

PEMBANGUNAN PENGELOLAAN KOMUNIKASI INTERNAL KAMPUS

Yulius Pribadi

Abstract

Yogyakarta has a large number of vocational educations. Vocational education prepares people to work as a technician or in support roles in professions such as communication, medicine, engineering, nursing, architecture, culinary, or law. Learning from foreign community college management, there are new perspectives of how to meet vocational education system with community needs. A qualitative research was conducted in Kapiolani Community College, Hawaii, USA. Case study was chosen to get huge information of how their vocational education is conducted. They integrate campus, government, alumni, and society to manage their vocational education system. This research finds that Kapiolani Community College can synchronize their vocational education system with community's needs. Hawaii is a tourism destination. Kapiolani Community College is able to synchronize and combine study program and Hawaiian knowledge in order to smoothly implement theories and concepts in community. Vocational education in Yogyakarta should prepare students with communication skills. It is important to encourage internal public of a campus to master and apply basic communication skills in serving a process of enlightenment.

Keywords: vocational education, synchronize, encouraging, smoothly implement, communication skills

A. Pendahuluan

Jumlah sekolah tinggi dan akademi yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta melebihi 50 persen dari seluruh perguruan tinggi yang ada di bawah koordinasi Kantor Kopertis Wilayah V. Ditambah dengan politeknik tentu semakin tinggi jumlah dan persentasenya. Perbandingan jumlah perguruan tinggi swasta di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah sebagai berikut: 17 universitas, 5 institut, 36 sekolah tinggi, 41 akademi,

dan 7 politeknik (<http://kopertis5.org/>).

Sekolah tinggi, politeknik, dan akademi adalah perguruan tinggi yang mengkhususkan diri dalam bidangnya masing-masing yang telah dipilih oleh para pendirinya. Sebagai contoh, akademi farmasi tentu berkonsentrasi untuk mendidik mahasiswanya menguasai bidang tersebut. Sekolah tinggi informatika akan terus mengembangkan diri untuk dapat mendidik para mahasiswanya menguasai

dan mengembangkan ilmu informatika. Akademi pelayaran, akademi maritim jelas sekali bidang yang akan mereka kembangkan. Mereka akan mengembangkan ilmu pelayaran. Mereka akan mendidik para mahasiswanya dengan ilmu kemaritiman.

Dunia kampus pasti akan memiliki atmosfer yang berbeda dengan dunia nyata. Seluruh komponen kampus sudah terbentuk sikap, pola pikir, dan perilaku mengenai suatu bidang ilmu yang mereka geluti. Sebagai contoh di dalam kampus yang mengembangkan ilmu kemaritiman, seluruh elemen kampus sudah terbiasa dengan pola pikir kemaritiman. Mereka juga terbiasa mengenai bagaimana memahami sikap mahasiswa baru. Mereka telah lama mengamati dan menilai perilaku mahasiswa di awal perkuliahan, perilaku mahasiswa yang berada di pertengahan tahun proses pembelajaran, dan juga perilaku mahasiswa yang hampir lulus dan siap memasuki dunia kerja.

Dunia kampus sudah terpola. Mereka memiliki *frame of reference* dan *field of experience* yang hampir sama dari tahun ke tahun. Masing-masing individu sudah dapat berkomunikasi berdasarkan *shared knowledge and assumptions*. Mahasiswa semester akhir dari akademi komunikasi akan mudah memahami mahasiswa di tahun kedua yang nampak kelelahan setelah melakukan *photo hunting* dan tentu tidak akan menyepelkan mereka dan berkomentar negatif mengapa harus berlelah-lelah

hanya demi memperoleh gambar yang bagus. Mahasiswa dan bahkan karyawan kampus di akademi tersebut tentu akan secara otomatis mengerti bahwa diperlukan usaha yang tidak mudah untuk melakukan tugas tersebut. Namun hal itu tidak akan dengan mudah terbentuk di dunia kerja yang nyata.

Karyawan administrasi yang tidak berlatar belakang ilmu komunikasi belum tentu serta-merta memahami nilai dari suatu *photo hunting*. Mereka mungkin juga tidak akan dengan mudah menghargai hasil potretan yang didapatkan oleh para fotografer suatu agen periklanan yang diperoleh dengan tidak mudah tersebut.

Dalam hal ini diperlukan kemampuan berempati dari mahasiswa kepada profesi yang lain. Terkait dengan komunikasi pembangunan, mahasiswa tentu saja dituntut untuk belajar berempati dengan situasi masyarakat setempat. Mahasiswa juga sebaiknya dibiasakan dengan pemahaman pentingnya penyediaan akses komunikasi dan informasi untuk membangun masyarakat di mana dia akan mengaplikasikan ilmunya. "*Providing equitable, appropriate and affordable access to communication and information for all is a fundamental requirement for building societies that empower individuals and communities.*" (McCall, 2011: 22).

Mahasiswa dari sekolah tinggi, politeknik, dan akademi akan bekerja di bidang yang khas sesuai dengan

ilmu yang mereka pilih. Pola komunikasi di bidang yang khas tersebut memiliki karakteristik yang jelas berbeda antara bidang yang satu dengan yang lain. Dunia kesehatan akan memberikan pemahaman mengenai keharusan masuk kerja di hari libur. Karyawan di dunia informatika akan dibiasakan dengan duduk berlama-lama di depan komputer hanya untuk mengerjakan suatu desain ataupun membuat suatu jaringan internet. Mereka pun harus siap untuk bekerja dengan deadline yang singkat. Setelah kerja yang membutuhkan konsentrasi dan tenaga yang keras pun, mereka harus siap jika hasil desain atau rancangan jaringan yang mereka buat itu tidak diterima atau bahkan dianggap berbeda dengan konsep yang diperintahkan oleh atasan mereka. Situasi seperti ini tentu bisa membuat tekanan kerja yang tidak ringan bagi karyawan lulusan desain grafis tersebut. Kampus merupakan lembaga yang harus menyiapkan mereka. Pola komunikasi harus dikelola dengan baik supaya para mahasiswa betul-betul siap kerja dengan situasi yang khas tersebut. Mahasiswa tidak hanya disiapkan dengan penguasaan bidang ilmunya masing-masing.

Mahasiswa kepariwisataan mungkin menghadapi/mempunyai publik lebih luas. Mereka akan berkomunikasi dengan lingkungan internal tempat kerja dan di saat yang sama mereka akan melayani pelanggan yang beraneka ragam. Mereka akan selalu menyesuaikan saja dengan kemauan

pelanggan yang beraneka ragam karakter dan keinginannya ataukah mereka juga dapat mengarahkan pelanggan pada suatu situasi yang khas dari bidang pelayanan yang mereka geluti? Itu adalah pilihan yang sebaiknya disepakati oleh seluruh komponen dari unit pelayanan yang mereka kelola.

B. Pembahasan

1. Pengelolaan Kampus

Belajar dari pengelolaan kampus vokasi di Hawaii, USA memperoleh perspektif baru. Pengelolaan mutu pendidikan di Amerika tentu tidak diragukan lagi kehandalannya. Banyak kampus berkelas dunia yang telah mereka kembangkan. Namun mereka saat ini juga sedang serius untuk mengembangkan akademi komunitas. Mereka memberi nama *community college*.

Selama empat bulan, penulis belajar mengenai pengelolaan *community college* di Hawaii dan Washington. Dengan beasiswa *Fullbright* dalam program CCFAP (*Community College for Faculty and Administrator Program*) yang dimulai dari Agustus sampai Desember 2012, banyak data diperoleh penulis baik melalui pengamatan, dokumentasi, wawancara, maupun terlibat langsung mengenai pengelolaan Kapiolani *Community College, University of Hawaii at Manoa*. Di saat yang sama, penulis juga bekerja sama membuat proyek pengelolaan *mentoring* mahasiswa junior oleh para mahasiswa senior dengan rekan peneliti di Highline

Community College, Des Moines, Washington.

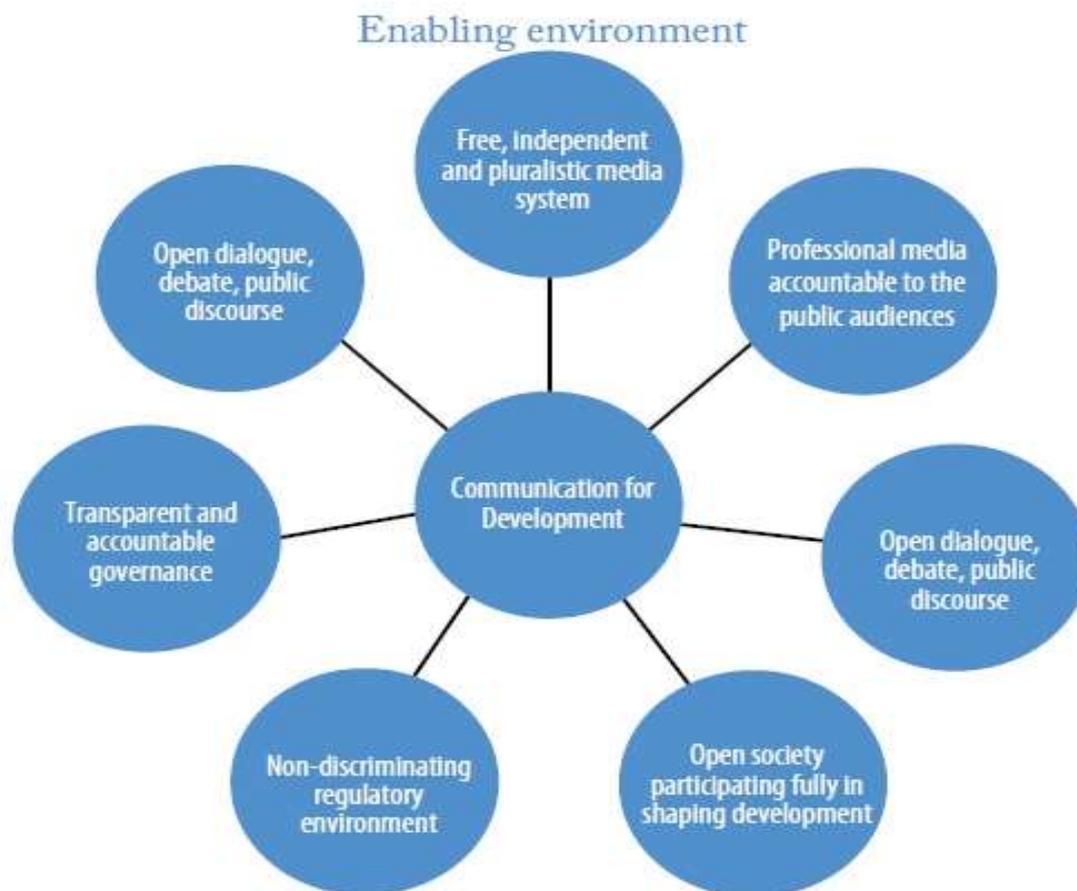
Kapiolani Community College didirikan tahun 1964. Waktu yang dapat dikatakan belum lama untuk negara adidaya yang sudah sejak lama menyelenggarakan pendidikan formal dalam sistem pendidikan mereka. Kampus tertua di USA adalah New College yang didirikan pada 8 September 1636. Kampus tersebut sekarang kita kenal sebagai Harvard University.

Kapiolani Community College yang berada di lingkup lereng Diamond Head dan dekat dengan pantai Waikiki, Honolulu jelas sekali menunjukkan kedekatannya dengan dunia pariwisata. Kampus ini dikembangkan dengan program-program yang tidak jauh dari kebutuhan di dunia pariwisata. Program studi kuliner merupakan salah satu kebanggaan di kampus tersebut. Dunia pariwisata juga membutuhkan pelayanan kesehatan dan seni. Oleh karena itu, kampus ini juga mengembangkan program studi yang terkait dengan kesehatan dan seni.

Program studi yang dikembangkan jelas membumi, menjawab tantangan kebutuhan masyarakat setempat sebagai komunitas kerja. Di

samping itu, mahasiswa juga didorong untuk mengenal dan menghormati nilai-nilai masyarakat setempat. Penghormatan nilai-nilai masyarakat/komunitas setempat tersebut akan membuat citra diri dan karakter komunitas setempat akan tetap bertahan. Elizabeth McCall, dalam bagan di bawah, menyebutkan bahwa kepedulian terhadap lingkungan sekitar sangat menentukan keberhasilan komunikasi pembangunan.

McCall menegaskan bahwa kemampuan komunikasi yang bertujuan untuk membangun masyarakat sangat diperlukan dalam mendukung program komunikasi pembangunan di suatu wilayah. Komunikasi yang terbuka dan egaliter itu diperlukan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam mengembangkan pembangunan masyarakat. Untuk lebih jelasnya, bagan di bawah menjelaskan kaitan antara komunikasi pembangunan dengan berbagai aspek komunikasi yang mengarahkan pada peningkatan partisipasi seluruh elemen masyarakat dalam pembangunan.



Sumber : McCall (2011: 22)

Karakter komunitas setempat yang terus dipertahankan inilah yang dalam perjalanan waktu akan terus menjadi daya tarik dunia wisata yang menjadi andalan masyarakat Hawaii. Mahasiswa diajak untuk terlibat dalam kegiatan untuk mendalami tentang Hawaii dan lebih dari itu diajak untuk memahami dan menyadari isu-isu penting yang akan memberi pengaruh terhadap komunitas setempat. Kegiatan mereka diberi nama *service-learning*. “*Service-learning is a smart*

option for anyone who seeks to diversify their experiences, to learn more about Hawai'i and the community surrounding our campus, and to increase their awareness of important issues that affect us all.” <http://kapiolaniserve.weebly.com>.

Kapiolani Community College sebagai entitas pendidikan tinggi merasa harus terlibat dalam mempersiapkan mahasiswa supaya dapat sungguh-sungguh menerapkan ilmu mereka sekaligus berperan dalam

mempertahankan nilai-nilai komunitas setempat. Peran serta mahasiswa itu akan berhasil tentu harus didukung dengan pemahaman dan penguasaan kemampuan berkomunikasi sesuai dengan adat dan kebiasaan komunitas setempat. "...mahasiswa dibekali dengan pemahaman dan ketrampilan mengenai pelayanan pariwisata di satu sisi dan pemahaman budaya Hawaii di sisi lain." Harian *Bernas*, 12 Juli 2016.

Belajar dari pengelolaan mahasiswa supaya mampu menerapkan ilmu sesuai dengan adat dan situasi komunitas setempat tersebut maka dapat kita lihat pentingnya pengelolaan komunikasi internal kampus. Komunikasi internal kampus para pengelolanya hampir dipastikan memiliki pengaruh terhadap proses pembelajaran terhadap mahasiswanya.

2. Pengelolaan Komunikasi Internal Kampus

Pengelolaan komunikasi internal kampus mendasari mutu pendidikan mahasiswa. Pengelolaan komunikasi internal kampus juga mendasari kualitas pengembangan kemampuan komunikasi para mahasiswanya. Pengelolaan komunikasi internal kampus ini untuk meyakinkan bahwa sistem pendidikan akan direncanakan di dalam situasi yang dibangun dengan kesadaran bahwa penyelenggara pendidikan sudah menjadi pelaku pola komunikasi yang baik.

Pengelola kampus harus dapat mengelola kegiatan komunikasi yang mendorong terciptanya keselarasan

relasi dari semua elemen yang terlibat dalam penyelenggaraan pendidikan. Kesepahaman antara komunikator dengan komunikan harus selalu di-kedepankan untuk meningkatkan ke-efektifan komunikasi yang dapat dicapai melalui pelatihan. Kesamaan makna antara pengelola kampus dengan mahasiswa harus selalu dibangun.

Pelatihan merupakan hal penting yang harus mulai dipertimbangkan untuk terus mengembangkan kemampuan komunikasi pengelola kampus. Seluruh elemen kampus dapat dilatih kemampuan dasar berkomunikasi.

Hal itu penting untuk disadari pengelola kampus. Pola komunikasi internal hampir pasti akan mewarnai pola komunikasi pengelola kampus kepada para mahasiswanya. Mahasiswa yang terbiasa berkomunikasi dengan baik diharapkan dapat mengabdikan ilmunya sekaligus di saat yang sama menjadi komunikator yang handal dalam menyampaikan pesan di dalam komunitas kerja.

Pembangunan komunikasi internal kampus ini, secara tidak langsung akan memberi keuntungan bagi kampus tersebut. Pembangunan pola komunikasi internal kampus ini akan menciptakan lulusan yang handal di bidang ilmunya sekaligus di dalam berperan sebagai komunikator yang handal. Para mahasiswa tersebut akan menjadi duta kampus yang menjadi *bringer of glad tidings* (penyebarkan berita positif) mengenai kualitas kampus

tersebut kepada anggota dan juga pelanggan komunitas kerja.

a. Kemampuan Dasar Komunikasi

Kemampuan pertama yang harus dikelola dalam meningkatkan pola komunikasi internal kampus adalah kemampuan dasar komunikasi. Kemampuan ini meliputi *listening skills, effective communication skills, problem solving skills, interpersonal skills, persuasion skills, customer service skills*, dan *integrity* (McPheat, 2010: 8-9).

Kemampuan dasar komunikasi ini dapat dibaca di banyak buku mengenai komunikasi. Namun kemampuan komunikasi akan menjadi lebih baik jika dipraktekkan. Kemampuan mendengarkan merupakan kemampuan dasar komunikasi yang pertama. Kemampuan mendengarkan dapat diolah dengan mencermati apa yang dikatakan pihak lawan bicara. Di saat yang sama juga harus dicermati apa yang tidak dikatakan. Maknanya adalah jangan memaknai isi pembicaraan orang lain sesuai dengan apa yang ingin kita dengar, tetapi dengarkan apa yang dikatakan pembicara. Kita harus berusaha mencermati akar permasalahan dan juga penyelesaian yang ingin dikemukakan oleh pihak pembicara. Mengenai hal ini, Maggie Kindred dan Michael Kindred memformulasikan dengan kalimat "*Make sure that you are hearing what the client has actually said, and not what you want to hear*" (Kindred dan Kindred, 2011: 46).

Kemampuan dasar komunikasi selanjutnya adalah bagaimana menyampaikan respon kepada pembicara. Kita yang pada tahap pertama berperan sebagai komunikan (penerima pesan), pada saat ini berperan sebagai komunikator (penyampai pesan). Pada tahap ini kita harus berani menanggapi pesan yang sudah kita terima dan interpretasikan tersebut dari sisi kita dan selanjutnya menjadi bagian dalam pembicaraan bersama dalam rangka untuk mencari solusi dari permasalahan yang sedang dibahas.

Proses komunikasi dua arah yang terbangun dengan baik merupakan awal dalam membangun masyarakat dengan ide-ide baru yang memang sangat dibutuhkan dalam pembangunan. Ide baru yang banyak dikelola oleh PBB misalnya "*promoting gender equality and women's empowerment*" (McCall, 2011: 59). Ide ini merupakan langkah PBB dalam menguatkan kapasitas negara-negara dalam mendisain dan mengembangkan pembangunan. Masyarakat di negara yang belum maju sering tidak mengetahui bagaimana mengkomunikasikan pengelolaan permasalahan dan pembuatan keputusan itu dikerjakan bersama. Program-program dari PBB diharapkan dapat menunjang proses pembangunan di negara-negara tersebut.

Kemampuan penyelesaian masalah dari sudut pandang komunikasi itu didasarkan pada komplain dan konflik yang harus diselesaikan. Komplain itu sesuatu yang alamiah dalam

setiap proses jual beli barang ataupun jasa. Pada saat ada komplain, itu berarti masih ada kepedulian dari pelanggan terhadap kampus kita. Jika mereka tidak puas namun tidak komplain maka hal ini justru berbahaya karena mereka akan memilih pergi. Jika hal itu yang dilakukan maka tidak ada kesempatan lagi bagi pengelola kampus untuk menjelaskan permasalahan yang sedang terjadi dan untuk memperbaiki situasi. *“When customers feel dissatisfied with products and services, they have two options: they can say something or they can walk away. If they walk away, they give organizations virtually no opportunity to fix their dissatisfaction. Complaining customers are still talking with us, giving us an opportunity to recapture their interest so they will be more likely to buy from us again.”* (Barlow dan Moller, 2008: 17).

Kemampuan untuk bekerja sama juga mendasari pencapaian komunikasi yang efektif. Dalam komunikasi interpersonal harus didasari oleh kesopanan (*courteous*), saling hormat (*respectful*), dan kemampuan membangun sebuah relasi/ *skilled at building relationships* (McPheat, 2010: 9).

Penyampaian ide-ide baru dalam membangun suatu masyarakat juga harus didasari dengan kemampuan mempengaruhi orang lain. Keinginan untuk membantu orang lain atau untuk menegosiasikan penyelesaian suatu konflik memerlukan persuasi yang baik. Negosiasi itu dilakukan hampir setiap waktu. Negoasiasi ini juga sangat

dibutuhkan dalam menyelesaikan suatu konflik. *“Negotiating is useful as a conflict-resolving skill”* (Kindred dan Kindred, 2011: 59). Kemampuan persuasi ini harus didasari dengan kemampuan mengidentifikasi keuntungan dari setiap usulan menuju resolusi.

Kemampuan dasar komunikasi selanjutnya adalah *customer service skills*. Mempertahankan relasi melalui komunikasi yang baik dengan pelanggan itu sangat penting. Pelanggan itu tidak hanya pembeli yang merupakan pelanggan eksternal, namun juga mencakup *internal customer* yaitu para pimpinan dan karyawan yang tetap harus dijaga dengan relasi yang baik. Pelanggan eksternal suatu kampus adalah mahasiswa.

Kemampuan berkomunikasi dengan mahasiswa merupakan faktor kunci dalam mendidik calon lulusan supaya dapat menerapkan ilmu di komunitas kerja, sekaligus mampu berkomunikasi menyampaikan pesannya dengan baik.

Dalam mengelola pembangunan dengan ide-ide baru dan yang pasti akan terjadi suatu konflik, intergritas adalah vital. Integritas ini merupakan kemampuan dasar komunikasi yang akan menghasilkan *the other person's trust*. Dengan integritas yang terjaga maka akan memudahkan kita dalam menyampaikan setiap gagasan dan ide kepada mereka.

b. Membangun Kelompok yang Solid

Kemampuan kedua yang harus dibangun dalam pengelolaan komunikasi internal kampus adalah membangun *cohesive group*/ kelompok yang solid. Kesolidan kelompok ini harus diwarnai dengan iklim sosial yang sehat dan mendukung, yang disertai dengan konsep diri yang positif. Produktivitas kelompok akan tercapai bila konsep diri dari masing-masing anggota itu positif. Konsep diri yang positif tersebut dapat dicapai apabila perasaan-perasaan yang dirasakan oleh masing-masing anggota itu saling terhubung dan saling menguatkan yang diindikasikan dengan *feeling successful, feeling connected, feeling valued, feeling supported, dan trusting others*.

Kesolidan kampus tidak akan memberikan kebingungan terhadap mahasiswa mengenai apa yang harus dikerjakan. Mahasiswa yang terbiasa menerima pesan yang jelas tentu akan menjadi komunikator yang juga akan menyampaikan pesan dengan jelas.

Kesolidan kampus dapat dicapai dengan membangun perasaan berhasil di seluruh anggota kampus. Perasaan berhasil (*feeling successful*) akan berpengaruh positif dalam meningkatkan ikatan kelompok. "*Successful goal attainment plays a significant role in how members feel about one another and themselves.*" (Fujishin, 2013: 155). Perasaan frustrasi, tidak ada ikatan, dan kecewa akan mudah dirasakan oleh kelompok yang merasa tidak berhasil dalam mencapai keberhasilan bersama. Keberhasilan itu ti-

dak harus sesuatu yang besar, namun dapat dibuat dalam level-level pencapaian bersama. Pada awalnya kelompok dapat menyepakati tujuan bersama. Tanpa kesepakatan tujuan bersama, kelompok akan mengalami ketidakjelasan prestasi yang telah dicapai. Tujuan besar yang disepakati kelompok harus dibagi dalam tahap-tahap yang memungkinkan juga untuk dicapai secara bertahap. Untuk mencapai tujuan ini, kerjasama kelompok harus ditekankan daripada kompetisi. Kompetisi akan menciptakan "*a win-lose atmosphere*". Apabila ada yang merasa kalah, maka individu tersebut akan merasakan ketidaknyamanan dalam kelompok.

Kerjasama dapat diciptakan dengan membagi kelompok dengan tanggung-jawab pada pencapaian masing-masing tahapan pencapaian tujuan kelompok. Namun harus diingat bahwa pembagian kelompok ini tetap harus diberi ruang untuk saling bekerjasama misalnya dengan saling berbagi penyelesaian dari permasalahan yang dihadapi oleh kelompok yang lain. Bahkan tujuan personal juga harus dihormati dalam pencapaian tujuan kelompok. Tujuan personal ini dapat menjadi pendorong tercapainya tujuan kelompok. Tujuan personal dapat memperkaya gagasan kelompok dengan ide-ide dan topik-topik baru.

Cara selanjutnya untuk membangun kelompok yang solid adalah dengan cara membuat masing-masing anggota kelompok itu merasakan *feeling connected*. Beberapa anggota

kelompok merasa adanya jarak, suasana yang dingin, apatis dalam dinamika kelompok. Sementara yang lain menikmati atmosfer adanya ikatan, kebersamaan, dan terciptanya rasa saling percaya. Perasaan adanya ikatan ini dapat diciptakan dengan budaya saling mengakui keberadaan anggota lain. Sapaan di awal pertemuan dapat menciptakan perasaan emosional terhubung antara anggota yang satu dengan yang lain.

Perasaan terhubung ini juga dapat diciptakan dengan memanfaatkan semua saluran komunikasi yang dimiliki. Diskusi tatap muka harus melibatkan semua tanpa ada yang merasa ditinggalkan. Tatap muka dapat dicapai dengan posisi duduk yang melingkar. Media komunikasi sebaiknya semua saling memiliki kesempatan untuk terhubung baik melalui nomer *handphone* atau alamat *e-mail* dan media sosial lain. Jangan memberi ruang bagi dominasi dalam diskusi kelompok.

Ketertarikan kita dengan anggota lain juga dapat mempengaruhi perasaan terhubung. Kita harus menampilkan perasaan bersahabat. Penampilan tersebut sangat penting dalam mendukung terciptanya *feeling connected* dalam kelompok. Perasaan bersahabat juga dapat dicapai dengan aktivitas sosialisasi kelompok yang dapat dilakukan secara rutin, baik di tempat kerja maupun di luar lingkungan kerja setelah jam kerja.

Cara ketiga untuk membangun kelompok yang solid adalah dengan

cara membuat masing-masing anggota kelompok itu merasakan *feeling valued*. Perasaan dihargai atas usaha dan kontribusi itu penting dalam membentuk *cohesive group*. Apresiasi dan pujian dapat diekspresikan untuk mengakui hasil kerja dari anggota kelompok. Perasaan dihargai ini dapat menguatkan loyalitas dan komitmen

Beberapa cara dapat dilakukan untuk meningkatkan perasaan dihargai dalam kelompok. Fujishin menawarkan tiga cara, yaitu: *seeing the best in others, communicating appreciation, dan sharing compliments* (2013: 159).

Sangat mudah mencari sesuatu yang negatif dari orang lain. Namun mencari yang positif dari orang lain ternyata juga akan memberi banyak manfaat dalam pengembangan kelompok. Waktu yang dilalui masing-masing individu itu sebagian besar sebenarnya berjalan dengan baik dan diterima orang lain. Sebagian kecil saja waktu yang kita lalui itu tidak bersesuaian dengan kemauan dan keinginan orang lain. Namun seringkali perhatian kita justru terfokus pada waktu yang sedikit ini. Oleh karena itu, kita berkewajiban untuk meminimalisasi efek negatif itu di dalam dinamika kelompok. Lihatlah hal-hal yang positif dari anggota kelompok lain daripada sekedar mencari-cari kesalahan yang telah dilakukan. “*It’s worth emphasizing again that negative thoughts and negative communication are the great destroyers of relationships*” (Denny, 2006: 21).

Persepsi yang positif dari anggota kelompok lain itu perlu diungkapkan dalam *verbal communication*. Apresiasi itu tidak harus panjang. Pesan yang singkat dan ungkapan terima kasih sudah cukup untuk membuat terciptanya *feeling valued*. Pujian dapat diberikan atas usaha yang dilakukan anggota kelompok. Kita tidak perlu menunggu saat tropi piala kemenangan diperoleh. Kita tidak perlu menunggu masalah diselesaikan semua. Kita tidak perlu menunggu semua halangan diselesaikan. Kelompok yang solid itu lebih berharga dan persahabatan pun dapat diciptakan.

Pujian juga dapat ditujukan terhadap prestasi yang dicapai. Hal ini dapat menciptakan solidaritas dan niat baik dalam kelompok. Setiap perilaku kita pasti akan memiliki efek dalam keseluruhan kelompok. Oleh karena itu perilaku yang saling mendukung dan menguatkan kelompok lah yang sebaiknya kita lakukan. Pujian juga dapat kita tujukan terhadap karakter anggota kelompok. Sikap yang jujur, penuh integritas, sabar, pengertian, penuh pemahaman, baik hati, penuh perhatian, dan selera humor adalah beberapa karakter yang dapat menjadi wahana untuk menyampaikan pujian bagi anggota kelompok yang lain.

Cara keempat untuk membangun *a cohesive group* adalah dengan cara membuat masing-masing anggota kelompok itu merasakan *feeling supported*. Kelompok dapat melakukan berbagai cara untuk menyediakan dukungan kepada para anggotanya de-

ngan: *communicating empathy, communicating caring, dan giving assistance* (Fujishin, 2013: 161).

Empati adalah kemampuan untuk memposisikan dalam perspektif orang lain dan merasakan apa yang dirasakan orang tersebut. Artinya kita dapat mengerti dan merasakan apa yang dirasakan pihak lain tersebut. *An empathic response* itulah yang diharapkan anggota kelompok. Pengertian lah yang dibutuhkan, bukan semata-mata pada evaluasi, saran, atau bahkan pendampingan tetapi tindakan *to mirror feelings*. Kita hanya perlu mendengarkan dan mencermati bagaimana dia merasakan sesuatu dan refleksikan perasaan itu dengan *active listening*. Tindakan ini akan membuat lawan bicara merasa dimengerti.

Dukungan terhadap anggota kelompok dapat dilakukan dengan cara kedua yaitu menyampaikan perhatian kita. Tindakan ini sangat berguna untuk memberi semangat dan memberi penguatan bagi anggota yang mungkin sedang terlibat konflik atau merasa ditinggalkan dalam pencapaian tugas-tugas kelompok. Cara selanjutnya adalah memberikan dukungan atau bantuan. Kita tidak harus memberi bantuan yang besar. Bantuan itu mungkin hanya dalam wujud mengkopi suatu laporan, menyiapkan proyektor, atau sekedar membagikan materi pertemuan. Bantuan yang lebih besar misalnya adalah membuat presentasi, menuliskan laporan, atau mengantar ke bandara. Intinya adalah janganlah kita terlalu egois dengan

waktu dan energi kita jika kita melihat ada kesempatan untuk membantu anggota kelompok yang lain. Perhatian ini sangat penting dalam memperbaiki kesolidan dan dedikasi anggota kelompok satu dengan yang lain.

Cara kelima untuk membangun *a cohesive group* adalah dengan cara membuat anggota kelompok itu *trusting others*. Anggota kelompok harus merasa dipercayai dan percaya dengan anggota yang lain. Kita perlu untuk dipercayai bahwa apa yang dikomunikasikan itu jujur dan benar. Kita perlu dipercayai bahwa dukungan dan bantuan itu tulus. Tanpa kepercayaan satu dengan yang lain maka usaha yang dilakukan dengan susah payah banyak akan menjadi hambar. Tanpa kepercayaan maka kerjasama kelompok akan sulit diwujudkan dan dilanjutkan karena komunikasi akan diragukan dan tindakan akan mudah dicurigai. Hal yang paling mudah dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan adalah kebenaran itu sendiri. Komunikasikan sesuatu yang benar. Bertindaklah dengan benar mengenai sesuatu yang benar untuk mencapai tujuan bersama kelompok. Dengan kepercayaan ini keputusan akan mudah memperoleh dukungan dari semua anggota kelompok dan kesolidan kelompok akan jauh lebih mudah untuk dibangun. *Keep his word* merupakan kunci kepercayaan. Cara pencapaian tujuan organisasi yang terbuka, jujur, dan penuh tanggung-jawab juga akan mudah menciptakan kepercayaan anggota kelompok.

3. Pemahaman Latar Belakang Budaya

Memahami latar belakang mahasiswa merupakan langkah selanjutnya dalam mempersiapkan mahasiswa supaya sukses menerapkan ilmunya di komunitas kerja mereka sekaligus dapat menjadi komunikator yang handal. Mahasiswa yang belajar di Yogyakarta itu berasal hampir dari seluruh wilayah di Indonesia. Mereka memiliki latar belakang budaya yang bervariasi. Budaya adalah “*a shared system of symbols, beliefs, attitudes, values, expectations, and norms for behaviour*” (Huang, 2010: 2). Budaya melibatkan simbol, kepercayaan, sikap, nilai, harapan, dan norma dalam bertindak. Anggota dari budaya yang sama cenderung akan berasumsi yang sama mengenai bagaimana seharusnya seseorang itu berpikir mengenai suatu hal, berperilaku, dan berkomunikasi.

Pemahaman lintas budaya (*cross-cultural understanding*) sangat diperlukan. Pihak internal kampus seharusnya mulai memahami pentingnya *cross-cultural understanding*. Mahasiswa dari berbagai latar belakang budaya juga harus mulai memahami pentingnya *cross-cultural understanding*. Dengan *cross-cultural understanding* ini dapat diciptakan kesepahaman demi terciptanya keselarasan relasi di antara para mahasiswa yang memiliki latar belakang yang berbeda satu dengan yang lain.

Selain *cross-cultural understanding*, kampus harus mulai mem-

formulasikan program-program pemahaman yang mempengaruhi *frame of reference* mahasiswa. Selain budaya, Arredondo (2007: 3) menyatakan bahwa latar belakang pendidikan, pengalaman, sikap, kepercayaan, emosi, dan gender akan sangat mewarnai kerangka berpikir seseorang. Semakin besar pemahaman kerangka berpikir (*frame of reference*) lawan bicara, maka keefektifan komunikasi juga akan semakin besar.

Frame of reference harus selalu dipahami dalam pemahaman *cross-cultural understanding*. Pengembangan pendidikan yang memperhatikan pemahaman lintas budaya dan pembentuk kerangka berpikir (*frame of reference*) mahasiswa yang lain tersebut mutlak harus dikelola.

Pemahaman lintas budaya ini harus disertai dengan pemahaman lintas-pemahaman lintas yang lain. Pemahaman ekonomi, misalnya, diharapkan dapat memberi penyadaran terhadap para mahasiswa untuk saling memahami gaya hidup yang berbeda dikarenakan kemampuan ekonomi keluarga yang berbeda-beda. Mahasiswa diajari untuk saling memahami kemampuan ekonomi keluarga masing-masing dan saling menghormatinya. Mahasiswa yang satu tidak harus terbawa arus untuk meniru gaya hidup mahasiswa dengan tingkat ekonomi yang berbeda.

Pemahaman lintas kepercayaan juga diperlukan. Pemahaman lintas kepercayaan ini diharapkan akan menciptakan sikap saling memahami dan

menghormati tanpa harus dibayangi rasa curiga dan malahan saling menjatuhkan. Pemahaman lintas kepercayaan ini akan menghindarkan sikap menghalang-halangi kelompok lain dengan kepercayaan yang berbeda yang akan mengembangkan diri sesuai dengan konsentrasi pendidikan yang sedang dipelajari.

Keselarasannya pun akan mudah tercipta. Keselarasannya relasi antar mahasiswa ini sangat penting untuk mendasari kenyamanan mahasiswa selama belajar di kampus. Keselarasannya ini akan mengarahkan sikap, pola pikir, dan tingkah laku yang lebih tertuju pada perhatian utama untuk mengembangkan diri menjadi manusia pembelajar. Lulusan yang tercipta akan lebih berkonsentrasi untuk mengabdikan ilmunya kepada masyarakat umum di komunitas kerja masing-masing dengan kemampuan komunikasi yang handal, dan bukannya sibuk dengan rasa curiga, iri, dan niat untuk menghalang-halangi mahasiswa yang memiliki kerangka berpikir (*frame of reference*) yang berbeda. Penciptaan pemahaman dari berbagai faktor pembentuk kerangka berpikir (*frame of reference*) tersebut hanya salah satu unsur komunikasi yang terjadi di lingkungan kampus.

Komunikasi internal para pengelola kampus merupakan awal yang harus mendapat perhatian serius untuk dikelola dan dikembangkan. Dialektik yang berkembang dan yang akan terus mewarnai pola komunikasi di kampus harus menjadi perhatian sebagai dasar

untuk pengembangan selanjutnya. Kampus kecil dan besar akan memiliki tantangannya sendiri. Kampus besar dengan jumlah program studi dan jumlah mahasiswa yang besar akan sangat membutuhkan pengelolaan dan pembentukan kesepahaman tersebut bagi para mahasiswanya.

Berbagai jenis komunikasi harus mendapat perhatian dalam pengembangan komunikasi internal kampus. Komunikasi personal, komunikasi kelompok, bahkan komunikasi massa dapat dimanfaatkan untuk membentuk sikap, pola pikir, dan tingkah laku sebagai manusia pembelajar dengan orientasi universal, bukan parsial. Bangsa ini akan terus maju dan berkembang dengan dukungan semangat nasionalisme yang didasari sikap universal tersebut. Dengan pemahaman universal, lulusan dari pendidikan tinggi akan dapat lebih tepat menentukan langkah apa yang seharusnya dilakukan dalam membangun komunitas kerja mereka.

Keselarasan adalah intinya. Pemahaman yang membentuk keselarasan relasi antar mahasiswa tersebut dengan sendirinya akan mengikis sikap pengkotak-kotakan yang memberi peluang pihak lain untuk mengadu domba. Belajar dari sejarah, sikap membiarkan diri diadu domba dengan memupuk situasi pengkotak-kotakan ini hanya akan terus memberi kesempatan pihak lain untuk terus menguasai bangsa ini. Sikap dasar ini harus diajarkan dan didiskusikan dengan mahasiswa yang nantinya akan

menjadi pelaku pembangunan di komunitas kerja masing-masing.

Keanekaragaman budaya dan aneka pembentuk kerangka berpikir (*frame of reference*) dan lingkup pengalaman (*field of experience*) tetap harus dihormati. Kampus merupakan tempat penggemblengan yang tepat sekali untuk memupuk tumbuhnya nasionalisme di negeri ini. Pengelolaan yang mengintegrasikan kampus, masyarakat dan tokoh-tokohnya, serta dengan pengambil kebijakan di pemerintah harus selalu dikuatkan. Seluruh elemen pendukung pelaksanaan pendidikan harus mampu memosisikan diri di depan, di tengah, di belakang. Pandangan hidup tokoh pelopor pendidikan Ki Hajar Dewantara *ing ngarso sun tulodho, ing madyo mbangun karso, tut wuri handayani* harus menjadi sikap seluruh elemen pendukung pelaksana pendidikan. *Cross-cultural understanding* harus selalu dipupuk dengan *cross-cultural communication*.

Kesepahaman yang tercipta dari aktivitas *cross-cultural understanding* ini akan menciptakan relasi yang positif. Relasi akan terhindar dari pemikiran dan komunikasi yang negatif. Pemikiran dan komunikasi yang negatif harus dihindari karena dapat menjadi perusak keharmonisan relasi. Richard Denny menegaskan bahwa “*Negative communication prevents us from having positive relationships and creating greater success. Negative thoughts and negative communication will hold us back from achieving more*” (2006: 20).

4. Menjadikan Mahasiswa sebagai Duta Kampus

Langkah selanjutnya adalah menjadikan mahasiswa sebagai duta kampus. Tahap ini merupakan langkah penting yang menjadi alasan mengapa komunikasi internal kampus harus dikelola dengan sebaik-baiknya. Komunikasi internal kampus yang terpola dengan baik diharapkan dapat menjadi dasar yang kuat untuk mendidik mahasiswa supaya mampu mengkomunikasikan pesannya dengan baik sehingga tercapai kesepahaman antara lulusan dengan komunitas kerjanya. Kemampuan komunikasi ini menjadi penting supaya ilmu yang diperoleh selama menempuh pendidikan di kampus benar-benar dapat diaplikasikan dengan efektif dan efisien.

Mahasiswa yang merasa bahwa pendidikan yang diperolehnya itu sungguh berguna dalam mendukung penerapan ilmunya diharapkan dapat menjadi *loyal customer* bagi kampus tersebut. Mereka akan menjadi duta kampus yang akan menyebarkan nilai positif kampus. Hal ini tentu saja akan memberikan keuntungan kepada kampus karena secara tidak langsung akan mempromosikan kampus tersebut kepada komunitas kerja lulusan. Mereka telah menjadi *customer evangelist*.

Customer evangelism itu bergerak dari mulut ke mulut (*spreads by word of mouth*). Mereka menjadi *bringer of glad tidings* (penyebarkan berita positif). Di jaman informasi dan komunikasi ini, berita positif menge-

nai kampus itu tidak hanya menyebar dari mulut ke mulut namun akan dengan cepat tersebar melalui media sosial. *Word of mouth* telah bermetamorfosis menjadi *word of mouse*. Informasi positif kampus akan tersebar *by word of mouse* itu melalui *e-mail, facebook, whatsapps, blackberry messengers* dan lain-lain. Salah satu ciri dari *customer evangelist* ini adalah “*they are loyal and passionately recommend you to friends, neighbors, and colleagues*” (McConnel dan Huba, 2003: 2). Mereka akan menyebarkan berita positif kampus itu melalui media yang mereka gunakan.

Lulusan yang telah menjadi *customer evangelist* ini memiliki ciri “*generating enthusiasm, overcoming objections, and perhaps closing the deal*” (McConnel dan Huba, 2003: 3). Kampus tentu saja sangat diuntungkan apabila setiap lulusannya memiliki semangat *customer evangelist* ini. Dengan situasi ini, kampus tentu saja dapat melanjutkan visi mulia untuk membangun masyarakat melalui pengembangan komunikasi internal kampus yang pasti akan memberi efek yang positif dalam proses pembelajaran para mahasiswanya.

Komunikasi internal yang terpola dengan baik akan menjadi dasar bagi terciptanya mahasiswa dengan kemampuan komunikasi yang baik. Lulusan yang baik diharapkan akan mampu menerapkan ilmunya dengan dukungan kemampuan komunikasi yang handal. Pesan yang disampaikan sungguh diharapkan dapat tersam-

paikan sesuai adat dan istiadat, sesuai situasi dan kondisi komunitas kerja. Kesepahaman pun diharapkan akan mudah dicapai.

C. Kesimpulan

Pengelolaan akademi komunitas di negara-negara maju memang merupakan hal baru untuk ukuran mereka. Kesadaran bahwa dibutuhkan lembaga pendidikan khusus yang menyiapkan lulusannya untuk memenuhi kebutuhan komunitas setempat itu membuat mereka mengelola lembaga pendidikan yang terbilang baru itu secara terintegrasi baik dari sisi pengelola maupun pola pendidikannya.

Sekolah tinggi, akademi, dan politeknik di Indonesia dapat diarahkan untuk melayani kebutuhan khusus sesuai bidang kerjanya masing-masing. Mahasiswa harus disiapkan dengan kemampuan komunikasi yang handal supaya ilmu yang telah diperoleh di kampus itu sungguh dapat diaplikasikan dengan efektif dan efisien.

Kampus sebagai lembaga penyelenggara pendidikan harus menjadikan diri mereka menjadi pelaksana komunikasi yang handal dahulu sebelum mengajarkan pentingnya kemampuan berkomunikasi kepada para mahasiswanya. Komunikasi internal kampus tersebut dapat dikembangkan dengan penguasaan kemampuan dasar komunikasi dan pembentukan kelompok yang solid (*cohesive group*). Mahasiswa yang menjadi pelanggan kampus harus dipahami latar belakang mereka dan diajak untuk memahami pentingnya *cross-cultural understanding* sehingga mereka dapat menjadi lulusan yang handal kemampuan komunikasinya. Pada akhirnya mahasiswa yang menyadari bahwa pengelolaan kampus yang disertai dengan keyakinan pentingnya kemampuan komunikasi itu sangat berguna diharapkan akan menjadi *customer evangelist* yang akan menyebarkan berita positif kampus (*bringer of glad tidings*).

DAFTAR PUSTAKA

Arredondo, Lani. *Communicate Effectively*. USA: The McGraw-Hill Companies, Inc, 2007

Barlow, Janelle; Moller, Claus. *A Complaint Is a Gift*. USA, Berrett-Koehler Publisher, Inc: 2008

Denny, Richard. *Communicate to Win*. UK: Kogan Page Limited, 2006

Fujishin, Randy. *Creating Effective Groups – The Art of Small Group Communication*. United Kingdom: Rowman & Littlefield Publishers Inc, 2013

Harian *Bernas*, 12 Juli 2016

Huang, Li-Shih. *Academic Communication Skills – Conversion Strategies for International Graduate Students*. USA: University Press of America, Inc, 2010

Kindred, Maggie; Kindred, Michael. *500 Tips for Communicating with the Public*. UK: Jessica Kingsley Publishers, 2011

McCall, Elizabeth. *Communication for Development, Strengthening the Effectiveness of the United Nations*. USA: Democratic Governance Group, 2011

McConnel, Ben; Huba, Jackie. *Creating Customer Evangelists*. USA: Dearborn Trade Publishing, 2003

McPheat, Sean. *Dealing with Conflict and Complaints*. UK: MTD Training & Ventus Publishing ApS, 2010

<http://kapiolaniserve.weebly.com>.

<http://kopertis5.org/>