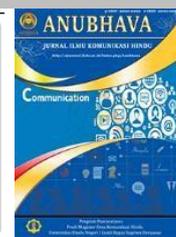




Contents list available at [Anubhava](http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/anubhava)

## JURNAL ILMU KOMUNIKASI HINDU

Journal Homepage <http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/anubhava>



### MANAJEMEN KOMUNIKASI PT. AGAVI DALAM PEMBINAAN KELOMPOK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (STUDY PADA PROGRAM MAHASISWA MAGANG BERSERTIFIKAT DI NUSA PENIDA)

I Kadek Nova Semadi<sup>a,1</sup>

I Nyoman Yoga Segara<sup>b</sup>

I Wayan Wastawa<sup>c</sup>

<sup>a,b,c</sup>Universitas Hindu Negeri I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar

<sup>1</sup>Corresponding Author, email: [novasemadi27@gmail.com](mailto:novasemadi27@gmail.com) (Semadi)

#### ARTICLE INFO

##### Article history:

Received: 26-01-2024

Revised: 06-08-2024

Accepted: 20-09-2024

Published: 30-09-2024

##### Keywords:

Communication

Management, PT

AGAVI, Certified Intern

#### ABSTRACT

*PT. AGAVI is a company that focuses on agriculture and its interaction with society and the environment. Based on the focus of the company's work then gave birth to a certified student internship program. PT. AGAVI is a partner of the Ministry of Education and Culture's MSIB program of the Republic of Indonesia. The aim is to facilitate students in actualizing their skills while helping assisted MSMEs in developing businesses based on existing local potential. The program is made in terms of Collaborative R&D. This research is formulated in 3 problems, namely: relating to communication management patterns, supporting and inhibiting factors of communication management, as well as the implications of communication management at PT. AGAVI in providing guidance to the Young Loka UMKM group through the MSIB program. This type of research is qualitative research. This research is a qualitative research design that focuses on case study observations. This research in determining the informants using purposive sampling technique. Data collection in this study was carried out by observation, interviews, and document collection. Activities carried out by researchers in data analysis are data collection, data reduction, data presentation, and verification. The results of the study show that POAC management in the context of research on apprentice students at PT. AGAVI refers to the management approach used to plan, organize, implement and control various operational and strategic activities related to the production, operation and development of Youth Workshops in Nusa Penida.*

## PENDAHULUAN

PT. AGAVI merupakan salah satu perusahaan yang berfokus pada bidang pertanian dan interaksinya dengan masyarakat dan lingkungan. Lebih khusus, PT. AGAVI memilih untuk fokus pada eksplorasi sumber daya pertanian dan pangan lokal. Berdasar pada fokus kerja perusahaan tersebut kemudian melahirkan sebuah program magang mahasiswa bersertifikat untuk memfasilitasi mahasiswa dalam mengaktualisasikan keahlian sekaligus membantu UMKM dalam mengembangkan usaha berdasarkan potensi lokal yang ada. Dimana program tersebut dibuat dalam istilah *Collaborative R&D*. Program *Collaborative R&D* yang dilakukan oleh AGAVI bersama UMKM dan IKM, didasarkan pada banyaknya jumlah UMKM dan IKM di Indonesia yaitu sebanyak 62,4 juta (Kemenkop, 2020).

Alternatif solusi yang ditawarkan AGAVI adalah *Collaborative R&D, Management Supply Chain* dan *Marketing* bagi UMKM dan IKM khususnya yang ada di Desa. Skema kerjasama yang dilakukan adalah *strategic partnership* dengan sharing profit yang adil dari setiap penjualan produk inovasi yang telah dikembangkan. Produk yang dipilih pun disesuaikan dengan potensi lokal yang ada di UMKM atau IKM setempat. Pemodelan kerjasama yang telah berjalan diantaranya adalah di Kelompok Wanita Tani Noesa Berdaya, di pulau Nusa Penida Provinsi Bali. Produk yang dikembangkan adalah produk inovasi dari rumput laut. Selain itu juga dilakukan di Desa Jagabaya, Garut, produk unggulan yang dikembangkan adalah hasil olahan dari pisang dan tomat.

Penelitian ini berfokus mengkaji manajemen komunikasi oleh PT. AGAVI dalam program mahasiswa magang bersertifikat yang dilakukan pada kelompok kelompok Usaha Loka Muda di Nusa Penida Batch 3. Program ini melibatkan setidaknya 10 orang mahasiswa dari berbagai kampus di seluruh Indonesia. Sepuluh orang mahasiswa ini diseleksi berdasarkan prosedur yang telah disediakan oleh pihak PT. AGAVI sesuai dengan latar belakang proposal program. Dimulai dari seleksi administrasi, kemudian tes tulis, *focus*

*group discussion* untuk menguji pemahaman keahlian, kepemimpinan dan strategi pemecahan masalah, dan dilanjutkan dengan tes wawancara. Proses ini dilakukan cukup ketat mengingat mahasiswa akan dibina, dipertanggungjawabkan, serta didanai dalam melaksanakan program magang bersertifikat. Sehingga mahasiswa peserta magang tidak hanya mendapatkan praktik langsung, namun juga dibiayai. Sumber pendaan program ini diperoleh dari kerjasama dengan Kementerian Riset Teknologi pendidikan dan Kebudayaan (Kemenristekdikbud) melalui akses program Kampus Merdeka. Sehingga program ini kemudian memiliki nilai tambah serta tanggung jawab yang lebih tinggi.

Terdapat sebuah perbedaan program magang yang dilakukan melalui binaan PT. AGAVI dibanding dengan program magang pada umumnya. Mahasiswa ditempatkan di lokasi yang memiliki kultur yang berbeda dengan mahasiswa yang menjadi peserta. Khususnya dalam program ini menasar kelompok Usaha Loka Muda yang berlokasi di Nusa Penida. Kelompok Usaha Loka Muda merupakan sebuah kelompok usaha yang berbasis dari komunitas yang dibentuk oleh pemuda lokal Pulau Nusa Penida, dengan tujuan memberikan nilai tambah produk pangan lokal, khususnya ikan menjadi sebuah produk jadi. Penempatan di Nusa Penida menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi mahasiswa yang seluruhnya berasal dari berbagai daerah di Indonesia dengan budaya dan keyakinan yang berbeda. Selain sebagai sarana mengasah keilmuan secara praktis, lokasi dan perbedaan kultur dalam program magang bersertifikat PT. AGAVI di Nusa Penida menjadi pelatihan pemahaman toleransi dan moderasi dalam keyakinan agama dan budaya. Sehingga program yang ditawarkan disesuaikan dengan strategi dan manajemen komunikasi yang lebih tepat untuk dapat memberi dampak maksimal.

Manajemen komunikasi menjadi sebuah kemampuan dasar yang harus dimiliki oleh mahasiswa magang bersertifikat PT. AGAVI dalam pembinaan kelompok usaha di Nusa Penida. Suprpto Tommy (2009: 2)

mendefinisikan manajemen komunikasi adalah suatu manajemen yang diterapkan dalam kegiatan komunikasi. Parag Diwan (1999: 11) juga mendefinisikan manajemen komunikasi sebagai proses penggunaan berbagai sumber daya komunikasi secara terpadu melalui proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengontrolan unsur-unsur komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Beberapa definisi menunjukkan bahwa manajemen komunikasi merupakan perpaduan dari manajemen dan komunikasi. Pola manajemen dalam manajemen komunikasi pada dasarnya memiliki fungsi yang cukup signifikan dalam kinerja organisasi. Nickles dan McHug menerangkan bahwa manajemen dalam suatu organisasi mempunyai fungsi sebagai Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan, dan Kontrol atau biasa disebut dengan POAC (*Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*) (McHug, 2009: 56). Fungsi dari manajemen komunikasi ini digunakan oleh kelompok mahasiswa magang bersertifikat PT. AGAVI dalam menyesuaikan perencanaan dan pelaksanaan program sesuai dengan kondisi dan permasalahan kelompok usaha yang dibina di Nusa Penida. Sehingga, kelompok Mahasiswa ini dapat melaksanakan program secara efektif, sesuai dengan kebutuhan kelompok usaha sekaligus mampu meningkatkan kemampuan usaha dari kelompok tersebut.

Berdasarkan atas uraian permasalahan tersebut, maka peneliti kemudian tertarik untuk mengkaji serta menganalisis manajemen komunikasi yang dilakukan oleh PT. AGAVI dalam pelaksanaan program MSIB pada kelompok usaha di Nusa Penida. Analisis kajian penelitian ini berkaitan dengan manajemen komunikasi PT. AGAVI dalam pembinaan Kelompok Usaha Kecil dan Menengah (Studi pada Program Mahasiswa Magang Bersertifikat di Nusa Penida) yang meliputi perencanaan, pengelolaan, pelaksanaan, dan monitoring.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang dilakukan ini adalah penelitian kualitatif. Pada penelitian ini yang lebih ditekankan adalah persoalan kualitas datanya bukan kuantitas data. Maka dari itu peneliti ikut aktif dalam menentukan jenis data yang diinginkan. Dengan demikian

peneliti terjun langsung ke mahasiswa magang terakreditasi PT. AGAVI. Analisis dan triangulasi data juga digunakan untuk menguji keabsahan data dan menemukan kebenaran objektif sesungguhnya. Sehingga penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi dan samplingnya. Data primer pada penelitian ini berupa hasil observasi partisipatif. Sedangkan data sekunder berupa menggunakan dokumen laporan harian dan bulanan mahasiswa magang terakreditasi PT. AGAVI.

Informan ditentukan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, dan pengumpulan dokumen. Sugiyono menjelaskan bahwasanya analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat dan setelah selesai pengumpulan data berlangsung (Sugiyono, 2019: 194). Teknik analisis data yang penulis gunakan menggunakan model Miles and Huberman. Model yang dikemukakan yakni bahwa dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus-menerus sampai tuntas hingga datanya jenuh. Penyajian penelitian dilakukan secara formal karena hasil penelitian merupakan karya ilmiah dan harus didasari oleh struktur yang jelas, dapat dipertanggungjawabkan, dan mudah dipahami.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Perencanaan Komunikasi PT. AGAVI dalam Pembinaan Kelompok Usaha Kecil dan Menengah**

Mengacu pada konsep manajemen George R. Terry (2019: 17) perencanaan atau planning dinyatakan sebagai sebuah proses penetapan pekerjaan yang harus dilaksanakan oleh kelompok (organisasi) untuk mencapai tujuan yang digariskan, yang didalamnya terdapat proses pengambilan sebuah keputusan. Planning pada komunikasi adalah sebuah proses di mana seorang manajer memutuskan tujuan, menetapkan aksi untuk mencapai tujuan (*strategi*) komunikasi, mengalokasikan tanggung jawab untuk menjalankan strategi komunikasi kepada orang tertentu, dan mengukur keberhasilan dengan membandingkan tujuan yang ingin dicapai. PT. AGAVI pada tahap awal menyusun

perencanaan program pembinaan kepada kelompok UMKM yang disesuaikan dengan program MSIB kampus merdeka oleh pemerintah. Proses ini sebagai bentuk perencanaan komunikasi yang bersifat adaptif sebagai mana Udin dan Adin (2006;167) menjelaskan perencanaan adaptif sebagai sebuah perencanaan dalam manajemen komunikasi yang terjadi karena adanya tanggapan terhadap pengembangan secara eksternal. Sebagaimana dalam wawancara yang dilakukan dengan *Chief Executif Officer*, Sari Nurmayani sebagai berikut:

“Program pembinaan kepada UMKM yang kami lakukan pada awalnya bekerjasama dengan organisasi nirlaba yang hanya berjalan beberapa kali sejak 2019. Kemudian tahun 2021 pemerintah menjalankan program MSIB Kampus Merdeka yang memberikan peluang untuk perusahaan atau organisasi bergabung sebagai mitra pelaksana program. Hal ini menjadi sebuah ide untuk kami ikut serta dan membuat program internship dalam perusahaan. Selain itu, ini menjadi sebuah dukungan untuk keberlanjutan program pembinaan kami terhadap UMKM. Berdasar hal itu, kami merancang proposal pengajuan program dengan sistematis dan formal kepada kementerian. Proposal tersebut kami rancang sedemikian rupa sesuai pengalaman dan kebutuhan lapangan berdasarkan observasi kami selama ini” (wawancara dengan Sari Nurmayani, 17 Mei 2023).

Proses pengajuan kerjasama merupakan bentuk komunikasi formal yang direncanakan oleh PT. AGAVI berdasarkan hasil observasi atau kebutuhan dari program yang akan dikerjasamakan dengan pemerintah. Sebagaimana yang dijelaskan oleh CEO dalam wawancara tersebut proses perencanaan komunikasi secara formal diwujudkan dalam bentuk proposal rancangan program secara sistematis. Tujuannya adalah untuk menunjukkan bahwa PT. AGAVI merupakan mitra strategis pemerintah dalam hal ini Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi. Sehingga pemerintah memilih

PT. AGAVI sebagai bagian dari pelaksana program MSIB kampus merdeka.

Sebagai bentuk perencanaan komunikasi yang sistematis, PT. AGAVI menjelaskan perencanaan dalam proposal dengan sangat rinci. Tujuannya adalah untuk dapat dengan mudah dipahami oleh pemerintah. Perencanaan komunikasi ini menunjukkan perencanaan komunikasi informatif dengan tujuan memberikan informasi kepada pihak pemerintah dalam hal ini kementerian sekaligus mahasiswa untuk memahami program yang akan dikerjakan dengan PT. AGAVI. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, berdasarkan wawancara dengan Lili Nailufhar, bahwa PT. AGAVI merancang tahapan-tahapan yang akan dilakukan dalam rangka menjalankan program magang bersertifikat dengan 5 posisi yang dibutuhkan.

“Dalam melakukan perekrutan mahasiswa magang bersertifikat PT. AGAVI merencanakan mempublikasikan pamflet rekrutmen di sosial media. Tahap ini sebagai sosialisasi yang berisi informasi tentang pendaftaran yang mencakup posisi penerimaan, persyaratan, link pendaftaran, tahapan proses seleksi, dan kuota penerimaan mahasiswa. Proses seleksi meliputi seleksi administrasi, tes tertulis, *Focus Group Discussion* (FGD), dan wawancara. Mahasiswa yang telah lulus tahap seleksi akan melalui agenda on boarding nasional yang dilaksanakan oleh Kampus Merdeka. PT. AGAVI juga mulai melakukan talent mapping terhadap mahasiswa magang sebagai pertimbangan penempatan sebelum terjun ke lapangan atau lokasi magang. Mahasiswa yang terpilih PT. AGAVI melakukan tahap induksi yaitu memberikan *training* dan pembekalan materi kepada mahasiswa tentang beberapa materi dasar untuk menunjang proses kerja di penempatannya masing-masing.” (Wawancara dengan Lili Nailufhar, pada 16 Mei 2023).

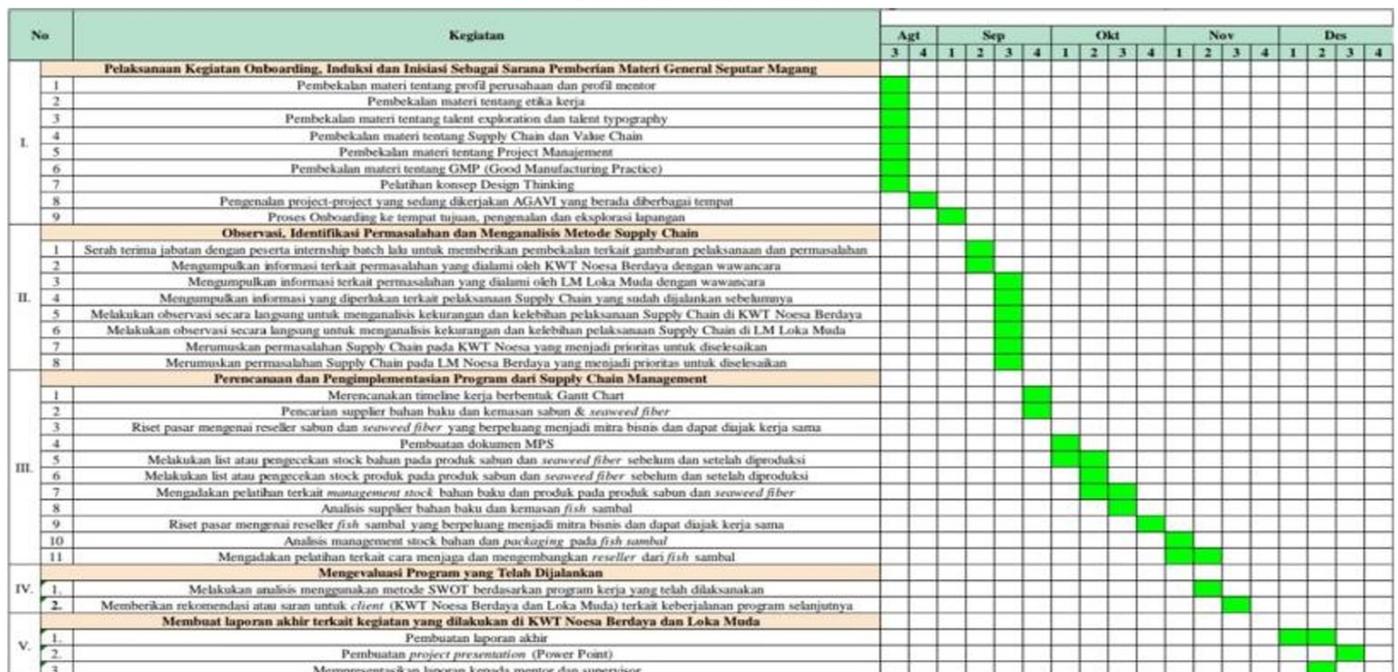
Berdasarkan wawancara tersebut PT. AGAVI melakukan perencanaan komunikasi informatif secara terstruktur mengenai persiapan perekrutan mahasiswa magang. Peserta yang sudah lulus diberi pembekalan

dengan beberapa informasi dasar tentang PT. AGAVI serta proyek yang akan dikerjakan sebelum memulai kegiatan magang. Hal tersebut sejalan dengan tujuan dari diadakannya program magang bersertifikat yaitu menghasilkan sumber daya unggul terutama di bidang pertanian dan pangan yang tidak hanya andal dalam pekerjaannya saja namun juga menjadi seorang karakter profesional yang berjiwa kepemimpinan, adaptif, kritis, tanggung jawab, dan berbudi luhur.

Pembekalan yang diperoleh mahasiswa magang digunakan untuk menyusun perencanaan komunikasi dan pelaksanaan

program magang. PT. AGAVI mengenalkan berbagai macam proyek perusahaan beserta Garis Besar Proses Pembelajaran (GBPP) dan cakupan kerja yang akan dikerjakan oleh mahasiswa magang pada proyek tersebut. Berdasarkan hal tersebut mahasiswa magang membuat perencanaan alur komunikasi dan proyek yang akan dikerjakan ke depannya, serta perencanaan tersebut kemudian direview oleh mentor. Setelahnya mentor akan menyetujui perencanaan proyek yang dibuat oleh mahasiswa. Berikut komposisi dalam penyusunan perencanaan yang dilakukan mahasiswa magang yang disusun dalam ganctt chart.

Tabel 1 Gantt Chart



Sumber: Laporan MSIB, 2022.

Gambaran di atas menunjukkan perencanaan secara rinci dengan menjabarkan rancangan target capaian mahasiswa magang saat berada di lokasi Berdasarkan hasil observasi peneliti, Penyusunan perencanaan dalam Gantt chart juga menunjukkan pola perencanaan monitoring dan evaluasi komunikasi oleh PT. AGAVI selaku mentor. PT. AGAVI biasanya menggunakan media ini sebagai dasar peneilaian progres dan hambatan yang akan dihadapi mahasiswa. Media Gantt chart ini menjadi dasar dalam memulai komunikasi dalam proses evaluasi nantinya. Gantt chart sebagai alat visual yang digunakan

dalam manajemen komunikasi program untuk menggambarkan jadwal dan agenda kegiatan. Pada gantt chart ini menggambarkan urutan tugas, durasi, dan hubungan antara tugas tugas yang memungkinkan mentor dan tim untuk dapat berkomunikasi dengan efisien guna melacak dan mengelola progres program dengan lebih efektif. Penting perencanaan komunikasi ini sebagai acuan dalam mengkomunikasikan tujuan, tanggung jawab, dan tugas yang ditetapkan kepada sasaran mahasiswa magang yaitu kelompok UMKM Loka Muda.

## **Pengorganisasian Komunikasi PT. AGAVI dalam Pembinaan Kelompok Usaha Kecil dan Menengah**

Pengorganisasian (organizing) ini sangat berpengaruh terhadap berlangsungnya organisasi. Pengorganisasian komunikasi sebagai proses membagi kerja ke dalam tugas-tugas yang lebih kecil. Mustikasari (2021: 198) menyatakan bahwasanya pengelolaan yang baik berawal dari komunikasi yang baik, sehingga tujuan organisasi dapat tercapai. Sesuai dengan tujuan pengorganisasian yaitu untuk mengelompokkan kegiatan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya yang dimiliki agar pelaksanaan dari suatu rencana dapat dicapai secara efektif dan ekonomis. Pada pengorganisasian meliputi spesialisasi kerja, standarisasi dan sistem alur komunikasi.

Pengorganisasian menjadi proses untuk melahirkan peranan kerja dalam struktur formal yang awalnya dirancang untuk setiap anggota bekerja sama secara efektif untuk mencapai tujuan organisasi. PT. AGAVI mengorganisasikan komunikasi berkaitan dengan pengelolaan Komunikator, pesan, media yang digunakan, sasaran komunikan dan tujuan dari komunikasi yang diterapkan. Pengorganisasian komunikasi PT. AGAVI pada dasarnya mengelola sumber daya komunikasi seperti komunikator, pesan, media komunikasi, dan komunikan, serta tujuan umpan balik yang diharapkan berdasarkan prinsip manajemen yaitu pembagian sistem kerja sesuai bidang yang ditetapkan. Dalam wawancara dengan Lili Nailufhar menjelaskan dalam pengorganisasian komunikasi terdapat proses pembagian tugas berdasarkan spesialisasi keahlian dan juga hasil proses talent mapping saat proses induksi dan inisiasi.

“PT. AGAVI membagi kelompok mahasiswa magang ke dalam 5 (lima) posisi saat proses pelaksanaan tugas magang dilapangan. lima posisi tersebut yaitu *community development, research and development, supply chain management, sales and digital marketing, dan desain komunikasi visual*. Proses pembagian tugas ini sebagai hasil dari analisis hasil observasi kebutuhan mitra yaitu UMKM dilapangan dalam membantu mengembangkan usaha. Pembagian posisi

ini tentu didasarkan atas kemampuan dan keahlian, dengan tujuan mengoptimalkan pelaksanaan proyek di lapangan, sekaligus memperdalam kemampuan mahasiswa dalam bidang keahliannya maupun pengalaman bagi yang lintas disiplin ilmu. Kami juga dibuatkan media bagi masing-masing divisi dalam bentuk whatsapp grup yang berisi anggota tiap divisi dan mentor serta *supervisor* lapangan. Tujuannya untuk mengorganisir progress maupun kendala tiap divisi supaya tidak tercampur aduk dengan divisi lain. Sehingga, komunikasi bias lebih intens” (Wawancara dengan Fathiyah Nurul Izzah, 20 April 2023).

Berdasarkan wawancara tersebut sudah jelas bagaimana pembagian tugas sebagai sebuah pengorganisasian dilakukan sebelum pelaksanaan proyek dilapangan. Pengorganisasian tersebut didasarkan atas kebutuhan UMKM di lapangan dalam membantu mengembangkan usaha yang dilakukan. Pembagian tersebut menempatkan mahasiswa ke dalam bidang keahlian masing-masing sesuai disiplin ilmu di kampus ataupun hasil dari talent mapping saat proses induksi dilakukan. PT. AGAVI menentukan pola pengorganisasian komunikasi pada setiap bidang untuk dapat megkomunikasikan masalahnya kepada mentor dengan media Whatsapp grup untuk setiap divisi. Tujuannya adalah untuk keberlangsungan komunikasi berjalan secara efektif dan terorganisir dengan jelas pada setiap divisi dengan mentor dari PT. AGAVI.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, penempatan mahasiswa pada lokasi UMKM di Nusa penida berjumlah 10 (sepuluh) orang. Dalam pembagian masing-masing posisi ini memuat 2 orang mahasiswa dengan tugas pokok dan fungsi (tupoksi) kerja sesuai dengan posisi masing-masing. Tugas pokok masing-masing posisi tersebut adalah memenuhi hasil dan target capaian yang telah disusun dalam proses perencanaan dalam bentuk gantt chart dengan timeline yang tepat. Peneliti menemukan sebuah pola pengorganisasian komunikasi yang dilakukan PT. AGAVI diawali dengan mengelola individu dalam hal ini sebagai Komunikator maupun komunikan yaitu

mahasiswa dan mentor. Mahasiswa, dibagi dalam berbagai divisi dengan tugas masing-masing. Kemudian PT. AGAVI mengkomunikasikan tugas mereka secara tertulis maupun lisan. Menggunakan komunikasi langsung maupun dengan media whatsapp grup yang diorganisir berdasarkan divisi dengan menempatkan mentor didalamnya. Sehingga proses komunikasi berjalan dengan efektif dan jelas kepada siapa pesan harus disampaikan.

### **Pelaksanaan Komunikasi PT. AGAVI dalam Pembinaan Kelompok Usaha Kecil dan Menengah**

Pelaksanaan komunikasi membuat urutan rencana menjadi tindakan dalam dunia organisasi (Fitria, 2016). Pelaksanaan komunikasi upaya untuk merealisasikan suatu rencana. Pelaksanaan program MSIB Kampus merdeka dari PT. AGAVI dimulai pada upaya pengajuan sebagai mitra kepada Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan teknologi. Pengajuan tersebut didasari atas hasil observasi kebutuhan UMKM untuk dapat mengembangkan usahamereka. Pelaksanaan komunikasi yang sesuai dan dipahami secara baik menjadi dasar untuk tercapainya tujuan komunikasi. PT. AGAVI menggambarkan dengan jelas rancangan serta system program dengan media proposal yang disampaikan kepada kementerian. Proses tersebut menggambarkan sistem komunikasi secara organisasi. Program MSIB dari PT. AGAVI ini membutuhkan komunikasi organisasi dalam melakukan koordinasinya. Joseph A. Devito mendefinisikan komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan dalam organisasi di dalam kelompok formal maupun informal organisasi (Masmuh, 2005: 6).

Komunikasi internal adalah kegiatan komunikasi yang dilakukan secara dua arah, secara khusus diarahkan pada pihak internal dalam suatu. Sejalan dengan pandangan Lawrence D. Brenn (dalam Effendy, 2005: 122) yang mendefinisikan komunikasi internal sebagai pertukaran gagasan di antara para administrator dan karyawan dalam suatu perusahaan. Pertukaran informasi yang

dimaksud tersebut menyebabkan terjadinya interaksi antar sesama anggota bidang, terutama bidang bidang di PT. AGAVI dalam melaksanakan program kerja. Komunikasi yang terjalin berdasarkan perencanaan dan pengelolaan yang telah dilakukan, yakni secara vertikal dan horizontal. Dimensi yang dimaksudkan adalah komunikasi vertikal dan horizontal (Effendy, 2005: 123).

Program MSIB Kampus Merdeka PT. AGAVI dilaksanakan dengan dasar kesepakatan yang telah tercapai antara kementerian sebagai unsur pemegang kebijakan dan anggaran bersama PT. AGAVI sebagai mitra pelaksana atau penyalur mahasiswa pada kegiatan magang bersertifikat. Kesepakatan ini terjadi setelah dilaksanakannya proses seleksi mitra oleh kementerian. Terpilihnya PT. AGAVI sebagai mitra kementerian menunjukkan keberhasilan komunikasi dengan media proposal resmi yang rinci, sehingga rancangan proposal tersebut dapat diterima oleh kementerian. Sebagai tahap lanjutan dari pelaksanaan program sebagai bagian dari manajemen komunikasi, PT. AGAVI melaksanakan proses rekrutmen mahasiswa magang bersertifikat. Pelaksanaan recruitment diawali dengan sosialisasi melalui platform media digital.

Sasaran audiens sebagai komunikan sudah jelas adalah mahasiswa yang akan melaksanakan magang sebagai aktivitas penunjang proses perkuliahan. PT. AGAVI menentukan platform sebagai media komunikasi dengan target yang spesifik. Selain itu informasi dikemas dengan lengkap dan menarik sehingga mudah untuk diakses oleh mahasiswa. Lebih dari itu, situs tersebut memberikan kemudahan akses langsung antara pemberi pesan dengan penerima pesan, dalam konteks ini PT. AGAVI dengan mahasiswa. Dalam ilmu komunikasi, penting untuk mempertimbangkan bagaimana media seperti LinkedIn dapat memfasilitasi komunikasi yang efektif antara pemberi pesan dan penerima pesan. Dalam hal ini, LinkedIn memberikan kelebihan dalam mengorganisir informasi, memberikan kemudahan akses, memfasilitasi interaksi dan networking, serta membangun personal *branding*.

Gambar 1 Tahapan Induksi dan Inisiasi



Sumber: laporan akhir MSIB Nusa Penida tahun (2022)

Tujuan dari induksi adalah untuk mengenalkan mahasiswa baru dengan budaya perusahaan, aturan dan kebijakan internal, serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pekerjaan yang akan mereka lakukan di lapangan. Melalui induksi, perusahaan berusaha untuk memastikan bahwa mahasiswa dapat beradaptasi dengan lingkungan kerja mereka dengan baik dan dapat melakukan tugas-tugas mereka dengan efektif. Induksi menjadi bentuk pelaksanaan strategi komunikasi jika dalam sudut pandang PT. AGAVI sebelum menempatkan mahasiswa sebagai peserta magang dan merepresentasikan perusahaan kepada UMKM biinaan di Nusa Penida. Strategi komunikasi menjadi panduan perencanaan dengan manajemen komunikasi guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh sebab itu sebuah strategi komunikasi harus dapat menunjukkan langkah operasionalnya secara praktis yang akan dilakukannya, dalam artian bahwa pendekatan yang dilakukan dapat berbeda sewaktu-waktu sesuai dengan situasi dan kondisi yang dihadapi. Sebagaimana PT. AGAVI memberikan pembekalan materi serta teknis koordinasi untuk dapat dilaksanakan secara praktis oleh mahasiswa dilapangan untuk mencapai tujuan dari komunikasi tersebut.

Pelaksanaan alur komunikasi dan program kerja oleh mahasiswa program MSIB Kampus Merdeka PT. AGAVI di Nusa Penida menunjukkan proses yang cukup dinamis. Meskipun pada dasarnya, proses pelaksanaan komunikasi dan program kerja telah direncanakan secara sistematis dengan tahapan teoritis yang telah dirancang padatahap induksi dan inisiasi. Pelaksanaan yang tersistematis menunjukkan pola komunikasi yang teratur baik formal atau informal serta vertikalmaupun horizontal. Dinamika komunikasi yang terjadi pada proses pelaksanaan sebagai tahap dari manajemen komunikasi merupakan proses paling penting darisetiap bagian manajemen komunikasi. Karena pelaksanaan menjadi tujuan dari semua tahap manajemen. Dalam konteks penelitian ini, pelaksanaan program kerja di lapangan menjadi penentu program MSIB Kampus merdeka PT. AGAVI dapat dinilaikeberhasilannya. Sebagai parameter adalah nagaimana programtersebut dapat memberikan kontribusi positif terhadap mitra UMKM serta bagi mahasiswa dalammeningkatkan keahlian dalam bidang keilmuannya,maupun keahlian lain lintas disiplin ilmu. Sehingga apa yang menjadi cita-cita program Kampus Merdeka dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan Riset

dan Perguruan Tinggi dapat tercapai dengan baik.

### Pengawasan Komunikasi PT. AGAVI dalam Pembinaan Kelompok Usaha Kecil dan Menengah

Pengawasan adalah fungsi manajemen dimana peran dari personal yang sudah memiliki tugas, wewenang dan menjalankan pelaksanaannya perlu dilakukan pengawasan agar supaya berjalan sesuai dengan tujuan, visi dan misi perusahaan (Sarinah, 2017: 105). Manajemen komunikasi PT. AGAVI pada tahapan *controlling* atau pengawasan merupakan tahapan pengawasan dan evaluasi yang dilaksanakan secara sistematis dan terjadwal. Pada sudut pandang manajemen komunikasi fungsi evaluasi dan pengawasan komunikasi memungkinkan untuk mendeteksi kesalahan dan solusi yang sesuai untuk keberhasilan program kerja.

Proses evaluasi dengan mentor dilaksanakan setiap minggu via zoom meeting. kondisi ini dikarenakan posisi mentor berada di Bandung, di kantor dari PT. AGAVI. Pada *weekly report* mahasiswa melaporkan progress yang telah dilaksanakan, kemudian kendala yang dihadapi, serta planning kerja kedepannya sebagai sebuah antisipasi ataupun solusi dari

permasalahan yang dihadapi. Laporan ini dimuat ke dalam bentuk beberapa slide powerpoint yang mencantumkan kondisi setiap divisi.

Pengawasan komunikasi memiliki peran dan fungsi strategis dalam mendorong pencapaian tujuan program dan kegiatan. Pelaksanaan pengawas dapat memberikan inspirasi dan mendorong para mahasiswa untuk terus mengembangkan profesionalisme dan meningkatkan kinerja. Menurut Rober J Mockler (dalam Novitasari 2021: 172) dikatakan bahwa pengawasan adalah suatu usaha sistematis untuk menetapkan standar pelaksanaan dengan tujuan perencanaan, merancang sistem informasi umpan balik, membandingkan kegiatan nyata dengan standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Pernyataan tersebut sejalan dengan *weekly report* dari mahasiswa kepada mentor pada dasarnya sebagai sebuah bentuk umpan balik komunikasi oleh mahasiswa. Mahasiswa melaporkan kendala, progress dan rencana berikutnya sebagai hasil dari manajemen komunikasi dari PT. AGAVI dalam menyusun alur atau pola komunikasi yang digunakan dalam pelaksanaan program MSIB kampus Merdeka PT. AGAVI di Nusa Penida.

Gambar 2. Contoh Laporan pada *Weekly Report*



Sumber: Dokumentasi Mahasiswa Magang (2020)

Gambar tersebut merupakan contoh dari bentuk pelaporan setiap minggu atau *weekly report* yang dilaksanakan setiap hari kamis. Mahasiswa akan membuat laporan yang berkaitan dengan progres kerja yang telah

dilaksanakan kemudian kendala, serta rencana kerja selamasinggu berikutnya. Laporan tersebut dibuat dalam bentuk slide oleh setiap divisi.

Koordinasi mahasiswa dengan *supervisor* lapangan dilakukan dalam kondisi formal dengan format rapat. Koordinasi formal tersebut menggunakan komunikasi secara lisan untuk membahas program kerja, target capaian serta kendala yang dihadapi mahasiswa dalam melaksanakan program kerjanya. Komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan pesan pada koordinasi tersebut lebih banyak menggunakan bahasa lisan.

Sebagai bentuk lanjutan dari proses pelaksanaan, pengawasan bertujuan menguraikan alur komunikasi dan program kerja atau sistem yang telah dilaksanakan. Pada proses evaluasi yang dilaksanakan oleh PT. AGAVI, peneliti memunculkan fokus utama evaluasi terletak pada tugas dan tanggung jawab sebagai bagian dari manajemen komunikasi dan pelaksanaan program kerja. Dimana hal ini berkaitan dengan aspek peran berbagai pihak dalam program MSIB Kampus Merdeka yang bertanggung jawab pada sistem tersebut. Tujuan dari evaluasi itu sendiri adalah perbaikan atas penyimpangan atau kekurangan pelaksanaan program kerja dan sistem manajemen komunikasinya. George R Terry (2019: 18) perbaikan dan perubahan suatu tugas dan wewenang serta tujuan organisasi seluruhnya dilakukan pada manusianya. Manusia yang dimaksud ditujukan pada penanggungjawab bidang fungsional maupun divisi yang dievaluasi. Evaluasi ini pada akhirnya mengacu pada langkah-langkah perbaikan yang harus dilakukan oleh penanggung jawab yaitu PT. AGAVI, dan mahasiswa peserta magang sebagai bagian dari sistem manajemen. Sehingga target capaian dari program dalam manajemen komunikasi yang telah ditetapkan dapat terpenuhi secara optimal.

## SIMPULAN

Program MSIB Kampus Merdeka dari PT. AGAVI dalam pembinaan kelompok UMKM di Nusa Penida secara teoritis dilaksanakan dengan manajemen komunikasi. Manajemen komunikasi berfokus pada alur komunikasi dan program MSIB dari PT. AGAVI dirumuskan dengan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Manajemen komunikasi dalam program ini menjelaskan

pola komunikasi yang diterapkan sebagai dasar optimalisasi program kerja. PT. AGAVI menerapkan sistem komunikasi formal dan nonformal beserta komponennya untuk dapat memaksimalkan setiap proses dari manajemen komunikasi yang diterapkan. Perencanaan program diawali dengan merancang sistem manajemen program dalam bentuk proposal kemitraan program pemerintah atas dasar hasil observasi kebutuhan UMKM dan dirancang oleh internal PT. AGAVI. Perencanaan memuat tahapan program dari seleksi pembekalan sampai pada pelaksanaan program di lapangan. Pengelolaan dan pelaksanaan oleh PT. AGAVI dalam program MSIB membentuk sistem kerja berdasarkan kebutuhan di lapangan dalam divisi dengan fungsi yang jelas. Pelaksanaan program didasarkan atas fungsi dengan metode komunikasi secara formal dan formal, vertikal dan horizontal. Kemudian pengawasan atau evaluasi berfokus pada aspek manusianya sebagai unsur utama dalam menentukan parameter keberhasilan manajemen komunikasi program MSIB Kampus Merdeka PT. AGAVI.

## DAFTAR PUSTAKA

- George R. Terry dan Leslie W. Rue. 2019. *Dasar-dasar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Suprpto, Eko dan kawan-kawan. 2023. "Penyelarasan Program Magang Bersertifikat dalam Implementasi Merdeka Belajar dan Kurikulum Merdeka". *Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia* Volume 8 Nomor 1.
- Diwan, P. (1999). *Communication Management*. Kuala Lumpur: Golden Books.
- McHug, N. d. 2009. *Pengantar Bisnis*. Edisi 8 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. 2019. *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sarinah. 2017. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Deepublish
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabet.

- Suprpto Tommy, 2009. Pengantar Teori dan Manajemen Komunikasi. Jakarta : Media presindo.
- Mustikasari, Reni Dkk. 2021. Strategi Manajemen Komunikasi Media Online Cerdik Indonesia Dalam Mengatasi Persaingan Antarmedia Online. Universitas Komputer Indonesia. Jurnal Common: Vol. 5 No 2. Desember 2021.
- Masmuh, A. (2005). Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori dan Praktik. Malang: UMM Pres.
- Sarinah, dan Mardalena. 2017. Pengantar Manajemen. Yogyakarta: Deepublish.