

Potret Dunia Kerja Sarjana Komunikasi: Sebuah Perspektif Aksiologi

Iman Mukhroman



ABSTRACT

The number of unemployment in Indonesia has been oversupplied. This year, 2005, the number has reached more or less 40 millions. There will be about 2 millions to 3 millions new jobseekers, that are school graduated. Commonly, they are young productive people. In UNDP publication, Driving Information and Communications Technology for Development (2001), written, " information and communication technology have been an effective tool in a 'war' against the world poverty. Information and communication technology have given a chance for developing countries to achieve vital target of development, such as poverty elimination, basic health guarantee, a more effective education than before. The countries that have been succeeded in applying the potency of information and communication technology, have gotten the result: a spreading and high economic growth, which dramatically increases the people's prosperity and creating a more democratic government. This essay tries to reveal how perspective of communication axiology in establishing work ethic of communication scholar entrepreneur. Most of the university graduates are prepared to be a job seeker rather than to be a job creator.

Keywords: Axiology, communication science, entrepreneur.



Pendahuluan

Kesejahteraan masyarakat, keadilan sosial, merupakan tujuan yang ingin dicapai oleh semua bangsa di dunia, baik bangsa maju, berkembang maupun terbelakang. Di Indonesia, tujuan ini secara khusus ditempatkan para *found-ing fathers* bangsa Indonesia dalam butir kelima dari Pancasila, yakni keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia.

Meski begitu, tujuan tersebut tidaklah mudah untuk diwujudkan karena berbagai perkembangan nasional dan internasional sangat mempengaruhi upaya mewujudkannya. Salah satu hal yang secara langsung maupun tak langsung mempengaruhi pencapaian tujuan pembangunan ini adalah penguasaan dan pemanfaatan atas teknologi dan informasi yang perkembangannya sungguh luar biasa dalam dua dekade terakhir. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menandai bangkitnya sebuah model perdagangan baru di dunia. Sebuah kata yang sangat populer menggambarkan fenomena baru di dunia saat ini yang menjadikan masyarakat internasional lainnya sebuah desa kecil adalah 'globalisasi'.

Globalisasi secara institusional ditandai dengan munculnya pengelompokan-pengelompokan negara dalam kawasan tertentu untuk menciptakan sebuah sirkuit perdagangan yang lebih bebas di antara mereka, sehingga meningkatkan volume perdagangan di antara mereka, seperti AFTA (*Asia Free Trade Agreement*) dan APEC. Sebuah bentuk kerjasama kawasan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui perdagangan bebas. Sementara, secara fisik globalisasi ditandai dengan perkembangan kota-kota menjadi bagian dari jaringan kota dunia, dilihat dari infrastruktur telekomunikasi, jaringan transportasi, perusahaan-perusahaan berskala internasional serta cabang-cabangnya, transaksi-transaksi antar wilayah seperti investasi dan perdagangan, kerjasama antara pasar-pasar uang, serta tumbuhnya pasar tenaga kerja antar negara (*transnational*) untuk profesional serta tenaga kerja dengan keahlian khusus (Saskia Sassen, 21: 2002).

Dengan jumlah pengangguran hampir mencapai 40 juta orang dan angka kemiskinan hampir mencapai 80 juta orang, yang menempatkan Indonesia pada peringkat 110 di *Human Development Index 2002*, di antara 170-an negara, maka tantangan *internal* yang dihadapi oleh bangsa Indonesia bersama-sama untuk mencapai kesejahteraan dan keadilan sosial cukup berat. Pengentasan kemiskinan, pengurangan jumlah pengangguran, pendidikan, peningkatan kesejahteraan, dan lain sebagainya.

Globalisasi, teknologi informasi dan komunikasi, serta otonomi daerah, merupakan faktor-faktor penting dalam proses membangun bangsa ini. Begitu juga sumber daya manusia, investasi serta kemampuan untuk mengolah dan memanfaatkan informasi. Otonomi daerah secara formal memberikan kebebasan bagi daerah untuk menetapkan strategi pembangunan yang sesuai dengan kepentingannya. Otonomi daerah juga menjadi jembatan bagi model

globalisasi untuk mencapai daerah-daerah dan menyelenggarakan proses investasi. Dengan segala instrumen keuangan, kelembagaan serta instrumen kemasyarakatan yang ada, proses globalisasi cepat atau lambat akan menyentuh penjuru daerah-daerah atas nama pembangunan. Karenanya, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi menjadi faktor yang signifikan dalam menentukan keberhasilan proses pembangunan di tingkat lokal maupun nasional. Dennis McQuail (1987:3-4) menegaskan:

"Media komunikasi massa merupakan sumber kekuatan - alat kontrol, manajemen, dan inovasi dalam masyarakat yang dapat didayagunakan sebagai pengganti kekuatan atau sumber daya lainnya. Media telah menjadi sumber dominan bukan saja bagi individu untuk memperoleh gambaran dan citra realitas sosial, tetapi juga bagi masyarakat dan kelompok secara kolektif. Media juga merupakan saluran yang dimanfaatkan untuk mengendalikan arah dan memberikan dorongan terhadap perubahan sosial".

Perspektif Aksiologi dalam Ilmu Komunikasi

Aksiologi adalah asas mengenai "cara bagaimana" menggunakan ilmu pengetahuan yang secara epistemologi diperoleh dan disusun secara sistematis itu. Dalam kamus "The Random House Dictionary of English Language" dinyatakan bahwa aksiologi adalah cabang filsafat yang berkaitan dengan nilai-nilai seperti Etika, Etiket, Estetika dan Agama (Ruslan,2001:14). Sementara itu, Richard Lanigan dalam Ruslan (2001) dan Effendi (1993) menyatakan bahwa aksiologi merupakan kategori keempat dari filsafat yang berkaitan dengan studi tentang etika dan estetika.

Nina Syam (2001) menyatakan bahwa dalam kajian aksiologi pada filsafat komunikasi, mencoba menjawab pertanyaan sebagai berikut : 1). Dapatkah teori menjadi nilai yang bebas? 2). Sampai seberapa jauh praktek penyelidikan mempengaruhi hal yang dipelajari? dan 3). Sampai seberapa jauh usaha para ilmuwan untuk mencapai perubahan sosial? Terkait dengan ketiga hal tersebut, Littlejohn dalam Effendi (1993: 335) menegaskan bahwa secara keseluruhan dalam persoalan aksiologis ini terdapat dua posisi umum. *Pertama*; ilmu yang sadar nilai (*value-conscious*) mengakui pentingnya nilai bagi penelitian dan teori dan secara bersama berupaya untuk mengarahkan nilai-nilai itu kepada tujuan yang positif. *Kedua*; ilmu yang bernilai netral (*value-neutral*) percaya bahwa ilmu menjauhkan diri dari nilai-nilai, dan para cendekiawan mengontrol efek nilai-nilai itu. Nilai dalam kajian aksiologi adalah pandangan, cita-cita, adat istiadat, kebiasaan yang berlaku dan dapat menimbulkan tanggapan emosional dari perorangan atau masyarakat.

Terkait hal ini, perlu kiranya seorang komunikator ketika hendak menyampaikan pemikiran-pemikirannya dalam bentuk; pesan, pendapat

dan informasi melalui bahasa sebagai lambangnya, terlebih dahulu melakukan pertimbangan berdasarkan nilai etika (*value judgement*) yang berlaku baik atau buruk, benar atau salah, etis atau tidak etis, estetis atau tidak estetis dan sebagainya. Jadi, dalam filsafat komunikasi sesuatu nilai berkaitan dengan logika, etika, dan estetika. Logika membahas nilai kebenaran, sehingga dapat memperoleh cara berpikir yang benar dan sistematis; Etika membahas nilai kebaikan mengenai perilaku manusia; dan Estetika membahas tentang nilai-nilai keindahan, baik keindahan alam maupun keindahan manusia dengan segala kreativitas dan hasil karya seninya.

Berikut ini gambaran dari bagan aksiologi tentang hubungan antara logika, etika, dan estetika.

Filsafat	Dasar	Tujuan	Nilai	Menciptakan
Logika	Pikiran	Kebenaran	Benar dan Salah	Ilmu Pengetahuan
Etika	Kehendak	Kebaikan	Baik dan Buruk	Keserasian
Estetika	Perasaan	Keindahan	Indah dan Jelek	Kesenian

Sumber: Effendi (1993:381)

Beranjak dari deskripsi mengenai bentuk atau *level of communication*, media, maupun efek komunikasi, dipandang dari perspektif aksiologi; maka pada dasarnya ilmu komunikasi itu merupakan suatu ilmu yang menuntun umat manusia kepada jalan kebenaran dalam kehidupannya, betapa tidak setelah seorang individu mempelajari hakekat komunikasi maka ia akan menjadi sosok manusia yang paham akan harkat dan martabat manusia, sehingga ketahuannya akan hakekat manusia tersebut menyebabkan manusia akan berada dalam suatu tatanan kehidupan yang saling menghargai, saling menyayangi, saling membantu, dan saling menghormati harkat kemanusiaan individu lain. Dalam perspektif inilah seharusnya manusia itu dapat menempatkan dirinya, sebagaimana semestinya secara etis, estetis, dan logis.

Berdasarkan pendekatan ilmiah (positivistik) keberadaan ilmu harus bebas nilai, objektif, dan berlaku umum dalam pengertian nilai-nilai manfaat (aksiologinya) dari suatu ilmu tersebut dapat menjangkau segenap lapisan masyarakat. Karenanya, dalam konteks aksiologi (nilai manfaat praktis) dari suatu ilmu pengetahuan haruslah menjadi atensi dari segenap komponen masyarakat pengguna ilmu tersebut, yakni persoalan yang menyangkut aksiologi dari bentuk komunikasi massa, maka berbagai media massa baik cetak (Surat Kabar Harian, Majalah, Tabloid, Buletin) maupun media massa

elektronik (Radio, Televisi, Internet) keberadaannya haruslah menjadi salah satu sumber bagi kesejahteraan umat manusia bukan justru sebaliknya menjadi sumber malapetaka dalam kehidupan umat manusia.

Jadi, dasar perspektif aksiologi sesungguhnya keberadaan ilmu komunikasi merupakan salah satu ilmu yang diberikan Allah SWT kepada umat manusia agar sesama manusia satu sama lain dapat hidup secara damai dan bermartabat.

Seiring dengan perkembangan teknologi media komunikasi yang begitu pesat sehingga saat ini nyaris menghilangkan batas ruang dan waktu, upaya peningkatan mutu pendidikan di Indonesia sebagai jawaban dari tantangan ini mesti dilakukan. Tidak terkecuali di bidang ilmu komunikasi. Berbagai program dan inovasi pendidikan, seperti penataan menuju kurikulum berbasis kompetensi, pengadaan buku ajar dan buku referensi lainnya, peningkatan kualitas dosen dan tenaga kependidikan lainnya; melalui berbagai pelatihan dan peningkatan kualifikasi pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan perkembangan teknologi media komunikasi, peningkatan manajemen pendidikan, serta pengadaan fasilitas penunjang, dan lainnya. Sehingga pada era informasi yang global sekarang, kita diharapkan dapat mengejar ketertinggalan dalam hal mutu pendidikan di bidang ilmu komunikasi.

Menurut data, Human Development Index (HDI) Indonesia menduduki peringkat 102 dari 106 negara yang disurvei. Survei the Political Economic Risk Consultation (PERC) menemukan bahwa Indonesia berada di peringkat ke 12 dari 12 negara yang disurvei. Peningkatan mutu pendidikan berarti peningkatan mutu sumber daya manusia. Sementara mutu pendidikan belum menggembirakan, berarti mutu sumber daya manusia Indonesia juga belum menggembirakan. Kini Indonesia menghadapi dua tantangan sekaligus; tantangan dari dalam dan dari luar.

Tantangan dari dalam negeri adalah krisis ekonomi dan krisis multidimensi belum juga berakhir sehingga pengangguran terus bertambah. Pada bidang pendidikan, data Depdiknas menunjukkan bahwa sekitar 88,4% lulusan SLTA tidak melanjutkan ke PT, dan 34,4% lulusan SLTP tidak melanjutkan ke SLTA. Mereka setiap tahun menambah jumlah deretan pencari kerja, sementara bekal untuk kesiapan kerja belum dimiliki. Sementara, dari luar tantangan itu akan muncul dengan disepakatinya AFTA (*Asean Free Trade Area*) dan AFLA (*Asean Free Labour Area*). Konsekuensinya, tenaga kerja kita dalam berbagai sektor kehidupan harus mampu bersaing dengan tenaga kerja asing dari negara-negara tetangga di lingkungan ASEAN.

Iklm Pendidikan Wirausaha Komunikasi

Jika ditelaah lebih dalam, keberhasilan seseorang dalam karier dan usahanya sangat tergantung pada kemampuan:

1. Manajemen usaha yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan, komunikasi, pengendalian, serta pengambilan keputusan dengan baik.
2. Melaksanakan manajemen fungsional usaha yang meliputi pemasaran, operasional, keuangan dan sumber daya manusia.
3. Mengembangkan sikap kewirausahaan yang meliputi pengenalan diri, pemahaman tentang sikap-sikap dasar wirausaha, pemeliharaan dan pengembangan usaha, fasilitas-fasilitas dari pemerintah untuk mengembangkan wirausaha, perijinan yang diperlukan untuk berwirausaha di Indonesia.

Perkembangan dan percepatan teknologi komunikasi informasi menjadikan media massa sebagai jendela kecil untuk mendeskripsikan dan menampilkan kejadian di belahan bumi lain dan memberikan percepatan penerimaan informasi, sehingga dalam waktu yang bersamaan menyajikan peristiwa-peristiwa di belahan dunia lain, dalam berbagai lingkup; lokal, regional maupun internasional. Hal ini memberikan ruang yang positif bagi pengembangan wirausaha baru dalam bidang ilmu komunikasi. Wirausaha komunikasi ditandai oleh semakin banyaknya lahan yang bisa dijadikan garapan oleh mahasiswa dan juga dosen ilmu komunikasi, terlebih kita ada dalam abad informasi atau David Lerner menyebutnya sebagai "abad revolusi komunikasi".

Berdasarkan kondisi obyektif di atas, maka dunia pendidikan harus mampu berperan aktif menyiapkan sumberdaya manusia terdidik yang mampu menghadapi berbagai tantangan kehidupan baik lokal, regional, nasional maupun internasional. Ia tidak cukup hanya menguasai teori-teori, tetapi juga mau dan mampu menerapkannya dalam kehidupan sosial. Ia tidak hanya mampu menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku saekolah atau kuliah, tetapi juga mampu memecahkan berbagai persoalan yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari.

Dirjen DIKTI, Satriyo Soemantri Brodjonegoro dalam suatu kesempatan menyatakan bahwa proses pendidikan ibarat menanam pohon yang butuh waktu bertahun-tahun mulai dari menanam, merawat, sampai menghasilkan. "Saat ini generasi muda kita inginnya serba instan dan cepat menghasilkan, padahal untuk mencapai hasil yang baik butuh proses dan waktu cukup lama. Mahasiswa juga jangan terpaku kepada kuliah, tapi liriklah wirausaha dengan mencoba membuka usaha," katanya.

Untuk mendukung tumbuhnya iklim wirausaha termasuk di kalangan mahasiswa, lanjut Satriyo, perlu dukungan semua pihak, baik lingkungan kampus maupun masyarakat. Semua pihak harus mencintai produk sendiri seperti masyarakat Jepang dan Prancis yang lebih bangga memakai

produknya sendiri. Untuk itu, perguruan tinggi juga perlu memberikan mata kuliah wirausaha yang bisa memfasilitasi lahirnya wirausaha baru.

Pendidikan yang dapat memfasilitasi lahirnya wirausahawan baru adalah pendidikan yang berorientasi pada pembentukan jiwa *entrepreneurship*, yakni jiwa keberanian dan kemauan menghadapi problema hidup dan kehidupan secara wajar, jiwa kreatif untuk mencari solusi dan mengatasi problema tersebut, jiwa mandiri dan tidak bergantung pada orang lain. Salah satu jiwa *entrepreneurship* yang perlu dikembangkan melalui pendidikan tinggi adalah kecakapan hidup (*life skill*).

Oleh karena itu, pendidikan yang berwawasan kewirausahaan adalah pendidikan yang menerapkan prinsip-prinsip dan metodologi ke arah pembentukan kecakapan hidup (*life skill*) pada peserta didiknya melalui kurikulum yang terintegrasi yang dikembangkan di sekolah. Dengan pendekatan ini, diharapkan dunia pendidikan ikut memberikan kontribusi nyata dalam rangka peningkatan mutu Sumber Daya Manusia (SDM) di Indonesia.

Kerangka pengembangan kewirausahaan di kalangan tenaga pengajar dirasakan sangat penting. Mengingat tenaga pengajar adalah *agent of change* yang diharapkan mampu menanamkan ciri-ciri, sifat dan watak serta jiwa kewirausahaan di kalangan peserta didiknya. Disamping itu jiwa '*entrepreneur*' juga sangat diperlukan bagi seorang tenaga pengajar, karena melalui jiwa ini, para pendidik akan memiliki orientasi kerja yang lebih efisien, kreatif, inovatif, produktif serta mandiri.

Data Dirjen Pemuda dan Pendidikan Luar Sekolah Departemen Pendidikan Nasional menunjukkan bahwa dari 75.3 juta pemuda Indonesia, 6,6 persen yang lulus sarjana. Dari jumlah tersebut 82% nya bekerja pada instansi pemerintah maupun swasta, sementara hanya 18% yang berusaha sendiri atau menjadi wirausahawan. Padahal semakin banyak lulusan perguruan tinggi (PT) yang menjadi wirausahawan akan dapat mempercepat pemulihan ekonomi.

Singapura misalnya, menjadi negara yang maju dan baik perekonomiannya karena prinsip-prinsip *entrepreneurship*. Menyadari akan minimnya sumber daya alam, pemerintah bersama dunia usaha sangat bergantung pada kemampuan berkreasi dan berinovasi dalam menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas. Pemerintah mendorong lulusan PT menjadi wirausahawan yang kreatif dan menjadi UKM yang tangguh. Hasilnya adalah perusahaan Information Teknologi kelas dunia yang awalnya dirintis oleh wirausahawan muda. Hal yang sama dilakukan negara-negara Amerika Serikat, Taiwan, Korea yang peka terhadap pembentukan *entrepreneurs*.

Diberlakukannya UU Otonomi Daerah dan UU Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah merupakan momentum yang tepat untuk menumbuhkan *entrepreneurs* di daerah. Pemerintah daerah berkewajiban mendorong lulusan

PT agar menjadi wirausahawan kreatif yang mampu mengembangkan potensi sumber daya yang ada di daerahnya. Berkenaan dengan hal ini, sudah saatnya Program Studi Ilmu Komunikasi di beberapa perguruan tinggi, baik PTN maupun PTS perlu merekonstruksi diri agar menampakkan beberapa keunggulan dalam hal:

- (1) Kurikulum dan silabus yang selalu dirancang serta disesuaikan dengan tuntutan pembangunan dan pengguna lulusan, meskipun sampai sekarang belum ada mata kuliah wirausaha, tapi setiap silabus mata kuliah yang ada bisa berorientasi pada pengembangan wirausaha, terlebih mata kuliah berbobot praktik.
- (2) Program studi ini haruslah luwes dalam menjembatani peluang kerja antara manajer profesional, atau mempersiapkan diri menjadi wirausaha handal yang mampu menciptakan lapangan kerja.
- (3) Memberi peluang pada dosen-dosen untuk studi lanjut ke program S2 dan S3, baik di Perguruan Tinggi ternama di dalam negeri maupun di luar negeri, sehingga menghasilkan dosen-dosen yang berkualitas dan profesional di bidangnya masing-masing baik secara teori maupun praktek.
- (4) Tersediannya laboratorium komunikasi multimedia, fotografi, radio siaran, film yang bisa digunakan sebagai ajang praktik mahasiswa dalam menumbuhkembangkan wirausaha komunikasi, sekaligus sebagai *revenue generating* bagi fakultas dan juga universitas.
- (5) Melakukan networking dengan berbagai instansi pemerintah dan swasta dalam lingkup lokal, nasional bahkan internasional, sehingga terjadi sinergisitas yang positif bagi pengembangan wirausaha komunikasi.
- (6) Melakukan program pemagangan bagi dosen dan mahasiswa di berbagai perusahaan swasta.

Membangun Semangat dan Etos Kerja Wirausaha

Semangat, perilaku dan kemampuan wirausaha tentunya bervariasi satu sama lain dan atas dasar itu wirausaha dikelompokkan menjadi tiga tingkatan yaitu, wirausaha andal, wirausaha tangguh dan wirausaha unggul. Wirausaha yang perilaku dan kemampuannya lebih menonjol dalam memobilisasi sumber daya dan dana, serta mentransformasikannya menjadi output dan memasarkannya secara efisien lazim disebut *Administrative Entrepreneur*. Sebaliknya, wirausaha yang perilaku dan kemampuannya menonjol dalam kreativitas, inovasi serta mengantisipasi dan menghadapi resiko lazim disebut *Innovative Entrepreneur*.

Menjadi Wirausaha profesional harus memenuhi kriteria ketangguhan dan ketangguhan. Adapun ciri dari kedua kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

- a) *Ciri dan Kemampuan Wirausaha Tangguh*
- 1) Berpikir dan bertindak strategik, adaptif terhadap perubahan dalam berusaha mencari peluang keuntungan termasuk yang mengandung resiko agak besar dan dalam mengatasi masalah.
 - 2) Selalu berusaha untuk mendapat keuntungan melalui berbagai keunggulan dalam memuaskan langganan.
 - 3) Berusaha mengenal dan mengendalikan kekuatan dan kelemahan perusahaan (dan pengusahanya) serta meningkatkan kemampuan dengan sistem pengendalian intern.
 - 4) Selalu berusaha meningkatkan kemampuan dan ketangguhan perusahaan terutama dengan pembinaan motivasi dan semangat kerja serta pemupukan permodalan.
- b) *Ciri dan Kemampuan Wirausaha Unggul*
- 1) Berani mengambil resiko serta mampu memperhitungkan dan berusaha menghindarinya.
 - 2) Selalu berupaya mencapai dan menghasilkan karya bakti yang lebih baik untuk langganan, pemilik, pemasok, tenaga kerja, masyarakat, bangsa dan negara.
 - 3) Antisipatif terhadap perubahan dan akomodatif terhadap lingkungan.
 - 4) Kreatif mencari dan menciptakan peluang pasar dan meningkatkan produktivitas dan efisiensi.
 - 5) Selalu berusaha meningkatkan keunggulan dan citra perusahaan melalui inovasi di berbagai bidang.

Sementara itu menurut G. Meredith, et.al (1996), para wirausaha adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menilai kesempatan-kesempatan yang ada; mengumpulkan sumber-sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan daripadanya dan mengambil tindakan yang tepat guna memastikan sukses. Wirausaha juga merupakan individu-individu yang berorientasi kepada tindakan, dan bermotivasi tinggi yang mengambil risiko dalam mengejar tujuannya. Berikut ini adalah daftar ciri-ciri dan sifat-sifat berikut memberikan sebuah profil dari wirausaha:

Ciri-ciri	Watak
Percaya diri	Keyakinan, Ketidaktergantungan, individualitas, optimisme.
Berorientasikan tugas dan hasil	Kebutuhan akan prestasi, berorientasi laba, ketekunan dan ketabahan, tekad kerja keras, mempunyai dorongan kuat, energitic, dan inisiatif.
Pengambil risiko	Kemampuan mengambil risiko, suka pada tantangan.
Kepemimpinan	Bertingkah laku sebagai pemimpin, dapat bergaul dengan orang lain.
Keorisinilan	Menanggapi saran-saran dan kritik inovatif dan kreatif, Fleksibel, Punya banyak sumber, Serba bisa, mengetahui banyak
Berorientasi ke masa depan	Pandangan ke depan, Perseptif

Sumber : G. Meredith, et.al (1996)

Krisis multidimensi yang melanda negara kita salah satunya dikarenakan tidak dimilikinya etos kerja yang memadai bagi bangsa kita. Dalam hal ini kita perlu belajar dari negara lain, seperti Jerman dan Jepang yang kalah pada Perang Dunia II. Tetapi kini, mereka menjelma menjadi bangsa termaju di Eropa dan Asia. Mengapa? Hal ini karena etos kerja mereka tidak ikut hancur. Yang hancur hanya gedung-gedung, jalan, dan infrastruktur fisik.

Seorang filsuf terkenal, Max Weber menyatakan bahwa intisari etos kerja orang Jerman adalah: *rasional, disiplin tinggi, kerja keras, berorientasi pada kesuksesan material, hemat dan bersahaja, tidak mengumbar kesenangan, menabung dan investasi*. Di Timur, orang Jepang menghayati "*bushido*" (etos para samurai) perpaduan *Shintoisme* dan *Zen Buddhism*. Inilah yang disebut oleh Jansen H. Sinamo (1999) sebagai "karakter dasar budaya kerja bangsa Jepang".

Terdapat 7 prinsip dalam *bushido*, ialah: (1) *Gi*; keputusan benar diambil dengan sikap benar berdasarkan kebenaran, jika harus mati demi keputusan itu, matilah dengan gagah, terhormat, (2) *Yu*; berani, ksatria, (3) *jin*; murah hati, mencintai dan bersikap baik terhadap sesama, (4) *Re*; bersikap santun, bertindak benar, (5) *Makoto*; tulus setulus-tulusnya, sungguh-sungguh-sungguhnya, tanpa pamrih, (6) *Melyo*; menjaga kehormatan martabat, kemuliaan, dan (7) *Chugo*; mengabdikan, loyal. Jelas bahwa kemajuan Jepang karena mereka memiliki komitmen tinggi dalam penerapan *bushido*, konsisten, intens dan berkualitas.

Negara kita sesungguhnya mempunyai falsafah Pancasila, tetapi gagal menjadi etos kerja bangsa kita karena masyarakat tidak komit, tidak inten, dan tidak bersungguh-sungguh dalam menerapkan prinsip-prinsip Pancasila dalam kehidupan sehari-hari. Contohnya adalah kata-kata dalam sila "Ketuhanan Yang Maha Esa" misalnya, sering ditampilkan sebagai "keuangan yang maha kuasa". Kemanusiaan yang adil dan beradab, seringkali diterapkan menjadi "kekuasaan menentukan apa yang adil dan siapa yang beradab". Persatuan Indonesia pada praktiknya acapkali menjadi "persatuan pejabat dan konglomerat" dan lain sebagainya. Hal ini bukti bahwa ramalan Ronggowarsito adalah benar adanya dan inilah potret jaman edan.

Salah satu dampak kondisi ini etos kerja yang berkembang adalah etos kerja asal-asalan. Beberapa pernyataan berikut adalah gambaran ungkapan yang sering muncul ke permukaan yang menggambarkan etos kerja asal-asalan, atau istilah Sinamo (1999) sebagai "etos kerja edan", ialah : (1) bekerjalah sesuai keinginan penguasa, (2) bekerja sebisanya saja, (3) bekerja jangan sok suci, kerja adalah demi uang, (4) bekerja seadanya saja nggak usah ngoyo, tak lari gunung dikejar, (5) bekerja harus pintar-pintar, yang penting aman, (6) bekerja santai saja mengapa harus ngotot, (7) bekerja asal-asalan saja, wajar-wajar saja, kan gajinya kecil, (8) bekerja semau gue, kan di sini saya yang berkuasa. Ungkapan-ungkapan seperti tersebut di atas menggambarkan tidak adanya etos kerja yang pantas untuk dikembangkan apalagi menghadapi persaingan global. Karenanya, wajarlah jika bangsa ini harus menerima pil pahit bencana nasional krisis yang berkepanjangan yang tak kunjung usai.

Untuk mencapai kualifikasi Wirausaha Unggul maka SDM Perusahaan harus memiliki Etos Kerja Unggul. Jansen H. Sinamo (1999) mengembangkan 8 Etos Kerja Unggulan sebagai berikut :

1. *Kerja itu suci, kerja adalah panggilanku, aku sanggup bekerja benar*
Suci berarti diabdikan, diuntukkan atau diorientasikan pada Yang Suci. Penghayatan kerja semacam ini hanya mungkin terjadi jika seseorang merasa terpanggil. Bukan harus dari Tuhan, tapi bisa juga dari idealisme, kejujuran, kebenaran, keadilan, dsb. Dengan kesadaran bahwa kerja adalah sebuah panggilan suci, terbitlah perasaan untuk melakukannya secara benar.
2. *Kerja itu sehat, kerja adalah aktualisasiku, aku sanggup bekerja keras*
Maksudnya adalah bekerja membuat tubuh, roh dan jiwa menjadi sehat. Aktualisasi berarti mengubah potensi menjadi kenyataan. Aktualisasi atau penggalan potensi ini terlaksana melalui pekerjaan, karena kerja adalah pengerahan energi bio-psiko-sosial. Akibatnya kita menjadi kuat, sehat lahir batin. Maka agar menjadi maksimal, kita akan sanggup bekerja keras, bukan kerja asal-asalan atau setengah setengah.
3. *Kerja itu rahmat, kerja adalah terimakasihku, aku sanggup bekerja tulus*
Rahmat adalah karunia yang diberikan oleh Yang Maha Kuasa. Respon yang tepat adalah bersyukur dan berterima kasih. Ada dua keuntungan

dari bekerja sebagai rahmat, (1) Tuhan memelihara kita, dan (2) disamping secara finansial kita mendapat upah, juga ada kesempatan belajar, menjalin relasi sosial, dsb. Pemahaman demikian akan mendorong orang untuk bekerja secara tulus.

4. *Kerja itu amanah, kerja adalah tanggung jawabku, aku sanggup bekerja tuntas*
Melalui kerja kita menerima amanah. Sebagai pemegang amanah, kita dipercaya, berkompeten dan wajib melaksanakannya sampai selesai. Jika terbukti mampu, akhlak terpercaya dan tanggung jawab akan makin menguat. Di pihak lain hal ini akan menjadi jaminan sukses pelaksanaan amanah yang akan mengukir prestasi kerja dan penghargaan. Maka tidak ada pekerjaan yang tidak tuntas.
5. *Kerja itu seni/permainan, kerja adalah kesukaanku, aku sanggup bekerja kreatif*
Apapun yang anda kerjakan pasti ada unsur keindahan, keteraturan, harmoni, artistik seperti halnya seni. Untuk mencapai tingkat penghayatan seperti itu dibutuhkan suatu kreativitas untuk mengembangkan dan menyelesaikan setiap masalah pekerjaan. Jadi bekerja bukan hanya mencari uang, tetapi lebih pada mengaktualisasikan potensi kreatif untuk mencapai kepuasan seperti halnya pekerjaan seni.
6. *Kerja itu ibadah, kerja adalah pengabdianku, aku sanggup bekerja serius*
Tuhan mewajibkan manusia beribadah (dalam arti ritual) dan beribadah (dalam artian kerja yang diabdikan pada Tuhan). Kerja merupakan lapangan konkrit melaksanakan kebajikan seperti: untuk pembangunan bangsa, untuk kemakmuran, untuk demokrasi, keadilan, mengatasi kemiskinan, memajukan agama, dsb. Jadi bekerja harus serius dan sungguh-sungguh agar makna ibadah dapat teraktualisasikan secara nyata sebagai bentuk pengabdian pada Tuhan.
7. *Kerja itu mulia, kerja adalah pelayananku, aku sanggup bekerja sempurna*
Secara moral kemuliaan sejati datang dari pelayanan. Orang yang melayani adalah orang yang mulia. Pekerjaan adalah wujud pelayanan nyata bagi institusi maupun orang lain. Kita ada untuk orang lain dan orang lain ada untuk kita. Kita tidak seperti hewan yang hidup untuk dirinya sendiri. Manusia moral seharusnya mampu proaktif memikirkan dan berbuat bagi orang lain dan masyarakat. Maka kuncinya ia akan sanggup bekerja secara sempurna.
8. *Kerja itu kehormatan, kerja adalah kewajibanku, aku sanggup bekerja unggul*
Sebagai kehormatan kerja memiliki lima dimensi : (1) pemberi kerja menghormati kita karena memilih sebagai penerima kerja (2) kerja memberikan kesempatan berkarya dengan kemampuan sendiri, (3) hasil karya yang baik memberi kita rasa hormat, (4) pendapatan sebagai imbalan kerja memandirikan seseorang sehingga tak lagi jadi tanggungan atau beban orang lain, (5) pendapatan bisa menanggung hidup orang lain. Semuanya adalah kehormatan. Maka respon yang tepat adalah menjaga kehormatan itu dengan bekerja semaksimal

③ mungkin untuk menghasilkan mutu setinggi-tingginya. Dengan unggul di segala bidang kita akan memenangkan persaingan.

Sementara itu, untuk mencapai puncak karier wirausaha dalam profesi yang digelutinya, Murphy and Peck (1980 : 8) menyatakan ada delapan anak tangga yang musti ditempuh, yaitu:

1. Mau kerja keras (*Capacity for Hard Work*), sikap kerja keras harus dimiliki oleh seorang wirausahawan. Unsur disiplin memainkan peranan penting. Sebab bagaimana orang mau bekerja keras jika disiplin tidak ada.
2. Bekerjasama dengan orang lain (*Getting Things Done With & Through People*), seorang wirausahawan mudah bergaul, disenangi oleh masyarakat. Dia tidak suka fitnah, sok hebat, arogan, tidak suka menyikut, menggantung dalam lipatan.
3. Penampilan yang baik (*Good Appearance*), bukan berarti penampilan muka yang elok tetapi lebih ditekankan pada penampilan perilaku jujur, disiplin.
4. Yakin (*Self Confidence*), diimplementasikan dalam tindakan sehari-hari, melangkah pasti, tekun, sabar, tidak ragu-ragu. Setiap hari otaknya berputar membuat rencana dan perhitungan alternatif.
5. Pandai membuat keputusan (*Making Sound Decision*), Jika anda dihadapkan pada alternatif, harus memilih, maka buatlah pertimbangan yang matang. Kumpulkan berbagai informasi, boleh minta pendapat orang lain, setelah itu ambil keputusan.
6. Mau menambah ilmu pengetahuan (*College Education*), Pendidikan baik formal maupun non formal akan sangat membantu seseorang menemukan dan mengembangkan jiwa serta operasional wirausaha. Akan tetapi, hal yang penting disini adalah adanya tambahan pengetahuan.
7. Ambisi untuk maju (*Ambition Drive*), seorang wirausahawan dituntut pantang menyerah. Dan harus punya semangat tinggi, mau berjuang untuk maju. Orang yang gigih dalam menghadapi pekerjaan dan tantangan biasanya banyak berhasil dalam kehidupan.
8. Pandai berkomunikasi (*Ability to communicate*), berarti pandai mengorganisasi buah pikiran ke dalam bentuk ucapan-ucapan yang jelas, menggunakan tutur kata yang enak didengar, mampu menarik perhatian

orang lain. Komunikasi yang baik, diikuti dengan perilaku jujur, konsisten dalam pembicaraan akan sangat membantu seseorang mengembangkan karir di masa depan.

Penutup

Perspektif aksiologi menekankan bahwa keberadaan ilmu komunikasi merupakan salah satu ilmu yang diberikan Allah SWT kepada umat manusia agar sesama manusia satu sama lain dapat hidup secara damai dan bermartabat. Karenanya pola pengembangan Ilmu komunikasi juga sudah semestinya memperhatikan kemaslahatan manusia.

Pola pengembangan pendidikan ilmu komunikasi sudah saatnya membangun mental, sikap dan etos kerja para mahasiswa dan dosen untuk bisa berempati dengan masyarakat. Angka pengangguran yang begitu meningkat harus menjadi *concern* perguruan tinggi dalam membantu pemerintah dalam meminimalisir angka pengangguran. Salah satunya mendorong mahasiswa menjadi lulusan yang tidak hanya siap kerja saja, tetapi juga mesti bisa menjadi wirausahawan baru, mereka tidak hanya akan mampu menciptakan lapangan kerja, namun yang terpenting menumbuhkan sikap kreatif dan berinovasi di masyarakat dan pemerintah.

Pada era globalisasi, teknologi informasi dan komunikasi, serta otonomi daerah ini, pengembangan pendidikan ilmu komunikasi sesungguhnya didasarkan pada kenyataan bahwa meskipun sampai sekarang belum ada mata kuliah khusus soal wirausaha, tetapi perkembangan ilmu komunikasi sebagai ilmu terapan, yang sarat dengan seni dan keterampilan sangat lekat dengan wirausaha. Penyusunan SAP ataupun silabus mata kuliah yang senantiasa berorientasi pada *entrepreneur* terlebih dengan adanya mata kuliah khusus soal itu akan semakin memperkuat tercapainya sarjana ilmu komunikasi yang berjiwa wirausaha.

Pengembangan pendidikan wirausaha dalam bidang komunikasi ini arahkan pada terwujudnya wirausahawan-wirausahawan baru dalam bidang komunikasi, mengingat perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat dan kita sedang berada dalam masyarakat informasi, maka peluang usaha dalam bidang komunikasi dan informasi sangat terbuka lebar. Dalam harian *Kompas* (20 Maret 2005) diceritakan bagaimana seorang gadis lulusan PT di Bandung dan tinggal di pinggiran Bandung selatan, bisa eksis dan mempunyai penghasilan dalam bentuk dollar yang begitu banyak, hanya karena kemampuannya memanfaatkan peluang sebagai marketing net. Ini artinya bahwa peluang dalam bidang layanan jasa komunikasi dan informasi tidak akan pernah berhenti. []

Daftar Rujukan

- Anugerah Pekerti. 1997. *Mitos dan Teori dalam Pengembangan Kewirausahaan*, Makalah Lokakarya Kewirausahaan PT, DP3M Dikti, Puncak Bogor, 18 - 20 Agustus 1997.
- David E.Rye. 1995. *Tolls for Executives: The Vest Pocket Entrepreneur*. New Jersey: Terjemahan. Prentice Hall, Inc. Englewood Cliffs.
- Depnaker RI. 1999. *Situasi Tenaga Kerja dan Kesempatan Kerja di Indonesia (Suatu Tinjauan yang dilaksanakan pada tahun 1998)*. Jakarta.
- Depari, Eduard & MacAndrews Collin. 1991 *Peranan Komunikasi dalam Pembangunan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Effendi, U. Onong. 2001. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bhakti
- Geoffrey G. Meredith, et.al. 1996. *Kewirausahaan Teori dan Praktek*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo.
- McClelland. *Memacu Masyarakat Berprestasi*. Jakarta: CV Intermedia
- Panuju, Redi. 1997. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Poloma, Margareth, M. 1998. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Salim Siagian dan Asfahani. 1995. *Kewirausahaan Indonesia dengan Semangat 17.8.45*. Jakarta : Kloang Klede Jaya PT Putra Timur bekerjasama dengan Puslatkop dan PK Depkop dan PPK.
- Strabhaar, Joseph and La Rose, Robert. 2000. *Media Now*. USA : Wadsworth Publisihing Company A Division of International Thomson Publisihing, Inc.
- Tim Broad-Based Education, 2002, *Pendidikan Berorientasi Kecakapan Hidup (Life Skill) Melalui Pendekatan Broad-Based Education (BBE)*, Departemen Pendidikan Nasional.

Biodata Penulis

Iman Mukhroman, S.Sos adalah Dosen PNS di Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Untirta. Lahir di Pandeglang, 02 Februari 1975. Menyelesaikan studi Sarjana Ilmu Komunikasi dari Fakultas Komunikasi Universitas Islam Bandung (Unisba). Selain sebagai dosen, ia pun mendapat tugas tambahan sebagai Pembantu Dekan II FISIP Untirta (periode 2003-2007). Sebelumnya, pernah menjadi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Untirta (2002-2003). Bisa dikontak di nomor mobile: 0815 1172 7704.

Komunikasi Politik
Di Era Desentralisasi

1996



Komunikasi Politik
Di Era Desentralisasi

Idi Dimyati