

**Penguatan Pengetahuan dan Manajerial Mahasiswa Melalui
Maha Bidang Komunikasi**

Dra. Frida Kusuma Astuti, M.Si ¹⁾

Jamroji, S.Sos ²⁾

Akhir-akhir ini bidang komunikasi menjalani perkembangan yang luar biasa dan sudah menjadi ladang bisnis yang menjanjikan. Pertimbangan ukurannya adalah pentingnya keterampilan komunikasi dalam kehidupan baik sektor formal seperti karir, bisnis, sektor informal dan pergaulan . beberapa contoh bisnis bidang komunikasi adalah pelatihan prestasi dan public relation, MC, retorika, pelatihan periklanan, produk publikasi organisasi dll.

Persaingan di bidang bisnis komunikasi sangat ketat, dimana hanya beberapa saja yang bisa bertahan lebih dari 5 tahun di kota Malang. Beberapa faktor yang memerlukan keberlanjutan maka tersebut adalah faktor manajemen, SDM, serta menjaga dan memperluas relasi, yang barangkali sulit bagi para pemula untuk memulai usaha pelatihan di bidang komunikasi.

Mahasiswa jurusan ilmu komunikasi UMM memiliki potensi-potensi praktis di bidang komunikasi. Mereka telah memiliki bekal kompetensi dan didukung oleh wadah-wadah yang dimiliki UMM seperti PR Club, jurnalistik fotografi dan majalah mahasiswa, oleh karena itu mereka layak untuk diarahkan sebagai wirausahawan.

Pelaksanaan magang mahasiswa berlangsung selama 2 bulan di INDOPURELS oleh 4 orang mahasiswa. Tahap pelaksanaan magang meliputi : Rekrutmen dan selain mahasiswa calon peserta, pembekalan, pemberangkatan, pemagangan 2 bulan, monitoring dan evaluasi, penjemputan.

1) 2) Staf Pengajar Fakultas Sosial dan Pemerintahan UMM

A. Pendahuluan

1. Analisis Situasi

Bidang Komunikasi telah menjadi ladang bisnis bagi para wirausahawan. Hal ini mempertimbangkan pentingnya keterampilan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam sektor informal seperti keluarga dan pergaulan maupun disektor formal seperti untuk keperluan karir, dan bisnis. Meskipun hampir semua orang bisa berkomunikasi, namun terampil berkomunikasi secara efektif tidak dimiliki oleh semua orang. Adanya gap kebutuhan komunikasi dan kemampuan berkomunikasi inilah yang sering melatar belakangi lahirnya ide-ide kewirausahaan di bidang komunikasi. Beberapa contoh bisnis bidang komunikasi antara lain Pelatihan Presentasi, Pelatihan Public Relations, MC, dan Retorika, Pelatihan Menulis dan Jurnalistik, Pelatihan Periklanan, produksi publikasi organisasi, dsb.

Membuka pelatihan-pelatihan bidang komunikasi tersebut, sampai sekarang masih menjamur di Malang dan kota-kota lain. Selain luasnya pasar, juga cukup layak diperhitungkan sebagai sumber income. Sebagai contoh, pelatihan komunikasi termurah bisa mematok harga 100 rb dan termahal di Malang bisa sampai 5 juta satu paket. Dengan rata-rata peserta minimal 15 orang, dan maksimal 75 orang. Tetapi dari sekian banyak lembaga pelatihan, hanya beberapa saja yang bisa bertahan lebih dari 5 tahun secara sehat, baik dari sisi finansial maupun manajemen. Beberapa hal yang menjadi faktor keberlanjutan usaha tersebut adalah faktor manajemen, SDM, serta menjaga dan memperluas relasi. Hal inilah

yang seringkali sulit bagi para pemula untuk memulai usaha pelatihan di bidang komunikasi.

Sementara itu, mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi ternyata memiliki potensi-potensi praktis di bidang komunikasi. Saat ini melalui wadah PR Club, Jumalistik Fotografi, dan Majalah Mahasiswa, sebenarnya mereka layak untuk diarahkan sebagai wirausahawan. Alasannya bekal kompetensi sudah ada. Tinggal dibekali lagi dengan kemampuan profesional dalam mengelola sebuah lembaga yang profit. Kegiatan-kegiatan PR Club, JUFOC, dan Majalah Mahasiswa sejauh ini masih terbatas pada lingkungan internal kampus. Mereka mengadakan event-event kreatif untuk Jurusan, fakultas, dan Unit-unit yang ada di kampus, dan juga pelatihan-pelatihan yang masih terbatas untuk para anggota dan mahasiswa.

Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang setiap tahunnya melepas sarjana baru tidak kurang dari 180 orang. Para alumninya harus menunggu pekerjaan yang sesuai dengan bidangnya. Hasil evaluasi Jurusan menunjukkan rata-rata masa tunggu masih cukup lama, yaitu sekitar 5 bulan. Itupun masih menyerap sekitar 60% lulusannya. Kondisi tersebut dikarenakan rata-rata alumni ingin mendapatkan pekerjaan disebuah perusahaan atau industri komunikasi yang besar. Jarang yang tergerak untuk berwirausaha di bidang jasa pelatihan komunikasi sesuai dengan keterampilan yang mereka miliki, padahal ketika mereka menjadi mahasiswa dan bergabung dalam PR Club, JUFOC, dan Majalah Mahasiswa mengadakan pelatihan sudah bukan pekerjaan asing.

Berdasarkan analisis situasi di atas, maka perlu adanya penguatan pengetahuan dan keterampilan usaha jasa komunikasi melalui adaptasi bisnis di sebuah lembaga jasa komunikasi INDOPURELS (Indonesia Public Relations), MALANG untuk para mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi semester VIII.

2. Tujuan

Tujuan Magang Kewirausahaan (MKU) di INDOPURELS, MALANG adalah:

1. Mahasiswa dapat memperoleh pengalaman kerja praktis di bidang usaha jasa komunikasi.
2. Meningkatkan pengetahuan kewirausahaan dikalangan mahasiswa dalam bidang jasa komunikasi.
3. Memacu mahasiswa setelah lulus kuliah merencanakan usaha jasa komunikasi.
4. Mahasiswa dapat mengidentifikasi masalah, perumusan, dan pemecahan masalah dalam hal mendesain produk, pemasaran, dan manajemen usaha jasa komunikasi.

3. Justifikasi Pemilihan INDOPURELS Sebagai Tempat Magang

INDOPURELS, Malang adalah lembaga yang bergerak di bidang Sumber Daya Manusia (SDM), berdiri pada tahun 1991. INDOPURELS didirikan oleh sekelompok anak muda dibawah pembinaan pakar komunikasi dan administrasi Djanalis Djanaid - seorang Dosen tetap FIA Unibraw, Wakil Ketua Dewan Penasehat KADIN Jatim, Tim Instruktur Pelatihan

Kewirausahaan & Kepimpinan, Direktur Indopurels & Indogement Nara Sumber pada berbagai Seminar. Salah satu Team Instruktur Seminar. Salah satu Team Instruktur Pelatihan Kepimpinan & Kewirausahaan di luar negeri (Thailand, Mesir, dan Perancis).

Secara singkat INDOPURELS di Jl. Watu Gong 41 Malang, Jawa Timur, dipilih sebagai tempat magang bagi mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang memiliki kriteria seperti dalam Tabel 1.

Tabel I:

Kriteria Pemilihan Tempat Magang

NO	KRITERIA PEMILIHAN	POTENSI MITRA
1.	Produk jasa PR & komunikasi	1. Pelatihan public relations, Ms, dan retorika 2. Pelatihan jurnalistik 3. Pelatihan teknik prentasi 4. Pelatihan manajemen press clipping 5. Pelatihan service excelent 6. Pelatihan kewirausahaan
2.	Kondisi pemasaran	Perusahaan-perusahaan menengah ke atas membutuhkan keterampilan praktis dan manajerial di bidang PR & komunikasi bagi para staf dan manager
3.	Jangkauan pemasaran	Seluruh Indonesia dan regional Asia
4.	Harga jual jasa	Bersaing
5.	Sumber daya:	
	a. manusia	Berpengalaman (profesional)
	b. sarana prasarana	Tersedia memadai
	c. dana	Modal sendiri dan kemitraan
6.	Kondisi manajemen	Pola manajemen profesional
7.	Kondisi layanan jasa	Reguler, paket, dan sesuai permintaan (in house training)
8.	Fasilitas komunikasi	Web, telepon, dan fax
9.	lokasi	Mudah dijangkau peserta magang

Manajemen INDOPURELS mempunyai konsep “JARUM HIPODERMIK” yang apabila diterapkan pada suatu organisasi /perusahaan akan memiliki 4 (empat) fungsi, yaitu :

1. Meningkatkan semangat dan kreatifitas kerja
2. Mampu memiliki daya tahan organisasi terhadap setiap goncangan
3. Memiliki kemampuan untuk membasmi penyakit organisasi (mis. Kemalasan, ketidakjujuran, dan lain-lain)
4. Mengatur hubungan baik antar individu, unit, baik kedalam maupun keluar organisasi

Visi INDOPURELS adalah menjadi lembaga pengembangan sumber daya manusia (SDM) yang paling dipercaya di Indonesia, bagi perusahaan yang menjadikan SDM-nya sebagai asetnya yang paling utama dan berharga. INDOPURELS bercita-cita menjadi lembaga yang menghimpun para profesional di bidang SDM yang memiliki integritas dan loyalitas diri yang tinggi dan yang menjalankan darmanya di bidang SDM, serta memperoleh kepuasan.

Adapun Misinya meliputi:

1. Kepada usaha Melaksanakan kegiatan utama berupa pelatihan, lokakarya, seminar serta kegiatan-kegiatan lainnya sebagai pendukung kegiatan utama di atas.
2. Kepada SDM Menciptakan budaya “konsentrasi dalam bekerja untuk mencapai prestasi yang tinggi, pengembangan diri, kepuasan kerja dan kesejahteraan”.

3. Kepada pelanggan memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan.
4. Kepada share-holder dan mitra kerja Memberikan keuntungan financial dan kebanggaan.
5. Kepada supplier Memberikan keuntungan financial dan kebanggaan.
6. Kepada masyarakat ikut serta meningkatkan mutu SDM Indonesia.

Sampai sekarang INDOPURELS telah memiliki 60 produk pelatihan yang sudah disosialisasikan dan telah mengadakan pelatihan sebanyak 514 angkatan baik dalam bentuk in-house training maupun public course. Sementara khusus produk INDOPURELS di bidang **jasa PR dan Komunikasi** adalah

1. Pelatihan Public Relations, MS, & Retorika (17 modul)
2. Pelatihan Jurnalistik (15 modul)
3. Pelatihan Teknik Prentasi (4 rnoclul)
4. Pelatihan Manajemen Press Clipping (3 modul)
5. Pelatihan scervice Excelent (8 modul)
6. Pelatihan kewirausahaan (6 modul)

produk-produk di atas sangat mernungkinkan untuk dipecah lagi menjadi produk-produk yang independent sehingga dapat menyesuaikan cost yang harus dikeluarkan oleh para peminat pangsa pasar produk jasa ini adalah para praktisi public relations dan para praktisi khususnya manajer non public relations. Para peserta

dapat mengikuti pelatihan dalam bentuk *public course* maupun *in house training*.

B. Pelaksanaan Program

1. Tahapan Pelaksanaan

Tercapainya kesepakatan kerja sama dengan mitra tempat magang Setelah melakukan lobi dengan direktur Indopurels, maka dicapai kesepakatan pihak INDOPURELS menerima magang mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi sebanyak 4 (empat) orang dengan masa magang pertama dua bulan. Pihak INDOPURELS bersedia membimbing mahasiswa selama magang dan memberi pengetahuan serta pengalaman kerja sesuai dengan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan oleh INDOPURELS.

Pemilihan INDOPURELS sebagai tempat magang selain telah dikemukakan sebelumnya adalah juga untuk memberi contoh kepada peserta magang (mahasiswa) bahwa memulai sebuah “bisnis” tidak harus memiliki suatu tempat yang elit. INDOPURELS diawali dengan sebuah ide untuk menampung semangat pemuda (mahasiswa). Awalnya hanya menempati sebuah garasi rumah drs. Djanalis Djanaid di Jl. Watu Gong pada tahun 1990. Bukan di jalan utama atau pinggir jalan raya yang ramai, melainkan di sebuah perumahan. Plang nama atau identitas juga tidak mencolok seperti nampak dalam foto. Saat ini INDOPURELS telah menempati bangunan di atas garasi dengan 3 ruangan: Ruang kerja, Ruang untuk Gudang, dan Ruang Manajemen dan Ruang Rekrutmen.

2. Rekrutmen dan Seleksi

Mahasiswa Calon Peserta Magang

Pada tahapan ini, dosen pengusul program MKU mengumumkan informasi program kepada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi melalui poster yang ditempel di papan pengumuman. Informasi ini dipasang selama bulan April-Mei 2009. Jumlah peminat program ini ada 8 mahasiswa. Dengan mempertimbangkan tahun angkatan dan keahliannya maka ditentukan kriteria sbb:

- Angkatan 2006 yang terdaftar sebagai mahasiswa aktif
- Telah menempuh beban SKS sebanyak 120 SKS
- Memiliki keterampilan di bidang web site atau penulisan atau pelayanan dasar atau announcer (kriteria ini sesuai dengan kebutuhan INDOPURELS saat itu).

Pemilihan keterampilan menulis, liputan, web design & program, dan fotografi diperlukan karena setelah pembicaraan awal dan observasi, kami melihat ada peluang untuk memberi kontribusi aktif pada INDOPURELS dengan mengelola web site INDOPURELS, disamping tidak melupakan peluang-peluang belajar bisnis khususnya penyelenggaraan event Pelatihan Jasa dibidang komunikasi.

Akhirnya ditentukan 4 orang mahasiswa dan pada bulan Mei 2009 dilakukan pemanggilan kepada pelamar yang lulus administratif dan interview. Mahasiswa-mahasiswa tersebut adalah:

1. Nama : Achmad Fajar Maulana
NIM : 06220211
Asal : Gresik
Keahlian : Web Design and Program
2. Nama : Dwinanda Rendy Friadi
NIM : 06220251
Asal : Banyuwangi
Keahlian : A n n o u n c e r ,
Liputan
3. Nama : Trisna Wijayanti
NIM : 06220211
Asal : Palangkaraya
Keahlian : Fotografi,
Penulisan
4. Nama : Veny Puri Ardianty
NIM : 06220368
Asal : Gresik
Keahlian : Penulisan

3. Pembekalan Kepada Mahasiswa Calom Peserta Magang

Sebelum peserta ke tempat magang, dilakukan pembekalan selama satu bulan dengan materi Manajemen Event, Teknik Lobi dan Negosiasi, dan Kepribadian Wirausaha. Selain itu mahasiswa juga dibekali dengan pinformasi tentang profil INDOPURELS dan gambaran kerja di INDOPURELS.

4. Pemberangkatan Peserta Magang

Peserta magang diberangkatkan pada tanggal 6 Juli 2009 dengan diantar oleh pembimbing dan diterima oleh Direktur INDOPURELS, Juniardi, SH. Pada awal pertemuan dilakukan perkenalan dengan

seluruh tim INDOPURELS yang terdiri dari Manajer Keuangan, Manajer Event, Manajer Rumah Tangga dan Manajer Marketing.

5. Pemagangan Selama 2 Bulan

Selama dua bulan magang, peserta dilibatkan dalam kegiatan-kegiatan short course INDOPURELS maupun pekerjaan harian selayaknya para pegawai. Bahkan peserta dapat kesempatan untuk berdiskusi dengan pemilik, dan para pengelola INDOPURELS. Tidak jarang peserta diberi kesempatan mengikuti acara-acara sosial dan komunitas para pengelola, seperti dalam mengelola Travel, Merintis Usaha WellMart minimarket Sayur, dan kajian-kajian yang diselenggarakan oleh organisasi profesi seperti PERHUMAS dan Jaringan Bisnis Syariah.

Selain dilibatkan dalam kegiatan INDOPURELS, peserta magang juga diberi kepercayaan penuh untuk mengelola situs atau company web INDOPURELS. Keputusan untuk mengelola situs tersebut adalah perkembangan yang tidak direncanakan. Latar belakang situasinya adalah para peserta dan dosen pembimbing melihat situs INDOPURELS sudah sangat lama tidak di *up date*. Setelah menelusuri ternyata hal tersebut dikarenakan tidak ada *team works* yang ada yang kompeten mengelola.

C. Rencana Bisnis Dan Analisa Usaha

1. Rencana Bisnis

Pengelolaan website pada akhirnya memberi inspirasi peserta magang untuk merintis bisnis jasa pengelolaan website suatu organisasi atau lembaga. Berikut ini merupakan

analisis SWOT bisnis pengelolaan website INDOPURELS:

Sebagai perusahaan yang besar dengan sekitar 6000 orang alumni, INDOPURELS memerlukan media yang efektif dan efisien untuk berkomunikasi dengan alumni dan klien. Peluncuran website adalah solusi yang tepat, karena selain dapat mencakup seluruh wilayah global, memudahkan orang untuk berkomunikasi dengan INDOPURELS mengingat fasilitas yang disediakan sangat interaktif. Dibandingkan dengan media publikasi konvensional, website tergolong murah dari segi pembiayaan, namun dari sisi pengelolaan tergolong rumit dan memerlukan keahlian khusus dalam hal teknis. Disinilah INDOPURELS memerlukan satu tim khusus pengelola website.

Setelah disepakati bahwa peserta Magang Kewira Usaha menjadi pengelola website INDOPURELS, maka dibuatkan organizing sbb:

1. WebMaster

- Tugas : Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berhubungan dengan hosting dan scripting
- Kualifikasi : HTML Master, ASP Master, PHP Master, Java

Master, CMS Master

2. Content Administrator

- Tugas : Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berkaitan dengan muatan berita website, termasuk news reporting.
- Kualifikasi : Menguasai CMS, mampu menulis berita, menguasai teknik fotografi

3. Design Layout

- Tugas : Bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berhubungan dengan rancangan layout website
- Kualifikasi : Mastering photoshop, menguasai CMS

Dengan pengorganisasi seperti tersebut di atas, peserta Magang telah mampu mengelola website INDOPURELS selama dua bulan. Data teknis selanjutnya yang berhubungan dengan launching website INDOPURELS karya peserta magang dapat dilihat di lampiran laporan ini. Saat ini sedang direncanakan tahap selanjutnya untuk kontrak pertama dengan INDOPURELS sebagai klien

pertama bagi Kelompok Bisnis yang terbentuk karena adanya Magang Kewirausahaan di Bidang Komunikasi ini.

Kepuasan pihak INDOPURELS terhadap hasil kerja peserta magang ditunjukkan dengan kepercayaan yang penuh pada peserta magang untuk mengelola website. Peserta magang selalu diberi kesempatan mengikuti kegiatan-kegiatan INDOPURELS dalam rangka melakukan liputan khusus untuk materi website. Bagi mahasiswa, kompensasi finansial yang diperoleh juga memuaskan, terlebih dengan kompensasi pengalaman yang luar biasa. Peserta magang belajar bagaimana menghadapi klien dengan bijaksana namun negosiatif. Peserta magang juga merasakan pengaruh semangat kewirausahaan dari para pengelola INDOPURELS.

Pengalaman mengelola *website* dan kepercayaan penuh dari INDOPURELS memberi inspirasi terbentuknya Kelompok Bisnis pengelolaan *website* bagi, suatu lembaga.

2. Analisa Usaha

Kelompok Bisnis yang terbentuk akan mencari klien, yaitu perusahaan atau lembaga-lembaga yang telah memiliki website, namun website tersebut belum dikelola dengan baik. Salah satu dan yang utama indikasi pengelolaan website yang tidak baik adalah website tersebut tidak pernah melakukan upload selama tiga bulan lebih. pemilihan calon klien yaitu

perusahaan atau lembaga yang telah memiliki website akan memudahkan Kelompok Bisnis karena tidak perlu lagi meyakinkan akan pentingnya media website bagi suatu komunikasi organisasi. Asumsinya, perusahaan atau lembaga yang telah memiliki website adalah perusahaan atau lembaga yang telah menyadari pentingnya website.

Kelebihan website dibandingkan dengan media konvensional adalah biaya yang murah. Berdasarkan pengalaman mengelola website INDOPURELS berikut ini adalah kalkulasi biaya pengelolaan website yang harus dikeluarkan oleh sebuah perusahaan:

- | | |
|--|---------------------|
| a. Biaya menggunakan domain khusus korporasi | Rp. 450.000/th |
| b. Biaya operasional untuk liputan, posting dengan up date seminggu 3X | Rp. 2.400.000/bln |
| c. Biaya scripting dan design | Rp. 1.000.000/paket |
| | Total |
| | Rp. 3.850.000 Total |

Jadi sebuah perusahaan hanya memerlukan biaya Rp. 3.850.000 untuk menggunakan jasa layanan Kelompok Bisnis ini selama satu bulan (5 minggu). Dari biaya tersebut, maka yang bisa dikelola menjadi "omzet" Kelompok Bisnis adalah Rp.1.400.000/bulan per website. Apabila 10% masuk investasi, atau Rp. 340 ribu disisihkan untuk investasi, maka sharing penghasilan tiap orang adalah Rp. 765.000/bulan. Lebih jelasnya lihat tabel berikut:

Kalkulasi untuk mengelola satu *website*:

No	Keterangan	Pemasukan	Pengeluaran
1	Biaya paket	3.850.000	
2	Biaya domain		450.000
3	Investasi usaha 10% setelah dikurangi biaya domain		240.000
4	Penghasilan 4 orang pengelola Rp 600.000		2.400.000
5	Biaya designer dan lay out	3.850.000	

Dengan demikian dalam satu tahun, Kelompok Bisnis ini bisa memiliki omzet sebesar Rp. 1.000.000 + (Rp. 2.400.000 X 12): Rp. 9.800.000 (dua puluh sembilan juta delapan ratus ribu rupiah) pertahun. Omzet tersebut akan di *share* untuk investasi Rp. 240.000 X 12: Rp. 2.880.000/tahun. Sisanya adalah penghasilan untuk para pengelola.

Rancangan kerja dan biaya tersebut ternyata hanya menghabiskan waktu 3 jam perhari setiap pengelola. Apabila jam kerja perhari bisa ditingkatkan menjadi 9 jam, maka Kelompok Bisnis ini secara optimal bisa mengelola tiga *website* sekaligus. Sehingga total omzet bisa mencapai Rp. 89.400.000/tahun, yang di *share* untuk investasi sebesar Rp. 8.640.000/tahun dan penghasilan per orang Rp. 1.800.000/bulan.

D. Penutup

Program Magang Kewirausahaan merupakan program yang sangat positif dan efektif dalam mendorong mahasiswa memikirkan dan bertindak untuk berbisnis. Tidak jarang masyarakat memiliki kreativitas yang kelihatannya rendah,

namun ternyata bisa, menghasilkan suatu kegiatan yang bernilai ekonomi tinggi. Apa yang dilakukan INDOPURELS adalah contohnya.

Semangat yang tinggi, komitmen untuk menjadi pribadi yang mandiri, pandai dan cerdas membaca peluang kebutuhan masyarakat, serta berdisiplin tinggi adalah tauladan jiwa wirausaha yang bisa diserap oleh peserta magang dari personil-personil di INDOPURELS. Tidak hanya itu, keterbukaan dan penerimaan INDOPURELS kepada peserta magang merupakan sikap pendukung bagi peserta magang untuk selalu bisa dilibatkan dalam setiap kegiatan INDOPURELS. Pengalaman menghadapi banyak orang terutama kaum eksekutif perusahaan merupakan pelajaran yang sangat berharga.

