

**Bidang Ilmu : Sosial**

**LAPORAN AKHIR  
PENELITIAN HIBAH BERSAING**



**JUDUL PENELITIAN  
PENGEMBANGAN MODEL PENGALIHAN DAMPAK NEGATIF MEDIA  
SOSIAL DALAM MEMBENTUK JIWA KEWIRAUSAHAAN DI  
KALANGAN SISWA SMU/SMK DI KOTA BANDUNG  
MELALUI BUKU AJAR DAN MODUL**

**PENELITI**

Dr. Sutrisno, Drs., M.Si (Ketua)  
Dr. Heri Erlangga, Drs., M.Pd (Anggota)  
Drs. Rasman Sonjaya, M.Si (Anggota)

**UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG  
DESEMBER 2013**

Dibiayai oleh DIPA Kopertis Wilayah IV,  
Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan, sesuai dengan Surat Perjanjian  
Pelaksanaan Hibah Penelitian No: 0900/K4/KL/2013  
Tanggal 10 Mei 2013

**LEMBAR PENGESAHAN  
PENELITIAN HIBAH BERSAING**

1. Judul Penelitian : Pengembangan Model Pengalihan Dampak Media Sosial dalam Membentuk Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Siswa SMU/SMK di Kota Bandung Melalui Buku Ajar dan Modul
  
2. Ketua Peneliti
  - a. Nama Lengkap : Dr. Sutrisno, Drs., M.Si
  - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
  - c. NIPY : 10563
  - d. Jabatan Struktural : Ketua Prodi Ilmu Komunikasi
  - e. Jabatan fungsional : Lektor
  - f. Fakultas/Jurusan : ISIP/Ilmu Komunikasi
  - g. Pusat Penelitian : Buku Ajar Pengalihan Dampak Media Sosial dalam Membentuk Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Siswa SMU/SMK
  
  - h. Alamat : Jl. Lengkong Besar No. 68 Bandung
  - i. Telpon/Faks : 022-4262456/022-4262456
  - j. Alamat Rumah : Jl. Karees Sapuran No. 43/121 Bandung
  - k. Telpon/Faks/E-mail : 081809399029/022-4262456/kangsutrisno@yahoo.com
3. Jangka Waktu Penelitian : Tiga (3) tahun
4. Pembiayaan
  - a. Jumlah biaya yang diajukan ke Dikti : Rp 150.000.000,-
  - b. Jumlah biaya tahun ke 1 : Rp 50.000.000,-
    - Biaya tahun ke 2 yang diajukan ke Dikti : Rp 50.000.000,-
    - Biaya tahun ke 3 dari Institusi Lain : Rp 50.000.000,-

Bandung, 7 Desember 2013

Mengetahui,  
Dekan

Ketua Peneliti,

  
**Drs. H. Aswan harjadi, M.Si**  
NIP :195610151987031002

  
**Dr. Sutrisno, Drs., M.Si**  
NIPY : 151.102.63

Menyetujui,  
Ketua Lembaga Penelitian

  
  
**Dr.H. Aan Burhanuddin, SH., M.H**  
NIP : 131414822

## Identitas Penelitian

1. Judul Penelitian : Pengembangan Model Pengalihan Dampak Media Sosial dalam Membentuk Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Siswa SMU/SMK di Kota Bandung Melalui Buku Ajar dan Modul
2. Ketua Peneliti
- a. Nama Lengkap : Dr. Sutrisno, Drs., M.Si
  - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
  - c. NIPY : 151.102.63
  - d. Jabatan Struktural : Ketua Prodi Ilmu Komunikasi
  - e. Jabatan fungsional : Lektor
  - f. Fakultas/Jurusan : ISIP/Ilmu Komunikasi
  - h. Alamat surat : Jl. Lengkong Besar No. 68 Bandung
  - i. Telpon/Faks : 022-4262456/022-4262456
  - j. Alamat Rumah : Jl. Karees Sapuran No. 43/121 Bandung
  - k. Telpon/Faks/E-mail : 081809399029/022-4262456/kangsutrisno@yahoo.com

### 3. Anggota peneliti

No	Nama dan Gelar Akademik	Bidang Keahlian	Instansi	Alokasi Waktu (Jam / Minggu)
1.	Dr. Heri Erlangga, Drs., M.Pd	Pendidikan Kewirausahaan	Universitas Pasundan	
2.	Drs. Rasman Sonjaya, M.Si	Komunikasi Organisasi	Universitas Pasundan	

4. Objek Penelitian : Siswa SMU/SMK di Kota Bandung
5. Masa Pelaksanaan Penelitian
- o Mulai Bulan : Oktober 2011
  - o Selesai Bulan : Oktober 2014
6. Biaya yang diusulkan :
- Tahun Kedua : 50.000.000.00
  - Anggaran Keseluruhan : 150.000.000.00
7. Lokasi Penelitian : Kota Bandung
8. Hasil yang ditargetkan :
1. Laporan hasil penelitian
  2. Hasil penelitian Termuat dalam jurnal terakreditasi
  3. Schedule target hasil penelitian ini yaitu :
    - Tahun ke 1 : Ditemukan Model Pengalihan Dampak Negatif Media Sosial dalam Membentuk Jiwa Kewirausahaan di kalangan Siswa SMU/SMK di Kota Bandung,
    - Tahun ke 2 : Pengembangan Model Pengalihan Dampak Negatif Media Sosial dalam membentuk Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Siswa SMU/SMK di Kota Bandung melalui buku ajar dan modul
    - Tahun ke 3 : Sosialisasi dan Pelatihan Penggunaan Internet yang membentuk Jiwa Kewirausahaan Para Siswa.
9. Buku ajar dan modul Dampak Negatif Media Sosial, pendidikan kewirausahaan sejak dini di kalangan siswa SMU/SMK dalam mendukung Bandung Sebagai Kota Jasa.
10. Institusi lain yang terlibat adalah Dinas Pendidikan Kota Bandung dan Pemerintah Kota Bandung.

Jenis Penelitian : Hibah Bersaing

Judul Penelitian : Pengembangan Model Pengalihan Dampak Negatif Media Sosial dalam Membentuk Jiwa Kewirausahaan di Kalangan Siswa SMU/SMK di Kota Bandung Melalui Buku Ajar dan Modul

### **Abstrak**

Derasnya arus reformasi dan informasi membuat dampak negatif media sosial tidak dapat dihindarkan yang berkembang menjadi malapetaka bagi kalangan remaja, terutama Siswa SMU/SMK yang saat ini menjadi objek media sosial. Untuk itu perlu dicarikan solusi yang sistematis dan kreatif bagi remaja usia dini dengan mengalihkan perhatian dampak negatif media sosial ke dalam pemanfaatan sisi positifnya, seperti membentuk jiwa kewirausahaan sejak usia dini melalui jejaring sosial.

Lima tahun reformasi ditandai dengan tumbuh dan gugurnya sejumlah media. Dan konglomerat mulai menancapkan kehadirannya di lahan yang dulu sarat idealisme itu. Perkembangan media massa lima tahun terakhir ini benar-benar menakjubkan. Angin kebebasan yang bertiup setelah pengunduran diri Presiden Soeharto telah menjadi motor pendorong utama. Hal ini langsung terlihat pada lonjakan jumlah media cetak ketika B.J. Habibie berkuasa. Dalam periode awal transisi itu (1998-1999), media yang paling banyak diterbitkan pengusaha pers adalah tabloid. Biaya produksinya tidak terlalu besar. Jumlah wartawan yang diperlukan juga tidak banyak. Selain itu, tabloid cenderung bersemangat pamflet, sehingga paling cocok menyuarakan gejolak perubahan waktu itu. Karakter bisnisnya yang bersifat hit and run juga ikut menunjang.

Namun, memasuki tahun 2000, pamor tabloid meredup dengan cepat. Satu per satu tabloid lenyap dari peredaran, tanpa kabar berita atau pemberitahuan. Ada dua penyebabnya: tabloid nyaris tidak mendapat iklan, sedangkan minat pembaca mulai berpindah ke media yang diolah secara berkualitas. Seiring dengan itu, kaum pemilik modal pun mengalihkan perhatian dan uangnya ke media elektronik seperti televisi, radio, dan media sosial.

Adapun **Manfaat** penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para siswa SMU/SMK di Kota Bandung terutama yang aktif memanfaatkan media sosial dalam pergaulan maupun dalam mengerjakan tugas-tugas sekolahnya yang menguntungkan atau berkembang ke arah negatif dan dapat merugikan individu maupun orang tua dan pihak sekolah yang mengharapkan mereka memiliki akhlak yang baik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menemukan Model Pengalihan Dampak Negatif Media Sosial dalam Membentuk Jiwa Kewirausahaan di kalangan Siswa SMU/SMK di Kota Bandung, Memberikan Sosialisasi kepada Siswa SMU/SMK Kota Bandung, dan Pelatihan Penggunaan Internet yang membentuk Jiwa Kewirausahaan Para Siswa.

**Kata Kunci : Dampak Negatif Media Sosial, Jiwa Kewirausahaan.**

## DAFTAR ISI

Halaman Pengesahan	i
Identitas Penelitian	ii
Abstrak	iii
Daftar Isi	v
<b>BAB I PEMAHAMAN TENTANG KEWIRAUSAHAAN</b>	<b>1</b>
1.1. Definisi Kewirausahaan	1
1.2. Karakteristik Kewirausahaan	5
1.3. Kompetensi Kewirausahaan	6
1.4. Jenis-Jenis Kewirausahaan	11
<b>BAB II PEMAHAMAN TENTANG MEDIA SOSIAL</b>	<b>13</b>
2.1. Definisi Media Sosial	13
2.2. Jenis-Jenis Media Sosial	19
2.3. Dampak Positif dan Negatif Media Sosial	23
<b>BAB III BERWIRAUSAHA MELALUI MEDIA SOSIAL</b>	<b>26</b>
3.1. Membuat Situs Wirausaha Bergaya Remaja	26
3.2. Membuat Komunitas Wirausaha Remaja	29
3.3. Memberikan Pendidikan TIK yang Berbasis Kewirausahaan	32
3.4. Menyelenggarakan Event Tentang Kewirausahaan Melalui Media Sosial	34
3.5. Menciptakan Budaya Media Literasi Dalam Setiap Mata Pelajaran Menjadi Berbasis Kewirausahaan	36
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>44</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>49</b>

# **BAB I**

## **PEMAHAMAN TENTANG KEWIRAUSAHAAN**

### **1.1. Definisi Kewirausahaan (Entrepreneurship)**

Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berdaya, bercipta, berkarsa dan bersahaja dalam berusaha dalam rangka meningkatkan pendapatan dalam kegaitan usahanya atau kiprahnya. Seorang yang memiliki jiwa dan sikap wirausaha selalu tidak puas dengan apa yang telah dicapainya. Dari waktu-ke waktu, hari demi hari, minggu demi minggu selalu mencari peluang untuk meningkatkan usaha dan kehidupannya. Ia selalu berkreasi dan berinovasi tanpa berhenti, karena dengan berkreasi dan berinovasi lah semua peluang dapat diperolehnya. Wirausaha adalah orang yang terampil memanfaatkan peluang dalam mengembangkan usahanya dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran bagi siswa SMU/SMK dalam kehidupannya.

Pada hakekatnya semua orang adalah wirausaha dalam arti mampu berdiri sendiri dalam menjalankan usahanya dan pekerjaannya guna mencapai tujuan pribadinya, keluarganya, masyarakat, bangsa dan negaranya, akan tetapi banyak diantara kita yang tidak berkarya dan berkarsa untuk mencapai prestasi yang lebih baik untuk masa depannya, dan ia menjadi ketergantungan pada orang lain, kelompok lain dan bahkan bangsa dan Negara lainnya. Istilah kewirausahaan, kata dasarnya berasal dari terjemahan entrepreneur, yang dalam bahasa Inggris di kenal dengan *between taker* atau *go between*.

Pada abad pertengahan istilah entrepreneur digunakan untuk menggambarkan seseorang aktor yang memimpin proyek produksi, Konsep wirausaha secara lengkap dikemukakan oleh Josep Schumpeter, yaitu sebagai orang yang mendobrak sistem ekonomi yang ada dengan memperkenalkan barang dan jasa yang baru, dengan menciptakan bentuk organisasi baru atau mengolah bahan baku baru. Orang tersebut melakukan kegiatannya melalui organisasi bisnis yang baru atau pun yang telah ada. Dalam definisi tersebut ditekankan bahwa wirausaha adalah orang yang melihat adanya peluang kemudian menciptakan sebuah organisasi untuk memanfaatkan peluang tersebut. Sedangkan proses

kewirausahaan adalah meliputi semua kegiatan fungsi dan tindakan untuk mengejar dan memanfaatkan peluang dengan menciptakan suatu organisasi. Istilah wirausaha dan wiraswasta sering digunakan secara bersamaan, walaupun memiliki substansi yang agak berbeda.

Norman M. Scarborough dan Thomas W. Zimmerer (1993:5) mengemukakan definisi wirausaha sebagai berikut : “ An entrepreneur is one who creates a new business in the face of risk and uncertainty for the purpose of achieving profit and growth by identifying opportunities and assembling the necessary resources to capitalize on those opportunities”. Menurut Dan Steinhoff dan John F. Burgess (1993:35) wirausaha adalah orang yang mengorganisir, mengelola dan berani menanggung resiko untuk menciptakan usaha baru dan peluang berusaha. Secara esensi pengertian entrepreneurship adalah suatu sikap mental, pandangan, wawasan serta pola pikir dan pola tindak seseorang terhadap tugas-tugas yang menjadi tanggungjawabnya dan selalu berorientasi kepada pelanggan. Atau dapat juga diartikan sebagai semua tindakan dari seseorang yang mampu memberi nilai terhadap tugas dan tanggungjawabnya. Adapun kewirausahaan merupakan sikap mental dan sifat jiwa yang selalu aktif dalam berusaha untuk memajukan karya baktinya dalam rangka upaya meningkatkan pendapatan di dalam kegiatan usahanya. Selain itu kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses.

Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (create new and different) melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang dalam menghadapi tantangan hidup. Pada hakekatnya kewirausahaan adalah sifat, ciri, dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif kedalam dunia nyata secara kreatif.

Dari beberapa konsep yang ada 6 hakekat penting kewirausahaan menurut pendapat Suryana adalah sebagai berikut :

1. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis (Acmad Sanusi, 1994).

2. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (ability to create the new and different) (Drucker, 1959).
3. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan (Zimmerer. 1996).
4. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (start-up phase) dan perkembangan usaha (venture growth) (Soeharto Prawiro, 1997).
5. Kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (creative), dan sesuatu yang berbeda (inovative) yang bermanfaat memberi nilai lebih.
6. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru yang lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada, dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.<sup>1</sup>

Dari segi karakteristik perilaku, Wirausaha (entepreneur) adalah mereka yang mendirikan, mengelola, mengembangkan, dan melembagakan perusahaan miliknya sendiri. Wirausaha adalah mereka yang bisa menciptakan kerja bagi orang lain dengan berswadaya. Definisi ini mengandung asumsi bahwa setiap orang yang mempunyai kemampuan normal, bisa menjadi wirausaha asal mau dan mempunyai kesempatan untuk belajar dan berusaha. Berwirausaha melibatkan dua unsur pokok (1) peluang dan, (2) kemampuan menanggapi peluang, Berdasarkan hal tersebut maka definisi kewirausahaan adalah “tanggapan terhadap peluang usaha yang terungkap dalam seperangkat tindakan serta membuahkan hasil berupa organisasi usaha yang melembaga, produktif dan inovatif.” (Pekerti, 1997)

---

<sup>1</sup> [viewcomputer.wordpress.com/kewirausahaan/](http://viewcomputer.wordpress.com/kewirausahaan/)

*Bagan 1*

**KERANGKA BERPIKIR TENTANG KEWIRAUSAHAAN**



Sejalan dengan pendapat di atas, Salim Siagian (1999) mendefinisikan: “Kewirausahaan adalah semangat, perilaku, dan kemampuan untuk memberikan tanggapan yang positif terhadap peluang memperoleh keuntungan untuk diri sendiri dan atau pelayanan yang lebih baik pada pelanggan/masyarakat; dengan selalu berusaha mencari dan melayani langganan lebih banyak dan lebih baik, serta menciptakan dan menyediakan produk yang lebih bermanfaat dan menerapkan cara kerja yang lebih efisien, melalui keberanian mengambil resiko, kreativitas dan inovasi serta kemampuan manajemen.”

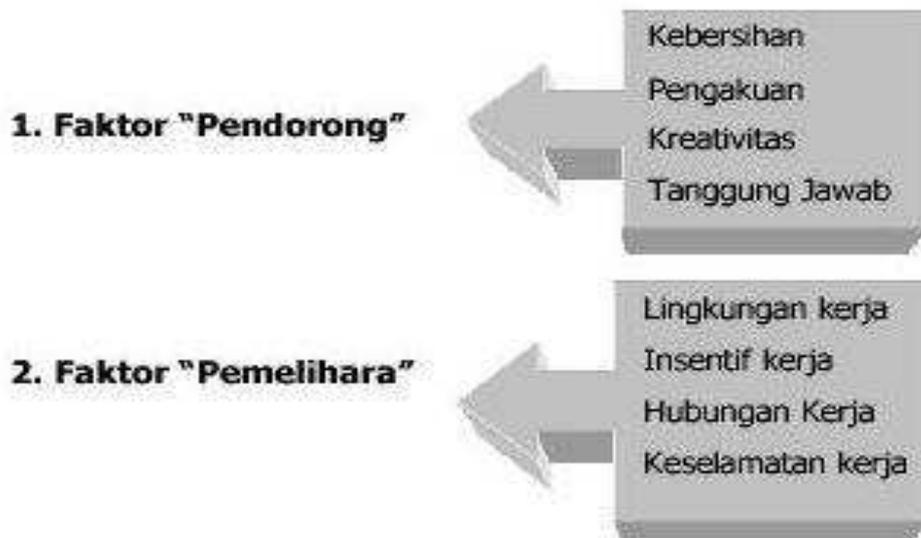
## 1.2. Karakteristik Kewirausahaan

Kewirausahaan memiliki karakteristik tersendiri, artinya setiap orang yang ingin berwirausaha harus memiliki karakteristik kewirausahaan. Karakteristik Kewirausahaan antara lain:

### a. Motif Berprestasi Tinggi

Para ahli mengemukakan bahwa seseorang memiliki minat berwirausaha karena adanya motif tertentu, yaitu motif berprestasi (achievement motive). Menurut Gede Anggan Suhandi (dalam Suryana, 2003 : 32). Motif berprestasi ialah suatu nilai sosial yang menekankan pada hasrat untuk mencapai yang terbaik guna mencapai kepuasan secara pribadi.

Faktor dasarnya adalah kebutuhan yang harus dipenuhi. Seperti yang dikemukakan oleh Maslow (1934) tentang teori motivasi yang dipengaruhi oleh tingkatan kebutuhan kebutuhan, sesuai dengan tingkatan pemuasannya, yaitu kebutuhan fisik (physiological needs), kebutuhan akan keamanan (security needs), kebutuhan harga diri (esteem needs), dan kebutuhan akan aktualisasi diri (self-actualization needs). Menurut Teori Herzberg, ada dua faktor motivasi, yaitu:



Kebutuhan berprestasi wirausaha terlihat dalam bentuk tindakan untuk melakukan sesuatu yang lebih baik dan lebih efisien dibandingkan sebelumnya. Wirausaha yang memiliki motif berprestasi pada umumnya memiliki ciri-ciri sebagai berikut (Suryana, 2003 : 33-34):

1. Ingin mengatasi sendiri kesulitan dan persoalan-persoalan yang timbul pada dirinya.
2. Selalu memerlukan umpan balik yang segera untuk melihat keberhasilan dan kegagalan.
3. Memiliki tanggung jawab personal yang tinggi.
4. Berani menghadapi resiko dengan penuh perhitungan.
5. Menyukai tantangan dan melihat tantangan secara seimbang (fifty-fifty). Jika tugas yang diembannya sangat ringan, maka wirausaha merasa kurang tantangan, tetapi ia selalu menghindari tantangan yang paling sulit yang memungkinkan pencapaian keberhasilan sangat rendah.

Motivasi (Motivation) berasal dari bahasa latin “movere” yang berarti to move atau menggerakkan, (Steers and Porter, 1991:5), sedangkan Suriasumantri (hal.92) berpendapat, motivasi merupakan dorongan, hasrat, atau kebutuhan seseorang. Motif dan motivasi berkaitan erat dengan penghayatan suatu kebutuhan berperilaku tertentu untuk mencapai tujuan. Motif menghasilkan mobilisasi energi (semangat) dan menguatkan perilaku seseorang. Secara umum motif sama dengan drive.

Beck (1990: 19), berdasarkan pendekatan regulatoris, menyatakan “drive” sama seperti sebuah kendaraan yang mempunyai suatu mekanisme untuk membawa dan mengarahkan perilaku seseorang. Sejalan dengan itu, berdasarkan teori atribusi Weiner (Gredler, 1991: 452) ada dua lokus penyebab seseorang berhasil atau berprestasi. Lokus penyebab instrinsik mencakup (1) kemampuan, (2) usaha, dan (3) suasana hati (mood), seperti kelelahan dan kesehatan. Lokus penyebab ekstrinsik meliputi (1) sukar tidaknya tugas, (2) nasib baik (keberuntungan), dan (3) pertolongan orang lain. Motivasi berprestasi mengandung dua aspek, yaitu (1) mencirikan ketahanan dan suatu ketakutan akan kegagalan dan (2) meningkatkan usaha keras yang berguna dan mengharapkan

akan keberhasilan (McClelland, 1976: 74-75). Namun, Travers (1982:435) mengatakan bahwa ada dua kategori penting dalam motivasi berprestasi, yaitu mengharapkan akan sukses dan takut akan kegagalan.

Uraian di atas menunjukkan bahwa setidaknya-tidaknya ada dua indikator dalam motivasi berprestasi (tinggi), yaitu kemampuan dan usaha. Namun, bila dibandingkan dengan atribusi intrinsik dari Wainer, ada tiga indikator motivasi berprestasi tinggi yaitu: kemampuan, usaha, dan suasana hati (kesehatan). Berdasarkan uraian di atas, hakikat motivasi berprestasi dalam penelitian ini adalah rangsangan-rangsangan atau daya dorong yang ada dalam diri yang mendasari kita untuk belajar dan berupaya mencapai prestasi belajar yang diharapkan.

#### **b. Selalu Perspektif**

Seorang wirausahawan hendaknya seorang yang mampu menatap masa dengan dengan lebih optimis. Melihat ke depan dengan berfikir dan berusaha. Usaha memanfaatkan peluang dengan penuh perhitungan. Orang yang berorientasi ke masa depan adalah orang yang memiliki persepektif dan pandangan kemasa depan. Karena memiliki pandangan jauh ke masa depan maka ia akan selalu berusaha untuk berkarsa dan berkarya. Kuncinya pada kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru serta berbeda dengan yang sudah ada. Walaupun dengan risiko yang mungkin dapat terjadi, seorang yang perspektif harus tetap tabah dalam mencari peluang tantangan demi pembaharuan masa depan. Pandangan yang jauh ke depan membuat wirausaha tidak cepat puas dengan karsa dan karya yang sudah ada. Karena itu ia harus mempersiapkannya dengan mencari suatu peluang.

#### **c. Memiliki Kreatifitas Tinggi**

Menurut Theodore Levit, kreativitas adalah kemampuan untuk berfikir yang baru dan berbeda. Menurut Levit, kreativitas adalah berfikir sesuatu yang baru (thinking new thing), oleh karena itu enurutnya kewirausahaan adalah berfikir dan bertindak sesuatu yang baru atau berfikir sesuatu yang lama dengan cara-cara baru. Menurut Zimmerer dalam buku yang ditulis Suryana (2003 : 24) dengan

judul buku “Entrepreneurship And The New Venture Formation”, mengungkapkan bahwa ide-ide kreativitas sering muncul ketika wirausaha melihat sesuatu yang lama dan berfikir sesuatu yang baru dan berbeda. Oleh karena itu kreativitas adalah menciptakan sesuatu dari yang asalnya tidak ada (generating something from nothing). Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan-persolan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan (innovation is the ability to apply creative solutions to those problems and opportunities to enhance or to enrich people’s live). “Sometimes creativity involves generating something from nothing. However, creativity is more likely to result in collaborating on the present, in putting old things together in the new ways, or in taking something away to create something simpler or better”. Dari definisi diatas, kreativitas mengandung pengertian, yaitu :

1. Kreativitas adalah menciptakan sesuatu yang asalnya tidak ada.
2. Hasil kerjasama masa kini untuk memperbaiki masa lalu dengan cara baru.
3. Menggantikan sesuatu dengan sesuatu yang lebih sederhana dan lebih baik.

Menurut Zimmerer(1996:7), “*creativity ideas often arise when entrepreneurs look at something old and think something new or different*”. Ide-ide kreativitas sering muncul ketika wirausaha melihat sesuatu yang lama dan berpikir sesuatu baru dan berbeda. Oleh karena itu kreativitas adalah menciptakan sesuatu dari yang asalnya tidak ada (generating something from nothing). Rahasia kewirausahaan adalah dalam menciptakan nilai tambah barang dan jasa terletak pada penerapan kreativitas dan inovasi untuk memecahkan masalah dan meraih peluang yang dihadapi tiap hari (applying creativity and innovation to solve the problems and to exploit opportunities that people face every day). Berinisiatif ialah mengerjakan sesuatu tanpa menunggu perintah.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> <http://viewcomputer.wordpress.com/kewirausahaan/>

### **1.3. Kompetensi Kewirausahaan**

Kompetensi merupakan salah satu hal pokok yang harus dimiliki oleh setiap orang dalam setiap bidang atau profesi yang digelutinya. Kompetensi perlu dimiliki oleh wirausahawan seperti halnya profesi lain dalam kehidupan, kompetensi ini mendukungnya ke arah kesuksesan. Tanpa kompetensi yang mencukupi, maka seorang wirausahawan tidak akan berhasil dalam menjalankan wirausahanya. Dan dan Bradstreet business Credit Service (Triton PB, 2007) mengemukakan 10 kompetensi yang harus dimiliki, yaitu :

1) Knowing your business

Yaitu mengetahui usaha apa yang akan dilakukan. Dengan kata lain, seorang wirausahawan harus mengetahui segala sesuatu yang ada hubungannya dengan usaha atau bisnis yang akan dilakukan. Misal, untuk berbisnis kaos, seorang wirausahawan harus mengetahui tentang seluk beluk bahan kaos, jenis jahitan kaos, model kaos yang sedang tren, jenis dan desain sablon serta seluk beluknya, serta cara memasarkan kaos itu sendiri. Tanpa semua pengetahuan tersebut, maka usaha yang digeluti tidak akan berhasil.

2) Knowing the basic business management

Yaitu mengetahui dasar-dasar pengelolaan bisnis, misalnya cara merancang usaha, mengorganisasi dan mengenalkan perusahaan, termasuk dapat memperhitungkan, memprediksi, mengadministrasikan, dan membukukan kegiatan-kegiatan usaha. Mengetahui manajemen bisnis berarti memahami kiat, cara, proses dan pengelolaan semua sumberdaya perusahaan secara efektif dan efisien.

3) Having the proper attitude

Yaitu memiliki sikap yang sempurna terhadap usaha yang dilakukannya. Dia harus bersikap seperti pedagang, industriawan, pengusaha, eksekutif yang sungguh-sungguh dan tidak setengah hati. Artinya seorang wirausahawan harus terjun total dalam usaha yang digelutinya (tidak setengah-setengah). Usaha yang asal-asalan hanya akan menghasilkan penghasilan yang asal-asalan pula.

4) Having adequate capital

Yaitu memiliki modal yang cukup. Modal tidak hanya bentuk materi tetapi juga rohani. Kepercayaan dan keteguhan hati merupakan modal utama dalam usaha. Oleh karena itu, harus cukup waktu, cukup uang, cukup tenaga, tempat dan mental. Memiliki modal yang cukup tidak berarti harus besar, karena besar kecilnya modal tergantung dari usaha yang akan digeluti. Terkadang usaha yang besar pun dimulai dengan modal yang kecil, tapi terus digeluti dengan sungguh-sungguh.

5) Managing finances effectively

Yaitu memiliki kemampuan / mengelola keuangan, secara efektif dan efisien, mencari sumber dana dan menggunakannya secara tepat, dan mengendalikannya secara akurat. Pengelolaan keuangan sangat penting sekali terutama bagi para pemula yang hanya memiliki modal yang sangat kecil. Salah sedikit saja dalam memanaj keuangan, dampaknya akan sangat buruk.

6) Managing time efficiently

Yaitu kemampuan mengatur waktu seefisien mungkin. Mengatur, menghitung, dan menepati waktu sesuai dengan kebutuhannya. Dengan mengelola waktu secara efisien, maka akan menghemat pula biaya produksi barang atau jasa, membuat pelayanan berkualitas, yang pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan usaha.

7) Managing people

Yaitu kemampuan merencanakan, mengatur, mengarahkan / memotivasi, dan mengendalikan orang-orang dalam menjalankan perusahaan. Untuk usaha kecil-kecilan yang hanya dijalankan oleh sedikit orang, mungkin tidak terlalu sulit untuk mengatur dan mengorganisir, tapi seiring waktu pertumbuhan usaha, maka pengelolaan sumber daya manusia menjadi sangat penting untuk kelangsungan dan keefektifan usaha.

8) Satisfying customer by providing high quality product

Yaitu memberi kepuasan kepada pelanggan dengan cara menyediakan barang dan jasa yang bermutu, bermanfaat dan memuaskan. Pepatah pembeli atau pelanggan adalah raja, harus betul-betul diterapkan atau

diimplementasikan secara baik terutama bagi pemula usaha. Produk atau pelayanan yang buruk terhadap para pelanggan akan membuat usaha anda bangkrut.

9) Knowing Hozu to Compete

Yaitu mengetahui strategi / cara bersaing. Wirausaha harus dapat mengungkap kekuatan (strength), kelemahan (weaks), peluang (opportunity), dan ancaman (threat), dirinya dan pesaing. Dia harus menggunakan analisis SWOT sebaik terhadap dirinya dan terhadap pesaing. Analisis SWOT ini sangat penting sekali, terutama jika usaha anda memiliki cukup banyak pesaing. Tanpa analisis SWOT, usaha anda akan tersaingi oleh pengusaha atau wirausahawan yang lain.

10) Copying with regulation and paper work

Yaitu membuat aturan / pedoman yang jelas tersurat, tidak tersirat. Peraturan-peraturan dalam usaha anda harus dibuat secara jelas dan tertulis, seperti tentang standar kualitas produk atau jasa, standar pelayanan dan sebagainya.

#### **1.4. Jenis-Jenis Kewirausahaan**

Kewirausahaan memiliki beberapa jenis berdasarkan gaya wirausahanya. Williamson dalam Winardi (1977) membagi jenis-jenis wirausaha ke dalam 4 jenis, antara lain:

1) Innovating Entrepreneurship

Bereksperimentasi secara agresif, trampil mempraktekkan transformasi-transformasi atraktif. Jenis kewirausahaan ini adalah mencari ide-ide atau peluang usaha baru yang belum ada atau belum tergarap, misal bisnis yang ada belum di daerah sekitar anda.

2) Imitative Entrepreneurship

Meniru inovasi yang berhasil dari para Innovating Entrepreneur. Anda mendirikan jenis wirausaha yang sudah ada di sekitar anda, tapi dengan sedikit perbedaan strategi agar usaha anda dapat bersaing.

3) Fabian Entrepreneurship

Sikap yang teramat berhati-hati dan sikap skeptikal tetapi yang segera melaksanakan peniruan-peniruan menjadi jelas sekali, apabila mereka tidak melakukan hal tersebut, mereka akan kehilangan posisi relatif pada industri yang bersangkutan. Terkadang

4) Drone Entrepreneurship

Drone = malas. Penolakan untuk memanfaatkan peluang-peluang untuk melaksanakan perubahan-perubahan dalam rumus produksi sekalipun hal tersebut akan mengakibatkan mereka merugi dibandingkan dengan produsen lain.

Menurut Winardi (1977) masih ada jenis entrepreneurship yang lain yang disebut sebagai Parasitic Entrepreneurship, dalam konteks ilmu ekonomi disebut sebagai Rent-seekers (pemburu rente).

## **BAB II**

### **PEMAHAMAN TENTANG MEDIA SOSIAL**

#### **2.1. Definisi Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah media online, dimana para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Media sosial meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Tentunya sebagian besar kita sudah akrab dengan sosial media seperti halnya Facebook, twitter dan lain-lain. Sosial media memiliki banyak potensi besar bagi usaha kecil. Sayangnya, ada sedikit ketakutan bagi pemilik usaha kecil berkaitan dengan besarnya biaya yang dikeluarkan untuk sewa bandwidth untuk media sosial. Namun jika anda bisa mengoptimalkan peran social media bagi bisnis anda, dengan <sup>3</sup>menyeimbangkan ROI (Return Of Investment) maka ketakutan itu tidak perlu muncul. Sosial media bisa dimanfaatkan sebagai strategi marketing bagi bisnis anda. Sesungguhnya, jika dibagi dari aspek fungsional, sosial media memiliki dua hal yaitu:

1. Marketing, sosial media dipergunakan sebagai media untuk marketing/pemasaran produk-produk anda. Sebagai tempat berkumpul baru bagi calon pelanggan sosial media memiliki potensi besar untuk memperkenalkan produk anda.
2. Communication, Selain sebagai media pemasaran, sosial media berdifat interaktif sehingga calon pelanggan tidak hanya melihat iklan produk anda saja tetapi juga bertanya sampai terlibat dalam deal mempergunakan produk anda.

Melihat fungsi yang cukup potensial tersebut banyak hal bisa dilakukan pada sosial media. Jika deal sudah dilaksanakan, Sosial Media bisa dimanfaatkan

---

<sup>3</sup> [yptrading.co.id](http://yptrading.co.id). mengoptimalkan-peran-social-media-bagi-bisnis.2011

untuk bercakap-cakap dengan pelanggan. Mengucapkan terimakasih telah menggunakan produk kita, sangat membantu pemasaran usaha.

Media sosial merupakan salah satu sarana yang dapat digunakan untuk meningkatkan bisnis di internet. Banyak orang yang menggunakan situs media sosial seperti Twitter atau Facebook juga menggunakannya untuk berpromosi bisnis yang mereka jalankan. Dan tebak, langkah tersebut cukuplah efektif.

Perlu berhati-hati ketika ingin menggunakan media sosial untuk menunjang bisnis. Beberapa pengguna situs media sosial biasanya enggan dan antipati dengan penawaran yang berlebihan. Maka dari itu, harus menjalankan bisnis secara “sosial”, atau dengan menggunakan pendekatan yang sesuai dan tidak ekstrim.

Namun memang tidak selamanya menggunakan media sosial dapat berhasil untuk bisnis yang sedang di jalankan. Jika cara ini tidak efektif, dapat menggunakan cara lain dalam media social untuk menarik minat seseorang agar mau berkunjung pada situs yang dibuat (seperti menggunakan iklan, blog, dll), dan terlebih lagi mau membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan.

Sebuah penelitian terbaru mengungkap bahwa 18% remaja akan berhenti berkomunikasi jika situs jejaring sosial favorit mereka ditutup. Seperti dikutip dari Mashable, pernyataan di atas berdasarkan pada survei terbaru pada pelajar dan mahasiswa di AS oleh firma AWeber.<sup>4</sup> Menurut survei tersebut, sekitar 90% dari remaja yang disurvei bergabung Facebook, dan 93% dari remaja itu menggunakan perangkat mobile. Lalu 74% merupakan pengguna YouTube, dan 47% menggunakan Skype untuk tetap berhubungan. Facebook dan e-mail cukup imbang dikonsumsi oleh para remaja. Selain itu, tercatat 6% dari remaja itu mengatakan bahwa mereka mungkin akan menulis lebih banyak surat jika mobile phone tidak ada. Sebanyak 18% dari mereka pun mengungkapkan akan berhenti berkomunikasi jika saluran komunikasi favorit mereka tiba-tiba hilang atau ditutup.

Perkembangan pesat teknologi media komunikasi diduga menjadi faktor pendorong maraknya perilaku remaja Indonesia untuk menjadi aktor dadakan

---

<sup>4</sup> <http://balilaptop.com/posts/tanpa-media-sosial-remaja-mungkin-akan-galau-229.php>

video porno amatir. Hasil pengamatan terhadap 100 video porno berdurasi 9-10 menit, sebanyak 90 persen pelaku merupakan anak muda. Sebanyak 76,3 persen memperlihatkan kegiatan seksual dan 91,4 persen pembuatan film dilakukan di ruangan tertutup.

Dari penelitian tersebut, Basil menilai sangat sedikit relasi yang menunjukkan adanya unsur keterpaksaan. Hampir 64 persen film amatir itu memperlihatkan perempuan yang berinisiatif saat berhubungan seksual. Sementara itu, 71 persen gambar film memperlihatkan hubungan seksual anak muda tanpa sehelai benang. Aktivitas seksual lain yang bisa dibaca dari video amatir ini, 51,6 persen intercourse, 11 persen oral sex, lain-lain potongan adegan ciuman, mandi, striptease dan beberapa pelaku berseragam. Meski demikian, Basilica mengatakan metodologi penelitian yang dilakukan pihaknya memang belum sepenuhnya menyeluruh.

Sementara untuk perempuan dengan penampilan seksi menggunakan bikini tidak terlalu banyak ditemui. Penelitian itu dikumpulkan dengan mengambil secara random file di sejumlah warung internet di Yogyakarta mengambil secara random, dan 79,6 persen menampilkan sosok tubuh perempuan.<sup>5</sup> Sementara Rina Widarsih, Manajer Divisi Pendampingan, merasa prihatin dengan survei itu. Perkembangan teknologi komunikasi memicu meningkatnya jumlah pengakses pornografi di kalangan remaja sehingga terjadi tindak perkosaan dan hubungan seksual di kalangan remaja. Internet, hand phone menjadi perantara dan menjadi tools terjadinya hubungan sex.

Varian media sosial demikian beragam, sehingga masyarakat dapat mengakses dengan mudah dan memanfaatkannya untuk interaksi sosial. Demikian mudah interaksi sosial dijalin melalui media sosial, maka komunikasi dua arah ini bisa menjadi bersifat privat maupun terbuka. Pada ruang komunikasi yang bersifat terbuka, sering tidak disadari bahwa ada norma-norma yang mengikat interaksi tersebut.

---

<sup>5</sup> <http://id.berita.yahoo.com/teknologi-picu-remaja-jadi-aktor-video-porno-073609381.html>

Salah satu norma yang berimplikasi pada ruang sengketa adalah norma hukum. Keberadaan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana Pasal 310 Ayat (1) juncto Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE), pada dasarnya menjadi rambu-rambu dalam interaksi sosial melalui internet. UU ITE mengatur berbagai perlindungan hukum atas kegiatan yang memanfaatkan internet sebagai mediana, baik transaksi maupun pemanfaatan informasinya. Pada UU ITE ini juga diatur berbagai ancaman hukuman bagi kejahatan melalui internet. Sementara dalam KUHP, khususnya Pasal 310 Ayat (1), juga diatur masalah pencemaran nama baik.

Setidaknya ada 2 (dua) kasus yang sudah dijerat dengan UU ITE, yaitu Kasus Prita Mulyasari dan Kasus Yogi Santani. Prita Mulyasari didakwa dengan Pasal 27 Ayat (3) Undang-Undang ITE tentang pencemaran nama baik lewat dunia maya. Berawal dari rasa kecewa Prita atas pelayanan RS Omni Internasional yang ditumpahkan melalui email dan disebarakan melalui mailing list. Berita kecewa itu menyebar dari satu email ke email lainnya dan dari milis A ke milis B, hingga akhirnya terbaca oleh pihak RS. Omni. Penyelesaian yang ditempuh dari pihak RS. Omni adalah memperkarakan Prita dengan delik aduan pencemaran nama baik.

Prita Mulyasari dijerat dengan Pasal 27 Ayat (3) yang bunyi selengkapnya : “Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak mendistribusikan dan/atau mentransmisikan dan/atau membuat dapat diaksesnya Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik yang memiliki muatan penghinaan dan/atau pencemaran nama baik”.

Pada Kasus Yogi Santani, penyidik Mabes Polri menuduh Yogi melanggar Pasal 35 jo Pasal 51 Ayat (1) UU ITE. Ancaman pidana pasal itu di atas lima tahun. Yogi diduga menyebarkan foto korban Sukhoi Superjet 100 di Cijeruk Gunung Salak, beberapa waktu lalu, yang ternyata foto tersebut adalah korban tragedi pesawat di India pada tahun 2010. Penyebaran foto itu berdampak pada kejiwaan keluarga korban yang masih menunggu proses evakuasi dari tempat kejadian.

Pasal 35 UU ITE menyebutkan “Setiap orang dengan sengaja dan tanpa hak atau melawan hukum melakukan manipulasi, penciptaan, perubahan,

penghilangan, pengrusakan informasi elektronik dan atau dokumen elektronik dengan tujuan agar informasi elektronik dan atau dokumen elektronik tersebut dianggap seolah-olah data yang otentik”. Pasal 51 Ayat (1) menyebutkan, “Setiap orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 dipidana dengan pidana penjara paling lama 12 tahun dan atau denda paling banyak Rp12 miliar”.

Dari kasus-kasus di atas, para pengguna media sosial perlu hati-hati dalam berkomunikasi melalui internet. Sosialisasi UU ITE harus terus menerus dilakukan, supaya publik memahami aturan hukum yang menjadi rambu dalam interaksi sosial di ruang maya. Pengguna media sosial sangat beragam. Mulai dari usia anak-anak hingga orang dewasa. Di Indonesia sendiri, didasarkan pada rilis data [www.checkfacebook.com](http://www.checkfacebook.com) per tanggal 20 Juli 2012, sebanyak 44.074.560 juta penduduk menggunakan facebook. Hal ini menempatkan Indonesia pada urutan keempat di dunia dalam penggunaan facebook setelah Amerika, Brasil, dan India.

Sementara, dalam urutan pengguna twitter, menurut data yang dilansir dari situs [semioast.com](http://semioast.com), Indonesia berada di urutan kelima setelah Amerika Serikat, Brazil, Jepang, dan Inggris dengan pengguna sekitar 19,5 juta. Berdasarkan data yang dikeluarkan [salingsilang.com](http://salingsilang.com) dan [aworldoftweets.com](http://aworldoftweets.com) per tanggal 20 Juli 2012, orang Indonesia menghasilkan 1,3 juta kicauan (tweet) per hari dan menduduki posisi ketiga setelah Amerika dan Brazil dengan persentase sekitar 11,07%.

Demikian signifikan jumlah pengguna media sosial di Indonesia, maka peringatan hati-hati harus senantiasa disosialisasikan, termasuk pada kalangan remaja. Diasumsikan, pengguna media sosial di kalangan remaja cukup signifikan jika dikaitkan dengan karakteristik kelompok usia remaja. Oleh sebab itu, potensi pelanggaran hukum pada kelompok usia remaja dalam pemanfaatan media sosial juga signifikan. Apalagi belum semua pengguna media sosial menggunakan secara baik. Bahkan, media sosial ditengarai kerap digunakan sebagian orang atau kelompok tertentu untuk mencerna dan mencemarkan nama baik orang lain. Pada konteks pemanfaatan media sosial, user dituntut hati-hati dalam menggunakan media sosial pada ruang interaksi. Agar tidak kontra-produktif, pengguna media

sosial harus menyadari ada ketentuan perundang-undangan yang mengatur berbagai perlindungan hukum atas kegiatan yang memanfaatkan media sosial.<sup>6</sup>

Pada orang-orang sekarang, khususnya pada anak muda atau remaja, Twitter dan facebook sudah tidak asing lagi bagi mereka, karena sekarang ini siapa yang tidak mengenal Facebook dan Twitter. Peneliti yakin sebagian besar masyarakat Indonesia mengenal 2 media sosial ini, karena 2 media sosial ini sedang tren, bahkan anak yang umurnya dibawah 5 tahun pun banyak yang sudah mengenal media sosial ini.

Sementara penelitian sebelumnya pada 2009, lembaga riset lainnya, Sysomos, mengeluarkan data pengguna Twitter dan Indonesia berada di nomor enam. Berikut daftarnya (10 besar):

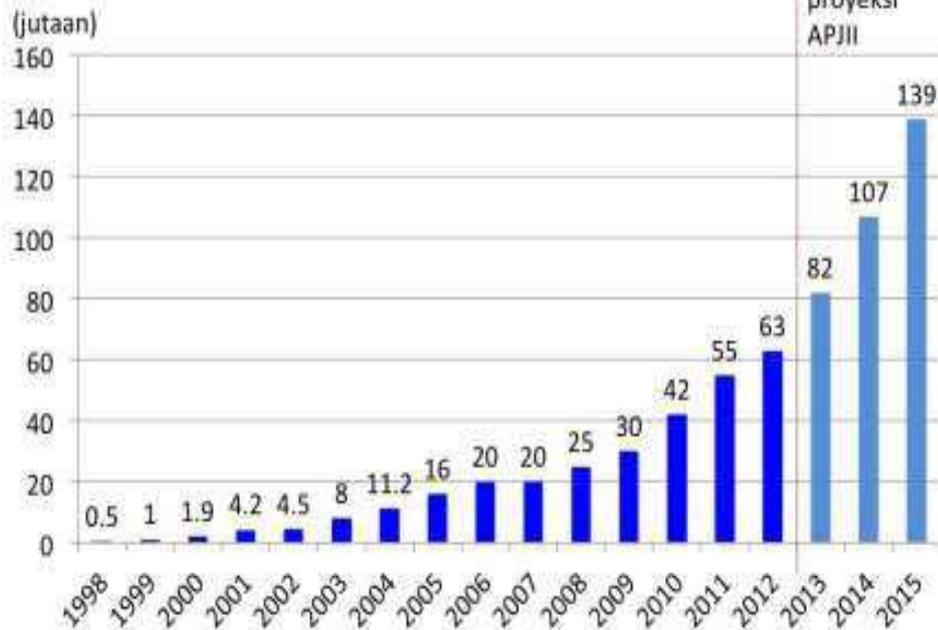
- 1) Amerika Serikat
- 2) Brasil
- 3) Inggris
- 4) Kanada
- 5) Jerman
- 6) Indonesia
- 7) Australia
- 8) Belanda
- 9) India
- 10) 10.Jepang.

Pertumbuhan jumlah pengguna internet di Indonesia cukup pesat. APJII memprediksi bahwa, pertumbuhan pengguna internet di Indonesia sampai tahun 2015 adalah mencapai 139 Juta penduduk Indonesia menggunakan internet, jika saja 20% dari pengguna tersebut adalah PTK IPA, bisa kita bayangkan bagaimana majunya Indonesia pada tahun-tahun mendatang.

---

<sup>6</sup> Dari berbagai sumber <http://www.bin.go.id/awas/detil/127/4/20/07/2012/hati-hati-memanfaatkan-media-sosial>

## Indonesia Internet Users



Sumber: APJII (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia); [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id)

### 2.2. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial jumlahnya cukup banyak, lebih banyak dari yang kita ketahui, populer dan kita kenal selama ini. Dari sekian banyak Media Sosial dapat dikelompokkan ke dalam beberapa jenis dilihat dari karakteristik, layanan dan fasilitas yang disediakan. Pengelompokkan ini terbagi ke dalam 6 jenis, antara lain<sup>7</sup>:

#### a. Jejaring Sosial (Social Network)

**Jejaring sosial** adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (yang umumnya adalah individu atau organisasi) yang dijalin dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman, keturunan, dan lain-lain. Analisis jaringan jejaring sosial memandang hubungan sosial sebagai simpul

<sup>7</sup> <http://outthinkgroup.com/tips/the-6-types-of-social-media>

dan ikatan. Simpul adalah aktor individu di dalam jaringan, sedangkan ikatan adalah hubungan antar aktor tersebut. Bisa terdapat banyak jenis ikatan antar simpul. Penelitian dalam berbagai bidang akademik telah menunjukkan bahwa jaringan jejaring sosial beroperasi pada banyak tingkatan, mulai dari keluarga hingga negara, dan memegang peranan penting dalam menentukan cara memecahkan masalah, menjalankan organisasi, serta derajat keberhasilan seorang individu dalam mencapai tujuannya. Dalam bentuk yang paling sederhana, suatu jaringan jejaring sosial adalah peta semua ikatan yang relevan antar simpul yang dikaji. Jaringan tersebut dapat pula digunakan untuk menentukan modal sosial aktor individu. Konsep ini sering digambarkan dalam diagram jaringan sosial yang mewujudkan simpul sebagai titik dan ikatan sebagai garis penghubungnya.

Jejaring sosial adalah jenis media sosial membentuk jaringan komunikasi diantara para penggunanya. Layanan jejaring sosial memungkinkan kita untuk berhubungan dengan orang lain berdasarkan kepentingan dan latar belakang yang sama. Biasanya isi jejaring sosial terdiri dari profil, berbagai cara untuk berinteraksi dengan pengguna lain, fitur untuk membentuk kelompok, dan lain-lain. Diantara contoh jejaring sosial yang paling populer adalah Facebook dan LinkedIn.

#### **b. Situs Bookmarking /Penanda Sosial (Bookmarking Site)**

Situs Bookmarking (Bookmarking Site) adalah sebuah metode bagi pengguna internet untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari penanda sumber daya yang tersedia secara online. Berbeda dengan konsep berbagi file (file sharing), sumber daya online tersebut tidak dibagi-bagi, melainkan hanya menjadi penanda bahwa sumber daya tersebut merupakan referensi mereka.

Beberapa penjelasan tambahan dapat ditambahkan ke dalam penanda tersebut dalam bentuk metadata, sehingga pengguna dapat memahami isi dari sumber daya tersebut tanpa perlu mengunduhnya terlebih dahulu. Penjelasan tersebut dapat berisi teks, suara, atau tag yang berkolaborasi menjadi sebuah folksonomi. Folksonomi juga disebut tagn sosial, yaitu merupakan proses dimana banyak pengguna menambahkan metadata dalam bentuk kata kunci untuk berbagi konten.

Dalam sistem penanda sosial, pengguna menyimpan link ke halaman web yang mereka ingin ingat dan/atau bagikan. Penanda ini biasanya bersifat domain publik, dan dapat disimpan secara pribadi atau hanya berbagi dengan orang-orang tertentu atau kelompok atau hanya di dalam jaringan tertentu, atau kombinasi lain dari domain publik dan swasta. Orang-orang diperbolehkan biasanya dapat melihat kronologis penanda menurut kategori atau tag, atau melalui mesin pencari.

Kebanyakan layanan bookmarking mendorong pengguna untuk mengatur penanda mereka dengan tag informal, bukan dengan sistem folder berbasis peramban tradisional, walaupun beberapa layanan memiliki fitur kategori/folder atau kombinasi dari folder dan tag. Mereka juga memungkinkan pengguna untuk melihat penanda lain yang berkaitan dengan tag yang dipilih, termasuk informasi tentang jumlah pengguna yang telah menandai sumber daya tersebut. Beberapa layanan penanda sosial juga menarik kesimpulan dari hubungan tag untuk membuat cluster tag atau bookmark. Banyak layanan penanda sosial menyediakan web feed untuk daftar bookmark mereka, termasuk daftar yang diselenggarakan oleh tag. Hal ini memungkinkan pelanggan untuk menyadari bahwa bookmark baru mereka disimpan atau ditandai oleh pengguna lain.

Seiring dengan perkembangan layanan ini yang kini telah semakin matang dan tumbuh lebih populer, maka telah ditambahkan fitur baru seperti peringkat dan komentar di bookmark, kemampuan untuk impor dan ekspor bookmark dari peramban, surat elektronik penanda, anotasi web, dan kelompok-kelompok atau fitur jaringan sosial. Yang paling populer adalah Delicious dan StumbleUpon .

### **c. Berita sosial (Social News)**

Sebuah situs berita sosial memiliki fitur posting cerita pengguna yang diurut atau diperingkat berdasarkan popularitas. Pengguna dapat mengomentari posting ini, dan komentar tersebut juga mungkin peringkat. Sejak kemunculan mereka dengan lahirnya web 2.0, situs ini digunakan untuk menghubungkan berbagai jenis informasi termasuk berita, humor, dukungan, dan diskusi. Berita sosial bergantung pada kerumunan sumber untuk membentuk fokus secara

bottom-up, membentuk jenis kecerdasan kolektif. Situs berita sosial memfasilitasi partisipasi demokratis di web.

Layanan ini memungkinkan orang untuk mengirim berbagai item berita atau link ke artikel di luar dan kemudian memungkinkan pengguna untuk memilihnya pada item tersebut. Pemungutan suara adalah aspek sosial inti sebagai item yang mendapatkan suara terbanyak akan ditampilkan paling menonjol. Masyarakat memutuskan mana berita yang bisa dilihat oleh lebih banyak orang. Yang paling populer adalah Digg dan Reddit .

#### **d. Berbagi Media (Media Sharing)**

Layanan yang memungkinkan Anda untuk meng-upload dan berbagi berbagai media seperti gambar dan video serta file dan data lainnya. Kebanyakan layanan memiliki fitur sosial tambahan seperti profil , komentar, dan lain-lain. Yang paling populer adalah YouTube dan Flickr. Selain youtube dan flickr yang populer dalam hal video dan foto sharing, juga ada situs-situs sharing lainnya seperti file sharing.

Situs file sharing sangat populer sekali, terutama megaupload, sebelum adanya pemberlakuan undang-undang SOPA (Stop Online Piracy Act) dan PIPA (Protect Internet Protocol Acts) di Amerika Serikat. Situs-situs file sharing seperti, depositfiles, 4shared, filesonic dan sebagainya sekarang memberlakukan peraturan yang sangat ketat dalam hal berbagai file(media) semenjak diberlakukannya undang-undang SOPA dan PIPA tersebut di Amerika Serikat dan di dunia.

#### **e. Microblogging**

Mikroblog adalah suatu bentuk blog yang memungkinkan penggunanya untuk menulis teks pembaharuan singkat yang biasanya kurang dari 200 karakter dan mempublikasikannya, baik untuk dilihat semua orang atau kelompok terbatas yang dipilih oleh pengguna tersebut. Pesan-pesan ini dapat dikirim melalui berbagai cara yaitu melalui SMS (Short Message Service), pesan instan, surat elektronik, digital audio atau web. Yang membedakan mikroblog dengan blog lainnya adalah mikroblog memiliki ukuran yang lebih kecil dari ukuran blog sebenarnya. Akan tetapi tujuannya tetap sama yaitu pengguna menulis topik

tertentu. Pengguna mikroblog juga dapat memberikan komentar kepada teks pembaharuan yang dibuat oleh pengguna lain dan begitu juga sebaliknya. Layanan ini dapat di unduh secara gratis. Tidak ada kriteria-kriteria khusus untuk menggunakan layanan ini, semua orang di seluruh dunia dapat melakukan aktivitas menulis teks pembaharuan singkat dengan fasilitas yang diberikan oleh mikroblog.

Mikroblog telah mengalami perkembangan dan menyediakan banyak fasilitas yang bisa pengguna manfaatkan. Layanan ini memiliki banyak macam berikut kelebihan dan kekurangan yang bisa dijadikan pilihan bagi pengguna. Layanan mikroblog (microblogging) berfokus pada update pendek yang mendorong orang-orang agar berlangganan untuk menerima pembaruan. Yang paling populer adalah Twitter .

#### **f. Komentar Blog dan Forum (Blog Comments and Forums)**

Forum online memungkinkan anggota untuk melakukan pembicaraan dengan posting pesan . Komentar blog adalah serupa kecuali mereka melekat pada blog dan biasanya pusat-pusat diskusi seputar topik posting blog. Ada banyak blog dan forum populer seperti vivanews, kaskus, ligagame dan lain-lain.

Beberapa hal yang perlu diingat adalah bahwa walaupun sementara ini adalah 6 jenis media sosial, bisa ada tumpang tindih antara berbagai layanan. Misalnya , Facebook memiliki fitur microblogging dengan " update status " . Juga , Flickr dan YouTube memiliki sistem komentar yang mirip dengan blog .

### **2.3. Dampak Positif dan Negatif Media Sosial**

Penggunaan media sosial yang semakin luas, mau tidak mau pada akhirnya menimbulkan dampak, baik positif maupun negatif terutama pada kalangan remaja. Jika tidak disikapi dengan baik, tentu saja dampak ini akan sangat mengkhawatirkan.

### **a. Dampak Positif**

Dampak positif yang dapat ditimbulkan atau didapatkan dari penggunaan media sosial antara lain :

- 1) Menambah teman kita
- 2) Mendapatkan informasi terbaru dan terkini
- 3) Bisa memata-matai aktivitas teman atau idola kita
- 4) Twitter bisa sebagai tempat promosi dan bisnis
- 5) Meraih ketenaran dan populer
- 6) Menjaga hubungan teman dengan teman lama sehingga tidak putus kontak.
- 7) Pempererat silaturahmi
- 8) Mengetahui potensi diri
- 9) Media promosi
- 10) Sarana diskusi
- 11) Tempat Curhat
- 12) Dapat mencari video tutorial
- 13) Bisa menjadi artis dadakan
- 14) Bisa berbagi keceriaan dengan berbagi-pakai video yang kita miliki
- 15) Dapat mencari video unik dan lucu
- 16) Membuat orang kreatif dengan membuat video yang menarik
- 17) Menjadi media muncul artis-artis baru

### **b. Dampak Negatif**

Dampak negatif yang dapat ditimbulkan atau didapatkan dari penggunaan media sosial antara lain :

- 1) Membuat Kecanduan. ini dampak negatif yang terjadi dari twitter sehingga orang akan menghabiskan waktunya buat ngetweet dan melupakan tugas di kehidupannya. Contoh bisa lupa mengerjakan tugas di kampus karena keseringan ngetweet
- 2) Membuat Malas, maksudnya dapat membuat orang tidak melakukan kegiatannya.
- 3) Menghabiskan waktu.

- 4) Mengurangi kinerja Pekerja Indonesia
- 5) Berkurangnya Sosialisasi Dengan Keluarga.
- 6) Tergantikanya Kehidupan Sosial.
- 7) Batasan Ranah Pribadi dan Sosial yang menjadi Kabur.
- 8) Kesalahpahaman.
- 9) Penipuan
- 10) Membuat Seseorang Menyendiri dan Susah Bergaul
- 11) Kurangnya Sosialisasi Dengan Lingkungan.
- 12) Menghamburkan Uang
- 13) Membuang-buang Waktu.
- 14) Dapat dipakai untuk mencari video porno.
- 15) Video-video kekerasan.
- 16) Video yang dapat memperjelek nama seseorang.

## **BAB III**

### **BERWIRAUSAHA MELALUI MEDIA SOSIAL**

#### **3.1. Membuat Situs Wirausaha Bergaya Remaja**

Belakangan kita dapatkan semakin banyak pebisnis yang menggunakan Internet sebagai media baru dalam melakukan penjualan. Mereka memanfaatkan website/situs sebagai store front produk-produk yang dimiliki. Perlahan tapi pasti pengguna internet yang makin melambung menjadi pasar tersendiri yang cukup menggiurkan. Tentunya Anda sebagai pebisnis tidak ingin ketinggalan untuk turut serta menikmati pasar tersebut.

Jika Anda telah memulai bisnis online, berarti Anda telah berada satu langkah lebih maju. Namun bagaimana jika Anda termasuk yang ingin memulai atau memperluas pasarnya ke pengguna internet namun masih terkendala mengenai beberapa aspek pembuatan bisnis online tersebut. Jangan khawatir, tidak seperti beberapa tahun lalu dimana untuk membuat satu situs e-commerce dibutuhkan biaya yang besar serta waktu pengembangan yang cukup lama, saat ini membuat satu situs e-commerce telah menjadi jauh lebih mudah<sup>8</sup>.

#### **Gratis atau Berbayar**

Membuat satu situs store front e-commerce bahkan bisa dilakukan dengan gratis dan bisa dilakukan hanya dalam hitungan menit saja. Untuk memiliki store front e-commerce yang berupa katalog foto-foto berikut keterangan mengenai produk dapat digunakan software blog yang tersedia secara gratisan, seperti misalnya wordpress dan multiply. Software blog biasanya tidak dilengkapi secara khusus dengan aplikasi shopping cart, untuk mendapatkan fasilitas shopping cart bisa digunakan plugin shopping cart yang dibuat oleh komunitas pengguna blog tersebut.

---

<sup>8</sup> <http://www.ciputraentrepreneurship.com/bisnis-online/panduan-membuat-situs-e-commerce-bagi-wirausaha>

Jika Anda ingin store front e-commerce yang sudah memiliki fasilitas shopping cart built in tanpa harus instalasi plugin lanjutan, terdapat juga beberapa pilihan software gratisan. Diantaranya yang terkenal untuk ini antara lain: zen-cart, cube cart, opencart, prestashop, dan oscommerce. Jika Anda menggunakan store front e-commerce tersebut, kekurangannya adalah Anda diharapkan untuk dapat melakukan trouble shoot sendiri tanpa bantuan dari pembuat software tersebut. Namun, biasanya tersedia komunitas dan forum sesama pengguna yang dapat saling membantu jika terdapat kesulitan. Sebaliknya jika Anda lebih memilih adanya dukungan dari vendor untuk trouble shoot, terdapat juga vendor yang berbayar seperti cs-cart, xcart, cube cart (versi berbayar), dan beberapa pilihan lainnya.

### **Hosted Solution atau Own Hosting**

Jika Anda tidak mau pusing mengenai urusan teknis dan perawatan, Anda bisa memilih untuk menggunakan Hosted Solution dimana seluruh instalasi dan perawatan aplikasi store dilakukan oleh pihak penyedia/vendor. Di Indonesia, sudah terdapat banyak yang menyediakan solusi tersebut. Diantaranya adalah: vkios, mastertokoonline, jcamp, dan lainnya. Biaya mulai dari Rp. 500.000,-/tahun dan makin tinggi sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan.

Jika lebih berminat untuk memiliki store front yang dikelola oleh hosting sendiri maka terdapat aplikasi gratis seperti yang telah dibahas diatas. Aplikasi ini tersedia di dalam fitur hosting cpanel. Untuk ini Anda harus berkonsultasi langsung dengan penyedia hosting yang bersangkutan. Biaya yang dikeluarkan untuk hosting biasanya dihitung bulanan mulai dari puluhan/bulan sesuai kebutuhan Anda.

### **Marketplace atau Single Store**

Makin banyak pebisnis yang masuk dunia online merasakan kemudahan dengan bergabung dengan marketplace. Hal ini dikarenakan marketplace sudah menjadi semacam pasar tempat berkumpulnya penjual dan pembeli yang aktif dalam melakukan perdagangan. Keuntungannya antara lain adalah karena marketplace sudah berbentuk pasar, maka untuk memasarkan produk tidak

diperlukan banyak biaya. Cukup dengan mendaftarkan nama bisnis dan memasukkan produk ke dalam kategori yang telah disediakan.

Nantinya produk Anda akan ditemukan oleh calon pembeli yang melakukan window shop ke kategori tersebut. Jika terjadi kecocokan maka transaksi dilakukan baik langsung ataupun melalui rekening perantara dari penyedia platform marketplace tersebut. Di dalam marketplace ini, semua aplikasi telah disiapkan oleh penyedia jasa marketplace. Anda hanya tinggal menggunakan. Di Indonesia, marketplace yang sudah berjalan antara lain: tokopedia, dinomarket, tokobagus, krazymarket, indonetnetwork, dan lainnya.

Jika Anda lebih memilih untuk memiliki store tersendiri yang tidak tergabung dengan marketplace. Proses yang dilakukan mulai dari membeli nama domain sendiri, menyewa hosting, instalasi dan perawatan software, search engine optimization dan pemasaran atas keberadaan situs Anda. Memang terkesan tidak mudah, tapi memiliki store sendiri juga ada kelebihannya yaitu dari sisi branding. Dimana dengan strategi yang tepat, value dari store Anda akan meningkat karena keunikannya.

### **Template atau Customized**

Aplikasi store front biasanya juga menyediakan beberapa template sendiri yang menghiasi store Anda. Template adalah layout dari situs yang dilihat oleh pengunjung dan pelanggan Anda yang dapat membedakannya dengan online store lain yang menawarkan produk yang sama/sejenis. Template yang disediakan gratis biasanya banyak juga digunakan oleh pebisnis online lain. Untuk memiliki keunikan dan faktor pembeda, ada baiknya jika melakukan kustomisasi layout tersebut dengan menggunakan tenaga desain grafis profesional. Biaya kustomisasi bervariasi dari rendah hingga tinggi tergantung beberapa faktor, seperti misalnya kompleksitas layout dan tingkat jam terbang sang desainer grafis.

Situs wirausaha memang banyak sekali di internet, tapi kebanyakan situs kewirausahaan bergaya dunia usaha bagi orang-orang dewasa, baik dari sisi desain maupun konten. Hal ini membuat remaja khususnya siswa SMU/SMK menjadi kurang tertarik untuk mengakses. Untuk itu dibutuhkan kreativitas membuat situs kewirausahaan bergaya remaja, baik desain maupun konten.

### 3.2. Membuat Komunitas Wirausaha Remaja

Fenomena entrepreneur di kalangan anak muda dalam beberapa tahun terakhir semakin populer. Apalagi, dengan banyaknya seminar motivasi, buku-buku bacaan serta pemberi taan yang mengupas seputar kesuksesan pelaku usaha sehingga mendorong mereka untuk terjun dalam dunia bisnis. Padahal, menjadi seorang pebisnis seharusnya bukan sekadar ikut-ikutan, tetapi perlu strategi dan perencanaan. Ini harus dilakukan secara fokus dan konsisten sehingga omzet yang akan dicapai dapat terus tumbuh. Sayangnya, tidak semua pelaku usaha menyadari hal tersebut. Menjalankan bisnis bagi sebagian dari mereka hanya sekadar ‘nyemplung’, tidak ada kreativitas produk, inovasi, maupun strategi pemasaran yang mumpuni. Alhasil, omzet yang didapat pun minim, bahkan ada pula yang terpaksa gulung tikar.

Hermas Puspito, Pakar Marketing UKM dari Ednovate Indonesia menuturkan untuk menjalankan usaha, tidak cukup hanya mengandalkan otak kanan. Sebab, ketika telah ‘nyebur’, seseorang perlu ‘berenang’. Di sinilah otak kiri harus dimaksimalkan untuk mempelajari teknik dan strategi agar usahanya dapat terus berkembang dan naik kelas. Menurutnya, banyak pelaku usaha pemula yang hanya semangat pada awal untuk membuka bisnis. Permasalahan setelahnya, tidak ada perencanaan dan monitoring. Bila pun ada, hal tersebut kadang tidak dilaksanakan secara konsisten. “Seorang entrepreneur itu enggak hanya management by mood tetapi juga harus management by number, ada target yang harus dicapai. Untuk mencapai itu, diperlukan kerja otak kiri untuk menguasai strateginya, kalau tidak, maka akan tenggelam,”ujarnya di sela-sela Seminar Ednovate bertajuk Teknik dan Strategi Jitu Meningkatkan Omzet Bisnis, Sabtu (14/9/2013)<sup>9</sup>.

Hal lain yang menurutnya tidak kalah penting adalah membangun tim yang solid. Pasalnya, penyebab pelaku usaha pemula tidak konsisten ketika menjalankan bisnis adalah karena tidak adanya tim sehingga semuanya dijalankan sendiri. Jangan anggap tim itu beban, tetapi investasi untuk mendukung bisnis menjadi lebih berkembang. Jika bisnis masih di-handle sendiri, dan makin banyak

---

<sup>9</sup> <http://www.bisnis.com/wirausaha-pemula-omzet-maksimal-berkat-media-sosial>

yang dikerjakan, malah menjadi tidak fokus. Setelah tim terbentuk, pelaku usaha secara bertahap harus meningkatkan omzet. Caranya adalah dengan menentukan target serta mewujudkannya melalui berbagai strategi promosi secara konsisten serta terukur. Menjaga fokus, disiplin, dan konsisten itu tidak mudah, tapi kalau dijalankan, hasilnya akan sangat powerfull. Cara ini pula yang diterapkan Hermas dalam menjalankan bisnis konsultan PT Ednovate Indonesia. Ketika pertama kali membangun usaha pada 2012 lalu, dia langsung membentuk tim dengan menggandeng dua orang rekannya. Saat ini, dua divisi tersebut terus tumbuh menjadi empat departemen, antara lain Departemen Sosial Media Agency, Departemen E-Commerce Web, Departemen Seminar Training, dan Departemen Portal Edukasi.

Hampir semua bisnis yang dijalankannya berhubungan dengan dunia online. Namun, dari sana pula Hermas mampu memperoleh klien-klien ternama, tidak hanya UKM tetapi juga perusahaan besar seperti Indosat, Sequislife, Astra Otoparts, bahkan Microsoft. Promosi atau penjualan secara online saat ini memang menjadi salah satu cara paling efektif, dana yang dikeluarkan minim tetapi hasilnya sangat besar. Pasalnya, ketertarikan masyarakat untuk mengakses Internet jauh lebih intens dibandingkan dengan media elektornik lainnya. Apalagi dengan adanya smartphone yang membuat akses Internet menjadi lebih mudah.

Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, pengguna Internet di Indonesia pada 2015 diperkirakan mencapai 139 juta tumbuh hingga 120% dibandingkan dengan 2012 yang berada di kisaran 63 juta orang. Untuk menggiring dan memperbesar calon konsumen, pelaku usaha dapat memanfaatkan media sosial. Media sosial itu seperti halnya pemasaran dari mulut ke mulut, tetapi karena melalui dunia maya yang tidak mengenal jarak dan waktu, maka pasarnya menjadi sangat luas. Dampaknya, omzet yang diraih pun akan terus meningkat.

Ada tiga media paling efektif yang dapat digunakan untuk itu antara lain Twitter marketing, Facebook marketing, dan BBM marketing. Sebetulnya, banyak pelaku usaha yang mengetahui manfaat tiga media sosial tersebut, tetapi hanya sedikit yang memaksimalkannya. Berjualan melalui Facebook harus menggunakan fanspage, konsisten update status yang dijadwalkan secara rutin,

selain itu juga harus memaksimalkan fitur yang ada karena banyak sekali yang dapat digunakan, termasuk beriklan di Facebook ads.

Sementara itu, BBM marketing dapat digunakan untuk memperbanyak basis data. Sering kali pelaku usaha pemula menganggap remeh database, padahal itu sangat diperlukan untuk memperbesar penjualan di masa mendatang. Database harus disimpan, suatu saat akan digunakan ketika ada promosi. Dalam berbisnis, pemasaran memang merupakan hal penting. Namun, hal tersebut akan sia-sia bila produk atau jasa yang ditawarkan tidak memiliki kualitas serta ciri khas yang membedakannya dari yang lain. Oleh karena itulah, pelaku usaha harus rajin melakukan inovasi sehingga dapat terus memberikan produk terbaik kepada customer. Begitu juga dengan pelayanan, responsnya harus cepat. Kalau tidak, calon pembeli akan pindah ke pesaing. Ketika calon pembeli sudah banyak, produk bagus, dan pelayanan memuaskan, omzet pun akan meningkat.

Seorang pebisnis, tidak boleh puas hanya dengan menjual produk atau jasanya saja tetapi harus mampu meningkatkan penjualan. Ada dua cara paling efektif untuk meningkatkan omzet tanpa harus mengeluarkan dana yakni taktik cross selling dan upselling. Kedua taktik ini sering digunakan oleh beberapa perusahaan, tapi tidak sedikit pula yang belum menyadari pentingnya strategi tersebut. Taktik cross selling sudah digunakan oleh beberapa perusahaan, termasuk McDonalds. Tanpa kita sadari ketika berhadapan dengan pelayan, biasanya mereka akan menanyakan 'kentangya tidak sekalian'.

Begitu pula yang dilakukan oleh beberapa salon yang langsung menawarkan creambath atau perawatan lainnya kepada pengunjung. Hal tersebut membuat pelanggan yang awalnya hanya akan membeli satu produk atau jasa, menambah pembeliannya menjadi dua atau tiga produk atau jasa sekaligus.

Kedua, strategi upselling konsumen yang tadinya hanya akan membeli satu jasa atau produk dengan kualitas A, dengan kemampuan upselling, akhirnya mereka membeli yang kualitas dan harganya lebih tinggi.

Bisanya, Remaja terutama anak-anak sekolah suka bergabung dengan kelompok-kelompok komunitas tertentu yang menurut mereka sangat menarik atau dapat mewisadahi keinginan dan kreativitas mereka, termasuk kelompok perjudian di forum tertentu maupun komunitas yang berbagi konten pornografi.

Untuk itu diperlukan sebuah kelompok/komunitas kreatif yang dapat mewadahi remaja atau siswa SMU/SMK dalam bentuk kelompok kreatif wirausaha dunia maya (media sosial). Untuk itu, para remaja perlu didorong untuk membuat sebuah komunitas yang bukan hanya bertujuan hobi belaka, namun juga yang dapat menghasilkan manfaat, salah satunya adalah manfaat keuangan.

Komunitas remaja khususnya siswa SMU/SMK dapat dibentuk dalam satu sekolah maupun antar sekolah. Komunitas antar sekolah dapat menumbuhkan rasa persaudaraan antar sekolah, yang pada akhirnya nanti dapat mengurangi tawuran antar sekolah, disamping tujuan utamanya yaitu menumbuhkan jiwa kewirausahaan dalam komunitas.

### **3.3. Memberikan Pendidikan TIK Yang Berbasis Kewirausahaan**

Sekolah secara tradisional membagi siswa mereka ke dalam 'akademis', ditakdirkan untuk universitas dan karir profesional, dan 'non-akademik', yang disalurkan terhadap pekerjaan atau pelatihan setelah sekolah. Namun, pandangan ini sempit belum termasuk kemungkinan ketiga - kewirausahaan. Sementara banyak bisnis dimulai oleh orang-orang dengan pengalaman di bidang mereka sebagai karyawan, ada banyak bisnis yang bisa dimulai oleh siapa saja - termasuk lulusan sekolah. Untuk alasan ini, sekolah harus mendorong siswa untuk mempertimbangkan karir bisnis, dan mengajarkan keterampilan yang dibutuhkan untuk melakukannya. Salah satu alasan bahwa sekolah cenderung tidak mempersiapkan siswa mereka untuk hidup dalam bisnis adalah bahwa keterampilan yang dibutuhkan untuk menjadi sukses tidak cocok dengan tradisional 'kotak'. Pengusaha sukses harus menjadi pemikir kreatif yang juga memiliki pemahaman yang kuat tentang keuangan, dan organisasi yang baik dan keterampilan masyarakat.

Kurikulum sekolah sama sekali tidak berhasil sedemikian rupa untuk mendukung pengembangan keterampilan ini, karena cenderung untuk memisahkan anak-anak menjadi kelompok-kelompok, seperti 'seni' atau 'ilmiah'. Namun, keterampilan yang dibutuhkan untuk menjadi seorang pengusaha adalah keterampilan yang juga berguna untuk keberhasilan dalam mata pelajaran sekolah kebanyakan, sehingga sekolah harus melakukan upaya sadar untuk

mengembangkan mereka. Di masa lalu, kebanyakan orang bekerja untuk perusahaan besar, tapi itu semakin sedikit terjadi, dan pemerintah saat ini adalah mencari untuk mendukung usaha kecil dan start-up. Usaha kecil dapat mengatur secara online dengan biaya minimal, dan dijalankan dari kamar tidur. Seorang siswa bisa memulai bisnis paruh waktu sementara dalam bentuk urutan keenam, dan tumbuh untuk memberikan penghasilan penuh waktu setelah mereka meninggalkan di 18. Dengan biaya kuliah yang meningkat untuk program universitas, banyak siswa mungkin mencari alternatif. Menjalankan bisnis adalah alternatif. Dalam dunia di mana masa depan ekonomi tidak pasti, dan pekerjaan langka, sangat mungkin bahwa semakin banyak orang akan perlu untuk menciptakan lapangan kerja sendiri. Mengapa tidak mempersiapkan mereka untuk melakukannya saat mereka berada di sekolah?

Menjadi wiraswasta memiliki banyak keunggulan yang mungkin menarik bagi kaum muda. Ini menawarkan kebebasan yang cukup besar dan fleksibilitas. Beberapa bisnis berbasis internet bisa dijalankan dari mana saja di dunia, menawarkan ketepatan bekerja dan bepergian dengan cara yang sedikit orang yang bisa. Ini juga memiliki kelemahan. Hal ini dapat bekerja sangat keras, terutama saat pemasangan, dan akan mengisolasi. Orang-orang muda yang pergi ke universitas memiliki kesempatan untuk bergaul dengan berbagai macam orang dan memiliki akses ke sumber daya yang cukup besar: orang-orang muda yang memutuskan untuk mendirikan sebuah bisnis akan kehilangan kesempatan itu.

Namun, mereka juga akan kehilangan harus membayar biaya besar, tanpa jaminan pekerjaan setelah kursus. Dengan munculnya internet, memulai bisnis lebih mudah daripada yang pernah telah. Sekolah harus menyadari hal ini, dan mendorong siswa untuk melihatnya sebagai jalur karir yang layak. Mereka juga harus mengajarkan keterampilan - seperti berpikir kreatif dan organisasi - yang diperlukan dalam bisnis, karena ini berguna jauh dari bisnis juga<sup>10</sup>.

Untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan dalam diri siswa, khususnya siswa SMU/SMK, perlu diadakan pendidikan kewirausahaan khususnya yang berbasis teknologi komunikasi dan media sosial, yaitu pendidikan TIK (Teknologi

---

<sup>10</sup> <http://www.creativeeducation.co.uk/blog/index.php/2011/11/guest-post-should-schools-encourage-pupils-to-be-more-entrepreneurial/>

Informasi dan Komunikasi. Selama ini, pendidikan TIK di sekolah hanya bertujuan untuk mengenalkan teknologi komunikasi (internet dan media sosial) agar tidak ketinggalan jaman/perkembangan teknologi saat ini.

Jadi, selama ini pendidikan TIK hanya mengharapkan mampu mengakses teknologi baru tanpa mengantisipasi dampak negatif yang ditimbulkannya. Untuk itu pendidikan TIK harus ditingkatkan materi pembelajarannya ke arah pembentukan jiwa entrepreneurship melalui pendidikan kewirausahaan remaja di media sosial.

Mengenai tentang panduan praktik TIK akan dilampirkan pada modul TIK pada laporan akhir tahun.

### **3.4. Menyelenggarakan Event Tentang Pendidikan Kewirausahaan Melalui Media Sosial**

Wirausaha bukan hanya dunianya orang dewasa, tapi juga bisa menjadi bagian dari dunianya anak-anak. Bedanya, wirausaha pada anak-anak dan remaja tidak bisa dijalankan sendirian, namun membutuhkan bimbingan dan dukungan dari orang dewasa, orangtua maupun guru. Anak-anak yang mengenal dunia wirausaha sejak dini, akan mendapati manfaat untuk bekal masa depan kelak. Pada tahapan usia yang terbilang belia, anak-anak yang belajar menumbuhkan jiwa wirausaha, akan tumbuh menjadi pribadi yang kreatif.

Selain itu dengan semakin berkembangnya dunia modern saat ini, maka lapangan pekerjaanpun akan sulit ditemukan sebab untuk era saat ini setiap perusahaan akan memilih pegawainya yang memiliki pendidikan yang tinggi, sedangkan tidak semua orang bisa pergi kuliah karena keterbatasan ekonomi dan tidak sedikit pula orang yang sudah lulus diperguruan tinggi pun ujung-ujungnya hanya menjadi beban negara karena tidak memiliki pekerjaan alias pengangguran.

Sebagian besar orang masih beranggapan bahwa tujuan pendidikan itu adalah untuk mencari kerja. Nasehat-nasehat seperti “belajar yang rajin, supaya nanti bisa cari kerja, punya banyak uang, dan bahagia” masih sering terdengar dimana-mana. Memang pendapat itu tidak salah, tapi untuk saat ini sudah seharusnya anggapan-anggapan seperti itu harus dibuang jauh-jauh karena kalau

anggapan seperti itu masih berlaku maka bersiaplah akan kemunculan berjuta-juta pengangguran dan itu semua sudah terbukti pada saat ini.

Maka untuk itu ada baiknya setiap remaja dibekali dan diberikan pemahan tentang pentingnya belajar kewirausahaan, motivasi berwirausaha dan tidak hanya teori tapi juga action dilapangan, karena dengan berwirausaha sejak dini mereka akan mendapatkan banyak manfaat juga pengalaman, berikut manfaat kewirausahaan menurut "Wulan Ayodya". Dengan berwirausaha sejak dini maka remaja akan<sup>11</sup> :

1. Menegal seluk beluk dunia usaha
2. Mengasah talenta pelajar yang punya semangat kewirausahaan
3. Mempunyai bekal ilmu, selain pendidikan formal untuk diaplikasikan sewaktu-waktu
4. Mengetahui alternatif cara mencari uang selain bekerja sebagai karyawan
5. Terakhir, mempunyai arah menjadi pengusaha yang sukses

Ada juga sebuah portal wirausaha para siswa, yaitu Siswa Wirausaha yang merupakan portal khusus yang menyajikan informasi tentang produk/jasa yang di kelola siswa, komunitas belajar wirausaha para siswa dengan pakarnya dan juga reportase sosok wirausahawan dan juga liputan usaha untuk menanamkan jiwa wirausaha, mengajarkan hidup mandiri dan juga artikel-artikel posifit lainnya.

Inisiatif siswa wirausaha berawal dari keprihatinan adanya siswa yang terpaksa tidak bisa melanjutkan ke jenjang berikutnya karena permasalahan ekonomi seperti untuk biaya pendidikan ataupun keperluan lainnya seperti buku, seragam, transport dan masih banyak lagi. Masalah lain juga muncul ketika sang anak dipaksa bekerja untuk membantu orang tuanya sehingga bisa membantu perekonomian keluarga. Masalah lainnya adalah rendahnya jiwa wirausaha di kalangan siswa padahal keterampilan ini bisa di ajarkan.

---

<sup>11</sup> <http://pelajar-berwirausaha.blogspot.com/2012/09/remaja-modern-remaja-yang-berwirausaha.html>

Portal ini di harapkan bisa menjadi marketplace sederhana dengan tujuan lebih banyak lagi siswa terlibat, lebih banyak lagi pihak yang mendukung dan lain-lain. Siswa Wirausaha bertujuan untuk<sup>12</sup>:

- 1) Memperkenalkan produk siswa ke market lokal dan global
- 2) Membantu biaya pendidikan siswa kurang mampu
- 3) Membentuk komunitas dan buaya wirausaha di kalangan siswa
- 4) Menanamkan jiwa wirausaha
- 5) Meningkatkan nilai ekonomi produk/jasa
- 6) Menjadi portal yang bernilai tinggi bagi stakeholder didalamnya
- 7) Mendapatkan sharing ilmu dan pengalaman dari wirausahaan senior

Selain itu siswa wirausaha juga sering mengadakan event pameran untuk memperkenalkan produk siswa, event seminar dan workshop kewirausahaan, lomba business plan dan lain-lain. Penyelenggaraan event di sekolah selama ini berfokus pada kreativitas ekstrakurikuler dan kurikuler selain melalui teknologi komunikasi. Padahal event tersebut dapat dilaksanakan melalui media sosial dalam bentuk berbagai macam kegiatan yang dapat diakses secara bersamaan maupun setiap saat dalam bentuk yang kreatif.

### **3.5. Menciptakan Budaya Media Literasi Dalam Setiap Mata Pelajaran**

#### **Menjadi Berbasis Kewirausahaan**

Akhir-akhir ini kita sering mendengar adanya berita seorang anak di bawah umur yg diculik dan diperkosa oleh orang yang baru dikenalnya melalui situs jejaring sosial. Kita juga sering mendengar adanya berita seorang anak kecil yang tewas ketika meniru adegan berbahaya yang dilihatnya di televisi. Hal ini tentu menimbulkan kekhawatiran di masyarakat. Dapat timbul anggapan di masyarakat bahwa media kini telah menjadi sesuatu yang berbahaya. Untuk mencegah timbulnya kasus dan anggapan seperti di atas maka sangat diperlukan adanya literasi media atau yang biasa dikenal dengan sebutan awam “*melek media*”. Hal yang sebenarnya penting namun seringkali terlewatkan saat kita

---

<sup>12</sup> [www.siswa-wirausaha.com](http://www.siswa-wirausaha.com)

tengah mengkaji suatu media. Banyaknya kasus-kasus seperti di atas merupakan tanda bahwa tingkat literasi media di masyarakat Indonesia masih sangat rendah.

Istilah literasi media mungkin belum begitu akrab di telinga kita. Masyarakat mungkin masih terheran dan kurang paham jika ditanya apa sebenarnya literasi media tersebut. Para ahli pun memiliki konsep yang beragam tentang pengertian literasi media, McCannon mengartikan literasi media sebagai kemampuan secara efektif dan secara efisien memahami dan menggunakan komunikasi massa (Strasburger & Wilson, 2002). Ahli lain James W Potter (2005) mendefinisikan literasi media sebagai satu perangkat perspektif dimana kita secara aktif memberdayakan diri kita sendiri dalam menafsirkan pesan-pesan yang kita terima dan bagaimana cara mengantisipasinya.

Salah satu definisi yang populer menyatakan bahwa **literasi media** adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan isi pesan media. Dari definisi itu dipahami bahwa fokus utamanya berkaitan dengan isi pesan media. Untuk memahami definisi literasi media lebih mendalam sebaiknya dipahami pula bahwa terdapat tujuh elemen utama di dalamnya. Elemen utama di dalam literasi media adalah sebagai berikut:

- 1) Sebuah kesadaran akan dampak media terhadap individu dan masyarakat
  - 2) Sebuah pemahaman akan proses komunikasi massa
  - 3) Pengembangan strategi-strategi yang digunakan untuk menganalisis dan membahas pesan-pesan media
  - 4) Sebuah kesadaran akan isi media sebagai 'teks' yang memberikan wawasan dan pengetahuan ke dalam budaya kontemporer manusia dan diri manusia sendiri
  - 5) Peningkatan kesenangan, pemahaman dan apresiasi terhadap isi media.
- (Silverblatt, 1995)

Berdasarkan definisi dan elemen utama literasi media tersebut kita dapat mengklasifikasikan beragam tipe literasi media. Pertama, berdasarkan media yang dituju, literasi media terdiri dari: literasi, literasi media (dalam arti sempit), dan literasi media baru. Kedua, berdasarkan tingkat kecakapan yang berusaha dimunculkan literasi media dapat dibedakan ke dalam tingkat awal, menengah,

dan lanjut. Tingkat awal di dalam literasi media biasanya berupa pengenalan media, terutama efek positif dan negatif yang potensial diberikan oleh media. Literasi media tingkat menengah bertujuan menumbuhkan kecakapan dalam memahami pesan. Sementara tingkat lanjut dalam literasi media melahirkan output kecakapan memahami media yang lengkap sampai produksi pesan, struktur pengetahuan terhadap media yang relatif lengkap, dan pemahaman kritis pada level aksi, misalnya memberi masukan dan kritik pada organisasi dan menggalang aksi untuk mengkritik media. Selain itu, literasi media berdasarkan lokasi kegiatan dilakukannya paling tidak muncul di tiga tempat, yaitu: di rumah/tempat tinggal, sekolah, dan di kelompok-kelompok masyarakat<sup>13</sup>.

Sedangkan literasi media sosial menurut para ilmuwan dari Belgia adalah sebagai berikut: (Vanwynsberghe et al; 2011)

"Melek media sosial adalah akses ke aplikasi media sosial, pengetahuan, keterampilan, sikap dan potensi diri individu untuk (tepat) menggunakan aplikasi media sosial dan menganalisis, mengevaluasi, berbagi dan menciptakan konten media sosial." (Vanwynsberghe et al; 2011)

Bisa dikatakan memahami dan memunculkan kecakapan individu dalam menggunakan media adalah tujuan yang utama dalam kegiatan literasi media. Tujuan ini lebih penting bila dibandingkan dengan tujuan mengenalkan media atau pun menumbuhkan pemahaman kritis pada media. Terdapat tujuh kecakapan atau kemampuan yang diupayakan muncul dari kegiatan literasi media (Potter, 2004: 124), yaitu:

#### **(1) Analyze/Menganalisa.**

Kompetensi analisa adalah kemampuan menganalisa struktur pesan, yang dikemas dalam media, mendayagunakan konsep-konsep dasar ilmu pengetahuan untuk memahami konteks dalam pesan pada media tertentu. Misalnya, mampu mendayagunakan informasi di media massa untuk membandingkan pernyataan-pernyataan pejabat publik, dengan dasar teori sesuai ranah keilmuannya.

---

<sup>13</sup> <http://allaboutmasscomm.blogspot.com/>

Kompetensi lainnya bisa diperiksa dengan kata kerja seperti, membedakan, mengenali kesalahan, menginterpretasi, dsb.

**(2) Evaluate/Menilai.**

Setelah mampu menganalisa, maka kompetensi berikutnya yang diperlukan adalah membuat penilaian (evaluasi). Seseorang yang mampu menilai, artinya ia mampu menghubungkan informasi yang ada di media massa itu dengan kondisi dirinya, dan membuat penilaian mengenai keakuratan, dan kualitas relevansi informasi itu dengan dirinya; apakah informasi itu sangat penting, biasa, atau basi. Tentu saja kemampuan dalam menilai sebuah informasi itu dikemas dengan baik atau tidak, juga adalah bagian dari kompetensinya. Di sini, terjadi membandingkan norma dan nilai sosial terhadap isi yang dihadapi dari media.

**(3) Grouping/pengelompokan**

Menentukan setiap unsur yang sama dalam beberapa cara: menentukan setiap unsur yang berbeda dalam beberapa cara.

**(4) Induction/Induksi**

Menyimpulkan suatu pola di set kecil elemen, maka pola generalisasi untuk semua elemen dalam himpunan tersebut .

**(5) Deduction/deduksi**

Menggunakan prinsip-prinsip umum untuk menjelaskan khusus

**(6) Synthesis/sintesis**

Merakit unsur-unsur ke dalam struktur baru

**(7) Abstracting/ abstrak**

Menciptakan singkat, jelas, dan gambaran tepat menangkap esensi dari pesan dalam sejumlah kecil kata-kata dari pada pesan itu sendiri.

Kecakapan di atas sebaiknya juga diperkuat dengan aspek-aspek yang mesti dipahami dalam kegiatan literasi media (Silverblatt, 1995: 13), yaitu:

- 1) Proses
- 2) Konteks
- 3) Framework
- 4) Produksi nilai

Proses di dalam aktivitas penguatan literasi media sangat dipengaruhi oleh tujuan kegiatan tersebut. Bila tujuan dari kegiatan literasi media adalah mengenalkan efek media, prosesnya tentu saja mendahulukan mengakses isi pesan yang diasumsikan berefek tak baik. Sementara itu, bila tujuan untuk mengenalkan aspek produksi, tentu saja prosesnya melibatkan produksi dan semua aspeknya. Konteks juga sangat berpengaruh pada kegiatan literasi media. Maraknya pembicaraan tentang pornografi membuat kegiatan literasi media sebaiknya juga merujuk pada kasus-kasus pornografi di media. Aspek framework terutama berkaitan dengan aspek produksi. Kerangka pandang konten media mempengaruhi kegiatan literasi media, terutama yang berkaitan dengan motif komersial. Terakhir, kegiatan literasi media seharusnya menjadikan individu khalayak media memiliki nilai tersendiri, mana konten media yang dipandang baik dan dipandang buruk.

### **Literasi Media di Indonesia**

Di Indonesia, kegiatan literasi media lebih didorong oleh kekhawatiran bahwa media dapat menimbulkan pengaruh negatif. Mereka yang prihatin dengan pola interaksi anak dengan media dan prihatin dengan isi media yang tidak aman dan tidak sehat biasanya berasal dari kalangan orangtua, guru, tokoh agama, LSM yang peduli dengan perlindungan anak, perguruan tinggi, kelompok mahasiswa, dan sebagainya. Mereka berusaha keras menemukan cara-cara yang bisa diterapkan dalam mengurangi jam anak menonton TV, memilih tayangan, melakukan pendampingan yang benar, dan melakukan sosialisasi melalui berbagai forum.

### **Periode 1990 – 2000: Periode Mencari Bentuk**

Untuk menyederhanakan, perkembangan literasi media di Indonesia dapat dibagi dalam dua periode, yakni periode 1990-2000 dan periode 2000-2010. Tahun 1991, Yayasan Kesejahteraan Anak Indonesia (YKAI) menyelenggarakan sebuah workshop tingkat Asia-Pasific, tentang anak dan televisi di Cipanas. Dalam salah satu pasal deklarasinya, dinyatakan bahwa “Untuk maksud baik ataupun buruk, televisi ada di sekeliling jutaan anak. Mereka menonton apa saja

yang ada di televisi, dan televisi akan terus menerus menimbulkan pengaruh dalam kehidupan anak di Asia baik fisik, mental, emosi, dan perkembangan spiritualnya.

Deklarasi itu juga mengakui peran penting yang seharusnya dimainkan oleh televisi dalam membantu tumbuh kembang anak yang baik, dan perlunya dikembangkan media literacy di kalangan anak-anak. Berbagai forum seminar lainnya, lebih menekankan pada dampak televisi pada anak dan bagaimana orangtua harus bersikap. Seminar-seminar ini banyak diselenggarakan oleh berbagai institusi, sekolah, perguruan tinggi, dan lain-lain. Forum seminar tersebut biasanya diselenggarakan selama satu sesi atau setengah hari dengan tema-tema populer yang dibutuhkan oleh orangtua dan guru. Pembahasan dalam forum tersebut dapat dikatakan merupakan sepenggal dari kegiatan literasi media yang utuh.

### **Periode 2000 – 2010: Periode Pematangan**

Pada periode ini, masih banyak bentuk kegiatan literasi media seperti dalam periode sebelumnya. Namun ada variasi berupa kegiatan kampanye literasi media yang dilakukan oleh LSM maupun organisasi mahasiswa. Kegiatan tersebut dilakukan melalui seminar pendek dan road show dengan melibatkan anak-anak. Sayangnya, gerakan tersebut dilakukan secara insidental dan kurang memikirkan bagaimana agar materi yang dikampanyekan bisa berjalan terus.

Selain itu, pada tahun 2002 untuk pertama kalinya dilakukan penerapan literasi media melalui jalur sekolah yang menjadi mata pelajaran tersendiri. Ujicoba ini dilaksanakan di SDN Percontohan Johar Baru 01 Pagi Jakarta Pusat oleh YKAI.

Selanjutnya, Yayasan Pengembangan Media Anak sejak 2006 hingga 2010 secara serius melakukan ujicoba dan pengembangan literasi media dengan dukungan UNICEF. Dalam ujicoba tahun 2008, dilakukan evaluasi program melalui pre and post-test yang dilakukan oleh Tim Jurusan Ilmu Komunikasi FISIPOL Universitas Diponegoro.

## **Literasi Media di Singapura**

Jika Indonesia masih dalam ujicoba literasi media, maka Singapura sudah melangkah lebih maju. Singapura segera membentuk Dewan Literasi Media pendidikan. Diharapkan, dewan tersebut bisa menjadi pendorong kepada publik Singapura agar meningkatkan kesadaran literasi media. Guru besar Fakultas Hukum National University of Singapore (NUS) Tan Cheng Han akan dilantik memimpin dewan tersebut.

Dewan ini juga akan menyarankan pemerintah agar mengeluarkan kebijakan responsif yang tepat untuk “dunia yang semakin kompleks dan media tanpa batas, teknologi, konsumen, harapan dan partisipasi. Dewan ini akan didukung sumber daya dari Otoritas Pengembangan Media yang berperan sebagai sekretariat untuk dewan. Badan ini akan menjadi mitra pemerintah, organisasi sektor swasta, kelompok masyarakat dan ‘social media influencer’ untuk meningkatkan kesadaran akan isu-isu melek media di semua platform media online dan offline, sekaligus mempromosikan lingkungan media yang aman, dan untuk semua.

Dalam dunia maya dan dunia nyata di mana orang terus-menerus berinteraksi dan berbagi informasi, norma sosial yang tepat dan penegasan penting Dewan Literasi Media berharap untuk meningkatkan tingkat literasi media dari Singapura sehingga setiap orang bisa mendapatkan keuntungan lebih dari Internet. Carmee Lim, seorang veteran di bidang pendidikan, akan menempati posisi sebagai wakil ketua. Dewan ini akan memiliki 19 anggota lainnya dari berbagai segmen masyarakat, seperti sektor bisnis, lembaga pendidikan, organisasi masyarakat dan pemain media sosial<sup>14</sup>.

## **Urgensi Literasi Media Untuk Pendidikan Kewirausahaan di Sekolah**

Terbentuknya budaya dimana media sosial sebagai alat komunikasi bagi kalangan pelajar dibutuhkan upaya terus-menerus dalam berbagai bentuk media kreatif melalui media sosial. Hal ini membutuhkan dukungan dari semua

---

<sup>14</sup> <http://www.lensaIndonesia.com/2012/07/31/hadapi-serbuan-media-sosial-singapura-bentuk-dewan-baru.html>

pelajaran, bukan hanya sekedar materi pembelajaran TIK saja, sehingga civitas akademika baik guru, siswa, pegawai sekolah, para alumni maupun orang tua siswa memahami dan merasa bahwa media sosial sangat dibutuhkan bagi percepatan kecerdasan dan kreativitas anak dalam mencapai prestasi belajar yang prima.

## DAFTAR PUSTAKA

- Baran, Stanley J, 2001. Mass Communication Theory, USA: Wadworth Publications.
- Bukhari Alma,2007. Kewirausahaan, Bandung, Alfabeta.
- Berry, John W. dkk. 1999. Psikologi Lintas Budaya (Riset dan Aplikasi). Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Barry, Ann Marie S. 1997. Visual Intelligence: Perception, Image, and Manipulation in Visual Communication. Albany: State University of New York Press.
- Boroee, George. 2004. Personality Theories: Melacak Kepribadian Anda Bersama Psikolog Dunia. Terjemahan Inyik Ridwan Muzir. Yogyakarta: Prismsophie.
- Douglas, D. Jack ( editor ). 1998. Understanding Everyday: Toward Reconstruction of Sociological Knowledge. Chicago: Aldine
- Jakoeb Oetama, 1995. Perspektif Pers Indonesia , Jakarta: LP3ES.
- Kaplan, David, dan Albert A. Manners. 1999. Teori Budaya, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kayam, Umar. 1981. Seni, Tradisi, Masyarakat, Jakarta: Sinar Harapan.
- KH., Ramadhan. 1982. Dewi Djah: Gelombang Hidupku. Jakarta: PN. Balai Pustaka
- Kuntowijoyo. 1987. Budaya Dan Masyarakat, Yogyakarta: Tiara Wacana.
- Langer, Susanne K. 1957. Philosophy in A New Key Feeling and Form Problem of Art, New York: Charles Scribnerr's.
- Leach, Edmund. 1988. Culturre and Communication: The Logic By Which Simbols are Connected. New York: Cambridge University Press.
- Lippman, Walter. 1998. Opini Umum antara Rekayasa dan realitas Jakarta. Yayasan Obor Indonesia.
- Lull, James. 1997. Media, Komunikasi, Kebudayaan: Suatu Pendekatan Global, (diterjemakan oleh A. Setiawan Abadi), Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

- Maslow, Abraham H. 1962. *Toward A Psychology of Being*. Printon, NJ: van Nostrand.
- Maslow, Abraham H.1993. *Motivasi dan Kepribadian*, Jilid I, Seri Manajemen No. 104 A, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Masykur W,2007. *Pengantar Kewirausahaan, Kerangka Dasar Memasuki Dunia Bisnis*, Yogyakarta, BPF.
- Meredith,Geoffrey G,2005. *Kewirausahaan Teori dan Praktek*, Jakarta, PPM
- Nimmo, Dan. 1999. *Komunikasi Politik, Komunikator, Pesan, dan Media*, Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya
- Nurdin, 2003. *Komunikasi Massa*, Malang: Penerbit Cespur.
- Paul, Jhonson Doyle. 1986. *Teori Sosiologi Klasik dan Modern*, ( terjemahan ) Robert M.Z. Lawang, Jakarta: Gramedia.
- Phenix, H. Philips, tp th. *Realm of meanings: A Philosophy of The Curriculum for General Education*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Poloma, Margaret M.1987. *Sosiologi Kontemporer*. Terjemaham Tim Yasogama. Jakarta: Rajawali.
- Poloma, Margert M. 2000. *Sosiologi Kontemporer*. ( terjemahan ). Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Potter, W. James (2004). *Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach*. London: Sage
- \_\_\_\_\_ (2005). *Media Literacy*. Third Edition. London: Sage.
- Rabinov, Paul dan William M. Sullivan (ed). 1979. *Interoretive Sosial Science: A Reader*. Berkeley-Los Angeles-London: University of Califomia Press.
- Ricklefs, M.C. 1998. *Sejarah Indonesia Modern*, Yogyakarta: Universitas Gajah Mada Press.
- Suryana, 2006. *Kewirausahaan, Pedoman Praktis Kiat dan Proses Menuju Sukses*, Salemba Empat Jakarta
- Scott, Marvin B. & Lyman Stanford M. 1970. *Accounts, Deviance and Social Order*. Dalam Douglas, Jack D. ( penyunting ). *Deviance & Responsibility, the social Construction of Moral Meaning*. Hlm. 89-119. London : Basic Book. Inc. Publisher.

- Silverblatt, Art (1995). *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages*. London: Praeger.
- Soeprapto, Riyadi, H.R. 2002. *Interaksionisme Simbolik; Perspektif Sosiologi Modern.*, Malang: Penerbit Averroes Press bekerja sama dengan pustaka pelajar.
- Susanto, Astrid S. 1985. *komunikasi Sosial di Indonesia*, Bandung: Penerbit PT. Bina Cipta.
- Schechner, Richard. 1988. *Performance Theory*. New York and London: Routledge.
- Schechner, Richard and Willa Appel. 1990. *By Mean of Performance: Intercultural Studies of Theatre and Ritual*. Cambridge University Press.
- Soelaiman, M. Munandar. 1998. *Dinamika Masyarakat Transisi: Mencari Alternatif Teori Sosiologi dan Arah Perubahan*. Jakarta: Gramedia
- Soeprapto, H.R.Riyadi. 2002. *Interaksi Simbolik: Perspektif Sosiologi Modern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar bekerjasama dengan Averroes Press.
- Susanto, Astrid. 1992. *Filsafat Komunikasi*. Bandung: Binacipta
- Synnott, Anthony. 2003. *Tubuh Sosial: Simbolisme, Diri, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Tamburaka, E.Rustam. 1998. *Pengantar Ilmu Sejarah Teori Filsafat Sejarah, Sejarah Filsafat dan IPTEK*. Jakarta. PT. Rineka Cipta.
- Triton PB., 2007, *Entrepreneurship : Kiat Sukses Menjadi Pengusaha*, Tugu Publisher, Yogyakarta.
- Turner, Victor. 1986. *The Anthropology of Performance*. New York: PAJ Publications.
- Vanwynsberghe et al, 2011, *Mapping Social Media Literacy: Towards a Conceptual Framework*, Onderzoeksgroep en universiteit: Brussels
- Winangsih, Nina Syam.2009. *Sosiologi Komunikasi*. Bandung. Humaniora.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Komunikasi Transendental Perspektif Integrated Science*. Jakarta. NWS Publishing.
- Winardi, 2003, *Entrepreneur & Entrepreneurship*, Kencana, Jakarta
- Yustiono, dkk. 1993. *Islam dan Kebudayaan Indonesia: Dulu, Kini dan Esok*,

Jakarta: Yayasan Festival Istiqlal.

Zeitlin, Irving M.1998. Memahami Kembali Sosiologi, Kritik Terhadap Teori Sosiologi Kontemporer. Yogyakarta: UGM Press.

### **Sumber Lain**

<http://www.kidia.org/news/tahun/2011/bulan/02/tanggal/09/id/187/>

<http://melekmedia.org/kajian/literasi-baru/apa-dan-mengapa-media-literacy-melekmedia/>

<http://wisnumartha14.blogspot.com/2011/05/literasi-media-pengantar-memahami.html>

<http://sadidadalila.wordpress.com/2010/03/20/media-literasi/>

<http://id.berita.yahoo.com/teknologi-picu-remaja-jadi-aktor-video-porno-073609381.html>

<http://www.bisnis.com/wirusaha-pemula-omzet-maksimal-berkat-media-sosial>

<http://www.creativeeducation.co.uk/blog/index.php/2011/11/guest-post-should-schools-encourage-pupils-to-be-more-entrepreneurial/>

<http://allaboutmasscomm.blogspot.com/>

<http://pelajar-berwirausaha.blogspot.com/2012/09/remaja-modern-remaja-yang-berwirausaha.html>

<http://www.lensaindonesia.com/2012/07/31/hadapi-serbuan-media-sosial-singapura-bentuk-dewan-baru.html>

<http://www.kidia.org/news/tahun/2011/bulan/02/tanggal/09/id/187/>

<http://balilaptop.com/posts/tanpa-media-sosial-remaja-mungkin-akan-galau-229.php>

<http://melekmedia.org/kajian/literasi-baru/apa-dan-mengapa-media-literacy-melekmedia/>

<http://wisnumartha14.blogspot.com/2011/05/literasi-media-pengantar-memahami.html>

<http://www.ciputraentrepreneurship.com/bisnis-online/panduan-membuat-situs-e-commerce-bagi-wirausaha>

<http://sadidadalila.wordpress.com/2010/03/20/media-literasi/>

yptrading.co.id. mengoptimalkan-peran-social-media-bagi-bisnis.2011

<http://allaboutmasscomm.blogspot.com/>

<http://www.bin.go.id/awas/detil/127/4/20/07/2012/hati-hati-memanfaatkan-media-sosial>

APJII (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia); [www.apjii.or.id](http://www.apjii.or.id)

<http://outthinkgroup.com/tips/the-6-types-of-social-media>

[viewcomputer.wordpress.com/kewirausahaan/](http://viewcomputer.wordpress.com/kewirausahaan/)

## LAMPIRAN

### A. Biodata Peneliti

#### 1. Identitas Diri

Nama : Dr. Sutrisno, Drs., M.Si  
Tempat, Tanggal Lahir : Indramayu, 20 April 1971  
Status : Menikah  
Agama : Islam  
Pekerjaan : Dosen Tetap Fisip Universitas Pasundan Bandung  
Alamat : Jl. Karees Sapuran No.43/121 Rt. 03/02  
Kel. Samoja Kec. Batununggal - Kota Bandung  
Email : kangsutrisno@yahoo.com

#### 2. Pendidikan Formal

1. SD Negeri Margamulya I di Indramayu, Lulus Tahun 1984
2. SMP Negeri Bongas I di Indramayu, Lulus Tahun 1987
3. SMU Negeri Kandanghaur di Indramayu, Lulus Tahun 1990
4. S I Jurusan Administrasi Negara FISIP Universitas Pasundan Bandung, Lulus Tahun 1997
5. S 2 BKU Ilmu Komunikasi Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung Lulus Tahun 2004
6. Doktor (S3) Ilmu Komunikasi di Pascasarjana Universitas Padjadjaran Bandung Lulus Tahun 2011

#### 3. Prestasi dan Beasiswa Yang Pernah di Raih :

1. Penerima Beasiswa Rektor Universitas Pasundan tahun 1994
2. Penerima BPPS Dikti S2 Universitas Padjadjaran tahun 1998-2000
3. Penerima Beasiswa S3 Fisip Universitas Pasundan Tahun 2007

#### **4. Pengalaman Organisasi :**

1. Ketua Komisi C Bidang Komunikasi dan Kerjasama Lembaga Da'wah Kampus Perguruan Tinggi Se-Jawa Barat, Tahun 1993-1994
2. Presiden Badan eksekutif Mahasiswa Fisip Unpas, Tahun 1995
3. Sekretaris Partai Amanat Nasional Propinsi Jawa Barat, Tahun 1999-2002
4. Pemimpin Redaksi Tabloid Pembela Biro Pers Islam dan Budaya Sunda Unpas Bandung, Tahun 2000- 2005
5. Pemimpin Redaksi Jurnal Administrator pada Ilmu Administrasi Negara Tahun 2001 sampai sekarang.
6. Sekjen dan Wakil Ketua I Bidang Keorganisasian dan Pembinaan SDM PUSKOPPONTREN Kota Bandung, Tahun 2002-2008
7. Biro Kampanye Wilayah Jawa Barat Amin Rais Center (ARC) Amin Rais For President, Tahun 2003-2004
8. Sekretaris Redaksi Majalah Al-Mizan Tahun 2004 sampai 2010
9. Direktutr Ivent Organization Dana Amal Baiturrahman Bandung, Jakarta dan Bali Tahun 1999-2004
10. Ketua umum IKMB ( Ikatan Masyarakat Kota Bandung ) tahun 2007 - Sekarang.
11. Pemimpin Redaksi Jurnal Retorika Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Unpas tahun 2011.
12. Sekretaris Himpunan Profesi Angkutan Nasional Jawa Barat (HIMPAN JABAR) tahun 2009 - Sekarang
13. Wakil Direktur LesKip ( Lembaga Strategis Kebijakan Piblik ) FKPPI Jawa Barat tahun 2008 – Sekarang.
14. Wakil Ketua KOPPASMAN ( Koperasi Pasundan Mandiri ) Tahun 2009- Sekarang.
15. Pengurus Pusat Ketua Departemen Politik Ikatan Alumni Universitas Pasundan ( IKA ALUMNI UNPAS ) Tahun 2011
16. Ketua Bandung Media Watch tahun 2000 – sekarang
17. Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Unpas Tahun 2007- sekarang

18. Sekretaris Program Pendirian S2 Pascasarjana Ilmu Komunikasi Unpas Tahun 2011
19. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Unpas Tahun 2012-2016

**5. Riwayat Pekerjaan dan Pelatihan :**

1. Memberi kuliah pada Prodi Ilmu administrasi Negara Fisip Unpas :
  - a. Organisasi dan manajemen
  - b. Prilaku Organisasi
  - c. Kontrol Masyarakat
  - d. Sistem Kepegawaian Indonsia
2. Memberi Kuliah pada Prodi Ilmu Komunikasi Fisip unpas :
  - a. Dasar-Dasar Jurnalistik
  - b. Perkembangan Teknologi Komunikasi
  - c. Kapita selekta Jurnalistik
  - d. Opini Publik
  - e. Retorika dan Teknologi Komunikasi
  - f. Keprotokolan
  - g. Etika dan Filsafat Komunikasi
  - h. Komunikasi Politik
3. Memberi Kuliah di S2 Hukum Kepolisian FH Unpas
  - a. Hukum Telematika
4. Memberi Kuliah di Akbid ‘Aisyah Bandung
  - a. Komunikasi dan Konseling Kesehatan
  - b. Psikologi Ibu dan Anak
5. Memberikan materi Keprotokolan dan Public Relation pada karyawan dilingkungan Fakultas dan Universitas Pasundan Bandung tahun 2010.
6. Memberikan materi Retorika Da’wah pada para pementor dan Pembina Keislaman beberapa perguruan tinggi tahun 1995 – sekarang
7. Memberikan materi Pembinaan SDM dan pengembangan organisasi perkoprasian di Kopontren-kopontren se- Kota bandung tahun 2006 – 2009.

8. Memberikan pembinaan kesadaran dan partisipasi politik masyarakat di kota Bandung tahun 2007 – Sekarang
9. Workshop Jurnalistik sebagai nara sumber yang diadakan oleh Lembaga Pers Himpunan Mahasiswa Islam Cabang Bandung LAPMI HMI tahun 2009
10. Seminar dan Diskusi Panel Strategi Pengembangan Kehidupan Beragama sebagai panelis di Kampus UPI tahun 2009
11. Staf Ahli Biro Organisasi dan Kelembagaan Pemerintah Propinsi Jawa Barat tahun 2011.

## **6. Daftar Karya Ilmiah**

1. Komunikasi Politik Ala Gusdur, Karya Ilmiah dipublikasikan pada Jurnal Polistat Fisip Unpas Tahun 2000
2. Komunikasi Politik Pemerintahan SBY-KALLA Pro-Kontra Kenaikan Harga BBM 2005, Karya Ilmiah dipublikasikan pada Majalah/jurnal Administrator Volume 5 No. 2 September 2005 ISSN: 1693-2366
3. Komunikasi Transendental Versus Islam, Karya Ilmiah dipublikasikan pada Majalah/jurnal Empathy Edisi 7 Vol: 3 September 2005 ISSN: 0852-5757
4. Media Watch Sebagai Saluran Early Warning Bagi Pelaksanaan Kemerdekaan Pers, Karya Ilmiah dipublikasikan pada Jurnal Empathy tahun 2005 Prodi Ilmu Komunikasi
5. Peran Budaya Sunda dalam Dinamika Heterogenitas, Karya Ilmiah dipublikasikan pada Tabloid Pembela tahun 2008
6. Peran Media dan Komunikasi Politik dalam Proses Kepemimpinan pada Pemilu 2009, Karya Ilmiah dipublikasikan pada Majalah/jurnal Retorika Volume 3 No. 4 Maret 2009 ISSN: 0852-5757
7. Kontroversi Rethorika Politik Menjelang Pemilu 2009, Karya Ilmiah dipublikasikan pada Majalah/jurnal Al-Mizan Edisi No. 139/April 2009 ISSN: 0852-839X
8. Menerawang Bisnis Atribut dan Iklan Media Massa di Tengah Gejolak Perekonomian Nasional pada Pemilu 2009, Karya Ilmiah dipublikasikan

pada Majalah/jurnal Wirausaha Volume 3 No. 2 Mei 2009 ISSN: 1693-234X

9. Refleksi Aparatur Negara Terhadap Ketahanan Nasional dan Hak Asasi Manusia (HAM), Karya Ilmiah dipublikasikan pada Majalah/jurnal Administrator Vol: 6 No. 2 Januari 2006 ISSN: 0852-5757
10. Peran Media dalam Profesi Bisnis Pendidikan Nasional, Karya Ilmiah dipublikasikan pada Majalah/jurnal Retorika Volume 5 No.2 September 2010 ISSN: 1693-234X
11. Menakar Keuntungan Bisnis Media Sosial dan Implikasinya Terhadap Perilaku Masyarakat, Karya Ilmiah dipublikasikan pada Majalah/jurnal Retorika Volume 5 No.2 Desember 2010 ISSN: 1693-234X
12. Komunikasi Politik Aktivis Partai Politik Islam Indonesia (Studi Fenomenologi Aktivis PKS, PBB, dan PPP dalam Memaknai Terorisme dan Jihad dalam Islam), Karya Ilmiah dipublikasikan pada Majalah/jurnal Retorika Volume 1 No.1 Maret - Agustus 2011 ISSN: 1693-234X

## **7. Daftar Kegiatan Penelitian**

1. Fungsi Pemberitaan Rubrik Hiburan di Harian Umum Galamedia Dalam Menumbuhkan Persepsi Pelanggan, Tahun 2006 hasil penelitian tidak dipublikasikan
2. Efektivitas Press Release Dalam Menciptakan Persepsi Wartawan di Humas Sekretariat Daerah Kabupaten Ciamis, Tahun 2006 hasil penelitian tidak dipublikasikan
3. Peranan Tajuk Rencana Dalam Upaya Menciptakan Opini Pembicara Pada Harian Umum Pikiran Rakyat, Tahun 2007 hasil penelitian tidak dipublikasikan
4. Implementasi Nilai Islam Dalam Program News Manajemen Qolbu Televisi, Tahun 2007 hasil penelitian tidak dipublikasikan
5. Problematika Pornografi Dalam Media Online Internet di Indonesia, Tahun 2008 hasil penelitian tidak dipublikasikan

6. Kegiatan Promosi Mandiri Visi Dalam Meningkatkan Minat Nasabah di PT. Bank Mandiri Pusat Tbk Jakarta, Tahun 2009 hasil penelitian tidak dipublikasikan
7. Fungsi Program Kibar 112 Radio 112 Polwiltabes Bandung dalam Memberikan Informasi Keamanan dan Ketertiban pada Pendengar Kota Bandung, Tahun 2005 melalui Lemlit Fisip Unpas
8. Hubungan Pembinaan Pegawai Dengan Prestasi Kerja Pegawai Pada Biro Organisasi Provinsi Jawa Barat, Tahun 1997
9. Peran media Internasional dalam kasus penyerangan Israel terhadap Hamas Palestina tahun 2009, Tahun 2009 Puslit Fisip Unpas
10. Terpaan Berita Politik Terhadap Partisipasi Politik Mahasiswa dalam kenaikan Harga BBM, Pascasarjana Unpad tahun 2004
11. Komunikasi Politik Aktivis Partai Politik Islam, Pascasarjana Unpad tahun 2011

#### 8. Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat

<b>No</b>	<b>Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat</b>	<b>Bentuk</b>	<b>Tempat/Instansi</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Jmlh Angka Kredit</b>	<b>Ket</b>
1	Peduli Jabar Selatan yang dilanda Bencana Alam Tsunami, FKPPi Jawa Barat	Sosial	FKPPI	19 s/d 21 Agustus 2006	1	Surat Keterangan
2	Tabloid Fakta Post dan Mengasuh Rubrik Pendidikan dan Komunikasi Massa	Narasumber	Fakta Post	27-02-2006	1	Surat Keterangan
3	Asia Africa Art Festival 2007, sebagai Public Relations pada Gathering dengan Duta	Public Relations	Hotel Grand Aquila	17-06-2007	1	Surat Keterangan

	Besar Negara Asia Afrika di Hotel Grand Aquila					
4	Pengandaran Tersenyum, sebagai Program Koordinator	Koordinator	PT. Karsa Prima	16-07-2007	1	Surat Keterangan

### 9. Kegiatan Seminar dan Lokakarya

<b>No</b>	<b>Kegiatan Seminar dan Lokaakarya</b>	<b>Kedudukan/ Tingkat</b>	<b>Tempat/ Instansi</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Ket/ Bukti Fisik</b>
1	Ilmu dan Kebersamaan Untuk Berbakti Pada Masyarakat	Peserta	Pascasarjana Universitas Padjadjaran	30 Agustus s/d 3 september 2006	Sertifikat
2	Entertaining Communication, Teknik Dasar Public Speaking Basic Knowledge, Skill & Attitude By Om Farhan	Peserta	Hard Rock FM Bandung	25-05-2007	Sertifikat
3	Seminar Sehari Apa & Bagaimana Rating Menjadi Acuan Bagi Industri Periklanan & Penyiaran TV	Peserta	Hotel Kedaton AJB Nelsin	13-06-2007	Sertifikat
4	Seminar Meningkatkan Kesadaran Dosen	Peserta	Universitas Pasundan	31-07-2007	Piagam

	Dalam Mengembangkan Kualitas Pembelajaran				
5	Lokakarya Peningkatan Profesionalisme Jurnalis: Etika Meliput Kejahatan Anak-Anak Kriminalitas dan Perlindungan Hak Privasi dalam Bencana	Peserta	IPML	27-12-2007	Piagam
6	Lokakarya Peningkatan dan Pengembangan Kualitas Pembelajaran Dosen FISIP Universitas Pasundan	Peserta	Wisma Taruna	26-04-2008	Sertifikat
7	Workshop Jurnalistik yang diadakan oleh Lembaga Pers Himpunan Mahasiswa Islam Cabang Bandung	Narasumber	LAPMI HMI	14-06-2009	Sertifikat
8	Seminar dan Diskusi Panel Strategi Pengembangan Kehidupan Beragama di Kampus	Panelis	Aula UPI	23-07-2009	Sertifikat
9	Seminar Internasional Strategy and Small Enterprise Competitive	Participant	Aula Suradiredja Unpas	22-09-2010	Sertifikat

	Study of Brunei Darussalam and Indonesia				
10	International Seminar One Day Indonesia – Malaysia “The Mass Media Functional Role in The Transformation of Sociopolitical Culture	Speaker	Ruang Sidang Fisip Unpas	21-07-2010	Sertifikat
11	International Seminar “Human Capital and Creative Industry Korea and Indonesia”	Participant	Aula Setiabudhi Unpas	28-10-2010	Sertifikat
12	Lokakarya Nasional ASPIKOM “Peluang Perluasan dan Pendalaman Ilmu Komunikasi	Participant	Gajah Mada University Club	16-17 Maret 2011	Sertifikat
13	Lokakarya Workshop Manajemen Desentralisasi Penelitian	Peserta	Aula Setiabudhi Unpas	05-08-2011	Sertifikat
14	Seminar Internasional Diplomasi Publik dan Pencitraan Indonesia Dalam Perspektif Humas Internasional	Participant	Gedung Konferensi Asia - Afrika	21-09-2011	Sertifikat

## 10. Karya Buku

No.	Karya Buku	Tahun	Pelaksana
1.	Buku Ajar Komunikasi Politik	2009	Unpas
2.	Buku Ajar Opini Publik	2008	Unpas
3.	Buku Ajar Perkembangan Teknologi Komunikasi	2009	Unpas
4.	Buku Ajar Dasar-Dasar Jurnalistik	2006	Unpas
5.	Buku Ajar Keprotokolan	2008	Unpas
6.	Buku Ajar Jurnalistik Islam	2008	Unpas
7.	Buku Ajar Retorika	2007	Unpas
8.	Buku Ajar Komunikasi dan Konseling Kesehatan	2010	Akbid Aisyiyah
9.	Buku Ajar Telematika	2010	Pascasarjana Unpas

Bandung, September 2013

Hormat saya,

**Dr. Sutrisno, Drs.,M.Si**



## **CURRICULUM VITAE**

**N a m a** : Dr. Heri Erlangga, S.Sos.,M.Pd  
**Tempat/Tgl. Lahir** : Serang 14 Juni 1970  
**P e k e r j a a n** : Dosen Tetap Yayasan Pendidikan Tinggi Pasundan Sejak Tahun 1997 ditugaskan di FISIP UNPAS  
**A l a m a t** : Komp. Giri Mekar Asih II No. 48 Cijambe Ujung Berung – Bandung  
**Telp/HP** : 08.176.176.91 / 0813.123.99866  
**E-mail** : hr\_erlangga@yahoo.com

### **Riwayat Pendidikan :**

1. SD-SMP-SLTA diselesaikan sampai pada tahun 1989 di kota Serang
2. Sarjana (S-1) Administrasi Negara FISIP UNPAS yang diselesaikan pada tahun 1995
3. Magister (S-2) Administrasi Pendidikan UPI Bandung diselesaikan tahun 2001
4. Doktor (S-3) Administrasi Pendidikan UPI Bandung diselesaikan pada tahun 2009

### **Pengalaman Kerja :**

1. Staf Pengajar pada STIA Maulana Yusuf Banten, 1995-1998;
2. Dosen ASMI PRIMA GRAHA Serang, 1996-1998;
3. Dosen Luar Biasa STAI Dr.KH.Z.Muttaqin Purwakarta, 2001-2002;
4. Dosen Luar Biasa AKBID Aisiyah Bandung, 2002–2003;
5. Kasubag. Pengajaran STIA MYB, 1995–1997;
6. Kasie. Pengelolaan Perpustakaan STIA MYB, 1997–1998;

7. Pjs. Pembantu Direktur III ASMI PRIMA GRAHA Serang, 1996–1997;
8. Wakil Sekretaris Yayasan Kebangsaan Bandung, 2001–2002;
9. Sekretaris Laboratorium Jurusan Adm.Niaga FISIP UNPAS, 2001–2003;
10. Ketua Laboratorium Jurusan Adm. Niaga FISIP UNPAS, 2003–2006;
11. Pemimpin Redaksi Jurnal WIRAUSAHA Jurusan Adm.Bisnis FISIP 2003-2006;
12. Dewan Pendiri Yayasan Wangsa Jaya Banten, sejak 2003;
13. Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Wangsa Jaya Banten, 2004–2008;
14. Asesor BAP SMK/SMA Provinsi Banten, 2007-2011;
15. Pengurus APTISI Wil-IVB Banten, 2008-2012;
16. Pengurus Besar Paguyuban Pasundan, 2010-2015.
17. Pembantu Dekan Bidang Akademik FISIP UNPAS, 2011-2015

**Pengalaman Penelitian :**

1. Pelaksanaan Dana Bantuan Operasional Sekolah Dasar dan Madrasah Ibtidaiyah; Studi Mendalam pada 28 Kecamatan di Jawa Barat dan Jawa Timur (Tim Peneliti Jawa Barat), Kerjasama Program Pascasarjana IKIP Bandung – DIRJEN DIKDASMEN DEPDIKNAS RI Bagian Perencanaan, 1999;
2. “Keterlibatan Stakeholders dalam Strategi Perencanaan Pendidikan (Studi Kasus pada Perguruan Tinggi di Wilayah Banten)”, 2000;
3. Manajemen Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kabupaten Tasikmalaya (Studi Kasus pada Enam Kecamatan Basis UKM), 2001;
4. Manajemen Koperasi Usaha Kecil Menengah (KUKM) di Kabupaten Sukabumi (Studi Kasus di Kecamatan Pelabuhan Ratu dan Kecamatan Cisolok), 2002;
5. Manajemen Koperasi Usaha Kecil Menengah (KUKM) di Kabupaten Bandung (Studi Kasus di Kecamatan Ciwidey dan Kecamatan Pangalengan), 2003;
6. Pemetaan Usaha Kecil Menengah (UKM) Sebagai Sentra Industri Kerajinan Rakyat di Kabupaten Purwakarta (Studi Kasus pada Enam Kecamatan), 2004;

7. Penggalian Potensi Usaha Kecil Menengah (UKM) Sebagai Unggulan Industri Kerajinan Rakyat di Kabupaten Garut, tahun 2005;
8. Pembentukan Citra Usaha Kecil Menengah (UKM) Sebagai Home Industry di Kabupaten Tasikmalaya, 2006;
9. Penguatan Manajemen Usaha Kecil Menengah (UKM) Sebagai Home Industry di Soreang Kabupaten Bandung, 2007;
10. Penguatan Manajemen Usaha Kecil Menengah (UKM) di Tengah Krisis Global di Parongpong Kabupaten Bandung Barat, 2008;
11. Pemetaan Sentra Industri Kecil (UKM) Kota Cimahi, 2009;
12. Hibah Penelitian Doktor tentang Manajemen Program Kewirausahaan pada Perguruan Tinggi (telah dibukukan dengan judul “Spirit Kewirausahaan di Perguruan Tinggi”), KEMDIKNAS – UPI Bandung, 2009;
13. Pemberdayaan UKM di Majalaya, 2010.

Pengalaman Pelatihan :

1. Administrasi Akademik, Kopertis Wilayah IV Jawa Barat, 1996;
2. Pelatihan Penelitian Dosen Muda, Kopertis Wilayah IV Jawa Barat, 1997;
3. Pelatihan Kewirausahaan Pemuda dalam Budidaya Rumput Laut, Pulau Panjang Kabupaten Serang, Proyek Kerjasama MENPORA RI dengan Yayasan Pendidikan Prima Graha Serang (sebagai Pimpinan Proyek), 1999;
4. Pelatihan Kewirausahaan Pemuda Pesantren dalam Budidaya Jahe Gajah, Pasir Manggu Kabupaten Serang, Proyek Kerjasama MENPORA RI dengan Yayasan Ponpes ASSA’ADAH Serang (sebagai Konsultan Proyek), 2000;
5. Pelatihan Proses Belajar Mengajar, FISIP UNPAS, 2002; Pelatihan Penyusunan SAP, SILABI Mata Kuliah dan Penelitian, Jurusan Adm. Niaga FISIP UNPAS, 2003;
6. Pelatihan ESQ Lisensi Ari Ginanjar, Perwakilan Bandung, Jurusan dan HIMA Adm.Niaga FISIP UNPAS, 2004;

7. Pelatihan Metodologi Penelitian Dosen Muda, DINDIK Banten-UNTIRTA, 2005;
8. Pelatihan Jurnalistik Mahasiswa, Pers Kampus/SIGMA IAIN Banten, 2006;
9. Pelatihan dan Lokakarya Sertifikasi Dosen, DINDIK Banten-APTISI, 2006; Nara Sumber Pelatihan Lomba Karya Tulis Ilmiah Mahasiswa se-Banten, DINDIK Provinsi. Banten-APTISI Banten, 2006;
10. Pelatihan Asesor Badan Akreditasi Sekolah, BAP-DINDIK Banten, 2006;
11. Pelatihan Manajemen Perguruan Tinggi Menuju IMTAQ dan IPTEK, DINDIK-APTISI Banten, 2007;
12. Pelatihan dan Sosialisasi Kurikulum Berbasis Kompetensi, DIKTI DIKNAS RI, Jogjakarta, 2007;
13. Workshop Manajemen Mutu Perguruan Tinggi 2008;
14. Short Diplomatic Practice, Singapura-Malaysia-Thailand, Februari 2008,;
15. Short Diplomatic Practice, Vietnam-Kamboja-Bangkok-Brunei, Januari 2009,
16. Workshop Pemutakhiran ESPBED DINDIK Banten, 2009;
17. Workshop Penulisan Buku Bacaan Perguruan Tinggi, 2010;
18. Short Diplomatic Practice to China (Guangzhou-Hongkong-Shenzhen), Desember 2010.
19. Study Public Service, Singapore Management University dan UM Malaysia, MM UNPAS, Januari 2011.
20. Workshop Penelitian “Menyiapkan Penelitian Internasional” DP2M DIKTI KEMDIKNAS – UNPAS, 2011.

Demikian Keterangan ini dibuat dengan sebenarnya, untuk digunakan sesuai aturan yang berlaku.

Bandung, September 2013

**Dr. Heri Erlangga, S.Sos.,M.Pd**

## CURRICULUM VITAE

### IDENTITAS DIRI

Nama : Drs. Rasman Sonjaya, M.Si  
Nomor Peserta : 101187715940335  
NIP/NIK/NIPY : 151.102.62  
Tempat dan Tanggal Lahir : Karawang, 18 Januari 1972  
Jenis Kelamin :  Laki-laki    Perempuan  
Status Perkawinan :  Kawin    Belum Kawin    Duda/Janda  
Agama : Islam  
Golongan / Pangkat : Penata Tingkat 1 /III/d  
Jabatan Akademik : Lektor Kepala  
Perguruan Tinggi : Universitas Pasundan Bandung  
Alamat : Jln. Lengkong Besar No 68 Bandung.  
Telp./Faks. : (022) 4205945, 4262456  
Alamat Rumah : Jln. Pilar Utara No 16 RT 02/12, Kompleks Pilar  
Biru, Desa  
Cibiruhilir, Kec. Cileunyi, Kab. Bandung  
Telp./Faks. : 085860706555  
Alamat e-mail : rasman\_sonjaya@yahoo.com

**RIWAYAT PENDIDIKAN PERGURUAN TINGGI**

Tahun Lulus	Program Pendidikan(diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor)	Perguruan Tinggi	Jurusan/ Program Studi
1996	Sarjana	Unpas	Adm. Negara
2000	Magister	Unpad	Ilmu Komunikasi

**PELATIHAN PROFESIONAL**

Tahun	Jenis Pelatihan( Dalam/ Luar Negeri)	Penyelenggara	Jangka waktu
2007	Entertaining Communication Teknik Dasar Public Speaking Basic Knowledge, Skill & Attitude By Om Farhan	Hard Rock FM	1 hari
2007	Lokakarya INHERENT Bagi Peningkatan Mutu Pendidikan	P3AI Unpas	2 hari
2008	Workshop Fotografi	Prodi Ilmu Komunikasi	1 hari
2008	Pelatihan PBM berbasis Multimedia	Prodi Komunikasi	1 hari
2009	Workshop Periklanan	TPI Jkt dan Prodi Komunikasi	1 hari
2010	Workshop Produksi Siaran Televisi	SCTV dan HIMA-KOM	1 hari

**PENGALAMAN MENGAJAR**

Mata Kuliah	Program Pendidikan	Institusi/Jurusan/Program Studi	Sem/Tahun Akademik.
Pengantar Ilmu Komunikasi	Sarjana	Ilmu Komunikasi	Ganji 2000/2001 s/d 2009/2010
Teori Komunikasi	Sarjana	Ilmu Komunikasi	Genap 2000/2001 s/d 2009/2010
Metode Penelitian Sosial	Sarjana	Ilmu Komunikasi	Ganji 2000/2001 s/d 2009/2010

**PRODUK BAHAN AJAR**

Mata Kuliah	Program Pendidikan	Jenis Bahan Ajar( cetak dan noncetak)	Sem/Tahun Akademik.
Pengantar Ilmu Komunikasi	Sarjana	Non Cetak	Ganjil 2007
Teori Komunikasi	Sarjana	Non Cetak	Genap 2008
Metode Penelitian Sosial	Sarjana	Non Cetak	Ganjil 2008

### PENGALAMAN PENELITIAN

Tahun	Judul Penelitian	Ketua/anggota Tim	Sumber Dana
2006	Politisasi Bahasa Dalam Berita Kematian Munir	Ketua	Fakultas
2007	Evektivitas Special Event Audisi KDI TPI Radio Cosmo Trans Media 1.9 FM dalam Menciptakan Persepsi positip Peserta di Bandung	Ketua	Fakultas
2008	Peranan Tim Kreatif Dalam Meningkatkan Kualitas Produksi Acara Terapi TVRI Jabar Banten	Ketua	Fakultas
2008	Kesiapan Tenaga Kerja Wanita dalam Proses Seleksi Pekerjaan, studi kasus penempatan TKW ke Malasya pada PT. Sudinar Artha Bandung	Anggota	Ditjen DIKTI

### KARYA ILMIAH\*

#### A. Buku/Bab Buku/Jurnal

Tahun	Judul	Penerbit/Jurnal
2007	Analisis Semiotika Closing News dalam Kabar MQ Petang	Rethorika
2007	Analisis Semiotika Kartun Editorial H.U.n Kompas Karya G.M.Sudarta Pada peristiwa Lumpus Panas Di Sidoarjo	Rethorika
2008	Sosok Ebith Beth A dalam pendekatan Drmaturgia	Rethorika

\*termasuk karya ilmiah dalam bidang ilmu pengetahuan/teknologi/seni/desain/olahraga

## B. Makalah/Poster

Tahun	Judul	Penyelenggara
2006	Pengembangan Motivasi Generasi Muda Untuk Berprestasi dan Menjaga Kelestarian Alam	Corremap II DKP RI
2007	Nara Sumber Siaran langsung PJTV tentang Prosfek Prodi Ilmu Komunikasi	PJTV Bandung
2007	Nara Sumber siaran RRI Programa 2, tentang Media Literacy	RRI Bandung
2007	Masyarakat Informasi dan Kesalehan Sosial	Prodi Komunikasi
2008	Pembekalan KKPK	Stikom Wangsa Jaya Banten
2009	Belajar Sukses di Perguruan Tinggi dalam Masa Bimbingan Mahasiswa Baru	HIMA-KOM
2010	Pembekalan KKPT	Prodi Komunikasi

## C. Penyunting/Editor/Reviewer/Resensi

Tahun	Judul	Penerbit/Jurnal
2007	Kontruksi Kajian Komunikasi di Era Perang Global Berbasis Media Massa	Rethorika
2008	Globalisasi Informasi Dalam Perspektif Filsafat, Psikologi Sosial dan Psikologi Komunikasi	Rethorika
2009	Efek Kehadiran Media Televisi Terhadap Perubahan Sikap dan Prilaku Khalayak	Rethorika
2010	Etika Komunikasi Politik dan Keadaban Berdemokrasi Pada Kasus Bank Century	Rethorika

**KONFERENSI/SEMINAR/LOKAKARYA/SIMPOSIUM**

Tahun	Judul Kegiatan	Penyelenggara	Panitia/ peserta/pembicara
2007	Lokakarya INHERENT Bagi Peningkatan Mutu Pendidikan	P3AI Unpas	
2007	Seminar Sehari Apa dan Bagaimana Rating Menjadi Acuan Bagi Industri Periklanan dan Penyiaran TV	AGB Nelsen	peserta
2007	Seminar Jurusan Masyarakat Informasi dan Kesalehan Sosial	Prodi Ilmu Komunikasi	Pembicara
2008	Semiloka Pendidikan Berbasis Lingkungan Hidup	Disdik Kota Bandung	Panitia
2008	Kongres I ASPIKOM Membumikan Eksistensi Ilmu Komunikasi, Menjawab Tantangan Global	ASPIKOM	Peserta
2009	Pelatihan SDM Pemantauan Penyiaran	KPID Jawa Barat	Peserta
2009	Semiloka Local Content Dalam Perspektif Sistem Berjaringan	Kompas	Peserta

**KEGIATAN PROFESIONAL/PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

Tahun	Jenis>Nama Kegiatan	Tempat
2006	Peduli Jabar Selatan yang di Landa Bencana Alam Tsunami	Pangandaran
2006	Jambore Duta Karang Kerabat Konservasi Terumbu Karang	Pantai Dadap Indramayu
2007	PR Asia Afrika Art Festival	Bandung
2007	PR pangandaran Tersenyum	Pangandaran
2008	Sosialisasi Undang-undang RI No 31 tahun 2002 tentang Parpol	Kabupaten Bandung

		Barat
2009	Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kewirausahaan dan Kesiapan Dalam Menghadapi Bencana Alam	Bandung
2009	Pelatihan Fotografi Di Desa Pasawan Garut	Garut

#### **JABATAN DALAM PENGELOLAAN INSTITUSI**

Peran/Jabatan	Institusi( Univ,Fak,Jurusan,Lab,studio, Manajemen Sistem Informasi Akademik dll)	Tahun ... s.d. ...
Sekretaris Jurusan	Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unpas	2003 s/d 2007
Pjs. Ketua Jurusan	Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unpas	2006 s/d 2007
Ketua Jurusan	Jurusan Ilmu Komunikasi Fisip Unpas	2008 s/d sekarang

#### **PERAN DALAM KEGIATAN KEMAHASISWAAN**

Tahun	Jenis /Nama Kegiatan	Peran	Tempat
2007	Masa Bimbingan Mahasiswa Baru	Nara sumber	Rancaekek Bandung
2008	Studi Komparatif ke Metro TV, Media Indonesia, Trans TV dan Sindo Jakarta	Pendamping	Jakarta
2009	Pameran Fotografi	Juri	Bandung
2010	Workshop Produksi Siaran Televisi	Penanggung jawab	Bandung

#### **PENGHARGAAN/PIAGAM**

Tahun	Bentuk Penghargaan	Pemberi
2007	Pemilihan Dosen Berprestasi Kopertis Wilayah IV	Kopertis

Saya menyatakan bahwa semua keterangan dalam **Curriculum Vitae** ini adalah benar dan apabila terdapat kesalahan, saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Bandung, September 2013

Yang menyatakan,

**(Drs. Rasman Sonjaya,M.Si)**