

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Tempat Perusahaan

1. Sejarah Universitas Muhammadiyah Metro

Perguruan Tinggi Muhammadiyah adalah amal usaha Muhammadiyah di bidang pendidikan tinggi yang dijiwai dan dilandasi nilai-nilai Islam dan Kemuhammadiyah pada tataran ideologis-filosofis ataupun praktis aplikatif serta menjadi salah satu kekuatan untuk kelangsungan dan kesinambungan Muhammadiyah dalam mencapai tujuannya sebagai gerakan dakwah dan tajdid yang melintasi zaman. Universitas Muhammadiyah Metro sebagai bagian dari keluarga besar Perguruan Tinggi Muhammadiyah harus mampu menjawab tantangan masa depan tersebut dengan melaksanakan tugas, fungsi, dan peran sebaik-baiknya.

Keberadaan Universitas Muhammadiyah Metro (UM Metro) merupakan langkah merger (penggabungan) dari: (1) Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan Muhammadiyah Metro, (2) Sekolah Tinggi Ekonomi Muhammadiyah Metro, (3) Sekolah Tinggi Teknik Muhammadiyah Metro, dan (4) Sekolah Tinggi Ushuluddin Muhammadiyah Metro. Keempat Sekolah Tinggi tersebut telah memperoleh status terdaftar, bahkan beberapa program studinya telah ada yang diakui dari Departemen Pendidikan dan Kebudayaan pada tahun 1990. Setelah merger, keempat Sekolah Tinggi tersebut selanjutnya menjadi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (FKIP), Fakultas Ekonomi (FE), Fakultas Teknik (FT) serta Fakultas Ushuluddin (FU), dalam perkembangan selanjutnya Fakultas Ushuluddin menjadi Fakultas Agama Islam (FAI). Untuk mengantisipasi kebutuhan tenaga profesional di masyarakat, maka tahun akademik 1997/1998 dikembangkan program Diploma Tiga (D-3) Manajemen Informatika Komputer, dan pada tahun akademik 2002/2003 dibuka Fakultas Hukum dan kemudian secara berturut-turut Program studi Pendidikan Bahasa Inggris dan Diploma 3 Akuntansi, Manajemen Keuangan dan Perbankan.

Selanjutnya perkembangan empat tahun terakhir arah perkembangan pada peningkatan jenjang strata program yang dikelola. Mulai tahun 2012 dibuka Program Pascasarjana S2 Pendidikan Biologi, tahun 2013 dibuka Program Studi S2 Manajemen, dan tahun 2014 dibuka Program Studi S2 Manajemen Pendidikan.

Lalu pada tahun 2017, UM Metro kembali membuka tiga program studi secara bersamaan yakni Program S1 Ilmu Komputer, Manajemen Pendidikan Islam dan Pendidikan Islam Anak Usia Dini. Pada tahun yang sama, UM Metro membuka fakultas baru yang diberi nama Fakultas Ilmu Komputer dengan menaungi 2 Prodi yakni Prodi Ilmu Komputer dan D3 Manajemen Informatika yang kemudian berganti nama menjadi D3 Sistem Informasi.

Pada Tahun 2019, UM Metro memperoleh izin pembukaan Pendidikan Profesi Guru (PPG) untuk dua Program Studi yakni Program Studi Pendidikan Ekonomi dan Program Studi Pendidikan Sejarah.

Pada tahun 2020, UM Metro kembali membuka satu program studi yakni Program D3 Fisioterapi

B. LOKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO

1. Nama Universitas : Universitas Muhammadiyah Metro
2. Kampus 1 (Satu) : Kampus 1 UM METRO
3. Provinsi : Lampung
4. Posisi Lokasi : Jl. KH Dewantara, No.116 Iringmulyo, Metro Timur, Metro, Lampung, Indonesia

1. Nama Universitas : Universitas Muhammadiyah Metro
2. Kampus 2 (Dua) : Kampus 2 UM METRO
3. Provinsi : Lampung
4. Posisi Lokasi : Jln. Ki Hajar Dewantara, 38 Banjar Rejo, Batanghari, Lampung Timur, Lampung, Indonesia.

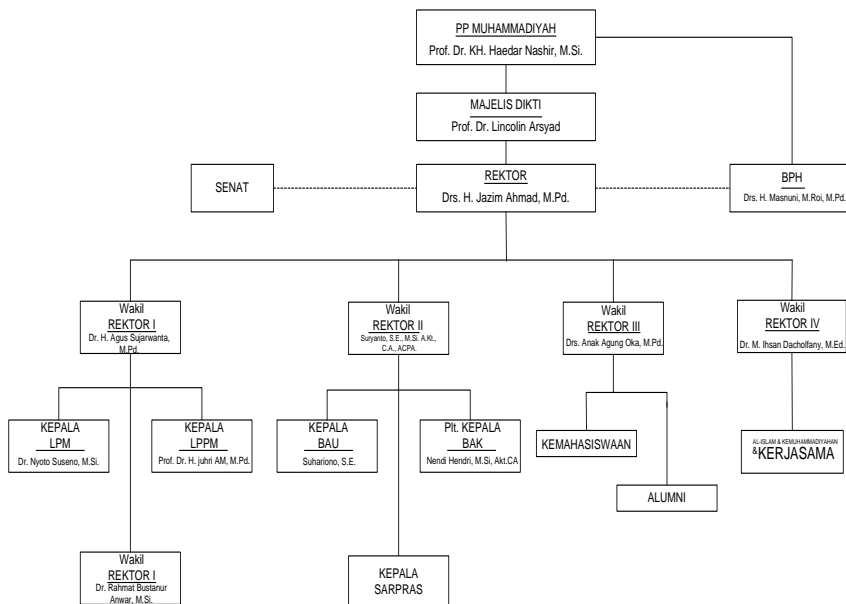
1. Nama Universitas : Universitas Muhammadiyah Metro
2. Kampus 3 (Tiga) : Kampus 3 UMMETRO
3. Provinsi : Lampung
4. Posisi Lokasi : Jl. Gatot Subroto, No.100, Yosodadi,
Metro Timur, Metro , Lampung, Indonesia.

1. Nama Universitas : Universitas Muhammadiyah Metro
2. Kampus 4 (Empat) : Kampus 4 UM METRO
3. Provinsi : Lampung
4. Posisi Lokasi : Ganjaragung, Metro Barat, Metro,
Lampung, Indonesia

C. Struktur Organisasi Perusahaan

1. Struktur Organisasi Universitas Muhammadiyah Metro

Struktur Organisasi Um Metro berperan untuk menunjukkan pembagian kerja dan fungsi dalam kegiatan-kegiatan berbeda yang dikoordinasikan serta menunjukkan spesialisasi-spesialisasi dari pekerjaan, saluran perintah maupun penyampaian laporan. Pada struktur di atas Garis Lurus tebal sebagai fungsi komando sedangkan garis putus – putus menunjukkan fungsi koordinasi.



Gambar 4. Struktur Organisasi Universitas Muhammadiyah Metro, (Sumber: UM METRO)

D. Manajemen Perusahaan

1. Tugas Pokok & Fungsi

a. Staff Desain Visual dan Kreatif

mempunyai tugas Mengumpulkan dan melakukan input data yang dibutuhkan unit marketing dan promosi, Adapun fungsi lainnya yaitu :

- 1) Menyusun data pihak-pihak yang diajak bekerjasama merekrut camaba Pelaksanaan penyusunan perencanaan dan pelaporan.
- 2) Bertanggung jawab menjaga hubungan baik pihak-pihak yang membantu proses perekrutan camaba.

b. Staff Administrasi & Maintenance Media Sosial

mempunyai tugas Menyusun administrasi surat-menyurat unit marketing. Untuk melaksanakan tugas tersebut, Staff Administrasi menyelenggarakan fungsi:

- 1) Penyusunan laporan keuangan unit marketing
- 2) *Update* status promosi media social yang dimiliki UM Metro

c. Staff Pusat Data Informasi (Pusdatin) & Lapangan

memiliki tugas Mengumpulkan dan melakukan input data yang dibutuhkan unit marketing dan promosi. Selain itu, Staff Pusat data Informasi (Pusdatin) & Lapangan menyelenggarakan fungsi:

- 1) Membuat jadwal kunjungan / promosi.
- 2) Membantu merancang koordinasi dengan mahasiswa bidikmisi untuk melakukan promosi.
- 3) Menyusun dan merencanakan penjadwalan pelaksanaan penmaru tiap tahun.

E. Analisis Sistem yang Berjalan

1. Aliran Informasi

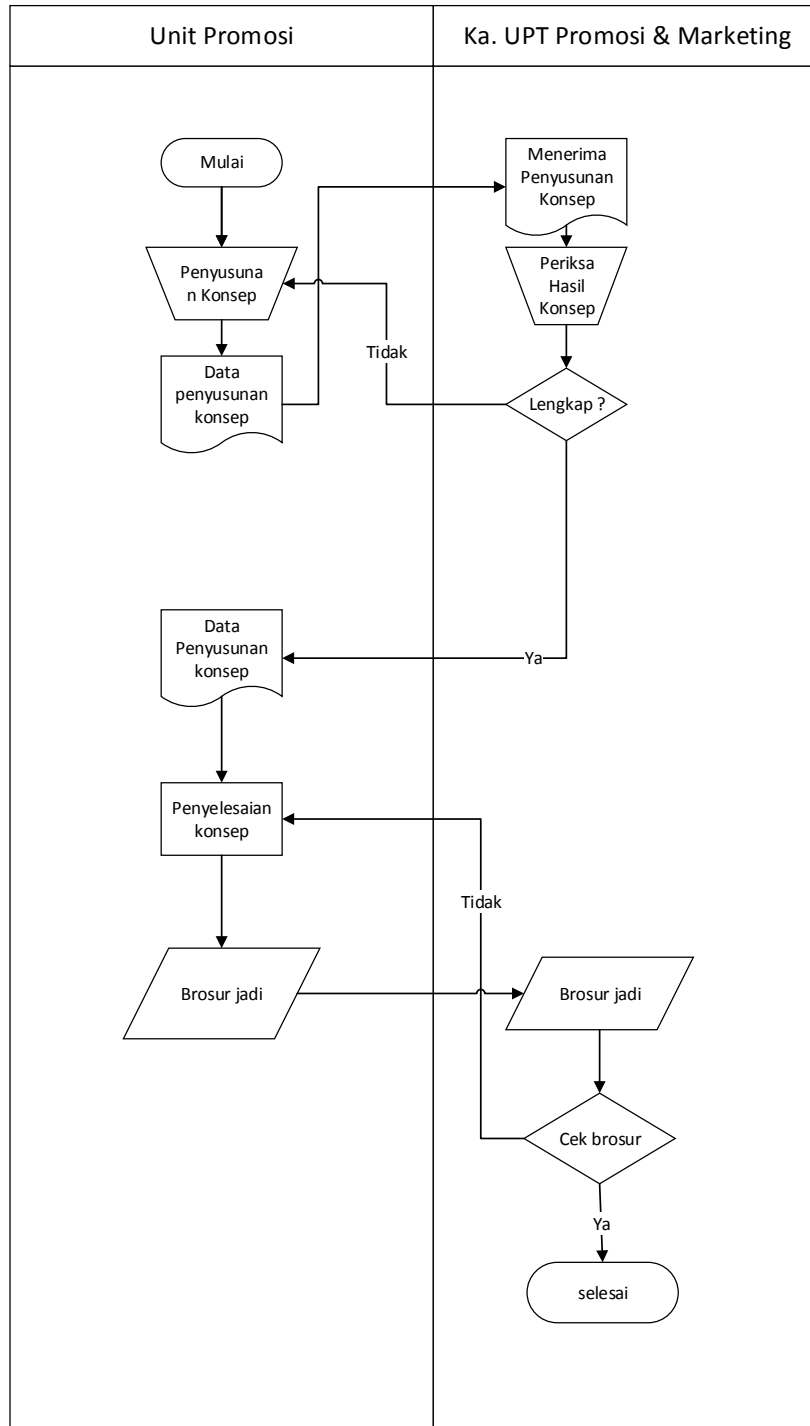
Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis, alur pembuatan produk iklan yang ada di Kantor UPT & Marketing Universitas Muhammadiyah Metro (UM METRO) adalah sebagai berikut :

- a. Aliran informasi dimulai dari yang pertama Staff desain visual & kreatif menyusun sebuah konsep iklan promosi.
- b. Memberikan dokumen hasil penyusunan konsep desain kepada Kepala Kantor UPT & Marketing Universitas Muhammadiyah Metro
- c. Kemudian Kepala Kantor UPT & Marketing Universitas Muhammadiyah Metro memeriksa dokumen hasil penyusunan konsep desain.
- d. Jika hasil penyusunan konsep masih ada revisi, maka Staff desain visual & kreatif kembali menyusun konsep yang di revisi.
- e. Kemudian Staff desain visual & kreatif melakukan penyelesaian proses desain yang akan dibuat.
- f. Hasil desain diserahkan ke Kepala UPT & Marketing Universitas Muhammadiyah Metro untuk pengecekan.

- g. Jika hasil desain masih ada revisi, maka kembali ke penyelesaian proses desain. Jika hasil desain sudah di acc oleh Kepala UPT & Marketing Universitas Muhammadiyah Metro, maka Kepala UPT & Marketing Universitas Muhammadiyah Metro memberikan hasil desain ke Staff administrasi & maintenance media sosial untuk proses meng-*Upload* desain ke media sosial Universitas Muhammadiyah Metro (UM METRO).

2. Flowchart

Berikut adalah aliran *Flowchart* proses pembuatan video promosi yang akan dibuat.



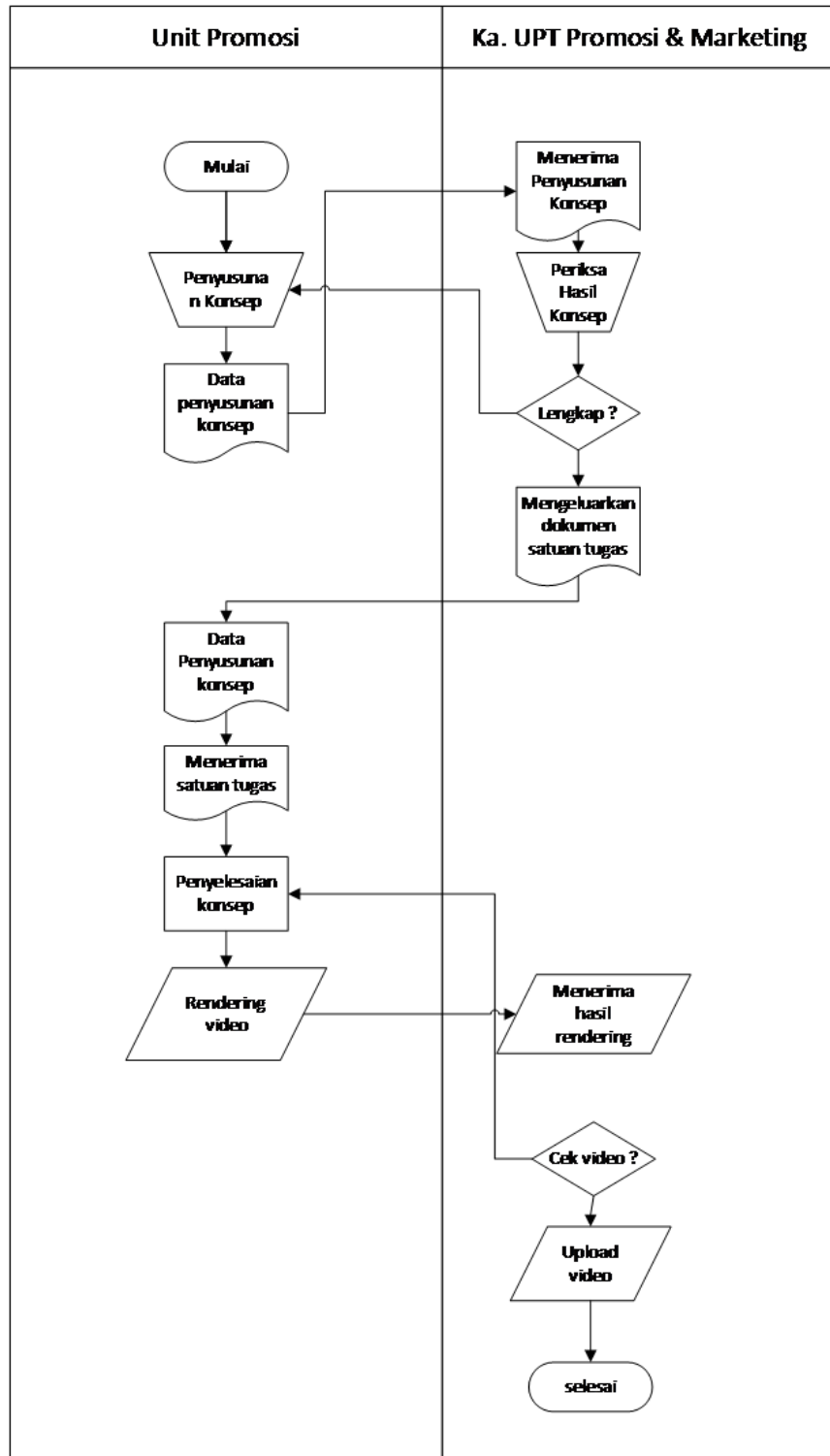
Gambar 5. pembuatan brosur sebagai sarana promosi um metro. (Sumber : universitas muhammadiyah Metro)

3. Aliran Informasi Video Iklan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis, alur pembuatan produk iklan yang ada di Kantor UPT & Marketing Universitas Muhammadiyah Metro (UM METRO) adalah sebagai berikut :

- a. Aliran informasi dimulai dari yang pertama Staff desain visual & kreatif menyusun sebuah konsep iklan promosi.
- b. Memberikan dokumen hasil penyusunan konsep desain kepada Kepala Kantor UPT & Marketing Universitas Muhammadiyah Metro
- c. Kemudian Kepala Kantor UPT & Marketing Universitas Muhammadiyah Metro memeriksa dokumen hasil penyusunan konsep video.
- d. Jika hasil penyusunan konsep video sudah disetujui, maka Kepala Kantor UPT & Marketing Universitas Muhammadiyah Metro akan mengeluarkan surat satuan tugas kepada Staff desain visual & kreatif. Jika hasil penyusunan konsep masih ada revisi, maka Staff desain visual & kreatif kembali menyusun konsep yang di revisi.
- e. Kemudian Staff desain visual & kreatif melakukan penyelesaian proses desain yang akan dibuat.
- f. Hasil video diserahkan ke Kepala UPT & Marketing Universitas Muhammadiyah Metro untuk pengecekan.
- g. Jika hasil video masih ada revisi, maka kembali ke penyelesaian proses editing video. Jika hasil video sudah di acc oleh Kepala UPT & Marketing Universitas Muhammadiyah Metro, maka Kepala UPT & Marketing Universitas Muhammadiyah Metro memberikan hasil video ke Staff administrasi & maintenance media sosial untuk proses meng-*Upload* desain ke media sosial Admisi Universitas Muhammadiyah Metro.

4. Flowchart



Gambar 6. pembuatan video iklan sebagai sarana promosi um metro.

5. Analisis Dokumen

Analisis dokumen berguna untuk merancang sebuah desain brosur karena dari analisis tersebut dapat diketahui data apa saja yang ada di dokumen tersebut. Dokumen yang digunakan dalam merancang sebuah desain brosur pada Universitas Muhammadiyah Metro adalah :

a. Konsep brosur

Fungsi : Rancangan sketsa desain tulisan dan tata letak gambar

Sumber : Unit Promosi

Rangkap : 1

Isi : Informasi mengenai perancangan desain gambar yang akan dibuat.

b. Brosur jadi

Fungsi : Media Informasi

Sumber : Universitas Muhammadiyah Metro

Rangkap : 1

Isi : Informasi seputar Universitas Muhammadiyah Metro

6. Kendala Sistem dan Kebutuhan Sistem

a. Kendala sistem yang sedang berjalan

- 1) Belum adanya media informasi dalam penyampaian bentuk video profil di Universitas Muhammadiyah Metro.
- 2) Penyampaian media promosi saat ini belum menarik dikarenakan hanya berbasis teks dan gambar saja.

b. Kebutuhan sistem

Berdasarkan kendala sistem yang sedang berjalan pada Kantor UPT Promosi & Marketing Universitas Muhammadiyah Metro, maka dibutuhkan pembuatan video iklan promosi yang memiliki kinerja sebagai berikut :

- 1) Dibutuhkan informasi penyampaian profil UM METRO dalam bentuk video.