

**AKTIVITAS TIM PROMOSI DAN MOTIVASI MAHASISWA
(Studi Korelasi Antara Aktivitas Tim Promosi dengan Motivasi Mahasiswa Memilih
Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Slamet Riyadi Surakarta)**

Oleh

Arya Dimar Putra Pujiyanto¹, Maya Sekar Wang², Dian Esti Nurati³

Abstract

The results showed a positive and significant relationship between activity promotion team with motivated students choose Communication Studies Program at the University of Slamet Riyadi Surakarta on a significant level of 5% or 95% confidence level and rejection limits $n-2$ (38) = 1.684. Where the results of system level Spearman correlation of 0.591, after being tested with a (t) test result is 4.515 greater than the value of his criticism is 1.684 or $4.515 > 1.684$, then the hypothesis "There is a correlation between activity promotion team with motivation choose a course of Communication Sciences at the University Students Slamet Riyadi Surakarta"unacceptable.

Keywords: *Activity Promotion Team, and Student Motivation Choosing Communication Studies Program*

Pendahuluan

Perguruan Tinggi merupakan tingkat pendidikan yang mendekati dunia kerja. Dalam Perguruan Tinggi, pendidikan yang ditempuh difokuskan pada satu bidang konsentrasi tujuan dan nantinya diharapkan dapat menjadi bekal dalam memasuki dunia kerja. Keinginan pelajar yang nantinya ingin memiliki karier yang baik dan berperan dalam ketatnya dunia persaingan, mendorong timbulnya begitu banyak Perguruan Tinggi terutama swasta yang menyebar di seluruh Indonesia. Perguruan Tinggi swasta ini nantinya akan menerima calon mahasiswa baru, baik yang secara langsung mendaftar maupun calon mahasiswa yang tidak lolos seleksi masuk Perguruan Tinggi Negeri. Hal ini menjadi peluang bagi Perguruan Tinggi Swasta, yang ingin memberikan layanan pendidikan kepada calon mahasiswa.

Banyaknya Perguruan Tinggi Swasta di berbagai kota saling berlomba-lomba untuk merebut minat calon mahasiswa yang akan mengenyam pendidikan di lembaga pendidikan tersebut. Seperti halnya Universitas Slamet Riyadi Surakarta (UNISRI) yang berada di

Kota Surakarta. Di Kota Surakarta, selain UNISRI juga banyak Perguruan Tinggi Swasta yang berdiri, antara lain: Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS), Universitas Tunas Pembangunan (UTP), Universitas Surakarta (UNSA), Universitas Islam Batik Surakarta (UNIBA), dan beberapa Perguruan Tinggi Swasta lain yang tumbuh di Surakarta. Mengingat banyaknya jumlah Perguruan Tinggi Swasta di Kota Surakarta, membuat persaingan antar Perguruan Tinggi Swasta semakin ketat. Calon mahasiswa bebas memilih Perguruan Tinggi Swasta mana yang mereka minati sebagai tempat untuk mengikuti perkuliahan.

Perguruan Tinggi Swasta di Kota Surakarta berusaha untuk bersaing dengan menarik minat mahasiswa mengenyam pendidikan di salah satu lembaga pendidikan tinggi swasta tersebut. Layaknya dalam teori pemasaran, agar dapat menarik minat mahasiswa tersebut, Perguruan Tinggi Swasta perlu mengetahui informasi mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen, dimana dalam konteks ini konsumen adalah mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Surakarta. Informasi itu dapat dijadikan dasar pijakan pengambilan keputusan yang berkualitas

¹ Penulis

² Pembimbing 1

³ Pembimbing 2

oleh berbagai Perguruan Tinggi Swasta di Kota Surakarta dalam merebut pangsa pasar. Salah satunya adalah Universitas Slamet Riyadi.

Memandang hal tersebut Universitas Slamet Riyadi Surakarta melalui tim promosinya melakukan berbagai aktivitas guna mempengaruhi calon mahasiswa baru agar memilih Universitas Slamet Riyadi Surakarta sebagai tempat kuliah. Aktivitas tim promosi yang dilakukan diantaranya mengkomunikasikan nama Universitas Slamet Riyadi beserta produk-produk yang dimilikinya melalui penyebaran brosur, papan reklame, melalui media elektronik maupun cetak, dan melalui *web* di Internet (www.unisri.ac.id/home).

Strategi komunikasi juga perlu dilakukan untuk mengkomunikasikan nama perguruan tinggi terhadap target sasaran eksternal, karena tujuan akhir dari aktivitas promosi adalah mempengaruhi calon mahasiswa dan orang tua dalam proses membuat keputusan memilih program studi di perguruan tinggi. Baik logo, nama, warna, desain, slogan, gedung atau fasilitas maupun media yang digunakan, perlu mendapat perhatian khusus.

Aktivitas mengkomunikasikan nama Universitas Slamet Riyadi (UNISRI) Surakarta merupakan salah satu strategi dalam meningkatkan daya saing dan reputasi perguruan tinggi. Dengan mengkomunikasikan nama UNISRI melalui aktivitas promosi, diharapkan nama UNISRI semakin dikenal oleh masyarakat dan kemudian akan memotivasi calon mahasiswa dalam memilih program studi di UNISRI.

UNISRI memiliki beberapa Fakultas, salah satunya adalah Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Fakultas ini, terdiri dari program studi Hubungan Internasional (HI), Administrasi Negara (AN), dan Ilmu Komunikasi. Dari berbagai program studi yang di promosikan oleh tim promosi Universitas Slamet Riyadi Surakarta tersebut, Program Studi Ilmu Komunikasi yang banyak diminati oleh mahasiswa, terbukti pada tahun ajaran baru tahun 2013/2014 yang masuk ke Program Studi Ilmu Komunikasi

sebanyak 51 orang. Sementara untuk angkatan tahun 2012 sebanyak 44 orang, mahasiswa angkatan tahun 2011 sebanyak 23 orang, dan mahasiswa angkatan 2010 sebanyak 15 orang. Lebih banyak dari program studi Administrasi Negara dan Hubungan Internasional.

Produk-produk Universitas Slamet Riyadi Surakarta yang dipromosikan oleh tim promosi, tidak lain adalah Fakultas, program studi, dan fasilitas yang menunjang pendidikan. Tim promosi juga menginformasikan kepada khalayak umum mengenai berbagai peluang kerja yang bisa dimasuki oleh lulusan dari berbagai Fakultas yang ada. Seperti halnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi. Fasilitas yang tersedia dalam Program Studi Ilmu Komunikasi, antara lain: Laboratorium Audio Visual, Laboratorium Komputer, Laboratorium Bahasa, Laboratorium Fotografi, TV kampus, ASTV, perpustakaan, Laboratorium Multimedia, dan wi-fi. Sementara peluang kerja yang bisa dilakukan lulusan dari Program Studi ini, antara lain: dapat bekerja sebagai wartawan, praktisi PR, penyiar, presenter, fotografer, *event organizer*, biro iklan, dan MC professional, dan lain-lain.

Banyaknya fasilitas yang mendukung kuliah dan peluang kerja yang bisa dipilih atau dikerjakan oleh mahasiswa lulusan program studi ilmu komunikasi dan dikemas dengan baik oleh tim promosi, merupakan salah satu strategi untuk memotivasi calon mahasiswa dalam memilih program studi ilmu komunikasi sebagai tempat kuliah. Misalnya ingin menjadi reporter, maka pendidikan yang dipilih tentunya yang akan menunjang pencapaian keinginan tersebut. Yang menjadi pendorong dalam hal tersebut adalah bermacam-macam faktor diantaranya faktor ingin sering masuk tv, mendapatkan penghasilan yang layak.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul : Aktivitas Tim Promosi dan Motivasi Mahasiswa (Studi Korelasi Antara Aktivitas Tim Promosi dengan Motivasi Mahasiswa Memilih Program

Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Slamet Riyadi Surakarta). Rumusan masalah penelitian ini adalah: apakah ada korelasi antara aktivitas tim promosi dengan motivasi mahasiswa memilih program studi ilmu komunikasi di Universitas Slamet Riyadi Surakarta?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui korelasi antara aktivitas tim promosi dengan motivasi mahasiswa memilih program studi ilmu komunikasi di Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian Eksplanatory (*Explanatory Research*), yaitu penelitian penjelasan hubungan antar variable. Dalam hal ini menyoroiti hubungan variabel aktivitas tim promosi dengan motivasi mahasiswa memilih program studi ilmu komunikasi.

Penelitian dilakukan di Universitas Slamet Riyadi Surakarta dengan alasan lokasi tersebut menarik untuk diteliti karena ada masalah yang berhubungan dengan tujuan penelitian.

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan kemudian ditarik kesimpulannya” (Sugiyono, 2008: 80). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan tahun 2010-2014 yang berjumlah 133 mahasiswa.

Suharsimi Arikunto, 2006: 107), menyatakan bahwa apabila subjek penelitian kurang dari 100 lebih baik diambil semua, jika jumlah populasinya lebih besar dapat diambil 10% - 25% atau lebih yang disesuaikan dengan kemampuan biaya, waktu dan tenaga peneliti. Sehubungan pengertian tersebut, maka sampel yang diambil sebesar 30% dari jumlah populasi (133 mahasiswa), atau 40 responden dengan teknik *simple random sampling* (acak), sehingga semua populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dijadikan responden.

Metode Pengumpulan Data: (1) Kuesioner, yaitu metode pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan /pernyataan yang sudah dilengkapi alternatif jawaban yang harus

dipilih oleh responden; (2) Dokumentasi, metode ini digunakan untuk mengumpulkan data sekunder. Dengan metode ini diharapkan dapat diperoleh data dari catatan-catatan, monografi, statistik, inventaris dan sebagainya.

Dalam penelitian ini data yang terkumpul akan dianalisis secara statistik dan memakai taraf signifikansi 5% atau taraf kepercayaan 95%. Sesuai dengan rumusan masalah yang dikemukakan, apakah ada korelasi antara aktivitas tim promosi dengan motivasi mahasiswa memilih program studi ilmu komunikasi di Universitas Slamet Riyadi Surakarta? Sehubungan penelitian ini untuk mengukur hubungan antara dua variabel yang keduanya mempunyai ukuran skala ordinal yang memungkinkan agar individu obyek yang diteliti dapat diberi jenjang (ranking) maka uji statistik yang digunakan adalah tehnik korelasi tata jenjang Spearman. Adapun rumusnya adalah sebagai berikut :

$$r_s = \frac{\sum x^2 + \sum y^2 - \sum d^2}{2\sqrt{\sum x^2 \cdot \sum y^2}}$$

Dimana :

$$\sum x^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum T_x$$

$$\sum y^2 = \frac{n^3 - n}{12} - \sum T_y$$

$$T_x = \frac{t_{x^3} - t_x}{12}$$

$$T_y = \frac{t_{y^3} - t_y}{12}$$

Hasil perhitungan tidak dapat langsung dikonsultasikan dengan tabel harga kritik dari Spearman, karena harga kritik dari Spearman hanya berlaku untuk batas maksimal sampel (n) sebesar 30. Maka untuk menentukan signifikansinya dipergunakan harga kritik (t) dengan rumus :

$$t = r_s \sqrt{\frac{n-2}{1-(r_s)^2}}$$

Selanjutnya hasil perhitungan tersebut (t) diklasifikasikan pada tabel harga-harga kritik distribusi t, pada sisi derajat kebebasan (df) = n -2, dengan kriteria

pengujian sampai dengan tingkat signifikansi 0,05 atau kepercayaan 95%.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Aktivitas tim promosi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi dalam mempromosikan Ilmu Komunikasi tergolong tinggi, seperti halnya sering mempromosikan melalui media cetak maupun media elektronik, yakni sebanyak 87,5% dari 40 responden atau 35 siswa. Sedangkan yang termasuk kategori sedang di sini dapat peneliti katakan bahwa responden merasa cukup senang atau cukup mengetahui terhadap promosi yang dilakukan oleh tim promosi, seperti halnya dalam menawarkan penghargaan, biaya kuliah, maupun status akreditasi, sehingga dari beberapa kuesioner yang peneliti ajukan pada responden hanya sebagian saja yang sesuai. Jawaban responden yang termasuk dalam kategori sedang tersebut sebanyak 3 responden atau 7,5%. Dan yang termasuk kategori rendah sebanyak 5% atau 2 responden, di sini responden hanya sekedar tahu atau mendengar adanya promosi dari tim promosi Program Studi Ilmu Komunikasi, seperti halnya jangkauan tempat kuliah, pematangan biaya atau beasiswa, kemudahan transportasi, maupun sarana hot spot.

Motivasi mahasiswa memilih program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Slamet Riyadi Surakarta tergolong tinggi, yaitu sebanyak 36 responden dari 40 responden atau 90%. Hal ini menunjukkan bahwa program studi ilmu komunikasi sesuai dengan cita-cita atau keinginannya dari dulu, peluang kerja lebih besar, sesuai keinginannya menjadi wartawan yang handal, dan sesuai keinginan menjadi reporter. Sementara motivasi mahasiswa dalam memilih program studi ilmu komunikasi di Universitas Slamet Riyadi Surakarta dalam kategori sedang, sebanyak 3 responden atau 7,5%. Hal ini ditunjukkan dalam hubungannya dengan bisa tidaknya pengetahuan yang diperoleh dari program studi ilmu komunikasi meningkatkan kemampuan skill yang dimiliki, kadang-kadang termotivasi dari banyaknya teman-teman yang memilih ilmu komunikasi, dan bisa tidaknya pengetahuan dari ilmu komunikasi meningkatkan karier kerja.

Demikian juga pada kategori rendah atau tidak termotivasi terdapat 1 responden atau 2,5%. Hal ini dapat ditunjukkan dari jawaban kuesioner mengenai kurangnya tenaga foto profesional di daerahnya, adanya anggota keluarga yang kuliah di tempat yang sama, dan memilih berdasarkan iklan.

Berdasarkan hasil analisis korelasi *product moment* tersebut di atas, diketahui nilai *pearson correlation* atau nilai *r* hitung sebesar 0,591. Dalam pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi diketahui interval koefisien sebagai berikut: (1) 0,00 – 0,199 sangat rendah; (2) 0,20 – 0,399 rendah; (3) 0,40 – 0,599 sedang; (4) 0,60 – 0,799 kuat; dan (5) 0,80 – 1,000 sangat kuat. Berdasarkan pedoman tersebut di atas, maka pengaruh nilai koefisien korelasi 0,591 masuk dalam kategori sedang. Hal ini berarti aktivitas tim promosi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Slamet Riyadi Surakarta mempunyai hubungan yang cukup erat dengan motivasi mahasiswa memilih Program Studi Ilmu Komunikasi.

Hasil perhitungan diperoleh nilai $r_s = 0,591$, belum dikonsultasikan dengan nilai kritik Spearman, karena sampel dari penelitian ini lebih dari 30 responden, yakni 40 responden. Sedangkan nilai kritik dari Spearman hanya berlaku untuk sampel yang berjumlah 30 saja, maka untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara kedua variabel di atas, harus digunakan satu rumus lagi yang nantinya akan dikonsultasikan dengan nilai kritik dari *student* (*t*). Rumus :

$$t = r_s \sqrt{\frac{n-2}{1-(r_s)^2}}$$

$$t = 0,591 \sqrt{\frac{40-2}{1-(0,591)^2}}$$

$$t = 0,591 \sqrt{\frac{38}{1-0,349}}$$

$$t = 0,591 \sqrt{\frac{38}{0,651}}$$

$$t = 0,591 \sqrt{58,372}$$

$$= 0,591 \cdot 7,640$$

$$= 4,515$$

Setelah hasil t diperoleh sebesar 4,515 kemudian nilai tersebut dicocokkan dengan nilai kritik dari student dengan memperhatikan derajat kebebasan (db) dan interval kepercayaan 95%, serta batas penolakan 1,684. Oleh karena hasil t hitung sebesar 4,515 lebih besar dari nilai kritiknya yaitu 1,684 atau $4,515 > 1,684$, maka hipotesis yang berbunyi : “Ada korelasi antara aktivitas tim promosi dengan motivasi memilih program studi Ilmu Komunikasi pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta” dapat diterima.

Aktivitas tim promosi program studi ilmu komunikasi yang telah dilakukan berhubungan dengan motivasi mahasiswa memilih program studi ilmu komunikasi di Universitas Slamet Riyadi Surakarta, dan hubungan tersebut adalah hubungan yang positif yang menimbulkan mahasiswa memilih program studi ilmu komunikasi di Universitas Slamet Riyadi Surakarta sebagai tempat kuliah. Dengan melihat hasil penelitian yang telah dilakukan pada mahasiswa program studi ilmu komunikasi di Universitas Slamet Riyadi Surakarta dapat dikatakan baik, sebab hasil yang diperoleh sudah menunjukkan ada hubungan yang signifikan ($p\text{-value } 0,000 < 0,05$) antara aktivitas tim promosi dengan motivasi mahasiswa memilih program studi ilmu komunikasi.

Penutup

Berdasarkan hasil analisis pervariabel dan analisis hubungan variabel yang penulis kemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara aktivitas tim promosi dengan motivasi mahasiswa memilih Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Slamet Riyadi Surakarta pada taraf signifikan 5% atau taraf kepercayaan 95% serta batas penolakan $n-2 (38) = 1,684$. Di mana hasil koefisien korelasi

product moment sebesar 0,591, setelah diuji dengan (t) test hasilnya 4,515 lebih besar dari nilai kritiknya yaitu 1,684 atau $4,515 > 1,684$.

Atas dasar pembuktian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang penulis ajukan yaitu : “Ada korelasi antara aktivitas tim promosi dengan motivasi memilih program studi Ilmu Komunikasi pada Mahasiswa Universitas Slamet Riyadi Surakarta” dapat diterima.

Daftar Pustaka

- Alma, Buchari. 2007, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2004. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Revisi. Jakarta: Lembaga Penerbit FE UI,
- Dalyono. 2010. *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Djarwanto Ps dan Pangestu Subagyo, 2005, *Statistik Induktif*, Edisi 5, Yogyakarta: BPFE UGM.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendi, Sofian. 2013. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Phillip, 2000, *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Benyamin Molan, Edisi Kesebelas, Jakarta: Indeks.
- Sugiyono, 2008, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.