

Acara Young Moslem *Entrepreneur* Camp (YouMEC) 2015 ini adalah sebuah acara yang diadakan oleh mahasiswa PRODI Ilmu Komunikasi pada tahun 2015. Acara dibuat bertujuan untuk mencari, mengumpulkan dan mewadahi para pengusaha muda muslim yang juga masih berstatus sebagai mahasiswa aktif di masing-masing perguruan tinggi dan *Al-Ghuroba* (remaja atau takmir masjid) yang ada di di Jawa Timur khususnya di Surabaya. Acara *Entrepreneur* Camp dengan mengkombinasikan antara kegiatan semi workshop, juga kompetisi essai bisnis menjadi satu dalam sebuah *entrepreneur camp*, yang pertama kali diadakan di Surabaya, dengan format diskusi dan kompetisi yang diikuti oleh 20 pemuda muslim, baik yang sudah memiliki bisnis yang berjalan atau yang belum memiliki bisnis, dan yang akan memulai berwirausaha.

Merupakan ide baru yang pernah diadakan oleh kampus UIN Sunan Ampel Surabaya dari PRODI Ilmu Komunikasi, untuk menggagas sebuah acara yang bertemakan *entrepreneur camp* untuk mahasiswa muslim di seluruh Indonesia. Acara yang diadakan selama tiga hari dua malam ini bertujuan untuk membangun *networking* antar kampus pada umumnya, dan khususnya bagi para pengusaha muslim yang berasal dari berbagai latar belakang di dalam sebuah camp selama tiga hari dua malam tersebut.

3. Positioning karya

Positioning adalah strategi komunikasi yang berhubungan dengan bagaimana khalayak menempatkan suatu produk, merek atau perusahaan

Acara seminar, kompetisi atau workshop yang bertemakan wirausaha bukanlah hal baru di kalangan mahasiswa. Banyak acara yang serupa pernah dilakukan, bahkan hampir setiap tahun seperti komunitas pengusaha dan beberapa instansi mulai rutin mengadakan kegiatan bertemakan entrepreneurship ini. Hal itu bertujuan untuk menumbuhkan jiwa entrepreneur dalam diri pemuda. Terutama untuk menjuarai MEA yang akan resmi dibuka pada desember 2015 mendatang.

Selain itu, sebelum menjadi peserta, ada syarat yang harus dipenuhi oleh peserta, yakni membuat esai tentang bisnis yang dimilikinya, dan esai tentang MEA. Karena sesuai dengan tema dari kegiatan ini adalah “We are ready to Asean Economic Community 2015”. Kegiatan ini khusus diadakan untuk menyambut MEA, sekaligus mempersiapkan para calon pengusaha dan pengusaha muslim untuk siap menghadapi persaingan, tantangan dan peluang yang akan di hadapi sebagai dampak dari dibukanya Asean Economic Community di bulan desember 2015 nanti. Salah satu syarat tersebut merupakan keunikan dari acara ini.

4. Nilai dakwah

Islam memang tidak memberikan penjelasan secara eksplisit terkait konsep tentang kewirausahaan (*entrepreneurship*) ini, namun di antara keduanya mempunyai kaitan yang cukup erat; memiliki ruh atau jiwa yang sangat dekat, meskipun bahasa teknis yang digunakan berbeda.

produk dan pasar sasaran secara umum, serta konsumen maupun calon konsumen untuk saling berkomunikasi dan memberikan respon timbal balik.

- b. Media sebagai criteria dalam pengambilan keputusan, tujuan media memberikan alternative dalam kampanye periklanan, dimana salah satu media harus dipilih terlebih dahulu, dimana keputusan perencanaan media tidaklah berdasarkan eksekutif (berasal dari satu pihak saja), tetapi kembali pada tujuan dan memutuskan media mana yang potensial untuk didahulukan.
- c. Media sebagai alat evaluasi, tujuan media digunakan sebagai evaluasi terhadap hasil suatu kampanye periklanan, oleh itu muncul kebutuhan untuk mengaitkan beberapa ukuran seperti pangsa pasar dan kesadaran terhadap merek dengan tujuan untuk dapat mengetahui media apa yang efektif digunakan.
- d. Media sebagai medium yang positif dan efektif, tujuan media memberikan peningkatan terhadap produk dalam jangka panjang, dimana dampak media tersebut terasa setelah iklan dimuat dalam suatu rangkaian waktu secara terus menerus pada media yang telah ditetapkan.

Persuasif dalam menawarkan barang atau jasa.Promosi sebagai koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai oleh pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual

media yang dimiliki oleh perusahaan, baik itu pertemanan atau *fan page* (dalam *facebook*), *follower* (dalam *twitter*), atau istilah lain yang digunakan oleh beberapa penyedia media social. Maka perusahaan akan secara otomatis dapat menjalin komunikasi secara terus menerus, sehingga perusahaan dapat melakukan komunikasi secara persuasive dan memperkenalkan produk-produknya dikemudian hari.

Menurut Shimp IMC adalah proses pengembangan dan implementasi sebagai bentuk program komunikasi persuasive kepada target atau calon target peserta YouMEC 2015 secara berkelanjutan. Adapun tujuannya adalah mempengaruhi atau memberi efek langsung kepada perilaku khalayak sasaran yang dimilikinya.⁷⁵

B. Khalayak Sasaran

Segmentasi pasar adalah suatu proses me-nempatkan konsumen ke dalam subkelom-pok yang memiliki respons yang sama terha-dap suatu program pemasaran.⁷⁶ Menurut Rambat Lupiyoadi, segmentasi pasar adalah membagi pasar menjadi kelompok pembeli yang dibe-dakan menurut kebutuhan, karakteristik, atau tingkah laku, yang mungkin membu-tuhkan

⁷⁵Tito Siswanto, 2013, *Optimalisasi Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Usaha Kecil Menengah*.Jurnal *Liquidity*, Vol. 2, No. 1, Januari- Juni 2013, Halaman 80-86.

⁷⁶ David W Cravens, *Strategic Marketing*; Alih Bahasa: Lina Salim; Edisi keempat(Jakarta:Erlangga,1999),hlm. 20-30

faktor kesiapan ini. Persiapan bisa dimulai dari membentuk teamwork plus tugas masing-masing personal.⁸⁵

Pada tahap pra produksi diperlukan media sebagai media promosi acara YouMEC 2015. Sehingga pemilihan media disesuaikan dengan target khalayak yang diharapkan. Beberapa media promosi yang digunakan adalah sosial media (twitter, facebook, fanspage). Di masing-masing sosial media tersebut terdapat akun penyelenggara. Seperti yang dikatakan oleh Tiwi dan Elita yang mengatakan sangat mudah saat mengakses info acara YouMEC ini.

“oh, mudah banget. Kebetulan aku juga aktif kan d medsos. Jadi aku sangat merasa gampang saat dapetin info tersebut. Info ada acra ini juga aku tahunya dari sosmed kok.”⁸⁶

Hal senada juga dikatakan oleh Azka dan Robi yang merasa mudah dalam mendapatkan info terbaru.

“mudah mas, enak tanggapannya juga enak mas. Aku she dapet info ini dari temen bukan dari sosmed. Tp setelah itu aku juga buka sosmed buat lebih tau jelasnya.”⁸⁷

⁸⁵Dewi Erlina Syahlindra Rahmat, *Evaluasi Special Events Periodik Lenmarc Mall*. Jurnal E-Komunikasi, Vol. 2, No. 2, 2014, Halaman 2-12

⁸⁶ Wawancara dengan Dian Rahmawati dan Elita pada tanggal 12 Juni 2015, pukul 21.00 WIB

⁸⁷ Wawancara dengan Ihdal Umam Al-Azka dan M. Robithul H. pada 12 Juni 2015 pada pukul 20:45 WIB

