

**PENERAPAN E-LEARNING PADA PENDIDIKAN
BERBASIS TECHNOPRENEUR DAN CREATIVEPRENEUR
GUNA MENINGKATKAN DAYA SAING, INOVASI, DAN KOMPETENSI
LULUSAN PERGURUAN TINGGI
STUDI KASUS PADA FAKULTAS DKV UNIVERSITAS WIDYATAMA**

Arief Maulana, Iwan Ridwansyah

Fakultas Desain Komunikasi dan Visual,
Universitas Widyatama
Fakultas Bisnis dan Manajemen
Universitas Widyatama
Jln. Cikutra No.204A, Bandung 40125
send.to.monmon@gmail.com

ABSTRAK

Globalisasi sebagai era perkembangan teknologi dan informasi membuat perguruan tinggi tidak luput dari keharusan untuk beradaptasi dalam hal pelayanan dan proses pengajaran terhadap mahasiswa. *E-learning* saat ini telah menjadi agenda wajib bagi setiap perguruan tinggi dengan dikeluarkannya Undang-Undang No.20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, yaitu mengenai pembelajaran jarak jauh. Tujuan dicanangkannya program *e-learning* berbasis *technopreneur* dan *creativepreneur* ialah untuk menyiapkan mutu lulusan perguruan tinggi yang memiliki daya saing, inovasi, dan kompetensi yang baik dan bisa digunakan sebagai bekal hidup bermasyarakat dengan cara *entrepreneur*. Lahir dan berkembangnya *E-learning* dalam dunia pendidikan, terutama berkaitan dengan *creativepreneur* dan *technopreneur*, diharapkan mampu meningkatkan efektifitas dan efisiensi sekaligus mengatasi tiga masalah besar pendidikan khususnya di Indonesia sebagaimana ditulis dalam Rencana Strategi (Renstra) Pendidikan Nasional, yaitu (1) pemerataan dan akses pendidikan, (2) mutu, relevansi dan daya saing lulusan, dan (3) tata kelola atau *governance*, akuntabilitas dan citra publik terhadap pendidikan.

Fakultas Desain Komunikasi Visual sebagai fakultas yang memiliki basis ilmu sains terapan memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan dan diarahkan kepada pendidikan yang bersifat *creativepreneur* dan *technopreneur*. Mahasiswa FDKV menghasilkan sebuah karya kreatif dengan menggunakan peralatan berteknologi tinggi seperti komputer dengan spesifikasi yang tinggi, peralatan fotografi, peralatan kamera video, peralatan editing, dan lain sebagainya. Mahasiswa FDKV pada umumnya telah memulai kegiatan usaha sejak masih berstatus mahasiswa dengan mengandalkan potensi kreativitas dalam dirinya dan dengan bantuan arahan dari para instruktur dan dosen sebagai *coach* terhadap usaha yang dijalaninya. Usaha yang berbasis unsur kreatifitas tidak memiliki keterbatasan, di samping itu unsur kreatifitas tidak mengenal umur dan status seseorang untuk melakukannya selama pelaku tersebut terus berusaha menciptakan suatu karya kreatif yang bersifat inovasi, berupaya mengembangkan kompetensi diri, dan memiliki keinginan untuk bisa bersaing dengan pihak lain yang bersangkutan.

Keyword : *e-learning*, *creativepreneur*, *technopreneur*, kompetensi, inovasi, dan daya saing

1. LATAR BELAKANG

1.a. Analisis Situasi

Teknologi informasi dalam dunia pendidikan pada dasarnya sangat diperlukan guna menekan laju biaya pendidikan yang semakin tinggi, baik untuk pembelian buku, media pengajaran inovatif sehingga tidak jenuh terhadap hal-hal yang dianggap monoton, pembelian peralatan penunjang, dan lain sebagainya. Pemerintah Indonesia telah mendorong industri pendidikan melalui peraturan, himbauan, dan perangkat hukum lainnya untuk menggunakan konsep teknologi informasi sebagai salah satu langkah konkret guna mempersiapkan insan-insan bangsa menghadapi era globalisasi.

Lahir dan berkembangnya *E-learning* dalam dunia pendidikan diharapkan mampu meningkatkan efektifitas dan efisiensi sekaligus mengatasi tiga masalah besar pendidikan khususnya di Indonesia sebagaimana ditulis dalam Rencana Strategi (Renstra) Pendidikan Nasional, yaitu (1) pemerataan dan akses pendidikan, (2) mutu, relevansi dan daya

saing lulusan, dan (3) tata kelola atau *governance*, akuntabilitas dan citra publik terhadap pendidikan. *E-learning* sangat diperlukan dalam membangun sektor pendidikan di Indonesia, khususnya berkaitan dengan masalah pemerataan dan akses pendidikan. Akses pendidikan di Indonesia memiliki kesenjangan sehingga menuntut pemerintah agar berupaya sedemikian rupa sehingga anggota masyarakat bisa menikmati pendidikan, baik itu yang diselenggarakan secara tatap muka maupun secara modern dengan memanfaatkan *E-learning*, baik itu bagi mereka yang bertempat tinggal di daerah perkotaan maupun di daerah pedesaan. Upaya tersebut saat ini sudah mendapatkan legalitas hukum, sebagaimana diatur dalam Pasal 31 Undang-Undang No.20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, yaitu mengenai pembelajaran jarak jauh. Perangkat hukum ini diberlakukan guna menghadapi persaingan antara masyarakat Indonesia dengan masyarakat dunia, dimana saat ini Indonesia telah memasuki era pemberlakuan *Asia China Free Trade Area* (ACFTA) yang mengharuskan Indonesia memasuki era perdagangan tanpa hambatan tarif perdagangan sehingga dipastikan produk-produk dari China akan membanjiri pasaran domestik dan akan mempengaruhi pasar serta menjadi tantangan berat bagi industri manufaktur Indonesia. Kreatifitas dan inovatif menjadi tuntutan mutlak guna menghadapi kondisi seperti ini guna meningkatkan daya saing produk Indonesia. Fakultas DKV yang memiliki basis sains terapan berpotensi menambahkan dan meningkatkan nilai tambah dari suatu produk kreatif yang diharapkan mampu bersaing secara global. Produk dikatakan tidak memiliki daya saing jika produk tersebut tidak memiliki identitas yang mencerminkan brand yang dapat diterima secara umum. Fakultas DKV memiliki sains ilmu terapan yang dapat membentuk karakteristik suatu produk sehingga memiliki *value added* dan jati diri dalam pasar dan industri. Kecenderungan masyarakat dunia saat ini adalah percaya terhadap suatu produk yang memiliki *brand image* tertentu. *Brand image* telah menjadi faktor penentu dalam memutuskan pembelian suatu produk di samping fungsi dari produk itu sendiri.

1.b. Permasalahan

Adapun permasalahan yang terjadi sebagai berikut:

1. Sejauh mana penerapan *e-learning* dapat membentuk karakter yang memiliki daya saing mahasiswa dan Fakultas DKV universitas widyatama
2. Apakah penerapan *e-learning* dapat meningkatkan mutu dan kompetensi lulusan Fakultas DKV universitas widyatama

2. TINJAUAN TEORI

a. Pengertian *E-learning*

E-learning berasal dari huruf 'e' (electronic) dan 'learning' (pembelajaran). *E-learning* adalah pembelajaran yang menggunakan jasa elektronika. *E-learning* secara umum memiliki definisi yaitu pengiriman materi pembelajaran melalui suatu media elektronik seperti Internet, intranet/extranet, *satellite broadcast*, audio/video tape, *interactive TV*, CD-ROM, dan *computer-based training* (CBT) yang secara lebih fleksibel mendukung dan meningkatkan pengajaran, pembelajaran dan penilaian. *E-learning* secara khusus didefinisikan sebagai pemanfaatan teknologi internet untuk mendistribusikan materi pembelajaran, sehingga siswa dapat mengakses dari mana saja (Pepen Permana, 2009). *E-learning* merupakan metode belajar jarak jauh (*distance learning*) yang memanfaatkan teknologi komputer, jaringan komputer dan/ atau Internet dan memungkinkan pembelajar untuk belajar melalui komputer di tempat mereka masing-masing tanpa harus secara fisik pergi mengikuti pelajaran/ perkuliahan di kelas. *E-learning* sering pula dipahami sebagai suatu bentuk pembelajaran berbasis *web* yang bisa diakses dari intranet di jaringan lokal atau internet. Materi *e-learning* tidak harus didistribusikan secara *on-line* baik melalui jaringan lokal maupun internet, distribusi secara *off-line* menggunakan media CD/DVD pun termasuk pola *e-learning*. Aplikasi dan materi belajar dikembangkan sesuai kebutuhan dan didistribusikan melalui media CD/DVD, selanjutnya pembelajar dapat memanfaatkan CD/DVD tersebut dan belajar di tempat di mana dia berada (Muhammad Hasyim).

a.1. Komponen *E-learning*

E-learning memiliki komponen penting guna melaksanakannya, yaitu:

c.1. Jarak

E-learning memerlukan jarak dan waktu dalam proses pelaksanaannya, oleh karena itu dikenal juga sebagai *distance learning* atau proses pengajaran jarak jauh. Namun dalam prakteknya *e-learning* dapat juga dihibridasi dengan cara pengajaran konvensional.

c.2. Pelaksana *E-learning*

Pelaksana *e-learning* pada dasarnya adalah sama dengan pengajaran konvensional yaitu harus adanya pengajar dan murid atau mahasiswa itu sendiri, karenanya tidak terdapat istilah objek *e-learning* namun baik pengajar maupun mahasiswa berperan menjadi subjek *e-learning*. Konteks *e-learning* tidak menerapkan sistem pengajaran satu arah, namun sistem pengajaran dua arah, di samping membutuhkan kreativitas dan inisiatif mahasiswa guna mencari studi literatur lain yang terkait. Administrator merupakan pihak pelaksana yang tidak kalah penting keberadaannya dalam proses *e-learning*. Pengajar pun dapat berperan ganda sebagai administrator jika memang diperlukan.

c.3. Infrastruktur *E-learning*

Infrastruktur *e-learning* dapat berupa *personal computer* (PC), jaringan komputer, internet, dan perlengkapan multimedia seperti DVD/ VCD *player*, *e-book media*, termasuk peralatan *teleconference* apabila kita memberikan layanan *synchronous learning* melalui *teleconference*.

c.4. Sistem dan Aplikasi *E-learning*

Sistem perangkat lunak yang mem-virtualisasi proses belajar mengajar konvensional, seperti bagaimana manajemen kelas, pembuatan materi, atau konten, forum diskusi, sistem penilaian (rapor), sistem ujian *online* dan segala fitur yang berhubungan

dengan manajemen proses belajar mengajar. Sistem perangkat lunak tersebut sering disebut dengan *Learning Management System (LMS)*.

c.5. Konten *E-learning*

Konten dan bahan ajar yang ada pada *e-learning system* (*Learning Management System*) dapat berbentuk *Multimedia-based Content* (konten berbentuk multimedia interaktif) atau *Text-based Content* (konten berbentuk teks seperti pada buku pelajaran biasa) yang biasa disimpan dalam *Learning Management System (LMS)* sehingga dapat dijalankan oleh mahasiswa kapan pun dan di mana pun.

a.2. Metode Penyampaian *E-learning*

Metode penyampaian *e-learning* terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

c.1. *Synchronous E-learning*

Metode ini merupakan pola pengajaran yang mana dosen dan mahasiswa berada dalam kelas atau tempat yang berbeda namun dalam waktu yang sama. Peran *teleconference* sangat penting dalam penggunaan metode ini. Metode ini memerlukan infrastruktur yang sangat memadai baik dari segi peralatan maupun sumber daya manusianya agar terlaksana dengan baik di samping kenyataan bahwa biaya yang diperlukan guna terlaksananya metode ini sangat mahal..

c.2. *Asynchronous E-learning*

Metode ini mengkondisikan dosen dan mahasiswa berada dalam kelas yang sama (kelas virtual), meskipun dalam waktu dan tempat yang berbeda. Peranan sistem (aplikasi) *e-learning* berupa *Learning Management System* dan *content* baik yang berbasis *text* atau multimedia sangat diperlukan. Sistem dan *content* tersedia dan *online* dalam 24 jam nonstop di Internet. Dosen dan mahasiswa dapat melakukan proses belajar mengajar di mana pun dan kapan pun. Tahapan implementasi *e-learning* yang umum adalah bahwa metode

asynchronous e-learning dimatangkan terlebih dahulu dan kemudian dikembangkan menjadi metode *synchronous e-learning* ketika diperlukan.

a.3. Pemilihan *Learning Management System*

Learning Management System secara umum memiliki fitur-fitur standard pembelajaran elektronik antara lain:

1. **Fitur Kelengkapan Belajar Mengajar:** Daftar Mata Kuliah dan Kategorinya, Silabus Mata Kuliah, Materi Kuliah (Berbasis Text atau Multimedia), Daftar Referensi atau Bahan Bacaan.
2. **Fitur Diskusi dan Komunikasi:** Forum Diskusi atau *Mailing List*, *Instant Messenger* untuk Komunikasi *Realtime*, Papan Pengumuman, Profil dan Kontak Instruktur, *File and Directory Sharing*.
3. **Fitur Ujian dan Penugasan:** Ujian *Online* (Exam), Tugas Mandiri (Assignment), Rapor dan Penilaian.

a.4. Standardisasi *Learning Management System*

Learning Management System ini dikenal juga sebagai *platform e-learning* atau *Learning Content Management System* (LCMS). *Learning Management System* adalah aplikasi yang mengotomasi dan mem-virtualisasi proses belajar mengajar secara elektronik. Banyak faktor yang harus kita perhatikan dalam memilih *Learning Management System*.

Vendor pengembang *Learning Management System* beserta kontennya saat ini sudah semakin banyak sehingga timbul suatu kebutuhan untuk menyusun standard guna meningkatkan interoperabilitas dan kerjasama antar vendor. Perjalanan pembuatan standard dalam *e-learning* sebenarnya sudah dimulai sejak era tahun 1988, dan mulai terimplementasikan dengan baik mulai era tahun 2000. Standard dalam dunia *e-learning* yang dikeluarkan oleh beberapa organisasi dan konsorsium, antara lain:

1. *Advanced Distributed Learning* (ADL)
2. *Aviation Industry CBT Committee* (AICC)
3. *IEEE Learning Technology Standards Committee* (IEEE LTSC)
4. *IMS Global Consortium* (IMS)

ADL, atau *Shareable Content Object Reference Model* (SCORM) adalah salah satu standard yang diterima banyak pihak. Spesifikasi SCORM mengkombinasikan elemen-elemen dari spesifikasi standard yang dikeluarkan oleh IEEE, AICC dan IMS. SCORM memungkinkan pengembang dan penyedia konten *e-learning* lebih konsisten dan mudah dalam implementasi. Standard SCORM berkembang dari versi SCORM 1.0, SCORM 1.1, SCORM 1.2, SCORM 2004. Learning Management System (LMS) saat ini sudah banyak yang mendukung SCORM, termasuk di dalamnya adalah *aTutor* dan *Moodle* (MOODLE merupakan singkatan dari *Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment*) untuk yang *opensource*, dan *intraLearn* untuk produk komersial. SCORM memungkinkan kita melakukan *import* dan *export* konten (bahan ajar) yang sudah kita buat di sebuah *Learning Management System* ke *Learning Management System* lain dengan mudah.

b. Pengertian Technopreneur

Technopreneur merupakan suatu bentuk kegiatan kewirausahaan yang banyak memanfaatkan faktor teknologi sebagai bagian utama kegiatannya baik dalam lingkup skala usaha yang mikro, kecil, menengah, maupun besar. *Technopreneur* saat ini telah memasyarakat dan telah ada pembentukan komunitas yang mengapresiasi keberadaan pelaku *technopreneur* dalam bentuk *technopreneur award*.

Bisnis-bisnis teknologi yang saat ini menjadi raksasa dalam dunia bisnis selalu dimulai dari skala bisnis yang sangat kecil atau dari hasil riset. Kekuatan inovasi produk dan model bisnisnya mampu menumbuhkan bisnis-bisnis tersebut secara cepat dan kontinu. Kecenderungan mengarusutamakan bisnis-bisnis berbasis inovasi teknologi terjadi di pelbagai belahan dunia, termasuk di Indonesia. Lulusan perguruan tinggi banyak melahirkan bisnis-bisnis dengan

modal utama hasil inovasinya dalam produk dan model bisnis. Upaya ini makin menguat setelah pemerintah mencanangkan tahun 2009 sebagai tahun Indonesia Kreatif.

c. Pengertian *Creativepreneur*

Creativepreneurship merupakan suatu kegiatan usaha atau bisnis yang menggunakan ide kreatif yang memiliki nilai tambah seni dan desain sebagai tulang punggung kegiatan utamanya. Seorang *creativepreneurship* akan senantiasa membuat sesuatu yang baru dalam hidup ini atau membuat sebuah inovasi baru untuk dijadikan produk masa depan yang memiliki "value" di atas rata-rata produk yang telah ada. *Creativepreneurship* pun dapat dipahami sebagai suatu sikap dan cara berpikir tentang bagaimana kita mampu menciptakan suatu karya yang kreatif, laku di pasaran, dan berdaya jual tinggi.

c.1. Karakteristik Seorang *Creativepreneurship*

Seorang *creativepreneurship*, menurut **Djoko Hartanto** (*Founder Father* Majalah Desain Grafis CONCEPT), harus memiliki bentuk karakter sebagai berikut:

- 1) Memulai sesuatu yang baru yang asli berasal dari dalam dirinya
- 2) Percaya bahwa kreativitas adalah komponen vital untuk kesuksesan bisnisnya dan secara natural menumbuhkan kreatifitas menjadi kultur usahanya
- 3) Melakukan praktek dasar dari suatu bisnis yang bernama Kerja Keras
- 4) Mengerti nilai dari produknya dan mengerti bahwa margin yang sehat sangat diperlukan untuk kelangsungan hidup bisnis dan industri yang kita geluti

- 5) Mengerti kebutuhan dan selera pasar berikut selera idealisnya sertamengerti bagaimana mencari titik temunya
- 6) Tidak berhenti saat terpuruk karena melakukan kesalahan bahkan bangkit dan belajar dari kesalahan tersebut
- 7) Tidak terjebak dalam rutinitas bisnis melainkan menyediakan waktu untuk berhenti sejenak, mengambil jarak pandang untuk mengevaluasi bisnis kiat serta waktu untuk bereksperimen
- 8) Mengerti kapan dan bagaimana mempersiapkan/ mempercepat/ menunda peluncuran produk impian
- 9) Saat kesulitan datang, *Creativepreneurship* akan menghadapinya dengan tabah dan memutar otak kreatifnya untuk mencari solusi
- 10) Bekerja untuk tujuan yang baik

c.2. *Creativepreneurship* Sebagai Aktivitas *Creative Economy*

Creative economy atau ekonomi kreatif pada dasarnya adalah kegiatan usaha penciptaan barang dan jasa yang berbasis kekayaan intelektual dengan mengandalkan keahlian, bakat, dan kreativitas. Industri kreatif terbukti mampu memberi kontribusi dalam perekonomian nasional hingga saat ini. Industri kreatif selain berkontribusi terhadap besaran Pendapatan Domestik Bruto (PDB), juga mampu menyerap banyak tenaga kerja dan berpengaruh terhadap kinerja ekspor Indonesia. Bentuk bisnis kreatif saat ini yang semakin berkibar dan berkiprah dalam industri adalah bisnis-bisnis yang terkait dengan pemanfaatan teknologi informasi (TI) atau umum juga disebut sebagai *digital business*, yang merupakan salah satu bentuk industri kreatif yang tumbuh pesat karena terkait dengan hiburan masyarakat dalam bentuk bisnis hiburan atau *entertainment business* (Fadjar

Adrianto, warta ekonomi, 2010). *Creativepreneurship* sangat penting dalam industri desain grafis Indonesia, oleh karena itu desainer dituntut tidak hanya sekedar pintar merumuskan konsep, tetapi juga harus paham *marketing* “ketika *marketing* sudah berjalan, akan tercipta inovasi, jadi tidak cukup hanya dengan kreatif saja, pemahaman untuk menjual desain ini yang akhirnya melahirkan *marketing* kreatif” (Deddi D.H., Dosen DKV UK Petra ; Majalah Concept)

d. Pengertian Daya Saing

Daya saing merupakan suatu bentuk potensi diri untuk dapat dibentuk, dikembangkan dan dikomparasikan dengan pihak lain sehingga dapat memiliki posisi tertentu dalam persaingan industri.

e. Pengertian Inovasi

Kata **inovasi** dapat diartikan sebagai “proses” dan/atau “hasil” pengembangan dan/atau pemanfaatan/mobilisasi pengetahuan, keterampilan (termasuk keterampilan teknologis) dan pengalaman untuk menciptakan atau memperbaiki produk (barang dan/atau jasa), proses, dan/atau sistem yang baru, yang memberikan nilai yang berarti atau secara signifikan (terutama ekonomi dan sosial). Inovasi sebagai suatu “obyek” juga memiliki arti sebagai suatu produk atau praktik baru yang tersedia bagi aplikasi, umumnya dalam suatu konteks komersial. Biasanya, beragam tingkat kebaruannya dapat dibedakan, bergantung pada konteksnya: suatu inovasi dapat bersifat baru bagi suatu perusahaan (atau “agen/aktor”), baru bagi pasar, atau negara atau daerah, atau baru secara global. Sementara itu, inovasi sebagai suatu “aktivitas” merupakan proses penciptaan inovasi, seringkali diidentifikasi dengan

komersialisasi suatu invensi. Istilah inovasi memang sering didefinisikan secara berbeda, walaupun pada umumnya memiliki pemaknaan serupa.

f. Pengertian Kompetensi

Kompetensi merupakan kemampuan seseorang baik secara psikis, emosional, dan teknis mencerminkan minat dan latar belakang pendidikan yang dimilikinya. Kompetensi memiliki peran strategis dalam pembentukan karakter seseorang.

3. METODOLOGI YANG DIGUNAKAN

Metodologi yang digunakan dalam penulisan paper ini adalah bersifat studi literatur deskriptif analitis yang menggunakan buku-buku, jurnal-jurnal ilmiah, dan juga internet. Metodologi penelitian adalah perencanaan menyeluruh dari suatu penelitian yang meliputi metode penelitian, perencanaan populasi dan sampel, variabel dan data, instrumentasi serta teknik analisis data.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. Metode deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena, faktual dan akurat. Metode deskriptif digunakan untuk mencari fakta dengan interpretasi yang tepat dan tujuannya adalah mencari gambaran yang sistematis, fakta yang akurat.

3.1. Sumber dan Cara Penentuan Data

1. Sumber data

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi jenis dan macamnya. Adapun jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer, adalah data yang diperoleh atau didapat langsung dari responden melalui observasi langsung, wawancara, dan penyebaran angket. Penulis melakukan observasi langsung dengan terlibat dalam proses belajar mengajar, sedangkan wawancara langsung dilakukan dengan pihak-pihak terkait, yaitu para pejabat yang berwenang seperti dosen senior, sekretaris program studi, mantan Kaprodi, dan dekan fakultas DKV Universitas Widyatama

b. Data sekunder, yaitu sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data yang diperoleh melalui studi literatur perpustakaan maupun dari pihak-pihak terkait.

2. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

- a. Studi pustaka, yaitu pengumpulan data penelitian melalui laporan-laporan dan sumber lainnya.
- b. Observasi, yaitu suatu teknik yang digunakan dengan turun langsung ke lapangan untuk melihat dan mengamati kondisi aktual.
- c. Angket, yaitu cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan menggunakan daftar isian atau pertanyaan-pertanyaan yang disusun sedemikian rupa dan telah dipersiapkan sehingga mahasiswa/responden dengan mudah dan cepat melakukan pengisian
- d. Wawancara, yaitu suatu proses interaksi antara peneliti dan responden serta dengan pihak-pihak terkait yang berhubungan langsung dengan topik yang diteliti.

3.2. Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dalam penerapan *E-learning* ini adalah mahasiswa Fakultas DKV yang masih aktif melakukan proses belajar-mengajar, mulai dari angkatan baru hingga angkatan lama.

3.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir yang diterapkan dalam penulisan paper ini adalah sebagai berikut:



Bagan alur pikir proses peningkatan mutu lulusan dengan penggunaan *e-learning*

4. PEMBAHASAN

a. Tantangan Pada Pengelolaan

Topik tantangan pada pengelolaan perguruan tinggi akan berasal dari cara pandang pribadi dan hukum. Apabila bidang pendidikan disamakan dengan bidang perdagangan ekonomi, maka prinsip pasar bebas harus diberlakukan. Prinsip pasar bebas ini jika sepenuhnya diberlakukan maka setiap negara harus membuka diri terhadap masuknya perguruan tinggi, dosen, peneliti, dan sebagainya tanpa hambatan sama sekali dalam bentuk apapun. Hal seperti ini akan menimbulkan persaingan antara perguruan tinggi dalam negeri dengan perguruan tinggi asing, sementara persaingan perguruan tinggi dalam negeri pun telah terjadi. Perguruan tinggi yang mampu bertahan dan bahkan berhasil tentu akan terus *survive*, sementara perguruan tinggi yang tidak mampu bersaing akan ditutup ijin olehnya dinas pendidikan. Media massa telah banyak memberitakan ditutupnya sebuah program studi atau bahkan berikut universitasnya dikarenakan tidak mampu bersaing dengan perguruan tinggi lain baik dikarenakan hal penerimaan mahasiswa yang tidak memenuhi kuota dalam jangka waktu tertentu atau bahkan beberapa periode tidak ada mahasiswa yang terdaftar, rencana strategisnya tidak jelas, sarana dan prasarana yang sangat tidak memadai, dan semua hal

lainnya yang mana terangkum dalam akreditasi program studi dan akreditasi perguruan tinggi.

Pemerintah Indonesia mendorong peningkatan mutu lulusan melalui program-program dikti dan kopertis. Perguruan tinggi diharuskan mengarahkan mutu lulusannya untuk menjadi seorang *entrepreneur* guna penyerapan jumlah tenaga kerja yang ada di Indonesia. Dikti pada tahun 2009 memiliki program prioritas nasional, dananya langsung dititipkan ke dalam DIPA perguruan tinggi masing-masing. Perguruan tinggi harus mengalokasikan/memakai dana yang diamanahkan itu sesuai dengan program peruntukannya. Perguruan tinggi penerima dibagi dalam empat kategori yaitu universitas/institut Negeri, Kopertis, Perguruan tinggi bertaraf Internasional, dan politeknik. Untuk tiga kategori selain kopertis, ada enam program: pertama, kegiatan kewirausahaan mahasiswa; kedua, kegiatan pengembangan minat, bakat, kegiatan akademik dan pengembangan kompetensi mahasiswa; ketiga, langganan *e-jurnal*; keempat, peningkatan keamanan (safety) keselamatan, kenyamanan, keindahan dan kebersihan kampus; kelima, penghijauan kampus dan dukungan terhadap penghijauan kota/wilayah; keenam, pengembangan unit kegiatan mahasiswa (UKM) (olah raga, seni, KSRPMI, Mapala, Pramuka, Menwa, Pers, Kampus, Kerohanian dll).

Program prioritas nasional untuk kopertis ada tiga, yaitu pertama pengembangan program kewirausahaan Mahasiswa PTS; kedua, pengembangan program akademik dan ketiga, program peningkatan EPSBED serta satu program reguler Kopertis, yaitu peningkatan tupoksi KOPERTIS. (Irwandi, 2009)

b. Tantangan Pada Proses Belajar Mengajar

Kurikulum disusun dan dirancang sedemikian rupa sehingga menjadi dasar kegiatan belajar mengajar yang berakhir pada keberhasilan mahasiswa menguasai pengetahuan, kemampuan, keterampilan, dan mencapai kualifikasi Diploma III atau Diploma IV lulusan FDKV Universitas Widyatama yang sesuai dengan yang tercantum dalam visi, misi, dan tujuan pendidikan Diploma di FDKV Widyatama. Kurikulum di

Bidang Seni Rupa untuk setiap program studi di bidang seni rupa dan desain, terdiri dari kurikulum pokok yang meliputi 3 (tiga) kelompok mata kuliah:

1. Kelompok mata kuliah ilmu dasar seni di bidang seni rupa dan kelompok seni estetika (asthetik und allgemeine Kunstwissenschaft).
2. Kelompok mata kuliah praktika seni rupa dan mata kuliah pendukungnya.
3. Kelompok ilmu-ilmu kemanusiaan dan ilmu sosial (Humanities and Social Sciences).

4.2.1. Penerapan Kurikulum dalam Proses Pendidikan

Penerapan kurikulum dalam proses pendidikan di FDKV Widyatama adalah:

1. Mengenal:

- a. Dunia Seni Rupa dan Desain
- b. Keterkaitan Seni Rupa dan Desain dengan Iptek
- c. Filosofi dan konsepsi rancangan
- d. Kedudukan peserta di dalam profesi dan bidang kerja perancangan
- e. Tata bahasa visual

2. Memahami:

- a. Tata kerja, sistem dan proses/prosedur kerja perancangan
- b. Sistem kerjasama internal dan eksternal di dalam tim
- c. Media Visual Communication Design
- d. Fungsi desain, pesan dan sarannya
Fungsi desain produk dan konsumennya.

3. Menguasai:

Tahap Pertama:

- i. Elemen dasar seni rupa dan desain
- ii. Elemen dasar grafis berupa objek bentuk, huruf, warna dan tata letak
- iii. Dasar komunikasi, psikologi, manajemen, sosiologi komunikasi, bahasa dan bahasa rupa
- iv. Dasar proses kreatif dan olah desain

- v. Beberapa teknik dasar perancangan: ilustrasi/gambar, tipografi/desain huruf, fotografi, komputer grafis
- vi. Beberapa teknik produksi desain dan metode cetak/produksi grafis, gambar tangan dan airbrush, gambar komputer/DTP, cetak saring dan offset, produksi benda 3D/outdoor/indoor board dan presentasi grafis.

Tahap Kedua

- i. Mengembangkan elemen seni rupa dan desain
- ii. Mengembangkan proses kreatif dan olah desain
- iii. Mengerti isi pesan, tata bahasa visual cara mengolah, dan segmentasi/sasaran
- iv. Menguasai beberapa teknik perancangan outdoor dan indoor media, media cetak, media massa, media promosi, dan periklanan, pameran dan museum, serta rambu/sign system.

Tahap Ketiga

- i. Menguasai elemen desain grafis
- ii. Menguasai tata bahasa visual
- iii. Menguasai proses komunikasi, proses kreatif, pilihan media dan produksi
- iv. Menguasai teknik produksi cetak atau non cetak
- v. Menguasai teknik animasi komputer
- vi. Menguasai teknik komputer multimedia dan audio visual
- vii. Menguasai teknik perancangan website/homepage/intranet/internet
- viii. Menguasai teknik LAN dan memahami dasar teknologi informatika
- ix. Menguasai dasar manajemen perancangan dan produksi
- x. Menguasai dasar pemasaran.

Staf Pengajar

Jalur pendidikan profesi selain desain dan kurikulum mengacu pada kerangka pengembangan pendidikan tinggi yaitu sebagai pusat inovasi dan kreativitas yang diwujudkan dalam masyarakat

akademik yang lebih realistis serta diwarnai moralitas, kepakaran, kreativitas, khas, dan kompetensi sesuai dengan bidang ilmu yang dibangun dan dikembangkan. Hal tersebut diimplementasikan pada komposisi staf pengajar dari bidang akademik dan praktisi profesi bidang desain komunikasi visual.

Fasilitas Pendidikan

Fasilitas pendidikan yang menunjang keahlian mahasiswa antara lain sebagai berikut:

1. Studio Multimedia
2. Studio Fotografi
3. Studio Komputer Grafis
4. Studia Gambar
5. Laboratorium Foto
6. Studio Eksperimental Design
7. Galeri Karya Desain
8. Ruang Theater

Lapangan Kerja

Dunia kerja merupakan tempat penerapan dari kemampuan dan keilmuan, khususnya bidang desain komunikasi visual memiliki sifat multidisiplin yang dapat berkolaborasi dengan ilmu pengetahuan lain terutama dalam proses perencanaan dan pelaksanaan komunikasi secara visual bagi kepentingan individu, kelompok, bahkan institusi kepada publiknya maupun masyarakat. Kondisi tersebut menumbuhkan industri komunikasi yang melibatkan profesi desain komunikasi visual seperti: biro konsultan desain, biro iklan/*advertising*, studio desain, percetakan dan penerbit, rumah produksi multimedia, stasiun televisi, *inhouse graphic public relation*, wiraswasta mandiri aplikasi desain komunikasi visual.

Pengembangan Pendidikan

FDKV Universitas Widyatama ke depan mengembangkan program studi pendidikan diploma sebagai bentuk penajaman bidang ilmu desain komunikasi visual dengan penekanan atas kemahiran pada pengembangan dalam menerapkan konsep desain, menganalisis bentuk-bentuk perancangan yang sistematis serta perancangan konsep desain, menganalisis bentuk-bentuk perancangan serta konsepsi yang bisa diimplementasikan pada bidang industri komunikasi visual.

Studi observasi mengenai penerapan *e-learning* menghasilkan beberapa kasus yang dapat dijadikan contoh pembelajaran, diantaranya adalah bahwa jika *e-learning* yang diterapkan secara murni, artinya adalah tanpa dihibridkan dengan pengajaran secara konvensional akan menghasilkan efek positif dan negatif sebagai berikut:

a. Efek Positif

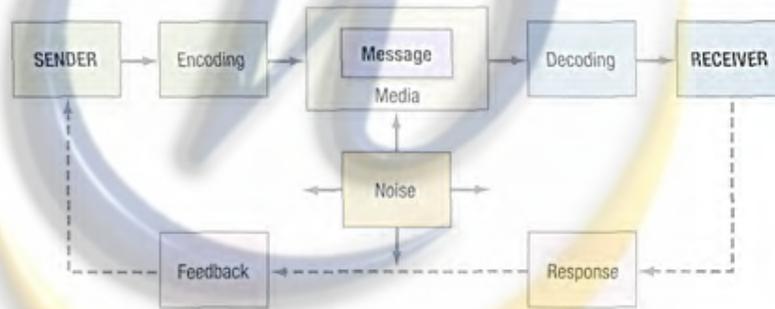
- i. Mahasiswa akan lebih memiliki kebebasan dalam cara belajar yang sesuai dengan kebiasaan dan kepribadiannya masing-masing,
- ii. Mahasiswa dapat mencari studi literatur lain sebagai pelengkap keilmuannya,
- iii. Mahasiswa berpikir lebih kritis terhadap kondisi riil di masyarakat,
- iv. Mahasiswa dapat melakukan lebih banyak aktifitas yang bisa bermanfaat baginya seperti bekerja, mendirikan unit bisnis, dan lain sebagainya,
- v. Mahasiswa dapat mempelajari bidang keilmuan lain yang juga diminatinya,
- vi. Dan lain sebagainya.

b. Efek Negatif

- i. Mahasiswa menjadi bersifat *introvert* atau *ekstrovert*, atau gangguan psikis lain jika terlalu hanyut dalam dunia maya,
- ii. Mahasiswa tidak memiliki kepribadian yang jelas,

- iii. Mahasiswa tidak lagi memiliki pemikiran kritis terhadap sosial dan lingkungannya dikarenakan kehidupannya adalah terus berada dalam aktivitas dunia maya,
- iv. Mahasiswa menjadi bersifat individualis, tidak mengenal teman sekelasnya, lebih jauhnya lagi akan mengarah pada hedonisme dan sekularisme,
- v. Mahasiswa tidak lagi memiliki kepekaan sosial, sopan santun, dan etika,
- vi. Dan lain sebagainya

Ekses positif dan ekse negatif ini terjadi dikarenakan kondisi dan proses komunikasi yang terjadi, apakah efektif atau kah tidak, dan juga bergantung pada setiap hal seperti dideskripsikan dalam bagan sebagai berikut:



Bagan Proses Komunikasi

Sumber : Marketing Management, Philip Kottler

Peran dosen dalam menguasai materi perkuliahan, penggunaan teknologi, penguasaan *software*, dan kreativitas dalam memberikan materi secara multimedia pun sangat berpengaruh terhadap daya tarik mahasiswa untuk belajar. Sistem pembelajaran yang monoton seringkali menjadi alasan mahasiswa untuk tidak belajar, absen, bahkan tidak mau mengikuti perkuliahan dan kemudian akan berakibat panjang terhadap program studi dan universitas. Program *e-learning* yang saat ini sedang digalakkan penggunaannya tentu diharapkan akan menghasilkan mutu lulusan perguruan

tinggi yang memiliki daya saing, inovatif, dan kompetensi yang baik.

Penerapan *e-learning* pada program studi desain grafis, membangun desainer yang mampu merencanakan, merancang dan membuat solusi desain secara mandiri maupun kerjasama tim bagi identitas perusahaan (corporate identity), barang tercetak (printed matter), rambu (signal/sign system), pameran (exhibition design), kampanye atau bentuk lain yang bersifat penambahan nilai untuk kepentingan promosi produk, pencitraan dan positioning baik bersifat perorangan maupun institusi dalam ruang lingkup wilayah publik terseleksi maupun massal.

Penerapan *e-learning* pada Program Studi Desain Multimedia, (media berbasis waktu), yaitu membangun kemampuan dalam menerjemahkan masalah desain komunikasi visual khususnya: animasi, audio visual, video program, interaktif media, homepage design serta membangun solusi desain yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi media berbasis waktu. Pendidikan Desain Komunikasi Visual di Widyatama Program pendidikan yang dikembangkan lebih mengarah pada upaya membangun kompetensi (sikap, keahlian dan pengetahuan) keprofesional bidang desain komunikasi visual. Maka program pendidikan Diploma di Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Widyatama menekankan kepada Keahlian dalam hal pengembangan dalam menerapkan konsep perancangan dan aplikasi desain; bentuk-bentuk gambar/visual; pembentukan perancangan yang berbekal perangkat implementasi teknologi maupun manual; serta pembuatan dummy atau prototip dari setiap gagasan/ide dalam bentuk karya dua atau tiga dimensi. Sikap profesional yang tumbuh dan berkembang dalam diri, atas dasar latar belakang bidang ilmu desain komunikasi visual sekaligus menjadi cermin keahlian dan jati diri yang dimilikinya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang dilakukan, maka dengan ini penulis mendapat kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Perguruan tinggi sudah seharusnya mulai menggunakan konsep *e-learning* dalam proses pengajarannya, di samping pemerintah pun telah mendorong perguruan tinggi lewat dikeluarkannya pasal 31 Undang-Undang No.20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional, yaitu mengenai pembelajaran jarak jauh,
- 2) Penerapan *e-learning* sebaiknya menggunakan landasan *technopreneurship* dan *creativepreneurship* agar dunia pendidikan dapat mengimbangi perkembangan teknologi yang kian pesat sekaligus menjawab tantangan globalisasi namun masih memiliki *local content* agar tidak terjadi kehilangan identitas budaya dan bangsa.
- 3) Landasan *technopreneurship* tidak hanya akan memacu mahasiswa, dosen, dan akademisi untuk tidak gagap teknologi, namun mampu menciptakan efektifitas dan kinerja yang baik seandainya dilakukan dalam koridor yang disesuaikan dengan kebutuhan, situasi, dan kondisi perguruan tinggi yang bersangkutan.
- 4) Landasan *creativepreneurship* akan memacu mahasiswa, dosen, dan akademisi untuk bersikap kreatif dan inovatif dalam memperbaiki kualitas pelayanan, pendidikan, pengajaran, dan pembelajaran, lebih jauhnya akan maningkatkan kualitas, kompetensi, dan *softskill* lulusan sehingga otomatis daya saingnya pun akan meningkat,
- 5) Penerapan *e-learning* sebaiknya disesuaikan dan diimbangi dengan pengajaran secara konvensional dalam rangka menjaga efek negatif dari sifat pengajaran jarak jauh atau *distance learning* sehingga universitas masih menjadi media pembelajaran dan pendidikan bagi mahasiswa.

6. DAFTAR PUSTAKA DAN LAMPIRAN

- [1] Adrianto, F. (Januari, 2010). *Warta Ekonomi* Ed. Januari 2010. *Booming Creative dan Green Economy 2010* , 36-37.
- [2] Djokopranoto, R. E. (2006). *Manajemen Perguruan Tinggi Modern*. Yogyakarta: ANDI.
- [3] Hasyim, M. (2008, April 26). Retrieved Februari 1, 2010, from Muhammad Hasyim:
<http://hasheem.wordpress.com/kuliah-ku/intermezzo-e-learning/>
- [4] Irwandi. (2009, Februari 26). *Website DIKTI*. Retrieved Februari 2, 2010, from
http://www.dikti.go.id/index.php?option=com_content&task=view&id=268&Itemid=54
- [5] Irwansyah, F. (Desember 2009). *Majalah Concept*. *Concept Sharing "How To Be Creativepreneurship"* , 63.
- [6] Kotler, P. (2009). *Marketing Management*. New York: Prentice Hall.
<http://id.wikipedia.org/wiki/Inovasi>

