

DISEMINASI MEDIA KOMUNIKASI PENERIMAAN MAHASISWA BARU PADA LTMPT PROVINSI BANTEN

Adhitya Angga Pratama

Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
angga@untirta.ac.id

Ahmad Sihabudin

Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
sihab@untirta.ac.id

Ail Muldi

Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
ail.muldi@untirta.ac.id

Abstract

The role and function of dissemination of the admission system for new students of public universities carried out by LTMPT feels very important. Dynamic information every year through LTMPT policy must be well disseminated and able to be accepted by the wider community who need this information. The problems in this study can be formulated as follows, namely the extent to which the effectiveness of communication media dissemination of the new student admission system in the Banten Province LTMPT, and what factors affect the effectiveness of the communication media for admission of new students Ltmpt Banten as seen from the cognitive, affective and conative aspects of BK teachers in Banten Province. This research was conducted to test the effectiveness of communication media used in the socialization and promotion of new student admissions of LTMPT Banten who focused on communicables, namely BK teachers. The quantitative method used is survey research using questionnaires as a primary data collection tool. From this research, a model of dissemination of communication media for the admission system of new students of state universities in order to take place effectively and efficiently, namely LTMPT Banten Province disseminates materials to BK teachers (aged over 30 years, civil servants and state schools), through the website / brochure / word of mouth / instagram / youtube, then accepted by prospective registrants to carry out registration and LTMPT provides a helpdesk if prospective registrants have difficulty.
Keywords: dissemination, communication media, quantitative, LTMPT

Abstrak

Peran dan fungsi diseminasi sistem penerimaan mahasiswa baru perguruan tinggi negeri yang dilakukan oleh LTMPT terasa sangat penting. Informasi yang dinamis setiap tahunnya lewat kebijakan LTMPT harus terdiseminasi dengan baik dan mampu diterima oleh masyarakat luas yang memerlukan informasi tersebut.

Masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut yaitu sejauh mana efektivitas media komunikasi diseminasi sistem penerimaan mahasiswa baru pada LTMPT Provinsi Banten, dan apa saja faktor yang berpengaruh terhadap efektivitas media komunikasi

penerimaan mahasiswa baru LTMPT Banten yang dilihat dari aspek kognitif, afektif dan konatif guru BK di Provinsi Banten. Penelitian ini dilakukan untuk menguji efektivitas media komunikasi yang digunakan pada sosialisasi dan promosi penerimaan mahasiswa baru LTMPT Banten yang fokus kepada komunikasi yaitu guru BK. Metode kuantitatif yang digunakan adalah penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data primer. Dari penelitian ini dihasilkan model diseminasi media komunikasi sistem penerimaan mahasiswa baru perguruan tinggi negeri agar dapat berlangsung secara efektif dan efisien yaitu LTMPT Provinsi Banten melakukan diseminasi materi kepada guru BK (usia di atas 30 tahun, PNS dan Sekolah Negeri), melalui laman website/brosur/mulut ke mulut/instagram/youtube, kemudian diterima oleh calon pendaftar untuk melaksanakan pendaftaran dan LTMPT menyediakan helpdesk jika calon pendaftar mengalami kesulitan.

Katakunci: *diseminasi, media komunikasi, kuantitatif, LTMPT*

Pendahuluan

Sejak tahun 2019, penerimaan mahasiswa baru perguruan tinggi negeri di Indonesia dikelola oleh Lembaga Tes Masuk Perguruan Tinggi (LTMPT). LTMPT secara resmi diluncurkan oleh Menteri Ristek, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Republik Indonesia pada tanggal 4 Januari 2019. LTMPT merupakan lembaga bentukan pemerintah yang memiliki tugas menyelenggarakan tes masuk perguruan tinggi negeri pada jalur masuk SNMPTN dan UTBK (SBMPTN). Sebagai lembaga baru, LTMPT berkewajiban memberikan informasi kepada seluruh masyarakat melalui LTMPT di tingkatan Daerah. Sehubungan hal tersebut, LTMPT di Banten dipercayakan kepada Untirta. Untirta sebagai kepanjangan tangan dari LTMPT Pusat memiliki tugas mensosialisasikan kebijakan, peraturan dan tata cara penerimaan mahasiswa baru perguruan tinggi negeri melalui bidang sosialisasi dan promosi (Sospro) kepada seluruh Kepala sekolah, guru bimbingan konseling (BK), siswa, orangtua siswa dan masyarakat Banten pada umumnya.

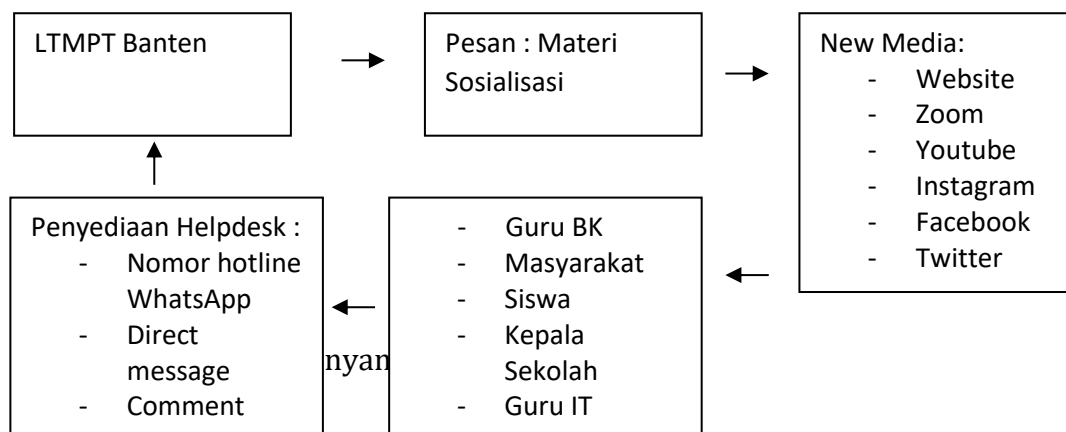
Perguruan tinggi di Banten tercatat ada beberapa diantara Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Untirta) dan Universitas Islam Negeri Syarif Sultan Hassanudin Banten. Untirta sendiri, merupakan perguruan tinggi negeri (PTN) yang berada dibawah naungan pembinaan dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan Riset dan Teknologi Republik Indonesia.

Dalam upaya meningkatkan kualitas untuk mendapatkan calon mahasiswa, maka kualitas proses seleksi mengacu kepada kemampuan potensi calon mahasiswa melalui proses seleksi yang proposional dan berkeadilan. Model dan proses seleksi calon mahasiswa baru masuk Perguruan Tinggi Negeri dikembangkan sesuai perkembangan teknologi

informasi, teknologi *cyber*, dan era digitalisasi serta tuntutan masyarakat terhadap output pendidikan tinggi yang kompeten. Selain itu masyarakat membutuhkan model tes dan seleksi calon mahasiswa baru yang mengacu pada prinsip-prinsip kenyamanan, fleksibilitas, dan kualitas.

Dalam menerapkan program penerimaan mahasiswa baru, diperlukan adanya sosialisasi dan model komunikasi yang tepat agar tahapan-tahapan yang telah ditentukan dapat berjalan dengan baik dan efektif, mencapai target dan dapat menjadi cara menghadapi informasi hoax yang beredar selama masa penerimaan mahasiswa baru. Sosialisasi penerimaan mahasiswa baru perguruan tinggi negeri dimulai pada tahun 2021 pada masa pandemi covid 19 ini dilaksanakan dengan full online dengan memaksimalkan fungsi new media. Semua tahapan dilakukan dengan menggunakan media daring dan menghilangkan sosialisasi tatap muka.

Proses sosialisasi dengan menggunakan new media saat ini dirasakan hal yang paling sesuai dengan kondisi yang ada. New media adalah media yang semua sudah dipengaruhi oleh teknologi. Di era informasi ini media sudah menyediakan platform langsung, informative, cerdas dan interaktif untuk menghasilkan ruang diskusi. Teori new media mengubah sebagian besar perhatian pada ontologi media digital sebagai ciri khas yang akan menggantikan sejarah media di abad kedua. Menurut Mcquail new media adalah wadah dimana semua pesan komunikasi bisa terpusat dan mudah untuk disalurkan menggunakan teknologi internet dan melibatkan audiens untuk meningkatkan proses interaksi dan komunikasi. Arshano Sahar mendefinisikan new media merupakan kehadiran media yang semuanya serba digital dan dipengaruhi oleh internet akibat teknologi informasi dan komunikasi yang semakin berkembang. Alur penyampaian sosialisasi dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Pola sosialisasi penerimaan mahasiswa baru PTN yang diterapkan pada tahun 2021 dimulai dari LTMPPT Banten menyampaikan materi sosialisasi yang telah diberikan oleh LTMPPT Pusat untuk disebar luaskan dengan menggunakan beberapa platform digital seperti aplikasi zoom, website, youtube, instagram, facebook dan twitter kepada komunikan yaitu masyarakat, siswa kelas 12/calon peserta, Kepala Sekolah, Guru BK dan Guru IT. Kemudian LTMPPT Banten juga menyediakan layanan bantuan/helpdesk jika ada pertanyaan yang ingin disampaikan oleh calon peserta. Layanan bantuan diperlukan sebagai tindak lanjut penyebaran informasi jika dirasa masih ada yang belum jelas. Model Komunikasi yang efektif dalam pandangan Kennedy dan Somanagara (2006) seperti yang disadur oleh Artis (2011:186) perlu memperhatikan aspek *Stimuli-Organizes-Respond* (S-O-R). Pesan yang diberikan pada komunikan dapat dipengaruhi oleh sensasi yang dihasilkan mereka dan jika kuatnya sensasi yang dimiliki dan besarnya daya tarik dari stimulus yang diterima maka secara langsung akan mempengaruhi pikiran komunikan melalui pancaindra. Pikiran akan menyeleksi dari stimulus yang di terima sehingga akan menghasilkan kebutuhan, ekspektasi dan nilai-nilai. Dari aktivitas tersebut akan menghasilkan respon yang akan membawa perubahan pada sikap yang positif ataupun sikap negatif.

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, supaya penelitian tidak melebar dan fokus mengarah pada sasaran yang dibahas maka penulis membatasi penelitian ini pada strategi komunikasi penerimaan mahasiswa baru yang berpengaruh terhadap perubahan sikap dan tindakan. Strategi yang dimaksud yaitu perubahan sikap. Adapun perubahan sikap yang dimaksud yaitu terkait dengan materi sosialisasi penerimaan mahasiswa baru bagi guru BK se Provinsi Banten dengan menggunakan new media.

Penelitian sebelumnya yang sesuai dengan penelitian ini salah satunya didapatkan dari jurnal pengabdian kepada masyarakat yang berjudul "Sosialisasi Penerimaan Mahasiswa Baru Unila Dalam Kondisi Pandemi Covid 19" yang dibuat oleh Helmi Fitriawan, Muhamad Irsyad dan Hery Dian Septama yang dilaksanakan pada tahun 2020. Jurnal ini menggunakan metode kuantitatif, dengan hasil penelitian yaitu beberapa kegiatan sosialisasi penerimaan mahasiswa baru yang dilakukan oleh Universitas Lampus (Unila) dan BPPMB Unila diantaranya pembuatan konten atau materi sosialisasi via website, pembuatan banner informasi yang di post pada media sosial Unila dan pelaksanaan webinar secara daring. Hasil secara kuantitatif dari beberapa konten sosialisasi PMB Unila tahun 2020 dimasa pandemi covid-19 dengan media daring berlangsung baik. Responden menilai kegiatan sosialisasi

bernilai edukatif (4,52%), bermanfaat (4,57%), menarik (4,51%) dan informatif (4,59%) yang berarti sangat baik.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada metode penelitian. Pada penelitian yang akan dilakukan, peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode ini dipilih untuk menemukan sumber data yang detail dan terpercaya karena manfaat penelitian ini salah satunya yaitu untuk menjadi *role model* pelaksanaan penerimaan mahasiswa baru yang efektif, efisien dan memenuhi target output yang ditetapkan LTMPT. Perbedaan lainnya yaitu objek penelitian yang dipilih bukan hanya satu unsur tapi beberapa unsur seperti yang disebutkan pada pertanyaan penelitian yaitu siswa, orangtua, guru bimbingan kenseling, guru IT/TIK dan Kepala Sekolah SMA/Sederajat.

Penelitian selanjutnya yang relevan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Encep Sopandi dengan judul jurnal : Strategi promosi penerimaan mahasiswa baru untuk PTS (Tinjauan atas kegiatan promosi PTS di Jawa Barat Tahun 2010), dilaksanakan pada tahun 2010 mengungkapkan proses penelitian dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan hasil penelitian sebagai berikut :

1. Strategi Penerimaan Mahasiswa Baru PTS di Jawa Barat tahun 2010 dimulai dengan konsep mengenai bagaimana menggunakan sumber daya yang dimiliki oleh lembaga secara lebih efektif dalam suatu lingkungan yang sedang berubah.

2. Perencanaan strategi dan pelaksanaan strategi perlu dikombinasikan untuk mencapai sukses. Dengan kata lain, secara probabilitas, sukses dapat dicapai dengan kombinasi perencanaan strategis yang baik dan pelaksanaan strategis yang baik. Strategi yang baik dengan implementasi yang buruk atau strategi yang buruk dengan pelaksanaan yang baik akan menimbulkan masalah.

3. Kegagalan suatu strategi PMB PTS kemungkinan disebabkan tujuan tidak realistis, kesalahan strategi yang dipakai, dan strategi yang dipakai benar tetapi pelaksanaan tidak berhasil mencapainya. Walaupun tercapainya tujuan belum membuktikan kebenaran strategi karena kesulitan untuk mengukur unsur-unsur tertentu dari strategi yang sinergetik.

4. Analisis situasi intern dan ekstern merupakan salah satu tindakan penting dalam pengembangan strategi PMB PTS. Di mana dilakukan analisis terhadap kekuatan dan kelemahan internal lembaga, dan analisis terhadap kesempatan dan ancaman terhadap lembaga yang datang dari luar. Hasil analisis situasi, baik internal maupun eksternal masing-masing dikonfrontasikan untuk menetapkan pintu strategis yang dimiliki oleh PTS, apakah

terbuka atau tertutup. Istilah ini mengarah pada perbandingan antara kekuatan dengan kelemahan yang dimiliki oleh situasi intern lembaga, perbandingan antara kesempatan dengan ancaman yang datang dari situasi ekstern lembaga, dan perbandingan antara kekuatan atau kelemahan situasi intern dengan kesempatan atau ancaman ekstern secara keseluruhan. Dengan demikian terdapat sejumlah hasil analisis terhadap situasi intern dan ekstern.

5. Tujuan merupakan hasil akhir yang harus dicapai. Tujuan yang dirumuskan akan menjadi landasan dalam pengembangan strategi. Dengan demikian, terdapat suatu pertalian yang sangat erat antara tujuan dengan strategi, di mana strategi berperan sebagai cara untuk mencapai tujuan tersebut. Perumusan tujuan perlu mempertimbangkan sasaran yang dituju, user. Pertimbangan tersebut pada akhirnya akan menuntut analisis terhadap permintaan. Permintaan yang muncul dari calon mahasiswa baru atau keluarganya merupakan faktor situasi yang paling penting, karena ia paling sedikit diketahui dan paling tidak dapat diramalkan, namun paling besar pengaruhnya terhadap apa yang dapat atau tidak dapat dilaksanakan dalam penerimaan mahasiswa baru.

6. Penentuan objek yang dijadikan sasaran strategi dipengaruhi oleh berbagai faktor, diantaranya yang berhubungan dengan proses kehidupan pelajar jaman sekarang di luar sekolah, dan kebutuhan user. Dengan demikian, perlu dianalisis mengenai kebutuhan calon mahasiswa baru dan para user lainnya terhadap layanan pendidikan, jenis layanan pendidikan yang akan diperlukan untuk memenuhi kebutuhan masa depan, type calon mahasiswa baru yang akan memiliki kebutuhan, dan wilayah geografis yang kebutuhannya akan dilayani. Karakteristik dari dimensi sasaran terdiri atas prospek pertumbuhannya, prospek profitabilitasnya, turbulensi yang diharapkan akan mendorong kesempatan atau menjadi ancaman strategis dan penyebab umum yang menghambat prospek pertumbuhan dan profitabilitas, dan faktor-faktor keberhasilan yang akan menentukan strategi-strategi dari PTS lain sebagai «kompetitor» utama dalam wilayah sasaran yang sama. Proses penetapan sasaran harus mengidentifikasi jumlah yang cukup besar dari wilayah sasaran, sehingga memungkinkan pengelola PTS melakukan «kompetesi» yang berarti dan keputusan alokasi sumberdaya strategis.

7. Kegiatan promosi merupakan kegiatan membangun komunikasi antara sekolah dengan calon mahasiswa atau keluarganya dengan tujuan untuk mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih suatu sekolah. Dengan demikian, dalam kegiatan promosi terdapat

unsur apa yang diinformasikan, media komunikasi yang digunakan, dan kepada siapa informasi tersebut disampaikan. Di samping itu, terdapat pula kegiatan promosi untuk meningkatkan mahasiswa baru yang terdaftar melalui pendekatan sales promotion, seperti dengan penetapan biaya yang dibebankan kepada mahasiswa lebih rendah dari PTS lain. Kegiatan ini dimaksudkan untuk meng-counter PTS lain yang menjadi «saingan».

Metode Penelitian

Pendekatan pada penelitian ini dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif yang digunakan adalah penelitian survei dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data primer. Singarimbun dan Effendi (1989) mengatakan penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data primer.

Tempat penelitian ini akan dilaksanakan di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa sebagai LTMPPT Banten dan SMA/Sederajat yang mengikuti tahapan kegiatan sosialisasi dan promosi (sospro) PMB PTN tahun 2021. Populasi dalam riset ini merupakan seluruh Guru BK SMA/Sederajat yang ada di Provinsi Banten.

2. Sampel

Individu adalah unit analisis dalam penelitian ini. Populasi sasaran dari penelitian ini yaitu Guru BK SMA/Sederajat Se-Provinsi Banten. Responden yang diambil berjumlah 50 responden. Pemilihan sampel responden pada penelitian ini dilakukan dengan teknik accidental sampling, dalam penelitian social, 30 orang merupakan jumlah minimum pengambilan responden.

Data kuantitatif yang diperoleh dari kuesioner ditabulasi dengan program Microsoft Excel 2007, kemudian dianalisis secara statistik deskriptif. Hasil analisis diinterpretasikan untuk memperoleh suatu kesimpulan. Lima Puluh Data kuantitatif diuji dengan menggunakan uji statistik analisis regresi linear berganda dengan nilai signifikansi sebesar α (0,05). Dengan rumus :

$$Y = a + b_1.1X_{1.1} + b_1.2X_{1.2} + b_1.3X_{1.3} + b_1.4X_{1.4} + b_1.5X_{1.5} + b_1.6X_{1.6} + b_2.1X_{2.1} + b_2.2X_{2.2}$$

Keterangan:	
Y	: Variabel Terikat (dependent)
X (1.1,1.2,1.3...)	: Variabel Bebas (independent)
a	: Nilai Konstanta
b (1.1,1.2,1.3...)	: Nilai Koefisien Regres

Uji statistik analisis regresi linear berganda menurut Sunyoto (2011) adalah suatu analisis yang digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas (x) dan variabel terikat (y), dan dalam pengukuran pengaruh variabel melibatkan lebih dari satu variabel bebas.

Hasil dan Diskusi

Diseminasi/sosialisasi virtual pada penerimaan mahasiswa baru perguruan tinggi negeri LTMPT Banten dilaksanakan dengan menggunakan media zoom dan disebarluaskan melalui kanal youtube resmi Untirta yaitu untirta official. Sosialisasi ini dilaksanakan sebanyak tiga kali dengan menghadirkan berbagai narasumber, dan melibatkan unsur siswa calon pendaftar, Kepala Sekolah, Guru BK, Guru IT dari sekolah se-Banten dan orang tua siswa. Untirta sebagai LTMPT Banten yang melaksanakann sosialisasi dan promosi SNMPTN dan SBMPTN 2021 dengan menghadirkan narasumber dari LTMPT Pusat pada sosialisasi pertama, di minggu kedua dan ketiga, pemateri dari internal Untirta dibawah koordinasi Wakil Rektor Bidang Akademik yang mendelegasikan penyampaian materi sosialisasinya kepada koordinator tim sospro LTMPT Banten tahun 2021. Pelaksanaan sosialisasi virtual PMB Untirta dilaksanakan setiap hari Jum'at dari tanggal 22 Januari 2021 sampai dengan tanggal 05 Februari 2021.

Penyediaan helpdesk mulai tanggal 15 Januari 2021 menggunakan media whatsapp. Pelayanan hotline whatsapp dapat difungsikan telepon dan chat, dengan meniadakan layanan helpdesk tatap muka. Pelayanan hotline dilakukan setiap hari dan jam kerja. Operator hotline merupakan tim sospro LTMPT Banten yang dalam hal ini yaitu humas Untirta. Tim bergantian piket setiap harinya untuk menjawab pertanyaan seputar penerimaan mahasiswa baru. Karena tidak dapat dilaksanakannya *helpdesk* secara tatap muka, maka pertanyaan dari para calon peserta melalui hotline sangat banyak. Terlebih dengan banyaknya peminat jalur SNMPTN dan SBMPTN tahun 2021. Selain itu, akun LTMPT juga menjadi hal yang terbilang baru karena diberlakukan mulai tahun 2020, sehingga masih harus terus disosialisasikan proses pembuatannya, karena akun tersebut menjadi syarat untuk melakukan pendaftaran baik SNMPTN maupun SBMPTN tahun 2021. Fungsi helpdesk online bukan hanya sebatas untuk memberikan informasi, namun juga memberikan solusi kepada calon pendaftar karena dapat berkonsultasi mendalam terkait penerimaan mahasiswa baru.

Pengumuman dalam bentuk digital juga dibuat oleh tim sospro LTMPT Banten. Bentuk pengumuman digital seperti press release dan flyer yang dipublikasikan dalam berbagai media seperti di website, media sosial dan media massa merupakan beberapa cara menginformasikan PMB yang dilakukan oleh tim sospro LTMPT Banten. Pada ranah produksi, tim membuat sendiri konsep flyer dan press release yang isinya merupakan informasi penting terkait dengan aturan, tahapan dan tata cara pendaftaran penerimaan mahasiswa baru di perguruan tinggi negeri. Pembuatan alat publikasi seperti flyer dan sejenisnya memerlukan kreatifitas dan inovasi untuk memudahkan calon peserta dalam menangkap informasi yang disuguhkan. Target dari alat publikasi tersebut minimalnya dapat diterima oleh minimal guru Bimbingan Konseling (BK) sebagai kepanjangan tangan LTMPT Banten agar dapat memberikan pengarahan kepada para siswa calon pendaftar sesuai materi sosialisasi PMB yang diterima terutama pada saat melakukan pendaftaran tidak salah langkah yang nantinya akan merugikan calon peserta. Kerugian calon peserta dapat diminimalisir dengan berkonsultasi ke helpdesk sebelum melakukan pendaftaran. Terkadang para calon peserta tidak mau membaca pedoman yang telah dibuat sebelum melakukan pendaftaran. Sehingga berakibat banyak pertanyaan yang jawabannya sudah ada dalam pedoman, kembali ditanyakan oleh calon peserta. Flyer yang dijabarkan di atas dapat membantu meresume beberapa pertanyaan yang sama menjadi satu postingan yang isinya menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut.

Usia (X1.1)

Variabel usia memiliki arah pengaruh positif terhadap aspek konatif guru BK, yang berarti bahwa semakin tinggi usia guru BK, aspek perilaku guru BK mengenai sistem penerimaan mahasiswa baru perguruan tinggi negeri meningkat. Variabel usia memiliki pengaruh signifikan bila berdiri sendiri/parsial sebesar 0,02 dan 0,04. Tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dimiliki variabel usia yaitu 9,01 dan 8,1. Nilai tersebut menunjukkan bahwa jika variabel usia saja yang diregresikan dengan efektivitas media komunikasi terhadap aspek konatif, maka akan berpengaruh secara signifikan.

Jenis Sekolah (X1.2)

Variabel jenis sekolah tempat mengajar guru BK memiliki arah pengaruh positif pada SMAS dan SMKN tapi pada MAN arah pengaruhnya negatif terhadap aspek kognitif guru BK, yang berarti semakin bagus sekolah, aspek perilaku guru BK semakin meningkat dalam

diseminasi PMB PTN. Variabel jenis sekolah tidak berpengaruh signifikan jika berdiri sendiri terhadap aspek kognitif guru BK. Tabel 4.17 menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang dimiliki variabel jenis sekolah dalam dummy yaitu SMAS 0.33, SMKN 0.28 dan MAN 0.42. Nilai tersebut menunjukkan bahwa jika variabel jenis sekolah saja yang diregresikan dengan efektivitas media komunikasi terhadap aspek konatif, maka tidak akan berpengaruh secara signifikan.

Pekerjaan (X1.3)

Variabel pekerjaan memiliki arah pengaruh negatif terhadap aspek konatif guru BK, yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat status pekerjaan, aspek perilaku guru BK mengenai sistem penerimaan mahasiswa baru PTN menurun. Namun dapat terlihat bahwa variabel pekerjaan signifikan mempengaruhi terhadap aspek konatif guru BK. Nilai signifikansi pekerjaan pada dummy sebesar 0,43 untuk non PNS dan 0,02 untuk Honorer. Nilai tersebut menunjukkan bahwa jika variabel status pekerjaan Honorer saja yang diregresikan dengan efektivitas media komunikasi terhadap aspek konatif, maka akan berpengaruh secara signifikan.

Tingkat Pendidikan (X1.4)

Variabel tingkat pendidikan sarjana memiliki arah pengaruh negatif tetapi pascasarjana arah pengaruhnya positif terhadap aspek konatif guru BK, yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat pendidikan guru BK, aspek perilaku guru BK mengenai PMB PTN meningkat. Namun dapat terlihat bahwa variabel tingkat pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap aspek konatif guru BK. Nilai signifikansi tingkat pendidikan sarjana sebesar 0,92 dan pascasarjana 0,72. Nilai tersebut menunjukkan bahwa jika variabel tingkat pendidikan saja yang diregresikan dengan efektivitas media komunikasi terhadap aspek konatif, maka tidak akan berpengaruh secara signifikan.

Motivasi (X1.5)

Variabel motivasi memiliki arah pengaruh positif terhadap aspek konatif guru BK, yang berarti bahwa semakin banyak motivasi mengikuti diseminasi sistem PMB PTN, aspek perilaku guru BK mengenai PMB PTN meningkat. Variabel motivasi juga tidak berpengaruh signifikan terhadap aspek afektif guru BK. Nilai signifikansi yang dimiliki variabel motivasi yaitu sebesar 0,12. Nilai tersebut menunjukkan bahwa jika variabel tingkat motivasi saja yang diregresikan dengan efektivitas media komunikasi terhadap aspek konatif, maka tidak akan berpengaruh secara signifikan.

Tingkat Pendapatan (X1.6)

Variabel tingkat pendapatan memiliki arah pengaruh positif terhadap aspek konatif guru BK, yang berarti bahwa semakin tinggi tingkat pendapatan guru BK, aspek perilaku guru BK mengenai PMB PTN meningkat. Variabel tingkat pendapatan juga tidak berpengaruh signifikan terhadap aspek konatif guru BK. Nilai signifikansi yang dimiliki variabel pendapatan lebih besar dari 0.05, yaitu sebesar 0.87 dan 0,79. Nilai tersebut menunjukkan bahwa jika variabel tingkat pendapatan saja yang diregresikan dengan efektivitas media komunikasi terhadap aspek konatif, maka tidak akan berpengaruh secara signifikan.

Ragam media yang digunakan (X2.1)

Variabel ragam media yang digunakan memiliki arah pengaruh negatif terhadap aspek konatif guru BK, yang berarti bahwa semakin beragam media yang digunakan guru BK untuk mendapat informasi, aspek perilaku guru BK mengenai sistem PMB PTN semakin menurun. Nilai signifikansi variabel ini menunjukkan bahwa variabel ini tidak berpengaruh signifikan terhadap aspek konatif guru BK. Nilai signifikansi ragam media sebesar 0.40. Nilai tersebut menunjukkan bahwa jika variabel ragam media saja yang diregresikan dengan efektivitas media komunikasi terhadap aspek konatif, maka tidak akan berpengaruh secara signifikan.

Informasi Hoax (X22)

Variabel informasi hoax memiliki arah pengaruh positif terhadap aspek konatif guru BK, yang berarti bahwa semakin banyak informasi hoax yang di dapat, maka tingkat konatif meningkat. Aspek perilaku guru BK mengenai PMB PTN meningkat. Variabel informasi hoax juga tidak berpengaruh signifikan terhadap aspek konatif guru BK. Nilai signifikansi yang dimiliki variabel informasi hoax yaitu sebesar 0.59. Nilai tersebut menunjukkan bahwa jika variabel informasi hoax saja yang diregresikan dengan efektivitas media komunikasi terhadap aspek konatif, maka tidak akan berpengaruh secara signifikan.

Frekuensi penerimaan pesan (X2.3)

Variabel frekuensi penerimaan pesan memiliki arah pengaruh positif terhadap aspek konatif guru BK, yang berarti bahwa semakin sering Guru BK menerima informasi, aspek konatif guru BK mengenai sistem PMB PTN semakin meningkat. Nilai signifikansi yang dimiliki variabel ini sebesar 0,000 lebih kecil dari 0.05. Nilai tersebut menunjukkan bahwa jika variabel frekuensi penerimaan pesan saja yang diregresikan dengan efektivitas media komunikasi terhadap aspek konatif, maka akan berpengaruh secara signifikan.

Kesimpulan

1. Efektivitas media komunikasi diseminasi sistem penerimaan mahasiswa baru perguruan tinggi negeri efektif dari aspek kognitif, afektif, dan konatif. Pada aspek kognitif, efektifitas media komunikasi sistem penerimaan mahasiswa baru perguruan tinggi negeri (PMB PTN) termasuk dalam kategori sedang sebesar 52 persen. Pada aspek afektif, efektivitas media komunikasi sistem diseminasi PMB PTN termasuk dalam kategori tinggi sebesar 86 persen. Pada aspek konatif, efektivitas media komunikasi diseminasi sistem PMB PTN termasuk dalam kategori tinggi sebesar 96 persen.
2. Semua variabel secara bersama-sama berpengaruh terhadap efektifitas media komunikasi baik aspek kognitif, afektif dan konatif. Namun jika secara parsial, variabel frekuensi penerimaan pesan signifikan pada aspek kognitif, afektif dan konatif, variabel usia signifikan pada aspek afektif dan konatif, serta variabel status pekerjaan signifikan pada aspek konatif.

Referensi

- Argenti, Paul A, Edisi *Kelima Komunikasi Korporat*. PT Salemba Humanika : Jakarta. 2010.
- Cangara, Hafied, *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Edisi Revisi). Jakarta: Rajawali Press 2014.
- Effendi, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti. 2007.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik* . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2007.
- Ruslan, Rosadi. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2003.
- Ruslan Rosady, S.H., M.M, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers. 2006.
- Sitorus. M, *Berkenalan dengan Sosiologi*, Jakarta: Erlangga. 2003.
- Soemirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2007.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta. 2008.

Tim Penyusun Kamus. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*. Jakarta: Balai Pustaka. 2005.

Jurnal

Bambang A.S., *Perbedaan Model dan Teori pada Ilmu Komunikasi*. Journal Humaniora Binus. 2014.

Fitriawan Helmy, Irsyad Muhamad, Septama, Hery Dian, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat : "Sosialisasi penerimaan Mahasiswa Baru Unila dalam Kondisi Pandemi Covid-19"*. Sakai Sambaian Unila. 2021.

Hamka, Sofyan Bachmid, *Jurnal Pola Sosialisasi Perguruan Tinggi dalam Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru pada IAIN Palu*. Jurnal Paedagogia IAIN Palu. 2019.

Trisnawati, Ari dan Syarah Maya May, *Jurnal Strategi Humas Politeknik Negeri Jakarta dalam Penerimaan Mahasiswa Baru*. Jurnal Komunikasi BSI. 2017.

Gill, Rob, *Journal Corporate Storytelling as an Effective Internal Public Relations Strategy*. Academic Journal Database. 2011.

Musyarrofah, Mifrohatul, *Jurnal Peran Humas dalam Pengembangan Pendidikan Tinggi*. Idaarah Jurnal Manajemen Pendidikan. 2018.

Website

Youthmanual: Angka Siswa yang Salah Pilih Jurusan Masih Tinggi. <http://www.skystarventures.com/youthmanual-angka-siswa-yang-salah-pilih-jurusan-masih-tinggi/> diakses 27 Februari 2019.

LTMPT. 2019. POB Penerimaan mahasiswa baru. tingkat nasional. <http://ltpmpt.ac.id>. Diakses 23 februari 2020.

LTMPT. Pola penerimaan SNMPTN. <http://snmptn.ac.id>. Diakses 3 Maret 2020.

LTMPT. Pola penerimaan SBMPTN. <http://sbmptn.ac.id>. Diakses 13 juli 2020.

BPPMB. Penerimaan mahasiswa Unila. <http://simanila.unila.ac.id>. diakses 10 maret 2020.

Peraturan Perundang-undangan

Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan No 6 Tahun 2020 tentang Penerimaan Mahasiswa Baru Program Sarjana pada Perguruan Tinggi Negeri.