

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 3, No. 2, Juli - Desember 2018

Editorial Team

Editor-In-Chief

Imam Mujahid, (SCOPUS ID : 57208214175);
IAIN Surakarta, Indonesia

Editorial Board

Waryono Abdul Ghafur, UIN Sunan Kalijaga, Indonesia
Diajeng Laily Hidayati, IAIN Samarinda, Indonesia
Akhmad Anwar Dani, IAIN Surakarta, Indonesia
Ahmad Saifuddin, IAIN Surakarta, Indonesia
Abraham Zakky, IAIN Surakarta, Indonesia
Rhesa Zuhriya Pratiwi, IAIN Surakarta, Indonesia

Alamat Redaksi :

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta
Jl. Pandawa No. 1, Pucangan, Kartasura,
Sukoharjo, Jawa Tengah 57168
Phone : +62 271 - 781516
Fax : +62 271 - 782774

Surel : journal.albalagh@gmail.com, journal.albalagh@iain-surakarta.ac.id

Laman : <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/al-balagh>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 3, No. 2, Juli - Desember 2018

Daftar Isi

Fatwa MUI tentang Atribut Keagamaan dalam Perspektif Komunikasi Dakwah <i>Mubd. Maryadi Adha</i>	149 - 174
Refleksi Kebenaran: Prinsip Kejujuran Sebagai Komunikasi Spiritual Anak di Era Digital <i>Muhamad Iqbal & Cesilia Prawening</i>	175 - 192
Hambatan Komunikasi Pendamping Sosial <i>Imam Alfi</i>	193 - 210
Korelasi Penggunaan <i>Gadget</i> Terhadap Kepuasan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Disabilita <i>Nisa Azizah & Arina Rahmatika</i>	211 - 234
Mahasiswa dan Keputusan Memilih Jurusan (Analisis Kuantitatif Pada Mahasiswa KPI IAIN Surakarta Angkatan 2017/2018) <i>Agus Sriyanto</i>	235 - 258
Kepuasan Mahasiswa KPI IAIN Surakarta dalam Pemilihan Konsentrasi Jurusan <i>Eny Susilowati & Rhesa Zubriya Briyan Pratiwi</i>	259 - 292

FATWA MUI TENTANG ATRIBUT KEAGAMAAN DALAM PERSPEKTIF KOMUNIKASI DAKWAH

DOI : <http://dx.doi.org/10.22515/balagh.v3i2.1405>

Muhd. Maryadi Adha

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Samarinda

Abstract

Keywords:

communication
of da'wah, MUI,
fatwa of religious
attribute

Fatwa of MUI Number 56 in 2016 concerning about "Religious Attributes of Non-Muslims" issued as guideline for Indonesian Muslims addressing the phenomenon of using non-muslim religious attributes, while promoting good relations between Muslims and other religious people. The purpose of this study is to analyze how the MUI fatwa efforts to maintain the harmony between religious communities and the harmonious life in society, nation, and state. Using qualitative research methods in communication of da'wah perspective, this study focuses direct attention into 3 (three) things that're: 1) analysing about some keywords contained in the fatwa; 2) understanding the quality of fatwa messages; and 3) analysing the implications of fatwa in Indonesian religious life. Generally, in communication of da'wah perspective, the fatwa still raises multi-interpretations, particularly among the communicants, especially on keywords in the fatwa which have an impact on the tension of religious relations in Indonesia, though not too significant.

Abstrak

Kata Kunci:

komunikasi
dakwah, MUI,
fatwa atribut
keagamaan

Fatwa MUI Nomor 56 Tahun 2016 tentang "Atribut Keagamaan Non-Muslim" muncul sebagai pedoman bagi umat Islam di Indonesia dalam menyikapi fenomena penggunaan atribut keagamaan non-muslim, dengan tetap mengedepankan hubungan baik antara umat Islam dan umat beragama lainnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis bagaimana fatwa MUI tersebut berupaya memelihara kerukunan hidup antarumat beragama dan keharmonisan kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Dengan metode

kualitatif dalam perspektif komunikasi dakwah, penelitian ini terfokus pada 3 (tiga) hal yaitu: 1) analisis pada sejumlah istilah kunci yang terdapat dalam fatwa; 2) pemahaman mengenai kualitas pesan fatwa; dan 3) analisis implikasi fatwa terhadap kehidupan umat beragama di Indonesia. Secara umum, perspektif komunikasi dakwah, fatwa tersebut dinyatakan masih menimbulkan multitafsir, khususnya di kalangan komunikan, terutama mengenai istilah-istilah kunci dalam fatwa yang turut berdampak pada ketegangan hubungan umat beragama di Indonesia, meski tidak terlalu signifikan.

I. PENDAHULUAN

Fatwa mempunyai peran penting dalam menciptakan stabilitas sosial. Perubahan sosial sebagai hasil dinamika budaya sering menimbulkan gesekan di masyarakat, Islam sebagai agama universal dengan panduan spesifik berdasarkan Alquran dan Hadis memerlukan peran ulama untuk menerjemahkan transformasi sosio-kultural dalam bentuk fatwa. Namun tidak sedikit fatwa yang kontroversial yang menimbulkan kegaduhan di masyarakat (Hamzah, 2017).

Adanya fatwa tidak selalu dapat diterima dengan baik di masyarakat, terjadi pro-kontra pada saat fatwa tersebut dikeluarkan. MUI sebagai salah satu lembaga yang merumuskan fatwa memiliki peran penting menciptakan stabilitas sosial dalam hal hubungan umat beragama yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam merumuskan fatwa-fatwa berkaitan tentang kerukunan antar umat beragama. Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah majelis yang menghimpun para ulama, zuama dan cendekiawan muslim Indonesia untuk menyatukan gerak dan langkah-langkah umat Islam Indonesia dalam mewujudkan cita-cita bersama (Arifin, 2015).

Fungsi MUI adalah sebagai wadah mewakili umat Islam terutama dalam hal hubungan umat beragama. Fungsi itu bertujuan untuk menjaga kerukunan umat beragama di Indonesia. Peran MUI untuk mewujudkan kerukunan umat beragama, MUI sebagai organisasi yang memiliki tugas memberi nasehat. Berperan pada tataran moral misalnya memberi fatwa, himbuan, ajakan, memberi rekomendasi dan saran terhadap organisasi keagamaan sejenis (Iswahyudi, 2017).

Pada Tahun 2016 MUI mengeluarkan fatwa tentang penggunaan atribut keagamaan non-muslim. Fatwa ini diputuskan dalam fatwa MUI Nomor 56 Tahun 2016 tanggal 14 Rabiul Awal 1438 H bertepatan dengan tanggal 14 Desember 2016 dinyatakan bahwa, menggunakan atribut keagamaan non-muslim adalah haram dan mengajak atau memerintahkan penggunaan atribut keagamaan non-muslim adalah haram (R. Indonesia, 2018).

Ketua MUI menyatakan fatwa tersebut dikeluarkan karena banyaknya keluhan dari masyarakat yang dipaksa menggunakan atribut keagamaan agama lain saat hari besar agama tersebut (Kompas, 2016). Kendati demikian keputusan yang dikeluarkan MUI tentang haramnya memakai atribut non-muslim menjadi perbincangan dan perdebatan. Seperti diketahui MUI memegang peran dalam hal menjaga kerukunan umat beragama. Idealnya fatwa tersebut memberikan solusi terhadap kerukunan umat beragama di Indonesia, faktanya munculnya fatwa ini memicu berbagai gerakan, mulai dari sosialisasi di tempat publik seperti *sweeping* yang dilakukan oleh FPI (C. Indonesia, 2016), hingga kekerasan di kafe atas nama sosialisasi tapi menimbulkan keresahan. Bahkan dianggap intoleransi mulai berkembang (Kompas, 2016). Fatwa ini juga mendapatkan reaksi dari berbagai kalangan yang bersifat positif, mendukung fatwa, dan negatif yang mempertanyakan urgensi dari dikeluarkannya fatwa tersebut.

Majelis Ulama Indonesia sebagai otoritas pembuat fatwa utama seharusnya dapat menjadi pihak yang inklusif dan menaungi semua kepentingan, tidak cenderung eksklusif pada satu golongan. Fatwa yang cenderung eksklusif akan mendapat reaksi yang beragam dari masyarakat, terutama bagi mereka yang merasa dirugikan dengan hadirnya fatwa (Iswahyudi, 2017). Fatwa merupakan produk yang diharapkan dapat meningkatkan *maslahah* masyarakat, melindungi dan menghindarkan masyarakat dari kekeliruan memahami dan menjalankan ajaran agama (Fathoni, 2015). Namun setiap bentuk redaksi fatwa berdampak terhadap pemahaman masyarakat terhadap fatwa tersebut. Dalam beberapa kasus,

fatwa yang dikeluarkan oleh MUI dianggap menghalangi kebebasan beragama bahkan berdampak pada munculnya reaksi negatif satu kelompok masyarakat terhadap kelompok lain (Hasyim, 2015). Hal ini telah terjadi dalam rentang waktu yang cukup lama, bahkan beberapa waktu setelah berdirinya MUI sebagai lembaga fatwa (Sajari, 2015). Banyak kasus penganiayaan, persekusi hingga pengusiran kelompok lain terjadi akibat dari muncul fatwa yang dikeluarkan oleh MUI (Wibowo, 2015). Demikian pula dalam konteks penggunaan atribut keagamaan non-muslim bagi umat Islam. Menarik untuk menganalisis fatwa tersebut baik secara konten maupun pemahaman masyarakat terhadap fatwa tersebut. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis bagaimana fatwa MUI tersebut berupaya memelihara kerukunan hidup antarumat beragama dan keharmonisan kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara.

II. METODE PENELITIAN

Meninjau keputusan MUI diatas penulis ingin meneliti kualitas pesan fatwa MUI tentang atribut keagamaan ditinjau dari perspektif komunikasi dakwah dan aspek di masyarakat tentang implikasi fatwa terhadap masyarakat mengenai haramnya memakai atribut non-muslim terhadap kehidupan beragama di Indonesia. Data-data dalam artikel ini didapatkan dari wawancara terhadap beberapa informan yang berasal dari pekerja, mahasiswa IAIN Samarinda dan perwakilan Ikatan Keluarga Alumni Program Kaderisasi Ulama Kalimantan Timur. Data pendukung didapatkan dari studi dokumen atas fatwa MUI yang dimaksud. Fatwa MUI dianalisis dengan pendekatan analisis isi, sedangkan respon masyarakat terhadap fatwa MUI dianalisis dengan wacana.

III. FATWA ATRIBUT KEAGAMAAN: UPAYA Mendukung HUBUNGAN ANTAR AGAMA DI INDONESIA?

A. Fatwa Atribut Keagamaan dan Hubungan Antar Agama di Indonesia

Untuk memahami peran sentral MUI dalam menjaga kerukunan umat beragama di Indonesia, khususnya melalui fatwa-fatwa yang dikeluarkan, peneliti terlebih dahulu mendeskripsikan dua hal; *pertama*, gambaran singkat tentang Fatwa MUI No Nomor 56 Tahun 2016 tentang Hukum Menggunakan Atribut Keagamaan Non-Muslim dan *kedua*, relevansi fatwa dalam menjawab tantangan kehidupan beragama di Indonesia.

1. Fatwa MUI Nomor 56 Tahun 2016 tentang Hukum Menggunakan Atribut Keagamaan Non-Muslim

Pada tahun 2016 Majelis Ulama Indonesia (MUI) mengeluarkan fatwa tentang larangan menggunakan atribut keagamaan non-muslim. Larangan tersebut tertuang dalam fatwa MUI Nomor 56 Tahun 2016 tanggal 14 Rabiul Awal 1438 H bertepatan dengan tanggal 14 Desember 2016. Atribut keagamaan yang dimaksud dalam fatwa tersebut adalah sesuatu yang dipakai dan digunakan sebagai identitas, ciri khas atau tanda tertentu dari suatu agama dan/atau umat beragama tertentu, baik terkait dengan keyakinan, ritual ibadah, maupun tradisi dari agama tertentu. Fatwa tersebut ingin menegaskan bahwa menggunakan atribut keagamaan non-muslim adalah haram dan mengajak atau memerintahkan penggunaan atribut keagamaan non-muslim adalah juga haram (MUI, 2016a).

Selain soal pengharaman atribut keagamaan non-muslim, fatwa ini turut merekomendasikan pentingnya menjaga kerukunan hidup antar umat beragama dan memelihara harmoni kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara tanpa menodai ajaran agama, serta tidak mencampuradukkan antara akidah dan

ibadah Islam dengan keyakinan agama lain. Fatwa tersebut juga menegaskan pentingnya umat Islam agar saling menghormati keyakinan dan kepercayaan setiap agama. Salah satunya adalah dengan menghargai kebebasan non-muslim dalam menjalankan ibadahnya, bukan saling mengakui kebenaran teologis. Pernyataan-pernyataan tersebut tertuang dalam poin-poin rekomendasi fatwa yang ditandatangani oleh Prof. Dr. H. Hasanuddin AF, MA, Dr. H. M. Asrorun Ni'am Sholeh, MA selaku penanggungjawab Komisi Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) Pusat.

Dari format penyusunan, fatwa ini terdiri dari empat bagian, dan masing-masing bagian memuat penjelasan-penjelasan detail terkait isu penggunaan atribut keagamaan agama lain. Bagian pertama memuat pertimbangan-pertimbangan logis di balik lahirnya fatwa tersebut sementara di bagian kedua merinci berbagai dalil yang menjadi dasar dalam penetapan fatwa, baik dari Alquran, hadis maupun kaidah-kaidah *fiqhiyyah*. Pada bagian ketiga, fatwa ini mengutip berbagai pendapat ulama terkait isu-isu yang dianggap serupa dengan isu penggunaan atribut keagamaan. Pada bagian akhir, fatwa merumuskan tiga poin utama yaitu definisi atribut keagamaan, ketentuan hukum penggunaan atribut keagamaan non-muslim dan 6 poin rekomendasi.

2. Fatwa dan Tantangan Hubungan Umat Beragama di Indonesia

Salah satu fungsi dan tugas utama MUI adalah memberikan fatwa dan nasihat mengenai masalah keagamaan dan kemasyarakatan kepada pemerintah dan umat Islam serta memelihara serta meningkatkan suasana kerukunan antarumat beragama (MUI, 2016b). Oleh karena itu, fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh MUI harus mempertimbangkan kemaslahatan umat Islam, tak terkecuali kepentingan umat beragama yang lain. Lahirnya fatwa atribut keagamaan ini, menurut MUI, sebagai pedoman umat Islam Indonesia dalam menyikapi fenomena penggunaan atribut

kegamaan non-muslim, khususnya di hari perayaan keagamaan, dengan tetap mengedepankan hubungan baik antara umat Islam dan umat beragama lainnya. Lalu, sejauhmana fatwa tersebut berperan dalam menjawab tantangan kerukunan antar-umat beragama di Indonesia?

Kerukunan antar-umat beragama yang dimaksud di sini adalah perihal hidup dalam suasana yang baik dan damai, tidak bertengkar, bersatu hati, dan bersepakat antar umat beragama yang berbeda-beda agamanya atau antar umat beragama dalam satu agama. Kerukunan antar umat beragama bukan berarti melebur agama-agama yang ada menjadi satu totalitas (sinkretisme agama), melainkan sebagai cara atau sarana untuk mempertemukan, mengatur hubungan luar antara orang yang tidak seagama atau antara golongan umat beragama dalam setiap proses kehidupan sosial kemasyarakatan. Yaitu semua orang bisa “hidup bersama tanpa kecurigaan, dimana tumbuh semangat dan sikap saling menghormati dan kesediaan untuk bekerja sama demi kepentingan bersama (Daulay, 2001). Kerukunan atau hidup rukun adalah sikap yang berasal dari lubuk hati yang terdalam, terpancar dari kemauan untuk memang berinteraksi satu sama lain sebagai manusia tanpa tekanan dari pihak manapun (Taher, 2009), dengan adanya yang satu mendukung keberadaan yang lain (Haq, 2002).

Hubungan antar agama di Indonesia masih dihadapkan pada berbagai persoalan, tantangan dan juga mengalami pasang surut. Ada kalanya hubungan tersebut berlangsung harmonis, tetapi tidak jarang berujung pada konflik yang menyebabkan jatuhnya korban jiwa. Rangkaian konflik dan kekerasan bernuansa agama terus terjadi di Indonesia, mulai dari kerusuhan bernuansa agama di kota-kota provinsi pada 1995-1997, kampanye anti hukum santet di Jawa dan konflik antar kelompok agama di Sulawesi Tengah dan Maluku 1998-2001, hingga mobilisasi laskar berbasis agama dan

pengeboman yang dilakukan kelompok teroris atas nama jihad pada 2000-2005 (Fauzi, 2009).

Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antarumat beragama di Indonesia harus selalu menjadi perhatian (Indiyanto, 2013). Untuk itu baik pemerintah maupun non-pemerintah seperti Ormas-ormas keagamaan seperti Muhammadiyah, Nahdatul Ulama, Persis, Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan lembaga keagamaan lainnya, perlu membuat pedoman atau fatwa-fatwa berkaitan dengan kerukunan umat beragama dalam menjalankan praktik keagamaan dan menjaga agar tidak terjadi konflik.

Data laporan CRCS dan Wahid Foundation, konflik antaragama yang terjadi di Indonesia masih mengalami pasang surut. Dari tahun ke tahun kasus-kasus yang terjadi hampir sama, dengan kapasitas kasus yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa kehidupan beragama di Indonesia masih butuh perhatian serius dari berbagai pihak.

Tabel 1
Kasus-Kasus Kehidupan Umat Beragama di Indonesia

NO	Tahun	Jumlah Kasus	Deskripsi Kasus
1	1990-2008	832 kasus (versi CRCS)	Insiden kekerasan, isu keagamaan, bentrok
2	2009	25 kasus (versi CRCS)	Larangan rumah ibadah, penyesatan penodaan agama
3	2010-2011	75 kasus (versi CRCS) 93 kasus (versi Wahid Foundation)	Penyerangan rumah ibadah (masjid dan gereja), pelarangan Ahmadiyah, pengalihfungsikan, pembekuan, penyegehan, penutupan rumah ibadah, teror ledakan bom, pembakaran, pelemparan bangunan

NO	Tahun	Jumlah Kasus	Deskripsi Kasus
4	2012	22 kasus (versi CRCS) 110 kasus (versi Wahid Foundation)	Aliran sesat, pelarangan rumah ibadah, pelarangan aktivitas keagamaan, kriminalisasi keyakinan, pemaksaan keyakinan, intimidasi
5	2013	245 kasus (versi Wahid Foundation)	Masjid, penyebaran kebencian
6	2014	158 kasus (versi Wahid Foundation)	Rumah ibadah, pengungsi umat Syiah, pembakaran gereja, masjid
7	2015	190 kasus (versi Wahid Foundation)	Pelarangan ibadah, rumah ibadah, terorisme, pengungsi umat syiah
8	2016	204 kasus (versi Wahid Foundation)	Penodaan agama, Gafatar, Syiah, Ahmadiyah
9	2012-2018	Belum (berbagai sumber)	Deradikalisasi, aliran sesat

Sumber: Laporan Kehidupan Beragama, CRCS, 1990-2012 dan laporan Kehidupan Beragama, Wahid Foundation, 2010-2016

Lalu muncul pertanyaan apakah fatwa larangan penggunaan atribut keagamaan non-muslim mampu menjadi wahana bagi upaya “menjaga kerukunan hidup antar umat beragama dan memelihara harmoni kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara”?

3. Analisis Fatwa dalam Konteks Komunikasi Dakwah

Untuk menguji fatwa dalam konteks komunikasi dakwah, peneliti menguji 3 aspek yang terkandung dalam fatwa yaitu 1) efektivitas penggunaan kata-kata/istilah dan kalimat yang digunakan MUI selaku komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan fatwa tersebut kepada komunikan (masyarakat). 2) menguji kualitas pesan fatwa. 3) mengkaji implikasi fatwa terhadap kehidupan beragama di masyarakat.

a. Kata-kata/istilah yang digunakan

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan beberapa kata atau istilah kunci serta kalimat-kalimat pokok yang terdapat dalam fatwa untuk diuji efektivitasnya. Efektivitas yang dimaksud di sini adalah sejauh mana komunikasi dapat menafsirkan atau memahami secara tepat istilah atau pesan fatwa yang disampaikan oleh komunikator (lembaga fatwa). Adapun kata atau istilah yang diujikan adalah sebagai berikut:

Tabel 2
Kata/istilah dalam Fatwa MUI

No	Kata/istilah	Contoh Kalimat	Penjelasan
1	Fatwa	<i>..dipandang perlu menetapkan fatwa tentang hukum menggunakan atribut keagamaan non-muslim..</i>	Fatwa adalah sebuah istilah mengenai pendapat atau tafsiran pada suatu masalah yang berkaitan dengan hukum Islam
2	Atribut Keagamaan	<i>menggunakan atribut keagamaan non-muslim adalah haram</i>	Atribut diartikan tanda kelengkapan, adapun atribut keagamaan adalah atribut yang digunakan sebagai identitas umat beragama tertentu
3	Akidah	<i>..tidak mencampurkan antara akidah dan ibadah Islam dengan keyakinan agama lain..</i>	Akidah berarti kepercayaan, keyakinan, atau keimanan, dalam Alquran akidah adalah keimanan kepada Allah SWT yakni mengakui kewujudannya
4	Toleransi	<i>..sebagian umat Islam atas nama toleransi dan persahabatan, menggunakan atribut dan/ atau simbol keagamaan non-muslim..</i>	Suatu sikap saling menghormati dan menghargai antarkelompok atau individu dalam masyarakat
5	Bid'ah	<i>Di antara bid'ah yang paling buruk adalah tindakan kaum muslimin mengikuti kaum Nasrani di hari raya mereka..</i>	Perbuatan yang dikerjakan tidak menurut contoh yang sudah ditetapkan

No	Kata/istilah	Contoh Kalimat	Penjelasan
6	<i>Tasyabuh</i>	<i>..sikap menyerupai (tasyabuh) dengan orang-orang kafir dan menyamai mereka dalam hari-hari raya..</i>	Memiliki arti menyerupai atau mencontoh

Pada tahapan berikutnya, peneliti menguji tingkat pemahaman komunikasi Muslim yang bekerja di tempat usaha non-muslim seperti hotel, mal, rumah makan, kafe, pusat penjualan *handphone* serta kalangan mahasiswa tentang penggunaan kata-kata/istilah tersebut di atas. Uji coba dilakukan dengan menggunakan teknik tanya jawab. Komunikasi yang dipilih terdiri dari 10 orang pekerja dan 10 orang mahasiswa IAIN Samarinda serta 10 perwakilan Ikatan Keluarga Alumni Program Kaderisasi Ulama Kalimantan Timur. Pemahaman masing-masing komunikasi dapat terlihat pada saat peneliti memberikan beberapa pertanyaan di atas sehingga dapat disimpulkan pemahaman mereka tentang kata-kata atau istilah yang digunakan tidak sama.

Tabel 3
Kesimpulan Hasil Pemahaman Komunikasi Terhadap Kata/istilah dalam Fatwa MUI

No	Komunikasi	Kata/istilah	Tingkat Pemahaman		
1	Pekerja, Mahasiswa, IKA PKU Kaltim	Fatwa	46% paham	27% tidak paham	27% kurang paham
		Atribut keagamaan	63% paham	0% tidak paham	37% kurang paham
		Akidah	90% paham	0% tidak paham	10% kurang paham
		Toleransi	70% paham	0% tidak paham	30% kurang paham
		<i>Bid'ab</i>	40% paham	33% tidak paham	27% kurang paham
		<i>Tasyabuh</i>	47% paham	33% tidak paham	20% kurang paham

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pemahaman terhadap kata/istilah pesan fatwa tersebut berbeda-beda: 1) Kalangan pekerja memiliki tingkat pemahaman yang rata-rata tidak memahami 6 kata/istilah tersebut. 2) Begitu pula kalangan mahasiswa sebagian kurang paham dengan kata/istilah pesan tersebut. 3) Adapun tingkat pemahaman pada kalangan Alumni Program Kaderisasi Ulama lebih sedikit paham akan kata/istilah pesan tersebut. Kendati demikian peneliti hanya ingin melihat sejauh mana pemahaman yang dipahami dari kata/istilah dalam penggunaan pesan fatwa tersebut di dalam masyarakat. Secara khusus penggunaan kata/istilah dalam fatwa ini cukup efektif, karena bisa dipahami oleh komunikan meskipun tingkat pemahamannya berbeda-beda.

Kata-kata/istilah yang di gunakan dalam fatwa ini ditanggapi oleh anggota komisi fatwa MUI Provinsi Kalimantan Timur pada saat peneliti melakukan wawancara. Disampaikan bahwa istilah yang digunakan tersebut telah dipertimbangkan dalam musyawarah yang dilakukan. Penggunaan kata/istilah (fatwa, atribut keagamaan, akidah, toleransi, *bid'ah*, *tasyabuh*) merupakan kata-kata umum, walaupun sebagian orang ada yang tidak memahami akan kata seperti *bid'ah*, *tasyabuh*.

b. Kalimat-Kalimat Pokok dalam Fatwa

Pada tahap ini peneliti mengumpulkan beberapa kalimat-kalimat pokok yang terdapat dalam fatwa untuk diuji efektivitasnya. Efektivitas yang dimaksud di sini adalah sejauhmana komunikan dapat menafsirkan atau memahami secara tepat pesan fatwa yang disampaikan oleh komunikator (lembaga fatwa). Adapun kalimat yang diujikan adalah sebagai berikut:

Tabel 4
Contoh Kalimat/Pesan Pokok Fatwa MUI

No	Kalimat-kalimat Pokok
1	Kalimat atau pesan tentang pelarangan menggunakan atribut keagamaan
2	Kalimat atau pesan mengenai haramnya fatwa tentang atribut keagamaan tersebut Nomor 56 Tahun 2016
3	Latar belakang dikeluarkannya fatwa dalam hal ini dijelaskan bahwa ada sebagian kafe, hotel, mal, restoran mengharuskan karyawan Muslim menggunakan atribut keagamaan non-muslim
4	Penetapan fatwa tersebut, memperhatikan bahwa keluarnya fatwa ini terkait pula adanya fatwa perayaan Natal bersama yang ditetapkan tanggal 7 Maret 1981
5	Dasar Negara Republik Indonesia 1945

Sama halnya dengan uji kata-kata/istilah, pada tahapan ini peneliti menguji tingkat pengetahuan komunikan Muslim yang bekerja di tempat usaha non-muslim seperti hotel, mal, rumah makan, kafe, pusat penjualan *handphone* serta kalangan mahasiswa tentang pengetahuan akan kalimat tersebut di atas. Uji coba dilakukan dengan menggunakan teknik tanya jawab. Untuk menguji akurasi jawaban komunikan, peneliti melakukan wawancara dengan berpedoman kepada penjelasan yang ada di tabel 4.2. Komunikan (responden) yang dipilih terdiri dari 10 orang pekerja dan 10 orang mahasiswa IAIN Samarinda serta 10 perwakilan Ikatan Keluarga Alumni Program Kaderisasi Ulama Kalimantan Timur.

Berdasarkan hasil tanya jawab dan wawancara, tingkat pengetahuan komunikan terhadap kalimat pesan fatwa yang disampaikan dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 5
Kesimpulan Hasil Pengetahuan Komunikasikan terhadap
Kalimat/pesan Fatwa MUI

No	Komunikasikan	Pernyataan Kalimat/ pesan Fatwa	Tingkat Pengetahuan		
1	Pekerja, Mahasiswa dan IKA PKU Kaltim	Kalimat atau pesan tentang pelarangan menggunakan atribut keagamaan	33% Iya	30% Tidak tahu	37% Kurang tahu
		Kalimat atau pesan mengenai haramnya fatwa tentang atribut keagamaan tersebut Nomor 56 Tahun 2016	33% Iya	40% Tidak tahu	27% Kurang tahu
		Latar belakang dikeluarkannya fatwa dalam hal ini dijelaskan bahwa ada sebagian kafe, hotel, mal, restoran mengharuskan karyawan Muslim menggunakan atribut keagamaan non- muslim	27% Iya	50% Tidak tahu	46% Kurang tahu
		Penetapan fatwa tersebut, memperhatikan bahwa keluarnya fatwa ini terkait pula adanya fatwa perayaan Natal bersama yang ditetapkan tanggal 7 Maret 1981	27% Iya	50% Tidak tahu	23% Kurang tahu
		Dasar Negara Republik Indonesia 1945	23% Iya	Tidak tahu	33% Kurang tahu

Hasil dari tiga komunikasikan, dalam tingkat pengetahuan di atas mulai dari kalangan pekerja sebanyak 10 komunikasikan, mahasiswa 10 komunikasikan dan Ikatan Alumni Program Kaderisasi Ulama sebanyak 10 komunikasikan. Secara umum dapat disimpulkan pengetahuan tentang kalimat/pesan fatwa tersebut dalam tiga kalangan yang berbeda. 1) Pada kalangan pekerja tingkat pengetahuan akan kalimat/pesan fatwa tersebut tidak tahu adanya fatwa MUI. 2) Adapun di kalangan mahasiswa tidak berbeda jauh dengan para pekerja yang tingkat pengetahuannya tentang kalimat/

pesan fatwa menunjukkan kurang tahu akan adanya fatwa tersebut. 3) Adapun tingkat pengetahuan pada tataran Alumni Program Kaderisasi Ulama akan kalimat/pesan fatwa mereka lebih dominan tahu akan fatwa tersebut walaupun sebagian kurang tahu. Kendati demikian peneliti hanya ingin melihat sejauh mana pemahaman yang dipahami dari kata/istilah dalam penggunaan pesan fatwa tersebut di dalam masyarakat.

Secara khusus kalimat/pesan fatwa ini kurang diketahui oleh para komunikan khususnya para pekerja dan mahasiswa, adapun pada kalangan IKA PKU Kaltim lebih megetahui tentang adanya fatwa tersebut.

Setelah mengetahui tingkat pengetahuan komunikan terhadap fatwa tersebut, peneliti kemudian melakukan wawancara kepada anggota Komisi fatwa MUI Provinsi Kalimantan Timur, untuk mendapatkan informasi mengenai sosialisasi fatwa tersebut kepada masyarakat. Dalam hal ini disampaikan bahwa sosialisasi yang dilakukan mengenai atribut keagamaan khususnya di Kalimantan Timur hanya sebatas pemberitahuan melalui surat yang ditujukan kepada pihak terkait, seperti hotel, mal, restaurant, dan kafe. Hal ini sebenarnya telah dilakukan khususnya ditujukan kepada umat Islam agar senantiasa menjaga akidahnya (Wibowo, 2015). Namun di satu sisi hal tersebut kembali kepada masyarakat, karena pada dasarnya tugas MUI menyampaikan fatwa tersebut bertujuan agar umat Islam terhindar dari perayaan-perayaan atau mengikuti hal-hal yang menjadi bagian dari tradisi agama non-muslim.

c. Substansi/Kualitas Fatwa

Secara substansi, ada pesan yang akurat dan ada yang asal-asalan, ada yang benar dan ada yang dusta. Dalam kategori ini pesan tidak selalu mengandung kebenaran. Di antara jenis pesan dalam Alquran yang memiliki pengaruh luas adalah pesan yang disebut dengan istilah *naba'*, apakah berita itu benar atau salah. Adapun

pesan yang mengandung kemungkinan benar atau dusta, salah atau benar, yang kedua-duanya memungkinkan disebut dengan *khabar*.

Pada tahap ini peneliti mencoba menguji kualitas atau pesan fatwa yang disampaikan kepada masyarakat tentang fatwa atribut keagamaan.

Jika kita melihat sejarah menunjukkan bahwa kepemilikan terhadap suatu atribut sesungguhnya dari mengikuti perkembangan zaman, apa yang sebelumnya menjadi tradisi agama atau budaya lain dan kemudian menjadi tradisi bersama (Fachruddin, 2016). Salah satu contohnya adalah tasbih (dalam Kristen: rosario), yang tidak murni berasal dari Islam, karena itu dianggap *bid'ah* oleh satu kelompok dalam Islam. Di Indonesia, ada *kentongan* untuk masjid yang pernah menjadi perdebatan di kalangan kiai NU generasi awal, satu menganggapnya *bid'ah* yang lain membolehkannya (Syafaq, 2014). Selanjutnya menara yang berasal dari kata Arab *manarah* (tempat perapian) untuk masjid; satu pendapat menyatakan menara diadopsi dari tradisi Zoroastrian; pendapat lain menyatakan ia berasal dari gereja Kristen Suriah yang ketika berada di bawah dinasti Umawi, diubah menjadi masjid. Hal lain seperti baju koko, yang bermula dari tradisi Tionghoa (tampak dari namanya: “engkoh-engkoh” menjadi “koko”). Lebih jauh bila atribut juga mencakup simbol, bahwa lambang nasional kita, burung Garuda, yang berasal dari tradisi Hindu: Garuda adalah tunggangan (*vahana*) Wisnu. Dengan melihat sejarah tersebut maka timbul pertanyaan, atribut seperti apa yang dimaksud dalam fatwa MUI tersebut?

Pertama, pada tataran judul dan butir-butir keputusan fatwa tersebut tidak secara eksplisit dinyatakan bahwa yang dimaksud dengan istilah non-muslim adalah umat atau pemeluk agama Kristen. Namun dari latar belakang dan konteks terbitnya fatwa ini dapat dipahami bahwa yang dimaksud dengan istilah itu adalah umat Kristen.

Kedua, definisi atribut keagamaan yang dimaksudkan oleh fatwa MUI tersebut, tidak secara rinci disebut apa-apa saja yang dimaksud dengan atribut atau simbol keagamaan non-muslim yang dinyatakan haram. Kendati demikian pada keputusan, ketentuan umum dinyatakan bahwa dalam fatwa ini yang dimaksud dengan atribut keagamaan adalah sesuatu yang dipakai dan digunakan sebagai identitas, ciri khas atau tanda tertentu dari suatu agama dan/atau umat beragama tertentu, baik terkait dengan keyakinan, ritual ibadah, maupun tradisi agama tertentu. Fatwa tersebut tidak menyebut Natal dan umat Kristiani secara eksplisit (Manan, 2016). Namun lebih jauh timbul pertanyaan mengenai luasnya cakupan makna atribut non-muslim ini. Kendati tidak disebut secara rinci, namun dapat diduga bahwa yang dimaksud adalah pernak-pernik yang digunakan banyak orang untuk merayakan hari Natal, misalnya pohon terang dengan berbagai hiasannya, bintang, lonceng, topi sinterklas, topi bertanduk rusa, kereta salju, lilin.

Dengan itu untuk mempertajam makna dari atribut keagamaan yang dimaksud oleh MUI, selain musyawarah dengan para ulama, perlu pula adanya ahli sejarah yang termasuk di dalamnya. Sehingga fatwa tersebut dapat dipahami dengan jelas oleh masyarakat (Iswahyudi, 2017). Walaupun sebenarnya sebagian masyarakat mengetahui apa itu atribut keagamaan, namun pengetahuan mereka tentang atribut keagamaan yang dimaksud oleh isi fatwa MUI belum dipahami secara jelas.

Fatwa ini sebenarnya mengandung pesan untuk umat Islam agar tetap menjaga kerukunan hidup antara umat beragama dan memelihara harmoni kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara tanpa menodai ajaran agama, serta tidak mencampuradukkan antara akidah dan ibadah Islam dengan keyakinan agama lain (Muzakka, 2018).

Namun apabila fatwa MUI yang dimaksudkan adalah penggunaan atribut Natal, maka terbitnya fatwa haramnya menggunakan atribut keagamaan non-muslim, orang yang tadinya biasa saja menggunakan atribut sinterklas, akan menolak karena alasan keagamaan. Padahal, tak sedikit tahun-tahun sebelumnya menggunakan atribut sinterklas tetapi tetap dapat menjalankan perintah agama Islam dengan baik. Artinya, tidak ada pendangkalan akidah setelah menggunakan atribut keagamaan non-muslim (seperti yang ditakutkan MUI).

Adapun pesan fatwa MUI tersebut merupakan hal yang patut dihargai. Komisi fatwa MUI menyebutkan terkait fatwa tentang atribut keagamaan non-muslim yang disampaikan mengandung hal yang kurang dipahami dan kurang diterima oleh masyarakat, namun di satu sisi fatwa itu merupakan hal penting agar umat Islam senantiasa dapat menjaga akidahnya. Karena pada dasarnya MUI adalah tempat wadah para ulama, dimana tugas pokoknya adalah untuk menyampaikan pesan kepada umat agar senantiasa berada di jalan Allah SWT.

d. Implikasi Fatwa dalam Upaya Mendukung Kerukunan Umat Beragama di Indonesia

Lahirnya fatwa MUI tentang atribut keagamaan telah melahirkan perdebatan publik, baik dari segi substansi fatwa, momentum maupun penafsiran. Perdebatan-perdebatan tersebut pada akhirnya menimbulkan pertanyaan penting lainnya, sejauhmana fatwa ini mampu menjadi wahana bagi upaya “menjaga kerukunan hidup antar umat beragama dan memelihara harmoni kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara”?

Sebagaimana tertuang dalam fatwa, salah satu tujuan fatwa ini adalah agar umat Islam tetap menjaga kerukunan hidup antar umat beragama dan memelihara harmoni kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara tanpa menodai

ajaran agama. Lebih jauh, umat Islam diajak untuk memahami kebhinekaan sebagai “kesadaran terhadap perbedaan” (Rumapea, 2016). Sadar terhadap perbedaan bukan hal yang salah di dalam dirinya sendiri. Masalahnya ialah bagaimana perbedaan itu dikelola. Apakah dengan *menajamkannya*, sehingga perbedaan-perbedaan perlu dipertegas hingga hal-hal minor perlu disengketakan dan dibesar-besarkan, atau *menjembatannya*, sehingga saling memahami didahulukan, dialog diutamakan, dan penghakiman bisa ditunda, tentu tanpa maksud menyamakan atau mencapuradukkan. Kita memahami bahwa keputusan yang ditetapkan oleh MUI adalah keputusan yang baik bagi umat Islam, tujuannya agar umat Islam tidak terpengaruh dengan keyakinan selain agama Islam. Para ulama khawatir jika di masyarakat akan timbul keyakinan baru pada saat mengikuti perayaan-perayaan non-muslim apalagi sampai memakai atribut keyakinan mereka dan mempengaruhi akidah umat Islam (Hapsin, 2014).

Lebih jauh fatwa yang dikeluarkan MUI Nomor 56 tahun 2016 tentang larangan menggunakan atribut keagamaan non-muslim ini telah menjadi salah satu perbincangan khalayak, baik media konvensional maupun sosial. Persoalan ini menjadi sangat sensitif di tengah kondisi kebangsaan kita yang belakangan kurang kondusif akibat diterpa isu-isu yang cenderung bernuansa SARA sampai kepada persoalan kasus penistaan agama yang cukup banyak menghabiskan energi bangsa ini. Sehingga wajar jika kemudian sebuah fatwa yang semestinya tidak mengikat bagi umat Muslim, justru menjadi diskursus viral di berbagai media (Hamidah, 2016).

Seperti diketahui MUI memegang peran penting dalam hal menjaga kerukunan umat beragama. Idealnya, fatwa tersebut memberikan solusi terhadap kerukunan umat beragama di Indonesia. Dalam konteks nasional, fatwa ini telah memicu berbagai aksi dan reaksi, mulai dari sosialisasi ditempat publik seperti

sweeping yang dilakukan oleh Front Pembela Islam (C. Indonesia, 2016). Aksi *sweeping* tersebut dilakukan di berbagai tempat yang ada di Surabaya. Hingga kekerasan di kafe atas nama sosialisasi yang telah menimbulkan keresahan (Kompas, 2016). Fatwa ini juga memunculkan pro kontra, bukan saja di dalam internal umat Islam, tetapi juga di kalangan umat non-muslim. Pro kontra tersebut bersumber dari bervariasinya pandangan di kalangan umat Islam mengenai masalah pemakaian atribut non-muslim.

Salah satu poin penting yang dipersoalkan dalam fatwa tersebut adalah penggunaan kata “kafir” untuk non-muslim. Menurut Jan Sihar Aritonang (JSA), dari Sekolah Tinggi Teologi (STT) Jakarta, pelabelan “kafir” bagi orang-orang non-muslim (khususnya umat Kristiani) bisa memperkeruh suasana hubungan antar umat beragama di Indonesia. Menurutnya, penggunaan kata “kafir” yang digunakan sebagai penanda (*signifier*) oleh umat Islam bisa juga bermakna peyorasi dan dianggap meresahkan bagi umat agama lain (R. Indonesia, 2018).

Kontroversi penggunaan istilah “kafir” dan munculnya ragam penafsiran pasca fatwa tersebut dikeluarkan turut mengancam harmonisasi hubungan antar agama di Indonesia. Meskipun MUI menyatakan bahwa fatwa tersebut dibuat dalam rangka penghormatan kepada prinsip kebhinekaan dan kerukunan beragama, tetapi faktanya justru berpotensi memperlebar jurang komunikasi, terutama antara umat Islam dan umat Kristiani (Wijayanti, 2016). Keputusan MUI tentang hukum haram menggunakan atribut non-muslim dianggap tidak relevan dengan situasi kondisi bangsa ini, karena negara Indonesia merupakan negara yang plural (Haryanto, 2013). Berbagai suku dan agama yang berbeda terdapat di negara Republik Indonesia ini. Apabila fatwa itu diberlakukan untuk umat Islam, bagaimana dengan masyarakat yang bekerja di tempat usaha non-muslim, akankah

tidak berpengaruh dengan pekerjaannya. Namun di balik itu, ada pula yang menilai bahwa tidak ada masalah dikeluarkannya fatwa ini, bahkan baik untuk menjaga akidah umat Islam.

Dalam konteks lokal, khususnya Samarinda, peneliti juga berusaha melihat sejauhmana implikasi fatwa tersebut terhadap umat Islam, khususnya mereka yang bekerja di tempat usaha non-muslim. Dengan menggunakan teknik wawancara, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa mereka yang bekerja di tempat usaha non-muslim cenderung menganggap penggunaan atribut keagamaan non-muslim, khususnya atribut natal, tidak mempengaruhi akidah mereka. Bagi mereka, pekerjaan adalah sesuatu yang harus dilakukan secara profesional tanpa harus dikait-kaitkan dengan urusan agama. Walaupun demikian, sebagian pekerja yang lain mengatakan bahwa mereka tetap menghormati putusan MUI dan setuju pelarangan fatwa tersebut. Fatwa tersebut dianggap penting agar pihak perusahaan non-muslim tidak semena-mena memberikan keputusan dalam penggunaan atribut keagamaan mereka.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa dari 4 tempat usaha yang peneliti kunjungi terdapat 1 tempat yang mengharuskan karyawannya menggunakan atribut yang biasa digunakan saat Natal, sementara 3 tempat yang lain masih memberikan toleransi kepada karyawannya, dalam arti tidak memaksa karyawan menggunakan atribut dalam perayaan hari besar mereka.

Berdasarkan kajian peneliti, dari sisi substansi, fatwa MUI tersebut lebih mengedepankan persepektif teologisnya dan cenderung mengabaikan perspektif lain dalam melihat fenomena perayaan keagamaan, termasuk Natal. Akibatnya, berpedoman pada persepektif teologis saja bisa memicu penafsiran-penafsiran lain yang pada gilirannya menyebabkan tindakan-tindakan yang dampaknya bisa merenggangkan solidaritas dan kohesi social

(Rumapea, 2016). Dalam konteks lokal, persepsi masyarakat muslim di kota Samarinda terhadap fatwa tersebut juga cukup beragam. Meski dianggap penting, fatwa pelarangan penggunaan atribut agama lain tidak selalu harus dikaitkan dengan isu akidah, tapi juga merupakan bagian dari aksesoris yang dinikmati publik, sebagai bagian dari profesionalitas pekerjaan. Pada akhirnya, peneliti ingin menegaskan bahwa berbagai data terkait aksi dan reaksi pro-kontra pasca fatwa menjadi bukti bahwa fatwa tersebut turut berdampak kepada hubungan umat beragama di Indonesia, meskipun dampaknya tidak terlalu signifikan.

IV. KESIMPULAN

Mayoritas komunikan dari kalangan pekerja dan mahasiswa memiliki pemahaman yang rendah terhadap kata-kata/istilah yang terkandung dalam fatwa, adapun kalangan Ikatan Keluarga Alumni Program Kaderisasi Ulama memiliki pemahaman yang lebih baik tentang fatwa tersebut. Selanjutnya ditinjau dari segi kualitas pesan, fatwa yang disampaikan dalam definisi atribut keagamaan tidak secara rinci menyebutkan apa saja yang dimaksud dengan atribut keagamaan. Sehingga persepsi masyarakat akan definisi tersebut berbeda-beda.

Pada ranah nasional muncul aksi *sweeping* yang dilakukan oleh organisasi masyarakat seperti FPI. Salah satu poin penting yang dipersoalkan dalam fatwa tersebut adalah penggunaan kata “kafir” untuk non-muslim. Berdasarkan kajian peneliti dari sisi substansi, fatwa MUI tersebut lebih mengedepankan persepektif teologis dan cenderung mengabaikan persepektif lain dalam melihat fenomena perayaan keagamaan, termasuk Natal. Akibatnya, berpedoman pada persepektif teologis saja bisa memicu penafsiran-penafsiran lain yang pada gilirannya menyebabkan tindakan-tindakan yang dampaknya bisa merenggangkan solidaritas dan kohesi sosial.

Dalam konteks lokal, persepsi masyarakat muslim di kota Samarinda

terhadap fatwa tersebut juga cukup beragam. Meski dianggap penting, fatwa pelarangan penggunaan atribut agama lain tidak selalu harus dikaitkan dengan isu akidah, tapi juga merupakan bagian dari aksesoris yang dinikmati publik, sebagai bagian dari profesionalitas pekerjaan. Pada akhirnya, peneliti ingin menegaskan bahwa berbagai data terkait aksi dan rekasi pro-kontra pasca fatwa menjadi bukti bahwa fatwa tersebut turut berdampak kepada hubungan umat beragama di Indonesia, meskipun dampaknya tidak terlalu signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, B. (2015). Fatwa Dan Demokrasi : Studi Terhadap Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). *At-Tabdzib: Jurnal Studi Islam Dan Muamalah*, 3(1), 11–34.
- Daulay, M. Z. (2001). *Mereduksi Konflik Antarumat Beragama di Indonesia*. Jakarta: Badan Litbang Agama dan Diklat Keagamaan Departemen Agama RI.
- Fachruddin, A. A. (2016). Fatwa MUI, Atribut Natal, dan Soal Kerukunan. In *My Hat's Off to the pauses that refreshes*. Yogyakarta: CRCS.
- Fathoni, N. (2015). Analisis Normatif-Filosofis Fatwa Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama' Indonesia (DSN-MUI) Tentang Transaksi Jual Beli pada Bank Syari'ah. *Al-Ahkam*, 25(2), 139. <https://doi.org/10.21580/ahkam.2015.25.2.596>
- Fauzi, I. A. (2009). Pola-pola Konflik Keagamaan di Indonesia (1990-2008). In *Laporan Penelitian*. Jakarta: The Asia Foundation, MPRK-UGM, YWP.
- Hamidah, H. (2016). Strategi Membangun Kerukunan Umat Beragama. *Wardah : Jurnal Dakwah Dan Kemasyarakatan*, 17(2), 123–136.
- Hamzah, M. M. (2017). Peran dan Pengaruh Fatwa MUI dalam Arus Transformasi Sosial Budaya di Indonesia. *Millah: Jurnal Studi Agama*, 1(1), 127–154. <https://doi.org/10.20885/MILLAH.VOL17.ISS1.ART7>
- Hapsin, A. (2014). Urgensi Regulasi Penyelesaian Konflik Umat Beragama: Perspektif Tokoh Lintas Agama. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 22(2), 351–380. <https://doi.org/10.21580/171>

WS.22.2.270

- Haq, H. (2002). *Jaringan Kerjasama Antarumat Beragama: Dari wacana ke aksi nyata*. Jakarta: Titahandalusia Press.
- Haryanto, J. T. (2013). Kontribusi Ungkapan Tradisional dalam Membangun Kerukunan Beragama. *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 21(2), 365–392. <https://doi.org/10.21580/WS.21.2.250>
- Hasyim, S. (2015). Fatwa Aliran Sesat dan Politik Hukum Majelis Ulama Indonesia (MUI). *Al-Ahkam*, 25(2), 241. <https://doi.org/10.21580/ahkam.2015.25.2.810>
- Indiyanto, A. (2013). *Agama di Indonesia dalam Angka*. Yogyakarta: CRCS.
- Indonesia, C. (2016). Polri dan MUI Sepakat Larang Razia Atribut Natal. Retrieved June 26, 2018, from <https://m.cnnindonesia.com/nasional/20161220215053-20-181113/polri-mui-sepakat-larang-razia-atribut-natal.html>
- Indonesia, R. (2018). Menimbang Fatwa MUI tentang larangan Memakai Atribut Non-Muslim.
- Iswahyudi, . (2017). MUI dan Nalar Fatwa-fatwa Eksklusif. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum & Pranata Sosial*, 11(2), 361. <https://doi.org/10.19105/al-ihkam.v11i2.785>
- Kompas. (2016). MUI Tak Boleh Ada Sweeping Atribut Keagamaan.
- Manan, A. (2016). Diskursus Fatwa Ulama Tentang Perayaan Natal. *MIQOT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 40(1). <https://doi.org/10.30821/miqot.v40i1.213>
- MUI. (2016a). Hukum Menggunakan Atribut Keagamaan Non Muslim.
- MUI. (2016b). Pedoman Dasar MUI 1975.
- Muzakka, A. K. (2018). Otoritas Keagamaan dan Fatwa Personal di Indonesia. *Epistemé: Jurnal Pengembangan Ilmu Keislaman*, 13(1), 63–88. <https://doi.org/10.21274/epis.2018.13.1.63-88>
- Rumapea, M. E. (2016). Kedewasaan Beragama Salah Satu Wujud Kerukunan Beragama. *JUPIIS: JURNAL PENDIDIKAN ILMU-ILMU SOSIAL*, 8(1), 15–25. <https://doi.org/10.24114/JUPIIS.V8I1.3679>
- Sajari, D. (2015). Fatwa MUI tentang Aliran Sesat di Indonesia (1976-2010). *MIQOT: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 39(1). <https://doi.org/10.30821/miqot.v39i1.38>
- Syafaq, H. (2014). Kontroversi Seputar Tradisi Keagamaan Populer dalam Masyarakat Islam. *ISLAMICA: Jurnal Studi Keislaman*, 2(1), 1.

<https://doi.org/10.15642/islamica.2007.2.1.1-15>

- Taher, E. P. (2009). *Merayakan Kebebasan Beragama Bunga Rampai 70 Tahun Djohan Effendi*. Jakarta: ICRP.
- Wibowo, R. A. (2015). Fatwa MUI tentang Penyimpangan Ajaran Islam dan Tindakan Pelanggaran Kebebasan Berkeyakinan. *Teosofi: Jurnal Tasawuf Dan Pemikiran Islam*, 3(1), 117. <https://doi.org/10.15642/teosofi.2013.3.1.117-145>
- Wijayanti, T. Y. (2016). Konsep Kebebasan Beragama Dalam Islam dan Kristen. *Profetika: Jurnal Studi Islam*, 17(01), 16. <https://doi.org/10.23917/profetika.v17i01.2097>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)
Vol. 3, No. 2, Juli - Desember 2018

Editorial Team

Editor-In-Chief

Imam Mujahid, (SCOPUS ID : 57208214175);
IAIN Surakarta, Indonesia

Editorial Board

Waryono Abdul Ghafur, UIN Sunan Kalijaga, Indonesia
Diajeng Laily Hidayati, IAIN Samarinda, Indonesia
Akhmad Anwar Dani, IAIN Surakarta, Indonesia
Ahmad Saifuddin, IAIN Surakarta, Indonesia
Abraham Zakky, IAIN Surakarta, Indonesia
Rhesa Zuhriya Pratiwi, IAIN Surakarta, Indonesia

Alamat Redaksi :

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta
Jl. Pandawa No. 1, Pucangan, Kartasura,
Sukoharjo, Jawa Tengah 57168
Phone : +62 271 - 781516
Fax : +62 271 - 782774

Surel : journal.albalagh@gmail.com, journal.albalagh@iain-surakarta.ac.id
Laman : <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/al-balagh>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 3, No. 2, Juli - Desember 2018

Daftar Isi

Fatwa MUI tentang Atribut Keagamaan dalam Perspektif Komunikasi Dakwah <i>Mubd. Maryadi Adha</i>	149 - 174
Refleksi Kebenaran: Prinsip Kejujuran Sebagai Komunikasi Spiritual Anak di Era Digital <i>Muhamad Iqbal & Cesilia Prawening</i>	175 - 192
Hambatan Komunikasi Pendamping Sosial <i>Imam Alfi</i>	193 - 210
Korelasi Penggunaan <i>Gadget</i> Terhadap Kepuasan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Disabilita <i>Nisa Azizah & Arina Rahmatika</i>	211 - 234
Mahasiswa dan Keputusan Memilih Jurusan (Analisis Kuantitatif Pada Mahasiswa KPI IAIN Surakarta Angkatan 2017/2018) <i>Agus Sriyanto</i>	235 - 258
Kepuasan Mahasiswa KPI IAIN Surakarta dalam Pemilihan Konsentrasi Jurusan <i>Eny Susilowati & Rhesa Zubriya Briyan Pratiwi</i>	259 - 292

REFLEKSI KEBENARAN: PRINSIP KEJUJURAN SEBAGAI KOMUNIKASI SPIRITUAL ANAK DI ERA DIGITAL

DOI : <http://dx.doi.org/10.22515/balagh.v3i2.1402>

Muhamad Iqbal
Cesilia Prawening
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

Abstract

Keywords:

Honesty and
Spiritual
Communication
Principles, Religious
truths

The digital era is shown by the swift flow of information that is directly consumed by every layer of society, including children. Children who always witness public lies with claims of religious truth result in low social and emotional attitudes of children. This type of research is library research and this research is a qualitative descriptive study. Research concludes that the principle of honesty through reflective efforts will provide space for awareness of God and humans. This paper contributes to describing the understanding of spiritual communication in the digital era

Abstrak

Kata Kunci:

Prinsip Kejujuran
dan Komunikasi
Spiritual,
Kebenaran
beragama

Era digital ditunjukkan dengan derasny arus informasi yang secara langsung dikonsumsi oleh setiap lapisan masyarakat termasuk anak-anak. Anak-anak yang selalu menyaksikan kebohongan publik dengan klaim kebenaran beragama berakibat pada rendahnya sikap sosial dan emosi anak. Jenis penelitian ini adalah penelitian kepustakaan (*library research*) dan penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian menyimpulkan bahwa prinsip kejujuran melalui upaya reflektif akan memberikan ruang kesadaran kepada Tuhan dan juga manusia. Tulisan ini berkontribusi untuk mendeskripsikan pemahaman komunikasi spiritual di era digital.

I. PENDAHULUAN

Salah satu fenomena digital yang dihadapi masyarakat abad 21 adalah kecepatan akses informasi yang tidak terbendung. Munculnya teknologi informasi yang sederhana atau yang kita kenal dengan media sosial turut memengaruhi, bahkan menumbuhkan pola kepribadian masyarakat. Media sosial yang memuat informasi dengan mudah memberikan kepercayaan publik. Rendahnya nalar kritis masyarakat membuat mereka tidak mampu membedakan informasi yang benar dan salah. Dalam bahasa agama, tidak sedikit masyarakat menjadi *taqlid*.

Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2018) menunjukkan, bahwa pengguna internet di Indonesia pada 2017 mencapai 143,26 juta orang. Sedangkan, tahun sebelumnya 132,7 juta orang. Mayoritas pengguna internet di Indonesia mengakses media sosial (medsos). Derasnya informasi media sosial tersebut tidak diimbangi dengan literasi digital masyarakat kita. Ujaran kebencian dan informasi palsu/*hoax* yang meresahkan, bahkan berujung pada pertikaian dan saling tuduh. Hal ini diperparah dengan hasil jajak pendapat yang dilakukan oleh Kompas yang menunjukkan bahwa hanya sepertiga bagian responden (36,7 persen) yang selalu mengecek kebenaran sebuah berita. Lebih dari separuh responden menyatakan jarang memeriksa atau sesekali mengecek kebenaran informasi. Padahal, hampir separuh bagian responden mengaku tidak yakin dengan kebenaran berita yang mereka sebarkan.

Hal yang lebih miris adalah banyak pengguna media sosial tidak saja menebarkan informasi aktual, tetapi juga meneguhkan klaim kebenaran dan menganggap pihak lain salah. Hal ini tentu menciptakan kekhawatiran tersendiri bagi seluruh lapisan masyarakat termasuk anak-anak sebagai generasi bangsa. Anak-anak berbeda dengan orang dewasa yang memiliki nalar kritis lebih baik. Apabila anak-anak tidak bisa mengenali batas antara kecurangan dan kejujuran, mereka akan tumbuh menjadi pribadi yang pragmatis dan mudah mendapat pengaruh negatif (Dewayani, 2016). Anak-anak adalah aset berharga bangsa yang harus dipersiapkan sehingga, anak-anak membutuhkan perkembangan dan pertumbuhan yang baik.

Saat ini anak-anak tumbuh di zaman yang mengandung arus informasi yang sangat deras. Selain itu, alat teknologi dan informasi, seperti gawai, internet, dan sejenisnya, mudah dijangkau oleh anak-anak. Isi dari informasi-informasi tersebut ada yang bersifat positif dan ada pula yang bersifat negatif. Informasi positif adalah informasi yang mengandung unsur pembelajaran yang bermanfaat bagi perkembangan anak-anak. Adapun konten informasi yang bersifat negatif adalah informasi yang berpotensi merusak pemikiran dan perkembangan anak-anak. Pengaruh negatif dari kemajuan teknologi dan informasi ini menurut Ngafifi (2014) dan Nurhaidah & Musa (2015) misalkan kemerosotan moral, kenakalan, dan penyimpangan. Terlebih lagi, ketika saat ini kehidupan dipenuhi oleh dinamika politik dan agama, terdapat banyak sekali informasi palsu yang memuat kebencian yang berasal dari oknum yang mengatasnamakan agama. Bahkan, hal itu disukai dan diamini oleh ribuan orang.

Banyak orang yang menerima informasi semacam ini kemudian tidak mengklarifikasi. Justru, muncul banyak prasangka. Prasangka memang berpotensi besar terjadi ketika seseorang menerima informasi karena menurut Baron & Byrne (2004) ketika seseorang berprasangka maka, tidak perlu repot-repot melakukan pengecekan. Selain itu, menurut Martono (2012) perkembangan teknologi yang mengandung banyak informasi membuat seseorang mengalami perubahan kecenderungan berpikir. Di sisi lain, menurut Susanto (2016), hal terpenting bagi masyarakat adalah memenuhi kebutuhan informasi sepihak sesuai dengan keinginan dan kepentingannya. Faktor-faktor ini menyebabkan seseorang menerima informasi, meskipun validitas dan kebenaran informasi tersebut tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Berbagai kondisi yang diakibatkan oleh perkembangan teknologi dan arus informasi tersebut bisa berdampak pada diri anak, salah satunya akan berpotensi mengganggu perkembangan emosi dan sosial anak. Terlebih lagi jika meninjaunya berdasarkan perspektif bioekologi (Bronfenbrenner, 2005; (Mubasyaroh, 2017; Kamenopoulou, 2016; Alvi, Usman, &

Amjad, 2018), apapun yang terjadi pada lingkungan anak, baik lingkungan mikrosistem, mesosistem, kronosistem, dan makrosistem, akan dapat berdampak pada perkembangan anak. Salah satunya adalah informasi yang dibawa oleh teknologi. Anak-anak akan memahami bahwa informasi yang didupakannya adalah benar. Tentu hal ini bisa berpotensi menimbulkan dampak buruk jika anak tidak memahami bahwa tidak setiap informasi adalah benar. Dengan demikian, anak-anak harus diberikan pemahaman tentang perbedaan mana informasi dan pengetahuan.

Pada titik ini, anak sejak dini membutuhkan prinsip kejujuran sebagai resistensi moral anak. Kejujuran sebagai prinsip moral pertama yang dikenalkan Nabi Muhammad SAW sebelum masa kenabiannya. Bukan tanpa sebab, prinsip kejujuran yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW terbukti menguatkan dan memperkokoh karakter dan kepribadian Nabi Muhammad SAW. Nabi Muhammad SAW tumbuh dengan kerendahan hati, sikap terbuka, disiplin diri, lemah lembut dan kasih sayang yang berlimpah. Sehingga, kejujuran inilah yang membuat Nabi Muhammad SAW mendapat gelar Al-Amin serta membawa masyarakat yang memiliki peradaban.

Dengan demikian, kejujuran yang berasal dari nurani manusia tentu tidak akan memunculkan kebencian ataupun kekerasan. Prinsip kejujuran yang diperkenalkan Nabi Muhammad SAW merupakan kejujuran sebagai upaya reflektif dalam memberikan respons yang baik kepada orang lain. Kejujuran inilah yang kemudian dapat bertahan dan menjadi komunikasi spritual dalam menyebarkan Islam yang *rahmatan lil ‘alamîn*.

Penelitian tentang kejujuran sudah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Suud & Subandi (2017) melakukan penelitian yang membahas dampak dari kejujuran ditinjau dari perspektif psikologi Islam. Tulisan tersebut menjelaskan kajian konsep dan empiris kejujuran. Kajian tersebut menghasilkan bahwa makna kejujuran adalah kesesuaian antara ucapan, perbuatan, dan perasaan yang sebenarnya. Kejujuran dideskripsikan dapat menghasilkan ketenangan, baik secara fisik maupun psikis. Fokus dari

penelitian tersebut ada pada pendekatan psikologi dalam Islam. Persamaan antara tulisan peneliti dengan tulisan tersebut adalah subjek yang dikaji sama-sama mendalami tentang kejujuran. Hanya saja gambaran yang diberikan masih sangat umum.

Penelitian lain tentang kejujuran dalam konteks anak dan pendidikan adalah penelitian Karuniawati, Agusti, & A'izzatunni'mah (2018) tentang *assertive training* untuk meningkatkan karakter jujur pada siswa SD; penelitian Fadillah (2012) mengenai kejujuran sebagai salah satu pendongkrak pendidikan karakter di sekolah; penelitian Sukmawati (2016) tentang peran kejujuran akademik (*academic honesty*) dalam pendidikan karakter studi pada mahasiswa; penelitian Fitri, Safei, & Marjuni (2016) yang menghasilkan bahwa kejujuran berpengaruh pada hasil belajar siswa; penelitian Arianto (2016) tentang pengaruh Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Pramuka terhadap pembentukan karakter jujur mahasiswa; penelitian Khotimah, Fadhli, & Habibi (2017) yang menghasilkan teknik *Classroom Developmental Bibliotherapy* efektif dalam meningkatkan kejujuran akademik dalam pembelajaran; penelitian Muhasim (2017) tentang studi fenomenologi terhadap kejujuran masyarakat modern; penelitian Messi & Harapan (2017) tentang menanamkan nilai-nilai kejujuran di dalam kegiatan madrasah berasrama; penelitian Liana (2018) mengenai strategi menanamkan kejujuran pada peserta didik menjelang ujian nasional; penelitian Amin (2017) tentang peran guru dalam menanamkan nilai kejujuran pada lembaga pendidikan; dan penelitian Baharuddin (2016) tentang cara meningkatkan kejujuran siswa dengan konseling kelompok berbasis nilai-nilai Islam.

Kajian dalam jurnal ini berbeda dengan penelitian terdahulu. Pertama, perbedaan tersebut terletak pada metode penelitian yang digunakan, yaitu kajian literatur. Kajian ini merupakan penelitian dokumen (*library research*) dengan pendekatan tekstual dan fenomenologi. Pendekatan tekstual dilakukan dengan kajian teoritis yang mendalam terhadap objek penelitian, yaitu prinsip kejujuran sebagai komunikasi spritual. Selain itu, penelitian

ini merupakan penelitian deskriptif sebagai ciri penelitian kualitatif. Kedua, perbedaan dengan penelitian terdahulu terletak pada rumusan masalah dan pertanyaan penelitian. Ketiga, perbedaan terletak pada lokasi penelitian. Selain itu, penelitian mencoba mengelaborasi perspektif kajian keislaman, komunikasi, dan psikologi. Berdasarkan berbagai penjelasan tersebut, maka muncul pertanyaan penelitian, yaitu bagaimana penerapan kejujuran dalam rangka untuk merefleksikan kebenaran sebagai salah satu cara anak berkomunikasi di era digital saat ini?

II. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Refleksi Kebenaran dalam Beragama

Refleksi merupakan upaya melihat kembali *innerprocess* dalam pikiran dan perasaan. Bagi John Dewey (1997; Wasitohadi, 2014) karakter individu yang reflektif adalah memiliki keterbukaan pikiran, kemauan untuk menerima tanggungjawab terhadap pandangan pribadi, serta keberanian menghadapi rasa takut dan ketidakpastian serta penuh antusiasme. Fenomena peneguhan kebenaran yang tersebar di media sosial (medsos) dengan mengatasnamakan agama menjadi perhatian yang serius. Sangat disayangkan, masyarakat tidak banyak yang melakukan upaya reflektif setiap kali mendapatkan informasi. Dengan kata lain, tidak banyak masyarakat yang mengecek kebenaran dari informasi tersebut. Kebenaran yang disampaikan hanya berlandaskan kepentingan pribadi dan memperkokoh bahwa dirinya benar dan menyudutkan bahwa pihak lain salah.

Sudarminta (2007) dalam ceramahnya menjelaskan bahwa upaya peneguhan kebenaran dengan sikap kritis seharusnya tidak saja ditujukan pada klaim kebenaran orang lain, tetapi juga pada dirinya sendiri. Menurutnya, bahwa orang yang benar adalah orang yang jujur dan tulus. Mustahil ketulusan memunculkan kekerasan dan kebencian. Bahkan, Nabi Muhammad SAW pun dalam menyampaikan ajaran agamanya selalu mengutamakan ketulusan dan kelemahlembutan. Nabi Muhammad SAW memberikan contoh nyata dalam berdakwah melalui upaya reflektifnya.

Beliau memiliki kebiasaan menyuapi seorang nenek tua Yahudi yang selalu menjelekkan Nabi Muhammad SAW di hadapannya sendiri.

Ketulusan dan kejujuran tidak dapat memunculkan kebencian dan kekerasan karena ketulusan dan kejujuran tidak mengandung unsur prasangka. Seseorang yang tulus akan mencari kebenaran informasi yang diterima dan kemudian menyampaikan informasi dengan jujur.

Dengan demikian, Nabi Muhammad SAW dalam menyampaikan kebenaran ajaran agamanya selalu mengutamakan ketulusan. Sama halnya dengan pernyataan di awal bahwa orang yang benar adalah orang yang jujur dan tulus. Sehingga dalam praktik beragama dan bermoral, orang yang benar adalah orang yang beriman dan berperilaku baik. Sebab penentuan benar dan salah inilah yang harus memiliki keterlibatan dengan manusia sehingga nilai moral manusia sebaiknya dibedakan dengan kebaikan yang diperintahkan Tuhan.

Demikian, konsep kejujuran dengan kesesuaian pada prinsip Islam ini menunjukkan pada hubungan kesadaran kepada Tuhan dan hubungan kesadaran kepada manusia. Kejujuran pada prinsip kesadaran kepada Tuhan. Kejujuran ini memiliki dasar dalam kejujuran beragama. Dalam Islam sendiri, agama atau *ad-dîn* memiliki pengertian asalnya yang berarti berkeadaban. Madjid (2007) menyebutkan bahwa kota Madinah yang sebelumnya memiliki nama Yatsrib ini memiliki pengertian kota peradaban. Kejujuran sepatutnya bukan saja diartikan sebagai nilai moral. Kejujuran juga memiliki ruang spritiual atau ruang komunikasi manusia kepada Tuhannya. Sehingga, kejujuran yang dilakukannya membuatnya menerima perbedaan atas ciptaan Tuhan di sekelilingnya.

Jujur adalah perilaku menyatakan apa adanya, terbuka, konsisten antara perkataan dan perilaku, serta tidak curang (Samani, 2013). Selain itu, perilaku jujur merupakan kata dasar dari kejujuran yang berarti lurus hati; tidak berbohong (misal berkata apa adanya); tidak curang (misal dalam permainan mengikuti aturan yang berlaku); tulus; ikhlas (Poerwadarminta, 2007). Berdasarkan pengertian perilaku jujur tersebut, seseorang yang

jujur akan menyadari tentang perbedaan yang ada. Seseorang yang jujur akan memiliki pandangan seperti apa adanya, bahwa perbedaan itu realitas yang harus diterima. Bukan justru dipermasalahakan untuk diseragamkan sehingga muncul perilaku menganggap salah kelompok dan klaim kebenaran sepihak.

Perilaku tidak mengakui perbedaan yang ada sebagai realitas bertolakbelakang dengan perilaku jujur yang memiliki arti terbuka. Maka dari itu, perilaku tidak jujur berupa menutup diri dari perbedaan sebagai realitas tersebut kemudian menyebabkan kaim kebenaran sepihak yang menjadikan seolah otoritas Tuhan menjadi hilang. Kejujuran dalam pengertian sebagai suatu perilaku yang menyatakan apa adanya akan membawa pada kesadaran mengenai upaya reflektif terhadap diri sendiri bahwa dirinya adalah makhluk yang terbatas. Dengan demikian, kejujuran dalam bentuk yang seperti ini memberikan pemahaman bahwa dirinya masih mencari kebenaran, bukan pembenaran seperti yang dilakukan oleh orang yang mengatasnamakan agama.

Adapun kejujuran pada prinsip kesadaran kepada manusia adalah kejujuran yang bersifat horisontal. Kejujuran horisontal ini merupakan wujud kejujuran yang berlandaskan pada nilai moral manusia. Kejujuran pada prinsip ini menekankan pada apa yang tertanam dalam diri manusia. Manusia memiliki kecenderungan nurani yang dapat memunculkan kejujuran diri dengan keseluruhan. Kejujuran hidup bersama dan memiliki cita-cita kesejahteraan bersama adalah kejujuran yang sepatutnya dipublikasikan. Dengan demikian, kejujuran yang bersifat horisontal ini dapat diimplementasikan dalam bentuk perilaku yang menurut Wibowo (2012) dan Yaumi (2014) didasarkan pada upaya menjadikan dirinya sebagai orang yang selalu dapat dipercaya. Dalam bentuknya yang lebih detil dan konkret, kejujuran semacam ini dapat diwujudkan dengan tidak menyebarkan informasi yang belum jelas kebenaran dan mengandung unsur kebencian.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa kejujuran merupakan bagian dari komunikasi spiritual. Hal ini dikarenakan dalam kejujuran terdapat nilai moral dan agama. Di sisi lain, kejujuran mengandung sikap kesadaran akan keterbatasan diri secara apa adanya sekaligus mengakui perbedaan secara apa adanya sebagai realitas yang diciptakan oleh Tuhan. Dalam konteks deras nya arus informasi yang mengandung konten negatif berupa unsur kebencian atas nama agama dan klaim kebenaran secara sepihak, kejujuran dalam arti sebagai perilaku menerima realitas secara apa adanya dan menyatakan secara apa adanya pula menjadi penting. Oleh karena itu, kejujuran hendaknya diinternalisasikan dengan sistematis terhadap anak di era digital.

B. Prinsip Kejujuran sebagai *Rahmatan Lil 'Ālamîn*

Aktualisasi prinsip kejujuran melahirkan sistem pemahaman yang relevan dengan cita-cita peradaban melalui agama Islam sebagai *rahmatan lil 'ālamîn*. Untuk mewujudkan ini, implementasi pemahaman harus dilakukan dengan internalisasi pengetahuan sebagai gerakan aktualisasi pemahaman mengenai prinsip kejujuran. Berdasarkan kajian yang sudah dilakukan, maka aktualisasi prinsip kejujuran sebagai komunikasi spiritual bagi anak pada era digital ini dengan melalui pemahaman sebagai berikut.

Pertama, pemahaman tentang hak. Orangtua atau pendidik dapat memberikan penjelasan sederhana mengenai hak. Misalnya, menjelaskan kepunyaan pribadi dan orang lain dengan baik. Dengan memberikan pemahaman mengenai hak, anak akan mengerti untuk menghormati orang lain. Dengan memberikan pengertian sederhana tentang hak kepada anak. Anak akan menyadari tentang caranya memberikan penghargaan kepada orang terdekat termasuk orangtua. Misalnya, dapat menjaga atau merawat barang pribadi dan orang lain.

Kedua, pemahaman dan pengajaran tentang keberanian. Banyak anak-anak diliputi rasa takut dan membuat mereka menjadi tidak jujur. Kecemasan dan kekhawatiran yang berlebihan membuat mereka takut

untuk secara terbuka bersikap jujur. Anak-anak masih takut dengan bayang-bayang hukuman menimpa mereka. Di sinilah orangtua atau guru sebaiknya memberikan perhatian dan pemahaman mengenai hukuman.

Ketakutan yang menimpa diri anak dapat disebabkan oleh bayangan hukuman fisik yang diterima. Pemberian hukuman ini pada titik tertentu memang penting karena memang didasarkan pada paradigma dan konsep teori yang kuat, yaitu paradigma psikologi keperilakuan yang dicetuskan oleh B.F. Skinner tentang penguatan negatif yang berupa hukuman (Amutan, 2014; Omomia & Omomia, 2014). Meskipun demikian, pemberian hukuman terhadap anak yang tidak jujur hendaknya menggunakan teknik yang tidak memunculkan pengalaman traumatis pada anak. Dengan kata lain, pemberian hukuman diberikan bukan semata-mata memunculkan efek jera, tetapi juga mengandung unsur edukatif. Misalnya, menyuruh anak membaca buku 10-20 halaman saat anak melakukan kesalahan yang disengaja. Dengan begitu, keberanian anak tidak terhambat untuk tumbuh. Di sisi lain, pemberian hukuman secara fisik akan berdampak buruk pada anak (McKee et al., 2007). Dalam konteks pendidikan kejujuran, memberikan hukuman pada anak yang tidak jujur akan menimbulkan ketakutan dan hambatan untuk memperbaiki kejujurannya.

Ketiga, pemahaman inklusif/bersikap terbuka. Ketidakjujuran adalah bentuk lain dari pribadi yang tertutup atau tidak transparan. Anak-anak yang mengalami hal ini dapat ditunjukkan dengan sikap yang cenderung tidak suka dikoreksi. Anak-anak pada umumnya memang tidak suka dikoreksi atau ditegur saat mendapatkan kesalahan. Di sinilah seharusnya orangtua dapat memberikan ruang pribadi saat anak hendak diberikan teguran. Misalnya, tidak menegur anak di hadapan banyak orang atau teman-temannya. Orangtua sebaiknya menegur anak saat ia tengah sendirian. Hal ini akan mengurangi rasa malu anak atas kesalahan yang dilakukannya. Orang tua harus pandai memberikan nasihat dengan lemah lembut dan tidak menyudutkan anak. Cara menasihati semacam ini termasuk pada teknik induktif, yaitu teknik pendisiplinan yang mengandung unsur empati

pada anak (Lestari, 2016). Dengan begitu, anak-anak akan lebih mengerti dan memahami kesalahannya agar tidak mengulangnya saat ia dihargai. Selain itu, orang tua atau pendidik hendaknya memberikan solusi yang baik kepada anak sesuai dengan kemampuannya agar dapat memperbaiki perilaku jujur.

Keempat, pemahaman sosial. Jujur tidak saja menyangkut diri sendiri. Bersikap jujur adalah juga menyangkut pribadi orang lain. Memberitahukan bahwa sikap jujur akan memberikan kemudahan orang lain untuk mendapatkan informasi. Orangtua dapat memberitahukan pada anak bahwa bersikap jujur berarti tidak merekayasa sesuatu. Bila perlu, orang tua bisa menceritakan tentang sosok inspiratif yang dikenal sebab kejujurannya. Menceritakan sosok inspiratif ini termasuk upaya pembentukan perilaku dengan teknik pemodelan atau *modeling*. Menurut Albert Bandura (Feist, Feist, & Roberts, 2017), pemodelan meliputi proses kognitif yang merepresentasikan secara simbolis suatu informasi dan menyimpannya untuk digunakan di masa depan. Ketika orang tua menceritakan tokoh inspiratif yang mengutamakan kejujuran dalam menyampaikan kebenaran (bukan menyampaikan kebencian), maka anak akan menyimpan informasi tersebut dan kemudian mengolahnya untuk selanjutnya diimplementasikan di masa mendatang. Di sisi lain, kejujuran dapat diinternalisasikan dengan menanamkan dampak positif dari kejujuran. Menurut Akar & Özkan (2017); Rosenbaum, Billinger, & Stieglitz (2014); Wells & Molina (2017), kejujuran memiliki banyak dampak positif, baik bagi diri sendiri maupun bagi orang lain. Bahkan, kejujuran dapat meningkatkan integritas.

Kelima, pemahaman tentang kejujuran sebagai komunikasi spiritual. Jujur tidak saja mengantarkan anak untuk berkomunikasi pada orang lain. Kejujuran juga dapat dijadikan ruang komunikasi spritual bagi anak. Jujur merupakan suatu titik tempat bertemunya antara pengetahuan, pemahaman, dan tindakan. Orang tua atau pendidik dapat menceritakan kepada anak, bahwa dengan bersikap jujur ruang komunikasi spiritual menjadi terbuka.

Keenam, pemahaman sebagai kerendahan hati. Kejujuran melahirkan kerendahan hati kepada orang lain. Bersikap jujur memberikan keterbukaan diri dan melapangkan hati. Sebab, kejujuran melahirkan ketulusan dalam memahami orang lain. Dengan begitu, kejujuran menjadi bagian dari pemahaman diri dan orang lain sehingga, dapat melahirkan pengakuan keterbatasan diri (Permatasari, 2016).

Enam prinsip ini diimplementasikan dengan memperhatikan perkembangan kognitif, afektif, dan moral anak. Hal ini penting agar proses internalisasi nilai kejujuran yang dapat diimplementasikan dalam berkomunikasi di era digital serta tidak menyebarkan informasi yang belum jelas kebenarannya dapat berhasil dengan baik. Jika ditinjau dari perspektif psikologi perkembangan, implementasi internalisasi kejujuran yang disesuaikan dengan taraf perkembangan anak akan menjamin keberhasilan internalisasi tersebut sampai pada puncak perkembangan moral. Menurut Lawrence Kohlberg (Kohlberg & Hersh, 1977; Zhang & Zhao, 2017), puncak dari perkembangan moral adalah ketika seorang anak memahami moral berdasarkan prinsip universal dan kata hati individu. Perkembangan moral ini termasuk perkembangan moral puncak, yaitu penalaran moral pascakonvensional. Selain itu, menurut Inten (2017) internalisasi nilai kejujuran juga penting dilakukan dengan cara meningkatkan intensitas kehadiran orang tua atau orang yang berperan, belaian kasih sayang, kehangatan, dan perhatian.

Terbukanya akses informasi menciptakan ruang komunikasi yang tidak dapat dilewatkan oleh setiap lapisan masyarakat termasuk anak-anak. Orang dewasa yang seharusnya dapat memegang teguh kejujuran dengan belajar dari masa lalunya justru banyak dari mereka yang mengingkari kenyataan yang sebenarnya. Pengaruh kebohongan publik yang disaksikan setiap hari di hadapan anak tentu dapat berdampak buruk. Ketika keluarga dan sekolah telah memberikan upaya untuk menumbuhkan kejujuran, namun dalam masyarakat nilai tersebut cenderung dilecehkan, maka anak akan terpengaruh untuk tidak melakukannya. Seperti yang telah dijelaskan,

menurut Bronfenbrenner (2005), bahwa setiap apapun yang terjadi pada salah satu tingkatan bioekologi, maka akan berdampak pada anak. Maka dari itu, masyarakat luas pun juga perlu berkontribusi dalam rangka menginternalisasi kejujuran pada diri anak sebagai prinsip komunikasi di era digital. Dengan demikian, informasi yang berisi unsur kebencian, belum jelas kebenaran dan mengandung unsur kebohongan bahkan fitnah, informasi yang berisi kebenaran sepihak, dapat diminimalisir.

Kejujuran sangat penting ditanamkan bagi anak meskipun hal itu tidak mudah. Orang tua sebagai orang dewasa dapat menjadi alat peraga yang bergerak dan selalu mengedepankan kesesuaian realitas yang ada. Dalam agama Islam pun kejujuran menjadi kepribadian yang pertama kalinya diperkenalkan bahkan sebelum masa kenabian Muhammad SAW.

Kejujuran yang dibawa Nabi Muhammad SAW adalah karakter *superior* yang memiliki komunikasi spiritual. Agama Islam sebagai agama *rahmatan lil 'alamîn* memiliki prinsip dasar dalam beragama yang dalam terjemahan bebasnya bahwa tidak ada paksaan dalam beragama. Di sinilah prinsip persuasif pada kebenaran sebenarnya merupakan hubungan horizontal yang menegaskan bahwa Tuhan sepenuhnya yang memiliki otoritas dalam memberikan pemahaman atau yang dalam bahasa agama disebut dengan hidayah.

III. KESIMPULAN

Kejujuran merupakan karakter superior yang dapat dimiliki setiap manusia. Kesadaran mengenai kejujuran harus ditanamkan sejak dini. Anak-anak yang mengenali kejujuran harus diberikan pemahaman yang relevan mengenai kejujuran. Pemahaman hak, keberanian, inklusif, sosial, komunikasi spiritual dan kerendahan hati adalah beberapa alternatif yang dapat memberikan peningkatan anak dalam mempraktikkan kejujuran. Semua hal itu akan mengantarkan anak pada nilai aktivitas keseharian mengenai kejujuran.

Kajian ini akan mempermudah proses ruang komunikasi spiritual anak melalui kejujuran untuk menumbuhkan karakter yang baik. Namun, masih terdapat kajian yang kurang mendalam sehingga penelitian ini masih membutuhkan tindakan peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Akar, C., & Özkan, Ö. (2017). Values of Honesty and Integrity in Kutadgu Bilig. *Bilig*, 123–145.
- Alvi, F. S., Usman, A., & Amjad, A. (2018). The Ecological Systems Theory : A Dimension of Understanding the Changing Youth in Pakistan. *Journal of the Research Society of Pakistan*, 55(1), 95–105.
- Amin, M. (2017). Peran Guru dalam Menanamkan Nilai Kejujuran pada Lembaga Pendidikan. *TADBIR: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, 1(1), 105–124. <https://doi.org/10.29240/jsmp.v1i1.222>.
- Amutan, K. I. (2014). A Review of B.F. Skinner's Reinforcement Theory of Motivation. *International Journal of Research in Education Methodology*, 5(3), 680–688.
- Arianto, J. (2016). Pengaruh Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Pramuka terhadap Pembentukan. *Jurnal Bhinneka Tunggal Ika*, 4(1), 1–13.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). Survei APJII: Penetrasi Internet di Indonesia Capai 143 Juta Jiwa (Buletin APJII Edisi 22). *Apjii.or.Id*, p. 3.
- Baharuddin, Y. H. (2016). Konseling Kelompok Berbasis Nilai-Nilai Islam untuk Meningkatkan Kejujuran Siswa (Studi Kasus di SMP-IT Masjid Syuhada Yogyakarta). *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 1(2), 215–232. <https://doi.org/10.22525/balaghv1i2.355>
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2004). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Bronfenbrenner, U. (2005). The Bioecological Theory of Human Development. In U. Bronfenbrenner (Ed.), *Making Human Beings Human: Bioecological Perspectives on Human Development* (pp. 3–15). London: Sage Publication.
- Dewayani, S. (2016). *Agar Anak Jujur*. Jakarta: Komisi Pemberantasan

Korupsi Republik Indonesia Direktorat Pendidikan dan Pelayanan Masyarakat.

- Dewey, J. (1997). *How We Think: A Restatement of The Relation of Reflective Thinking to The Educative Process*. New York: Dover.
- Fadillah. (2012). Kejujuran Salah Satu Pendongkrak Pendidikan Karakter di Sekolah. *Jurnal Visi Ilmu Pendidikan*, 9(3), 968–980. <https://doi.org/10.26418/jvip.v9i3.432>
- Feist, J., Feist, G. J., & Roberts, T.-A. (2017). *Theories of Personality: Teori Kepribadian, Buku 2* (R. A. H. D. Pertiwi, Ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Fitri, N., Safei, & Marjuni. (2016). Pengaruh Sikap Kedisiplinan dan Kejujuran Peserta Didik Terhadap Hasil Belajar Biologi. *Jurnal Biotek*, 4(1), 83–100.
- Inten, D. N. (2017). Penanaman Kejujuran pada Anak dalam Keluarga. *Jurnal FamilyEdu*, III(1), 35–45.
- Kamenopoulou, L. (2016). Ecological Systems Theory: A Valuable Framework for Research on Inclusion and Special Educational Needs/ Disabilities. *Pedagogy*, 88(4), 515–527.
- Karuniawati, A., Agusti, I. P. E., & A'izzatunni'mah, R. (2018). Assertive Training untuk Meningkatkan Karakter Jujur pada Siswa SD. *Prosiding Seminar Nasional "Penguatan Pendidikan Karakter pada Siswa dalam Menghadapi Tantangan Global,"* 135–140. Kudus: Universitas Muria Kudus.
- Khotimah, S. K., Fadhli, M. I., & Habibi, Y. (2017). Meningkatkan Kejujuran Akademik: Efektivitas *Classrom Developmental Bibliotherapy* dalam Pembelajaran. *HUMANITAS*, 14(2), 90–102. <https://doi.org/10.26555/humanitas.v14i2.5509>
- Kohlberg, L., & Hersh, R. H. . (1977). Moral Development : A Review of the Theory. *Teory into Practice*, 16(2), 53–59.
- Lestari, S. (2016). *Psikologi Keluarga: Penanaman Nilai dan Penanganan Konflik dalam Keluarga* (1st ed.). Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Liana, D. (2018). Penanaman Nilai Kejujuran Saat Ujian Nasioal di SMK Nurul Iman Palembang. *BELAJEA: Jurnal Pendidikan Islam*, 3(1), 23–45. <https://doi.org/10.29240/bjpi.v3i1.386>
- Madjid, N. (2007). *Ensiklopedi Nurcholish Madjid*. Bandung: Mizan.
- Martono, N. (2012). *Sosiologi Perubahan Sosial: Perspektif Klasik, Modern, Postmodern, dan Postkolonial*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

- McKee, L., Roland, E., Coffelt, N., Olson, A. L., Forehand, R., Massari, C., ... Zens, M. S. (2007). Harsh Discipline and Child Problem Behaviors : The Roles of Positive Parenting and Gender. *Journal of Family Violence*, 22(4), 187–196. <https://doi.org/10.1007/s10896-007-9070-6>
- Messi, & Harapan, E. (2017). Menanamkan Nilai Nilai Kejujuran di Dalam Kegiatan Madrasah Berasrama (*Boarding School*). *Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan*, 2(2), 279–290. <https://doi.org/10.31851/jmksp.v2i2.1476>
- Mubasyaroh. (2017). Pendekatan Psikoterapi Islam dan Konseling Sufistik dalam Menangani Masalah Kejiwaan. *Konseling Religi*, 8(1), 193–210. <https://doi.org/10.21043/kr.v8i1.2597>
- Muhasim. (2017). Budaya Kejujuran dalam Menghadapi Perubahan Zaman (Studi Fenomenologi Masyarakat Islam Modern). *Palapa: Jurnal Studi Keislaman Dan Ilmu Pendidikan*, 5(1), 174–195.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan Teknologi dan Pola Hidup Manusia dalam Perspektif Sosial Budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi dan Aplikasi*, 2(1), 33–47.
- Nurhaidah, & Musa, M. I. (2015). Dampak Pengaruh Globalisasi bagi Kehidupan Bangsa Indonesia. *Jurnal Pesona Dasar*, 3(3), 1–14.
- Omomia, A. O., & Omomia, T. A. (2014). Relevance of Skinner’s Theory of Reinforcement on Effective School Evaluation and Management. *Russian Federation European Journal of Psychological Studies*, 4(4), 174–180. <https://doi.org/10.13187/ejps.2014.4.174>
- Permatasari, D. (2016). Tingkat Kerendahan Hati Siswa SMP. *Jurnal Konseling Indonesia*, 1(2), 83–87.
- Poerwadarminta, W. J. S. (2007). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Rosenbaum, S. M., Billinger, S., & Stieglitz, N. (2014). Let’s be Honest: A Review of Experimental Evidence of Honesty and Truth-telling. *Journal of Economic Psychology*, 45, 181–196. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2014.10.002>
- Samani, M. (2013). *Pendidikan Karakter: Konsep dan Model*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sudarminta, J. (2007). *Setia pada Kebenaran*.
- Sukmawati, F. (2016). Peran Kejujuran Akademik (*Academic Honesty*) dalam Pendidikan Karakter Studi pada Mahasiswa Jurusan Bimbingan

Konseling Islam Fakultas Ushuludin Adab dan Dakwah Angkatan 2013/2014. *Jurnal Khatulistiwa - Journal of Islamic Studies*, 6(1), 87–100.

- Susanto, E. H. (2016). Media Sosial sebagai Pendukung Jaringan Komunikasi Politik. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 379–398.
- Suud, F. M., & Subandi. (2017). Kejujuran Perspektif Psikologi Islam: Kajian Konsep dan Empiris. *Jurnal Psikologi Islam*, 4(2), 121–134.
- Wasitohadi. (2014). Hakekat Pendidikan dalam Perspektif John Dewey. *Satya Widya*, 30(1), 49–61.
- Wells, D. D., & Molina, A. D. (2017). The Truth about Honesty. *Journal of Public and Nonprofit Affairs*, Vol. 3, p. 292. <https://doi.org/10.20899/jpna.3.3.292-308>
- Wibowo, A. (2012). *Pendidikan Karakter: Strategi Membangun Karakter Bangsa Berperadaban*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Yaumi, M. (2014). *Pendidikan Karakter: Landasan, Pilar, dan Implementasi*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Zhang, Q., & Zhao, H. (2017). An Analytical Overview of Kohlberg's Theory of Moral Development in College Moral Education in Mainland China. *Open Journal of Social Sciences*, 5, 151–160. <https://doi.org/10.4236/jss.2017.58012>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 3, No. 2, Juli - Desember 2018

Editorial Team

Editor-In-Chief

Imam Mujahid, (SCOPUS ID : 57208214175);
IAIN Surakarta, Indonesia

Editorial Board

Waryono Abdul Ghafur, UIN Sunan Kalijaga, Indonesia
Diajeng Laily Hidayati, IAIN Samarinda, Indonesia
Akhmad Anwar Dani, IAIN Surakarta, Indonesia
Ahmad Saifuddin, IAIN Surakarta, Indonesia
Abraham Zakky, IAIN Surakarta, Indonesia
Rhesa Zuhriya Pratiwi, IAIN Surakarta, Indonesia

Alamat Redaksi :

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta
Jl. Pandawa No. 1, Pucangan, Kartasura,
Sukoharjo, Jawa Tengah 57168
Phone : +62 271 - 781516
Fax : +62 271 - 782774

Surel : journal.albalagh@gmail.com, journal.albalagh@iain-surakarta.ac.id

Laman : <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/al-balagh>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 3, No. 2, Juli - Desember 2018

Daftar Isi

Fatwa MUI tentang Atribut Keagamaan dalam Perspektif Komunikasi Dakwah <i>Mubd. Maryadi Adha</i>	149 - 174
Refleksi Kebenaran: Prinsip Kejujuran Sebagai Komunikasi Spiritual Anak di Era Digital <i>Muhamad Iqbal & Cesilia Prawening</i>	175 - 192
Hambatan Komunikasi Pendamping Sosial <i>Imam Alfi</i>	193 - 210
Korelasi Penggunaan <i>Gadget</i> Terhadap Kepuasan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Disabilita <i>Nisa Azizah & Arina Rahmatika</i>	211 - 234
Mahasiswa dan Keputusan Memilih Jurusan (Analisis Kuantitatif Pada Mahasiswa KPI IAIN Surakarta Angkatan 2017/2018) <i>Agus Sriyanto</i>	235 - 258
Kepuasan Mahasiswa KPI IAIN Surakarta dalam Pemilihan Konsentrasi Jurusan <i>Eny Susilowati & Rhesa Zubriya Briyan Pratiwi</i>	259 - 292

HAMBATAN KOMUNIKASI PENDAMPING SOSIAL

DOI : <http://dx.doi.org/10.22515/balagh.v3i2.1397>

Imam Alfi

Dedi Riyadin Saputro

Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

Abstract

Keywords:

communication;
Family Development
Session (FDS);
social assistant

The role of social assistant is very urgent in the implementation of social assistance programs, social security and social assistance. Citizen assistance is carried out through the Family Capability Improvement Program (P2K2), the activity is called Family Development Session (FDS). This article focuses on the problems that occur in these social assistance activities, especially in the communication barriers between social facilitators and citizens as Beneficiary Families (KPM). The study was conducted based on relevant literature. It was found that active and efficient communication became the determining factor in the implementation of community assistance. An affective strategy needs to be prepared in the assistance of beneficiary citizens so that the program is effective smoothly and efficiently.

Abstrak

Kata Kunci:

Komunikasi, Family
Development
Session (FDS),
pendamping sosial

Peran pendamping sosial sangat urgen dalam pelaksanaan program bantuan sosial, jaminan sosial dan asistensi sosial. Pendampingan warga secara berkala dilakukan melalui Program Peningkatan Kemampuan Keluarga (P2K2), kegiatannya disebut dengan *Family Development Sesion (FDS)*. Artikel ini fokus pada masalah yang terjadi dalam kegiatan pendampingan sosial tersebut, khususnya pada hambatan komunikasi antara pendamping sosial dengan warga sebagai Keluarga Penerima Manfaat (KPM). Kajian dilakukan berbasis pada literatur yang relevan. Ditemukan bahwa komunikasi yang aktif dan efisien menjadi faktor yang menentukan dalam pelaksanaan pendampingan warga. Perlu disiapkan strategi afektif dalam pendampingan warga penerima manfaat agar program efektif lancar dan efisien.

I. PENDAHULUAN

Keberadaan pendamping sosial dalam penyelenggaraan program sosial pemerintah sangat urgen. Pendamping sosial memiliki tugas yang kompleks dan dinamis. Kompleks karena bersentuhan langsung dengan masyarakat bawah, menghadapi warga yang unik dan beragam. Dinamis karena dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan kekinian dan siap melaksanakan kebijakan pemerintah kapanpun dan dimanapun (Suradi & Mujiyadi, 2018). Secara khusus tugas pokok pendamping sosial adalah melakukan sosialisasi, validasi dan verifikasi data kemiskinan, mediasi dan advokasi masalah di lapangan serta melaporkan pelaksanaan program (Setiawan & Sunusi, 2015). Dengan tugas berat tersebut, pendamping sosial dituntut untuk profesional dan cerdas, mengedepankan pengetahuan, ketrampilan serta nilai yang dimilikinya.

Dalam melaksanakan tugasnya pendamping sosial melakukan komunikasi yang intensif dan efektif. Misalnya dalam program pertemuan kelompok, disebut *Family Development Session (FDS)* atau Peningkatan Kemampuan Keluarga yang mulai diuji coba tahun 2015. Tahun 2016 juga dilaksanakan di kabupaten/kota kepesertaan 2017. Dengan FDS, pertemuan kelompok menjadi lebih bermakna dan menyenangkan. Sebelumnya, pertemuan kelompok sering diisi dengan pengumpulan berkas administrasi seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP), Kartu Keluarga (KK), rapor dan dokumen lain. Kini lebih menarik karena diisi dengan materi-materi penyuluhan terkait masalah kesehatan, pendidikan, ekonomi keluarga dan perlindungan anak (Habibullah, 2018).

Pemerintah melalui kementerian sosial terus membenahi kualitas pertemuan kelompok. Hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan kapasitas keluarga penerima bantuan sosial agar mereka mampu dan siap mandiri ketika kepesertaannya selesai (*graduasi*) (Suyanto & Pudjiyanto, 2015). Namun, dalam pelaksanaan FDS bukan tanpa masalah. Termasuk ketika berhadapan ketika berkomunikasi dengan warga. Komunikasi yang aktif dan efisien menjadi faktor yang menentukan dalam pelaksanaan FDS. Oleh

karena itu, penekanan terhadap keterampilan komunikasi pendamping sosial perlu ditingkatkan. Secara teoretis penguasaan komunikasi yang baik akan sangat membantu kesuksesan pelaksanaan FDS.

Komunikasi dilakukan oleh dua orang atau lebih bertujuan untuk melakukan pertukaran informasi di antara keduanya. Komunikasi ini pada akhirnya akan melahirkan pengertian yang dalam (Wursanto, 2005). Maghfiroh (2016) menyoroti komunikasi dalam perspektif kegiatan dakwah Islam menyatakan bahwa proses komunikasi efektif sangat mendukung lancarnya dakwah. Ia menekankan bahwa tampilan seorang komunikator berpengaruh terhadap proses komunikasi yang aktif. Komunikasi akan efektif atau tidak dipengaruhi oleh kualitas unsur-unsur komunikasi. Komunikasi yang efektif didukung oleh adanya sumber, pesan, media, penerima, dan efek, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi (Effendi, 2009).

Pendamping sosial bukanlah sesuatu yang baru dalam konteks kehidupan sosial. Fungsinya sebagai faktor yang mampu melakukan *empowering* telah dilaksanakan sejak lama di masyarakat (Fatony, 2017). Pendamping sosial bukan hanya sekedar kegiatan amal namun merupakan sebuah profesi yang mensyaratkan hadirnya tiga unsur pokok, keilmuan, keterampilan dan nilai. Hal ini disyaratkan secara eksplisit oleh pemerintah pada Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2012 tentang Sistem Peradilan Pidana Anak Pasal 66 (Setiawan & Sunusi, 2015). Pelaksanaan pendampingan sosial mengalami kendala sesuai dengan konteks dan kondisi penerima manfaat, namun secara umum yang sering terjadi adalah tidak seimbang jumlah pendamping sosial dengan penerima manfaat, validitas data yang rendah, beban kerja pendamping sosial melebihi tugas dan fungsinya, miskomunikasi antar pendamping sosial dan penerima manfaat, perubahan kebijakan dan ruang lingkup pekerjaan yang tidak seimbang dengan upah yang diterima sehingga pekerja sosial tidak fokus dengan tugas pokoknya (Suradi & Mujiyadi, 2018). Walaupun begitu, peran pendamping sosial telah memberikan peningkatan kesadaran

dan kepedulian masyarakat terhadap kondisi kesejahteraan sosial di lingkungannya (Handoyo, 2008).

Terdapat berbagai penelitian terdahulu tentang pendamping sosial dan program yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan keluarga. Misalkan, penelitian Wulandari & Hakim (2015) tentang gambaran manfaat program *Family Development Session* Kementerian Sosial Republik Indonesia; penelitian Ekantiningasih (2017) tentang pelaksanaan pendidikan dan pelatihan *Family Development Session* di BBPPKS Yogyakarta; penelitian Suharto & Thamrin (2012) yang membahas tentang Program Keluarga Harapan; penelitian Rahmawati & Kisworo (2017) mengenai peran pendamping dalam pemberdayaan masyarakat miskin melalui Program Keluarga Harapan; penelitian Hatu (2010) tentang pendampingan sosial masyarakat, penelitian Widyakusuma (2013) mengenai peran pendamping dalam program pendampingan dan perawatan sosial lanjut usia di lingkungan keluarga, penelitian Melviona (2017) tentang pelaksanaan Program Keluarga Harapan (PKH) di kecamatan Batang Peranap kabupaten Indragiri Hulu, penelitian Agustin & Supriyadi (2017) mengenai studi kasus terhadap peran fasilitator dalam pemberdayaan masyarakat pada program penataan lingkungan permukiman berbasis komunitas; dan penelitian Hendri & Isnaini (2014) tentang evaluasi pelaksanaan Program Keluarga Harapan (PKH) pada bidang pendidikan di kelurahan Tegal Sari Mandala II kecamatan Medan Denai.

Salah satu masalah yang muncul dalam penelitian awal dan belum diteliti oleh para peneliti terdahulu adalah adanya kesalahan dan kelemahan komunikasi antara pendamping sosial dengan penerima manfaat. Dengan demikian, penelitian ini memiliki ciri khas dan pembeda dengan penelitian terdahulu yang sudah dituliskan tersebut. Penelitian tentang hambatan komunikasi sudah pernah dilakukan, akan tetapi bukan dalam konteks pendamping sosial. Misalkan, penelitian Harivarman (2017) yang meneliti tentang hambatan komunikasi internal dalam konteks organisasi pemerintah. Fakta tentang kurang berkualitasnya komunikasi pendamping

sosial ini tentu penting untuk dikaji dan didalami karena semakin rendah tingkat kesalahan komunikasi antara dua pihak tentu akan lebih baik bagi pelaksanaan program pemerintah di bidang kesejahteraan sosial, maka tingkat keberhasilan pelaksanaan program serta kualitas program yang dijalankan para pendamping akan semakin tinggi. Tulisan ini akan menyoroti persoalan pendamping sosial dalam melaksanakan program FDS dari sisi komunikasi.

II. METODE PENELITIAN

Artikel ini mencoba menganalisis faktor-faktor yang menjadi penghambat komunikasi antara pendamping sosial sebagai komunikator dengan masyarakat sebagai komunikan dengan pendekatan komunikasi personal. Analisis dilakukan berdasarkan kajian literatur terhadap hambatan komunikasi yang terjadi dalam proses pendampingan sosial. Data-data didapatkan dari literatur-literatur yang telah membahas hal tersebut baik secara spesifik maupun pada tema yang berbeda namun masih dalam topik yang relevan.

III. HAMBATAN KOMUNIKASI PENDAMPING SOSIAL

Segala sesuatu yang menghambat komunikasi disebut *noise*. Kata ini di ambil dari istilah kelistrikan yang diartikan sebagai sebuah keadaan tertentu yang mengakibatkan tidak lancarnya atau berkurangnya ketepatan peraturan. Pencetakan huruf yang saling bertindihan dalam suatu surat kabar atau majalah akan menjadi gangguan bagi pembacanya. Kata-kata yang diucapkan secara tidak tepat oleh seorang penyiar akan mengganggu komunikasi dengan pendengarnya. Apabila kata-kata atau kalimat yang disampaikan tidak atau bukan merupakan kata-kata yang secara luas dipahami oleh pendengar. Penggunaan kata-kata asing yang sulit dimengerti tentu merupakan bagian dari *noise* atau gangguan yang harus dihindari oleh stasiun radio (Nurdianti, 2014).

Secara teknis, hambatan adalah hal apapun yang dapat mendistorsi pesan, apapun yang menghalangi penerima dalam menerima pesan. Ada empat tipe hambatan. Sangat penting artinya untuk mengidentifikasi tipe-tipe hambatan dan ketika memungkinkan, untuk mengurangi efek hambatan tersebut. Hambatan fisik, hambatan fisiologi, hambatan psikologi, dan hambatan semantik. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa dalam komunikasi, terdapat berbagai macam hambatan yang dapat merusak komunikasi itu sendiri (Chandra, 2015).

Gangguan-gangguan komunikasi dapat muncul dengan sendirinya, setidaknya ada beberapa hambatan dalam proses komunikasi. *Hambatan teknis* terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisi melalui saluran mengalami kerusakan. Selanjutnya *hambatan kerangka berpikir*, rintangan kerangka berpikir ialah rintangan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak terhadap pesan yang digunakan dalam berkomunikasi. Ini disebabkan karena latar belakang pengalaman dan pendidikan yang berbeda. *Hambatan semantik dan psikologis*, gangguan semantik adalah gangguan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan.

Tommy Suprpto menyatakan bahwa gangguan semantik sering terjadi dalam komunikasi. Biasanya disebabkan karena tiga hal yaitu:

1. Kata-kata yang digunakan terlalu banyak memakai jargon bahasa asing, sehingga sulit dimengerti khalayak tertentu.
2. Bahasa yang digunakan tidak sebagaimana mestinya, sehingga membingungkan penerima.
3. Latar belakang budaya yang menyebabkan salah persepsi terhadap simbol-simbol bahasa yang digunakan (Tommy, 2006)

Berbeda dengan Effendi (2009) mengatakan bahwa hambatan komunikasi terdiri dari:

1. Hambatan sosio-antro-psikologis

Hambatan sosio-antro-psikologis merupakan hambatan proses

komunikasi dalam konteks situasional (*situational context*). Artinya seorang komunikator harus mempertimbangkan betul situasi dan kondisi saat melakukan komunikasi dengan komunikan. Terutama pada tiga aspek yaitu sosiologis, antropologis dan hambatan psikologis

2. Hambatan semantik

Mengacu pada hambatan sebelumnya yang menekankan pada aspek situasi dan kondisi lapangan, artinya berkaitan erat dengan komunikan, maka hambatan semantik lebih menekankan kepada komunikator. Semantik berkaitan dengan bahasa komunikator. Demi kelancaran komunikasinya seorang komunikator harus benar-benar memperhatikan gangguan semantik ini, sebab salah ucap atau tulis dapat menimbulkan salah pengertian (*misunderstanding*) atau salah tafsir (*misinterpretation*) yang pada gilirannya bisa menimbulkan salah komunikasi (*miscommunication*).

3. Hambatan mekanis

Hambatan mekanis adalah hambatan yang ditimbulkan dari alat/ mekanik yang mempengaruhi kualitas komunikasi. Sering kita jumpai hambatan model ini seperti tulisan yang kurang jelas sehingga susah dibaca, suara yang tidak bisa didengar, perbedaan jenis mutu mekanik yang digunakan sehingga alat tidak dapat melakukan koding dengan baik dan benar

4. Hambatan ekologis.

Lingkungan sangat berpengaruh bagi lancarnya proses komunikasi, lingkungan yang tidak mendukung akan memperburuk komunikasi. Misalnya ketika kita melakukan komunikasi di tempat keramaian maka kita akan meningkatkan suara agar komunikan jelas mendengar pesan yang kita sampaikan, telepon di jalan raya yang bising dengan suara kendaraan juga contoh yang relevan untuk kategori ini. (Effendi, 2009)

Hambatan dapat bersifat teknis, hambatan semantik dan hambatan perilaku. Hambatan yang bersifat teknis adalah hambatan yang disebabkan oleh berbagai faktor, seperti; Kurangnya sarana dan prasarana yang

diperlukan dalam proses komunikasi; Penguasaan teknik dan metode berkomunikasi yang tidak sesuai; Kondisi fisik yang tidak memungkinkan terjadinya proses komunikasi yang dibagi menjadi kondisi fisik manusia, kondisi fisik yang berhubungan dengan waktu atau situasi/keadaan, dan kondisi peralatan. Hambatan semantik berkisar di hambatan yang disebabkan kesalahan dalam menafsirkan, kesalahan dalam memberikan pengertian terhadap bahasa (kata-kata, kalimat, kode-kode) yang dipergunakan dalam proses komunikasi. Sedangkan hambatan perilaku disebut juga hambatan kemanusiaan. Hambatan yang disebabkan berbagai bentuk sikap atau perilaku, baik dari komunikator maupun komunikan. Hambatan perilaku tampak dalam berbagai bentuk, seperti; Pandangan yang sifatnya apriori, Prasangka yang didasarkan pada emosi, Suasana otoriter, ketidakmauan untuk berubah dan sifat yang egosentris (Yuliasari, Saleh, Hubeis, & Sarwoprasodjo, 2017).

Kegiatan pendamping sosial didominasi oleh proses komunikasi sehingga potensi terjadinya hambatan komunikasi sangat tinggi. Hambatan komunikasi dalam proses pendampingan sosial dapat berasal dari pendamping maupun penerima manfaat. Pada sisi pendamping dapat terjadi hambatan komunikasi karena minimnya pemahaman pendamping terhadap fokus kegiatan, rendahnya kemampuan pendamping untuk mengkomunikasikan program ke dalam bahasa yang mudah dipahami oleh penerima manfaat, terbatasnya media yang dapat digunakan dalam proses pendampingan sosial (Wijayaptri, 2015). Sedangkan pada sisi penerima manfaat hambatan komunikasi dapat disebabkan oleh perbedaan tingkat pemahaman antar penerima manfaat, rendahnya kesadaran penerima manfaat terhadap urgensi kegiatan pendampingan (Luthfiyah, 2016).

A. Prinsip Pendamping Sosial Sebagai Pekerja Sosial

Pendamping sosial adalah seorang yang diangkat oleh pemerintah atau non pemerintah untuk melakukan dampingan terhadap penyelenggaraan usaha-usaha kesejahteraan sosial di masyarakat. Dalam praktiknya

didasarkan pada pengetahuan *skill*/keterampilan dan nilai-nilai pekerja sosial. Pendamping sosial hadir di tengah-tengah masyarakat menjadi agen perubahan. Pendamping sosial membuat rancangan solusi serta berkolaborasi dengan masyarakat. Fokus kegiatannya merancang program perbaikan kehidupan sosial, ekonomi, pendidikan, memobilisasi sumber daya masyarakat setempat, memecahkan masalah sosial, menciptakan atau membuka akses bagi pemenuhan kebutuhan, menjalin kerjasama dengan berbagai pihak yang relevan dengan konteks pemberdayaan masyarakat (Graha, 2009). Di tengah-tengah kita bisa kita temukan adanya pendamping sosial PKH, pendamping desa dan lain-lain.

Kementerian sosial mendefinisikan bahwa pendampingan sosial merupakan suatu proses relasi sosial antara pendamping dengan klien yang bertujuan untuk memecahkan masalah, memperkuat dukungan, mendayagunakan berbagai sumber dan potensi dalam pemenuhan kebutuhan hidup, serta meningkatkan akses klien terhadap pelayanan sosial dasar, lapangan kerja, dan fasilitas pelayanan publik lainnya (Nurhasanah, Kamil, & Saepudin, 2016). Pendampingan merupakan satu strategi yang sangat menentukan keberhasilan program pemberdayaan masyarakat, yang sesuai dengan prinsip-prinsip pekerjaan sosial yakni, membantu orang-orang agar mampu membantu dirinya sendiri, pemberdayaan masyarakat sangat memperlihatkan pentingnya partisipasi publik yang kuat. Oleh karena itu, pendamping sosial memiliki bidang tugas Pemukiman (*Enabling*) atau fasilitasi, Penguatan (*In Powering*), Perlindungan (*Protecting*) dan Pendukung (*Sporting*) (Edi, 2005).

Dengan definisi di atas dapat diambil pemahaman bahwa pendamping sosial adalah orang yang bertugas sebagai penghubung masyarakat dan lembaga-lembaga terkait yang keberadaanya dibutuhkan bagi pengembangan masyarakat. Seorang pendamping sosial sering dikaitkan dengan pekerja sosial dan kegiatan pendampingan merupakan pekerjaan sosial. Hal ini bisa ditemukan dalam Undang-undang nomor 23 Tahun 2002 tentang Perlindungan Anak pada pasal 1 ayat (14) yang

dimaksud pendamping adalah pekerja sosial yang mempunyai kompetensi profesional dalam bidangnya (Astuti, 2015). Kemudian Kepmensos No.10/HUK/2007, pekerja sosial adalah seseorang yang memiliki kompetensi profesional dalam pekerjaan sosial yang diperolehnya melalui pendidikan formal atau pengalaman praktik di bidang pekerjaan sosial atau kesejahteraan sosial yang diakui secara resmi oleh pemerintah dan melaksanakan tugas profesional pekerjaan sosial. Dengan demikian pekerja sosial adalah penerima mandat kesejahteraan sosial (Azizah, Zauhar, & Soeaidy, 2015). Dengan ketrampilannya ia melakukan usaha-usaha untuk mengembalikan fungsi sosial klien demi meningkatkan kualitas hidupnya. Guna mendukung profesionalitas pekerja sosial ia dibekali dengan kerangka pengetahuan (*body of knowledge*), kerangka keterampilan (*body of skill*) dan kerangka nilai (*body of values*) (Sugiyanto, 2014).

Di samping ketiga pedoman tersebut dalam praktiknya seorang pekerja sosial berpedoman kepada prinsip-prinsip pekerja sosial yaitu:

1. *Acceptance* (penerimaan)

Pekerja sosial harus dapat menerima klien secara apa adanya tanpa harus membandingkannya dengan orang lain.

2. *Individualisasi* (individualisasi)

Klien merupakan pribadi yang unik yang memiliki karakter kebutuhan-kebutuhan yang berbeda, sehingga pendekatan pekerja sosial harus menyesuaikan dengan individu klien.

3. *Non-Judgmental Attitude* (sikap tidak menghakimi)

Pekerja sosial harus mempertahankan sikap non-judgmental terhadap permasalahan- permasalahan klien.

4. *Rationality* (rasionalitas)

Pekerja sosial harus memberikan pandangan obyektif dan faktual terhadap kemungkinan- kemungkinan yang terjadi serta harus mampu mengambil keputusan.

5. *Empaty* (empati)

Pekerja sosial mampu memahami apa yang dirasakan oleh klien dan mencoba merasakan apa yang dirasakan klien.

6. *Genuiness* (ketulusan atau kesungguhan)

Pekerja sosial harus memiliki prinsip *genuiness* terutama dalam komunikasi verbal.

7. *Impartiality* (kejujuran)

Pekerja sosial mengutamakan kejujuran, ataupun tidak merendahkan seseorang dan kelompok (menganak-emaskan atau menganak-tirikan).

8. *Confidentiality* (kerahasiaan)

Pekerja sosial harus menjaga kerahasiaan data dan informasi yang diperoleh dari klien kepada orang lain.

9. *Self Awareness*

Pekerja sosial harus sadar akan potensi dan keterbatasan kemampuannya.

10. *Partnership*

Pekerja sosial memandang klien bukan, sebagai korban atau klien atau orang yang tidak berdaya, melainkan klien harus dipandang sebagai individu yang kompeten dan memiliki kekuatan yang dapat digunakan untuk memperbaiki kualitas hidup. (Setiawan & Sunusi, 2015)

B. Strategi Komunikasi Pendamping Sosial

Pendamping sosial sebagai pekerja sosial dalam praktiknya harus memiliki keterampilan komunikasi yang baik. Hal ini adalah bagian dari aspek profesionalitas pekerja sosial. Sebelum melakukan praktiknya pendamping sosial perlu *assessment* untuk mengetahui dan mengenali klien dengan baik. Hasil penelitian Sugiyanto menjelaskan bahwa komunikasi pekerja sosial dengan klien akan menghadapi hambatan ketika belum memahami klien dengan baik dan menyeluruh. Oleh karena itu pendamping sosial perlu melakukan langkah strategis untuk mengatasi hambatan-hambatan komunikasi yang sering muncul. Strategi tersebut menurut Sugiyanto (2014) antara lain:

1. *Assesment* menyeluruh.

Sebelum melakukan praktik pendamping sosial hendaknya melakukan *assessment* menyeluruh kepada klien. Langkah awal ini bertujuan untuk memahami dan mengenali klien dengan baik. Pasalnya klien sangat beragam dan unik. Melalui *assessment* pendamping sosial akan mengetahui identitas klien, latar belakang klien, masalah klien, keluarga klien dan orang-orang yang ada di sekitarnya, lingkungan klien dan lain-lain. *Assesment* yang cukup akan membantu pendamping dalam menjalin komunikasi awal dengan klien (Fatony, 2017). Di samping itu pendamping sosial akan bisa memprediksi dan meminimalisasi akibat-akibat yang mungkin ditimbulkan dimana bisa saja menghambat komunikasi selanjutnya.

2. Jalin relasi komunikasi alami dan non alami.

Menjalin komunikasi dengan klien hendaknya dilakukan sesuai keadaan klien. Oleh karena itu segala media yang membantu klien membuka komunikasi dengan pendamping sosial bisa dimanfaatkan oleh pendamping sosial. Misalnya pendamping sosial menggunakan alat permainan bola, *bolahope*, catur, foto/lukisan, radio, dan alat permainan lainnya. Dengan menggunakan alat-alat ini klien akan merasa nyaman dan membuka diri. Komunikasi berjalan lancar dan efektif. Pendekatan media ini menuntut pendamping sosial untuk peka dan cerdas memilih permainan yang cocok dengan kondisi klien. Selain media permainan tersebut, pendamping sosial bisa menggunakan lingkungan. Artinya *setting* lingkungan mempengaruhi klien untuk nyaman menjalin komunikasi dengan pendamping sosial. Misalnya klien dibawa ke pantai, kebun, pekarangan/hutan dan lain-lain. Komunikasi yang dilakukan tentu menekankan pada aspek akses pendamping kepada klien. Media-media ini berfungsi sebagai aksesibilitas pekerja sosial kepada klien agar lebih mudah dan lebih cepat dalam memulai pembicaraan/komunikasi kepada klien rata-rata pekerja sosial memanfaatkan media atau alat sebagai *role* komunikasi

(Rubawati, 2018).

3. Membangun hubungan yang dekat dengan klien

Kedekatan pendamping sosial dengan klien menjadi faktor lain membangun komunikasi yang baik. Kedekatan ini dikategorikan menjadi tiga yaitu sangat dekat, dekat dan jauh. Usaha-usaha membangun kedekatan terus dilakukan. Klien dengan pendekatan ini akan meminimalisasi perasaan terasing, cenderung tertutup, merasa orang baru perasaan-perasaan lain yang muncul dan menghambat terjalannya komunikasi.

4. Mengedepankan prinsip-prinsip komunikasi

Selain metode-metode tersebut seorang pendamping sosial juga tetap memperhatikan prinsip-prinsip komunikasi yang ada yaitu a). proses simbolik, b). setiap perilaku mempunyai potensi komunikasi, c). komunikasi mempunyai dimensi isi dan dimensi hubungan, d). komunikasi berlangsung dalam berbagai tingkat kesengajaan, e). komunikasi terjadi dalam konteks ruang dan waktu, f). melibatkan peserta komunikasi, g). bersifat sistemik, h). semakin mirip latarbelakang sosial budaya semakin efektif komunikasi, i). bersifat nonsekuensial, j). bersifat prosesual dinamis dan transaksional, k). bersifat *irreversible* dan l). bukan panacea untuk menyelesaikan berbagai masalah (Heryadi & Silvana, 2013).

5. Menghindari kata-kata yang menyudutkan klien.

Kata adalah salah satu alat penyampai pesan, ide dan gagasan orang. Pilihan kata yang baik dan santun senantiasa mendorong klien terbuka dan menerima kehadiran pendamping sosial. Kata-kata yang mendiskreditkan klien akan mengakibatkan klien tertutup dan menganggap pendamping sosial sebagai orang lain (*othering*). Pada akhirnya klien sulit untuk dilakukan *assessment*. Pendamping sosial harus melakukan seleksi kata berbasis pemberdayaan. Berikut contoh kata-kata yang sering digunakan dalam praktik pekerjaan sosial.

Tabel 1. Kata-Kata yang Sering Muncul dalam Praktik Pekerjaan Sosial

No	Kata umum	Pekerja sosial
1	Cacat fisik, cacat mental	Unik, istimewa, berbeda, <i>dissabilitas/diffable</i>
2	Lemah	Potensi terpendam
3	Pelaku penyimpangan	Korban tidak berdaya
4	Narapidana	Victimisme/ <i>labeling</i>
5	Anak Terpidana	Anak yang berhadapan dengan hukum
6	Wanita/Perempuan	Wanita rawan sosial ekonomi
7	Jongos/Pembantu/Babu	Pahlawan devisa negara/ <i>baby sister/office boy</i>
8	Tua	Lanjut usia
9	Anak	Anak terlantar
10	Primitif/Badwi	Komunitas adat terpencil
11	Miskin	Pra sejahtera
12	Kaya	Sejahtera

Kata-kata tersebut adalah sebagian kecil yang sering ditemukan dalam praktik pekerjaan sosial. Masih banyak kata-kata yang belum ditemukan yang sesuai dengan persoalan persoalan sosial berbasis pemberdayaan. Oleh karena itu pendamping sosial harus cerdas dan teliti dalam memilih kata. Kata yang memiliki makna sama bisa berakibat berbeda ketika disampaikan dengan lebih santun dan memberikan motivasi klien untuk mengatasi disfungsi sosialnya.

Strategi komunikasi yang baik memang tidak menjamin komunikasi dapat terjalin dengan baik. Namun dengan strategi yang baik, pendamping sosial dapat meminimalisir kendala-kendala umum yang terjadi dalam proses komunikasi selama kegiatan pendampingan. Kasus-kasus khusus tentu sangat mungkin terjadi, dengan kesiapan strategi yang baik hal tersebut akan cepat diatasi dengan solusi yang terbaik yang memungkinkan dilakukan.

VI. KESIMPULAN

Eksistensi pendamping sosial sebagai ujung tombak pelaksanaan program sosial pemerintah sangatlah penting dalam mempengaruhi efektifitas program. Pendamping sosial sering terjebak dengan hambatan komunikasi. Komunikasi yang kurang efektif berdampak pada penerimaan klien. Klien akan cenderung tertutup dan sulit menerima. Ketertutupan klien ini menjadi hambatan pendamping dalam melakukan *assessment* dan intervensi sosial.

Kemampuan komunikasi pendamping sosial semata-mata bukan persoalan teori yang dikuasai namun, *skill*/keterampilan pendamping yang harus terus di asah dengan melakukan praktik pekerja sosial. Pengalaman pendamping sosial akan membantunya menemukan ketrampilan baru yang mungkin tidak ditemukan di bangku kuliah. Dengan sinergitas teori, *skill* dan pengalaman yang terus dikembangkan pendamping sosial akan terampil dan pandai beradaptasi dengan klien dan akhirnya hambatan-hambatan komunikasi bisa diminimalisir sedini mungkin.

Sebagai penutup, penulis merekomendasikan strategi yang perlu dilakukan dalam meminimalisasi hambatan-hambatan komunikasi praktik pekerja sosial antara lain dengan melakukan *assesment* menyeluruh, jalin relasi komunikasi alami dan non alami, membangun hubungan yang dekat dengan klien, mengedepankan prinsip-prinsip komunikasi dan menghindari kata-kata yang menyudutkan klien.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, W. A., & Supriyadi, S. N. (2017). Peran Fasilitator Dalam Pemberdayaan Masyarakat Pada Program Penataan Lingkungan Permukiman Berbasis Komunitas (Studi Kasus di Desa Kemiri, Kecamatan Kebakkramat, Kabupaten Karanganyar). *Jurnal Sosiologi DILEMA*, 32(1), 69–78.

- Astuti, M. (2015). Implementasi Kebijakan Kesejahteraan dan Perlindungan Anak. *Sosio Konsepsia*, 4(1), 215–235. <https://doi.org/10.33007/ska.v4i1.106>
- Azizah, R. N., Zauhar, S., & Soeaidy, M. S. (2015). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Mengurangi Angka Pengangguran di Kabupaten Sampang. *Wacana, Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 18(03), 203–212. <https://doi.org/10.21776/ub.wacana.2017.018.03.7>
- Chandra, T. C. (2015). Hambatan Komunikasi dalam Aktivitas Bimbingan Belajar antara Tutor dengan Anak Kelas V SD di Bantaran Sungai Kalimas Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 3(2), 1–12.
- Edi, S. (2005). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Effendi, O. U. (2009). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Ekantiningasih, P. D. (2017). Pelaksanaan Pendidikan dan Pelatihan Family Development Session di BBPPKS Yogyakarta. *E-Jurnal Prodi Teknologi Pendidikan*, VI(6), 508–523.
- Fatony, A. (2017). Kebijakan Pengentasan Kemiskinan Berbasis Participatory Poverty Assessment: Kasus Yogyakarta. *Sosio Konsepsia*, 16(2), 123–142. <https://doi.org/10.33007/ska.v16i2.798>
- Graha, A. N. (2009). Pengembangan Masyarakat Pembangunan Melalui Pendampingan Sosial dalam Konsep Pemberdayaan di Bidang Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 5(2), 117–126. <https://doi.org/10.21067/JEM.V5I2.243>
- Habibullah. (2018). Konsep dan Kebijakan Restorasi Sosial di Indonesia. *Sosio Informa*, 4(1), 348–358. <https://doi.org/10.33007/inf.v4i1.1188>
- Handoyo, E. (2008). Peran Strategis Relawan Pendamping dalam Upaya Perlindungan Perempuan dan Anak Korban Kekerasan. *Forum Ilmu Sosial*, 35(2), 132–143. <https://doi.org/10.15294/FIS.V35I2.1291>
- Harivarman, D. (2017). Hambatan Komunikasi Internal di Organisasi Pemerintahan. *Jurnal ASPIKOM*, 3(3), 508–519. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.171>
- Hatu, R. A. (2010). Pemberdayaan Dan Pendampingan Sosial Dalam Masyarakat (Suatu Kajian Teortis). *Inovasi*, 7(4), 240–254.
- Hendri, & Isnaini. (2014). Evaluasi Pelaksanaan Program Keluarga Harapan (PKH) Pada Bidang Pendidikan di Kelurahan Tegal Sari

- Mandala II Kecamatan Medan Denai. *Jurnal Administrasi Publik*, 2(2), 214–231.
- Heryadi, H., & Silvana, H. (2013). Komunikasi Antarbudaya dalam Masyarakat Multikultur. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 1(1), 95. <https://doi.org/10.24198/jkk.v1i1.6034>
- Luthfiah, U. Z. (2016). Hambatan Komunikasi Antar Budaya dalam Penerjemahan di Perusahaan Modal Asing Jepang. *Jurnal The Messenger*, 8(1), 46. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v8i1.307>
- Maghfiroh, E. (2016). Komunikasi Dakwah; Dakwah Interaktif Melalui Media Komunikasi. *Dakwatuna: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 2(1), 34–48.
- Melviona. (2017). Pelaksanaan Program Keluarga Harapan (PKH) di Kecamatan Batang Peranap Kabupaten Indragiri Hulu. *Jom FISIP*, 4(2), 1–14.
- Nurdianti, S. R. (2014). Analisis Faktor-Faktor Hambatan Komunikasi dalam Sosialisasi Program Keluarga Berencana pada Masyarakat Kebon Agung-Samarinda. *Dunia Komunikasi : Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman*, 2(2), 145–159.
- Nurhasanah, S., Kamil, M., & Saepudin, A. (2016). Pelatihan Pendamping Sosial dalam Meningkatkan Kemampuan Fasilitasi Program Kelompok Usaha Bersama. *PEDAGOGIA Jurnal Ilmu Pendidikan*, 13(2), 296. <https://doi.org/10.17509/pedagogia.v13i2.3553>
- Rahmawati, E., & Kisworo, B. (2017). Peran Pendamping dalam Pemberdayaan Masyarakat Miskin melalui Program Keluarga Harapan. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 1(2), 161–169. <https://doi.org/10.15294/pls.v1i2.16271>
- Rubawati, E. (2018). Media Baru: Tantangan dan Peluang Dakwah. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 2(1), 126–142. <https://doi.org/10.25139/jsk.v2i1.586>
- Setiawan, H. H., & Sunusi, M. (2015). Analisis Yuridis Peran Profesi Pekerja Sosial dalam Undang-undang Nomor 11 Tahun 2012. *Mimbar Hukum - Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada*, 27(2), 256. <https://doi.org/10.22146/jmh.15887>
- Sugiyanto. (2014). Strategi Komunikasi Pekerja Sosial dengan Pasien Skizofrenia dalam Proses Rehabilitasi: Studi di Rumah Sakit Jiwa Dr. Soeroyo Magelang Jawa Tengah. *Share: Social Work Journal*, 4(1), 30–49. <https://doi.org/10.24198/share.v4i1.13057>

- Suharto, E., & Thamrin, D. (2012). Program Keluarga Harapan (PKH): Memotong Mata Rantai Kemiskinan Anak. *Aspirasi*, 3(1), 1–20.
- Suradi, S., & Mujiyadi, B. (2018). Kinerja Pendamping Sosial pada Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial di Kota Tarakan. *Sosio Konsepsia*, 7(3), 130–145. <https://doi.org/10.33007/ska.v7i3.1476>
- Suyanto, S., & Pudjianto, B. (2015). Pemberdayaan Masyarakat Menuju Desa Sejahtera (Studi Kasus di Kabupaten Sragen). *Sosio Konsepsia*, 5(1), 340–354. <https://doi.org/10.33007/ska.v5i1.164>
- Tommy, S. (2006). *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Media Persindo.
- Widyakusuma, N. (2013). Peran Pendamping Dalam Program Pendampingan Dan Perawatan Sosial lanjut Usia Di Lingkungan Keluarga (Home Care). *Informasi*, 18(02), 211–224.
- Wijayaptri, N. W. P. (2015). Hambatan Komunikasi pada Penyandang Autisme Remaja: Sebuah Studi Kasus. *INKLUSI*, 2(1), 41. <https://doi.org/10.14421/ijds.020103>
- Wulandari, T., & Hakim, L. N. (2015). Gambaran Manfaat Program Family Development Session Kementerian Sosial Republik Indonesia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 6(1). <https://doi.org/10.22212/aspirasi.v6i1.468>
- Wursanto, I. (2005). *Dasar-dasar Ilmu Organisasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yuliasari, I., Saleh, A., Hubeis, M., & Sarwoprasodjo, S. (2017). Meretas Hambatan Komunikasi Perdesaan Dengan Media Komunitas di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Pos Dan Informatika*, 5(2), 191. <https://doi.org/10.17933/jppi.2015.0502005>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)
Vol. 3, No. 2, Juli - Desember 2018

Editorial Team

Editor-In-Chief

Imam Mujahid, (SCOPUS ID : 57208214175);
IAIN Surakarta, Indonesia

Editorial Board

Waryono Abdul Ghafur, UIN Sunan Kalijaga, Indonesia
Diajeng Laily Hidayati, IAIN Samarinda, Indonesia
Akhmad Anwar Dani, IAIN Surakarta, Indonesia
Ahmad Saifuddin, IAIN Surakarta, Indonesia
Abraham Zakky, IAIN Surakarta, Indonesia
Rhesa Zuhriya Pratiwi, IAIN Surakarta, Indonesia

Alamat Redaksi :

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta
Jl. Pandawa No. 1, Pucangan, Kartasura,
Sukoharjo, Jawa Tengah 57168
Phone : +62 271 - 781516
Fax : +62 271 - 782774

Surel : journal.albalagh@gmail.com, journal.albalagh@iain-surakarta.ac.id
Laman : <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/al-balagh>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 3, No. 2, Juli - Desember 2018

Daftar Isi

- Fatwa MUI tentang Atribut Keagamaan dalam Perspektif Komunikasi Dakwah
Mubd. Maryadi Adha 149 - 174
- Refleksi Kebenaran: Prinsip Kejujuran Sebagai Komunikasi Spiritual Anak di Era Digital
Muhamad Iqbal & Cesilia Prawening 175 - 192
- Hambatan Komunikasi Pendamping Sosial
Imam Alfi 193 - 210
- Korelasi Penggunaan *Gadget* Terhadap Kepuasan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Disabilita
Nisa Azizah & Arina Rahmatika 211 - 234
- Mahasiswa dan Keputusan Memilih Jurusan (Analisis Kuantitatif Pada Mahasiswa KPI IAIN Surakarta Angkatan 2017/2018)
Agus Sriyanto 235 - 258
- Kepuasan Mahasiswa KPI IAIN Surakarta dalam Pemilihan Konsentrasi Jurusan
Eny Susilowati & Rhesa Zubriya Briyan Pratiwi 259 - 292

KORELASI PENGGUNAAN *GADGET* TERHADAP KEPUASAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL PADA MAHASISWA DISABILITAS

DOI : <http://dx.doi.org/10.22515/balagh.v3i2.1436>

Nisa Azizah

Arina Rahmatika

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Abstract

Keywords:

*Difabel, gadget,
interpersonal
communication*

Gadget in the form of smartphone and laptop is a development of information technology and communication in Indonesia. This development is the reason difabel to use gadget in their daily activities. But each of difabel have different motiv and gratifications in using them. So, the aim of research is there is correlation between the difabel use of gadget and satisfaction of interpersonal communication in UIN Sunan Kalijaga. This is quantitative research with the method of purposive sampling and the collection data by questionnaire. Population of data is 72 person and with sample 32 people. The results obtained from this research is proved hypothesis stating that there is a significant positive correlation between the use of gadgets with the satisfaction of interpersonal communication in difabel UIN Sunan Kalijaga.

Abstrak

Kata Kunci:

*Difabel, gadget,
komunikasi
interpersonal*

Gadget dalam bentuk smartphone dan laptop merupakan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang di Indonesia. Perkembangan inilah yang kemudian diikuti mahasiswa difabel dengan memilih menggunakan gadget dalam aktifitas sehari-hari. Namun masing-masing difabel memiliki motif dan kepuasan yang berbeda-beda dalam menggunakannya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi antara penggunaan gadget dan kepuasan komunikasi interpersonal pada mahasiswa difabel netra dan tuli terhadap kepuasan komunikasi interpersonal di UIN Sunan Kalijaga. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode

purposive sampling, dimana pengumpulan datanya berdasarkan angket. Populasi data berjumlah 72 dan dengan sampel sebanyak 32 orang. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah terbuktinya hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara penggunaan *gadget* dengan kepuasan komunikasi interpersonal mahasiswa difabel UIN Sunan Kalijaga.

I. PENDAHULUAN

Lembaga riset digital marketing *Emarketer* memperkirakan pada tahun 2018 jumlah pengguna aktif *smartphone* di Indonesia lebih dari 100 juta orang. Seperti yang dikutip Indah Rahmayani dari *website* kominfo.go.id, angka tersebut membawa Indonesia menjadi negara dengan pengguna aktif *smartphone* terbesar keempat di dunia setelah Cina, India, dan Amerika. Salah satu pengguna aktif *gadget* baik dalam bentuk *smartphone* ataupun laptop adalah mahasiswa difabel yang menggunakan *gadget* sebagai media komunikasi.

Data statistik yang dihimpun oleh WHO atau Organisasi Kesehatan Dunia dikutip dalam *Understanding Disability* (Syafi'ie, 2012) mempresentasikan bahwa jumlah penyandang disabilitas berkisar antara 15% dari total populasi penduduk dunia. Di Indonesia, penyandang disabilitas berjumlah 36.150.000 orang atau sekitar 15% dari total penduduk Indonesia tahun 2011 yang penduduknya mencapai 241 juta jiwa. Sebelumnya, tahun 2004 penyandang disabilitas Indonesia diperkirakan sebanyak 1.480.000 dengan rincian sebagai berikut: penyandang tunadaksa berjumlah 162.800 orang (11%), tunanetra 192.400 (13%), tuna rungu 503.200 (34%), mental dan intelektual 348.800 (26%), dan orang yang pernah mengalami penyakit kronis (kusta dan tuberkulosis) 236.800 (16%). Jumlah ini diperkirakan jumlah penyandang disabilitas yang tinggal dengan keluarga atau masyarakat, dan belum termasuk mereka yang tinggal di panti asuhan.

Penelitian Andrew (2014) menyajikan bahwa teknologi informasi dan komunikasi, seperti *gadget* dapat berdampak positif maupun memunculkan tantangan terhadap difabel. Salah satu dampak positif dari teknologi

informasi dan komunikasi terhadap difabel adalah sebagai sarana untuk pendidikan orang berkebutuhan khusus. Hal ini menunjukkan bahwa difabel pun memiliki peluang untuk menggunakan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk *gadget*.

Dalam penggunaannya, mahasiswa difabel memiliki motif masing-masing ketika menggunakan *gadget* dalam aktifitas sehari-harinya. Hal tersebut sesuai dengan Teori Penggunaan dan Kepuasan atau *Uses and Gratification Theory* yang menyatakan bahwa setiap orang menggunakan media dengan tujuan tertentu, sehingga masing-masing orang tahu apa kebutuhan dan bagaimana memenuhi kebutuhan tersebut serta bertanggung jawab dalam memilih media sesuai kebutuhannya (Musa, Nazri, Azmi, & Ismail, 2016; Egede, 2013). Teori ini juga berlaku bagi mahasiswa difabel yang secara sadar memilih menggunakan *gadget* karena adanya kebutuhan tertentu dan merasakan manfaat *gadget* sesuai dengan yang diharapkan.

Berdasarkan Teori Penggunaan dan Kepuasan, penggunaan *gadget* oleh mahasiswa difabel disebabkan adanya motif yang dapat memengaruhi kepuasan komunikasi yang terjalin. Komunikasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah komunikasi interpersonal antardifabel maupun dengan nondifabel. Komunikasi interpersonal adalah pola komunikasi yang dilakukan antar satu orang dengan orang lain atau kelompok (DeVitto, 2011; Suciati, 2016).

Komunikasi interpersonal merupakan langkah awal seseorang untuk memasuki lingkungan sosial. Dalam proses komunikasi interpersonal ini terjalin hubungan antara mahasiswa difabel dengan orang lain. Pada kelanjutannya, mahasiswa difabel berusaha untuk saling memahami dengan perbedaan yang ada. Seperti dalam Alquran Surat Al Isrâ' ayat 53.

Pada Alquran surat Al Isrâ' ayat 53 dijelaskan bahwa "*Hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik (benar)*". Alquran surat Al Isrâ' ayat 53 tersebut mengajarkan untuk senantiasa berkata baik kepada siapapun. Perkataan yang tidak baik akan menimbulkan kecurigaan dan

prasangka sehingga memungkinkan terjadinya perselisihan dengan orang lain. Dalam hal ini komunikasi interpersonal membantu seseorang menjalin hubungan lebih dekat dengan orang lain, termasuk dengan berkata-kata yang baik. Perkataan yang baik ini dapat menghindari kesalahpahaman dalam komunikasi. Maka, komunikasi interpersonal bagi mahasiswa difabel merupakan hal penting. Tujuan akhir dari komunikasi interpersonal bagi mahasiswa difabel ini adalah untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya di kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu universitas yang menjadi kampus inklusi atau ramah difabel diwujudkan dengan didirikan Pusat Studi dan Layanan Difabel (PSLD) yang sekarang berubah menjadi Pusat Layanan Difabel (PLD). Pusat Layanan Difabel (PLD) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta mendata pada tahun ajaran 2017/2018 terdapat 72 mahasiswa difabel yang terdiri atas mahasiswa tunanetra (kebutuhan khusus melihat), tunarungu (kebutuhan khusus mendengar dan bicara), dan tunadaksa (kebutuhan khusus fisik), serta beberapa kategori gangguan sensorik lain. Dengan demikian, UIN Sunan Kalijaga merupakan universitas dengan jumlah mahasiswa difabel paling banyak di Yogyakarta.

Data Pusat Layanan Difabel (PLD) UIN Sunan Kalijaga menyatakan bahwa mahasiswa difabel terbanyak adalah berupa tunanetra dan tunarungu. Di sisi lain, mahasiswa tunanetra dan tunarungu masih memiliki kemampuan motorik yang optimal. Penggunaan *gadget* menuntut kemampuan motorik seseorang. Oleh karena itu, penelitian ini akan fokus pada responden dengan karakteristik mahasiswa tunanetra dan tunarungu. Tunanetra dan tunarungu selain memiliki kemampuan yang berbeda, juga memiliki keterbatasan atau kebutuhan khusus dalam berkomunikasi. Kelebihan mahasiswa difabel netra dapat mendengar, namun memiliki keterbatasan melihat tulisan maupun gerak bibir. Mahasiswa difabel rungu memiliki kelebihan dapat melihat dan dapat berkomunikasi menggunakan bahasa isyarat (dapat dilakukan dengan *videocall*), namun keterbatasan

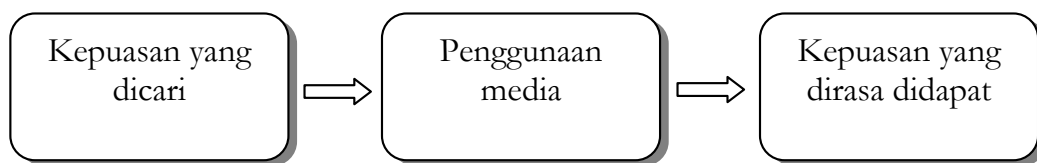
mereka ada pada pendengaran dan bicara. Sehingga, penggunaan *gadget* sebagai media pertukaran informasi dan komunikasi oleh mahasiswa tunanetra dan tunarungu memiliki pengaruh lebih besar dibandingkan penggunaan *gadget* oleh mahasiswa lain.

Penggunaan *gadget* dalam konteks mahasiswa difabel memiliki banyak motif. Secara umum, motif merupakan faktor-faktor dasar yang menyebabkan individu bertingkah laku atau bersikap tertentu. Dalam hal ini motif merupakan apa alasan dasar yang mendorong responden memilih menggunakan media tertentu, sebelum terjadinya proses penggunaan media tersebut (Kompri, 2016). Menurut McQuail (2011), motif khalayak dalam menggunakan media dikategorikan dalam empat tipologi yakni hiburan, integrasi dan interaksi sosial, identitas pribadi, serta informasi. Adapun kategori keempat motif tersebut dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut. Pertama, hiburan yaitu melepas diri dari rutinitas, masalah atau sarana pelepasan emosi. Kedua, berupa integrasi dan interaksi sosial yaitu penyesuaian (pembaruan) dan hubungan dengan orang lain untuk mencapai suatu keserasian. Ketiga, identitas pribadi yaitu referensi diri dan penguatan nilai individu. Keempat, informasi merupakan bentuk pencarian sesuatu mengenai bagaimana media membantu individu mencapai suatu tujuan.

Ketika mahasiswa difabel menggunakan *gadget* maka akan menghasilkan kepuasan tertentu. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (Badan Pengembangan & Pembinaan Bahasa Kemendikbud, 2017) kepuasan berasal dari kata puas yang artinya adalah merasa lebih dari cukup, merasa senang (lega, gembira, kenyang, dan sebagainya) karena sudah terpenuhi hasrat hatinya. Kepuasan merupakan suatu kondisi (yang bersifat) puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya. Dengan demikian, kepuasan dapat diartikan sebagai kondisi di mana seseorang merasa puas (lega, senang dan merasa cukup) dengan terpenuhinya hasrat tertentu.

Dalam konteks ilmu komunikasi, ketika seseorang memiliki motif tertentu dalam menggunakan media maka, dapat dianalisis dengan Teori

Penggunaan dan Kepuasan atau *Uses and Gratification*. Teori Penggunaan dan Kepuasan atau *Uses and Gratification* merupakan teori yang menggunakan pendekatan pada audiens daripada pesannya (Littlejohn & Kareen, 2012). Pendekatan ini menganggap individu sebagai pengguna yang aktif dan bertanggung jawab dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhannya sendiri, sehingga media dianggap sebagai satu-satunya faktor yang mendukung bagaimana kebutuhan terpenuhi sebagaimana terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Model harapan dari kepuasan media yang dicari dan didapatkan. Sumber: (McQuail, 2011)

Teori *Uses and Gratification* diperkuat dengan munculnya Teori Hierarki Kebutuhan dan Motivasi oleh Abraham Maslow. Teori Hierarki Kebutuhan dan Motivasi (Maslow, 2017; Morissan, 2015; Morissan, Wardhani, & Hamid, 2010) menyatakan kebutuhan manusia dari paling dasar menuju puncak yakni: kebutuhan biologis (fisik), keamanan, sosial, penghormatan diri, dan aktualisasi diri.

Dalam pandangan teori Abraham Maslow, orang yang berhasil mencapai satu tingkat hierarki kebutuhan akan berusaha mencapai tingkat selanjutnya sampai yang paling tinggi dan secara aktif mencari segala hal untuk memenuhi kebutuhan. Hal ini selaras dengan pandangan Teori Penggunaan dan Kepuasan yang menyatakan audiens aktif dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhan.

Banyaknya mahasiswa difabel yang belajar di UIN Sunan Kalijaga, membuka kesempatan semakin luasnya interaksi yang dilakukan antar mahasiswa difabel maupun mahasiswa difabel dengan mahasiswa lain. Pada proses interaksi ini terjadi pertukaran informasi, berbagi pengalaman, termasuk komunikasi interpersonal yang membantu mereka

menjalin hubungan dengan orang lain. Pada konteks ini, penting untuk mengkaji korelasi antara penggunaan *gadget* dengan kepuasan komunikasi interpersonal, dalam rangka memanfaatkan penggunaan *gadget* untuk meningkatkan kepuasan komunikasi interpersonal. Menurut Masmuh (Riyantini & Triyono, 2016), kepuasan komunikasi interpersonal adalah satu fungsi dari apa yang seseorang dapatkan dengan apa yang dia harapkan. Menurut Alsayed, Motaghi, & Osman (Riyantini & Triyono, 2016), syarat kepuasan komunikasi interpersonal mengacu pada kepuasan dari individu terhadap hubungan dan aliran informasi selama komunikasi berlangsung.

Pemaparan tersebut merupakan alasan yang menjadi dasar penelitian ini. Oleh karena itu, peneliti merasa penting untuk meneliti korelasi antara motif menggunakan *gadget* dengan kepuasan mahasiswa tunanetra dan tunarungu di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dalam menjalin komunikasi interpersonal. Dari penelitian ini diharapkan mampu mengetahui motif penggunaan *gadget* dan proses komunikasi mahasiswa difabel secara komunikasi interpersonal yang bermanfaat untuk menjalin hubungan dengan orang lain.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu, baik tentang penggunaan *gadget* maupun tentang difabel terkait komunikasi. Misalkan, penelitian Desiningrum, Indriana, & Siswati (2017) yang menghasilkan adanya korelasi negatif antara intensi penggunaan *gadget* dengan kecerdasan emosional remaja awal; penelitian Puspa, Loebis, & Nuswantoro (2018) yang menghasilkan penggunaan *gadget* berpengaruh pada penurunan kualitas penglihatan siswa sekolah dasar; penelitian Hidayat & Junianto (2017) tentang pengaruh penggunaan *gadget* terhadap tingkat prestasi siswa SMPN Satu Atap Pakisjaya Karawang; penelitian Pebriana (2017) yang menganalisis penggunaan *gadget* terhadap kemampuan interaksi sosial pada anak usia dini; penelitian Ernawati (2015) tentang komunikasi verbal dan nonverbal mahasiswa difabel netra UIN Sunan Kalijaga melalui *Facebook*; dan penelitian Haryanto (2016) tentang penggunaan internet pada anak disabilitas netra. Penelitian lain tentang difabel misalkan penelitian

Vlachou, Stavroussi, & Didaskalou (2017). Akan tetapi, penelitian tersebut membahas tentang intervensi atau perlakuan yang tepat untuk meningkatkan keterampilan memecahkan masalah dalam komunikasi interpersonal pada orang dengan keterbatasan kemampuan kognitif.

Selain itu, terdapat beberapa penelitian mengenai komunikasi interpersonal. Di antaranya, penelitian Bernardus & Perbawaningsih (2010) tentang model komunikasi interpersonal generasi muda suku Batak Karo di Yogyakarta; penelitian Suryani (2013) tentang komunikasi interpersonal yang bisa menyebabkan kepuasan dan berdampak pada iklim komunikasi dalam organisasi; penelitian Patriana (2014) mengenai dampak dari komunikasi interpersonal yang efektif terhadap rekomendasi untuk anak yang memiliki permasalahan hukum; penelitian Gusliza (2013) tentang adanya korelasi positif antara komunikasi interpersonal dengan kepuasan kerja pegawai Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga; penelitian Diasmoro (2017) mengenai adanya korelasi positif antara komunikasi interpersonal dengan kepuasan kerja karyawan dewasa awal; penelitian Riyantini & Triyono (2016) tentang pengaruh positif dari kepuasan komunikasi organisasi terhadap kinerja pegawai; dan penelitian Weningtyas & Suseno (2012) tentang pengaruh positif dari komunikasi interpersonal terhadap kepuasan konsumen.

Data penelitian terdahulu tersebut bisa disimpulkan bahwa penelitian tentang pengaruh penggunaan *gadget* sudah banyak dilakukan oleh para peneliti sebelumnya. Namun, penelitian tentang penggunaan *gadget* pada tunanetra dan tunarungu masih sangat terbatas. Di sisi lain, penelitian tentang komunikasi interpersonal yang dikaitkan dengan kepuasan juga sudah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Akan tetapi, penelitian terhadap variabel kepuasan komunikasi interpersonal masih sangat terbatas. Penelitian kepuasan komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh Riyantini & Triyono (2016) berada dalam konteks organisasi dan industri. Sedangkan, penelitian kepuasan komunikasi interpersonal pada jurnal ini berada dalam konteks ilmu komunikasi. Berdasarkan penjelasan tersebut,

penelitian terkait hal tersebut penting untuk dilakukan agar memperkaya semakin banyak penelitian yang berkontribusi pada kelompok disabilitas. Di sisi lain, penjelasan tersebut juga memperlihatkan bahwa penelitian penggunaan *gadget* dan kepuasan komunikasi interpersonal ini tergolong memiliki ciri khas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi atau hubungan antara penggunaan *gadget* dengan tingkat kepuasan komunikasi interpersonal pada mahasiswa tunanetra dan tunarungu di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Oleh karena itu, hipotesis alternatif pada penelitian ini adalah ada hubungan positif antara intensitas penggunaan *gadget* dengan tingkat kepuasan komunikasi interpersonal pada mahasiswa tunanetra dan tunarungu di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Yaitu, semakin tinggi intensitas penggunaan *gadget* maka, semakin tinggi pula tingkat kepuasan komunikasi interpersonal. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah intensitas penggunaan *gadget* maka, semakin rendah pula tingkat kepuasan komunikasi interpersonal.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode pendekatan survei dan korelasional. Metode survei dan korelasional ini digunakan untuk mempelajari hubungan antar variabel. Sedangkan pengumpulan data menggunakan skala atau kuesioner, observasi, dan wawancara.

Populasi penelitian adalah mahasiswa difabel UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tahun ajaran 2017/2018 sebanyak 72 mahasiswa. Teknik sampel menggunakan *purposive sampling* untuk mengambil sampel dengan pertimbangan dan karakteristik tertentu (Cozby, 2009). Sehingga sampel pada penelitian ini adalah responden yang memenuhi kriteria sebagai mahasiswa tunanetra dan tunarungu yang berstatus mahasiswa aktif di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta serta menggunakan *gadget* dalam kehidupan sehari-hari. Adapun mahasiswa tunanetra dan tunarungu yang

tidak menggunakan *gadget* tidak termasuk dalam karakteristik sampel penelitian sehingga tidak menjadi sampel penelitian.

Berdasarkan karakteristik tersebut, sampel pada penelitian ini merupakan mahasiswa tunanetra dan tunarungu di UIN Sunan Kalijaga yang berjumlah 52 orang. Kemudian, diperoleh sampel penelitian sebanyak 38 responden yang bersedia mengikuti penelitian. Responden sejumlah 38 ini terdiri dari 23 mahasiswa tunarungu dan 15 mahasiswa tunanetra.

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder dilihat dari sumber datanya. Sumber primer diperoleh dari sumber pertama di lokasi yakni mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan mengisi kuesioner dan wawancara. Sedangkan sumber sekunder berasal dari buku-buku komunikasi, artikel, jurnal, *website*, dan data arsip yang berasal dari Pusat Layanan Difabel (PLD) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara, kuesioner dan dokumenasi. Sedangkan, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Korelasi Spearman Rank.

$$\rho = 1 - \frac{6\sum b_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

ρ : Koefisien Korelasi Spearman Rank

b_i : beda atau selisih ranking kedua variabel

n : jumlah sampel penelitian

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penggunaan *Gadget* Mahasiswa Difabel

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, dapat diambil data bahwa penggunaan *gadget* oleh mahasiswa tunanetra dan tunarungu di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan kategori sangat sering sebesar 53%, kategori sering 47% dan kategori tidak pernah 0%. Sedangkan penggunaan

gadget untuk komunikasi interpersonal didukung dengan penggunaan media *chatting* atau media sosial yang paling banyak yaitu *Whatsapp* dengan pengguna mencapai 97% dan *Facebook* dengan pengguna 78%.

Jenis *gadget* yang digunakan oleh mahasiswa tunanetra dan tunarungu di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta adalah laptop dengan pengguna 79% dan *smartphone* dengan pengguna 95%. Penggunaan *gadget* ini berkisar antara 1-2 tahun dengan persentase 47% dan penggunaan lebih dari dua tahun sebesar 47% juga. Sedangkan penggunaan *gadget* per hari rata-rata antara 8-16 jam dengan persentase pengguna sebesar 47%. Rata-rata penggunaan *gadget* di Indonesia adalah 8 jam 44 menit per hari. Berdasarkan perbandingan ini, maka mahasiswa tunanetra dan tunarungu di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang menjadi responden ini termasuk ke dalam pengguna *gadget* aktif.

B. Motif Penggunaan *Gadget*

Berdasarkan pandangan Teori Penggunaan dan Kepuasan atau *Uses and Gratification*, seseorang secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Seseorang yang aktif menggunakan *gadget* memiliki motif tertentu. Motif tersebut berupa motif hiburan, integrasi, dan interaksi sosial, identitas pribadi serta motif informasi. Hal itu juga berlaku pada mahasiswa difabel di UIN Sunan Kalijaga dengan persentase sebagaimana berikut.

Tabel 1. Motif Menggunakan *Gadget* per Indikator

No	Indikator	Kategori						Jumlah Responden
		Rendah		Sedang		Tinggi		
		F	P	F	P	F	P	
1	Hiburan	6	15.8%	24	63.2%	8	21.1%	38
2	Integrasi dan Interaksi Sosial	4	10.5%	29	76.3%	5	13.2%	38
3	Informasi	5	13.2%	26	68.4%	7	18.4%	38
4	Identitas Pribadi	5	13.2%	26	68.4%	7	18.4%	38

Berdasarkan tabel 1 tersebut dapat diketahui bahwa secara keseluruhan motif menggunakan *gadget* menunjukkan kategori sedang. Hal itu membuktikan bahwa responden yang menggunakan *gadget* mempunyai motif yang saling berhubungan antar indikator atau dapat disebabkan oleh beberapa motif sekaligus. Masing-masing indikator motif saling memengaruhi dan dapat muncul secara acak, sehingga tidak ada motif yang mendominasi.

Hal ini terlihat dari beberapa indikator-indikator motif dalam menggunakan *gadget* yang berhubungan satu sama lain, seperti motif hiburan yang berhubungan dengan motif integrasi dan interaksi sosial yang mendorong responden ingin mengetahui kabar orang lain. Kemudian, muncul motif informasi yang mendorong responden mencari informasi orang-orang di sekitarnya. Kemudian setelah mendapat kabar dan informasi, muncul motif identitas pribadi dimana responden berusaha menyesuaikan diri dengan situasi dan kondisi orang lain atau lingkungan sekitarnya.

Hal ini sesuai dengan pandangan Teori Hierarki Kebutuhan dan Motivasi yang menyatakan manusia akan selalu berusaha memenuhi kebutuhannya segera setelah kebutuhan lain terpenuhi. Motif menggunakan *gadget* akan selalu datang bergantian tanpa harus berurutan, tergantung kebutuhan masing-masing responden.

C. Kepuasan Komunikasi Interpersonal

Tabel 2. Kepuasan Komunikasi Interpersonal per Indikator

No	Indikator	Kategori						Jumlah Responden
		Rendah		Sedang		Tinggi		
		F	P	F	P	F	P	
1	Mengungkapkan Perhatian	7	18.4%	24	63.2%	7	18.4%	38
2	Menemukan Diri Sendiri	5	13.2%	30	78.9%	3	7.9%	38
3	Menemukan Dunia Luar	8	21.1%	27	71.1%	3	7.9%	38

No	Indikator	Kategori						Jumlah Respon- den
		Rendah		Sedang		Tinggi		
		F	P	F	P	F	P	
4	Membangun dan Memelihara Hubungan Harmonis	4	10.5%	28	73.7%	6	15.8%	38
5	Mempengaruhi Sikap & Tingkah Laku	4	10.5%	28	73.7%	6	15.8%	38
6	Menghilangkan Kerugian Akibat Salah Komunikasi	10	26.3%	14	36.8%	14	36.8%	38
7	Mencari Kesenangan	5	13.2%	26	71%	6	15.8%	38
8	Memberikan Bantuan (Konseling)	6	15.7%	27	71.1%	5	13.2%	38

Berdasarkan tabel 2, dapat diketahui indikator kepuasan komunikasi interpersonal pada kategori cukup puas atau sedang. Dengan demikian, kepuasan responden terhadap komunikasi interpersonal dikategorikan puas karena menunjukkan persentase paling banyak. Hal ini sesuai dengan hasil analisis yang menunjukkan bahwa masing-masing indikator kepuasan komunikasi interpersonal paling banyak pada kategori cukup.

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa terdapat satu indikator yang memiliki nilai dan frekuensi yang berbeda dari kebanyakan hasil analisis kepuasan komunikasi interpersonal yaitu pada indikator komunikasi interpersonal untuk menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi. Pada indikator ini frekuensi untuk kategori puas dan sangat puas memiliki persentase sama yaitu 36.8%, sedangkan untuk kategori tidak puas memiliki nilai persentase 26.3%. Hal ini berarti mahasiswa difabel netra dan tuli di UIN Sunan Kalijaga merasa puas dengan komunikasi interpersonal untuk menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi.

Hipotesis pada penelitian ini merupakan hipotesis asosiatif atau hubungan. Analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini menggunakan analisis Spearman Rank. Korelasi Spearman Rank bekerja dengan data ordinal, maka data tersebut terlebih dahulu harus diubah menjadi data ordinal dalam bentuk rangking.

Setelah mengubah data ordinal ke dalam bentuk rangking, selanjutnya menghitung korelasi tata jenjang atau Spearman Rank Order Correlation dengan menggunakan nilai b_i^2 yang diperoleh dari hitungan dalam tabel kolom terakhir. Berikut perhitungan dalam rumus Spearman Rank:

$$\begin{aligned}\rho &= 1 - \frac{6\sum b_i^2}{n(n^2-1)} \\ \rho &= 1 - \frac{6(6048)}{38(38^2-1)} \\ \rho &= 1 - 0.662 \\ \rho &= 0,338\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut didapatkan hasil sebesar 0,338 dengan nilai perbedaan kuadrat atau b_i^2 yakni 6048 dan jumlah responden 38. Nilai Rho (ρ) tabel korelasi Spearman Rank adalah 0.321 pada taraf kesalahan 5% (0.05) dan 0.415 pada taraf kesalahan 1% (0.01). Nilai koefisien korelasi antara motif menggunakan *gadget* dengan kepuasan komunikasi interpersonal adalah 0.338 lebih besar dari nilai Rho pada taraf kesalahan 5% (0.321). Dengan demikian, hasil uji korelasi dinyatakan signifikan. Artinya, hipotesis penelitian diterima.

Hubungan kedua variabel cukup kuat karena memiliki nilai koefisien korelasi antara 0.26 sampai 0.50. Koefisien korelasi bernilai positif, dengan demikian hubungan kedua variabel searah. Hal ini berarti jika motif dan intensitas menggunakan *gadget* ditingkatkan maka, kepuasan komunikasi interpersonal pada mahasiswa tunanetra dan tunarungu juga akan meningkat. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu, salah satunya penelitian Gifary & Kurnia (2015) yang menghasilkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan *gadget* maka, komunikasi interpersonalnya semakin meningkat.

Setiap manusia membutuhkan komunikasi interpersonal. Menurut Singh & Lalropuii (2014), komunikasi Interpersonal adalah proses pengiriman informasi dan pemahaman bersama dari satu orang ke orang lain, yang sangat penting untuk keberhasilan tujuan masing-masing orang tersebut. Selain itu, komunikasi interpersonal dibutuhkan karena tidak terlepas dari ketidakmampuan manusia untuk hidup sendiri dan membutuhkan bantuan dari orang lain. Dalam membutuhkan bantuan tersebut, diperlukan komunikasi interpersonal. Selain itu, manusia juga membutuhkan pertukaran informasi yang juga memerlukan komunikasi interpersonal. Terlebih lagi mahasiswa, yang notabene memiliki tugas belajar dan berinteraksi sosial. Di sisi lain, keterbatasan pada diri manusia juga bukan berarti membuat seseorang tidak membutuhkan komunikasi. Justru, dengan keterbatasan tersebut kemampuan komunikasi interpersonal semakin dibutuhkan agar manusia dengan keterbatasan tidak terpinggirkan. Salah satunya adalah mahasiswa tunanetra dan tunarungu.

Komunikasi interpersonal pada mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga mencoba mengikuti teknologi yang berkembang. Artinya, mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga menggunakan *gadget* sebagai salah satu sarana berkomunikasi interpersonal. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat korelasi positif antara penggunaan *gadget* dengan kepuasan komunikasi interpersonal pada mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga.

Komunikasi interpersonal tidak mudah untuk dilakukan, baik oleh orang normal maupun oleh orang dengan keterbatasan seperti tunanetra dan tunarungu. Hal ini dikarenakan komunikasi interpersonal melibatkan dua orang atau lebih. Selain itu, pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi interpersonal tersebut memiliki persepsi, pandangan, dan penafsiran masing-masing terhadap informasi yang diterimanya. Terlebih lagi, menurut Solarsh & Johnson (2017), komunikasi pada kalangan difabel terbatas, baik antar kalangan difabel maupun antara kalangan difabel dengan nondifabel. Di sisi lain, pihak yang terlibat dalam

komunikasi interpersonal juga memiliki corak atau pola komunikasi yang berbeda-beda sehingga berdampak pada keberhasilan komunikasi interpersonal. Ketika proses komunikasi interpersonal berhasil dilakukan, maka akan memunculkan kepuasan komunikasi interpersonal. Hal ini sesuai dengan pengertian kepuasan komunikasi interpersonal menurut Masmuh (Riyantini & Triyono, 2016) yaitu suatu kondisi ketika seseorang mendapatkan informasi dan perasaan sesuai dengan yang diharapkan.

Selain karena adanya kesesuaian antara informasi yang didapatkan dengan harapan dan tujuan, kepuasan komunikasi interpersonal bisa muncul akibat dari keberhasilan pihak yang berkomunikasi dalam menghilangkan ketidakpastian komunikasi. Menurut Morissan (2010), ketidakpastian komunikasi akan berdampak negatif pada kualitas komunikasi. Sehingga, komunikasi interpersonal yang dilakukan tidak dapat mencapai kepuasan. Lebih detil, Morissan (2010) menjelaskan bahwa ketidakpastian komunikasi merupakan kondisi yang tidak disukai sehingga berpotensi menimbulkan stres secara kognitif.

Kepuasan komunikasi interpersonal juga tercapai akibat dari komunikasi interpersonal yang membutuhkan penyesuaian diri. Bentuk dari penyesuaian diri dalam komunikasi interpersonal adalah konvergensi. Konvergensi ini artinya seseorang yang berkomunikasi mencoba untuk menjadi satu atau *coming together*. Salah satu contoh dari konvergensi ini adalah yaitu meniru gaya komunikasi yang dilakukan oleh orang lain (Giles, Coupland, & Coupland, 2008). Mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga mencoba untuk melakukan konvergensi ini, salah satunya dengan menggunakan *gadget* dalam berkomunikasi. Seperti yang sudah diketahui, bahwa saat ini *gadget* menjadi sarana penting dalam berkomunikasi yang digunakan oleh hampir semua orang berbagai kalangan. Konvergensi dalam bentuk menggunakan *gadget* dalam berkomunikasi interpersonal ini ditempuh oleh mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga agar mereka mampu melebur dengan banyak orang serta tidak merasa terasing dan diasingkan. Dengan demikian, ketika mahasiswa menggunakan

gadget, maka akan menghasilkan kepuasan komunikasi interpersonal.

Salah satu unsur penting dalam komunikasi interpersonal adalah konsep diri. Menurut Rakhmat (2012), kesuksesan komunikasi interpersonal banyak tergantung pada kualitas konsep diri seseorang. Mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga menggunakan *gadget* dalam melakukan komunikasi interpersonal dalam rangka meningkatkan kualitas konsep diri. Ketika mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga dapat menggunakan *gadget*, maka akan muncul persepsi bahwa dirinya dapat menggunakan alat yang juga digunakan oleh orang normal. Persepsi ini kemudian akan meningkatkan kepercayaan diri, sekaligus memperbaiki konsep dirinya. Dengan konsep diri positif, maka mendukung mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga untuk mencapai komunikasi interpersonal yang efektif. Selanjutnya, efektivitas komunikasi interpersonal ini kemudian akan memunculkan kepuasan komunikasi interpersonal.

Konsep diri yang positif akibat penggunaan *gadget* pada mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga juga mendorong mereka untuk dapat membuka diri. Hal ini sesuai dengan teori yang diungkap oleh Sidney Marshall Jourard bahwa ketika seseorang memiliki konsep diri yang positif, maka akan menjadi motivasi seseorang tersebut untuk membuka diri pada setiap komunikasi interpersonal (Bayne, 1977; Jourard, 1971; Jourard & Lasakow, 1958). Hasil akhir dari perilaku membuka diri ini nantinya adalah kepuasan komunikasi interpersonal. Perilaku membuka diri akan membuat komunikasi yang dilakukan dapat berjalan lancar tanpa adanya salah paham. Di sisi lain, membuka diri ini artinya seseorang bersedia untuk tidak menyembunyikan apapun tentang dirinya. Salah satu wujud dari perilaku membuka diri pada mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga adalah menggunakan *gadget*, sehingga kondisi dirinya dapat diketahui oleh orang lain. Berdasarkan data, mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga menggunakan aplikasi *Facebook* dan *Whatsapp*. Pada aplikasi tersebut, seseorang bisa menuliskan pendapat,

pikiran, perasaan, dan bahkan dapat mengunggah foto serta kegiatan yang dilakukannya. Di sisi lain, data tabel 1 juga menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal pada mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga melibatkan perturan informasi dan membuka identitas diri.

Penggunaan *gadget* pada mahasiswa tunanetra dan tunarungu juga merupakan suatu upaya untuk meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal. Menurut Robinson (Matin, Jandaghi, Karimi, & Hamidizadeh, 2010), kompetensi komunikasi interpersonal terdiri dari seperangkat keterampilan, pengetahuan tentang komunikasi, dan evaluasi diri. Keahlian komunikasi interpersonal terdiri dari pengungkapan diri, memiliki perasaan dan pikiran, serta dukungan. Penggunaan *gadget* pada kalangan tunanetra dan tunarungu merupakan upaya untuk meningkatkan pengungkapan diri. Ketika seseorang sudah mampu mengungkapkan diri dan lingkungan menerimanya, maka akan memunculkan kepuasan komunikasi interpersonal.

Kepuasan komunikasi interpersonal bisa muncul ketika mahasiswa tunanetra dan tunarungu menggunakan *gadget* sebagai sarana komunikasi karena *gadget* bisa membantu mahasiswa tersebut mengatasi beberapa permasalahan seperti yang dikemukakan oleh Stromer (1983). Stromer (1983) menulis bahwa beberapa permasalahan komunikasi yang terjadi pada kalangan difabel adalah adanya ketakutan, ambiguitas, dan pengungkapan diri. Penggunaan *gadget* dapat menghilangkan ketakutan pada mahasiswa tunanetra dan tunarungu akan kegagalan komunikasi serta membantu mahasiswa tersebut dalam mengungkapkan diri. Maka dari itu, penggunaan *gadget* dapat meningkatkan kepuasan komunikasi interpersonal. Menurut Magsamen-Conrad, Tetteh, Lee, & Smith (2017), komunikasi interpersonal seseorang dengan disabilitas akan berubah seiring keterbukaan diri kalangan disabilitas serta kalangan disabilitas mampu berfokus pada kapasitasnya. Dalam hal ini, fokus pada kapasitas tersebut diwujudkan dalam penggunaan *gadget* sebagai sarana komunikasi. Pada faktanya, meskipun memiliki keterbatasan, mahasiswa tunanetra dan tunarungu tetap mampu mengoperasikan *gadget*.

Penggunaan *gadget* dapat meningkatkan kepuasan komunikasi interpersonal karena penggunaan *gadget* merupakan suatu upaya mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga untuk mencapai kesamaan karakteristik personal. Menurut Heider (1958), seseorang akan cenderung melakukan sesuatu yang sama dengan yang dilakukan oleh orang lain dengan tujuan agar diterima dan dapat melakukan komunikasi interpersonal. Kondisi ini kemudian dinamakan dengan kesamaan karakteristik personal (Rakhmat, 2012).

Pada proses akhir, kepuasan komunikasi interpersonal akan dapat menghindarkan mahasiswa tunanetra dan tunarungu dari gejala stres yang diakibatkan dari keterbatasan komunikasi interpersonal. Seperti yang dijelaskan oleh Hartley & MacLean Jr. (2009), bahwa orang dengan keterbatasan rentan mengalami stres karena tidak lancarnya komunikasi interpersonal yang terjadi. Penggunaan *gadget* membantu mahasiswa tunanetra dan tunarungu untuk mengatasi masalah ketidaklancaran ini, sehingga mahasiswa tersebut mencapai kepuasan komunikasi interpersonal dan akhirnya terhindar dari stres.

IV. KESIMPULAN

Hasil yang dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah bahwa mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga mempunyai motif yang saling mempengaruhi dalam menggunakan *gadget*, baik dalam berupa motif hiburan, identitas sosial, informasi, maupun identitas pribadi. Sedangkan, mayoritas mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga dianggap puas dengan komunikasi interpersonal melalui *gadget* sebagai medianya. Sehingga, terdapat hubungan antara motif menggunakan *gadget* bagi mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga dengan kepuasan komunikasi interpersonal. Penghitungan kuantitatif juga membuktikan bahwa ada hubungan yang positif antara penggunaan *gadget* dengan kepuasan komunikasi interpersonal. Ini artinya, penggunaan *gadget* pada mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN

Sunan Kalijaga dapat mendukung mereka meraih kepuasan komunikasi interpersonal.

Lebih lanjut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan komunikasi terutama komunikasi mahasiswa yang mengalami keterbatasan. Penelitian ini dapat membuktikan bahwa komunikasi pada mahasiswa difabel secara interpersonal, bersifat praktis dan bukan hanya teoritis. Oleh karena itu, diharapkan bagi masyarakat, baik masyarakat luas maupun masyarakat kampus, supaya memposisikan mahasiswa tunanetra dan tunarungu sama dengan mahasiswa lain, baik dalam berkomunikasi maupun berinteraksi sosial. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan semua pihak dapat lebih memahami cara komunikasi dengan mahasiswa tunanetra dan tunarungu UIN Sunan Kalijaga, terutama dalam komunikasi interpersonal, sehingga tercipta hubungan interpersonal yang baik. Selain itu, saran bagi peneliti selanjutnya adalah mengadakan penelitian serupa dengan melibatkan sampel difabel di berbagai daerah atau perguruan tinggi. Dengan demikian, daya generalisasinya akan semakin kuat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrew, O. (2014). Information and Communications Technologies in Special Needs Education: Challenges and Prospects. *European Journal of Business and Management*, 6(39), 204–210.
- Badan Pengembangan & Pembinaan Bahasa Kemendikbud. (2017). *Kamus Besar Bahasa Indonesia Online*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kemendikbud.
- Bayne, R. (1977). The Meaning and Measurement of Self-Disclosure. *British Journal of Guidance & Counseling*, 5(2), 159–166. <https://doi.org/10.1080/03069887708258111>
- Bernardus, B., & Perbawainingsih, Y. (2010). Model Komunikasi Interpersonal Generasi Muda Suku Batak Karo di Yogyakarta Melalui Tradisi Bertutur. *Jurnal Komunikasi ASPIKOM*, 2(6), 425–436.

- Cozby, P. C. (2009). *Methods in Behavioral Research* (Maufur, Ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Desiningrum, D. R., Indriana, Y., & Siswati. (2017). Intensi Penggunaan *Gadget* dan Kecerdasan Emosional pada Remaja Awal. *Prosiding Temu Ilmiah X Ikatan Psikologi Perkembangan Indonesia*, 65–71.
- DeVitto, J. A. (2011). *Komunikasi Antarmanusia*. Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Diasmoro, O. (2017). Hubungan Komunikasi Interpersonal dengan Kepuasan Kerja Karyawan Dewasa Awal Bagian Produksi PT. Gangsar Tulungagung. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 05(01), 107–125. <https://doi.org/10.22219/jipt.v5i1.3885>
- Egede, E. A. (2013). Uses and Gratifications Theory and The Optimization of The Media in The Privatization of State Owbned Enterprises in Nigeria. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 4(16), 202–213.
- Ernawati, I. (2015). Komunikasi Verbal dan Nonverbal Mahasiswa Difabel Netra UIN Sunan Kalijaga Melalui Facebook. *Skripsi (Tidak Diterbitkan)*.
- Gifary, S., & Kurnia, I. (2015). Intensitas Penggunaan Smartphone terhadap Perilaku Komunikasi. *Jurnal Sosioteknologi*, 14(2), 170–178. <https://doi.org/10.5614/2Fsostek.itbj.2015.14.2.7>
- Giles, H., Coupland, J., & Coupland, N. (2008). Accomodation Theory: Communication, Context, and Consequence. In S. W. LittleJohn & K. A. Foss (Eds.), *Theories of Human Communications* (p. 147). Belmont, United States: Thomson Wadsworth.
- Gusliza, N. (2013). Hubungan Komunikasi Interpersonal dengan Kepuasan Kerja Pegawai Dinas Pendidikan Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 1(1), 163–172.
- Hartley, S. L., & MacLean Jr., W. E. (2009). Stressful Social Interactions Experienced by Adults With Mild Intellectual Disability. *AmJIntellect Dev Disabil*, 114(2), 71–84. <https://doi.org/10.1352/2009.114.71-84>
- Haryanto, M. T. (2016). Pemanfaatan Media Internet oleh Anak Penyandang Disabilitas Netra di SLB-YPAB (Yayasan Pendidikan Anak Buta) di Kota Surabaya. *Journal Universitas Airlangga*, 5(3).
- Heider, F. (1958). *The Psychology of Interpersonal Relations*. New York: John Wiley and Sons.

- Hidayat, A. R., & Junianto, E. (2017). Pengaruh *Gadget* terhadap Prestasi Siswa SMK Yayasan Islam Tasikmalaya dengan Metode TAM. *Jurnal Informatika*, 4(2), 163–173. <https://doi.org/10.31311/ji.v4i2.2096>
- Jourard, S. M. (1971). *Self Disclosure: An Experimental Analysis of the Transparent Self*. New York: Wiley.
- Jourard, S. M., & Lasakow, P. (1958). Some Factors in Self-Disclosure. *Journal of Abnormal Psychology*, 56(1), 91–98. <https://doi.org/10.1037/h0043357>
- Kompri. (2016). *Motivasi Pembelajaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Littlejohn, & Kareen. (2012). *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication* (M. Y. Hamdan, Ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Magsamen-Conrad, K., Tetteh, D., Lee, Y. I., & Smith, M. (2017). A Case Study Exploring Attitudes about People with Disability: Evaluating the Intergroup Communication Intervention. *Journal Of Psychology & Psychotherapy*, 7(4), 1–8. <https://doi.org/10.4172/2161-0487.1000321>
- Maslow, A. H. (2017). *Motivation and Personality*. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.
- Matin, H. Z., Jandaghi, G., Karimi, F. H., & Hamidizadeh, A. (2010). Relationship Between Interpersonal Communication Skills and Organizational Commitment (Case Study: Jahad Keshavarzi and University of Qom, Iran). *European Journal of Social Sciences*, Vol. 13, pp. 387–398.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa* (P. I. Izzati, Ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. (2010). *Psikologi Komunikasi*. Bogor: Penerbit Ghalia.
- Morissan. (2015). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Morissan, Wardhani, A. C., & Hamid, F. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Musa, A. S., Nazri, M., Azmi, L., & Ismail, N. S. (2016). *Exploring the Uses and Gratifications Theory in the Use of Social Media among the Students of Mass Communication in Nigeria*. 17(2), 83–95. <https://doi.org/10.21315/mjde2015.17.2.6>
- Patriana, E. (2014). Komunikasi Interpersonal yang Berlangsung antara Pembimbing Kemasyarakatan dan Keluarga Anak Pelaku Pidana di Bapas Surakarta. *Journal of Rural and Development*, V(2), 203–214.

- Pebriana, P. H. (2017). Analisis Penggunaan Gadget terhadap Kemampuan Interaksi Sosial pada Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1(1), 1–11. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v1i1.26>
- Puspa, A. K., Loebis, R., & Nuswantoro, D. (2018). Pengaruh Penggunaan Gadget terhadap Penurunan Kualitas Penglihatan Siswa Sekolah Dasar. *Global Medical And Health Communication*, 6(47), 28–33. <https://doi.org/10.29313/gmhc.v6i1.2471>
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riyantini, K., & Triyono, A. (2016). Pengaruh Kepuasan Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai di Sekretariat DPRD Kota Singkawang. *INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi*, 46(2), 223–240.
- Singh, K. A., & Lalropuii. (2014). Role of Interpersonal Communication in Organizational Effectiveness. *International Journal of Research in Management & Business Studies*, 1(4), 36–39.
- Solarsh, B., & Johnson, H. (2017). Developing Communication Access Standards to Maximize Community Inclusion for People with Communication Support Needs. *Topics in Language Disorders*, 37(1), 52–66. <https://doi.org/10.1097/TLD.000000000000108>
- Stromer, W. F. (1983). Disability and Interpersonal Communication. *Communication Education*, 32(4), 425–427. <https://doi.org/10.1080/03634528309378564>
- Suciati. (2016). *Komunikasi Interpersonal: Sebuah Tinjauan Psikologis dan Perspektif Islam*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Suryani, I. (2013). Komunikasi Interpersonal dan Iklim Komunikasi dalam Organisasi. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 14(1), 115–126.
- Syafi'ie, M. (2012). Pemenuhan Aksesibilitas bagi Penyandang Disabilitas. *INKLUSI*, 1(2), 269–308.
- Vlachou, A., Stavroussi, P., & Didaskalou, E. (2017). Problem-solving Training: An Intervention Program for Enhancing Interpersonal Problem-solving Skills in Children with Intellectual Disabilities. *Hellenic Journal of Psychology*, 14(2), 114–138.
- Weningtyas, E., & Suseno, M. N. (2012). Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. *PSIKOLOGIKA*, 17(1), 17–26.

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 3, No. 2, Juli - Desember 2018

Editorial Team

Editor-In-Chief

Imam Mujahid, (SCOPUS ID : 57208214175);
IAIN Surakarta, Indonesia

Editorial Board

Waryono Abdul Ghafur, UIN Sunan Kalijaga, Indonesia
Diajeng Laily Hidayati, IAIN Samarinda, Indonesia
Akhmad Anwar Dani, IAIN Surakarta, Indonesia
Ahmad Saifuddin, IAIN Surakarta, Indonesia
Abraham Zakky, IAIN Surakarta, Indonesia
Rhesa Zuhriya Pratiwi, IAIN Surakarta, Indonesia

Alamat Redaksi :

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta
Jl. Pandawa No. 1, Pucangan, Kartasura,
Sukoharjo, Jawa Tengah 57168
Phone : +62 271 - 781516
Fax : +62 271 - 782774

Surel : journal.albalagh@gmail.com, journal.albalagh@iain-surakarta.ac.id

Laman : <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/al-balagh>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 3, No. 2, Juli - Desember 2018

Daftar Isi

Fatwa MUI tentang Atribut Keagamaan dalam Perspektif Komunikasi Dakwah <i>Mubd. Maryadi Adha</i>	149 - 174
Refleksi Kebenaran: Prinsip Kejujuran Sebagai Komunikasi Spiritual Anak di Era Digital <i>Muhamad Iqbal & Cesilia Prawening</i>	175 - 192
Hambatan Komunikasi Pendamping Sosial <i>Imam Alfi</i>	193 - 210
Korelasi Penggunaan <i>Gadget</i> Terhadap Kepuasan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Disabilita <i>Nisa Azizah & Arina Rahmatika</i>	211 - 234
Mahasiswa dan Keputusan Memilih Jurusan (Analisis Kuantitatif Pada Mahasiswa KPI IAIN Surakarta Angkatan 2017/2018) <i>Agus Sriyanto</i>	235 - 258
Kepuasan Mahasiswa KPI IAIN Surakarta dalam Pemilihan Konsentrasi Jurusan <i>Eny Susilowati & Rhesa Zubriya Briyan Pratiwi</i>	259 - 292

**MAHASISWA DAN KEPUTUSAN MEMILIH
JURUSAN (Analisis Kuantitatif Pada Mahasiswa KPI
IAIN Surakarta Angkatan 2017/2018)**

DOI : <http://dx.doi.org/10.22515/balagh.v3i2.1386>

Agus Sriyanto

Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Abstract

Keywords:

*decisions, factor,
students*

Students certainly have a number of separate considerations in choosing a college and its majors to be taken. Including the variety of factors that influence the decision to choose. For this reason, a research is needed on what factors influence students in choosing a department in college. The research was conducted at the Islamic of Communication and Broadcasting Department (KPI) of the Theology and Da'wah Faculty of IAIN Surakarta in 2017/2018. Based on the results of the FGD, the desire of students to enter KPI was because of the motivation, promotion and encouragement of parents, and the influence of friends. With quantitative descriptive method, this study uses respondents as well as a sample of 158 students. Data collection is done by distributing questionnaires, library studies, and interviews to complete the data. Data analysis was carried out through validity and reliability, homogeneity, normality, linearity, and ended with multiple regression tests.

Abstrak

Kata Kunci:

*Keputusan, faktor,
mahasiswa*

Mahasiswa tentu memiliki sejumlah pertimbangan tersendiri dalam memilih perguruan tinggi dan jurusan yang akan diambil. Termasuk pula beragamnya faktor yang memengaruhi keputusan memilih. Untuk itu, diperlukan penelitian tentang faktor apa saja yang memengaruhi mahasiswa dalam memilih jurusan di perguruan tinggi. Penelitian ini dilakukan di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta Angkatan 2017/2018. Berdasarkan hasil FGD, keinginan mahasiswa untuk masuk ke Jurusan KPI disebabkan karena adanya motivasi, promosi dan dorongan orang

tua, serta pengaruh teman. Dengan metode deskriptif kuantitatif, penelitian ini menggunakan responden sekaligus sampel sejumlah 158 mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran angket, studi pustaka, dan wawancara guna melengkapi data. Analisis data dilakukan melalui uji validitas dan reliabilitas, homogenitas, normalitas, linieritas, dan diakhiri dengan uji regresi berganda.

I. PENDAHULUAN

Kesadaran masyarakat untuk melanjutkan ke jenjang lebih tinggi setelah lulus Sekolah Menengah Atas (SMA) atau yang sederajat, salah satunya didorong oleh tingginya tuntutan dunia kerja perusahaan. Sebagian besar dari perusahaan, apalagi perusahaan besar, cenderung memerlukan pegawai yang merupakan lulusan diploma dan sarjana, meskipun masih banyak pula yang membutuhkan lulusan SMA atau yang sederajat. Namun demikian, tetap saja terdapat penempatan kerja yang berbeda antara yang lulusan SMA atau yang sederajat, dibandingkan dengan lulusan sarjana maupun diploma.

Adanya minat para siswa untuk melanjutkan jenjang pendidikan ke perguruan tinggi semakin tahun semakin meningkat. Lulusan siswa SMA dari seluruh Indonesia bersaing supaya dapat melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Salah satu hal untuk mencapai kesuksesan perguruan tinggi adalah dengan adanya keberadaan mahasiswa. Dalam memilih perguruan tinggi, pastinya mahasiswa punya faktor pertimbangan tersendiri dalam memilih perguruan tinggi dan jurusannya. Faktor yang mempengaruhinya pun beragam. Citra dan reputasi sebuah perguruan tinggi misalnya, secara sederhana menjadi salah satu pertimbangan bagi calon mahasiswa untuk memilih sebuah lembaga pendidikan (Risnawati & Irwandi, 2012). Guna mengetahui hal ini, maka diperlukan adanya penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa dalam memilih jurusan di perguruan tinggi.

Adapun keputusan memilih seorang individu pada dasarnya dipengaruhi oleh beberapa aspek, seperti: perbedaan individu, pengaruh

lingkungan, serta proses psikologis pada diri seseorang (Ary, 2015). Terkait fasilitas serta mutu pelayanan yang diberikan oleh jurusan misalnya, selanjutnya turut mempengaruhi mahasiswa, yang mana mahasiswa merupakan bagian dari segmentasi sasaran universitas. Pada dasarnya, bukan hanya akreditasi yang mencerminkan kualitas perguruan tinggi. Pelayanan program studi dan fakultas, fasilitas di dalam kampus, kurikulum yang dimiliki, serta banyak hal lainnya juga mencerminkan hal itu. Karena citra serta kualitas dari perguruan tinggi pada akhirnya akan berpengaruh pada keputusan mahasiswa dalam mengambil keputusan memilih jurusan di suatu fakultas.

Syamsuddinnor (2013) menyimpulkan dalam penelitiannya, bahwa biaya kuliah menjadi aspek yang paling berpengaruh terhadap minat kuliah mahasiswa di STIMI Banjarmasin. Selanjutnya diikuti dengan kualitas akademik yang berkenaan dengan proses pengajaran ataupun perkuliahan mahasiswa. Sedangkan secara visual kampus, aspek ini justru tidak berpengaruh sama sekali terhadap minat memilih mahasiswa pada jurusan yang dihadapinya.

Selanjutnya penelitian Musfiana, Zakaria, & Aina (2018), membahas tentang faktor yang memengaruhi mahasiswa dalam memilih Jurusan Ekonomi di Universitas Syiah Kuala. Dalam penelitiannya, Musfiana et al., (2018) menemukan alasan personal menjadi aspek utama yang menentukan preferensi mahasiswa dalam memilih jurusan. Faktor ini dinilai menjadi aspek yang lebih tinggi dibandingkan dengan dorongan dari orang tua. Selain itu, terdapat pula penelitian dari Faizal (2015) yang lebih diarahkan pada bagaimana pemilihan jurusan di STMIK El Rahma yang didukung dengan media Promethee yang digunakan.

Terkait dengan kurikulum yang dimiliki oleh sebuah perguruan tinggi misalnya, hal ini juga mengarah pada bagaimana sebaran mata kuliah yang diajarkan. Ahmad Efendi (2014) menjelaskan dalam penelitiannya mengenai adanya diversifikasi program studi pada Universitas Islam Negeri (UIN) Alaudin Makassar. Terkait hasil penelitiannya ini, dinyatakan bahwa

diversifikasi program studi yang dilakukan pada universitas berpengaruh terhadap minat mahasiswa untuk berkuliah di UIN Alaudin Makassar.

Menilik pada uraian di atas, bagaimana mahasiswa memutuskan untuk memilih jurusan pada akhirnya dipengaruhi oleh aspek potensial atau tidaknya sebuah produk yang ditawarkan kampus dan jurusan. Kampus sebagai lembaga pendidikan dapat diibaratkan sebagai pemasar, yang mana perlu menentukan siapa segmentasi ataupun konsumen yang secara efektif dapat dicapai oleh pemasar. Selain itu, pemasar juga harus mampu mengembangkan produknya serta melakukan promosi yang optimal guna menarik perhatian konsumen calon mahasiswa (Umar, 2000). Konteks ini diperjelas dengan posisi konsumen (mahasiswa) yang akan cenderung memilih jurusan mana yang menurut mereka potensial.

Keputusan dalam memilih jurusan dalam sebuah perguruan tinggi juga dinyatakan dalam penelitian Zakiyatul Masriah. Penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara persepsi mahasiswa terhadap pemilihan jurusan dan konsep diri dengan kesesuaian minat mahasiswa dalam memilih jurusan Masriah, Malay, & Fitriani, 2018). Melalui penelitian ini, dinyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara persepsi mahasiswa terhadap kesesuaian minat memilih jurusan. Begitu pula dengan aspek konsep diri, aspek ini juga berhubungan secara signifikan terhadap kesesuaian dalam pemilihan jurusan.

Terkait dengan konsep diri di atas, bagaimana kecenderungan individu untuk memutuskan dalam memilih dan menentukan suatu hal, secara psikologis berkenaan dengan aspek efikasi diri. Santrock (Susantoputri, Kristina, & Gunawan, 2014) mengidentifikasikan efikasi diri sebagai kepercayaan seseorang terhadap kemampuannya dalam menguasai situasi guna menghasilkan suatu hal yang menguntungkan. Ini didukung oleh Bandura (1977; Kurniasari, Dariyo, & Idulfilastri, 2018) bahwa efikasi diri adalah kemampuan individu untuk mengontrol perilaku, sekaligus mediator utama antara perilaku dan perubahan perilaku. Selain itu, menurut Suharsono & Istiqomah (2014), efikasi diri memegang peran

utama dalam bagaimana seseorang mencapai tujuan, tugas, dan tantangan. Adapun menurut Wibowo (Susantoputri et al., 2014), efikasi diri turut melandasi bagaimana seorang individu memilih sebuah pilihan, termasuk bagaimana pilihan tersebut dikendalikan serta disesuaikan dengan situasi sehingga menghasilkan keyakinan individu terhadap keputusan pilihannya, termasuk dalam memilih jurusan dalam perkuliahan.

Melalui sejumlah penelitian terdahulu di atas, dapat dinyatakan bahwa penting untuk diketahui bagaimana keputusan memilih jurusan oleh para mahasiswa di sebuah perguruan tinggi. Lebih lanjut, melihat perkembangan dalam lingkup IAIN Surakarta sendiri, khususnya pada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, ini dirasa menarik untuk diketahui mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan memilih jurusan oleh mahasiswa, khususnya pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Menurut data akademik Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta, terdapat kecenderungan peningkatan jumlah peminat di setiap jurusan pada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, termasuk jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Adapun data dapat digambarkan dalam tabel di bawah ini:

**Tabel 1 Data Perkembangan Jumlah Mahasiswa di FUD
Tahun Akademik 2014/2015 s/d 2017/2018**

No	Jurusan	Jumlah Mhs Baru			
		2014	2015	2016	2017
1	Komunikasi dan Penyiaran (KPI)	57	104	152	160
2	Bimbingan dan Konseling Islam (BKI)	60	120	200	228
3	Ilmu Al Qur'an dan Tafsir (IAT)	35	80	87	90
4	Aqidah dan Fislafat Islam (AFI)	40	47	50	55

No	Jurusan	Jumlah Mhs Baru			
		2014	2015	2016	2017
6	Manajemen Dakwah (MD)	- *)	- *)	57	80
7	Akhlak dan Tasawuf (AT)	35	40	47	50
Jumlah		227	402	633	753

Data olah dari akademik

- *) Jurusan Baru

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan pada jumlah mahasiswa di setiap jurusan yang ada di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah. Khususnya pada Jurusan KPI, dari tahun ke tahun terdapat peningkatan jumlah mahasiswa, yaitu tahun 2014 sebanyak 57 mahasiswa. Selanjutnya, di tahun 2015 sebanyak 104, tahun 2016 sebanyak 152, dan tahun 2017 sebanyak 160 siswa, yang terbagi menjadi 4 kelas paralel. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa terdapat peningkatan keputusan untuk menjadi mahasiswa di jurusan KPI setiap tahunnya.

Berdasarkan FGD pada riset pendahuluan yang dilakukan peneliti terhadap mahasiswa Semester 4 di Jurusan KPI FUD IAIN Surakarta bulan Maret 2018, dinyatakan bahwa keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan di KPI muncul karena beberapa faktor, di antaranya adalah karena dorongan orang tua, saudara atau teman ada yang kuliah di IAIN; SPP (biaya perkuliahan) yang murah; faktor tidak diterima di perguruan tinggi umum; keinginan menjadi wartawan; keinginan untuk cepat bekerja; faktor akreditasi jurusan; aktivitas kegiatan mahasiswa; kemudahan akses terhadap lokasi; serta adanya promosi yang dilakukan di media. Pada faktor dorongan saudara atau teman kuliah salah satunya, dapat dilihat dari tingkat kepuasan mahasiswa terhadap kinerja dosen pada jurusan itu.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Sriyanto (2017) tentang kepuasan mahasiswa jurusan KPI terhadap kinerja dosen pada 176 mahasiswa KPI, diketahui bahwa hasil uji t menjelaskan tentang hubungan antara kinerja dosen dengan kepuasan mahasiswa

Jurusan KPI. Diperoleh data bahwa variabel strategi pembelajaran atas kinerja dosen dinyatakan paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan mahasiswa, yakni sebesar 6.786. Sedangkan variabel yang memiliki pengaruh paling kecil terhadap kepuasan mahasiswa adalah variabel materi perkuliahan (X_2) yakni sebesar - 0.920.

Hasil penelitian selanjutnya, dilakukan oleh Reina (2012) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa pada Universitas Bina Nusantara. Hasil penelitian menyatakan bahwa faktor *pertama* yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa adalah reliabilitas pelayanan, dimana universitas selalu berupaya menjalankan operasional perkuliahan dengan baik melalui kehadiran dosen secara penuh dalam 1 semester. Hal ini disebabkan karena universitas sadar akan perannya sebagai fasilitator atas proses penyampaian ilmu dari dosen kepada mahasiswa.

Faktor *kedua*, para dosen diharapkan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk bertanya pada setiap sesi perkuliahan agar tujuan dari proses belajar mengajar dapat tercapai dengan baik. Selanjutnya, faktor *ketiga* yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa adalah jaminan atas pelayanan yang diberikan kepada mahasiswa. Faktor *keempat*, kepedulian universitas terhadap mahasiswa, salah satunya adalah melalui adanya kesempatan memperoleh beasiswa. Lalu, faktor *kelima* yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa adalah layanan dalam bentuk fasilitas fisik, seperti ruang kelas yang ber-AC sehingga memberikan kenyamanan bagi mahasiswa, ketersediaan bank dan ATM untuk memudahkan mahasiswa bertransaksi, perpustakaan yang lengkap, lahan parkir yang luas, *internet corner* sebagai sarana untuk membantu mahasiswa mengakses semua informasi, dan fasilitas penunjang lain, misalnya kantin, layanan fotokopi, dan koperasi.

Penelitian lain dilakukan pula oleh Sri Hastuti dan Juddy Prabowo (2011), dengan sampel sebanyak 289 responden pada Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, menyimpulkan bahwa: 1) lingkungan eksternal yang terdiri dari kelompok acuan (teman dan keluarga) dan peran

(status) tidak signifikan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jurusan pada Unjani Cimahi; 2) lingkungan internal yang terdiri dari pencapaian sasaran, motif lain, persepsi (target dan situasi), serta pembelajaran (informasi dan sikap) berpengaruh secara signifikan terhadap pengambilan keputusan dalam memilih jurusan pada Unjani Cimahi; 3) lingkungan eksternal dan lingkungan internal secara bersama-sama mempengaruhi pengambilan keputusan dalam memilih jurusan pada Unjani Cimahi.

Tinjauan pustaka selanjutnya yaitu hasil penelitian yang dilakukan oleh Martini (2013). Terkait penelitiannya, ditemukan hasil bahwa 50 responden atau sekitar 90,9% dengan pengujian hipotesis secara parsial maupun simultan dan menggunakan angka probabilitas signifikansi <0.05 , menunjukkan bahwa aspek budaya, pribadi, dan psikologis tidak berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi, sedangkan aspek sosial berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi. Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa aspek budaya, sosial, pribadi, dan psikologis berpengaruh terhadap pemilihan jurusan akuntansi dengan pengaruh sebesar 57,1%.

Berdasarkan uraian latar belakang dan sejumlah penelitian terdahulu di atas, dinyatakan bahwa penting untuk diketahui lebih lanjut bagaimana pengambilan keputusan terhadap pemilihan Jurusan KPI dilakukan oleh para mahasiswa baru. Dalam hal ini, sedikit meminjam konsep teori pengambilan keputusan membeli menurut Kotler dan Keller (Suryani & Ginting, 2016) dijelaskan bahwa pada dasarnya keputusan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Faktor internal (personal) yang mempengaruhi keputusan meliputi faktor-faktor sumber daya konsumen, waktu, uang, dan perhatian. Selain itu, ada pula keterlibatan dan motivasi mahasiswa dalam kegiatan, aspek pengetahuan, sikap, kepribadian, gaya hidup, dan demografi. Sedangkan faktor eksternal mengacu pada sejumlah aspek budaya, kelas sosial, serta

pengaruh kelompok dan keluarga. Lebih lanjut, Kotler (2000) berpendapat bahwa pada dasarnya, faktor-faktor pengambilan keputusan dipengaruhi oleh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, serta faktor psikologis. Faktor lain yang turut mempengaruhi pengambilan keputusan ini juga mengarah pada faktor keluarga, individual, pekerjaan, situasi ekonomi, motivasi, persepsi, keyakinan, dan sikap serta minat.

Sejalan dengan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan tersebut, mahasiswa baru dalam hal ini dianalogikan sebagai konsumen kampus yang turut dipengaruhi sekaligus berkenaan dengan bagaimana mereka berperilaku untuk memilih jurusan sebagai produk jasa yang diinginkan. Lebih jauh, mahasiswa merupakan konsumen yang berhak memilih produk jasa apa yang dikehendaki sesuai dengan minat serta sejumlah aspek yang mempengaruhinya, baik secara personal maupun situasional.

Pada dasarnya, Schiffman & Lesslie (2010) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai perilaku yang diperlihatkan konsumen untuk mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghabiskan produk dan jasa yang mereka harapkan sehingga mampu memuaskan kebutuhan mereka. Ini didukung oleh pendapat Kotler & Armstrong (2003) yang menyatakan tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu barang, yakni: 1) faktor budaya, penentu keinginan dan perilaku yang mendasari yang terdiri dari kumpulan nilai, preferensi, dan perilaku yang menunjukkan preferensi produk dan merek yang berbeda dalam banyak hal; 2) faktor sosial, dapat berasal dari kelompok acuan, merupakan semua kelompok yang memengaruhi langsung (tatap muka) ataupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang, sedangkan yang berasal dari keluarga adalah organisasi pembelian yang paling penting dalam masyarakat, dan ia telah menjadi objek penelitian yang luas; 3) faktor pribadi, terdiri dari usia dan tahap siklus hidup konsumsi yang dibentuk oleh siklus hidup keluarga, dimana pemasar sering memilih kelompok berdasarkan siklus hidup sebagai pasar sasaran; 4) faktor psikologis yang

terdiri dari motivasi dan pengetahuan seorang konsumen berdasarkan pengalaman yang dimiliki.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi pengambilan keputusan mahasiswa baru dalam memilih Jurusan KPI pada Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta, Tahun Akademik 2017/2018. Lebih lanjut, tujuan penelitian ini adalah menggambarkan faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan mahasiswa baru dalam memilih Jurusan KPI, dengan analisis terkait indikator terbesar dan terkecil yang mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam pemilihan Jurusan KPI.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif dan populasi seluruh mahasiswa baru di Jurusan KPI FUD IAIN Surakarta Tahun Akademik 2017/2018 sejumlah 160 mahasiswa. Sedangkan jenis *sampling* yang digunakan adalah *sampling jenuh* (*total population sampling*) (Etikan, Musa, & Alkassim, 2016), dimana semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2011). Selanjutnya untuk data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan angket tertutup.

Terkait dengan variabel (Slamet, 2006) yang digunakan, adapun variabel bebas atau independen (X) dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan mahasiswa dan variabel terikat dependent (Y) adalah pengambilan keputusan atas pemilihan jurusan. Sebelum dilakukan analisis data, akan dilakukan Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Homogenitas, Normalitas, dan Linieritas. Analisis Regresi Berganda, yaitu:

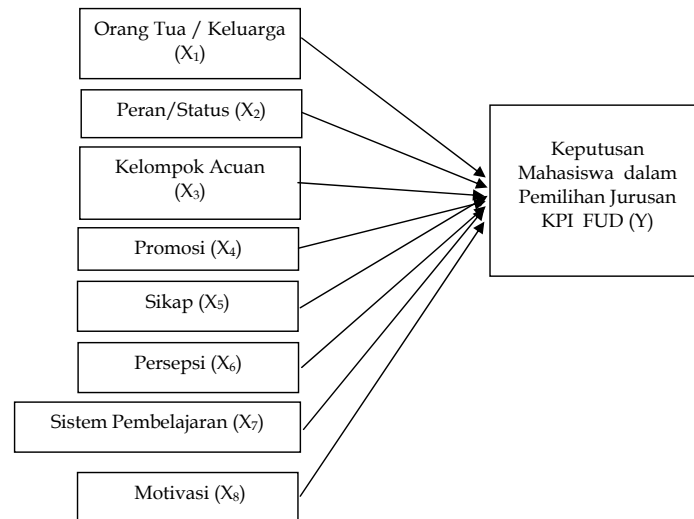
$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_1$$

Keterangan :

- Y : pengambilan keputusan mahasiswa baru di Jurusan KPI
FUD IAIN Surakarta
- β_0 : Intersep/Konstanta;
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien regresi untuk X_1, X_2, X_3, X_4, X_5 ;
- X_1 : Variabel Orang tua (keluarga)
- X_2 : Variabel Peran/Status
- X_3 : Variabel Kelompok Acuan
- X_4 : Variabel Promosi
- X_5 : Variabel Persepsi
- X_6 : Variable Sistem Pembelajaran
- X_7 : Variabel Sikap;
- X_8 : Variabel Motivasi.

Lebih lanjut, penelitian ini didukung dengan kerangka teori untuk mempermudah arah dan fokus dalam penelitian. Dinyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pemilihan Jurusan KPI Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta (Y), meliputi faktor keluarga, peran ataupun status, kelompok acuan, promosi, sikap, pembelajaran, persepsi, dan motivasi, dimana secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh terhadap pemilihan jurusan. Dari penelitian ini diharapkan lebih lanjut dapat digunakan sebagai acuan atas sejumlah faktor utama atau faktor dominan yang mempengaruhi mahasiswa memilih Jurusan KPI di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah sehingga pihak jurusan maupun fakultas dapat melakukan tindakan atau kebijakan dalam melayani mahasiswa untuk menuju kepuasan mahasiswa.

Adapun kerangka berpikir yang digunakan lebih jelas adalah sebagai berikut:



**Gambar 1 Kerangka Berpikir
Faktor Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Jurusan (X)**

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perguruan tinggi merupakan pemasaran jasa dalam bidang pendidikan, tidak berwujud barang, tidak mengenal persediaan nyata, seperti pendapat Griffin (dalam Lupiyoadi, 2001), yang menyebutkan bahwa karakteristik jasa adalah meliputi sejumlah hal. *Pertama*, tidak berwujud (*intangibility*), jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tidak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman. *Kedua*, *unstorability*, dimana jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang dihasilkan. Karakteristik ini juga tidak dapat dipisahkan (*unseparability*), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi pada saat bersamaan. *Ketiga*, *customization*, yang menyebutkan bahwa jasa juga sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan.

Adanya desain khusus pada Jurusan KPI dapat dilihat melalui implementasi kurikulum yang dilaksanakan. Berdasarkan data pada penelitian sebelumnya, sebelum tahun 2015, Jurusan KPI turut berupaya mengembangkan kurikulumnya dengan mencetak lulusan yang berbasis profesi sehingga dalam penyusunan kurikulumnya, Jurusan KPI

mengadaptasi adanya kurikulum yang berdasar pada *specific skill* yang mencakup *academic skill* serta *vocational skill* (Abas, 2017). Lebih jauh, kurikulum KPI dinyatakan harus seimbang antara keterampilan akademik dengan keterampilan kejuruan atau kemahiran sehingga muncul sejumlah aspek penyusun dalam pengembangan kurikulum KPI, khususnya pada mata kuliah Mata Kuliah Pengembang Kepribadian (MPK); Mata Kuliah Keilmuan dan Keterampilan (MKK); Mata Kuliah Keahlian Berkarya (MKB); Mata Kuliah Perilaku Berkarya (MPB); dan Mata Kuliah Berkehidupan Bermasyarakat (MBB) (Abas, 2017).

Mendukung data di atas, adanya penyesuaian pada kurikulum yang disusun pada Jurusan KPI secara operasional dapat dilihat melalui banyaknya kebutuhan media—sebagai pasar jurusan dan lulusan—yang cukup membawa konsekuensi logis, terutama terkait dengan bagaimana kebutuhan atas ketersediaan sumber daya lulusan yang diperlukan. Dalam konteks ini, penting untuk dihasilkan lulusan kampus yang memadai, baik secara pengetahuan maupun dalam *skill* yang dimiliki, sebut saja pada daya tarik salah satu konsentrasi jurusan KPI, yakni Jurnalistik. Hal ini relevan dengan tulisan Rulli Nasrullah dan Agus Sriyanto (2013) mengenai keselarasan kurikulum Jurnalistik terhadap kompetensi wartawan di beberapa PTAI. Dalam kaitannya dengan ketersediaan wartawan (Nasrullah & Sriyanto, 2013) sebagai bidang kerja komunikasi dan KPI, tentu dirasa perlu mengenai adanya dasar pemikiran terhadap pentingnya kebijakan dalam merumuskan arah konsentrasi lulusan agar sesuai dengan keahlian yang diperlukan pasar.

Selain Jurnalistik, terdapat pula konsentrasi lain, seperti *Broadcasting* dan *Public Relations*. Istilah *Broadcasting* dimaknai sebagai kegiatan pemancaran siaran dengan menggunakan spektrum frekuensi radio (sinyal radio) yang berbentuk gelombang elektromagnetik, merambat melalui udara, kabel, maupun media lainnya, yang dapat diterima secara serentak oleh masyarakat melalui perangkat penerima siaran (Morissan dalam Hidayat, 2015). Namun demikian, *broadcasting* dalam konteks bidang ini

secara sederhana lebih difokuskan pada praktik kepenyiaran, baik melalui radio, televisi, maupun media massa elektronik lainnya, yang mana merujuk pada profesi di dalam dunia media massa elektronik.

Selanjutnya adalah *Public Relation* (Laksamana, 2018; Nova, 2014), konsentrasi ini mengarah pada profesi yang berkaitan dengan fungsi komunikasi sekaligus manajemen dalam sebuah perusahaan. Dasar kerja seorang PR adalah komunikasi, termasuk pula bagaimana kemampuan *public speaking*, manajemen krisis, serta menulis. Kemampuan menulis misalnya, hal ini dijelaskan Pearson (dalam Kriyantono, 2012) sebagai aktivitas yang berelasi dengan tujuan organisasi sehingga dirasa penting untuk dimiliki oleh seorang mahasiswa jurusan KPI, khususnya bagi mereka yang mengambil konsentrasi PR.

Lebih lanjut, berkenaan dengan proses pemasaran sebuah produk atau jasa, Rangkuti (dalam Puspaningtyas 2011) menyatakan bahwa pemasaran jasa pada dasarnya tidak sama dengan pemasaran produk. Pemasaran jasa lebih bersifat *intangible* dan *inmaterial* karena produknya tidak kasat mata dan tidak dapat diraba dari satu pihak ke pihak lainnya. Pemasaran jasa dalam hal ini diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan sehingga terjadi interaksi antara pemberi jasa dengan penerima jasa, yang mana mampu menjadikan proses interaksi yang ada dapat memengaruhi hasil jasa yang diciptakan. Hal inilah yang juga terjadi pada sebuah instansi pendidikan tinggi, ketika mereka memberikan pelayanan jasa kepada mahasiswa sebagai bagian dari segmentasi mereka.

Tjiptono (1998) menyatakan “stimulus mempengaruhi kebutuhan seseorang untuk membeli produk dan jasa tertentu”. Kebutuhan untuk membeli produk atau jasa tersebut dipengaruhi oleh *shortages* (kebutuhan yang timbul karena ketidakpuasan pelanggan terhadap produk dan jasa saat ini). Selanjutnya, Mowen & Minor (2002) menyatakan bahwa “tingkat keterlibatan konsumen dalam suatu pembelian dipengaruhi oleh kepentingan personal yang dirasakan dan ditimbulkan oleh stimulus, produk, harga, promosi, serta lokasi.

Terkait dengan keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan KPI di FUD IAIN Surakarta, hal ini juga dipengaruhi beberapa stimulus dan juga kebutuhan akan pendidikan untuk kebaikan masa depan mereka. Memang banyak perguruan tinggi yang merupakan pesaing juga menawarkan hal-hal yang hampir sama atau mungkin sama dengan apa yang ditawarkan oleh Jurusan KPI FUD IAIN Surakarta. Namun demikian, ada beberapa alasan ataupun faktor-faktor yang mempengaruhi mengapa mahasiswa memutuskan untuk memilih jurusan KPI FUD IAIN Surakarta.

Mahasiswa akan melihat faktor-faktor yang menguntungkan, sekaligus juga faktor-faktor yang dapat merugikan jika mereka memilih perguruan tinggi tertentu untuk tempat belajar. Pemahaman pengambilan keputusan mahasiswa sangat penting bagi suatu perguruan tinggi, karena berhasil tidaknya perguruan tinggi menarik mahasiswa tergantung faktor-faktor apa yang mendorong serta memunculkan keinginan mahasiswa untuk memilih perguruan tinggi tersebut. Adapun faktor-faktor yang dianggap menjadi daya tarik mahasiswa untuk melanjutkan studi di Jurusan KPI dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni: keluarga; peran atau status; kelompok acuan; promosi; sikap; pembelajaran; persepsi; dan motivasi.

Sebagai bagian dari penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan cara menyebar angket kepada 30 mahasiswa di jurusan KPI. Angket pertanyaan terdiri dari 3 bagian, bagian *pertama* adalah identitas responden sejumlah 8 pertanyaan, bagian *kedua* pertanyaan sebagai variabel X, yaitu faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa memilih Jurusan KPI FUD IAIN Surakarta Tahun Akademik 2017/2018 sejumlah 24 pertanyaan, bagian *ketiga* berupa pertanyaan tentang keputusan mahasiswa memilih Jurusan KPI sebagai variabel Y sejumlah 16 pertanyaan.

A. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Melalui tabel nilai r_{tabel} besar r_{hitung} dengan taraf signifikansi 0,01 adalah sebesar 0,4629, hasil r_{hitung} atau nilai dari *corrected Item-Total correlations* > dari r_{tabel} sehingga semua variabel X maupun Y dinyatakan valid.

B. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , nilai *Cronbach's Alpha* > dari r_{tabel} . Jadi, semua variabel X maupun Y dinyatakan *reliable*.

C. Uji Homogenitas

Berdasarkan hasil uji homogenitas melalui *software* SPSS (*Statistical Package For Social Science*), maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Perhitungan Uji Homogenitas

<i>Test of Homogeneity of Variances</i>			
Total_Y			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.259	29	125	.193

Sumber : Hasil olah data primer, 2018

Nilai signifikansi uji homogenitas adalah sebesar 0,193. Sedangkan data sebaran kuesioner bervariasi homogen karena nilai signifikansi 0,193 > taraf signifikan sebesar 0,05.

D. Uji normalitas

Uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov karena menggunakan responden sejumlah 158 hasilnya p/sig – nya. Data akan memiliki distribusi normal jika $p \geq 0,05$. Hasil uji normalitas atas variabel X sebesar 0.071 dan variabel Y sebesar 0.051 berarti $p \geq 0,05$ sehingga hasil dari data ini berdistribusi normal.

E. Uji Hipotesis Pertama

Uji F

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah Variabel X (Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa) yang meliputi *Orang Tua* (X_1), *Peran* (X_2), *Kelompok Acuan* (X_3), *Promosi* (X_4), *Sikap* (X_5), dan *Persepsi* (X_6), secara simultan atau signifikan memiliki hubungan terhadap Variabel Y (Keputusan Memilih Jurusan KPI), yaitu dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} dengan taraf signifikan 5% atau (0.05). Berikut ini

adalah hasil perhitungan uji F dengan menggunakan IBM SPSS versi 23 :

Tabel 3. Anova^a

Model	<i>Sum of Squares</i>	df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
1					
<i>Regression</i>	541.279	8	67.660	3.562	.001 ^b
<i>Residual</i>	2830.316	149	18.995		
Total	3371.595	157			

a. *Dependent Variable:* Tota_Var_Y

b. *Predictors:* (*Constant*), Total_Var_X, Motivasi_Jml_x8, Promosi_Jml_x4, Peran_Jml_x2, Sikap_Jml_x5, Persepsi_Jml_x7, Keluarga_Jml_x1, Kel_Acuan_Jml_x3

Sumber : Data Primer, 2018

Berdasarkan hasil uji tabel Anova di atas, dapat diketahui nilai $F_{hitung} 3.562 > F_{tabel} 2.07$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Variabel X yang meliputi orang tua (keluarga) (X_1), peran (X_2), kelompok acuan (X_3), promosi (X_4), sikap (X_5), dan persepsi (X_7) secara simultan atau signifikan memiliki hubungan terhadap Variabel Y.

Variabel sistem pembelajaran (X_6) dikeluarkan atau di *removed*. Hal ini dikarenakan variabel tersebut tidak memenuhi kriteria prediktor yang tidak signifikan dengan pilihan *Enter* pada *Method* di SPSS sehingga otomatis variabel yang tidak memenuhi kriteria terhapus dengan sendirinya.

F. Uji Hipotesis Kedua

Uji T

Dengan n sebesar 158 nilai T_{tabel} yang diperoleh adalah 1.984. Berikut ini adalah hasil perhitungan uji T dengan menggunakan IBM SPSS versi 23:

Tabel 4. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	55.563	4.162		13.350	.000
Keluarga_Jml_x1	-.376	.372	-.139	-1.011	.314
Peran_Jml_x2	.619	.337	.223	1.837	.068
Kel_Acuan_Jml_x3	.317	.404	.121	.785	.433
Promosi_Jml_x4	1.095	.370	.315	2.956	.004
Sikap_Jml_x5	.096	.349	.035	.274	.784
Persepsi_Jml_x7	-.164	.329	-.069	-.497	.620
Motivasi_Jml_x8	.770	.336	.250	2.293	.023
Total_Var_X	-.295	.220	-.506	-1.340	.182

a. Dependent Variable: Tota_Var_Y

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y' = 55.563 + (-1.011)X_1 + 1.837X_2 + 0.785X_3 + 2.956X_4 + 0.274X_5 + (-0.497)X_7 + 2.293X_8$$

Berdasarkan tabel di atas, jika nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$ (1.984), maka H_0 diterima dan H_a ditolak atau secara parsial, variabel tersebut tidak memiliki hubungan terhadap keputusan memilih mahasiswa.

- Analisis terhadap variabel orang tua (keluarga) (X_1)

Berdasarkan uji T diatas nilai t_{tabel} pada variabel orang tua (keluarga) (X_1) menunjukkan angka 1.984, sedangkan nilai t_{hitung} menunjukkan angka (-1.011) sehingga nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel disiplin dosen (X_1) secara parsial tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa (Y).

- Analisis terhadap variabel peran (X_2)

Berdasarkan uji T diatas nilai t_{tabel} pada variabel peran (X_2) menunjukkan angka 1.984, sedangkan nilai t_{hitung} menunjukkan angka 1.837 sehingga nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel peran (X_2) secara parsial tidak memiliki

hubungan yang signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa (Y).

- Analisis terhadap variabel kelompok acuan (X_3)

Berdasarkan uji T diatas nilai t_{tabel} pada variabel kelompok acuan (X_3) menunjukkan angka 1.984, sedangkan nilai t_{hitung} menunjukkan angka 0.786 sehingga nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 terima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kelompok acuan (X_3) secara parsial tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa (Y).

- Analisis terhadap variabel promosi (X_4)

Berdasarkan uji T diatas nilai t_{tabel} pada variabel promosi (X_4) menunjukkan angka 1.984, sedangkan nilai t_{hitung} menunjukkan angka 2.956 sehingga nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel prakarsa (X_4) secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa (Y), atau keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan di KPI IAIN Surakarta dipengaruhi oleh promosi yang dilakukan IAIN Surakarta.

- Analisis terhadap variabel sikap (X_5)

Berdasarkan uji T diatas nilai t_{tabel} pada variabel kelompok acuan (X_5) menunjukkan angka 1.984, sedangkan nilai t_{hitung} menunjukkan angka 0.274, sehingga nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 terima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sikap (X_5) secara parsial tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa (Y).

- Analisis terhadap variabel persepsi (X_7)

Berdasarkan uji T diatas nilai t_{tabel} pada variabel persepsi (X_7) menunjukkan angka 1.984, sedangkan nilai t_{hitung} menunjukkan angka (-0.497) sehingga nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 terima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Persepsi (X_7) (X_3) secara parsial tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap Keputusan Memilih Mahasiswa (Y).

- Analisis terhadap variabel Motivasi (X_8)

Berdasarkan uji T diatas nilai t_{tabel} pada variabel Persepsi (X_7) menunjukkan angka 1.984, sedangkan nilai t_{hitung} menunjukkan angka

2.293, sehingga nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a terima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa variabel motivasi (X_8) secara parsial memiliki hubungan yang signifikan terhadap keputusan memilih mahasiswa (Y).

Lebih lanjut, uraian analisis di atas didukung dengan pencarian data langsung melalui wawancara dengan sejumlah mahasiswa KPI Semester 2. Wawancara dilakukan dengan beberapa mahasiswa, Taufan Rahsobudi, Najib Nur Ihsan, Septiana Wahyu Hidayati, yang mana mereka berpendapat bahwa mereka memilih jurusan KPI karena melihat kegiatan-kegiatan di *website* resmi IAIN Surakarta, iklan, serta baliho-baliho yang dipasang di jalan-jalan besar di sekitar Kota Surakarta.

Salah satu informan, Najib, mengaku tertarik memilih IAIN Surakarta ketika mendapat brosur selebaran tentang IAIN Surakarta saat di sekolah SMA. Awalnya, ia telah membandingkan IAIN Surakarta dengan perguruan tinggi negeri lainya. Namun demikian, yang menjadi keinginan serta motivasi untuk jurusan yang dicari adalah Jurusan Ilmu Komunikasi. Sedangkan di IAIN Surakarta, yang tersedia adalah Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI). Keinginan untuk menjadi pewarta berita sudah menginspirasi Najib untuk masuk menjadi mahasiswa jurusan KPI.

“saya masuk ke KPI karena ingin menjadi wartawan, di KPI menurut brosur, lulusan KPI bisa bekerja di media, maka saya pilih jurusan KPI. Tetapi sebelumnya saya sudah mencari jurusan komunikasi di universitas lain. Di KPI ada unsur Islaminya beda dengan yang lain dan juga negeri... (wawancara dengan Najib, Kamis 24 Mei 2018 pukul 13.05)

Keinginan Septiana untuk masuk menjadi mahasiswa KPI dikarenakan ingin menjadi seorang Humas. Menurutnya, motivasinya untuk masuk ke Jurusan KPI adalah karena di jurusan tersebut tersedia bidang konsentrasi Humas (PR), selain juga terdapat konsentrasi Jurnalistik dan *Broadcasting*.

“saya tahu IAIN Surakarta dari website, saya ingin jadi seorang humas di pemerintah atau perusahaan. KPI kan dibagi 3 konsentrasi, nanti semester 4 saya akan memilih konsentrasi Humas... itu motivasi saya... (wawancara dengan Septiana, Kamis 24 Mei 2018 pukul 13.15)

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan di atas, maka dapat diperoleh bahwa variabel promosi (X_4) dan variabel motivasi (X_8) dinyatakan sebagai variabel yang paling mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih jurusan di perguruan tinggi. Variabel promosi (X_4) memiliki tingkat koefisien regresi yang paling tinggi, yakni t_{hitung} sebesar 2.956 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.984. Menyusul selanjutnya, variabel motivasi (X_8), memiliki tingkat koefisien regresi 2.293 dari nilai t_{tabel} 1.984.

Terkait dengan variabel yang secara signifikan tidak atau kurang memiliki pengaruh terhadap keputusan memilih mahasiswa (Y), variabel yang dimaksud adalah *pertama*, variabel orang tua (keluarga) (X_1) sebesar (-1.011); *kedua*, variabel persepsi (X_7) sebesar (-0.497); *ketiga*, variabel sikap (X_5) sebesar 0.274; *keempat*, kelompok acuan (X_3) sebesar 0.785; dan *kelima* adalah peran (X_2) sebesar 1.837.

Selanjutnya, saran yang dapat diberikan adalah terkait upaya pemasaran dan promosi jurusan agar lebih dioptimalkan. Hal ini berkenaan dengan peningkatan citra atau gambaran mengenai IAIN Surakarta, khususnya Jurusan KPI. Selain itu, dari segi pelayanan, diharapkan mahasiswa dapat menerima layanan pengajaran yang maksimal, baik secara teori maupun praktik sehingga mampu meningkatkan reputasi kampus sebagai salah satu instansi pendidikan tinggi yang diperhitungkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, Z. (2017). Pengembangan Kompetensi Profesi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 2(1), 87–110. <https://doi.org/10.22515/balagh.v2i1.628>
- Ary, M. (2015). Menentukan Prioritas Pilihan Mahasiswa dalam Memilih Kampus Menggunakan Analisis Conjoint. *Jurnal Informatika (JI) UBSI*, II(2), 376–384. <https://doi.org/10.31311/ji.v2i2.113>

- Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: Toward A Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84, 191–215.
- Efendi, A. (2014). Pengaruh Diversifikasi Program Studi terhadap Minat Kuliah Mahasiswa pada Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. *Jurnal Al Hikmah*, XV(2), 214–231.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/doi:10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Faizal, E. (2015). Analisis Pemilihan Jurusan Favorit Menggunakan Metode Promethee (Studi Kasus pada STMIK El Rahma Yogyakarta). *Jurnal Teknologi dan Ilmu Komputer*, 13(Sistem Pendukung Keputusan), 26–39.
- Hastuti, S., & Prabowo, J. (2011). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Baru Program S1 dalam Memilih Jurusan pada Universitas Jenderal Achmad Yani Cimahi. *Jurnal Portofolio*, 8(1), 61–78.
- Hidayat, R. (2015). Analisis Manajemen Penyiaran di Era Teknologi Informasi (Konvergensi Media). *Jurnal Konvergensi*, 1(1).
- Kotler, P. (2000). *Marketing*. (H. Purwoko, Ed.) (1st ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Dasar-dasar Pemasaran*. (A. Sindoro, Ed.) (9th ed.). Jakarta: PT Indeks.
- Kriyantono, R. (2012). *Public Relations Writing (Teknik Produksi, Media, Public Relations, dan Publisitas Korporat)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia.
- Kurniasari, R. I., Dariyo, A., & Idulfilastri, R. M. (2018). Hubungan antara Self-Efficacy dengan Pengambilan Keputusan Karier pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Psikologi. *Journal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.33367/psi.v3i1.497>
- Laksamana, A. (2018). *Public Relations In The Age of Disruption*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Martini. (2013). Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Jurusan Akuntansi Sebagai Tempat Kuliah di Perguruan Tinggi.
- Masriah, Z., Malay, M. N., & Fitriani, A. (2018). Persepsi Mahasiswa terhadap Jurusan Perguruan Tinggi dan Konsep Diri dengan

- Kesesuaian Minat Memilih. *Anfusina: Journal of Psychology*, 1(1), 61–76. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24042/ajp.v1i1.3639>
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Musfiana;, Zakaria;, & Aina, N. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa dalam Memilih FKIP Ekonomi di Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Serambi Bisnis dan Ekonomi*, 5(1), 19–30.
- Nasrullah, R., & Sriyanto, A. (2013). Menggagas Kurikulum Jurnalistik di PTAI, Penyelerasan terhadap Kompetensi Wartawan. *Jurnal Naadya: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 9(1), 1–13.
- Nova, F. (2014). *PR War: Pertarungan Mengalahkan Krisis, Menaklukkan Media dan Memenangi Simpati Publik*. (T. T. Indijaningsih & A. Noverina, Eds.). Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Puspaningtyas, M. (2011). Analisis Strategi Pemasaran Jasa. *Jurnal Dinamika Dotcom*, 2(1), 57–75.
- Risnawati, E., & Irwandi, S. A. (2012). Analisis Faktor atas Pengambilan Keputusan Mahasiswa. *The Indonesian Accounting Review*, 2(1), 63–72. <https://doi.org/10.14414/tiar.v2i01.318>
- Schiffman, L. G., & Lesslie, L. K. (2010). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice – Hall Inc.
- Slamet, Y. (2006). *Metode Penelitian Sosial*. Surakarta: UNS Press.
- Sriyanto, A. (2017). *Hubungan antara Kinerja Dosen dengan Kepuasan Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Fakultas Ushuluddin dan Dakwah IAIN Surakarta*. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Administrasi: Dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsono, Y., & Istiqomah. (2014). Validitas dan Reliabilitas Skala Self-Efficacy. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 2(1), 144–151. <https://doi.org/10.22219/jipt.v2i1.1776>
- Suryani, W., & Ginting, P. (2016). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Al Munawaroh Medan. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 9(1), 33. <https://doi.org/10.21067/jem.v9i1.196>
- Susantoputri, Kristina, M., & Gunawan, W. (2014). Hubungan antara Efikasi Diri Karier dengan Kematangan Karier pada Remaja di Daerah Kota Tangerang. *Jurnal Psikologi*, 10(1), 67–73. <https://doi.org/10.24014/jp.v10i1.1180>

- Syamsuddinnor. (2013). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Kuliah Mahasiswa Strata 1 (S1) pada STIMI Banjarmasin. *Socioscienta Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 5(2), 323–328.
- Tjiptono, F. (1998). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, H. (2000). *Riset Pemasaran Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 3, No. 2, Juli - Desember 2018

Editorial Team

Editor-In-Chief

Imam Mujahid, (SCOPUS ID : 57208214175);
IAIN Surakarta, Indonesia

Editorial Board

Waryono Abdul Ghafur, UIN Sunan Kalijaga, Indonesia
Diajeng Laily Hidayati, IAIN Samarinda, Indonesia
Akhmad Anwar Dani, IAIN Surakarta, Indonesia
Ahmad Saifuddin, IAIN Surakarta, Indonesia
Abraham Zakky, IAIN Surakarta, Indonesia
Rhesa Zuhriya Pratiwi, IAIN Surakarta, Indonesia

Alamat Redaksi :

Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, IAIN Surakarta
Jl. Pandawa No. 1, Pucangan, Kartasura,
Sukoharjo, Jawa Tengah 57168
Phone : +62 271 - 781516
Fax : +62 271 - 782774

Surel : journal.albalagh@gmail.com, journal.albalagh@iain-surakarta.ac.id

Laman : <http://ejournal.iainsurakarta.ac.id/al-balagh>

al-Balagh

Jurnal Dakwah dan Komunikasi

ISSN: 2527-5704 (P) ISSN: 2527-5682 (E)

Vol. 3, No. 2, Juli - Desember 2018

Daftar Isi

Fatwa MUI tentang Atribut Keagamaan dalam Perspektif Komunikasi Dakwah <i>Mubd. Maryadi Adha</i>	149 - 174
Refleksi Kebenaran: Prinsip Kejujuran Sebagai Komunikasi Spiritual Anak di Era Digital <i>Muhamad Iqbal & Cesilia Prawening</i>	175 - 192
Hambatan Komunikasi Pendamping Sosial <i>Imam Alfi</i>	193 - 210
Korelasi Penggunaan <i>Gadget</i> Terhadap Kepuasan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Disabilita <i>Nisa Azizah & Arina Rahmatika</i>	211 - 234
Mahasiswa dan Keputusan Memilih Jurusan (Analisis Kuantitatif Pada Mahasiswa KPI IAIN Surakarta Angkatan 2017/2018) <i>Agus Sriyanto</i>	235 - 258
Kepuasan Mahasiswa KPI IAIN Surakarta dalam Pemilihan Konsentrasi Jurusan <i>Eny Susilowati & Rhesa Zubriya Briyan Pratiwi</i>	259 - 292

KEPUASAN MAHASISWA KPI IAIN SURAKARTA DALAM PEMILIHAN KONSENTRASI JURUSAN

DOI : <http://dx.doi.org/10.22515/balagh.v3i2.1388>

Eny Susilowati

Rhesa Zuhriya Briyan Pratiwi

Institut Agama Islam Negeri Surakarta

Abstract

Keywords:

*KPI, motives,
satisfaction, students*

This research aims to measure the satisfaction of KPI' students of IAIN Surakarta in selecting Department concentration through the influence of motives and satisfaction in selecting Department concentration. Using quantitative descriptive method, subjects of this research were 2014 KPI' students. Data collection were taken by observation, questionnaire, and documentation. For variables, it leads to independent variable about the motive of the 2014 KPI' students in choosing concentration, and dependent variable related to the level of student satisfaction. Based on result of analysis, cognitive needs are aspects of the needs variable affect the level of student satisfaction in choosing KPI's Department concentration. Related to this, cognitive aspects are basic needs in the process of student's knowledge and experience that affect the satisfaction level of selecting concentration, because it deals with efforts to understand the academic and potential factors of students in developing interests and talents in the field of communication.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur bagaimana kepuasan mahasiswa KPI IAIN Surakarta dalam memilih konsentrasi jurusan melalui pengaruh antara motif dan kepuasan dalam pemilihan konsentrasi jurusan. Dengan metode deskriptif kuantitatif, subjek penelitian ini adalah mahasiswa KPI Angkatan 2014. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, kuesioner, serta dokumentasi. Variabel yang diteliti mengarah pada variabel bebas yakni motif mahasiswa KPI Angkatan 2014 dalam memilih konsentrasi, dan variabel terikat yang

Kata Kunci:

*KPI, motif,
kepuasan,
mahasiswa*

berkenaan dengan tingkat kepuasan mahasiswa. Berdasarkan hasil analisis, kebutuhan kognitif dinyatakan sebagai aspek dalam variabel kebutuhan yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi pada Jurusan KPI. Terkait kebutuhan ini, aspek kognitif adalah kebutuhan dasar dalam proses pengetahuan dan pengalaman mahasiswa. Hal ini berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pemilihan konsentrasi karena berkenaan dengan upaya pemahaman akademik dan potensi mahasiswa dalam mengembangkan minat dan bakat dalam bidang komunikasi.

I. PENDAHULUAN

Sebagai salah satu institusi pendidikan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Surakarta, Jurusan (Program Studi) Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) tentu berupaya untuk mempersiapkan serta meletakkan perhatian penuh pada hasil ataupun *output* lulusannya. Dalam hal ini, dengan berorientasi pada hasil lulusan agar dapat diserap oleh dunia luar, maka disusunlah sejumlah tata aturan serta implementasi kurikulum sebagai salah satu strategi efektif guna mencapai hal tersebut.

IAIN Surakarta, sebagai salah satu lembaga pendidikan, pada hakikatnya berkewajiban untuk menghasilkan lulusan yang siap guna menjawab tantangan di dalam masyarakat serta menghadapi persaingan dunia kerja. Oleh sebab itu, menurut Yuliana (Risnawati & Irwandi, 2012), para lulusan tentu harus memiliki pengetahuan dan kompetensi yang tinggi sesuai dengan bidang yang ditekuni. Lebih lanjut, menurut Muliadi (Lusia, Suciati, & Setiowati, 2015) adanya upaya peningkatan mutu pendidikan pada sebuah lembaga pendidikan harus berlangsung secara terpadu dan berkelanjutan, dan diraih berdasarkan peningkatan mutu pada setiap komponen pendidikan.

M. Amin Abdullah (2004) menjelaskan adanya sejumlah bidang perubahan yang perlu digarap terus-menerus untuk membangun kembali sebuah kampus rujukan masa depan. Bidang-bidang perubahan yang dapat dilakukan antara lain: 1) pengembangan akademik; 2) pengembangan kelembagaan dan sistem manajemen; 3) pengembangan sumber daya manusia; dan 4) pengembangan sarana-prasarana fisik dan infrastruktur.

Guna mewujudkan rujukan sebuah kampus yang berorientasi masa depan, salah satu visi yang dapat dilakukan adalah melalui penataan dan manajemen jurusan sebagai bagian dari spesifikasi sebuah kampus, yang mana langsung berkaitan dengan mahasiswa sebagai segmentasi utama yang dituju.

Terkait visi ini, dapat dikatakan bahwa Jurusan KPI berupaya untuk memberikan pembelajaran sekaligus pelayanan yang terbaik bagi mahasiswanya agar dapat menjadi lulusan yang profesional, terutama dalam bidang praktis komunikasi serta media. Dalam hal ini, tak lupa kemudian diwujudkan dengan sejumlah nilai-nilai berbasis keindonesiaan dan *local wisdom*, yang terintegrasi dalam kemampuan dakwah sebagai perwujudan keislaman atas identitas perguruan tinggi Islam.

Adanya keseimbangan antara *hard skill* dan *soft skill* mahasiswa menjadi pada akhirnya menjadi salah satu pertimbangan bagi jurusan untuk mengembangkan kurikulumnya. Dalam hal ini, salah satunya adalah adanya mata kuliah pengembangan berbasis jurusan yang disesuaikan dengan *life skill*, *social skill*, *specific skill*, serta *vocational skill* (Abas, 2017). Demikian pula yang muncul pada Jurusan KPI IAIN Surakarta, dimana guna memenuhi kebutuhan pasar, Jurusan KPI secara khusus merevisi kurikulum dalam arah konsentrasi jurusan sesuai dengan profil lulusan yang diperlukan oleh pasar.

Menilik uraian di atas, sedikit merujuk pada kondisi perkembangan pasar, banyaknya media yang bermunculan tentu membawa sejumlah konsekuensi logis, terutama sebanding dengan banyaknya tenaga kerja ataupun sumber daya manusia yang diperlukan. Dalam hal ini, urgensi dari pentingnya kompetensi lulusan didukung oleh tulisan Rulli Nasrullah dan Agus Sriyanto (2013) mengenai keselarasan kurikulum Jurnalistik terhadap kompetensi wartawan di sejumlah PTAI. Dalam kaitannya dengan ketersediaan wartawan (Nasrullah & Sriyanto, 2013) serta penggiat media, dirasa perlu adanya dasar pemikiran terhadap pentingnya kebijakan dalam merumuskan arah konsentrasi lulusan sesuai dengan bidang keahlian yang

diperlukan pasar.

Sehubungan dengan bentuk keprofesionalitasan yang diupayakan oleh Jurusan KPI, secara lebih spesifik lulusan Jurusan KPI diarahkan untuk dapat bekerja dalam bidang-bidang praktis komunikasi, yakni: Jurnalistik, *Broadcasting*, dan *Public Relations* (PR). Bidang jurnalistik adalah bidang kerja komunikasi yang identik dengan kewartawanan. Untuk *Broadcasting*, bidang ini merujuk pada konsep kerja kepenyiaran serta praktisi media elektronik. Sedangkan untuk *Public Relations* (PR) (Laksamana, 2018; Nova, 2014), bidang ini lebih mengarahkan pekerjaan pada fungsi komunikasi sebuah perusahaan atau organisasi. Harapannya, ketiga konsentrasi yang dirumuskan tersebut, mahasiswa dapat lebih terarah dalam menjalani perkuliahan sesuai dengan minat serta konsentrasi yang dipilih, siap dalam menghadapi pekerjaan yang berkenaan dengan dunia komunikasi dan dakwah, lebih siaga dalam menghadapi tantangan di masyarakat, serta mampu berkontribusi sesuai dengan visi dan misi jurusan guna tercapainya standar kompetensi lulusan yang mumpuni.

Konsentrasi Jurnalistik diarahkan pada kompetensi mahasiswa yang berkaitan dengan dunia pers (Kovach & Rosenstiel, 2004) dan publisitas. Konsentrasi ini identik dengan produk berita, dimana menurut William S. Maulsby (dalam Djuroto, 2004; Nashirudin, 2017; Fathan, 2018) merupakan bagian penuturan yang dinyatakan secara benar dan faktual, memiliki makna penting, sekaligus bersifat baru dan mampu menarik perhatian khalayak. Terkait hal ini, konsentrasi Jurnalistik akan memungkinkan mahasiswa untuk aktif dalam mencari berita yang bersifat faktual, aktual, dan terpercaya, sesuai dengan kode etik dan elemen dasar yang harus dimiliki oleh seorang jurnalis (Santana, 2005). Konsep ini juga berkenaan dengan adanya kesadaran etik, penguasaan pengetahuan, dan keterampilan (BM, 2010) sebagai seorang jurnalis profesional.

Konsentrasi kedua adalah *Broadcasting*. Praktis komunikasi ini menentukan pekerjaan yang berkenaan dengan dunia penyiaran, baik yang bersifat audio maupun audio visual. Dunia kerja dalam *Broadcasting* akan

diarahkan pada para penggiat media, seperti: kameramen, tim kreatif, penulis naskah, *Program Director* (PD), sampai pada *reporter* maupun *anchor*. Terkait hal ini, pekerja dalam bidang penyiaran sangat dimungkinkan untuk memiliki *skill* dalam mengoperasikan alat.

Public Relations (PR) adalah konsentrasi ketiga dalam Jurusan KPI. Konsentrasi ini merujuk pada kemampuan kehumasan pada sebuah instansi ataupun perusahaan. Secara sederhana, PR adalah seni mempengaruhi (Dilenschneider, 2010); seni dan ilmu pengetahuan tentang analisis tren, prediksi dari sejumlah hambatan, membangun kepercayaan, serta masukan terhadap pimpinan organisasi dalam kepentingan untuk implementasi program yang telah direncanakan bagi kepentingan organisasi dan publik (*The First World Forum of Public Relations*, 1978; Astuti, 2018; Suryanto, 2015).

Sebelum tahun 2015, Jurusan KPI melalui pengembangan kurikulumnya turut berupaya untuk mencetak lulusan berbasis profesi sehingga diperlukan adanya desain kurikulum *specific skill* yang mencakup *academic skill* serta *vocational skill* (Abas, 2017). Dalam hal ini, kurikulum KPI dinyatakan harus seimbang antara pencapaian keterampilan akademik dengan kemahiran dalam keterampilan kejuruan. Lebih lanjut, adanya beberapa komponen penyusun dalam pengembangan kurikulum KPI, antara lain adalah: Mata Kuliah Pengembang Kepribadian (MPK); Mata Kuliah Keilmuan dan Keterampilan (MKK); Mata Kuliah Keahlian Berkarya (MKB); Mata Kuliah Perilaku Berkarya (MPB); dan Mata Kuliah Berkehidupan Bermasyarakat (MBB) (Abas, 2017).

Terjadi penyesuaian kurikulum IAIN Surakarta sejak tahun 2015, yang mengacu pada Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI) dengan dibagi menjadi sejumlah komponen mata kuliah wajib dan pilihan, dimana di dalam mata kuliah wajib terdapat beberapa mata kuliah konsentrasi yang sesuai dengan kualifikasi jurusan (Abas, 2017). Adapun penempatan konsentrasi jurusan ini merupakan pilihan yang harus diambil oleh mahasiswa KPI dan mulai dilakukan pada tahun 2011 lalu. Sekilas

dengan ketiga konsentrasi ini, mahasiswa lebih semangat dalam menjalani perkuliahan. Pelaksanaan kurikulum juga didukung dengan sejumlah dosen praktisi guna menambah keterampilan perkuliahan praktik bagi mahasiswa agar lebih dipersiapkan dalam menghadapi dunia kerja nantinya. Lebih lanjut, adanya semangat dari mahasiswa dalam menjalani perkuliahan ini menjadi salah satu tolak ukur ataupun indikator dalam menunjukkan adanya kepuasan dari mahasiswa dalam memilih serta menjalani konsentrasi perkuliahan KPI.

Lebih lanjut, penelitian ini berupaya untuk mengetahui bagaimana konsistensi Jurusan KPI dalam merumuskan sejumlah kebijakan bagi mahasiswa. Terutama terkait sejumlah perubahan yang sengaja dipersiapkan untuk mahasiswa agar mereka lebih siap dalam menghadapi pekerjaan serta kebutuhan pasar yang semakin lama kian berkembang. Guna mencapai lulusan yang dapat diserap oleh pasar, sekaligus tetap berupaya untuk menciptakan kinerja jurusan yang lebih baik lagi, maka adanya kebijakan untuk pembagian konsentrasi jurusan ini selanjutnya dirumuskan.

Terkait dengan mahasiswa yang dipilih sebagai subjek penelitian, yakni mahasiswa yang telah memilih konsentrasi Jurusan KPI, telah menempuh KKL sesuai dengan bidang keilmuan jurusan, serta telah atau sedang menjalani PPL (magang) sesuai dengan konsentrasi yang dipilih. Dengan demikian, mahasiswa yang dipilih sebagai sampel dan populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa KPI Angkatan 2014, dimana mereka telah melaksanakan KKL dan telah atau sedang melaksanakan PPL (magang). Selain itu, mahasiswa KPI Angkatan 2014 ini juga sedang dalam masa mempersiapkan tugas akhir (skripsi) sesuai dengan pilihan konsentrasi serta bidang keilmuan KPI yang telah dipelajari.

Menilik uraian di atas, muncul sejumlah pertanyaan guna mengklarifikasi apakah kemudian mahasiswa yang telah memilih serta menjalani pilihan konsentrasi Jurusan KPI benar-benar merasa puas terhadap pilihan yang dijalani. Mengingat penentuan konsentrasi ini dapat

dikatakan sebagai upaya khusus dari Jurusan KPI dalam mengarahkan mahasiswa agar dapat lebih siap dalam menghadapi masyarakat dan pasar kerja yang luas, sekaligus mencapai target lulusan yang diharapkan jurusan.

Berbicara tentang pasar kerja yang diharapkan jurusan, Jaffe & Scott yang dikutip oleh Kummerow (Saifuddin, 2018) menjelaskan adanya perencanaan karier yang dilakukan secara bertahap. Tahapan perencanaan karier ini merujuk pada aspek tertentu, seperti: 1) menilai diri sendiri; 2) mengeksplorasi peluang; 3) menyusun rencana karier; 4) implementasi; dan 5) evaluasi. Dalam hal ini, adanya spesifikasi bidang dalam konsentrasi perkuliahan pada akhirnya menjadi salah satu faktor yang memengaruhi dalam pencapaian karier yang diinginkan.

Selanjutnya, terkait dengan bentuk kepuasan yang dicari, apakah hal ini juga bersesuaian dengan motivasi ataupun motif awal para mahasiswa KPI dalam memilih konsentrasi Jurusan KPI. Mahasiswa Jurusan KPI dibaratkan serupa dengan konsumen yang menggunakan barang dan jasa. Dalam hal ini, bagaimana mereka memilih konsentrasi akan berkaitan dengan bagaimana motif dan kepuasan mereka ketika menjalani bidang konsentrasi dalam perkuliahan, sekaligus penetapan keputusan atas sejumlah pilihan konsentrasi yang tersedia.

Eddy Herjanto yang dikutip oleh Sarwono (Yuliandari & Prasetyo H, 2012) menyatakan bahwa teori keputusan adalah pendekatan analitik yang digunakan untuk memilih alternatif terbaik dari sejumlah pilihan. Konsep ini didasari sejumlah kondisi yang bersifat tidak pasti, pasti, maupun berisiko. Selanjutnya Simon & Efrain Turban dalam (Yuliandari & Prasetyo H, 2012) menambahkan adanya fase keputusan yang turut memengaruhi, yakni: intelegensi, desain, pilihan, dan implementasi.

Masih tentang aspek pengambilan keputusan, Kotler dan Keller (Suryani & Ginting, 2016); Winkel (Allolayuk, Setiawan, & Dimiyati, 2013) menyatakan proses pengambilan keputusan membeli pada konsumen yang dipengaruhi oleh beberapa faktor, yakni faktor internal (personal) dan faktor eksternal (lingkungan). Begitu pula dengan mahasiswa sebagai

konsumen kampus, bagaimana mereka memutuskan untuk memilih konsentrasi tertentu, hal ini berkaitan dengan pula dengan faktor personal dan lingkungan yang melingkupi masing-masing mahasiswa.

Berdasarkan ulasan di atas, dapat dibatasi permasalahan terkait bagaimana tingkat kepuasan mahasiswa KPI Angkatan 2014 dalam pemilihan konsentrasi Jurusan KPI. Dalam hal ini, secara khusus kepuasan pemilihan jurusan diarahkan pada pengaruh antara motif dan kebutuhan yang melandasi pemilihan konsentrasi jurusan dengan tingkat kepuasan mahasiswa KPI Angkatan 2014 yang telah menjalani pemilihan dan perkuliahan sesuai dengan konsentrasi Jurusan KPI.

II. METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini merujuk pada pendekatan kuantitatif. Penelitian dengan pendekatan ini dijelaskan sebagai penelitian yang berupaya menggambarkan serta memberikan penjelasan mengenai suatu permasalahan yang dapat digeneralisasikan. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif memiliki tujuan untuk menjelaskan, meramalkan, serta mengontrol fenomena sosial melalui bentuk pengukuran yang objektif serta analisis yang memuat angka atau numerik (Kriyanto, 2006).

Azwar (2017) menjelaskan penelitian kuantitatif yang memfokuskan adanya analisis data secara kuantitatif (angka) yang dikumpulkan berdasarkan prosedur pengukuran dan diolah menjadi metode analisis secara statistik. Dalam kaitannya, adanya variabel yang digunakan dalam penelitian harus diidentifikasi secara jelas sehingga hubungan antar variabel yang diteliti harus bersifat korelasional dan struktural, serta dapat diuji secara empirik. Selibhnya, jenis penelitian ini adalah penelitian jenis asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2011) serta menjelaskan suatu gejala sosial yang diteliti. Dalam penelitian ini, secara aplikatif terdapat dua variabel yang harus dikaitkan, yakni antara motif pemilihan konsentrasi Jurusan KPI dengan tingkat kepuasan mahasiswa ketika memilih konsentrasi Jurusan KPI.

Responden dalam penelitian ini dipilih melalui *total population sampling* (Etikan, Musa, & Alkassim, 2016). *Sampling* ini termasuk dalam jenis *non-probability sampling* (Acharya, Prakash, & Nigam, 2013), sekaligus *sampling* yang dipilih secara *purposive* (Etikan et al., 2016). Dalam konteks tertentu, *sampling* ini dilakukan dengan mengambil populasi secara keseluruhan karena populasi yang diambil dianggap memenuhi adanya kriteria dan karakteristik yang diperlukan dalam penelitian. Teknik *sampling* ini juga biasa digunakan dalam sejumlah kasus penelitian yang relatif kecil.

Lebih lanjut, responden yang menjadi populasi sekaligus *sample* adalah seluruh mahasiswa KPI Angkatan 2014 yang berjumlah 119 orang, dimana mereka adalah mahasiswa yang telah memilih konsentrasi jurusan sejak tahun 2016 dan menjalani kegiatan perkuliahan praktik, seperti: PPL (magang kerja), KKL (kunjungan lapangan), serta KKN (pengabdian masyarakat). Dalam konteks ini, responden aktif ditetapkan sebanyak 103 orang karena mahasiswa yang nonaktif sebanyak 1 orang dan putus studi sebanyak 15 orang.

Pengumpulan data dilakukan dengan tiga cara, yaitu: observasi, kuesioner atau angket, serta dokumentasi. Variabel penelitian terdiri dari dua variabel. *Pertama*, variabel bebas, yaitu motif mahasiswa KPI Angkatan 2014 dalam memilih konsentrasi jurusan. Sedangkan untuk variabel *kedua*, variabel terikat, merupakan variabel tingkat kepuasan mahasiswa KPI Angkatan 2014 dalam memilih konsentrasi jurusan. Pengukuran instrumen dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert, dengan gradasi dari nilai yang sangat positif sampai dengan nilai yang sangat negatif. Lebih jelas, kriteria penilaian dalam Skala Likert (Sugiyono, 2016: 107) adalah: 1) Sangat Setuju = skor 4; 2) Setuju = skor 3; 3) Tidak Setuju = skor 2; 4) Sangat Tidak Setuju = skor 1.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) selanjutnya disingkat Jurusan KPI memiliki sejarah cukup panjang. Jurusan KPI merupakan salah satu jurusan yang berada di Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, dan mulai menyelenggarakan pendidikan tahun 1998, saat itu masih di bawah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Surakarta (STAIN). Pada Tahun 2011, STAIN Surakarta berubah menjadi Institut Agama Islam Negeri Surakarta (IAIN). Dengan perubahan status tersebut jurusan-jurusan yang ada saling melakukan penggabungan menjadi fakultas sehingga sampai saat ini IAIN Surakarta memiliki 4 fakultas, salah satunya adalah Fakultas Ushuluddin dan Dakwah (KPI IAIN Surakarta, 2017).

Jurusan KPI sejak mulai menyelenggarakan pendidikan tahun 1998 terus melakukan pengembangan secara akademik. Orientasinya adalah bagaimana supaya lulusan program studi ini dapat berkarya di masyarakat, dapat diterima oleh pasar kerja, dan dapat bersaing dengan program studi sejenisnya di dunia kerja. Pengembangan yang dilakukan selalu mengacu pada perubahan tuntutan pasar kerja. Implikasinya adalah tuntutan akan adanya perubahan kurikulum yang diharapkan menyesuaikan perkembangan kebutuhan pasar.

Visi dari Jurusan KPI adalah *Excellence dalam dakwah Islam yang terintegrasi dengan nilai-nilai kearifan lokal dan keindonesiaan dan profesional dalam bidang komunikasi dan media*. Visi ini dicapai melalui beberapa misi, yaitu: a) *Menyelenggarakan pendidikan dan penelitian yang kompetitif di bidang komunikasi-media; b) Memberikan pencerahan pemikiran keislaman dalam bidang komunikasi dan media; c) Memberikan kontribusi dalam meningkatkan kualitas keagamaan melalui program dakwah yang rahmatal lil ‘alamin, dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam praktik komunikasi dan media* (KPI IAIN Surakarta, 2017).

Profil lulusan dari Jurusan KPI pada dasarnya terdiri dari praktisi media (jurnalis dan *broadcaster*, praktisi dakwah, dan *Public Relations* (PR). Praktisi media (jurnalis maupun *broadcaster*) yang kompeten dalam ilmu

komunikasi dan media, menguasai teknologi informasi dan komunikasi, kreatif, komunikatif dan inovatif, mampu berkontribusi bagi masyarakat melalui praktik jurnalistik dan penyiaran, serta memiliki wawasan dan nilai-nilai keIslaman. Selanjutnya, praktisi dakwah merujuk pada dai ataupun penyuluh agama yang kompeten dalam keilmuan dakwah dan studi Islam, mampu merancang dan melakukan dakwah, menguasai teknologi informasi dan komunikasi, serta mampu berkontribusi dalam memberikan solusi permasalahan di masyarakat. Sedangkan *Public Relations*, profesi ini kompeten dalam keilmuan komunikasi, terutama dalam membuat perencanaan dan pelaksanaan kegiatan kehumasan, kreatif, komunikatif dan inovatif, menguasai teknologi informasi dan komunikasi, memiliki wawasan dan nilai-nilai keislaman. Adapun kurikulum yang diberlakukan pertama kali pada tahun 1998 dan telah mengalami perubahan (*review*) pada tahun 2002, 2005, 2011, dan 2015 (Dokumen kurikulum Jurusan KPI, n.d.). Peninjauan dilakukan dengan mempertimbangkan kebutuhan dan peluang dunia kerja, serta perkembangan teknologi komunikasi dan informasi.

Adapun evaluasi kurikulum di jurusan KPI didasarkan pada kajian internal tentang kebutuhan pasar dan kebutuhan pengguna, baik yang sifatnya penelitian, jajak pendapat, ataupun berupa masukan-masukan institusi media pasca pelaksanaan magang studi. Tahun 2007 pernah dilakukan kajian tentang pendapat pengguna terhadap kurikulum program studi KPI serta kesesuaiannya dengan dunia kerja. Kajian ini diarahkan pada calon-pengguna yang dijadikan lokasi magang studi bagi mahasiswa KPI, misalnya: Koran Solopos, Radar Solo, Radio Solopos FM, Radio MH FM, biro iklan, dan beberapa institusi media lainnya di Solo. Hal ini bertujuan agar kurikulum KPI, terutama pada perkuliahan dan pembelajarannya dapat bersifat praktis dan dekat dengan kebutuhan dunia kerja.

Arah kurikulum dalam tataran tujuan praktis didukung dengan pengadaan sejumlah tenaga pengajar yang disesuaikan dengan kebutuhan dalam muatan kurikulum. Mengingat beberapa arahan mata kuliah sangat

membutuhkan kapasitas praktis yang sesuai dengan bidang keahlian, selain juga adanya keterbatasan pengajar tetap yang tersedia di dalam jurusan. Dalam hal ini, upaya yang dilakukan adalah dengan mendatangkan beberapa tenaga pengajar praktis yang langsung berkenaan dengan dunia kerja bidang komunikasi, yakni: jurnalis, praktisi *Public Relations*, serta penggiat bidang *broadcasting* (sineas film dan pekerja media TV). Harapannya, upaya ini dapat meningkatkan kapabilitas mahasiswa sekaligus memberikan pengalaman bagi mahasiswa untuk mendukung kemampuan dalam bidang konsentrasi KPI yang dipilih.

B. Konsentrasi Jurusan KPI

Pertama, Konsentrasi Broadcasting. Konsentrasi ini mengkaji dunia penyiaran, baik radio maupun televisi. Karena itu sasaran calon penggunanya adalah media penyiaran. Peminat konsentrasi ini rata-rata 30% dari keseluruhan jumlah mahasiswa. Untuk menambah kualifikasi di bidang ini, maka jurusan menyusun sejumlah mata kuliah konsentrasi *Broadcasting* sebagai berikut :

Tabel 1. Sebaran Mata Kuliah Konsentrasi *Broadcasting*

No	Kode MK	Nama Matakuliah	SKS
1	KPIB 201	Manajemen Penyiaran**	2
2	KPIB 205	Teknik Reportase**	2
3	KPIB 407	Produksi Siaran Radio**	4
4	KPIB 304	<i>Programming dan Editing</i>	3
5	KPIB 308	Produksi Siaran Televisi**	3
6	KPIB 302	Teknik Kamera**	3
7	KPIB 306	Sinematografi**	3
8	KPIB 203	Hukum dan Etika Penyiaran**	2

Sumber : Buku Panduan Akademik 2017 IAIN Surakarta (Surakarta, 2017)

Kedua, Konsentrasi Jurnalistik, dimana konsentrasi ini menjadi konsentrasi yang tidak banyak diminati mahasiswa perempuan, karena konsentrasi ini lebih mengarahkan mahasiswa menjadi profesi jurnalis atau wartawan. Biasanya peminat konsentrasi ini adalah mahasiswa yang lebih

menyukai tantangan, sehingga peminatnya pun tidak lebih banyak jika dibandingkan konsentrasi lainnya. Justru peminat konsentrasi jurnalistik cenderung paling sedikit. Hal ini terbukti dari jumlah atau kuantitas mahasiswa KPI konsentrasi Jurnalistik yang hanya satu kelas, dengan jumlah \pm 20-25 orang. Hal ini terpaut jauh dengan jumlah mahasiswa KPI konsentrasi *Public Relations* yang mampu mencapai 40 orang, bahkan 75 orang pada mahasiswa angkatan 2015 dan 2016. Berdasarkan hasil observasi, kurangnya peminatan dalam konsentrasi Jurnalistik disebabkan karena muatan perkuliahan yang dirasa lebih berat, dimana profil lulusan langsung diarahkan pada praktisi media cetak.

Adapun sebaran mata kuliah dalam konsentrasi Jurnalistik adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Sebaran Mata Kuliah Konsentrasi Jurnalistik

No	Kode MK	Nama Matakuliah	SKS
1	KPIJ 302	Penulisan artikel*	3
2	KPIJ 306	Penulisan <i>Feature</i> *	3
3	KPIJ 201	Manajemen Pers*	2
4	KPIJ 303	Teknik Wawancara & <i>Investigative Reporting</i> *	3
5	KPIJ 305	Jurnalistik Foto*	3
6	KPIJ 307	<i>Layout</i> *	3
7	KPIJ 308	Produksi Media Cetak*	3
8	KPIJ 303	Hukum dan Etika* Jurnalistik/Pers*	2

Sumber : Buku Panduan Akademik IAIN Surakarta 2017 (Surakarta, 2017)

Ketiga, Konsentrasi Public Relations. Konsentrasi ini adalah konsentrasi dengan peminat peminat terbanyak mulai tahun 2014. Konsentrasi ini memberikan pengayaan keilmuan tentang kehumasan atau PR. Pada dasarnya, praktis PR (Cutlip dan Center dalam Defleur & Dennis (1988); McNamara, (2002) dalam (Iriantara, 2004); Griswold (1948) dalam Soemirat & Ardianto (2005); Astuti (2018)) adalah upaya terencana berkelanjutan yang memungkinkan adanya komunikasi dua arah serta mendukung citra perusahaan sehingga memperoleh pengakuan publik atas reputasi yang dimunculkan. Orientasi profesi lulusan adalah menjadi

PR dan/atau humas, serta semua profesi yang terkait dengan kehumasan sehingga konsentrasi ini dirasa paling *lumes* karena tidak hanya berorientasi pada bidang media, tetapi semua aspek komunikasi. Hal ini menjadikan konsentrasi PR ini menjadi konsentrasi “dambaan” para mahasiswa KPI di setiap angkatan. Selain itu, bahwa profesi humas sangat dibutuhkan oleh semua lembaga, sekaligus merupakan ujung tombak dalam mewujudkan citra lembaga.

Untuk menunjang keahlian kehumasan tersebut maka program studi KPI telah merancang mata kuliah pengayaan keahlian *Public Relations*, sebagai berikut:

Tabel 3. Sebaran Mata Kuliah Konsentrasi *Public Relations*

No	Kode MK	Nama Matakuliah	SKS
1	KPIP 201	Manajemen PR***	2
2	KPIP 206	CSR***	2
3	KPIP 205	<i>Media Relation</i> ***	2
4	KPIP 304	Protokoler dan MC***	3
5	KPIP 308	Riset PR***	2
6	KPIP 302	<i>Human Relations</i> ***	3
7	KPIP 203	<i>Marketing PR</i> ***	2
8	KPIP 309	Perencanaan Komunikasi PR***	3
9	KPIP 307	<i>Event Organizer</i>	3

Sumber : Buku Panduan Akademik IAIN Surakarta 2017 (Surakarta, 2017)

Selain dengan program konsentrasi, guna menunjang keahlian mahasiswa, kurikulum Jurusan KPI juga mewajibkan program magang atau PPL. Program magang memuat bobot 4 sks dan mewajibkan mahasiswa melakukan magang sesuai minat dan konsentrasinya. Misalnya, konsentrasi *Broadcasting*, magang dapat dilaksanakan di sejumlah media penyiaran. Konsentrasi Jurnalistik, mahasiswa diwajibkan magang di bidang jurnalistik atau magang wartawan di media cetak, seperti: koran, majalah, tabloid, dan sebagainya. Sedangkan untuk konsentrasi *Public Relations*, magang dilakukan di berbagai institusi seperti lembaga pemerintah, perusahaan, atau lembaga lainnya, sehingga tidak terbatas di institusi media. Guna menempuh

program magang selama 2 bulan tersebut, mahasiswa diwajibkan lulus mata kuliah dasar keahlian, dan telah menyelesaikan minimal 100 sks lulus. Karena itu, magang biasa dilaksanakan ketika mahasiswa berada di semester 7. Pemilihan lokasi magang bersifat terbuka dan ditentukan oleh mahasiswa bersangkutan, yang selanjutnya mendapat persetujuan dan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) dari jurusan.

C. Sajian dan Analisis Data

Analisis dalam penelitian ini diawali dengan analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan gambaran secara umum mengenai hasil penelitian yang disajikan berupa visual, teks atau tulisan, maupun grafik atau gambar (Muhammad, 2013). Tujuan dari analisis secara deskriptif adalah berupaya menjelaskan besaran satuan dari tahap pengolahan data yang menunjukkan kecenderungan dan arah dari data yang diperoleh. Terkait sampel penelitian ini, secara khusus diarahkan pada mahasiswa Jurusan KPI angkatan 2014. Tercatat total mahasiswa angkatan 2014 yang aktif sebanyak 101 orang, dimana jumlah mahasiswa yang mengisi kuesioner secara menyeluruh adalah 98 orang. Berdasarkan data yang diperoleh, partisipasi mahasiswa tergolong tinggi dan mencapai prosentasi 98%.

Pemilihan responden yakni mahasiswa Jurusan KPI angkatan 2014 didasarkan pada pengalaman mahasiswa dalam menentukan konsentrasi pilihannya. Terkait hal ini, mahasiswa KPI angkatan 2014 merupakan mahasiswa yang sudah mendalami pembelajaran akademik sesuai dengan konsentrasi masing-masing. Selain itu, mahasiswa KPI angkatan 2014 juga telah menjalani kuliah praktis sesuai konsentrasi yang terimplementasikan melalui muatan kuliah KKL (Kuliah Kerja Lapangan) dan PPL (Praktik Pengalaman Lapangan).

Sesuai dengan arahan kurikulum dan target lulusan dalam Jurusan KPI, konsentrasi Jurusan KPI dibagi menjadi tiga, yaitu: Jurnalistik, *Public Relations*, dan *Broadcasting* (Penyiaran). Pembagian konsentrasi ini diarahkan

agar sesuai dengan visi Jurusan KPI yang berupaya untuk mewujudkan lulusan yang “profesional dalam bidang komunikasi dan media”. Lebih lanjut, ketiga konsentrasi jurusan ini diberlakukan untuk mengarahkan kemampuan dan minat mahasiswa dalam bidang-bidang praktis yang sejalan dengan arah perkuliahan dalam Jurusan KPI. Melalui konsentrasi ini, diharapkan mahasiswa mampu memahami teori sekaligus praktik kerja secara nyata Jurusan KPI sehingga nantinya mereka memiliki kesiapan dalam menghadapi tantangan kerja seiring dengan perkembangan teknologi dan ketatnya persaingan bidang media.

Adapun partisipasi mahasiswa dalam penelitian salah satunya diharapkan mampu menjadi sejumlah rekomendasi serta *input* kepada mahasiswa angkatan di bawahnya dalam memilih dan menentukan konsentrasi jurusan ke depannya. Dalam hal ini, ketiga konsentrasi Jurusan KPI, masing-masing memiliki karakteristik dan keunggulan. Dalam kaitannya, keunggulan ini tentu menjadi penunjang yang mampu mengarahkan setiap mahasiswa Jurusan KPI untuk dapat mengembangkan minat dan bakat yang ditekuni, baik dalam sisi *hardskill* maupun *softskill*.

Berdasarkan partisipasi mahasiswa yang mengisi kuesioner, diperoleh rincian bahwa konsentrasi *Public Relations* (Humas) sebanyak 41%, konsentrasi *Broadcasting* (Penyiaran) sebanyak 36%, dan konsentrasi Jurnalistik sebanyak 23%. Dalam data ini diperoleh simpulan bahwa sebaran mahasiswa untuk konsentrasi *Public Relations* dalam Jurusan KPI memiliki jumlah paling besar dalam berpartisipasi mengisi kuesioner, yakni sebanyak 41%. Hal ini dikarenakan secara kuantitas, mahasiswa Jurusan KPI angkatan 2014 konsentrasi *Public Relations* berjumlah sebanyak 40 orang. Sedangkan untuk konsentrasi Jurnalistik hanya sebanyak 23 orang dan konsentrasi *Broadcasting* hanya sebanyak 38 orang.

1. Analisis Instrumen

a. Uji Validitas

- 1) Kebutuhan Kognitif (item pertanyaan X_{11} , X_{12} , X_{13}) secara r_{hitung} dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.704, 0.741, 0.670 sedangkan nilai r_{tabel} sebesar 0.198. Maka dapat dikatakan bahwa item variabel kebutuhan kognitif valid karena:

$$0.704 > 0.198,$$

$$0.741 > 0.198,$$

$$0.670 > 0.198$$

Sedangkan dari nilai Signifikansi dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.000. Maka dapat dikatakan bahwa variabel kognitif valid karena $0.000 < 0.05$.

- 2) Kebutuhan Afektif (item pertanyaan X_{21} , X_{22} , X_{23}) secara r_{hitung} dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.804, 0.892, 0.830, sedangkan nilai r_{tabel} sebesar 0.198. Maka dapat dikatakan bahwa variabel kebutuhan afektif valid karena:

$$0.804 > 0.198,$$

$$0.892 > 0.198,$$

$$0.830 > 0.198$$

Sedangkan dari nilai Signifikansi dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.000. Maka dapat dikatakan bahwa variabel kognitif valid karena $0.000 < 0.05$.

- 3) Kebutuhan Integrasi Personal (item pertanyaan X_{31} , X_{32} , X_{33}) secara r_{hitung} dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.706, 0.789, 0.796, sedangkan nilai r_{tabel} sebesar 0.198. Maka dapat dikatakan bahwa variabel kebutuhan integrasi personal valid karena:

$$0.706 > 0.198,$$

$$0.789 > 0.198,$$

$$0.796 > 0.198$$

Sedangkan dari nilai Signifikansi dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.000. Maka dapat dikatakan bahwa variabel kognitif valid karena $0.000 < 0.05$.

- 4) Kebutuhan Integrasi Sosial (item pertanyaan X_{41} , X_{42} , X_{43}) secara r_{hitung} dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.675, 0.496, 0.742, sedangkan nilai r_{tabel} sebesar 0.198. Maka dapat dikatakan bahwa variabel kebutuhan integrasi sosial valid karena:

$$0.675 > 0.198,$$

$$0.496 > 0.198,$$

$$0.742 > 0.198$$

Sedangkan dari nilai Signifikansi dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.000. Maka dapat dikatakan bahwa variabel kognitif valid karena $0.000 < 0.05$.

- 5) Pelepasan Ketegangan (item pertanyaan X_{51} , X_{52} , X_{53}) secara r_{hitung} dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.658, 0.571, 0.749, sedangkan nilai r_{tabel} sebesar 0.198. Maka dapat dikatakan bahwa variabel pelepasan ketegangan valid karena:

$$0.658 > 0.198,$$

$$0.571 > 0.198,$$

$$0.749 > 0.198$$

Sedangkan dari nilai Signifikansi dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.000. Maka dapat dikatakan bahwa variabel kognitif valid karena $0.000 < 0.05$.

2. Uji Reliabilitas.

Pengujian Reliabilitas dengan melihat ketentuan nilai Cronbach's Alpha dimana jika nilai Cronbach's Alpha > 0.6 = reliabel. Hasil Output SPSS nilai koefisien Cronbach's Alpha diperoleh $0.728 > 0.6$. Lebih jelas, perhitungan dalam uji reliabilitas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kebutuhan Kognitif (item pertanyaan X_{11} , X_{12} , X_{13}) nilai Alpha Cronbach's dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.718, 0.711, 0.703. Maka dapat dikatakan bahwa item variabel kebutuhan kognitif reliabel karena:

$$0.718 > 0.6,$$

$$0.711 > 0.6,$$

$$0.703 > 0.6.$$

- b. Kebutuhan Afektif (item pertanyaan X_{21} , X_{22} , X_{23}) nilai Alpha Cronbach's dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.705, 0.716, 0.714. Maka dapat dikatakan bahwa item variabel kebutuhan afektif reliabel karena:
- $0.705 > 0.6$,
 $0.716 > 0.6$,
 $0.714 > 0.6$.
- c. Kebutuhan Integrasi Personal (item pertanyaan X_{11} , X_{12} , X_{13}) nilai Alpha Cronbach's dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.703, 0.704, 0.713. Maka dapat dikatakan bahwa item variabel kebutuhan integrasi personal reliabel karena :
- $0.703 > 0.6$,
 $0.704 > 0.6$,
 $0.713 > 0.6$.
- d. Kebutuhan Integrasi Sosial (item pertanyaan X_{11} , X_{12} , X_{13}) nilai Alpha Cronbach's dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.741, 0.721, 0.708. Maka dapat dikatakan bahwa item variabel kebutuhan integrasi sosial reliabel karena:
- $0.741 > 0.6$,
 $0.721 > 0.6$,
 $0.708 > 0.6$.
- e. Kebutuhan Pelepasan Ketegangan (item pertanyaan X_{11} , X_{12} , X_{13}) nilai Alpha Cronbach's dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.711, 0.740, 0.702. Maka dapat dikatakan bahwa item variabel kebutuhan pelepasan ketegangan reliabel karena :
- $0.711 > 0.6$,
 $0.740 > 0.6$,
 $0.702 > 0.6$.

3. Uji Homogenitas

Pengujian homogenitas dengan melihat ketentuan nilai Signifikansi (Sig.) dapat diuraikan dalam analisis sebagai berikut:

- a. Kebutuhan Kognitif nilai Signifikansi dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.304. Maka dapat dikatakan bahwa item variabel kebutuhan kognitif adalah homogen karena $0.304 > 0.05$. Dalam artian bahwa item variabel kebutuhan kognitif memiliki varian yang sama.
- b. Kebutuhan Afektif nilai Signifikansi dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.027. Maka dapat dikatakan bahwa item variabel kebutuhan afektif adalah tidak homogen karena $0.027 < 0.05$. Dalam artian bahwa item variabel kebutuhan afektif memiliki varian yang tidak sama. Variabel kebutuhan afektif memiliki varian yang tidak sama (tidak homogen), hal ini menandakan tidak adanya kesamaan dalam sifat, macam, watak atau lainnya dari mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2014. Hal ini dikarenakan variabel kebutuhan afektif yang mendasarkan pada sikap dan keputusan yang berasal dari internal mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2014. *Passion* yang ada dalam diri mahasiswa KPI juga mengalami pasang surut seiring dengan beban mata kuliah dalam konsentrasi masing-masing, sehingga hal ini menjelaskan persepsi dan pola pikir mengenai beban materi kuliah yang berbeda.
- c. Kebutuhan Integrasi Personal nilai Signifikansi dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.113. Maka dapat dikatakan bahwa item variabel kebutuhan integrasi personal adalah homogen karena $0.304 > 0.05$. Dalam artian bahwa item variabel kebutuhan integrasi personal memiliki varian yang sama.
- d. Kebutuhan Integrasi Sosial nilai Signifikansi dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.051. Maka dapat dikatakan bahwa item variabel kebutuhan integrasi sosial adalah homogen karena $0.051 > 0.05$. Dalam artian bahwa item variabel kebutuhan integrasi sosial memiliki varian yang sama.

- e. Kebutuhan Pelepasan Ketegangan nilai Signifikansi dalam hasil olah data SPSS sebesar 0.226. Maka dapat dikatakan bahwa item variabel pelepasan ketegangan adalah homogen karena $0.226 > 0.05$. Dalam artian bahwa item variabel kebutuhan pelepasan ketegangan memiliki varian yang sama.

4. Analisis Regresi

Analisi regresi linear berganda dilakukan untuk menguji pengaruh dari dua variabel atau lebih, guna melihat hubungan kausalitas atau fungsional. Dalam penelitian ini, fokus yang ingin dilihat adalah pengaruh motif mahasiswa Jurusan KPI Angkatan 2014 terhadap kepuasan dalam memilih konsentrasi di Jurusan KPI. Berikut hasil uji regresi linear berganda:

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

<i>R Squared</i>	Nilai Sig.	Nilai koefisien t
0.121	0.000	3.629

Hipotesis yang dibangun dalam penelitian ini adalah :

- Ha : Ada pengaruh antara motif dengan kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
Ho : Tidak ada pengaruh antara motif dengan kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Mendasarkan pada hasil uji regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS di atas, dapat dijelaskan bahwa :

- a. Nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000, yang berarti nilai Sig. < 0.05 . Sehingga kesimpulannya H0 ditolak yang menjelaskan bahwa “Ada pengaruh antara motif dengan kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam”.
- b. Nilai R Squared (R^2) sebesar 0.121, menandakan bahwa variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2014 mampu dijelaskan atau ada hubungannya dengan

variabel bebas (kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan pelepasan ketegangan) sebesar 12.1 %. Sedangkan sisanya sebesar 87.9 % (100% - 12.1%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.

- c. Nilai koefisien t sebesar 3.629, menjelaskan nilai positif dalam hubungan antara motif mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2014 dengan kepuasan dalam memilih konsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Tabel 5. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.347 ^a	.121	.111	5.12677

a. Predictors: (Constant), Motif

Tabel 6. Anova^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
1	<i>Regression</i>	346.144	1	346.144	13.169	.000 ^b
	<i>Residual</i>	2523.244	96	26.284		
	Total	2869.388	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Motif

Tabel 7. Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	13.583	5.057		2.686	.009
	Motif	.436	.120	.347	3.629	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Hipotesis parsial yang dibangun dalam penelitian ini adalah :

- a. Ha : Motif terkait kebutuhan kognitif berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam konsentrasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Ho : Motif terkait kebutuhan kognitif tidak berpengaruh terhadap

tingkat kepuasan mahasiswa dalam konsentrasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

- b. Ha : Motif terkait kebutuhan afektif berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam konsentrasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Ho : Motif terkait kebutuhan afektif tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam konsentrasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

- c. Ha : Motif terkait kebutuhan integrasi personal berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam konsentrasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Ho : Motif terkait kebutuhan integrasi personal tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam konsentrasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

- d. Ha : Motif terkait kebutuhan integrasi sosial berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam konsentrasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Ho : Motif terkait kebutuhan integrasi sosial tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam konsentrasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

- e. Ha : Motif terkait kebutuhan pelepasan ketegangan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam konsentrasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Ho : Motif terkait kebutuhan pelepasan ketegangan tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam konsentrasi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel Dependen	<i>R Squared</i>	Nilai Sig.	Nilai Koefisien t
Kebutuhan Kognitif		0.044	2.039
Kebutuhan Afektif		0.237	1.190
Kebutuhan Integrasi Personal	0.151	0.946	- 0,067
Kebutuhan Integrasi Sosial		0.062	1.889
Kebutuhan Pelepasan Ketegangan		0.983	0.021

Mendasarkan pada hasil uji regresi linear berganda dengan menggunakan SPSS di atas, dapat dijelaskan bahwa :

- a. Nilai signifikansi (Sig.) variabel kebutuhan kognitif sebesar 0.044 yang berarti nilai Sig. < 0.05. Sehingga diperoleh kesimpulan H₀ ditolak yang menjelaskan bahwa Motif terkait kebutuhan kognitif berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- b. Nilai signifikansi (Sig.) variabel kebutuhan afektif sebesar 0.237 yang berarti nilai Sig. > 0.05. Sehingga diperoleh kesimpulan H₀ diterima yang menjelaskan bahwa Motif terkait kebutuhan afektif tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- c. Nilai signifikansi (Sig.) variabel kebutuhan Integrasi Personal sebesar 0.946 yang berarti nilai Sig. > 0.05. Sehingga diperoleh kesimpulan H₀ diterima yang menjelaskan bahwa Motif terkait kebutuhan kognitif tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- d. Nilai signifikansi (Sig.) variabel kebutuhan Integrasi Sosial sebesar 0.062 yang berarti nilai Sig. > 0.05. Sehingga diperoleh kesimpulan H₀ diterima yang menjelaskan bahwa Motif terkait kebutuhan kognitif tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- e. Nilai signifikansi (Sig.) variabel kebutuhan Pelepasan Ketegangan sebesar 0.983 yang berarti nilai Sig. > 0.05. Sehingga diperoleh kesimpulan H₀

- diterima yang menjelaskan bahwa Motif terkait kebutuhan Pelepasan Ketegangan tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- f. Nilai *R Squared* (R^2) sebesar 0.151, menandakan bahwa variabel terikat yaitu kepuasan mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam mampu dijelaskan atau ada hubungannya dengan variabel bebas (kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan pelepasan ketegangan) sebesar 15.1 %. Sedangkan sisanya sebesar 84.9 % (100% - 15.1%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebutkan dalam penelitian ini.
 - g. Nilai koefisien t Kebutuhan Kognitif sebesar 2.039, menjelaskan nilai positif dalam hubungan antara Kebutuhan Kognitif dengan tingkat kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
 - h. Nilai koefisien t Kebutuhan Afektif sebesar 1.190, menjelaskan nilai positif dalam hubungan antara Kebutuhan Afektif dengan tingkat kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
 - i. Nilai koefisien t Kebutuhan Integrasi Personal sebesar - 0.067, menjelaskan nilai negatif dalam hubungan antara Kebutuhan Integrasi Personal dengan tingkat kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Dimana semakin motif naik Kebutuhan Integrasi Personal, maka semakin turun tingkat kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi.
 - j. Nilai koefisien t Kebutuhan Integrasi Sosial sebesar 1.889, menjelaskan nilai positif dalam hubungan antara Kebutuhan Integrasi Sosial dengan tingkat kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.
 - k. Nilai koefisien t Kebutuhan Pelepasan Ketegangan sebesar 0,021, menjelaskan nilai positif dalam hubungan antara Kebutuhan Pelepasan Ketegangan dengan tingkat kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Sehingga model regresi dalam penelitian diperoleh :

$$Y = 9.770 + 1.054X_1 + 0.431X_2 - 0.026X_3 + 0.096X_4 + 0.010X_5$$

- a. Dimana tingkat kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam bernilai sebesar 9.770 apabila semua variabel konstan tidak ada perubahan atau bernilai 0.
- b. Koefisien Kebutuhan Kognitif sebesar 1.054 berarti variabel kebutuhan kognitif berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi. Jika ada perubahan variabel kebutuhan kognitif 1% maka tingkat kepuasan mahasiswa akan meningkat sebesar 1.054% dengan syarat variabel lainnya bersifat konstan atau tidak ada perubahan.
- c. Koefisien Kebutuhan Afektif sebesar 0.431 berarti variabel kebutuhan afektif berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi. Jika ada perubahan variabel kebutuhan afektif 1% maka tingkat kepuasan mahasiswa akan meningkat sebesar 43.1% dengan syarat variabel lainnya bersifat konstan atau tidak ada perubahan.
- d. Koefisien Kebutuhan Integrasi Personal sebesar – 0.026 berarti variabel kebutuhan integrasi personal berpengaruh negatif terhadap kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi. Jika ada perubahan variabel kebutuhan integrasi personal 1% maka tingkat kepuasan mahasiswa akan menurun sebesar 2.6% dengan syarat variabel lainnya bersifat konstan atau tidak ada perubahan.
- e. Koefisien Kebutuhan Integrasi Sosial sebesar 0.096 berarti variabel kebutuhan integrasi sosial berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi. Jika ada perubahan variabel kebutuhan integrasi sosial 1% maka tingkat kepuasan mahasiswa akan meningkat sebesar 9.6% dengan syarat variabel lainnya bersifat konstan atau tidak ada perubahan.
- f. Koefisien Kebutuhan Pelepasan Ketegangan sebesar 0.010 berarti variabel kebutuhan pelepasan ketegangan berpengaruh positif terhadap kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi. Jika ada perubahan variabel kebutuhan pelepasan ketegangan 1% maka tingkat kepuasan

mahasiswa akan meningkat sebesar 1.0 % dengan syarat variabel lainnya bersifat konstan atau tidak ada perubahan.

Tabel 9. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.389 ^a	.151	.105	5.14439

a. Predictors: (Constant), Ketegangan, Afektif, Personal, Sosial, Kognitif

Tabel 10. Anova^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	434.629	5	86.926	3.285	.009 ^b
Residual	2434.759	92	26.465		
Total	2869.388	97			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Ketegangan, Afektif, Personal, Sosial, Kognitif

Tabel 11. Coefficients^a

Model	Standardized Coefficients			T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.770	5.583		1.750	.083
Kognitif	1.054	.517	.229	2.039	.044
Afektif	.431	.362	.127	1.190	.237
Personal	-.026	.380	-.008	-.067	.946
Sosial	.969	.513	.210	1.889	.062
Ketegangan	.010	.464	.002	.021	.983

a. Dependent Variable: Kepuasan

5. Pembahasan

Dari semua variabel bebas (kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial dan kebutuhan pelepasan ketegangan), diperoleh hasil bahwa hanya variabel kebutuhan kognitif yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Sedangkan variabel lain, yaitu: kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi

personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan pelepasan ketegangan, tidak berpengaruh dalam kepuasan mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam memilih konsentrasi.

Adanya kebutuhan kognitif pada dasarnya merupakan bentuk kebutuhan yang mendasarkan terhadap tingkat pengetahuan dan pengalaman mahasiswa dalam menelaah dan mengkaji konsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam. Kebutuhan ini mengarah pada proses memperoleh pengetahuan termasuk di dalamnya terkait kesadaran, perasaan, dan bagaimana seorang individu mengenali sesuai berdasarkan pengalamannya sendiri.

Uraian di atas dapat mengarah pada konsep kerangka rujukan, dimana hal ini menjadi aspek fungsional yang mempengaruhi persepsi seorang individu. Adanya kerangka rujukan mampu mempengaruhi bagaimana seseorang memberikan makna pada pesan yang diterimanya (Rakhmat, 2012). Sekilas, hal ini berkaitan dengan aspek efikasi diri, dimana hal ini mengarah pada keyakinan setiap individu terhadap kemampuan diri untuk menyelesaikan permasalahan. Efikasi diri dinyatakan oleh (Bandura, 1977) sebagai mediator utama perilaku dan perubahan perilaku. Ketika dikaitkan dengan pemilihan konsentrasi, mahasiswa KPI memiliki sejumlah pertimbangan berdasarkan keyakinan yang telah terbentuk sebelumnya, yakni mengenai kesanggupan serta kesiapan diri untuk memenuhi kebutuhan, termasuk menyelesaikan permasalahan atas konsekuensi yang muncul berdasarkan pilihan konsentrasi yang diambil. Menurut Kurniasari, Dariyo, & Idulfilastri (2018), individu yang memiliki efikasi diri yang tinggi cenderung dapat menentukan pilihan dalam pengambilan keputusan jurusan dan karier, menghadapi tantangan, menerima resiko dari tindakan yang dilakukan.

Munculnya efikasi diri pada mahasiswa KPI selanjutnya berkenaan dengan kebutuhan kognitif dalam mengarahkan pemaknaan mahasiswa terhadap konsentrasi jurusan yang dipilih, pada akhirnya berkaitan dengan seberapa besar aspek pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Aspek

pengetahuan, baik secara akademik maupun berasal dari kakak angkatan di atasnya, dapat menggambarkan bagaimana konsentrasi di Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam memberikan jalan atau bisa mewedahi potensi dari mahasiswa dalam mengembangkan minat dan bakat dalam bidang media komunikasi. Hal tersebut secara tidak langsung memberikan gambaran positif mengenai pilihan konsentrasi yang ada dalam pengembangan keilmuan akademik mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Salah satunya, adanya penjelasan mengenai pengalaman kakak tingkat turut memberikan pengaruh dan masukan bagi mahasiswa dalam memilih dan menentukan konsentrasi. Hal ini mampu menambah kerangka rujukan atas interpretasi mahasiswa dalam menentukan konsentrasi mana yang akan mereka pilih. Lebih lanjut, hal ini dapat mempengaruhi keputusan akhir mahasiswa dalam memilih konsentrasi yang sesuai diri sendiri atau karena pengaruh orang lain. Sedangkan variabel lain, tidak terbukti berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi. Hal ini dapat disebabkan karena pengalaman selama menjalani materi perkuliahan di bidang konsentrasi turut mempengaruhi psikologi mahasiswa dan kepuasan mahasiswa. Salah satunya mengenai beban kuliah dan tugas selama perkuliahan yang justru menurunkan kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi dari awal.

Seperti diklasifikasikan dalam teori motivasi dan harapan, motivasi dapat dilihat dari beberapa indikator, seperti: durasi kegiatan; frekuensi kegiatan; persistensi kegiatan; ketabahan, keuletan serta kemampuan dalam menghadapi rintangan dan kesulitan; devosi dan pengorbanan untuk mencapai tujuan; tingkat aspirasi yang ingin dicapai atas kegiatan yang dilakukan; tingkat kualifikasi prestasi dan hasil; dan arah sikap terhadap sasaran kegiatan. Indikator ini merupakan sarana dalam pembentuk motivasi mahasiswa dalam memilih jurusan yang seiring waktu mampu mengalami perubahan dan pergeseran. Jelasnya, sejumlah aspek ini akan berpengaruh terhadap bagaimana mahasiswa menentukan konsentrasi mana yang paling mantap untuk mereka pilih.

Penggunaan teori *uses and gratification*, pada dasarnya dimaksudkan untuk menelaah bagaimana pola penggunaan media yang dilakukan oleh audiens (khalayak). Namun demikian, terkait dengan tingkat kepuasan dalam penelitian ini, teori *uses and gratification* digunakan untuk melengkapi dan menganalisis lebih jauh bagaimana motivasi sebagai aspek psikologis mahasiswa dalam memilih konsentrasi jurusan berkaitan dengan tingkat kepuasan mereka ketika menjalani perkuliahan atas konsentrasi jurusan yang dipilih.

Selama mengikuti perkuliahan, konsentrasi mahasiswa akan menghadapi perbedaan beban kuliah dan praktik sesuai dengan konsentrasinya. Kondisi ini turut memberikan dampak pada bagaimana motivasi mahasiswa dari awal mampu berbeda setelah mengalami kondisi lapangan konsentrasi di Jurusan KPI sehingga sejumlah variabel dalam aspek motivasi dinyatakan tidak terbukti berpengaruh secara keseluruhan terhadap kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi. Hal ini dikarenakan adanya ekspektasi dan realitas yang dialami mahasiswa ketika menjalani konsentrasi boleh jadi berbeda dengan motivasi awal yang mendorong mereka dalam memilih konsentrasi jurusan di KPI.

IV. KESIMPULAN

Aspek kebutuhan kognitif adalah aspek yang berpengaruh terhadap tingkat kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi Jurusan KPI. Sedangkan variabel lain, seperti kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan pelepasan ketegangan, tidak berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa dalam memilih konsentrasi pada Jurusan KPI.

Adapun kebutuhan kognitif merupakan kebutuhan mendasar dalam pengetahuan dan pengalaman mahasiswa. Adanya pengaruh kebutuhan kognitif terhadap tingkat kepuasan pemilihan konsentrasi dipengaruhi oleh upaya mahasiswa untuk memenuhi pemahaman akademik mengenai konsentrasi yang dipilih sehingga mampu mewartakan potensi mahasiswa

dalam mengembangkan minat dan bakat dalam bidang media komunikasi. Hal tersebut memberikan gambaran positif mengenai konsentrasi yang ada dalam pengembangan keilmuan akademik mahasiswa Jurusan KPI.

Selanjutnya, saran yang dapat diberikan kepada lembaga adalah perlunya peninjauan kembali sejumlah mata kuliah pada kurikulum Jurusan KPI sehingga pemilihan konsentrasi jurusan dapat lebih tertata dengan baik dan mampu memfasilitasi mahasiswa untuk berproses sesuai dengan profil lulusan yang mumpuni dan dapat diterima di masyarakat luas. Selain itu, diharapkan sejumlah sumber daya pendukung seperti tenaga pengajar dan fasilitas pengajaran juga perlu ditingkatkan guna menunjang proses perkuliahan. Untuk para mahasiswa diharapkan mampu mempersiapkan diri lebih awal dalam menghadapi pemilihan konsentrasi jurusan pada semester yang ditentukan. Mengingat Jurusan KPI adalah jurusan praktis yang memungkinkan adanya terapan dan praktik dalam ilmunya, maka setiap mahasiswa diharapkan mampu lebih sigap dalam mempersiapkan arah konsentrasi mana yang dipilih sesuai dengan minat dan bakat yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, Z. (2017). Pengembangan Kompetensi Profesi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 2(1), 87–110. <https://doi.org/10.22515/balagh.v2i1.628>
- Abdullah, M. A. (2004). *Laporan Rektor dari LAIN ke UIN: Membangun Kembali Kampus Masa Depan yang Mencerahkan Umat*. Yogyakarta.
- Acharya, A. S., Prakash, A., & Nigam, A. (2013). Sampling: Why and How of it?, (May 2014), 3–7. <https://doi.org/10.7713/ijms.2013.0032>
- Allolayuk, Y. R., Setiawan, T. I., & Dimiyati, M. (2013). Faktor yang Mempengaruhi Siswa Memilih Jurusan IPA pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 72 Jakarta. *Jurnal Bimbingan dan Konseling*. <https://doi.org/10.21009/INSIGHT.022.19>

- Astuti, Y. D. P. (2018). *Implementasi Community Relations UPT Kawasan Wisata Dinas Pariwisata Taman Balekambang Kota Surakarta pada Program Pengembangan Kemitraan (Studi Deskriptif Kualitatif tentang Kegiatan Peningkatan Peran Serta Masyarakat dalam Upaya Pengembangan Kemitraan P. IAIN Surakarta.*
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi Edisi II.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bandura, A. (1977). Self-Efficacy: Toward A Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84, 191–215.
- BM, M. (2010). Patronase Korporasi Media. *Jurnal Komunikasi Massa*, 3(1).
- Dilenschneider, R. L. (2010). *The Ama Handbook of Public Relations.* Amacom.
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/doi:10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Fathan. (2018). Analisis Wacana Kritis Berita “Kematian Terduga Teroris Siyono” di Harian Solopos. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 3(1), 45–72. <https://doi.org/10.22515/balagh.v3i1.1088>
- Iriantara, Y. (2004). *Community Relations: Aplikasi dan Konsepnya* (1st ed.). Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2004). *The Elements of Journalism (Elemen-elemen Jurnalisme)*. (Y. A. Pareanom, Ed.). Jakarta: Institut Studi Arus Informasi.
- KPI, P. S. (n.d.). Dokumen Kurikulum KPI. Surakarta: IAIN Surakarta.
- KPI IAIN Surakarta, T. R.-A. P. (2017). *Borang Re-Akreditasi Program Studi Sarjana Komunikasi dan Penyiaran Islam.* Surakarta.
- Kriyanto, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi.* Jakarta: Kencana.
- Kurniasari, R. I., Dariyo, A., & Idulfilastri, R. M. (2018). Hubungan Antara Self-Efficacy dengan Pengambilan Keputusan Karier pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Psikologi. *Journal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi*, 3(1), 1–19. <https://doi.org/10.33367/psi.v3i1.497>
- Laksamana, A. (2018). *Public Relations in the Age of Disruption.* Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Lusia, A., Suciati, P., & Setiowati, E. (2015). Motivasi Intrinsik yang

- Mempengaruhi Pemilihan Jurusan dan Universitas (Studi pada Mahasiswa Baru Program Vokasi Universitas Indonesia Angkatan 2015). *Journal of Vocational Program University of Indonesia*, 3(2), 21–36. <https://doi.org/10.7454/jvi.v3i2.31>
- Muhammad. (2013). *Metodologi Penelitian Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nasrullah, R., & Sriyanto, A. (2013). Menggagas Kurikulum Jurnalistik Di PTAI, Penyelerasan terhadap Kompetensi Wartawan. *Jurnal Naadya: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 9(1), 1–13.
- Nova, F. (2014). *PR War.* (T. T. Indijaningsih & A. Noverina, Eds.). Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Risnawati, E., & Irwandi, S. A. (2012). Analisis Faktor atas Pengambilan Keputusan Mahasiswa. *The Indonesian Accounting Review*, 2(1), 63–72. <https://doi.org/10.14414/tiar.v2i01.318>
- Saifuddin, A. (2018). *Kematangan Karier: Teori dan Strategi Memilih Jurusan dan Merencanakan Karier* (1st ed.). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Santana, S. K. (2005). *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2005). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Administrasi: Dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Surakarta, I. (2017). *Buku Panduan Akademik*. Surakarta: IAIN Surakarta.
- Suryani, W., & Ginting, P. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Memilih Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Al Munawaroh Medan. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 9(1), 33. <https://doi.org/10.21067/jem.v9i1.196>
- Suryanto. (2015). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Yuliandari, D., & Prasetyo H, F. (2012). Faktor-faktor Pemilihan Jurusan dengan Analisis Contjoint Berdasarkan Preferensi Mahasiswa Jurusan Manajemen Informatika. *Paradigma Jurnal Komputer dan Informatika*, XIV(1), 60–68. <https://doi.org/10.31294/p.v14i1.3379>