

LAPORAN HASIL PENELITIAN HIBAH BERSAING



Transferable Skill Sebagai Upaya Meminimalisasi Pengangguran Intelektual Melalui Bengkel Kerja Komunikasi

Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun

Farida Nurul Rahmawati, S.S, M.Si /0007077403

Surokim S.Sos, M.Si/0022067404

DIBIYAI OLEH DIREKTORAT JENDRAL PENDIDIKAN TINGGI
KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL

SESUAI DENGAN SURAT PERJANJIAN PELAKSANAAN PENUGASAN
PENELITIAN HIBAH BERSAING NO : 067/SP2H/PL/DIT.LITABMAS/II/2015
Tanggal 5 Februari 2015

**UNIVERSITAS TRUNOJOYO MADURA
JUNI 2015**

RINGKASAN

Salah satu masalah penting di Indonesia adalah pengangguran intelektual. Pada 2008 pengangguran tercatat 23,80%. Angka itu naik 26,74% pada 2009. Beberapa hal yang turut andil dalam menciptakan kondisi ini adalah Paradigma dan kurikulum kurikulum pendidikan tinggi yang hanya mengejar jumlah kelulusan yang banyak, tanpa membekali alumninya dengan keterampilan kerja serta spirit kewirausahaan. Link and Match antara dunia pendidikan dan dunia kerja belum berjalan optimal.

Penelitian ini mencoba menghasilkan sebuah model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual dalam wujud bengkel kerja komunikasi. Tujuan penelitian di tahun pertama adalah merumuskan model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi. metode yang dilakukan adalah wawanacara dan observasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan laboratorium komunikasi yang ada selama ini belum berjalan optimal karena beberapa kendala diantaranya keterbatasan infrastruktur dan SDM yang pada intinya menunjukkan kelemahan dalam struktural sehingga mengakibatkan pelaku laboratorium tidak berdaya untuk melakukan aksi. Dalam penelitian ini, permasalahan tersebut mencoba dibongkar dengan merevitalisasi laboratorium komunikasi dari model struktural menuju model kultural yang memberikan peran penuh pada pelaku laboratorium untuk berkarya dengan segala keterbatasan infrastruktur, perubahan sistem, dan pemberian tanggungjawab tentu saja tetap dengan pantauan dan bimbingan struktural program studi. Model kultural ini dibentuk dalam sebuah desain komunikasi pembelajaran transferable skill, yang menggunakan model komunikasi Harnord Laswell sebagai acuan kerangka dasar model komunikasi.

Komunikasi pembelajaran transferable skill dirumuskan dalam desain berikut:

(1). Sasaran/ komunikan adalah mahasiswa aktif ilmu komunikasi UTM dengan kategori pengguna isi pesan jalur peripheral route di tahap awal perekrutan anggota club dan kategori pengguna isi pesan jalur central route di jenjang anggota aktif club; (2) Tujuan model komunikasi ini adalah perubahan proses komunikasi pembelajaran sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi; (3) Komunikator adalah mahasiswa senior (semester VI, VII) yang telah mahir praktikum komunikasi dan telah mengikuti berbagai macam pelatihan terkait, Alumni komunikasi UTM, dan praktisi komunikasi; (4) Pesan berupa perubahan mindset pentingnya transferable skill sebagai mahasiswa komunikasi; pemantapan teori berkaitan dengan fotografi, sinematografi, desain grafis, televisi dan radio. Praktek langsung materi materi fotografi, sinematografi, desain grafis, televisi dan radio; latihan cipta kreatif produksi produk fotografi, sinematografi, desain grafis, televisi dan radio; entrepreneurship, dan soft skill; (5) Media adalah media langsung tatap muka yang berbentuk saluran media komunikasi kelompok baik secara face to face maupun sosial media dalam komunitas mereka. Metode penyampain langsung praktek tentang materi; latihan cipta kreatif produksi; pelatihan entrepreneurship, dan soft skill; workshop dan LDK.; (6) Feed back dimungkinkan berjalan secara langsung; (7) Teknik komunikasi yakni teknik persuasif, teknik informatif dan teknik human relation.

Key Word : Desain komunikasi pembelajaran, Transferable Skill, Pengangguran intelektual, Bengkel Kerja Komunikasi

PRAKATA

Alhamdulillahirobilalamin, peneliti panjatkan pada Allah SWT yang telah mencurahkan rahmad dan hidayahnya sehingga penelitian ini bisa terselaksana dengan lancar. Permasalahan pengangguran intelektual sampai saat ini memang masih menjadi problematika besar di negara kita. Berbagai upaya telah dilakukan dengan penciptaan sarana dan prasarana penunjang pendidikan pada perguruan tinggi sehingga diharapkan bisa menghasilkan lulusan yang bermutu. Namun berbagai kendala ternyata masih muncul baik berkaitan dengan infrastruktur, SDM maupun prosese komunikasi pembelajaran yang terdapat di dalamnya. Oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk merumuskan model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi yang akan dikupas lebih dalam dalam bab bab penyajian laporan penelitian ini.

Ucapan terimakasih tertuju pada Dirjen Dikti yang telah memberikan bantuan dana dalam bentuk hibah penelitian skim hibah bersaing sehingga penelitian ini dapat dilakukan. Rasa terimakasih juga disampaikan pada Rektor Universitas Trunojoyo beserta jajarannya, Dekan dan Pembantu Dekan FISIB, dan Ketua LPPM serta semua pihak yang mensupport pelaksanaan penelitian ini. Tak lupa ucapan terimakasih juga disampaikan pada program studi ilmu komunikasi UTM, STIKOM dan UPN yang telah bersedia menjad mitra dalam pelaksanaan penelitian ini

Bangkalan, November 2015

Tim Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN PENGESAHAN

PRAKATA

DAFTAR ISI

BAB 1. PENDAHULUAN

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA

BAB 3. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

BAB 4. METODE PENELITIAN

BAB 5. HASIL DAN PEMBAHASAN

BAB 6. SIMPULAN DAN SARAN

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB 1..

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pendidikan merupakan upaya untuk meningkatkan kualitas dan menyiapkan manusia dalam menghadapi tantangan global di masa yang akan datang. Soedijarto (1993: 125) mengemukakan dalam menghadapi abad ke-21 terdapat tiga indikator utama dari hasil pendidikan yang bermutu dan tercermin dari kemampuan pribadi lulusannya, yaitu; (1) kemampuan untuk bertahan dalam kehidupan, (2) kemampuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan baik dalam segi sosial budaya, politik, ekonomi maupun dalam fisik biologis, dan (3) kemampuan untuk belajar terus pada pendidikan lanjutan. Sementara itu Wardiman (1996: 3) menyatakan bahwa pendidikan hendaknya dapat meningkatkan kreativitas, etos kerja dan wawasan keunggulan peserta didik. Pada dua pendapat tersebut nampak terdapat kesamaan misi dan visi yang didasarkan pada kenyataan bahwa dunia nyata yang akan dihadapi oleh siswa penuh dengan persaingan dan menuntut peserta didik untuk dibekali kemampuan yang cukup agar dapat bersaing dalam dunia kerja.

Salah satu masalah yang dihadapi dunia pendidikan kita saat ini adalah lemahnya proses pembelajaran. Dalam proses pembelajaran sering kali siswa kurang didorong untuk mengembangkan kemampuan berpikir. Pelaksanaan pola pembelajaran konvensional selama ini telah menjejali siswa dengan berbagai informasi yang harus dihafal tanpa diberi kesempatan untuk memaknai isi dari informasi tersebut serta kaitannya dengan kehidupan sehari-hari, sehingga siswa menjadi kurang aktif dan kurang mendapatkan pengalaman belajar. Akibatnya, setelah lulus, siswa hafal dengan teori, tetapi miskin dengan aplikasi. Kualitas pendidikan akan

menjadi rendah apabila guru tidak menguasai metode metode pembelajaran. Di sisi lain, kualitas pembelajaran dapat ditingkatkan dengan merancang suatu metode di mana pembelajaran tidak hanya terpusat pada guru sebagai satu-satunya sumber informasi, tetapi dengan menciptakan kondisi dan situasi pembelajaran yang berjalan dengan menarik, menyenangkan, efektif dan efisien, serta melibatkan siswa sebagai sumber informasi alternatif. Fenomena pendidikan seperti dia tas, tidak hanya dialami siswa pendidikan dasra sampai menengah atas, bahkan pada tingkat pendidikan perguruan tinggipun fenomena tersebut juga nampak terlihat. Dengan sistem seperti itu wajar bila setelah lulus mereka tidak mampu mengaplikasikan ilmu yang didapat sehingga tidak bisa mengisi kompetensi yang diharapkan dunia kerja, terlebih lagi lapangan pekerjaan di negara kita sangat terbatas sehingga lulusan pendidikan kita makin memperpanjang antrian pencari kerja yang berakhir pada makin tingginya pengangguran intelektual. Tuntutan dunia kerja saat ini semakin tinggi. Tidak hanya mampu dalam bidang akademis saja, tapi yang sedang dicari saat ini adalah orang-orang yang mempunyai *soft skil*. Para pencari kerja umumnya lebih menyukai orang-orang yang dalam dirinya mempunyai kemampuan yang lengkap, misalnya tidak hanya cerdas tapi juga ahli dibidang IT, penguasaan bahasa asing, dan sebagainya. Inilah yang menjadi permasalahan, tidak semua lulusan mempunyai kapasitas dan ketrampilan seperti yang dibutuhkan dunia kerja tersebut. Adanya ketidaksesuaian antara kualitas pendidikan dengan relevansinya dalam dunia kerja, menyebabkan banyaknya produk-produk pendidikan yang kesulitan untuk memasuki dunia kerja. Meskipun saat ini jumlah lulusan Perguruan Tinggi yang mempunyai *title* sarjana sangat banyak dibandingkan beberapa tahun yang lalu, nampaknya justru para lulusan sarjana itulah yang masih banyak menganggur. Dapat dibayangkan setiap tahunnya Perguruan

Tinggi melakukan wisuda sampai 4 tahap, jika setiap tahap Perguruan Tinggi me-wisuda mahasiswa rata-rata 100 mahasiswa dari setiap fakultas, maka dapat dihitung berapa besar lulusan sarjana yang ada. Belum lagi jika diakumulasikan jumlah sarjana yang berasal dari berbagai Perguruan Tinggi baik negeri maupun swasta di seluruh Indonesia jumlahnya tentu sangatlah besar. Dengan demikian wajar bila kita lihat angka pengangguran intelektual terus meningkat. Salah satu masalah penting di Indonesia adalah pengangguran intelektual. Pada 2008 pengangguran tercatat 23,80%. Angka itu naik 26,74% pada 2009. Bahkan berdasarkan Data BPS Agustus 2012, dari jumlah penduduk Indonesia yang bekerja sebanyak 110,8 juta orang, ternyata masih didominasi lulusan pendidikan Sekolah dasar sebanyak 53.88 juta (48, 63%) dan lulusan SMP sebanyak 20, 22 juta (18.25 %). Sedangkan lulusan universitas yang sudah bekerja hanya mencapai 6, 98 juta orang (6,30%) dan lulusan pendidikan Diploma hanya 2,97 juta orang (2, 68%).

Dari fenomena diatas, dalam upaya meminimalisasi pengangguran intelektual, mahasiswa perguruan tinggi harus dibekali transferable skill. Kepemilikan transferable skills bagi mahasiswa menjadi sesuatu yang penting karena keterampilan inilah yang benar-benar dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan di tempat mereka bekerja. Namun demikian, ada kecenderungan belum dikembangkannya transferable skills tersebut secara memadai di kalangan pendidikan tinggi, padahal transferable skills tersebut dapat ditingkatkan melalui berbagai media termasuk melalui peningkatan kualitas pembelajaran berbagai mata kuliah yang dipilih sebagai sarana.

Fenomena diatas, juga terjadi di UTM. Sebagai universitas baru, UTM masih banyak mempunyai kekurangan baik dari SDM praktek maupun infrastruktur penunjang pendidikan.. Sebagai prodi yang sebagian besar keilmuannya

membutuhkann skill langsung, maka keberadaan laboratorium komunikasi menjadi sangat penting sebagai sarana praktek langsung dalam mempersiapkan skill yang kompetitif namun transferable skill belum dapat secara optimal bisa diterapkan di prodi ini. Dengan berbagai kekurangan baik infrastruktur maupun metode pembelajarannya, laboratorium prodi komunikasi UTM saat ini masih sebatas tempat pasif pembantu prasarana mata kuliah. Padahal sebenarnya keberadaan laboratorium dalam prodi komunikasi menjadi sangat penting bukan hanya sebagai prasarana pendamping mata kuliah praktek, namun dapat menjadi sarana bengkel kerja komunikasi sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual.

Keberadaan laboratorium komunikasi sebagai wahana bengkel kerja komunikasi untuk mempersiapkan mahasiswa siap terjun di dunia kerja yang kompetitif, inovatif dan kreatif bukan sesuatu yang tidak mungkin terjadi. Prodi Ilmu Komuniaksi UPN Surabaya dan Stikom Surabaya a merupakan salah satu contoh prodi yang memiliki laboratorium komunikaksi yang sangat mapan. Di laboratorium inilah prodi komunkasi UPN dan Stikom menncetak lulusannya yang mempunyai skill kompetitif, inovatif dan kreatif sehingga siap menjadi lulusan yang tidak hanya siap mencari kerja, namun siap menciptakan peluang kerja bagi masyarakat sekitar.

Dari fenomena diatas, penelitin dan pendampingan tentang Transferable Skill sebagai Upaya Memiminalisasi Pengangguran Intelektual menjadi penting untuk dilakukan prodi ilmu komunikasi UTM.

Luaran Penelitian

Luaran yang diharapkan dari penelitian ini di tahun pertama adalah

- a. model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual
- b. Modul pelatihan di bengkel kerja komunikasi
- c. Publikasi ilmiah di Seminar ilmiah dan jurnal terakreditasi

Sedangkan di tahun ke dua adalah

- a. model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual yang sudah dievaluasi
- b. Produk produk kreatif dari hasil proses transferable skill
- c. Publikasi ilmiah di Seminar ilmiah dan jurnal terakreditasi
- d. terciptanya Young Entrepreneur
- e. terbentuknya lembaga (unit) bengkel kerja komunikasi di prodi ikom UTM

BAB 2.

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 State of the Art

Beberapa penelitian sebelumnya yang dikaji dalam rangka menentukan *positioning* penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1) Cendrasari (2000) tentang jenis-jenis pengangguran berdasarkan jenis kelamin, tempat tinggal, umur dan pendidikan. Ditemukan bahwa jumlah perempuan yang menganggur lebih banyak dibanding laki-laki. Proporsi penganggur perempuan lebih banyak di pedesaan dibandingkan di perkotaan. Dilihat dari kelompok umur, ternyata proporsi penganggur yang berusia 35 tahun keatas lebih besar dibandingkan kelompok umur yang lain. Ditinjau dari segi pendidikan, mereka yang berpendidikan SD/Tidak Sekolah resiko menganggur lebih besar dibandingkan yang berpendidikan di atasnya (Cendrasari, Nur Kartika, 2000)
- 2) Setyadi (1997) melakukan studi tentang ‘Analisis Pengangguran Tenaga Kerja Terdidik dengan Pendekatan Search Theory pada pasar Kerja di Jawa Tengah’. Setyadi menemukan bahwa pendidikan, umur (kelompok 24-39 tahun), berpengaruh terhadap probabilitas mencari kerja dan lama mencari kerja. Semakin tinggi pendidikan atau semakin rendah usia probabilitas mencari kerjanya juga semakin tinggi dan semakin lama berada dalam masa mencari kerja.
- 3) Atik (2004) melakukan studi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa untuk berwirausaha. Hasil analisis yang diperoleh adalah
a). faktor-faktor internal yang paling dominan yang dapat mempengaruhi

mahasiswa Unair berwirausaha adalah kepribadian, motivasi, sedangkan faktor eksternal yang paling mendominasi mahasiswa untuk berwirausaha adalah lingkungan keluarga, b). faktor internal yang berpengaruh pada mahasiswa non eksakta adalah kepribadian dan keinginan untuk memperbaiki, eksakta berhubungan dengan motivasi dan tanggung jawab pribadi.

- 4) Iskandarsyah pada tahun 1996 meneliti tentang pengaruh upah minimum terhadap tingkat pengangguran di Indonesia periode 1988-1993.
- 5) Gumgum Gumelar Fajar (2005) meneliti tentang gambaran harga diri dan juga hubungannya dengan kemampuan mengatasi keadaan yang menekan (stres) dari kondisi seorang pengangguran.
- 6) Stokley dan Carroll (1999), dalam Penelitian ini diketahui bahwa untuk memasuki dunia kerja, maka universitas maupun akademi perlu mengembangkan perubahan bagi kesiapan mahasiswa mereka memasuki dunia kerja secara berkelanjutan, terutama pada tingkat akhir (Wiyono,2009:17).
- 7) Burlew (2005) meneliti mengenai model pelatihan yang menggunakan kerangka kerja proses monitoring. Hasil penelitian ini menemukan bahwa pelatihan memberi pengaruh kuat pada afeksi untuk lebih mengembangkan kreativitas, menghasilkan tujuan organisasi dan mengembangkan kualitas kerja, serta keuntungan ekonomis
- 8) Wiyono (2009) melakukan penelitian tentang pemetaan model pelatihan di bidang *soft skill, hard skill, proffeional skill* dan *humanistic skills*.
- 9) Siswandari, (2009) meneliti mengenai peningkatan kualitas pembelajaran statistik dalam rangka mengembangkan transferable skill mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh yang cukup signifikan terhadap

kualitas pembelajaran statistik dengan digunakannya transferable skill dalam pengajaran mata kuliah tersebut.

Dari banyak contoh penelitian diatas terlihat penelitian tentang pengentasan pengangguran telah cukup banyak dilakukan, Namun nampaknya hal ini belum mampu menjawab permasalahan pengangguran intelektual. Berdasarkan uraian diatas, penelitian ini menjadi penting dan berbeda dengan penelitian yang telah ada.

Dari penelitian di atas, walaupun ada penelitian yang mengupas tentang transferable skill tapi hanya penelitian tersebut terfokus pada satu mata kuliah saja, sedangkan penelitian ini akan menerapkan desain transferable skill dalam bentuk bengkel kerja yang dapat diaplikasikan pada semua mata kuliah praktis ilmu komunikasi. Selain itu bengkel kerja ini diharapkan tidak hanya menjadi laboratorium komunikasi pendamping mata kuliah praktis ilmu komunikasi, namun juga sekaligus sebagai bengkel kerja yang melatih entrepreneurship mahasiswa dengan memanfaatkan . produk produk yang dihasilkan dalam bengkel kerja tersebut.

2.2 Roadmap Penelitian

Berbicara tentang Bengkel Kerja Komunikasi. Ada kompetensi penting yang sangat berhubungan dengan kewirausahaan. antara lain bidang *broadcasting* (penyiaran) dan jurnalistik. Beberapa penelitian yang telah dilakukan berhubungan dengan kewirausahaan, penyiaran dan jurnalistik sudah pernah dilakukan oleh peneliti.

Dalam bidang kewirausahaan, penelitian yang sudah pernah dilakukan tim antara lain tentang *creative industries* berbasis potensi lokal. Penelitian ini menghasilkan sebuah model untuk memberikan alternatif pemberdayaan bagi anak petani

tambakau di Madura.(Rahmawati dkk, 2009). Dua tahun kemudian (2012) tim melakukan pemberdayaan ekonomi perempuan Madura dengan melakukan pelatihan kewirausahaan pada Koperasi Wanita di Madura. Setahun kemudian tim melakukan penelitian terhadap Karang Taruna di Madura dengan judul Model Pemberdayaan Karang Taruna Melalui Bisnis Inkubator. (2013) Selain penelitian, tim juga sering diundang sebagai pembicara dan reviewer dalam Pekan Kewirausahaan Mahasiswa serta pengampu mata kuliah Kewirausahaan.

Dalam bidang penyiaran dan jurnalistik, beberapa penelitian yang sudah dilakukan peneliti antara lain Identifikasi Media Penyiaran di Kepulauan Timur Madura (2008), Dua tahun kemudian tim melakukan penyusunan Desain Radio Komunitas di Kepulauan Timur Madura (2010). Pada tahun 2011, tim menyusun Model Transisi lembaga penyiaran public lokal di Jawa Timur serta penyusunan Desain Program Siaran Kreatif TV lokal di Jawa Timur (2012-2013). Beberapa tulisan yang berhubungan dengan penyiaran yang sudah dipublikasikan antara lain :

- Jurnal Ilmu Komunikasi UTM : Identifikasi Kebutuhan Media Komunikasi Lokal Pada Masyarakat Kepulauan Timur Madura (2008)
- Jurnal Message Fikom Univ. Dr Soetomo : Industri TV dan Perlindungan Anak: Urgensi Pendidikan Media Literacy (2010)
- Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik FISIB Unair : (terakreditasi) Meminimalisasi Konflik Antaretnis di Kepulauan Timur Madura Melalui Radio Komunitas (2011)
- Jurnal Media Komti Balai Kajian dan Pengembangan Informasi Surabaya Wil. V Surabaya (terakreditasi): Evaluasi Isi Siaran TV lokal di Jawa Timur (2011)
- Jurnal Kalamsiasi FISIB Unmuh Sidoarjo : Ekonomi Politik Pendirian Media Penyiaran di Jawa Timur (2011)

- Jurnal Pamator (2012) Kekerasan dalam Siaran Televisi
- Jurnal Ilmu Komunikasi (2013) Pelanggaran Isi Siaran TV
- Jurnal Masyarakat Kebudayaan dan Politik, Transisi Kelembagaan dan isi Siaran TV

Pengalaman dalam bidang pendampingan, pelatihan, konsultan dalam bidang penyiaran dan jurnalistik mahasiswa antara lain :

- Pengarah Penerbitan Media Kampus Komunikasi Newsikom FISIB 2010-2014
- Pengarah Radio dan TV online CIE UTM
- Pendirian lembaga penyiaran Radio/TV swasta lokal di Jawa Timur
- Konsultasi program TV lokal Surabaya : TV9, TV Spacatoon Surabaya

Dari road map penelitian yang telah dipaparkan di atas, menunjukkan bahwa kewirausahaan khususnya bidang komunikasi telah menjadi focus kajian. Sehingga penelitian ini menjadi salah satu upaya untuk lebih dalam mengeksplorasi permasalahan menumbuhkan spirit kewirausahaan dalam upaya meminimalisasi pengangguran intelektual yang memang masih menjadi problematika besar saat ini. Penelitian dengan judul transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi ini, mempunyai tujuan di tahun pertama adalah (1) menghasilkan analisa program pembelajaran mata kuliah praktis di prodi Ikom UTM (2) Menghasilkan analisa pengetahuan, sikap, perilaku mahasiswa terhadap materi mata kuliah praktis di prodi ikom UTM (3) menghasilkan analisa hambatan yang selama ini terjadi dalam proses pembelajaran mata kuliah praktis di prodi ikom (4) merumuskan model transferable skill sebagai paya meminimalisasi pengangguran intelektual. **Tahun kedua** bertujuan (1) menghasilkan implementasi model transferable skill sebagai

upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi (2) menghasilkan evaluasi model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual (3) menghasilkan wujud produk dari model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual (4) menghasilkan lembaga (unit) bengkel kerja komunikasi di prodi ikom UTM

2.3 Kerangka Konseptual

2.3.1 Transferable Skill

Transferable skills adalah ketrampilan yang dapat ditransfer di tempat kerja untuk menyelesaikan pekerjaan. Dari, semua ketrampilan yang dimiliki oleh seseorang transferable skills merupakan ketrampilan utama yang dibutuhkan untuk memasuki dunia kerja sebab transferable skills ini merupakan portable skills yang dimiliki seseorang dan siap dimanfaatkan untuk menyelesaikan pekerjaan di tempat kerja (Copland 2006; Smith, 2003; QAA, 2000).

Sejak beberapa tahun yang lalu transferable skills dikembangkan oleh University of Westminster (2004) dan University of Cambridge (2004). Prinsip dasar dari pengembangan transferable skills mahasiswa ini adalah dapat dikembangkan melalui peningkatan kualitas pembelajaran selama masa studi berlangsung. Konsep ini sampai saat ini terus dikembangkan di kedua universitas tersebut terutama pada University of Westminster namun belum diukur.

Pondasi kompetensi yang baik dibangun dari bahan soft skills yang baik., Soft skills yang dikembangkan seyogyanya dipilih dari aspek-aspek yang transferable sehingga transferable skills yang dimiliki mahasiswa benar-benar dapat dimanfaatkan untuk menyelesaikan pekerjaan di tempat mereka kelak (Siswandari, 2006 ; Siswandari dan Susilaningsih, 2006; 2007; 2008), misalnya: (1) Kemampuan berkomunikasi

secara efektif didalam tim kerja (ingat bahwa kemampuan berkomunikasi termasuk kedalam soft skill); (2) Kemampuan bernegosiasi dengan win-win solution (harap diingat pula bahwa kemampuan bernegosiasi saja termasuk kedalam soft skill); (3) Kemampuan menilai manfaat penggunaan IT secara benar; (4) Kemampuan bekerjasama didalam kelompok dengan mematuhi pembagian kerja dan tanggungjawab; (5) Kemampuan menghargai orang lain berdasarkan kompetensi yang dimiliki; (6) Kemampuan memimpin tim secara adil dan demokratis

Selanjutnya, ciri kepribadian yang dianggap sangat penting untuk dikembangkan (Loogma, 2004; Parry, 1998)) antara lain: (1) Bertanggungjawab; (2) Jujur; (3) Inisiatif; (4) Setia; dan (5) Mandiri

Disamping itu, ciri kepribadian lain yang sebaiknya juga dikembangkan adalah: (1) Percaya diri (karena Allah akan memberikan kekuatan dan petunjuk jika seseorang berniat melakukan kebaikan); (2) Pemurah (tidak pelit) secara material dan non-material misalnya dalam hal membagi pengetahuan dan keterampilan atau menunjukkan nilai-nilai yang menurut pengukuran tertentu dipandang baik; (3) Pekerja keras; (4) Peduli terhadap lingkungan kerja dan sosial

Demikian pula nilai-nilai unggul yang sebaiknya dikembangkan antara lain: (1) Memiliki etos kerja yang unggul dimana dosen memiliki pandangan bahwa kerja harus dilakukan atas dasar pengetahuan, ketrampilan dan sikap yang benar, malu jika hasil pekerjaannya kurang baik, dan selalu meningkatkan kualitas hasil kerja dari waktu ke waktu; (2) Selalu berusaha untuk do the best; sehingga tidak pernah terlintas sedikitpun dalam benaknya bahwa pekerjaan akan dilakukan sekadarnya tanpa perencanaan dan hasil yang dapat diukur atau diamati; (3) Selalu berorientasi pada action dan product, tidak cenderung menghabiskan waktu untuk

bicara yang tidak karuan dan tanpa hasil; (4) Meyakini bahwa pekerjaan apapun harus dipertanggungjawabkan tidak hanya kepada atasan di dunia namun terutama harus dipertanggungjawabkan kepada Allah, Tuhan Yang Maha Esa setelah yang bersangkutan meninggal dunia; (5) Tidak mengambil hak orang lain; Selalu berupaya untuk bersikap adil bahkan terhadap musuh; dan semangat untuk kebaikan penyelenggaraan institusi

Teori pengembangan skills dan transferable skills yang dikemukakan oleh Copland (2006, 2004) maupun Curzon (1985), dimana transferable skills ini dapat dikembangkan melalui peningkatan kualitas pembelajaran. Peningkatan kualitas pembelajaran ini antara lain dapat diterjemahkan oleh peneliti kedalam peningkatan tiga tahap proses pembelajaran yaitu (1) tahap perencanaan atau perancangan pembelajaran, (2) tahap pelaksanaan pembelajaran dan (3) tahap pengukuran. Dengan demikian berdasarkan hasil penelitian ini dapat dikemukakan bahwa pengembangan transferable skills mahasiswa dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas pembelajaran secara terpadu (terutama yang berkaitan dengan perumusan tujuan pembelajaran yang didasarkan pada kurikulum dan hasil kajian atau prediksi terhadap permintaan pasar kerja; perancangan strategi pembelajaran yang diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, ketrampilan; terutama transferable skills dan sikap positif mahasiswa untuk terus mengembangkannya dalam rangka menunjang pencapaian kehidupan yang lebih baik, dan implementasi dari langkah strategis yang telah dirancang tersebut). Hal ini antara lain dimaksudkan untuk mewujudkan tanggungjawab lembaga pendidikan tinggi terhadap stakeholders terutama kepada mahasiswa sebagai calon lulusan yang akan segera memasuki dunia kerja agar memiliki transferable skills yang memadai dan memenuhi tuntutan pengguna kerja yang membutuhkan berbagai spesifikasi ketrampilan dari SDM yang akan

dipekerjakan.

2.3.2 Pengangguran intelektual

Umumnya para lulusan sarjana tersebut masih mempunyai idealisme yang cukup tinggi terhadap dunia kerja. Mereka memilih-milih pekerjaan yang sesuai dengan *background* pendidikannya, begitu pula soal pendapatan atau gaji yang akan diberikan oleh perusahaan, namun kadang mereka lupa tidak semua ketrampilan yang dibutuhkan dalam dunia kerja mereka miliki. Kondisi semakin diperparah dengan terbatasnya lapangan pekerjaan yang ada, dan jika ada pun kebanyakan yang diambil adalah lulusan SMK atau diploma yang dinilai sudah mempunyai ketrampilan yang lebih baik dibandingkan dengan lulusan sarjana. Selain itu lulusan SMK atau diploma merupakan tenaga kerja yang umumnya mau dibayar lebih murah dan tidak menuntut hal-hal di luar kemampuan perusahaan. Lowongan Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS) yang dibuka beberapa waktu yang lalu, nampaknya menjadi ajang perebutan bagi sejumlah lulusan sarjana di tanah air. Berbagai posisi yang ditawarkan hanya untuk beberapa orang ternyata diminati lebih dari porsi yang ditentukan. Hal semacam ini kadangkala menjadi lahan bagi pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab untuk memperkaya diri sendiri. Bukan menjadi rahasia umum, bahwa praktek KKN sangat kental disini. Siapapun yang berani membayar mahal sudah dipastikan akan memperoleh posisi yang diinginkan. Ketika sudah menduduki posisi yang diinginkan, tak heran banyak pegawai yang bekerja hanya untuk mengembalikan uang yang dikeluarkan dulu, sehingga praktek yang sama mungkin saja berulang. Mungkin bagi sebagian lulusan sarjana yang beruntung, dalam arti mempunyai kemampuan otak dilengkapi kemampuan financial, hal ini bukan menjadi kendala. Tapi permasalahannya bagi lulusan sarjana yang pandai tapi tidak mempunyai akses atau kemampuan finansial

lebih. Apalagi bagi lulusan yang mempunyai kemampuan pas-pasan dan kemampuan financial yang pas-pasan pula. Kedua hal inilah yang mendorong terciptanya fenomena pengangguran intelektual. Apabila dilihat dari aspek kuantitas lulusan pendidikan tinggi, sebenarnya terdapat hal yang kontroversial. Di satu sisi kita kekurangan tenaga kerja yang berpendidikan sarjana, tetapi di sisi lain kita memiliki pengangguran sarjana dalam jumlah yang amat besar. Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa lulusan Perguruan Tinggi kita memang banyak yang tidak diperlukan oleh pasar kerja.

2.3.3. Model Komunikasi dan Persuasi (*Communication or Persuasion Model*)

Model komunikasi atau persuasi menegaskan bahwa komunikasi dapat dipergunakan untuk mengubah sikap dan perilaku komunikan yang secara langsung terkait dalam rantai kausal yang sama. Efektivitas upaya komunikasi yang diberikan bergantung pada berbagai input (atau stimulus) serta output (atau tanggapan terhadap stimulus). Menurut model komunikasi atau persuasi, perubahan pengetahuan dan sikap merupakan prekondisi bagi perubahan perilaku komunikan. Variabel-variabel input meliputi: sumber pesan, pesan itu sendiri, saluran penyampai, dan karakteristik penerima, serta tujuan pesan-pesan tersebut. Variabel-variabel output merujuk pada perubahan dalam faktor-faktor kognitif tertentu, seperti pengetahuan, sikap, pembuatan keputusan, dan juga perilaku-perilaku yang dapat diobservasi.

2.3.4 Elaboration Likelihood Model

Elaboration likelihood model (ELM) pertama kalinya dikembangkan oleh Richard E Petty dan John T. Cacioppo, pakar komunikasi persuasif dari Ohio State University AS, pada tahun 1980. Asumsi yang mendasari teori ini adalah bahwa orang

dapat memproses pesan persuasive dengan cara yang berbeda. Pada suatu situasi ini kita menilai sebuah pesan secara mendalam, hati-hati dan dengan pemikiran yang kritis, namun pada situasi lain kita menilai pesan sambil lalu saja tanpa mempertimbangkan argument yang mendasari isi pesan tersebut (Griffin, 2012). Kemungkinan untuk memahami pesan persuasive secara mendalam bergantung pada cara seseorang memroses pesan.

Pesan ini diterima dan disalurkan melalui dua jalur yang berbeda yakni central route dan peripheral route. Ketika kita memroses informasi melalui central route, kita secara aktif dan kritis memikirkan dan menimbang-nimbang isi pesan tersebut dengan menganalisis dan membandingkannya dengan pengetahuan atau informasi yang telah kita miliki. Pada umumnya orang berpendidikan tinggi atau berstatus sebagai pemuka pendapat (opinion leader) berkecenderungan menggunakan central route dalam mengolah pesan-pesan persuasif.

Sementara orang berpendidikan rendah cenderung menggunakan jalur peripheral dimana faktor-faktor di luar isi pesan atau nonargumentasi lebih berpengaruh bagi yang bersangkutan dalam menentukan tindakan. Jika seseorang secara sungguh-sungguh mengolah pesan-pesan persuasif yang diterimanya dengan tidak semata-mata berfokus pada isi pesan yang diterimanya melainkan lebih memperhatikan daya tarik penyampai pesan, kemasan pruduk atau aspek peripheral lainnya maka ia dipandang menggunakan jalur pinggiran (*peripheral route*).

Ketika individu mengolah informasi melalui rute sentral, ia memikirkan argumen secara aktif dan menanggapinya dengan hati-hati. Jika individu tersebut berubah, maka hal tersebut mengarahkannya pada perubahan yang relatif kekal, yang mungkin mempengaruhi bagaimana ia berperilaku sebenarnya. Jumlah pikiran kritis yang diterapkan pada sebuah argumen bergantung pada dua faktor motivasi dan kemampuan individu. Ketika seseorang sangat termotivasi,

mungkin ia akan menggunakan pengolahan rute sentral dan ketika motivasinya rendah, pengolahan yang diambil lebih cenderung pada rute periferal. Motivasi sedikitnya terdiri atas tiga hal yaitu keterlibatan atau relevansi personal dengan topik, perbedaan pendapat, dan kecenderungan pribadi individu terhadap cara berpikir kritis (Littlejohn & Foss, 2008:72-73). Tidak masalah seberapa termotivasinya individu, tetapi ia tidak dapat menggunakan pengolahan sentral kecuali ia juga mengetahui tentang isu tersebut.

Rute sentral melibatkan elaborasi dari pesan. Elaborasi adalah “sejauh mana seseorang dengan hati-hati berfikir tentang *issue-relevant argument* yang terkandung didalam suatu komunikasi persuasi”. Dalam suatu usaha untuk memproses informasi baru secara rasional, orang – orang menggunakan Rute Sentral untuk mengamati dengan teliti tentang suatu ide/pemikiran, mencoba menemukan manfaat serta implikasinya. Sama seperti *Characterization of Strategic Message Plans* milik Berger, Elaborasi membutuhkan tingkatan kognitif yang tinggi.

Menurut Kotler dan Keller (2008a:245), pembentukan atau perubahan sikap pada rute sentral mencakup banyak pemikiran dan didasarkan pada pertimbangan rasional yang tekun tentang informasi produk yang paling penting. Menurut Petty & Cacioppo, 1986 dalam buku Dainton (2013:127) Penting untuk memahami khalayak yang akan menjadi target sebelum memilih rute penyampaian pesan, namun selain itu memahami target khalayak tersebut juga penting dalam menyusun / membentuk elaborasi argumen yang akan disampaikan.

Rute Pinggiran (Peripheral)

Model elaborasi kemungkinan {elaborated likelihood model} mengajukan sebuah “rute pinggir” di mana orang dipengaruhi oleh hal-hal seperti pengulangan, juru bicara yang sangat kredibel, atau bahkan juga dengan keuntungan {reward} yang nyata. Ketika individu mengolah informasi melalui rute periferal, ia akan sangat kurang kritis.

Perubahan apa pun yang terjadi, mungkin hanya sementara dan kurang berpengaruh pada bagaimana dia bertindak. Akan tetapi, karena kecenderungan elaborasi adalah sebuah variabel, individu mungkin akan menggunakan kedua rute tersebut sampai taraf tertentu, bergantung pada seberapa besar keterkaitan personal isu tersebut terhadap individu. Pembentukan atau perubahan sikap pada rute periferal mencakup jauh lebih sedikit pemikiran dan merupakan konsekuensi dari asosiasi merek dengan petunjuk sekeliling yang positif atau negatif. Yang bisa menjadi contoh petunjuk periferal bagi khalayak adalah pesan / dukungan selebriti, sumber yang terpercaya, atau objek apa pun yang menimbulkan perasaan positif.

Dalam hal ini, kredibilitas orang yang berbicara menjadi faktor penting bagi Anda untuk memutuskan kebijakan jenis mana yang akan Anda pilih.

Cialdini (1994) dalam buku Dainton (2012:128) mengidentifikasi 7 jalur umum sebagai tanda penggunaan pesan pinggiran (peripheral) :

1. Authority (kekuasaan) :

Pemberi pesan menggunakan persepsi kekuasaan untuk meyakinkan khalayak untuk menerima keyakinan atau pesan yang disampaikan. Orang tua biasa menggunakan jalur ini kepada anak-anaknya agar mereka mengikuti atau menuruti apa yang orang tua nya sampaikan.

2. Commitment (komitmen)

Komitmen digunakan untuk menekankan dedikasi seseorang kepada sebuah produk, kelompok, partai politik dan sebagainya. Sebagai contoh ada orang yang menunjukkan bahwa dia pendukung dari klub bola tertentu. Maka dia akan menunjukkan dedikasi / komitmennya terhadap klub bola idolanya dengan menggunakan baju seragam klub tersebut, atribut-atribut dan sebagainya. Atau partisan partai politik tertentu yang dengan sendirinya menggunakan seragam partai , melakukan kampanye dan menggunakan atribut-atribut partai.

3. Contrast

Komunikasi dapat menggunakan efek kontras atau makna kebalikan dari pesan. Hal ini membutuhkan hal yang bisa digunakan sebagai pembandingan. Hal ini biasa digunakan oleh orang-orang sales dalam teknik menjual, misalnya agen asuransi kesehatan / kecelakaan menunjukkan kondisi-kondisi sakit parah atau kecelakaan fatal yang sangat kontras dengan kondisi konsumen saat ini, sehingga apa yang ditawarkan menjadi menarik.

4. Liking

Pesan “kesukaan / kegemaran” ditekankan pada orang, tempat atau suatu objek. Contohnya iklan-iklan produk yang menggunakan artis yang sangat disukai / digemari konsumen sebagai bintang iklan nya maka diasumsikan bahwa konsumen akan menyukai produknya juga, dan diharapkan akan membeli produk tersebut. Contoh iklan shampo yang di bintanginya oleh model berambut indah yang banyak digemari, kemungkinan akan laku di pasaran.

5. Reciprocation

Pesan yang disampaikan mencoba mempengaruhi khalayak dengan menekankan pada sebuah hubungan take-and-give atau simbiosis mutualisme. Resiprositas biasa digunakan penjual dalam menarik pembeli, contohnya dengan cara mengadakan diskon dalam kurun waktu tertentu, apabila konsumen tidak membeli dalam kurun waktu tersebut, mereka tidak bisa mendapatkan produk tersebut dengan harga tertentu. Padahal kalau tidak ada diskon pun belum tentu konsumen membutuhkan barang tersebut atau membelinya. Contoh, trend midnight sale di Jakarta, mengajak konsumen beramai-ramai datang ke mall pada waktu tengah malam untuk mendapatkan diskon, padahal belum tentu membutuhkan barangnya. Contoh lainnya adalah program cicilan 0% yang ditawarkan kartu kredit yang bekerja sama dengan

produsen. Juga iklan perumahan agung Podomoro yang selalu menaikkan harga setiap bulan sehingga menarik konsumen untuk membeli produk sekarang juga.

6. Scarcity

Pesan disampaikan dengan menekankan pada kekhawatiran orang pada suatu kelangkaan atau kekurangan. Sebagai contoh Ice Cream Magnum pada awal kemunculannya diwarnai dengan seringnya iklan magnum di televisi atau media cetak. Namun jumlah penjualannya dipasaran dibatasi sehingga masyarakat merasa Magnum ini barang langka, sehingga saat menemukan bisa langsung dibeli dalam jumlah banyak.

7. Social proof (bukti sosial)

Pesan persuasi Jalur ini terjadi pada tekanan rekan-rekan / teman-teman sejawat dilingkungan sekitar. Contohnya apabila ada gerakan donor darah dikantor kita, diasumsikan bahwa apabila kita peduli pada orang lain yang membutuhkan, maka kita akan mendonorkan darah kita untuk mereka. Dan apabila orang yang sudah mendonorkan darahnya akan mendapatkan pin yang bisa digunakan sebagai tanda, maka orang akan terpengaruh untuk mendonorkan darahnya dan memakai pin tersebut untuk membuktikan bahwa dia juga peduli pada orang yang membutuhkan.

Ke tujuh jalur peripheral ini terjadi dimana-mana dan bisa kita identifikasi. Namun, penting untuk mengetahui bahwa pesan-pesan peripheral ini menekankan pada respon yang emosional dan kebanyakan tidak menciptakan perubahan jangka panjang / sementara saja.

2.3.5 Model Komunikasi Laswell

Pada model komunikasi Harold Laswell ini menggambarkan komunikasi dalam ungkapan who, says what, in which channel, to whom, with what effect? Atau

dalam bahasa Indonesia adalah, siapa, mengatakan apa, dengan medium apa, kepada siapa, dengan pengaruh apa? Model ini menjelaskan tentang proses komunikasi dan fungsinya terhadap masyarakat.

Proses Komunikasi

1. Who (siapa/sumber)

Who dapat diartikan sebagai sumber atau komunikator yaitu, pelaku atau pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan juga yang memulai suatu komunikasi. Pihak tersebut bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu Negara sebagai komunikator.

2. Says what (pesan)

Says menjelaskan apa yang akan disampaikan atau dikomunikasikan kepada komunikan (penerima), dari komunikator (sumber) atau isi informasi.

3. In which channel (saluran/media)

Suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik).

4. To whom (siapa/penerima)

Seseorang yang menerima siapa bisa berupa suatu kelompok, individu, organisasi atau suatu Negara yang menerima pesan dari sumber. Hal tersebut dapat disebut tujuan (destination), pendengar (listener), khalayak (audience), komunikan, penafsir, penyandi balik (decoder).

5. With what effect (dampak/efek)

Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber seperti perubahan sikap dan bertambahnya pengetahuan.

BAB 3.

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:menghasilkan sebuah model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual dalam wujud bengkel kerja komunikasi. Sedangkan secara khusus tujuan penelitian di tahun pertama adalah (1) menghasilkan analisa program pembelajaran mata kuliah praktis di prodi Ikom UTM (2) Menghasilkan analisa pengetahuan, sikap, prilaku mahasiswa terhadap materi mata kuliah praktis di prodi ikom UTM (3) menghasilkan analisa hambatan yang selama ini terjadi dalam proses pembelajaran mata kuliah praktis di prodi ikom (4) merumuskan model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual . **Tahun kedua** bertujuan (1) menghasilkan implementasi model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi (2) menghasilkan evaluasi model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual (3) menghasilkan wujud produk dari model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual (4) menghasilkan lembaga (unit) bengkel kerja komunikasi di prodi ikom UTM.

3.2 Manfaat Penelitian

Salah satu masalah penting di Indonesia adalah pengangguran intelektual. Pada 2008 pengangguran tercatat 23,80%. Angka itu naik 26,74% pada 2009. Bahkan berdasarkan Data BPS Agustus 2012, dari jumlah penduduk Indonesia yang bekerja sebanyak 110,8 juta orang, ternyata masih didominasi lulusan pendidikan

Sekolah dasar sebanyak 53.88 juta (48, 63%) dan lulusan SMP sebanyak 20, 22 juta (18.25 %). Sedangkan lulusan universitas yang sudah bekerja hanya mencapai 6, 98 juta orang (6,30%) dan lulusan pendidikan Diploma hanya 2,97 juta orang (2, 68%). Beberapa hal yang turut andil dalam menciptakan kondisi ini adalah Paradigma dan kurikulum kurikulum pendidikan tinggi yanghanya mengej ar jumlah kelulusan yang banyak, tanpa membekali alumninya dengan keterampilan kerja serta spirit kewirausahaan. link and Match antara dunia pendidikan dan dunia kerja belum berjalan optimal. Berdasarkan fakta di atas, penelitian ini menawarkan sebuah desain transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi yang dapat diaplikasikan pada semua mata kuliah praktis ilmu komunikasi. Selain itu bengkel kerja ini diharapkan tidak hanya menjadi laboratorium komunikasi pendamping mata kuliah praktis ilmu komunikasi, namun juga sekaligus sebagai bengkel kerja yang melatih entrepreneurship mahasiswa dengan memanfaatkan . produk produk yang dihasilkan dalam bengkel kerja tersebut.Berdasarkan fakta di atas, penelitian ini menawarkan sebuah desain transferableskill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi yang dapat diaplikasikan pada semua mata kuliah praktis ilmu komunikasi. Selain itu bengkel kerja ini diharapkan tidak hanya menjadi laboratorium komunikasi pendamping mata kuliah praktis ilmu komunikasi, namun juga sekaligus sebagai bengkel kerja yang melatih entrepreneurship mahasiswa dengan memanfaatkan . produk produk yang dihasilkan dalam bengkel kerja tersebut.Berdasarkan fakta di atas, penelitian ini menawarkan sebuah desain transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi yang dapat diaplikasikan pada semua mata kuliah praktis ilmu komunikasi. Selain itu bengkel kerja ini diharapkan tidak

hanya menjadi laboratorium komunikasi pendamping mata kuliah praktis ilmu komunikasi, namun juga sekaligus sebagai bengkel kerja yang melatih entrepreneurship mahasiswa dengan memanfaatkan . produk produk yang dihasilkan dalam bengkel kerja tersebut.

BAB 4.

METODE PENELITIAN

Penelitian model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi ini merupakan penelitian kualitatif. Yaitu penelitian yang bertujuan untuk melakukan penafsiran terhadap fenomena sosial (Mulyana, 2005:157). Sedangkan strategi penelitian ini adalah observasional dan *action research*. Penentuan strategi ini disesuaikan dengan tujuan penelitian yang akan membangun desain transferable skill. Penelitian ini berangkat dari pengalaman nyata untuk dirumuskan menjadi model, prinsip, proposisi, teori yang bersifat umum. .

Area Penelitian

Area penelitian ini di Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Trunojoyo Madura, Kamal, Kabupaten Bangkalan Madura.

Waktu Penelitian

Penelitian akan dilakukan pada bulan Maret 2015 sampai November 2015

Obyek Penelitian ini adalah :

- Mahasiswa aktif ilmu komunikasi FISIB, UTM di kabupaten Bangkalan.
- Dosen Pengampu mata kuliah Praktis di prodi ilmu komunikasi UTM

Metode Penelitian Tahun I

Tujuan :

Penelitian ini mencoba menghasilkan sebuah model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual dalam wujud bengkel kerja komunikasi. Sedangkan secara khusus tujuan penelitian di tahun pertama adalah (1) menghasilkan analisa program pembelajaran mata kuliah praktis di prodi Ikom UTM (2)

Menghasilkan analisa pengetahuan, sikap, perilaku mahasiswa terhadap materi mata kuliah praktis di prodi ikom UTM (3) menghasilkan analisa hambatan yang selama ini terjadi dalam proses pembelajaran mata kuliah praktis di prodi ikom (4) merumuskan model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi .

Untuk memperoleh data tentang program pembelajaran mata kuliah praktis di prodi Ikom UTM digunakan teknik pengambilan data melalui observasi dan wawancara mendalam yang dilakukan kepada dosen pengampu mata kuliah praktis ilmu komunikasi Wawancara ini dilakukan dengan cara tak terstruktur tapi mendalam dan dalam suasana terbuka. Pedoman wawancara dilakukan sespesifik mungkin agar informasi dapat digali sebanyak-banyaknya tetapi dalam suasana subyek tidak merasa diwawancarai. Wawancara mendalam juga dilakukan kepada jajaran pejabat prodi ikom (Kajur, sekjur, kepala Laboratorium) untuk memperoleh data tentang program pembelajaran praktis yang slam ini telah dilakukan , beserta kendala kendala yang dihadapinya.

Selain itu wawancara terstruktur, dan observasi juga dilakukan pada mahasiswa ilmu komunikasi mengenai pengetahuan, sikap, perilaku mahasiswa ikom terhadap materi mata kuliah praktis di prodi ikom UTM beserta hambatan hambatan yang terjadi dalam proses pembelajaran.

Teknik pengambilan data juga dilakukan melalui metode FGD. Teknik ini untk menghasilkan rumusan desain tranferable skill yang diterapkan dalam mata kuliah praktis ilmu komunikasi melalui media bengkel kerja komunikasi. Teknik ini dilakukan oleh peneliti bersama-sama dengan dosen dan jajaran pejabat prodi ilmu komunikasi.

Metode Penelitian Tahun II

Tujuan

Tahun kedua bertujuan (1) menghasilkan implementasi model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi (2) menghasilkan evaluasi model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi (3) menghasilkan wujud produk dari model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi (4) menghasilkan lembaga (unit) bengkel kerja komunikasi di prodi ikom UTM

Untuk memperoleh jawaban dari **tujuan pertama**, dilakukan *action research* untuk menerapkan desain transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual yang telah dihasilkan pada tahun pertama.

Adapun lingkup pelaksanaan aktifitas ini adalah mahasiswa prodi ilmu komunikasi UTM di kabupaten Bangkalan. Selain itu dilakukan pula monitoring dan evaluasi untuk mengetahui perubahan tranferable Skill yang dimiliki mahasiswa ikom tentang mata kuliah praktis ilmu komunikasi. Sehingga dapat diketahui kelemahan-kelemahan desain transferable skill yang telah disusun.

Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kualitatif memiliki empat karakteristik yakni (1) teknik analisisnya bersifat induktif, (2) analisis data dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data, (3) analisis data dilakukan secara interaktif dan (4) analisis data dilakukan secara terus menerus / siklus (Sutopo, 2002 : 39)

Dalam penelitian ini, setelah data terkumpul, data dianalisis secara induktif atau

bersifat “*empirico inductive*” dengan menggunakan metode analisis interaktif dari Miles dan Huberman (1984:23) oleh karena itu penelitian ini juga disebut *naturalistic inquiry* (Lincoln dan Guba,1985:224; Moleong,1999:5 ; Sutopo,2002:39). Penelitian induktif berangkat dari kasus – kasus yang bersifat khusus berdasarkan pengalaman nyata (ucapan dan perilaku subjek penelitian atau situasi lapangan penelitian) yang selanjutnya akan dirumuskan menjadi model, konsep, teori, prinsip atau definisi yang bersifat umum. Di mana hal ini sering sebagai *grounded theory* (Deddy Mulyana, 2001:157).

Proses kerja analisis ini terdiri dari tiga alur kegiatan. Proses tersebut terjadi bersamaan sebagai suatu yang saling terkait pada saat sebelum, dan sesudah pengumpulan data. Tiga alur kegiatan tersebut ialah reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan (Koentjaraningrat, 1986 : 269). Proses analisis ini dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data.

Dalam penelitian ini, reduksi data tentang Program pembelajaran mata kuliah praktis ilmu komunikasi, pengetahuan, sikap dan perilaku mahasiswa iikom tentang program pembelajaran mata kuliah praktis ilmu komunikasi, hambatan program pembelajaran mata kuliah paraktis ilmu komunikasi sela ini dilakukan. Dalam hal ini proses seleksi, pemfokusan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari proses wawancara mendalam dilakukan. Setelah reduksi data selesai, maka dilakukan sajian data dengan proses analisis data Setelah sajian data, selanjutnya, data analisis datatersebut dilakukan telaah peneliti dan FGD untuk menghasilkan simpulan berupa dokumen desain transferable skill untuk meminimalisasi pengangguran intelektual

Tiga komponen analisis di atas, aktivitasnya berbentuk interaksi dengan proses pengumpulan data sehingga membentuk siklus yang dilakukan secara terus menerus.

Dengan bentuk ini peneliti tetap bergerak diantara tiga komponen dengan komponen pengumpulan data selama proses penelitian berlangsung.

Tingkat kebenaran atau validitas informasi mengenai permasalahan dalam penelitian ini ditentukan dengan metode triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Empat macam triangulasi yang umum adalah pemanfaatan sumber, metode, peneliti dan teori (Patton, 1987 ; Moleong, 1999 ; Sutopo, 2002 : 78).

Dalam penelitian ini validitas atau pemantapan dan kebenaran informasi dicapai dengan menggunakan dua teknik triangulasi yaitu :

1. Triangulasi Sumber

Teknik ini berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda pada waktu yang sama. Hal ini dilakukan dengan jalan :

- a. Membandingkan apa yang dikatakan informan yang sama dalam situasi yang berbeda.
- b. Membandingkan informasi tentang satu topik yang sama dari informan dengan posisi atau status yang berbeda.
- c. Membandingkan hasil wawancara dengan dokumen dan hasil pencatatan.

2 Triangulasi peneliti

Trianggulasi ini dilakukan dengan menyelenggarakan seminar mengenai hasil penelitian yang hampir selesai dilakukan. Dengan cara ini diundang para peneliti lain yang tidak terlibat pada penelitian ini untuk membahas laporan sementara penelitian. Dari cara ini kemantapan dan validitas penelitian bisa dikembangkan lewat beragam perspektif dan kemampuan kritis para peneliti, sehingga alur pikir

dan tafsir menjadi lebih teruji

TARGET / INDIKATOR KEBERHASILAN

Pada tahun pertama penelitian ini bertujuan untuk (1)menghasilkan analisa program pembelajaran mata kuliah praktis di prodi Ikom UTM(2) Menghasilkan analisa pengetahuan, sikap, prilaku mahasiswa terhadap materi mata kuliah praktis di prodi ikom UTM (3) menghasilkan analisa hambatan yang selama ini terjadi dalam proses pembelajaran mata kuliah praktis di prodi ikom (4) merumuskan model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi . **Tahun kedua** bertujuan (1) menghasilkan implementasi model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi (2) menghasilkan evaluasi model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi (3) menghasilkan wujud produk dari model transferable skill sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi (4) menghasilkan lembaga (unit) bengkel kerja komunikasi di prodi ikom UTM

| TAHUN | ASPEK PENELITIAN | HASIL YANG DIHARAPKAN | TOLOK UKUR | CARA PENGUKURAN |
|--------------|---|---|---|---|
| Tahun 1 | sikap, pengetahuan, perilaku mahasiswa ikom terhadap materi mata kuliah praktis di prodi ikom UTM | sikap, pengetahuan, perilaku mahasiswa ikom terhadap materi mata kuliah praktis di prodi ikom UTM | Data dan jenis sikap, pengetahuan, dan perilaku mahasiswa | Observasi Questioner/ wawancara terstruktur |
| | program pembelajaran mata kuliah praktis yang telah dilakukan di prodi Ikom UTM | * jenis mata kuliah praktis dan media penyampaian, cara penyampaian tentang program pembelajaran mata kuliah praktis yang telah dilakukan di ikom UTM *Kendala (hambatan) program penyuluhan yang telah dilakukan pemerintah | *Data dan jenis mata kuliah praktis ilmu komunikasi *Data dan jenis media *Jenis dan macam cara (teknik) penyampaian program pembelajaran mata kuliah praktis *Data (jenis) kendala (hambatan) program | Wawancara mendalam |
| | Penyusunan dokumen desain transferable skill sebagai upaya meminimalisasi gangguan intelektual | *Desain transferable skill sebagai upaya meminimalisasi gangguan intelektual | * Dokumen desain transferable skill sebagai upaya meminimalisasi gangguan intelektual | Telaah Peneliti FGD |
| Tahun ke – 2 | Mengimplementasikan desain transferable skill sebagai upaya meminimalisasi gangguan intelektual | Implementasi desain transferable skill | Penerapan desain transferable skill sebagai upaya meminimalisasi gangguan intelektual | Action research |
| | Mengevaluasi dan menyempurnakan desain transferable skill yang telah diterapkan | Desain transferable skill yang telah disempurnakan dan tepat sasaran | Data Evaluasi | Telaah peneliti, triangulasi |

BAB 5.

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Analisa program pembelajaran mata kuliah praktis di prodi Ilmu Komunikasi UTM

Salah satu tantangan yang dihadapi perguruan tinggi adalah bagaimana cara mengelola pembelajaran agar tujuan pembelajaran dapat tercapai, terutama dalam pengelolaan pembelajaran mata kuliah praktis, maka dituntut memiliki kemampuan yang memadai secara teoretis dan sekaligus skill.

Berdasarkan pengamatan secara empiris di lapangan, terdapat kendala yang dihadapi oleh para pendidik dalam melaksanakan pembelajaran praktis. Kendala-kendalanya antara lain adalah keterbatasan pendidik dalam mengelola pembelajaran berpraktikum. Seperti yang dinyatakan oleh Macy dan Squires (2009) dalam penelitian mereka yang berjudul "*L'arte D'arrangiarsi: Evaluation of an Innovative Practice in a Preservice Practicum*". Kurangnya variasi dalam memilih pendekatan dan metode pembelajaran tampaknya disebabkan pula oleh kurangnya pemahaman pendidik akan fungsi kegiatan praktikum bagi pemahaman peserta didik.

Praktikum jarang sekali dilakukan, padahal praktikum 1 dalam mata kuliah ilmu komunikasi seperti fotografi, radio dll sangat diperlukan untuk membantu mahasiswa memahami konsep konsep dan sekaligus melatih skill mereka. Hal yang serupa dijelaskan oleh Xiuli (2011) dalam penelitiannya yang berjudul "*Student Teachers Professional Learnin in Teaching Practicum Without Mentor Teachers Support*". Di sini, dosen memiliki peranan yang sangat penting dalam proses pembelajaran. Kemampuan dosen dalam mengelola pelajaran sangat mempengaruhi keberhasilan mahasiswa dalam menguasai pelajaran. Oleh karena itu dosen harus bisa

memilih metode pembelajaran praktis yang tepat seperti penerapan metode praktikum. Praktikum sesungguhnya bukan hal baru dalam mempelajari fotografi, radio, dll, namun dalam kenyataannya praktikum masih saja belum optimal dilakukan meski telah berdiri laboratorium komunikasi dalam program studi ilmu komunikasi tersebut. Berbagai kendala seperti keterbatasan waktu, sarana, prasarana dan kemampuan pendidik dalam mengelola praktikum (SDM praktisi) menjadi penghalang belum optimalnya penggunaan laboratorium komunikasi.

Berdasarkan hasil wawancara dan FGD dengan dosen dan mahasiswa ilmu komunikasi diperoleh beberapa gambaran tentang praktek program pembelajaran mata kuliah praktis di Prodi Ilmu Komunikasi.

Di Prodi Ilmu Komunikasi terdapat beberapa mata kuliah praktis yang memerlukan lab komunikasi sebagai pendamping yaitu mata kuliah DKV (Desain Komunikasi Visual), Fotografi, sinematografi, Produksi Media TV /radio,dan PR. Sebagai pelajar ilmu terapan, lulusan komunikasi dituntut bukan hanya paham secara teoretis namun juga harus cakap dalam skill. Dalam kondisi ini, keberadaan mata kuliah praktis sebenarnya merupakan mata kuliah yang mampu menarik dan mendukung minat dan bakat mahasiswa. Namun nampaknya beberapa mata kuliah praktis yang ada di prodi ilmu komunikasi ini belum mampu menjadi sarana mengembangkan minat bakat mahasiswa. Hal ini seperti yang terungkap dalam kutipan wawancara berikut .

‘beberapa mata kuliah tersebut (fotografi, DKV, Produksi media dan MICE) masih kurang menarik untuk mengembangkan minat dan bakatnya’(SU, 29 Juni 2015)

Beberapa mata kuliah bahkan terkesan teoretis belaka sehingga tidak terlihat produk produk kreatif yang diciptakan mahasiswa.

‘untuk praktek DKV nya kurang terealisasi, kurang terlihat

DKV yang sebenarnya. sedangkan acara DKV yang kemarin dilaksanakan seperti bukan DKV yang sesungguhnya' (CV, 29 Juni 2015)

Pendapat ini didukung oleh kutipan wawancara berikut

'DKV, mata kuliah ini seharusnya lebih banyak praktek daripada teori karena ini adalah mata kuliah produk' (AJ, 27 Juni 2015)

Pendapat serupa juga terlihat dalam wawancara berikut

'Konsep mata kuliah DKV bagus dan berpotensi baik untuk skill mahasiswa ilmu komunikasi. Namun pengalaman saya , DKV tidak seimbang antara teori dan praktek. Pada tugas akhir DKV saya masih belum paham tentang korelasi teori yang didapat dengan praktek.' (AS, 28 Juni 2015)

'Pada saat DKV kurang matang dari segi konsep dan tanpa arahan' (NA, 29 Juni 2015)

Di lain sisi, praktikum tanpa arahan teoretis terlebih dahulu juga tidak akan menghasilkan produk yang optimal, seperti terlihat dalam kutipan wawancara berikut.

'Fotografi setidaknya harus ada kelas teori sebelum praktek agar mahasiswa memiliki dasar yang kuat'
'(AJ. 27 Juni 2015)

'butuh teknik tertentu dari dosen yang mengajar, agar mata kuliah diikuti dengan baik' (SA, 28 Juni 2015)

‘Untuk fotografi, materi dan teori-teori praktek yang didapat dari mata kuliah ini cukup bagus, baik dan bermanfaat. Tapi ada sedikit kekurangan dalam menyampaikan teori, teori yang disampaikan masih kurang banyak, jadi pengetahuan yang didapat setengah-setengah. Kalau untuk praktek saya setuju’ (CV, 29 Juni 2015)

Pendapat senada juga terlihat dalam kutipan wawancara berikut

‘untuk fotografi masih kurang aplikasinya, sebab hanya pada mata kuliah saja yang diharuskan. Seharusnya bisa diaplikasikan dimanapun dan kapanpun’ (SA, 29 Juni 2015)

‘Hasus ada dosen kreatif yang berani membangkitkan semangat belajar mahasiswanya’ (SU, 29 Juni 2015)

Dari evaluasi program pengajaran mata kuliah praktis ini diketahui bahwa program pengajaran beberapa mata kuliah praktis di program studi ilmu komunikasi belum mampu berjalan optimal. Metode pengajaran teori dan praktek belum memiliki persentase yang pas komposisinya, sehingga belum mampu masif menjadi motivasi mahasiswa untuk mengembangkan minat bakat serta menghasilkan produk kreatif. Keberadaan laboratorium komunikasi masih hanya menjadi ruang kuliah praktek sehingga belum optimal terpakai. Laboratorium belum menjadi ruang cipta kreasi mahasiswa apalagi sebagai tempat belajar “bekerja”.

5.2. Analisa hambatan dalam proses pembelajaran mata kuliah praktis di prodi Ilmu Komunikasi

Dari evaluasi program pengajaran mata kuliah praktis ini, selanjutnya ditelusuri kendala-kendala yang menyebabkan pengajaran mata kuliah praktis belum berjalan optimal.

Beberapa hambatan yang ditemui berkaitan dengan proses pembelajaran mata kuliah praktis antara lain sebagai berikut:

‘untuk DKV materi sudah cukup, tapi latihan sangat minim dan terasa kurang’ (AS, 29 Juni 2015)

Hambatan lain juga terlihat seperti dalam kutipan wawancara berikut

‘terhambat masalah dana dan juga waktu’ (AJ, 27 Juni 2015)

Kendala SDM juga terlihat seperti dalam kutipan berikut

‘fotografi kurang pemahaman dan penjelasan’ (AS, 29 Juni 2015)

‘untuk fotografi, materi sangat kurang karena minim penjelasan dan pemahaman tentang fotografi secara taktik ilmu fotografi (AS, 28 Juni 2015)

Selain dana, SDM, faktor infrastruktur juga menjadi hambatan tersendiri seperti kutipan wawancara berikut.

‘Banyak hambatan terutama, terutama sarana dan prasarana dari pihak kampus sendiri’ (SU, 29 Juni 2015)

‘Hambatan untuk semua mata kuliah praktis adalah dana dan dukungan yang baik dari pihak pimpinan kampus. Padahal mata kuliah praktis yang ada di prodi Ilmu Komunikasi semuanya bagus dan bermanfaat , tapi kurang fasilitas untuk menunjang kesuksesan kuliah praktis ini’ (CV, 29 Juni 2015)

5.3. Analisis SWOT Lab Ilmu Komunikasi

| | | |
|--|---|---|
| <p style="text-align: center;">INTERNAL</p> <p style="text-align: center;">EKSTERNAL</p> | <p style="text-align: center;">KEKUATAN (STRENGTHS)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki tenaga didik / SDM yang berkualitas 2. Ketersediaan jaringan internet 3. Program pembelajaran yang aplikatif 4. Jumlah mahasiswa banyak 5. Ada gedung yang memadai 6. Pimpinan prodi dan fakultas mendukung | <p style="text-align: center;">KELEMAHAN (WEAKNESSES)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Minimnya jumlah tenaga didik / SDM 2. Tidak memiliki tempat yang representative 3. Tidak adanya peralatan yang memadai khususnya laboratorium computer dan multimedia 4. Belum memiliki visi, misi, dan regulasi laboratorium yang jelas, menarik, dan bermutu dalam rangka pengembangan soft dan hard skill |
|--|---|---|

| | | |
|---|---|---|
| | | <p>mahasiswa.</p> <p>5. Alat laboratorium banyak yang tidak terawat, rusak dan hilang.</p> |
| <p>PELUANG (OPPORTUNITIES)</p> <p>1. Laboratorium multimedia sebagai tempat kreativitas mahasiswa ilmu komunikasi</p> <p>2. Laboratorium multimedia dapat meningkatkan kualitas program studi dalam hal borang akreditasi</p> <p>3. Meningkatkan minat stakeholder / mitra kerja pada prodi dalam menjaga relationship</p> | <p>S1-O1 : Maksimalkan pemanfaatan SDM dalam melakukan berbagai pengajaran yang bersifat praktis</p> <p>S1-O2 : Mendayagunakan SDM yang sudah berkualitas tersebut dalam pemanfaatan Lab. Multimedia untuk meningkatkan penyediaan dan kualitas mahasiswa Ilmu komunikasi</p> <p>S1-O3: Memanfaatkan SDM semaksimal mungkin untuk meningkatkan mutu lab. Multimedia agar minat stakeholder / mitra kerja pada lembaga meningkat dan bertambah.</p> <p>S2-O1: Manfaatkan ketersediaan jaringan internet untuk mempermudah pemenuhan segala akses kebutuhan</p> | <p>W1-O2 : Dibuka penerimaan SDM tenaga bantu Lab. multimedia dengan kualifikasi tertentu, misal : dari alumni ilmu komunikasi, mahasiswa semester akhir atau tenaga pengajar yang masih kontrak, agar penanganan penyediaan dan kualitas lab. Multimedia meningkat</p> <p>W1-O4 : Dibuka program magang tenaga pengajar di instansi terkait di luar kampus dan diwajibkan menyebarkan berbagai informasi pembelajaran dan pelatihan tersebut ke mahasiswa ilmu komunikasi secara konvensional maupun non konvensional</p> <p>W2-O3 : Memanfaatkan tempat-tempat yang disediakan fakultas untuk</p> |

| | | |
|---|---|---|
| <p>dalam hal MoU atau kerjasama lainnya</p> <p>4. Banyak kesempatan pembelajaran dan pelatihan-pelatihan bagi mahasiswa ilmu komunikasi</p> | <p>laboratorium multimedia</p> <p>S2-O2 : Manfaatkan ketersediaan jaringan internet sebagai bentuk pemanfaatan internet untuk meningkatkan penyediaan dan kualitas mahasiswa dalam mengaktualisasikan dirinya</p> <p>S2-O3 : Manfaatkan ketersediaan jaringan internet untuk memudahkan stakeholder / mitra kerja bekerja sama dengan Prodi ilmu komunikasi</p> <p>S2-O4 : Manfaatkan ketersediaan jaringan internet untuk mengikuti pelatihan-pelatihan mahasiswa ilmu komunikasi</p> <p>S5-O3 : Realisasikan visi dan misi dengan konsisten untuk meningkatkan minat stakeholder / mitra kerja pada prodi ilmu komunikasi</p> | <p>prodi menjadi lab. yang representatif, sehingga ada banyak ragam lab. untuk ilmu komunikasi (radio, film, fotografi, jurnalistik, dll)</p> |
| <p>ANCAMAN</p> | <p>S1-T3 : SDM terus melakukan</p> | <p>W1-T3 : Tingkatkan jumlah tenaga didik</p> |

| | | |
|--|--|---|
| <p>(THREATS)</p> <p>1. PTN/PTS lain mempunyai fasilitas dan peralatan lab. lebih memadai</p> <p>2. Dana Fakultas untuk pemeliharaan sarana dan prasarana sangat terbatas</p> <p>3. Mahasiswa ilmu komunikasi jarang memanfaatkan alat-alat lab. multimedia</p> | <p>pelatihan baik sebagai objek yang dilatih maupun sebagai tenaga pengajar yang memanfaatkan alat-alat lab. untuk mahasiswa praktikum.</p> <p>S2-T1 : Referensi studi banding untuk pemanfaatan internet di PTN atau PTS yang bertujuan meningkatkan fasilitas lab. multimedia</p> <p>S2-T3 : Manfaatkan fasilitas yang ada terutama laboratorium computer dan multimedia untuk memenuhi tuntutan masyarakat agar mahasiswa ilmu komunikasi dapat menggunakan alat-alat lab. secara optimal.</p> <p>S3-T3 : Metode pembelajaran apliaktif dapat berdampak kepada penggunaan alat-alat lab oleh mahasiswa menjadi optimal dan efektif</p> <p>S4-T2 : Tingginya animo calon</p> | <p>/ SDM yang berkualitas khususnya dalam pengelolaan Lab. untuk memenuhi metode pembelajaran apliaktif bagi mahasiswa ilmu komunikasi</p> <p>W2-T1 : mendesain ulang tempat yang tidak digunakan menjadi lab. ilmu komunikasi dengan referensi dari PTN/PTS yang berkualitas</p> <p>W2-T2 : Pemanfaatan tempat yang tidak digunakan oleh prodi, dapat menjadi income bagi dana pengembangan lab. Misal : pembuatan lab. fotografi yang bisa dimanfaatkan untuk foto wisuda ditingkat fakultas maupun universitas</p> |
|--|--|---|

| | | |
|--|---|--|
| | <p>maba ilmu komunikasi dapat digunakan untuk merumuskan UKT bagi pemeliharaan lab. multimedia</p> <p>S5-T1 : Pemanfaatan gedung yang tidak terpakai dengan baik akan digunakan untuk lab. ilmu komunikasi dengan standart di PTN/PTS yang sudah recommended.</p> | |
|--|---|--|

5.4 Belajar dari STIKOM dan UPN Surabaya

5.4.1 Keberadaan laboratorium bagi STIKOM Surabaya

Secara umum laboratorium yang sudah ada di STIKOM yaitu laboratorium Multi Media dan DKV. Ada pusat server yang dikelola bersama (lt 8) . Secara manajemen ada sharing antara laboratorium multi media (MM) dan DKV. Lab multimedia D4 lebih banyak praktikum. Pemakaian komputer dipakai mulai jam 7 pagi sampai 7 malam. Dalam 1 bulan peralatan diganti.

Jenis spesifikasi computer yaitu machintos. Pertimbangan memilih machintos adalah gambarnya seperti asli, handal (jarang rusak dan jarang maintenance), tapi sulit adaptasi dengan software. Total ada 60 komputer yang ada di lab STIKOM . Tapi jika belum ada PC machintos bisa memakai PC biasa. PC biasa juga mempunyai kelebihan antara lain compatible dengan software, bisa langsung ke servers, bisa dipantau sehingga mudah untuk mengidentifikasi virus.

Pengelolaan laboratorium diserahkan kepada tenaga ahli. Ada bagian maintenance khusus yang menangani jika ada komputer yang rusak. Ada staf khusus yang bertugas untuk peminjaman. Metode pengajaran hibrid learning (gabungan antara e learning dan metode pengajaran biasa). Tidak memakai kabel tapi wifi harus nyala terus.

Manajemen Peminjaman

Laboratorium yang dimiliki STIKOM ada 4 (lab komputer, lab TV, lab editing, lab desain, lab fotografi). Di lab fotografi harus ada PC yang menyambung ke server.). Ada lab fotografi (harus ada studio foto), Fokus ke perfilman , TV, game , videografi) Prosedur peminjaman dimulai dengan mahasiswa mengisi form peminjaman . Jika peralatan mau dibawa keluar kampus (harys dibuat rangkap 3, menyerahkan KTP sebagai jaminan, intinya semua yang berhubungan dengan peminjaman harus meninggalkan KTP.

Tata tertib masuk ruang laboratorium

Tidak boleh memakai kaos oblong, jaket dan tidak boleh membawa makanan dan minuman. oblong, jaket. Jika masuk ke ruangan tidak boleh membawa tas, karena bisa mencuri barang-barang. Praktikum 50 menit (1 sks).

Mahasiswa yang menggunakan laboratorium diarahkan untuk menjadi wirausaha.

Contoh : produk (jurusan multimedia), film, (film ini bisa dijual ke perusahaan), DKV (tugas akhir, mahasiwa dipaksa pameran di luar, membuat kartu nama, dan mereka langsung dapat job setelah menyerahkan Id card), semester 6 sudah memiliki Production house sendiri). Laboratorium Multimedia sudah memproduksi

film seperti Ipin dan Upin. Laboratorium

DKV banyak memproduksi *company profile*, banyak yang memesan dari hotel, perusahaan). Banyak keuntungan yang diperoleh mahasiswa yaitu mulai mahasiswa sejak semester 4 sudah bekerjasama dg perusahaan. *creative learner*. Jika ada job (tawaran pekerjaan) maka ditangani oleh pusat kerjasama.

Dari pemaparan diatas, dapat diketahui bahwa model laboratorium yang dipilih STIKOM adalah model laboratorium struktural dengan tanggung jawab dan sistem manajemen yang terpusat pada struktur resmi kepala laboratorium. Hal ini ditunjang dengan infrastruktur dan dana yang sangat lengkap dan besar.

5.4.2 Keberadaan laboratorium bagi prodi ilmu komunikasi UPN Surabaya

Sejak 1997-2013 memiliki rumah media (radio, TV, fotografi, film, iklan). Model pembentukannya dimulai dengan membentuk kelompok kelompok media (anak-anak mahasiswa, mereka yang membentuk sendiri dengan bimbingan kapala laboratorium). Mereka membentuk sendiri (kepengurusan sendiri), memmanagement sendiri, sehingga terkesan militan.

Proses perekrutan anggota dimulai sejak mahasiswa mulai masuk (semester 1). Anggota yang baru masuk ini kemudian mendapatkan *training* (masa orientasi) oleh mahasiswa senior . Jika mereka sudah menjalani *training* maka mereka dapat dipilih menjadi pengurus. Siapa yang berhak menjadi pengurus ini ditentukan melalui mekanisme pemilihan anggota lab tersebut. Namun ada keterlibatan Kalab dan dosen untuk proses rekrutmen yaitu menentukan *fit and proper test* calon pengurus. Masing-masing laboratorium membentuk kepengurusan sendiri, sendiri. Masa kepengurusan ini selama 1 tahun. Setelah terbentuk kepengurusan, mereka membuat program laboratorium dan harus menandatangani berita acara penyerahan alat

(barang) laboratorium. Di akhir tahun periode kepengurusan lab, mereka (pengurus laboratorium) harus memberikan laporan pertanggung jawaban kepada Kalab dan Prodi tentang pelaksanaan program, keuangan dan peralatan.

Bentuk manajemen kontrol dari kapala laboratorium komunikasi adalah dalam menentukan (menyetujui) jenis program yang bisa dijalankan. Selain itu bentuk lainnya adalah mengontrol kondisi alat. Jika ada alat yang rusak maka kepengurusan periode tersebut harus memperbaiki sendiri (bentuk maintenance dari mahasiswa itu sendiri). Peralatan laboratorium didapat dari usulan yang diajukan ke universitas. Namun untuk keuangan, prodi tidak memberikan support dana yang besar ke laboratorium

Awalnya membentuk model laboratorium dengan model seperti bengkel kerja komunikasi ini agak susah. Susahnya selain keterbatasan alat juga keterbatasan tenaga praktisi (handal) yang bisa mengajari para mahasiswa ini untuk mengoperasikan alat. Namun akhirnya ditemukan solusi yaitu dengan cara mengundang praktisi untuk mengajari mahasiswa tersebut sampai mandiri. Praktisi ini bisa didatangkan dari luar Prodi Ilmu Komunikasi atau alumnus Prodi Ilmu Komunikasi yang sudah lulus.

Untuk membantu operasional laboratorium dan pelaksanaan program, para mahasiswa mencari sponsorship dan wajib membuat pameran baik di dalam kampus atau di luar kampus (ri Royal, Ged. BNI) dll. Selain itu, anak-anak secara pro aktif menawarkan ketrampilan mereka seperti misalnya menjadi MC di setiap event. Hampir semua event universitas, anak-anak komunikasi yang menjadi MC . Acara wisuda universitas, anak-anak komunikasi yang melakukan proses shooting.

Laboratorium Radio

Awal mendirikan lab radio thn 1997. Di awal pembentukannya, laboratorium radio menggunakan teknologi apa adanya. Peralatan yang digunakan di laboratorium radio ini tidak begitu banyak. Hanya dibutuhkan mikrofon, *supply power*, antenna. Awalnya, dosen yang *menghandle* di laboratorium radio, namun berhubungan dengan kesibukan dosen, manajemen akhirnya dikelola oleh mahasiswa. Lab radio di UPN yaitu dengan menggunakan antenna. Lab radio juga bisa dijanlankan dengan menggunakan radio streaming (hanya membutuhkan wifi), kekompakan dosen dan alumni. Untuk menjaga kekompakan ini jika lab radio ada kegiatan maka harus melibatkan mahasiswa yunior dan alumni

Mahasiswa membentuk kelompok pecinta radio, ada struktur pengurusnya (manager, produksi, wartawan dll). Kemudian mereka mengundang praktisi (termasuk *erol jonathan*) untuk belajar tentang program, menejemen, kemampuan teknis operasional)

Bentuk Kontrol (Manajemen) Dosen (Kalab)

Kalab dan dosen mendampingi mahasiswa dalam hal menyetujui program dan mendatangkan praktisi. Dalam hal maintenance alat, mahasiswa membentuk sendiri, ada divisi khusus maintenance. Peralatan dari universitas, namun yang mengelola mahasiswa sendiri. Di akhir kepengurusan mereka membuat program dan membuat laporan pertanggungjawaban ke kepala laboratorium. Jika ada permasalahan operational, mereka melapor ke Kaprodi, jika berhubungan dengan program, mereka konsultasi ke Kalab.

Proses rekrutmen, manajemen dan akhir kepengurusan anggota laboratorium

Pada awal ajaran tahun baru, diberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memilih dia ingin bergabung di laboratorium mana. Setiap mahasiswa baru Mewajibkan anak komunikasi utk terlibat di komunitas tsb. Para anggota senior di laboratorium berkompetisi untuk saling mendapatkan anggota baru.

Setelah lolos seleksi masuk anggota, lalu ada proses seleksi, *training* dan akhirnya anggota baru ini nantinya bisa menjadi pengurus jika sudah semester 3 ke atas. Kepengurusan ini dilembagakan dan diresmikan oleh Pak Rektor. Di masing-masing laboratorium juga ada divisi humas sendiri. Di Komunitas ada juga dewan penasehat (anggotanya diambil dari alumni, atau senior yang mengambil skripsi). Pengurus laboratorium harus membuat program kerja, proposal, LPJ dan dokumentasi. Mahasiswa yang bisa menjadi pengurus yaitu minimal semester 3. Anggota baru semester 1-2. (kepengurusan cuma 1 kali).

Setiap laboratorium (komunitas) tersebut, wajib mengadakan event. Di tahun pertama, mereka mengadakan di kampus, tahun kedua (di luar kampus), tahun ketiga di tempat yang lebih luas (di mall). Di akhir tahun ada *communication festival* Komunitas budaya (mereka diminta kommas (buat video tentang makna cantik perempuan, kalo dibuat paper mereka copy paste), Setiap akhir kelulusan (pengurus komunitas diberi sertifikat oleh dekan). Jika terdapat mata kuliah praktek (misal fotografi), maka dosen pengampu fotografi berkoordinasi dengan komunitas laboratorium tersebut. Jika ada kontrak program (order) dari pihak luar, dapat profit maka yang mengelola mereka (mahasiswa) sendiri, tapi berapa persen harus ada *saving* .

Laboratorium UPN terus buka (tidak dibatasi hanya waktu kuliah saja), namun jam kerja maksimal sampai jam 9 malam. Laboratorium tidak hanya digunakan untuk pendamping mata kuliah.

Dari pemaparan diatas, dapat diketahui bahwa model laboratorium yang dipilih UPN surabaya adalah model laboratorium kultural dengan tanggung jawab dan sistem manajemen yang terpusat pada mahasiswa. Hal dipilih untuk menyasiasi terbatasnya infrastruktur, SDM, dana serta keinginan untuk mengembangkan kreativitas mahasiswa dalam menghasilkan produk produk kreatif.

Pilihan model komunikasi kultural seperti yang dilakukan oleh UPN surabaya nampaknya bisa menjawab kendala yang dialami oleh prodi ilmu komunikasi UTM. Dari hasil FGD dengan mahasiswa, pengampu mata kuliah praktis, jajaran petinggi program studi, dan PD I fakultas, disepakati untuk melakukan revitalisasi laboratorium ikom ke arah model laboratorium kultural yang memberikan peran penuh pada pelaku laboratorium untuk berkarya dengan segala keterbatasan infrastruktur, perubahan sistem, dan pemberian tanggungjawab. Namun tentu saja tetap dengan pantauan dan bimbingan struktural program studi

5.5 Model Komunikasi Pembelajaran Transferable Skill Sebagai Upaya meminimaliasasi pengangguran Intelektual Melalui Bengkel kerja komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendi dalam buku berjudul “Dimensi-dimensi Komunikasi” menyatakan bahwa :“.... strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (communication planning) dan manajemen (communications management) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi

komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi". (1981 : 84).

Sedangkan menurut Anwar Arifin dalam buku 'Strategi Komunikasi' menyatakan bahwa : Sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas. Dengan strategi komunikasi ini, berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat. (1984 :10). Strategi komunikasi juga harus dapat meramalkan efek komunikasi yang diharapkan, yaitu dapat berupa menyebarkan informasi, melakukan persuasi, dan melaksanakan intruksi.

Dari pemaparan diatas, diketahui bahwa penting untuk dirancang sebuah model komunikasi dalam menjalankan sebuah lembaga dalam hal ini sebuah laboratorium agar tujuan yang diinginkan dapat terwujud.

Dalam menyusun model komunikasi pembelajaran transferable skill sebagai upaya meminimaliasasi penganguaran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi ini, digunakan model komunikasi Harnord Laswell sebagai acuan kerangka dasar model komunikasi.

Pada model komunikasi Harold Laswell ini menggambarkan komunikasi dalam ungkapan who, says what, in which channel, to whom, with what effect? Atau dalam bahasa indonesia adalah, siapa, mengatakan apa, dengan medium apa, kepada siapa, dengan pengaruh apa? Model ini menjelaskan tentang proses komunikasi dan fungsinya terhadap masyarakat. Lasswell berpendapat bahwa di dalam komunikasi

terdapat tiga fungsi dan tiga kelompok spesialis yang bertanggung jawab melaksanakan fungsi-fungsi tersebut

Adapun proses komunikasi dalam model ini terdiri dari unsur-unsur komunikasi seperti :

1. Who (siapa/sumber)

Who dapat diartikan sebagai sumber atau komunikator yaitu, pelaku atau pihak yang mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dan juga yang memulai suatu komunikasi. Pihak tersebut bisa seorang individu, kelompok, organisasi, maupun suatu Negara sebagai komunikator.

2. Says what (pesan)

Says menjelaskan apa yang akan disampaikan atau dikomunikasikan kepada komunikan (penerima), dari komunikator (sumber) atau isi informasi.

3. In which channel (saluran/media)

Suatu alat untuk menyampaikan pesan dari komunikator (sumber) kepada komunikan (penerima) baik secara langsung (tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media cetak/elektronik).

4. To whom (siapa/penerima)

Seseorang yang menerima siapa bisa berupa suatu kelompok, individu, organisasi atau suatu Negara yang menerima pesan dari sumber. Hal tersebut dapat disebut tujuan (destination), pendengar (listener), khalayak (audience), komunikan, penafsir, penyandi balik (decoder).

5. With what effect (dampak/efek)

.Dampak atau efek yang terjadi pada komunikan (penerima) setelah menerima pesan dari sumber seperti perubahan sikap dan bertambahnya pengetahuan

Adapun penyusunan desain komunikasi ini dilakukan dengan tahap sebagai

berikut

- a. Menentukan segmentasi khalayak. Khalayak di sini berkaitan dengan khalayak primer, sekunder dan tertier serta pihak-pihak yang mempunyai peran untuk mendorong perubahan perilaku
- b. Menentukan tujuan perubahan perilaku yang diharapkan, bagaimana kebutuhan khalayak bisa dipertemukan dengan pesan yang ingin disampaikan.
- c. Menentukan komunikator, pesan dan media sesuai dengan khalayak (komunikan) dan efek perubahan yang diinginkan.

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, dapat dirumuskan desain komunikasi pembelajaran transferable skill sebagai berikut.

I. Menentukan Khalayak / komunikan

Audiens adalah sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, dan pemirsa berbagai media atau komponen beserta isinya, seperti pendengar radio atau penonton televisi. Audiens juga dapat atau memang dikendalikan oleh pihak yang berwenang dan karenanya merupakan bentuk perilaku kolektif yang dilembagakan.

Tipe-tipe sikap audiens adalah sebagai berikut:

1. Audiens yang bersahabat, merupakan tipe komunikan, tipe pendengar, pembaca, pemirsa yang mempunyai disposisi positif terhadap informasi kesehatan yang dikemukakan oleh komunikator. Karena disposisi mereka positif terhadap kredibilitas komunikator, media pengalih informasi, maupun situasi komunikasi maka mereka akan lebih mudah menerima dan memahami informasi kesehatan dari komunikator.

2. Audiens yang bermusuhan, adalah audiens yang mempunyai tipe sikap yang

berkebalikan dari audiens yang bersahabat. Audiens yang bermusuhan merupakan tipe komunikan, pendengar, pembaca, tipe pemirsa yang mempunyai disposisi negatif terhadap informasi kesehatan yang dikemukakan oleh komunikator. Karena disposisi negatif terhadap kredibilitas komuniator, media pengalih informasi, maupun situasi komunikasi maka mereka akan sangat sulit menerima dan memahami informasi kesehatan dari komunikan.

3. Audiens yang netral, adalah audiesn yang mempunyai sikap netral, tidak memihak kepada komunikator atau pada informasi yang disampaikan oleh komunikator. Sikap komunikasi seperti ini mau berdiri diantar sikap positif atau negatif namun kadang-kadang dianggap oleh orang yang berani memilih setuju dengan tidak setuju sebagai tipe sikap yang ambigu, bahkan tidak tegas.

4. Audiens yang apatis, adalah audiens yang bersikap masa bodoh terhadap komunikator maupun terhadap informasi yang dia terima. Sikap masa bodoh atau malas tahu isi sebenarnya didorong oleh tingkat keterlibatan audiens terhadap informasi yang mereka terima. Artinya tidak ada keuntungan atau kerugian apapun yang mereka terima lantaran memberikan disposisi positif maupun negatif.

5. Audiens dengan sikap campuran, adalah audiens dengan sikap bersahabat namun bermusuhan, dapat memberikan disposisi positif terhadap komunikator. Bersahabat namun netral, dapat memberikan disposisi positif namun bersikap masa bodoh.

Terdapat beberapa metode pemetaan audiens, antara lain:

1. Sosiologis

Disebut juga sebagai analisis demografis. Pemetaan sosiologis dilakukan

melalui pendekatan objektif berdasarkan data statistik sosial dari audiens. Pemetaan ini sering disebut dengan kategori demografis yang secara sederhana mau menjawab *who the audience is*. Ada beberapa faktor yang dapat dipetakan, yakni:

a. Umur

Audiens dapat dipecahkan dalam beberapa kelompok umur, misalnya kelompok umur anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua. Kategori ini menolong kita untuk tampil sebagai komunikator yang dapat menyesuaikan diri termasuk menyesuaikan pesan dan memilih media yang cocok dengan mereka.

b. Gender

Audiens dikelompokkan kedalam jenis kelamin laki-laki atau perempuan. Pembagian tersebut membantu dalam mempersiapkan pesan yang sesuai dengan kebiasaan menerima informasi dari perempuan atau laki-laki.

c. Tingkat pendidikan

Audiens dikelompokkan kedalam tingkat atau jenjang pendidikan. Berasumsi bahwa pengetahuan atau keluasan wawasan seseorang sangat ditentukan oleh tingkat pendidikan. Kalau orang sekolah makin tinggi maka kita anggap mereka lebih mengerti atau sekurang-kurangnya mudah diberi pengertian mengenai suatu informasi.

d. Tingkat pengetahuan

Audiens dikelompokkan kedalam tingkat pengetahuan tentang informasi yang akan disampaikan. Perlu perincian informasi mengenai sebab musabab, pencegahan dan pengobatan terhadap penyakit diare kepada sekelompok pendengar yang berpengetahuan luas tentang tema itu, misalnya perawat, bidan atau dokter.

e. Jenis pekerjaan

Jenis pekerjaan diasumsikan turut menentukan disposisi mereka terhadap informasi yang mereka terima. Orang-orang dengan jenis pekerjaan yang sibuk mungkin tidak tertarik menerima informasi secara rinci, namun orang yang mempunyai jenis pekerjaan dengan waktu luang cukup banyak akan lebih suka menerima informasi.

f. Tingkat pendapatan

Besaran pendapatan audiens turut menentukan disposisi mereka terhadap informasi. Kalau informasi yang dikemukakan tersebut telah tercetak dalam buku, mereka lebih memilih membekti daripada mendengar.

g. Agama

Agama ikut menentukan penerimaan audiens terhadap pesan. Faktor yang berkaitan dengan kepercayaan atau dogma agama sangat menentukan tingkat penerimaan informasi.

2. Psikologis

Audiens dapat dipetakan berdasarkan hukum-hukum psikologis baik secara individual, kelompok, komunitas, maupun masyarakat dalam cara berpikir dan pendekatan psikologi (sosial).

a. Konsep diri

Audiens secara psikologis dalam konsep diri. Bagi mereka yang diasumsikan memiliki konsep diri yang selalu tinggi mungkin lebih cocok diberi informasi yang kemudian dapat dikembangkan sendiri.

b. Kebutuhan audiens

Apakah audiens membutuhkan pemenuhan kebutuhan inklusi, afeksi atau kontrol. Jika audiens ingin dilibatkan dalam peran sebagaimana yang

diinformasikan, berikan informasi untuk mereka untuk bekerjasama. Namun, jika komunikasi yang lebih mengutamakan perhatian dan kasih sayang, maka informasi yang diberikan haruslah yang berbau kasih sayang karena mereka ingin dihormati.

3. Antropologis

Salah satu metode yang mudah untuk melihat kategori nilai budaya adalah dengan mempelajari kearifan lokal. Kearifan lokal adalah pengetahuan kultural yang dimiliki oleh komunitas, pengetahuan yang dimiliki oleh mereka itu adalah unik, baik sebagai nilai ataupun sebagai norma dan kebiasaan mereka.

Karakteristik dari kearifan lokal, misalnya:

- a. Umumnya ada dalam setiap komunitas
- b. Ada dalam kebudayaan tertentu
- c. Menjadi dasar pengambilan keputusan
- d. Menjadi dasar dan strategi berjuang di masa depan
- e. Dokumentasi yang tersistematis
- f. Berkaitan dengan kehidupan atau kebiasaan untuk hidup, misalnya aturan kerjasama,elihara air, atur kerja kebun, dan lain-lain.
- g. Dapat diadaptasikan dalam aktifitas yang lain
- h. Diturunkan secara lisan atau perilakunya non verbal.

4. Analisis berdasarkan konteks percakapan

Analisis terhadap audiens dapat dilakukan dengan melihat apa yang atau tema yang kadang-kadang dipercekapkan.

a. Ukuran audiens

Makin banyak orang, ternyata lebih sulit dipengaruhi karena makin banyak faktor psikologis sosial yang patut diperhitungkan.

b.Lingkungan fisik

Lingkungan fisik juga ikut menentukan tingkat ketrpengaruhannya. Lingkungan fisik yang suhunya panas membuat orang lebih cepat letih sehingga hanya bertemu dalam satu pertemuan yang waktunya lebih singkat.

c.Kesempatan yang sesuai

Mempengaruhi orang atau audiens dilakukan berdasarkan waktu bercakap-cakap. Harus memperhitungkan kalau berbicara dengan audiens dalam kesempatan seperti sosial, agama, hubungan kerja.

d.Waktu bicara yang sesuai

Dimana waktu yang tepat untuk bicara? Apakah dipagi hari dimana orang masih sibuk mengurus keluarga, atau di sore hari ketika orang harus beristirahat, dan lain-lain.

Dari pemaparan tentang sasaran/ komunikan di atas, maka sebagai wujud revitalisasi laboratorium komunikasi UTM sebagai bengkel kerja komunikasi dalam upaya meminimalisasi pengangguran intelektual dan menciptakan lulusan iKOM yang berkualitas, maka sasaran dalam strategi komunikasi ini adalah mahasiswa aktif ilmu komunikasi UTM.

Komunikan/ sasaran komunikasi dalam upaya meminimalisasi pengangguran intelektual dan menciptakan lulusan iKOM yang berkualitas ini, bila dilihat dari karakteristik tingkat pendidikannya meski terlihat homogen yakni semua berasal dari lulusan SMU, namun masing masing komunikan memiliki background pengetahuan yang berbeda beda atau bisa dikatakan mayoritas minim terhadap materi dan khususnya praktek kerja komunikasi. Karakteristik komunikan yang demikian, bila dikaji dengan teori elaboration

likelihood menyebutkan orang berpendidikan rendah cenderung menggunakan jalur peripheral di tahap awal perekrutan anggota club dimana faktor-faktor di luar isi pesan atau nonargumentasi lebih berpengaruh bagi yang bersangkutan dalam menentukan tindakan. Jika seseorang secara sungguh-sungguh mengolah pesan-pesan persuasif yang diterimanya dengan tidak semata-mata berfokus pada isi pesan yang diterimanya melainkan lebih memperhatikan daya tarik penyampai pesan, kemasan produk atau aspek peripheral lainnya maka ia dipandang menggunakan jalur pinggiran (*peripheral route*). Sedangkan sasaran kedua adalah mahasiswa dengan jenjang anggota aktif club. Di sini sasaran ini termasuk dalam kategori isi pesan jalur central route.

II. Menyusun tujuan perubahan perilaku yang diharapkan.

Kondisi sasaran di dengan segala permasalahan, pengetahuan, dan karakteristiknya menempatkan tujuan penelitian ini ke arah adanya perubahan proses komunikasi pembelajaran sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi.

III. Menentukan komunikator, pesan dan media sesuai dengan komunikan

a. komunikator

peranan utama komunikator adalah persuasi. aktivitas komunikasi manusia, pada semua level komunikasi yakni antar personal, kelompok, organisasi, publik maupun massa mempunyai tujuan komunikasi yg relatif sama yaitu mempengaruhi sifat penerima, misalnya pihak sasaran yg mengubah persepsi dan sikap mereka sesuai dgn kehendak pengirim informasi. kalau kita katakan bahwa sumber, pengirim, komunikator adalah pihak yg memprakarsai komunikasi, maka peranan utama komunikator adalah untuk mempengaruhi yang dalam bahasa psikologi komunikasi

disebut persuasi.

Peranan komunikator berdasarkan retorika.

menurut aristoteles perbedaan cara berpikir dan bertindak itu dapat dipersatukan melalui retorika yg dalam prakteknya tergantung dari bagaimana menerapkan jenis kemampuan utk mengungkapkan pendapat, yaitu : ethos, pathos dan logos.

Etos. kata aristoteles jika anda adalah komunikan maka anda akan dipengaruhi oleh seorang pembicara hanya karena dia menampilkan diri sebagai seorang yang dilihat dan dirasakan audiens sebagai orang (sumber, pengirim, komunikator) yang :

1. intelligence – komunikator yang tampil sebagai seorang yang pandai, atau cakap, percaya diri, mengetahui fakta, berbicara yang jelas, berdiri atau duduk dengan postur tubuh yang menunjukkan orang cakap.
2. karakter – komunikator yang tampil dengan karakter yang jujur, adil, memiliki reputasi sehingga kita merasa orang itu berkata benar dan jujur.
3. goodwill – audiens juga lebih percaya kepada komunikator yang menunjukkan kemauan baik, pernyataan yang pasti, kontak mata, gerakan yang meyakinkan, ada kesan melindungi kita.

Pathos. pathos berkaitan dengan emosi, artinya bagaimana seorang komunikator mampu menampilkan daya tarik emosional sehingga mampu membangkitkan perasaan komunikan. kemampuan itu ditunjukkan oleh manipulasi :

1. making and calming – anger > mampu membuat komunikan merasa sejuk dan marah.
2. love – hate mampu membuat komunikan mencintai dan membenci.
3. fear – confidence mampu membuat komunikan merasa takut atau membangkitkan kepercayaan diri.
4. shame – shamelessness mampu membuat komunikan merasa malu atau

membangkitkan keberanian.

5. indignation- envy mampu membangkitkan rasa berkuasa atau kehilangan kekuasaan/pengaruh.

6. admiration – envy mampu membangkitkan semangat kerja atau mendorong orang lain bekerja keras atau tidak bekerja keras.

Logos. berkaitan dengan kemampuan komunikator yang secara intelek (cerdik atau pandai) mengatakan sesuatu secara rasional dan argumentatif, misalnya menyampaikan informasi dengan data statistik memberikan contoh² dengan kesaksian.

logos meliputi :

1. invention – kemampuan menyampaikan sebuah informasi yg menampilkan hukum² logika (masuk akal).

2. arrangement – kemampuan menyampaikan sebuah topik informasi secara sederhana sesuai posisi komunikator.

3. style – kemampuan menampilkan gaya berbicara yang menyenangkan komunikan.

4. memory – kemampuan menampilkan informasi dengan gambaran sesuatu informasi yang diingat dan informasi itu berkaitan dengan apa yang anda ucapkan.

5. delivery – kemampuan berbicara efektif.

prinsip umum kredibilitas komunikator.

beberapa prinsip yakni : daya tarik, motif, kesamaan, dapat dipercayai, kepakaran dan keaslian pesan.

Dimensi kredibilitas meliputi :

1. competence. kemampuan komunikator yg diperlihatkan melalui kewenangan (pangkat, jabatan, kepakaran) dia tas suatu obyek yg sedang dipercakapkan.

2. character, yg diperlihatkan oleh moral komunikator.

3. intention, motif atau maksud yg mendorong komunikator mengatakan sesuatu.
4. personality, yakni pesan kedekatan (proximity) antara komunikan dan komunikator. kesamaan psikologis, sosiologis, antropologis sering mempengaruhi rasa kedekatan antara komunikan dgn komunikator.
- 5 dynamics, yakni dinamika yg diperlihatkan oleh seorang komunikator.
6. charisma, kualitas individu yg ditunjukkan powerful language, social sensitivity dan attractiveness.
7. authority, komunikator yg memegang kekuasaan atau wewenang ttt lebih dipercayai komunikan dari pada yg tidak mempunyai kekuasaan atau wewenang.
- 8.compliance, komunikan lebih mudah mengadopsi perilaku komunikator krn hubungan diantara dua pihak diiming imingi oleh hukuman atau ganjaran.
- 9.internalization, komunikan lebih mudah menerima suatu pesan yg direkomendasikan komunikator krn informasi itu searah dgn nilai atau sikap komunikan.
- 10.identification, komunikan juga lebih mudah menerima suatu pesan yg direkomendasikan komunikator krn informasi itu merupakan identifikasi diri/pribadi komunikator.
11. expertise, kepakaran yg melekat pada seorang komunikator, krn kepakaran dalam subyek yg dipercakapkan atau yg dinformasikan akan memudahkan komunikan percaya kpd komunikator.
12. trustworthiness, hal yg dpt dipercayai merupakan penilaian komunikan terhadap komunikator.artinya audiens lebih mudah menerima pesan dari komunikator yg dipercayai.
- 13.good will, audiens lebih mudah menerima pesan dari komunikasi yg menurut dia mempunyai kebaikan ttt.

14. emotional intelligence, kecerdasan emosional, yakni tampilan emosi sesuai dgn konteks ttt, komunikator sangat mempengaruhi penerimaan pesan oleh audiens.

Dalam penelitian ini, komunikator yang menyampaikan pesan tersebut adalah dalam mahasiswa senior (semester VI, VII) yang telah mahir praktikum komunikasi dan telah mengikuti berbagai macam pelatihan terkait, alumni komunikasi UTM, dan praktisi komunikasi. Pemilihan komunikator ini lebih didasarkan pada skill praktik yang pengalaman yang selama ini telah mereka geluti di bidang laboratorium komunikasi serta dunia kerjanya.

b. Pesan

berupa perubahan mindset pentingnya transferable skill sebagai mahasiswa komunikasi; pemantapan teori berkaitan dengan fotografi, sinematografi, desain grafis, televisi dan radio. Praktek langsung materi materi fotografi, sinematografi, desain grafis, televisi dan radio; latihan cipta kreatif produksi produk fotografi, sinematografi, desain grafis, televisi dan radio; entrepreneurship, dan soft skill.

c. Media

Berkaitan dengan media yang digunakan sebagai sarana penyampaian pesan tentang transferable skill komunikasi yang digunakan adalah media langsung tatap muka yang berbentuk saluran media komunikasi kelompok baik secara face to face maupun sosial media dalam komuniatas mereka. Metode penyampain bukan lagi ceramah teori tapi langsung praktek tentang materi materi fotografi, sinematografi, desain grafis, televisi dan radio; latihan cipta kreatif produksi produk fotografi, sinematografi, desain grafis, televisi dan radio; entrepreneurship, dan soft skill Format media dibentuk dalam situasi informasi informal. Dan dilakukan melalui pemberdayaan komuniats mahasiswa tersebut seperti workshop, LDK dlll dalam sebuah bengkel kerja komunikasi.

Feed back dalam proses komunikasi ini dimungkinkan berjalan secara langsung, dan tatap muka ditampilkan sesantai mungkin tanpa format klasikal. Teknik komunikasi yang dilakukan dalam strategi komunikasi pemberdayaan komunitas perempuan madura ini yakni teknik persuasif, teknik informatif dan teknik human relation.

Berikut model komunikasi pembelajaran transferable skill.



BAB VI

SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Simpulan

Keberadaan laboratorium komunikasi yang ada selama ini belum berjalan optimal karena beberapa kendala diantaranya keterbatasan infrastruktur dan SDM yang pada intinya menunjukkan kelemahan dalam struktural sehingga mengakibatkan pelaku laboratorium tidak berdaya untuk melakukan aksi. Dalam penelitian ini, permasalahan tersebut mencoba dibongkar dengan merevitalisasi laboratorium komunikasi dari model struktural menuju model kultural yang memberikan peran penuh pada pelaku laboratorium untuk berkarya dengan segala keterbatasan infrastruktur, perubahan sistem, dan pemberian tanggungjawab tentu saja tetap dengan pantauan dan bimbingan struktural program studi. Model kultural ini dibentuk dalam sebuah desain komunikasi pembelajaran transferable skill, yang menggunakan model komunikasi Harnord Laswell sebagai acuan kerangka dasar model komunikasi. Komunikasi pembelajaran transferable skill dirumuskan dalam desain berikut: (1). Sasaran/komunikasikan adalah mahasiswa aktif ilmu komunikasi UTM dengan kategori pengguna isi pesan jalur peripheral route di tahap awal perekrutan anggota club dan kategori pengguna isi pesan jalur central route di jenjang anggota aktif club; (2) Tujuan model komunikasi ini adalah perubahan proses komunikasi pembelajaran sebagai upaya meminimalisasi pengangguran intelektual melalui bengkel kerja komunikasi; (3) Komunikator adalah mahasiswa senior (semester VI, VII) yang telah mahir praktikum komunikasi dan telah mengikuti berbagai macam pelatihan terkait, Alumni komunikasi UTM, dan praktisi komunikasi; (4) Pesan berupa perubahan mindset pentingnya transferable skill sebagai

mahasiswa komunikasi; pemantapan teori berkaitan dengan fotografi, sinematografi, desain grafis, televisi dan radio. Praktek langsung materi materi fotografi, sinematografi, desain grafis, televisi dan radio; latihan cipta kreatif produksi produk fotografi, sinematografi, desain grafis, televisi dan radio; entrepreneurship, dan soft skill; (5) Media adalah media langsung tatap muka yang berbentuk saluran media komunikasi kelompok baik secara face to face maupun sosial media dalam komunitas mereka. Metode penyampain langsung praktek tentang materi; latihan cipta kreatif produksi; pelatihan entrepreneurship, dan soft skill; workshop dan LDK.; (6) Feed back dimungkinkan berjalan secara langsung; (7) Teknik komunikasi yakni teknik persuasif, teknik informatif dan teknik human relation.

6.2 Saran

Model laboratorium kultural dengan desain komunikasi pembelajaran transferable skill telah diwujudkan, namun model ini tidak akan terwujud bila tidak dilaksanakan. Oleh karena itu diperlukan pengujian model sebagai sarana perwujudan desain yang diciptakan sekaligus sebagai sarana untuk mengevaluasi dan memperbaiki serta melihat keunggulan dan kelebihan dari model pembelajaran ini.

Daftar Pustaka

- Atik, Purmiyati.2004.*Studi tentang Faktor-Fakyor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Berwirausaha*.Laporan Penelitian,Universitas Airlangga : Surabaya.
- Cendrasari,Nur Kartika,2000.*Analisis Pengangguran di Indonesia Berdasarkan Data Sakerti 1993*.Tesis, Universitas Indonesia : Jakarta.
- Gumgum Gemelar Fajar,Rakhman.2005.*Sumbangan Harga Diri dan Locus dengan Coping Stress pada Pengangguran Laki-Laki dan Perempuan Lulusan Sekolah Menengah Kejuruan*.Tesis, Universitas Indonesia: Jakarta
- Iskandar, Triyana.*Pengaruh Upah Minimum terhadap Tingkat Pengangguran di Indonesia Periode 1988-1993*.Tesis, Universitas Indonesia : Jakarta
- Koentjaraningrat, 1986.*Metode-Metode Penelitian Masyarakat*.Jakarta : Gramedia
- Patton, M.Q .1980.*Qualitative Evaluation Methods*.Beverly Hills, CA: Sage Publication.
- Setyadi,dody.1997. *Analisis Pengangguran Tenaga Kerja Terdidik dengan Pendekatan Search Theory pada Pasar Kerja di Jawa Tengah*. Tesis, Universitas Indonesia: Jakarta
- Siswandari, 2009. Peningkatan Kualitas Pembelajaran Statistika dalam rangka Mengembangkan Transferable Skills Mahasiswa. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Pendidikan Tinggi Akademika Volume 1 No. 1 Januari 2009* .
- Sutopo, H. B. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press, 2002.
- Wirasasmita,Yuyun.2010.*Peran Alumni dan Perguruan Tinggi dalam Mengembangkan Jiwa Kewirausahaan di Semua Sektor Menuju 'Entrepreneurial Economy'*.Akses 10 April 2011.<http://www.universitasborobudur.ac.id>
- Wiyono,Sutarto dkk.2009.*Model Pelatihan Memasuki Dunia Kerja Berbasis Link and Match*.Laporan Penelitian.Universitas Kristen Satya Wacana : Salatiga.

Sumber lain :

- Butuh Kewirausahaan*, akses tanggal 14 April 2011, <http://dikti.kemdiknas.go.id>
- The Entrepreneurial Campus Initiative:Understanding the Entrepreneurial Orientation of Srudents*.2005.Research Report.Nortland Foundation and Northeast Entrepreneur Fund : Center for Rural Policy and Development.

Wirus entrepreneurship, akses tanggal 14 April 2011, <http://dikti.kemdiknas.go.id>

Wawancara dengan mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi dan dosen pengampu mata kuliah praktek Juni-Agustus 2015

Observasi, studi banding ke STIKOM dan UPN Veteran Kamis-Jumat 18-19 Juni 2015