

**PERENCANAAN PROGRAM KOMUNIKASI PADA PROGRAM MAGANG DALAM
MENINGKATKAN SKILL DAN KNOWLEDGE MAHASISWA (STUDI PADA MAHASISWA
GUNADARMA DALAM PROGRAM MAGANG DI MEDIA RADIO MEGASWARA BOGOR)**

Yeni Nuraeni^a, Rina Astriani^b

^aFakultas Komunikasi Gunadarma / Jurusan Ilmu Komunikasi, ynuraeni.02@gmail.com,
Universitas Gunadarma

^bFakultas Komunikasi Gunadarma / Jurusan Ilmu Komunikasi, rinaastriani86@gmail.com,
Universitas Gunadarma

Article History

Received : 10-06-2023
Revised : 20-06-2023
Accepted : 10-07-2023
Published : 21-07-2023

Corresponding author:
ynuraeni.02@gmail.com

No. Contact:

Cite This Article:

DOI:

[https://doi.org/
10.56127/jushpen.v2i2.7
94](https://doi.org/10.56127/jushpen.v2i2.794)

Abstract: *The purpose of this study was to find out how to plan a communication program through an collaboration educational institutions with conventional media (radio). The theory this study is symbolic interaction, Mead with the communication program planning model, Smith. and the concept of Skill and Knowledge. The methodology is qualitative. Based on the results of research through observation, documentation and interviews, the concluded is the internship program carried out by Gunadarma students was successful in going through several stages, namely the situation analysis stage - target setting - strategy design - tactic selection - action plan - control and monitoring and evaluation. The implementation of skills, knowledge, and attitudes can be identified through the development of skills and knowledge including problem solving that students can do after carrying out an internship program in the radio media production program division.*

Keywords: *Communication Program Planning, Skills, Knowledge, Symbolic Interaction, Internship Program.*

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perencanaan program komunikasi melalui program magang yang terselenggara atas kerjasama institusi pendidikan dengan media konvensional radio. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Interaksional simbolik, Mead dengan model perencanaan program komunikasi, Smith. dan konsep Skill dan Knowledge. Metodologi yang digunakan kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian melalui observasi, dokumentasi dan wawancara, dapat disimpulkan bahwa program magang yang dilakukan mahasiswa Gunadarma dapat berhasil melalui beberapa tahapan yakni analisis situasi – penetapan sasaran – perancangan strategi – pemilihan taktik – rencana aksi – pengendalian dan monev. Implementasi Skill, knowledge, dan Attitude dapat diketahui melalui perkembangan keterampilan dan pengetahuan termasuk problem solving yang dapat dilakukan mahasiswa setelah melaksanakan program magang pada divisi program produksi media radio.

Kata Kunci : Perencanaan Program Komunikasi, Skill, Knowledge, Interaksional Simbolik, Program Magang.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi melalui pesan, pertukaran pikiran atau informasi. Beberapa ahli berpendapat mengenai pengertian komunikasi, menurut Arifin, komunikasi merupakan jenis proses sosial yang erat kaitannya dengan aktifitas manusia serta sarat akan pesan maupun perilaku.

Perkembangan komunikasi tidak dapat dipungkiri terutama pada era digitalisasi dalam hal ini media komunikasi sebagai sarana informasi tidak hanya jenis konvensional namun new media hadir dengan berbagai kelebihan yang dapat dimaksimalkan oleh seluruh lapisan masyarakat pengguna media.

Dalam pembelajaran di tempat perkuliahan, komunikasi yang efektif tentu sangat dibutuhkan demi terciptanya sosialisasi dan harmonisasi dalam implementasi pelaksanaan mengajar dan belajar, bahkan lebih dari itu yaitu sosialisasi antar sesama pelajar atau mahasiswa mutlak dibutuhkan agar tercipta suatu kelompok belajar yang sehat dengan komunikasi yang lancar. Salah satu pembelajaran yang diterapkan di kampus-kampus adalah program magang, sebut saja kampus Gunadarma, dalam hal ini Universitas Gunadarma bekerjasama dengan salah satu institusi media radio di Kawasan Bogor untuk membantu mahasiswa agar dapat fasilitas program magang di media. Hal ini sangat bermanfaat karena mahasiswa akan di berikan arahan, inputan, pembelajaran hingga praktek lapangan pada program magang tersebut.

Dalam magang yang dilaksanakan mahasiswa/i ini tentu saja merupakan langkah yang efektif dalam meningkatkan skill dan knowledge. Pembelajaran secara teori memang penting namun praktek lapangan juga sangat penting, agar pada saatnya nanti jika mahasiswa sudah lulus maka mereka akan lebih siap untuk beradaptasi dengan lingkungan kerja yang sebenarnya. Skill dan knowledge yang mereka dapatkan tentu saja tidak langsung, mereka juga harus mengikuti program dan sistem yang diadakan pada tempat magang atau internship mereka, oleh karena itu mereka dibimbing oleh mentor ditempat magang masing – masing.

Tentu saja pada saat mereka baru melaksanakan magang mereka harus beradaptasi terlebih dahulu, karena dunia kerja dan perkuliahan tentu saja sangat berbeda. Perkuliahan adalah tempat mencari ilmu, sementara dunia kerja adalah tempat membangun karir dengan pelaksanaan tugas yang dibebankan dan mungkin saja terkadang menemui berbagai kendala atau hambatan, maka dengan dilaksanakannya program magang diharapkan para peserta (mahasiswa) dapat lebih siap untuk memahami dunia kerja.

Setiap lingkungan kerja tentu saja kita akan bertemu dengan berbagai karakter manusia yang memiliki sifat berbeda dan kondisi lapangan yang berbeda pula, oleh karena itu kemampuan beradaptasi juga sangat di butuhkan selain persiapan mental yang kuat dalam menghadapi berbagai kendala di tempat kerja. Dalam melaksanakan program magang mahasiswa/i diharapkan siap, tanpa keterpaksaan untuk mendapatkan ilmu dan pengetahuan sekaligus praktek melaksanakan tugas dari para mentor yang berada di tempat magang dalam hal ini divisi program dan produksi radio selama 1 (satu) bulan maksimal 3 (tiga) bulan.

TINJAUAN PUSTAKA

Model Perencanaan Program Komunikasi

Menurut John Middleton (1978) perencanaan komunikasi adalah proses pengelolaan dan atau pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan- keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebani oleh organisasi. Selain itu, menurut Robin Mehall perencanaan komunikasi adalah sebuah dokumen yang tertulis yang menggambarkan tentang apa yang harus dilakukan berhubungan dengan komunikasi dalam pencapaian tujuan, dengan cara apa yang dapat dilakukan sehingga tujuan tersebut dapat dicapai, dan kepada siapa program komunikasi itu ditujukan, dengan peralatan dan dalam dan dalam jangka waktu beberapa lama hal itu bias dicapai, bagaimana cara mengukur (evaluasi) hasil-hasil yang diperoleh dari program tersebut. Dari beberapa pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa perencanaan komunikasi dapat dipergunakan untuk merancang sebuah program ataupun produk, perencanaan komunikasi merupakan hal paling mendasar yang diperlukan untuk suatu kegiatan, dan yang paling utama sebagai ajang untuk memperkenalkan atau memasarkan program, ide, serta gagasan. Hafied Cangara (2013) dalam buku Perencanaan dan Strategi Komunikasi, mengungkapkan model perencanaan beberapa langkah diantaranya, yakni:

1. Identifikasi target khalayak (audience). Identifikasi target khalayak atau biasa disebut pemetaan pemangku kepentingan (stakeholders mapping). Di sini pemetaan dilakukan untuk mengetahui apakah khalayak yang menjadi terget sasaran bentuknya perorangan atau kelompok. Menghadapi khalayak yang sifatnya perorangan dengan yang kelompok akan sangat berbeda, di mana khalayak yang berkelompok harus memerlukan kesiapan karena respons atau tanggapan dari mereka bisa bermacam-macam. Posisi target khalayak yang akan dihadapi menentukan perencanaan komunikasi yang akan di gunakan.
2. Tujuan yang ingin dicapai. Setelah ada gambaran mengenai sasaran khalayak, tahap berikutnya menetapkan tujuan yang ingin dicapai. Di mana tujuan harus jelas, dan perubahan harus dikehendaki bisa terbaca, untuk itu diperlukannya komitmen yang tinggi untuk mendorong ke arah tujuan yang ingin dicapai.

3. Pesan yang dimuat. Dengan mahami tipe khalayak dan tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan tersebut maka perencanaan komunikasi harus mampu memilah pesan apa yang sesuai dengan pengetahuan, kebutuhan, dan pengalaman khalayak yang menjadi target sasaran. Setiap khalayak memiliki keragaman yang berbeda satu sama lainnya. Untuk itu diperlukan kunci-kunci pesan yang cocok dengan sasaran khalayak.
4. Media (saluran) yang tepat. Memilih saluran yang tepat terlebih dahulu harus mengetahui informasi lapangan yang telah dipetakan, yakni apakah khalayak yang menjadi target sasaran rata-rata mengetahui dan memiliki media yang di gunakan dalam kegiatan.
5. Evaluasi (ukur keberhasilan yang dicapai). Pada tahap ini, program komunikasi yang sudah dijalankan perlu dievaluasi untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan yang di peroleh. Apakah khalayak sudah menerima dan mengerti isi pesan yang disampaikan dan apakah ada perubahan perilaku dan sikap yang ada pada khalayak sesuai dengan tujuan program.

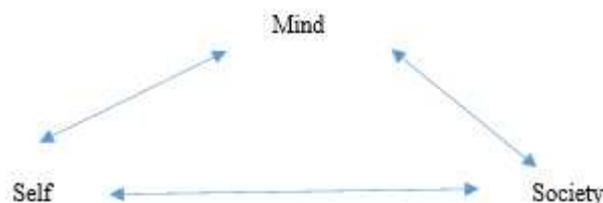


Gambar 1 : PPK Siklus SOSTAC

Teori Interaksional Simbolik

George Herbert Mead lahir di Massacusettes, Amerika Serikat, pada tahun 1863, yakni pada era perang sipil. George Herbert Mead, tokoh yang lebih dikenal sebagai perintis teori interaksionisme simbolik menyatakan tentang posisi simbol dalam lingkaran kehidupan sosial. Mead tertarik pada interaksi yang mana isyarat non verbal dan makna dari suatu pesan verbal akan mempengaruhi pikiran orang yang sedang berinteraksi. Menurutnya, simbol dalam lingkaran ini merupakan sesuatu yang digunakan dalam berkomunikasi untuk menyampaikan pesan yang dimaksud oleh aktor. Proses memahami simbol tersebut adalah bagian atau memang merupakan proses penafsiran dalam berkomunikasi.

Seperti salah satu premis yang dikembangkan hermeneutik yang menyatakan bahwa dasarnya hidup manusia adalah memahami dan segala pemahaman manusia tentang hidup kemungkinan karena manusia melakukan penafsiran baik secara sadar maupun tidak (Umiarso dan Elbandiansyah, 2014: 63). Cara manusia mengartikan dunia dan dirinya sendiri berkaitan erat dengan masyarakatnya. Dalam teorinya Mead melihat pikiran dan diri menjadi bagian dari perilaku manusia, yaitu bagian interaksinya dengan orang lain. Interaksi itu membuat dia mengenal dunia dan dia sendiri. Mead mengatakan bahwa, pikiran (mind) dan diri (self) berasal dari masyarakat (society) atau aksi sosial (social act)



Gambar 2. Interaksional Simbolik. Mead 2022

1. Mind adalah sebuah proses berfikir melalui situasi dan merencanakan sebuah tindakan terhadap objek melalui pemikiran simbolik. Menurut Mead pikiran atau mind muncul bersamaan dengan proses komunikasi yang melibatkan bahasa serta gerak tubuh. Pikiran muncul dan berkembang dalam proses sosial dan merupakan bagian dari proses sosial (Griffin, 2012:58).

2. Self atau diri merupakan fungsi dari bahasa karena dapat merespon kepada diri sendiri sebagai objek. The self atau diri merupakan ciri khas manusia. Diri adalah kemampuan untuk menerima diri sendiri sebagai sebuah objek dari perspektif yang berasal dari orang lain atau masyarakat. Diri muncul dan berkembang melalui aktivitas intraksi sosial dan bahasa juga memungkinkan orang berperan dalam percakapan dengan orang lain karena adanya simbol (Griffin, 2012:59).

Society atau masyarakat adalah interaksi yang terjadi pada setiap individu yang prosesnya melibatkan penggunaan bahasa atau isyarat, juga berkaitan dengan proses sosial yang ada di masyarakat. Masyarakat selalu ada dalam diri individu. Masyarakat hanya dipandang secara umum sebagai proses sosial yang mendahului mind dan self tetapi yang terpenting bahwa disetiap diri individu didalamnya juga terdapat orang lain dan terjadi interaksi (Griffin, 2012:60). 11 Penggunaan teori ini lebih dikarenakan pemikiran dalam teori tersebut memiliki tendensi kuat untuk menganalisis penelitian ini.

Komunikasi

Menurut Ivancevich, et. al., (2007) yang dikutip oleh Sunyoto dan Burhanudin dalam bukunya yang berjudul *Perilaku Organisasional* (2011:70) “Komunikasi dapat didefinisikan sebagai transisi informasi dan pemahaman melalui penggunaan symbol symbol bersama dari satu orang atau kelompok pihak lain, simbol-simbol tersebut dapat verbal maupun non verbal”.

Menurut Shannon dan Weaver (1949) dalam Cangara (2008: 20), “Komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh memengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak disengaja. Tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni, dan teknologi”.

Kemudian menurut kelompok sarjana komunikasi yang memfokuskan diri pada studi komunikasi antarmanusia yang dikutip oleh Dewi dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Bisnis* (2007: 7) menyatakan bahwa “Komunikasi adalah suatu pertukaran, proses simbolik yang menghendaki orang-orang agar mengatur lingkungannya dengan membangun hubungan antar sesama manusia melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain, serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu”. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lainnya untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, tingkah laku baik secara lisan (langsung) maupun tidak langsung (melalui media). Menurut Onong Uchjana Effendy (2008:31) menyimpulkan bahwa fungsi-fungsi komunikasi dan komunikasi massa dapat disederhanakan menjadi empat fungsi, yaitu:

- Menginformasikan (to inform) Adalah memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
- Mendidik (to educate) Adalah komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide atau pikirannya kepada orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.
- Menghibur (to entertain) Adalah komunikasi selain berguna untuk menyampaikan informasi, pendidikan dan mempengaruhi juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

Mempengaruhi (to influence) Adalah fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauhnya lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan yang diharapkan (Effendy, 1996:36).

Komunikasi Interpersonal

Menurut Devito ada 5 tujuan yang ingin dicapai oleh seseorang saat melakukan komunikasi interpersonal (Devito, 2009,p17-19) :

1. Untuk belajar (to learn): Salah satu tujuan utama menyangkut penemuan diri (personal discovery). Dengan berkomunikasi dengan orang lain maka anda akan belajar mengenai diri sendiri selain juga tentang orang lain. Dengan berbicara tentang diri kita maka kita akan memperoleh umpan balik yang berharga mengenai perasaan, pemikiran, dan perilaku kita. Dengan kata lain dengan kita berkomunikasi dengan orang lain juga terjadi proses perbandingan sosial, melalui perbandingan sosial tersebut maka kita mengevaluasi sebagian besar dalam diri sendiri dengan membandingkan diri kita dengan orang lain.
2. Untuk berhubungan (to relate): Dengan kita berkomunikasi maka kita akan menjaga hubungan dengan orang lain. Bila kita ingin dicintai dan disukai, namun kadang kita juga ingin mencintai dan menyukai orang lain.

3. Untuk meyakinkan (to influence): Dalam kehidupan sehari-hari kita banyak dipengaruhi oleh media massa, surat kabar dan iklan, namun kita lebih banyak menghabiskan waktu untuk melakukan persuasi antarpribadi, baik sebagai komunikator maupun sebagai komunikan.
4. Untuk bermain (to play): Kita menggunakan komunikasi untuk bermain dan menghibur diri. Banyak dari kita mendengarkan musik, pelawak, dan film. Banyak dari perilaku komunikasi kita dirancang untuk menghibur orang lain- menceritakan lelucon, mengutarakan sesuatu, dan mengaitkan cerita. Namun hiburan ini selalu mempunyai tujuan akhir yaitu untuk menarik perhatian orang lain sehingga kita dapat mencapai tujuan-tujuan lain.

Untuk menolong (to help): Terapis, konselor, orang tua, dan teman adalah hanya kategori sedikit dari mereka yang sepuluh berpikir selalu berkomunikasi dalam rangka untuk membantu. karena hal ini terjadi dengan conselors dan theraphist, profesi keseluruhan yang tidak membuat setidaknya beberapa penggunaan yang signifikan dari fungsi ini membantu. (Devito, 2009, p.19).

Skill

Skill adalah kemampuan untuk menggunakan akal, fikiran dan ide dan kreatifitas dalam mengerjakan, mengubah ataupun membuat sesuatu menjadi lebih bermakna sehingga menghasilkan sebuah nilai dari hasil pekerjaan tersebut. Ada juga pengertian lain yang mendefinisikan bahwa skill adalah suatu kemampuan untuk menerjemahkan pengetahuan ke dalam praktik sehingga tercapai hasil kerja yang diinginkan (Suprpto, 2009:135) Dan skill atau keterampilan dikategorikan menjadi empat yaitu :

Basic Literacy Skill adalah Keahlian dasar merupakan keahlian seseorang yang pasti dan wajib dimiliki oleh kebanyakan orang, seperti membaca, menulis dan mendengar.

Technical Skill adalah Keahlian teknik merupakan keahlian seseorang dalam pengembangan teknik yang dimiliki, seperti menghitung secara tepat, mengoperasikan komputer.

Interpersonal Skill adalah Keahlian interpersonal merupakan kemampuan seseorang secara efektif untuk berinteraksi dengan orang lain maupun dengan rekan kerja, seperti pendengar yang baik, menyampaikan pendapat secara jelas dan bekerja dalam satu tim.

Problem Solving adalah Menyelesaikan masalah adalah proses aktifitas untuk menajamkan logika, berargumentasi dan penyelesaian masalah serta kemampuan untuk mengetahui penyebab, mengembangkan alternatif dan menganalisa serta memilih penyelesaian yang baik. Jenis Skill Robert L katz yang dikutip oleh (Ulber silalahi, 2002:56), mengidentifikasi tipe-tipe dasar keterampilan ,yaitu :Keterampilan Teknik (technical skills) Keterampilan Administratif Keterampilan Hubungan Manusia Keterampilan konseptual Keterampilan Diagnostik.

Knowledge

Knowledge secara bahasa berasal dari bahasa Inggris yang memiliki makna dalam bahasa Indonesia pengetahuan. Kata “knowledge” merujuk pada sebuah kata ide, pemahaman, penalaran maupun informasi. Selain itu, ide ataupun pemahaman tersebut dapat berasal dari dalam otak manusia ataupun dapat dilihat dengan mata. Istilah “knowledge” dalam suatu perusahaan digunakan untuk mengambil langkah yang efektif untuk mencapai tujuan organisasi. Terdapat beberapa karakteristik dari “knowledge” sebagai berikut (Astuti et.al, 2017:4) : a.Tercipta secara dinamis, b. Pada hakekatnya berhubungan dengan manusia, c. Prasyarat untuk tingkah laku manusia.

Penciptaan “knowledge” yang dinamis merujuk pada proses yang selalu bergerak. Artinya, terciptanya “knowledge” tidak ditinggalkan dan selalu digerakkan dengan ide-ide lainnya. Ide-ide tersebut dapat berasal dari perspektif yang berbeda. Perbedaan tersebut dapat berupa perbedaan keyakinan, cara berfikir dan sebagainya (Astuti et.al, 2017:5). Pengetahuan dalam Kusumadmo (2013), adalah penggunaan informasi dan data secara penuh yang dilengkapi dengan potensi ketrampilan, kompetensi, ide, intuisi, komitmen, dan motivasi orang-orang yang terlibat. Pandangan holistic menganggap pengetahuan terdapat di dalam berbagai ide, keputusan, talenta, akar penyebab, hubungan, perspektif, dan konsep. Pengetahuan disimpan di dalam otak individu atau di-encode (diubah dalam bentuk kode) di dalam proses, dokumen, produk, fasilitas, dan sistem organisasi. Pengetahuan adalah tindakan, inovasi terfokus, keahlian, keahlian yang dikumpulkan menjadi satu, hubungan, dan aliansi khusus.

Komponen Knowledge Menurut Turban (Turban 2001, 363), knowledge berkembang dari waktu ke waktu sesuai dengan pengalaman, yang membuat hubungan antara situasi dan peristiwa yang baru secara kontekstual. Ground Truth: ini adalah kebenaran yang dicapai dari pengalaman, bukan dari teori, Complexity: situasi yang kompleks mengindikasikan pendekatan yang kompleks dalam penyelesaiannya. Masalah akan menjadi kompleks apabila kurangnya knowledge. Heuristic (rules of thumb) and intuition: panduan dalam memudahkan pemecahan masalah. Values and beliefs: tiap orang mempunyai cara pemecahan masalah yang berbeda.

Magang

Menurut Henry Simamora (Mustofa Kamil, 2010:71) Kerja Praktik (magang) biasa disebut dengan built in learning, apprenticeship, learning by doing atau on the job training/off the job training, di mana program ini dirancang untuk level keahlian yang lebih tinggi. Oleh karenanya program pembelajaran Kerja Praktik (magang) (learning by doing) cenderung mengarah pada pendidikan (education) dari pada pelatihan dalam hal pengetahuan dan dalam melakukan suatu keahlian atau suatu rangkaian pekerjaan yang saling berhubungan. Oleh karena itu program Kerja Praktik (magang) adalah menggabungkan pelatihan dan pengalaman pada pekerjaan dengan instruksi yang didapatkan di dalam tempat tertentu untuk subyek-subyek tertentu. Pada konteks lain, Kerja Praktik (magang) memiliki pengertian sebagai suatu proses belajar dimana seseorang memperoleh dan menguasai ketrampilan dengan jalan melibatkan diri dalam proses pekerjaan tanpa atau dengan petunjuk orang yang sudah terampil dalam pekerjaannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan atau metode kualitatif untuk menggali informasi yang luas untuk kepentingan penelitian baik dari perencanaan program magang maupun implementasi praktek kerja atau magang di media radio pada divisi program produksi. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivis. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap socially meaningful action melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara mengelola dunia sosial mereka (Hidayat, 2003:3).

Subjek penelitian berjumlah 9 (Sembilan orang).

No.	Nama	Status	Keterangan
Informan1	Arman	Karyawan Mgs	Manajer Program
Informan2	Arul	Karyawan Mgs	Music Director
Informan3	Budi	Mahasiswa	Univ. Gunadarma
Informan4	Nahdah	Mahasiswa	Univ. Gunadarma
Informan5	Andrian	Mahasiswa	Univ. Gunadarma
Informan6	Anggreni	Mahasiswa	Univ. Gunadarma
Informan7	Natasha	Mahasiswa	Univ. Gunadarma
Informan8	Aurelia	Mahasiswa	Univ. Gunadarma
Informan9	Fandra	Mahasiswa	Univ. Gunadarma

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian yang diperoleh dilapangan menunjukkan keselarasan dengan model perencanaan program komunikasi yakni :

- Tahap Analisis Situasi-Sebagai institusi pendidikan yang sangat baik Universitas Gunadarma melakukan analisa program yang mampu meningkatkan skill dan knowledge mahasiswa hingga terpilihnya program magang di media radio demi menunjang pembelajaran yang diberikan di tempat kuliah.
- Tahap Penetapan Sasaran-Media massa merupakan satu sarana komunikasi massa yang terselenggara melalui media baik konvensional maupun new media, dalam hal ini program magang memilih media radio Megaswara Bogor dengan berbagai pertimbangan lokasi, konten media, dan pembelajaran broadcasting bersama awak media radio.
- Tahap Perancangan Strategi-Merancang peminatan mahasiswa untuk memilih program magang sebagai tindak lanjut implementasi dari pembelajaran yang sarat dengan konseptual dan teoritis di perkuliahan.
- Tahap Pemilihan Taktik- Briefing hingga pelaksanaan program magang yang terselenggara selama 1 (satu) bulan maximal 3 (tiga) bulan dengan pemilihan divisi Program Produksi / Marketing / Human Resort Departement dan Administrasi keuangan.
- Tahap Rencana Aksi-Pelaksanaan program magang yang melibatkan seluruh peserta magang dengan pendampingan para mentor dari media radio Megaswara. Semua peserta magang harus

mengikuti aturan perusahaan tempat magang, mulai dari kehadiran/absensi, pelaksanaan tugas sebagaimana awak media pada divisi program produksi mulai dari bagaimana dan kapan pemancar on-off setiap harinya, belajar menjadi script writer, mengenal dunia broadcasting dengan voice over untuk membaca pemberitaan yang telah melalui proses editing, memahami tugas geetkeeping media radio, membuat konten media online untuk megaswara radio yang sudah melakukan konvergensi media dengan media social, belajar membuat iklan sesuai request marketing untuk pembuatan spot iklan, dan lain sebagainya.

- Tahap Pengendalian dan Monev-Mentor atau tim dari media radio Megaswara selain memberi pembelajaran materi dan implementasi atau praktek, para peserta program magang juga tidak luput dari pantauan dari berbagai aspek yang pada akhirnya akan mendapatkan nilai yang memuaskan setelah selesainya program magang.
- Secara keseluruhan dapat tergambar implementasi identifikasi target tempat magang, tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan dan setelah pelaksanaan magang, informasi atau pesan yang berbentuk materi pembelajaran yang dibutuhkan, hingga penentuan media mana yang dipilih sebagai tempat magang, dan terakhir melakukan evaluasi terkait hasil magang berbentuk penilaian dari Tim Media Radio Megaswara Bogor sebagai mentor dan implementasi pemahaman mahasiswa yang lebih berkembang setelah mengikuti program magang.
- Tahap akhir ini menjadi tolak ukur keberhasilan bagi mahasiswa untuk memperlihatkan perkembangan skill dan knowledge termasuk pembelajaran problem solving sebagai bekal jika kelak para mahasiswa sudah terjun ke dunia kerja yang sesungguhnya. Hal ini tidak luput dari pantauan kordinator program magang Universitas Gunadarma sebagai bentuk monitoring dan evaluasi selain monev yang dilakukan para mentor di media radio. Kordinator program magang selalu menjalin hubungan baik dengan media radio Megaswara agar kerjasama tetap bisa terjalin demi kemajuan dan kesuksesan mahasiswa.

Implementasi lapangan menunjukkan pula keselarasan dengan pemilihan teoritis yakni Teori Interaksional Simbolik. Mind, Self, & Society (fikiran, diri dan masyarakat) yang menjelaskan hubungan antara simbol dan interaksi. Interaksi simbolik fokus pertama pada pentingnya konsep diri dengan pemikiran yang logis terhadap program magang yang dijalankan dalam hal ini konsep diri mahasiswa yang mengikuti program magang di media radio Megaswara Bogor dengan memperlihatkan peranan, talenta, keterampilan, nilai dan intelektualitas dalam membentuk diri yang siap menerima pembelajaran dan sekaligus mengimplementasikannya dalam bentuk tugas membuat script siaran radio, konten media sosial radio, belajar menjadi seorang announcer, mengisi voice over di ruang produksi, membuat spot iklan dengan materi kata yang dibuat dengan kreatifitas yang baik.

Hubungan antara individu dengan masyarakat dalam hal ini terciptanya hubungan yang baik antara peserta magang dengan mentor dari radio megaswara divisi program produksi dan dapat bersosialisasi dengan baik semua karyawan karyawan staf dan awak media radio megaswara.



Gambar 3 Gedung radio Megaswara Bogor dan ruang siar



Gambar 4 Ruang diskusi program magang bersama mentor manajer program

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan :

1. Universitas Gunadarma sudah membuat perencanaan dan pengelolaan program magang dengan baik dengan mengedepankan kepentingan mahasiswa. Hal tersebut terlihat dengan intensive membangun hubungan baik dengan media komunikasi dalam hal ini media Radio Megaswara Bogor. Pengelolaan program magang bagi mahasiswa dilakukan setiap tahunnya, mulai dari tahap analisis situasi pentingnya program magang – penetapan sasaran memilih tempat magang – perancangan strategi penentuan lama program magang dan pengetahuan berbagai divisi pada media radio – pemilihan taktik divisi program produksi media radio menjadi sasaran utama pembelajaran kendati dibekali pula wawasan diberbagai lintas divisi pada radio Megaswara – rencana aksi pelaksanaan program magang dengan implementasi tugas tertulis, praktek kerja dan problem solving – pengendalian dan monev berbentuk monitoring dari pihak mentor radio megaswara yang memberikan penilaian sebagai hasil akhir dari selesaikan program magang termasuk penilaian dari kordinator program magang kampus yang memantau perkembangan mahasiswa dalam melaksanakan program magang.
2. Program magang terlaksana dengan baik dengan komunikasi interaksional termasuk problem solving dengan banyak belajar dan bertanya, antara peserta program magang dengan mentor dari radio megaswara dalam hal ini manajer program produksi. Harmonisasi yang berbasis attitude yang baik diberikan pula oleh HRD media radio Megaswara, hal ini agar dalam pelaksanaan program magang tidak hanya fokus pada kegiatannya saja namun bersosialisasi yang baik juga dibutuhkan sebagai bentuk implementasi dari Triangle Success yakni skill, knowledge & attitude.

Saran

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperdalam kajian tentang komunikasi interpersonal dalam mengembangkan skill, knowledge & Attitude yang lebih fokus pada konten media berbasis digitalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Hasan, M. I. (2002). Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Bogor: Ghalia Indonesia.
- [2]. Smith, Paul R. 2003. Great Answer to Tought Marketing Questions 2nd edition. London: Kogan Page Ltd.
- [3]. Moleong, L. J. (2005). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya. Purwanto, D. (2006). Komunikasi Bisnis. Jakarta: Erlangga.

- [4]. Cangara, H. (2008). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Press. Effendy, O. U. (2008). Dinamika Komunikasi. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung. E Danial, N. W. (2009). Metode Penulisan Karya Ilmiah. Bandung: Laboraturium Pendidikan Kewarganegaraan.
- [5]. Pendidikan Kewarganegaraan.
- [6]. Matthew B. Miles, A. M. (2009). Analisis Data Kualitatif. Jakarta: UI Press. Kamil, M. (2010). Model Pendidikan dan Pelatihan . Bandung: Alfabeta.
- [7]. Danang Sunyoto, B. (2011). Perilaku Organisasi. Yogyakarta: CAPS.
- [8]. Devito, J. A. (2011). Komunikasi Antarmanusia. Tangerang: Karisma Publishing Group. Cangara, H. (2008). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Rajawali Press.
- [9]. Effendy, O. U. (2008). Dinamika Komunikasi. PT. Remaja Rosdakarya: Bandung. Ahmadi. 2008. 'Interaksi Simbolik Suatu Pengantar ' Mediator : Jurnal Komunikasi
- [10]. Vol. 09,56 : 303-304
- [11]. E Danial, N. W. (2009). Metode Penulisan Karya Ilmiah. Bandung: Laboraturium Pendidikan Kewarganegaraan.
- [12]. Matthew B. Miles, A. M. (2009). Analisis Data Kualitatif. Jakarta: UI Press. Kamil, M. (2010). Model Pendidikan dan Pelatihan . Bandung: Alfabeta.
- [13]. Danang Sunyoto, B. (2011). Perilaku Organisasi. Yogyakarta: CAPS.
- [14]. Devito, J. A. (2011). Komunikasi Antarmanusia. Tangerang: Karisma Publishing Group. Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- [15]. Dr. H. Ishaq, S. M. (2017). Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, serta Disertasi. Bandung: Alfabeta.
- [16]. Kusumadmo, E. (2013). Manajemen strategik pengetahuan. Yogyakarta: Cahaya Atma Pustaka.
- [17]. Hamad, Ibnu. 2015. Perencanaan Program Komunikasi. Edisi 3. Tangerang Selatan Universitas Terbuka
- [18]. Dr. H. Ishaq, S. M. (2017). Metode Penelitian Hukum dan Penulisan Skripsi, Tesis, serta Disertasi. Bandung: Alfabeta.