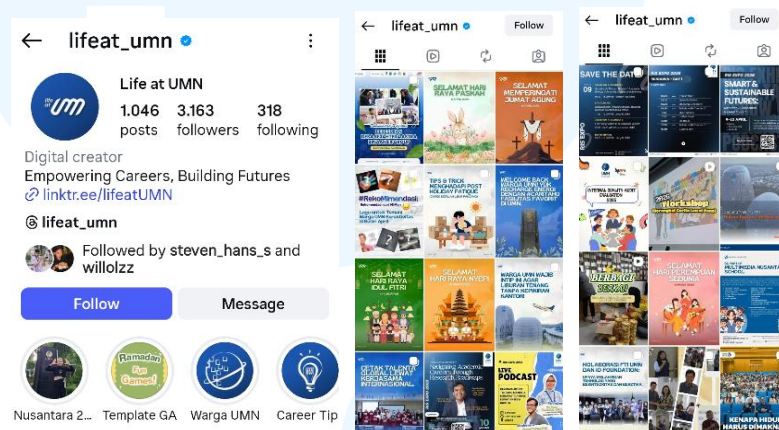
Posisi penulis yaitu sebagai *Graphic Design Intern* yang memiliki peran yang sama dengan *Graphic Designer*. *Graphic Design Intern* sendiri masuk ke dalam unit *HR Development Superintendent* dan masuk ke dalam *department Employer Branding* atau *EB*. Sebagai *intern*, penulis melaksanakan tugas dan memiliki tanggung jawab yang sama dalam hal menyiapkan kebutuhan konten visual untuk melakukan promosi dan mendukung branding dari *HR & GA Department*. Penulis juga ikut serta untuk membantu *content creator* dalam proses pengambilan konten, sama halnya dengan yang dilakukan *graphic designer*. Maka dari itu, posisi penulis sebagai *graphic designer intern* memiliki peran yang saling mendukung dalam hal pengerjaan *project* dan kebutuhan lainnya serta membantu tugas-tugas dari *content creator*. Selain itu, pembagian tugas yang diberikan pun juga dilakukan secara rata antara penulis sebagai *graphic designer* dan *content creator*.

2.3 Portofolio Perusahaan

Portofolio perusahaan merupakan representasi dari kualitas kerja dan hubungan profesional yang dibangun dengan klien melalui berbagai produk dan jasa yang bersifat publik dan dapat dipertanggungjawabkan.

1. Social Media

Pemanfaatan *social media* seperti Instagram memiliki tujuan untuk membangun citra visual instansi yang inklusif dan dinamis. Melalui sebuah konten yang menonjolkan interaksi antar-individu didalamnya, serta *platform* ini juga berfungsi sebagai sarana komunikasi untuk menarik atensi audiens eksternal sekaligus untuk memperkuat branding organisasi secara luas.



Gambar 2.4 Akun Instagram @lifeat_umn
Sumber: Instagram @lifeat_umn

Pengelolaan *social media* seperti Instagram, khususnya melalui akun @lifeat_umn, berfungsi sebagai sarana komunikasi visual yang merepresentasikan identitas dan budaya kerja organisasi tersebut. Secara umum, konten yang disajikan pada Instagram @lifeat_umn berfokus pada aspek humanis serta dinamika aktivitas sehari-hari di lingkungan kerja. Strategi ini bertujuan untuk membangun kedekatan dengan audiens baik secara internal maupun eksternal sekaligus untuk menarik perhatian publik melalui visualisasi yang informatif dan autentik, guna memperkuat citra positif institusi di ranah digital.

2. *External Relations*



Gambar 2.5 *Carousel Syukuran KG 2026*
Sumber: Instagram @lifeat_umn

Dalam ranah *External Relations*, perusahaan memfokuskan diri pada pengembangan kerja dan strategi melalui dokumentasi kegiatan dan penyediaan aset-aset profesional. Upaya ini dilakukan untuk membangun kredibilitas serta kepercayaan pihak luar (seperti mitra Kompas Gramedia) melalui penyelenggaraan berbagai program kolaboratif, mulai dari lokakarya (*workshop*) hingga acara formal lainnya yang akan diselenggarakan.

Perusahaan melaksanakan acara tahunan seperti syukuran KG, berkolaborasi dengan banyak pihak eksternal seperti universitas lain (Atmajaya), dan memiliki banyak elemen kampanye berupa *poster*, *banner*, brosur, dan lainnya.

3. *Internal Relations*

Internal Relations dikelola melalui koordinasi yang erat antara berbagai unit dan departemen yang ada di lingkungan internal. Fokus utamanya adalah untuk menciptakan sinergi organisasi melalui berbagai kegiatan (*event*) dan kolaborasi lintas departemen guna memastikan keselarasan tujuan di setiap lapisan organisasinya.



Gambar 2.6 Pertukaran Pelajar 2026
Sumber: Instagram @lifeat_umn

Yasasan Multimedia Nusantara atau yang kerap disapa YMN tidak hanya melakukan kerja sama atau kolaborasi di UMN saja, tetapi juga melakukan hal tersebut di MNS, MDN dan *Polytechnic*.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA