

MODEL SOSIALISASI IAIN BENGKULU

Japaruddin

Fakultas Ushuluddi, Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu

Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Kota Bengkulu

Abstrak

Meskipun telah banyak dilakukan penelitian tentang dinamika kehidupan kampus IAIN Bengkulu, dengan tema yang beragam; tentang mahasiswa, dosen dan karyawan, namun penelitian ini berfokus pada usaha mencari satu model dan alur kegiatan sosialisasi yang dapat dilakukan oleh IAIN Bengkulu. Menggunakan paradigma penelitian deskriptif kualitatif, sosialisasi dapat dilakukan dengan lebih dahulu menentukan strategi komunikasi. Tenaga utama (penyampai pesan) sosialisasi adalah mahasiswa IAIN Bengkulu, sasaran utama sosialisasi adalah siswa SMA/MA kelas XII, sedangkan media yang dominan banyak diakses oleh calon siswa adalah internet. Umumnya calon mahasiswa (siswa SMA kelas XII), memilih kuliah di IAIN Bengkulu dikarenakan keinginan sendiri, biaya (SPP) yang murah dan terjangkau, dan sebagian lagi dikarenakan mengikuti saran orang tua, teman, maupun saran dari alumni IAIN Bengkulu. Adapun ketika memilih jurusan/program studi, maka penimbang penentu memilih jurusan/prodi adalah saran orang tua, saran dari kerabat/saudara/teman maupun kakak tingkat/senior yang sudah kuliah di IAIN Bengkulu.

Kata kunci: *Strategi Komunikasi, Mahasiswa, Keputusan Kuliah*

LATAR BELAKANG

Seiring dengan kemajuan zaman dan perkembangan ilmu pengetahuan, keberadaan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu, merupakan aset bagi masyarakat dan pemerintah dalam mencetak kader pengemban amanah eksistensi Islam khususnya di Bengkulu. Untuk generasi muda yang berkeinginan mempelajari ilmu agama Islam di IAIN Bengkulu saat ini tersedia 20 Program Studi (Prodi), yang tersebar di tiga fakultas. Mengacu pada data bagian akademik IAIN Bengkulu pada tahun akademik 2013/2014 tercatat sebanyak 1723 orang mahasiswa baru, tahun akademik 2014/2015 jumlah mahasiswa baru IAIN Bengkulu tercatat sebanyak 1702 orang, dan Tahun Akademik 2015/2016 sebanyak 1686 orang mahasiswa (Data AAK IAIN Bengkulu). Berbagai upaya institusi dilakukan IAIN Bengkulu untuk memperkenalkan IAIN Bengkulu ke masyarakat, khusus kepada calon mahasiswa dilakukan kegiatan sosialisasi yang dilakukan setiap tahun. Berikut data perbandingan jumlah mahasiswa:

NO	PROGRAM STUDI	JUMLAH MAHASISWA		
		2014/2015	2015/2016	2015/2016
1	Hukum Tata Negara	49	64	66
2	Zakat dan Wakaf	20	24	19
3	Mu'amalah	70	73	53
3	Ahwalul Syakhsyah	57	61	44
4	Perbankan Syariah	243	267	269
5	Ekonomi Islam	247	242	229
6	PGMI	225	243	252
7	PGRA	30	92	66
8	Tadris Bahasa Inggris	145	123	149
9	Pendidikan Agama Islam	309	253	261
10	Tadris Bahasa Arab	43	34	31
11	Ilmu Hadis	-	2	3
12	Filsafat Agama	-	5	5
13	Akhlak Tasawuf	9	12	6
14	Manajemen Dakwah	37	19	38
15	Bahasa dan Sastra Arab	7	7	13
16	Sej. Kebudayaan Islam	32	35	33
17	Komunikasi Penyiaran Islam	43	37	44
18	Bimbingan Konseling Islam	156	95	85
19	Ilmu Alquran dan Tafsir	10	14	20
	Jumlah	1723	1702	1686

Fenomena yang menarik adalah dari 20 program studi yang ada, ditemukan sebaran mahasiswa yang “tidak seimbang”. Program studi Pendidikan Agama Islam (PAI), Pendidikan Guru Madrasah Ibtidiyah (PGMI), Ekonomi Islam (Eki), Perbankan Syariah, dan Bimbingan Konseling Islam, merupakan program studi dengan jumlah mahasiswanya lebih banyak dari program studi lainnya (prodi KPI, SKI, BSA, AHS, Filsafat Agama, Ilmu Alquran dan Tafsir, dll).

Kesenjangan jumlah mahasiswa tersebut membawa pada pemikiran mengapa hal tersebut terjadi? Dalam kegiatan sosialisasi semua program studi disosialisasikan, namun keputusan calon mahasiswa memilih prodi mempunyai kecenderungan memilih Prodi yang dominan seperti tersebut di atas (PAI, EKIS, PGMI, dll).

Beberapa kasus pengalaman penulis dan rekan-rekan yang menguji seleksi masuk calon mahasiswa, dan pengalaman penulis selama mengikuti kegiatan sosialisasi, ditemukan ada calon mahasiswa yang memilih jurusan dan prodi hanya karena temannya telah ada di prodi yang dipilih, stigma peluang kerja lebih besar setelah menjadi alumni, bahkan ada juga yang memilih prodi karena orangtuanya tidak mau membiayai kuliah jika calon mahasiswa yang bersangkutan memilih prodi di luar pilihan/arahan orangtuanya – padahal calon mahasiswa tersebut tidak berminat pada prodi pilihan orangtuanya – bahkan ada juga calon mahasiswa yang bingung atau

belum tahu mau memilih prodi apa, sehingga pertimbangan dari dosen/panitia ujian masuk menjadi penimbang pengambilan keputusan memilih prodi yang akan dipilih.

Beberapa tahun terakhir ini, dalam aktivitas sosialisasi ke sekolah-sekolah menengah atas, yang selama ini dilakukan IAIN Bengkulu adalah melakukan jalur sosialisasi konvensional dengan melakukan tatap muka (audiensi) dengan pihak sekolah dan siswa kelas tiga, lalu memberikan brosur/leaflet dan atribut lainnya, metode lain dilakukan juga dengan pengumuman di surat kabar, kerjasama dengan berbagai pihak, melakukan kegiatan seperti event olahraga, perkemahan pramuka, dan lain sebagainya. Selain itu, tidak dapat dipungkiri bahwa dari semua aktifitas sosialisasi yang telah dilakukan belum pernah dilakukan evaluasi kegiatan, sehingga tidak diketahui berapa banyak mahasiswa yang masuk IAIN Bengkulu dikarenakan terpapar oleh informasi melalui kegiatan sosialisasi.

MASALAH PENELITIAN

Masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah sosialisasi penerimaan mahasiswa baru yang rutin dilakukan oleh IAIN Bengkulu. Masalah pokok dalam penelitian ini adalah; bagaimanakah model sosialisasi penerimaan mahasiswa baru yang dapat dilakukan oleh IAIN Bengkulu? Untuk menjawab masalah pokok tersebut maka masalah penelitian diidentifikasi dalam pertanyaan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Siapa sumber pesan utama dan dominan yang dapat mempengaruhi calon mahasiswa untuk memutuskan kuliah di IAIN Bengkulu?
2. Media apa sajakah yang tepat dan dapat digunakan untuk sosialisasi penerimaan mahasiswa baru IAIN Bengkulu?
3. Mengapa mahasiswa memilih kuliah di IAIN Bengkulu dan memilih jurusan/prodi yang sedang ditempuhnya?
4. Siapa sajakah yang dapat menjadi penimbang mengambil keputusan calon mahasiswa memilih jurusan/prodi yang ada di IAIN Bengkulu?

Model sosialisasi yang dimaksud dalam penelitian ini terbatas pada upaya membuat satu contoh/ragam, ataupun acuan yang dapat digunakan dalam kegiatan sosialisasi, utamanya sosialisasi penerimaan mahasiswa baru, dan khususnya dalam sosialisasi jurusan/program studi yang ada di IAIN Bengkulu yang belum tersosialisasi. Demikian juga dengan minat, media, dan sumber pesan yang diteliti terbatas pada perihal yang berhubungan dengan minat masuk IAIN Bengkulu, media dan sumber

pesan yang dapat digunakan untuk menarik minat tersebut.

PENELITIAN TERDAHULU

Beberapa karya penelitian yang telah dilakukan terkait dengan nuansa kehidupan dan aktifitas kampus IAIN Bengkulu, meskipun demikian tidak semua hasil penelitian penulis kemukakan dalam bagian ini, dengan mempertimbangkan kebaruan hasil penelitian, maka penulis menukil beberapa hasil penelitian sebagaimana dideskripsikan di bawah ini.

Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Gita Silpiana dengan judul *Permasalahan mahasiswa Fakultas UAD serta Implikasinya terhadap Bimbingan Konseling*. Penelitian ini menyebutkan masalah yang dihadapi oleh mahasiswa jurusan Bimbingan Konseling Islam (BKI) adalah bidang pendidikan dan pembelajaran, hal ini disebabkan oleh gangguan banyaknya pikiran mahasiswa yang membawa pada kurang konsentrasi dalam kegiatan pembelajaran. Sedangkan masalah yang sedikit dihadapi oleh mahasiswa adalah masalah waktu senggang. Adapun layanan yang dibutuhkan mahasiswa BKI adalah Layanan Orientasi (LO), Layanan Informasi (LI), Konseling perorangan (KP), Bimbingan Kelompok (BKp), Konseling Kelompok (KKp), Layanan Penempatan dan Penyaluran (PPp), Layanan Penguasaan Konten (LPk), dan Layanan Konsultasi (LK) (Silpiana, Skripsi, 2015: 89).

Penelitian lainnya yakni yang dilakukan oleh Diana Lestari (2015:101), mahasiswa jurusan bimbingan Konseling (BKI) dengan judul; *Peran Penasehat Akademik dalam Meningkatkan Keberhasilan Studi Mahasiswa Jurusan Dakwah IAIN Bengkulu*. Menggunakan paradigma deskriptif kualitatif, hasil penelitian ini menyebutkan, proses bimbingan yang diberikan penasehat akademik kepada mahasiswa yaitu bimbingan akademik dan non akademik. Arah dan pengesahan KRS kepada mahasiswa, tentang menyusun program perkuliahan, memilih mata kuliah untuk semester yang akan ditempuh sesuai SKS yang diperoleh. Sedangkan motivasi yang diberikan kepada mahasiswa yang memiliki prestasi tinggi agar tetap mempertahankannya, bagi mahasiswa yang bprestasinya sedang dan rendah agar dapat meningkatkan prestasinya. Dan paling penting agar mahasiswa menanamkan motivasi intrinsik (semangat dalam diri mahasiswa).

Lebih lanjut Diana lestari mengemukakan, faktor pendukung dalam mencapai keberhasilan mahasiswa adalah motivasi belajar (dari dalam diri maupun dari luar) yang baik fasilitas dan dukungan keluarga. Faktor yang menghambat adalah motivasi yang kurang, kesulitan ekonomi/biaya kuliah,

kebiasaan belajar yang salah, kesulitan mengatur waktu kuliah dengan waktu kegiatan kemahasiswaan, dan kurang maksimalnya pelayanan yang diberikan perguruan tinggi kepada mahasiswa.

Parmi Nurdin, dkk (Jurnal Manhaj Vol. 2 No. 3, September-Desember 2014: 283), dengan judul *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa untuk Kuliah di IAIN Bengkulu*, menunjukkan mahasiswa IAIN Bengkulu yang terdaftar pada tahun akademik 2012 -2013 pada 13 program studi dipengaruhi oleh harga dan promosi dalam mempengaruhi keputusan mahasiswa untuk kuliah di IAIN Bengkulu yaitu sebesar 15,9%.

Adapun Rohimin, dkk (Laporan Penelitian, 2014: 56) menunjukkan bahwa partisipasi alumni IAIN Bengkulu menurut perspektif pengguna lulusan yang bekerja pada lembaga pengguna dan calon pengguna lulusan di Propinsi Bengkulu, adalah baik dan memuaskan, namun dalam berpartisipasi tersebut belum mampu memanfaatkan teknologi informasi secara baik. Sedangkan harapan pengguna dan calon pengguna lulusan terhadap partisipasi alumni IAIN Bengkulu di masa akan datang di antaranya adalah; alumni yang siap bekerja dan mengabdikan di masyarakat, terampil dibidangnya, memiliki jiwa wirausaha, dan mampu menguasai ilmu agama dan ilmu umum secara seimbang (menjadi motivator dalam iman dan taqwa dan ilmu pengetahuan dan teknologi). Tantangan yang akan dihadapi oleh alumni IAIN Bengkulu untuk berpartisipasi di lembaga pengguna dan calon pengguna dimasa akan datang menurut pengguna lulusan adalah terbatasnya lapangan kerja, persaingan dalam wirausaha, dan harus siap menciptakan lapangan kerja dan mampu menguasai teknologi informasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Parmi Nurdin dkk, hanya berfokus pada promosi dan harga, dengan kata lain penelitian tersebut hanya mengkaji bagian “hilir” dari proses rekrutmen mahasiswa baru masuk IAIN Bengkulu, bukan dan tidak mengkaji “hulu” (proses sosialisasi) dari rekrutmen mahasiswa baru. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh rohimin dkk, dengan jelas dapat dibaca berfokus pada alumni dan respon lembaga pengguna.

Siapa yang dapat menjadi penimbang (mempengaruhi) pengambilan keputusan calon mahasiswa dalam memilih jurusan dan program studi, mengapa prodi tersebut dipilih oleh calon mahasiswa, siapa yang dominan menjadi sumber pesan dari calon mahasiswa dalam memilih kuliah di IAIN Bengkulu dan memilih program studi? Beberapa poin tersebut merupakan perbedaan kajian yang akan dilaksanakan dengan penelitian yang dilakukan oleh Parmi Nurdin dkk.

SIGNIFIKANSI PENELITIAN

Sebagai upaya untuk merajut sebuah model sosialisasi guna menyeimbangkan dan mengurangi kesenjangan sebaran mahasiswa di setiap fakultas. Dengan adanya keseimbangan sebaran mahasiswa tersebut maka eksistensi prodi langka peminat seperti; Prodi IQT, Filsafat Agama, Ilmu Hadis, BSA, SKI, AHS, MUA, yang sejatinya prodi langka peminat tersebut merupakan ciri khas sebuah Perguruan Tinggi Keagamaan Islam (PTKI). Menurut penulis, jika prodi langka peminat tidak diberikan perhatian serius dan khusus, – jika prodi umum lebih banyak diminati – maka tidak mustahil suatu saat PTKI dalam hal ini IAIN Bengkulu akan kehilangan roh ilmu-ilmu keislaman sebagai ciri khas PTKI.

Untuk itu maka diperlukan kajian yang dapat menjawab masalah penelitian, sehingga akan ditemukan satu model sosialisasi yang tepat dan memadai. Dengan kata lain, diketahuinya alasan/argumentasi mahasiswa memilih prodi yang dipilihnya, dan mengetahui siapa sumber pesan utama/dominan yang dapat menjadi penimbang pengambilan keputusan untuk kuliah di IAIN dan dalam memilih prodi, maka hasil penelitian ini dapat menjadi satu rujukan yang dapat digunakan dalam pelaksanaan sosialisasi penerimaan mahasiswa baru IAIN Bengkulu.

KERANGKA TEORI

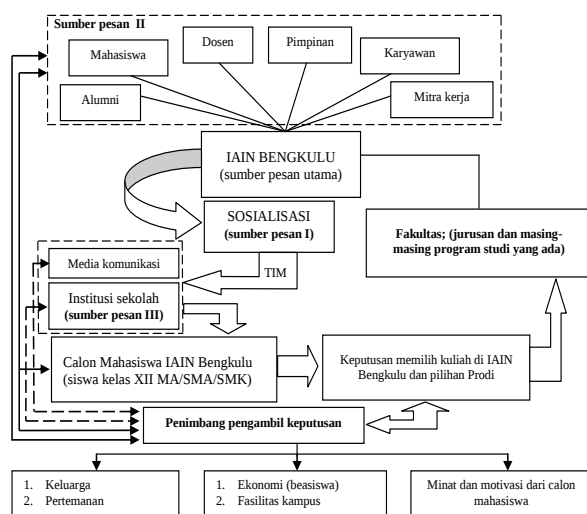
Ada dua kerangka teori yang akan digunakan dalam penelitian ini, yakni teori yang berhubungan dengan masalah pertama dan masalah kedua dalam penelitian. Untuk masalah pertama, diasumsikan berhubungan dengan motivasi memilih jurusan dan prodi, maka akan digunakan kerangka teori yang berhubungan dengan motivasi. Sedangkan masalah kedua berhubungan dengan komunikasi – khususnya terkait dengan pesan, media, dan sumber – maka akan digunakan teori komunikasi yang berhubungan dengan hal tersebut.

Motivasi dapat dipahami sebagai dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dan tujuan tertentu. Selain itu, dapat juga dipahami sebagai usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau sekelompok orang bergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan (Kamus Besar Bahasa Indonesia, Balai Pustaka, 1995: 94). Beberapa teori tentang motivasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teori kebutuhan Maslow, teori *Homeostatis* (keseimbangan), teori insting, teori psikoanalitik, dan berbagai macam bentuk tingkah laku, utama teori tentang motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Sedangkan teori tentang komunikasi akan digunakan berhubungan dengan

teori tentang berbagai macam media komunikasi, persepsi terhadap pesan dan berbagai sumber (komunikator) dalam aktifitas komunikasi. Utamanya dari poin komunikasi yang akan dijadikan kerangka acuan adalah komunikator, pesan, media, komunikan. Dengan kata lain penelitian ini akan mencari dan menemukan siapa komunikator dan komunikan, apa pesan dan media yang tepat dalam kegiatan sosialisasi IAIN Bengkulu. Kerangka teori yang utuh dapat dibaca pada bab dua laporan penelitian ini.

KERANGKA PEMIKIRAN

Mencermati beberapa aktifitas sosialisasi IAIN Bengkulu yang telah dilakukan, hasil “berkontemplasi” ditemukan ada tiga sumber pesan dan beberapa media sosialisasi (sebagaimana dibuat dalam bagan) yang terkait dengan kegiatan sosialisasi, demikian juga dengan mencermati sebaran jumlah mahasiswa masing-masing prodi yang dipaparkan di atas. Kerangka pikir peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



METODE PENELITIAN

Mengikuti fokus kajian yang akan diteliti, yakni analisis jaringan komunikasi, maka penelitian ini akan dilakukan menggunakan pendekatan ilmu komunikasi, dengan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian ini akan dilakukan di IAIN Bengkulu. Populasi penelitian adalah mahasiswa BARU yang masuk pada tahun akademik 2015/2016 yaitu sebanyak 1686 orang. Untuk besaran jumlah sampel penelitian yang akan diambil, penulis mengikuti Suharsini Arikunto (1993: 107), yakni dengan mengambil sampel sebesar 15% (253 orang mahasiswa).

Mengingat sebaran mahasiswa baru jumlahnya tidak seimbang dan guna memenuhi unsur keterwakilan, maka diupayakan setiap program studi

ada yang diambil sebagai sampel, dan untuk program studi yang mahasiswanya kurang dari 10 orang mahasiswa, maka diambil semua sebagai sampel. Dengan kata lain, jumlah sebaran sampel tidak mengacu pada jumlah populasi disetiap program studi, namun diambil dari keseluruhan populasi mahasiswa baru IAIN Bengkulu Tahun Akademik 2015/2016.

Angket digunakan sebagai instrumen utama pengumpul data penelitian, dan menyesuaikan dengan kebutuhan maka studi dokumentasi dan wawancara juga tetap akan dilakukan. Angket diberikan kepada mahasiswa baru Tahun Akademik 2015/2016, wawancara akan dilakukan pada dosen dan karyawan IAIN Bengkulu yang pernah melakukan kegiatan sosialisasi, wawancara kepada mahasiswa baru TA. 205/206 tetap dilakukan jika diperlukan sebagai pendukung data angket. Studi dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data mahasiswa dan informasi yang dibutuhkan di lokasi penelitian (kampus IAIN Bengkulu), di antaranya di bagian AAK dan data informasi. Setelah data lapangan dikumpulkan, analisis data dilakukan dengan dua model, *pertama*: membuat tabulasi hasil jawaban angket dan dialnjutka ke tahap *Kedua*: analisis menggunakan persentase (Sudjiono, 2001:40). Setelah langkah analisis dilakukan, selanjutnya dilakukan reduksi dan interpretasi, pembahasan dan diakhiri dengan deskripsi temuan penelitian.

TEMUAN PENELITIAN

Peneliti telah menyebarkan angket penelitian kepada 253 orang responden yang diambil 15% dari 1686 orang mahasiswa baru yang masuk IAIN Bengkulu pada Tahun Akademik 2015/2016 yang menjadi objek penelitian. Sebanyak 36 item pertanyaan yang diajukan pada responden penelitian, maka di ketahui hasil jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 1.

Rekapitulasi hasil jawaban angket responden

Nomor soal	Frekwensi jawaban [N=253] dan persentase			
	YA	%	TIDAK	%
1	142	57	111	44
2	20	8	233	92
3	88	35	165	65
4	178	70	75	30
5	64	25	189	75
6	33	13	220	87
7	120	47	133	53
8	106	42	147	58

9	162	64	91	36
10	52	21	201	79
11	47	19	206	81
12	57	23	196	77
13	81	32	172	68
14	64	25	189	75
15	75	30	178	70
16	161	64	92	36
17	136	54	117	46
18	30	12	223	88
19	91	36	162	64
20	62	25	191	75
21	209	83	44	17
22	107	42	146	58
23	8	3	245	97
24	21	8	232	92
25	23	9	230	91
26	11	4	242	96
27	121	48	132	52
28	110	43	143	57
29	33	13	220	87
30	13	5	240	95
31	148	58	105	42
32	32	13	221	87
33	42	17	211	83
34	65	26	188	74
35	124	49	129	51
36	108	43	145	57

Sumber: diolah dari hasil angket

Setelah hasil jawaban responden ditabulasi dalam rekapan di atas, maka selanjutnya temuan penelitian dideskripsikan dalam paparan yang disusun berdasarkan tema dan fokus kajian penelitian, sebagaimana dideskripsikan dalam paparan di bawah ini.

Guna mengetahui sumber pesan, media, dan faktor penentu mana yang dominan dapat dijadikan sebagai objek sosialisasi, maka hasil tabulasi jawaban responden pada tabel 1, disusun dalam urutan angka yang paling besar persentasenya, yakni sebagai berikut:

Tabel 2.

Rekap hasil angket sesuai tema mengacu pada jumlah jawaban responden diurutkan mulai dari hasil persentase yang tertinggi

1. Keputusan memilih kuliah di IAIN Bengkulu	
1. Keinginan sendiri 2. Biaya (SPP) yang murah dan terjangkau 3. Minat pada bidang ilmu yang ada di IAIN Bengkulu 4. Saran dari keluarga 5. Ada beasiswa di IAIN Bengkulu 6. Saran dari alumni IAIN Bengkulu 7. Saran guru di sekolah 8. Saran dari pegawai/dosen IAIN Bengkulu 9. Karena fasilitas kampus 10. Karena ikut teman	
2. Penimbang pengambil keputusan dalam memilih jurusan/program studi di IAIN Bengkulu	
1. Saran dari orang tua 2. Karena sudah ada saudara/kerabat yang kuliah di IAIN Bengkulu 3. Karena ada kakak tingkat/senior di SMA dulu yang sudah kuliah di IAIN Bengkulu 4. Membaca brosur masuk IAIN Bengkulu 5. Saran guru di sekolah 6. Saran/ikut teman di sekolah	
3. Ketersediaan (ada dan tidak ada) atribut sosialisasi IAIN Bengkulu di sekolah SMA	
1. Brosur masuk IAIN Bengkulu 2. Formulir masuk IAIN Bengkulu 3. Tidak ada atribut sama sekali 4. Ada/terdapat spanduk	
4. Informasi umum tentang IAIN Bengkulu; apa itu IAIN Bengkulu, dimana IAIN Bengkulu, IAIN Bengkulu itu negeri apa swasta, dll.	
Komunikator	Media yang digunakan
1. Melalui teman 2. Alumni IAIN Bengkulu 3. Guru di sekolah 4. Dosen IAIN Bengkulu 5. Pegawai/karyawan IAIN Bkl	1. Internet 2. Brosur masuk 3. Surat kabar (koran)
5. Informasi khusus tentang IAIN Bengkulu; tentang jurusan/program studi, waktu pendaftaran, proyeksi lulusan bekerja dimana, dll.	
1. Teman yang sudah kuliah di IAIN Bengkulu 2. Dosen IAIN Bengkulu 3. Alumni IAIN Bengkulu 4. Pegawai / karyawan Institut Agama Islam Negeri Bengkulu 5. Guru di sekolah 6. Teman di sekolah	1. Internet 2. Brosur masuk IAIN Bengkulu

Mengacu pada tabel 2 di atas, maka secara berurutan diketahui bahwa keputusan calon mahasiswa untuk memilih kuliah di IAIN Bengkulu adalah dikarenakan keinginan sendiri, biaya (SPP) yang murah dan terjangkau, karena minat pada bidang ilmu yang ada di IAIN Bengkulu, saran dari keluarga, ketersediaan beasiswa, saran/atas anjuran alumni IAIN Bengkulu, saran guru di sekolah, saran dari pegawai/dosen IAIN Bengkulu, karena fasilitas kampus, dan sebagian dikarenakan ikut teman.

Setelah memutuskan untuk kuliah di IAIN Bengkulu, untuk memantapkan pilihan jurusan/prodi apa yang akan diambil maka calon mahasiswa berkonsultasi – penulis menyebutnya penimbang pengambil keputusan – pada beberapa unsur, di antaranya kepada orangtua, saudara/kerabat yang sudah kuliah di IAIN Bengkulu, kepada kakak tingkat/seniornya di SMA yang sudah kuliah di IAIN Bengkulu, membaca brosur masuk, meminta saran guru di sekolah, dan mengikuti saran teman.

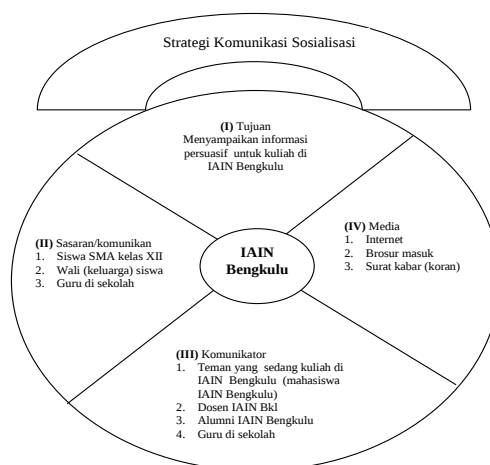
Guna mengevaluasi kegiatan sosialisasi yang telah dilakukan, untuk mengetahui ketersediaan (ada atau tidak ada) atribut sosialisasi IAIN Bengkulu di sekolah yang dituju, peneliti menanyakan hal tersebut, dan diketahui bahwa umumnya atribut brosur masuk dan formulir ada di sekolah, namun untuk atribut dalam bentuk spanduk/baliho dan sejenisnya masih kurang. Meskipun demikian masih terdapat sekolah yang tidak ada atribut sosialisasi, ini kemungkinan jawaban dari mahasiswa yang tidak menjadi target sosialisasi, umpamanya mahasiswa yang berasal dari sekolah yang jauh/di luar propinsi Bengkulu.

Merujuk pada unsur komunikasi – komunikator/pembicara, pesan, media komunikasi, komunikan – dan mengacu pada hasil temuan penelitian dapat dikemukakan dalam kegiatan sosialisasi penerimaan mahasiswa baru IAIN Bengkulu untuk komunikator/penyampai pesan dilakukan oleh teman di sekolah, alumni IAIN Bengkulu, guru di sekolah, dosen dan alumni IAIN Bengkulu, pegawai/karyawan IAIN Bengkulu (untuk kategori informasi/pesan umum), dan mahasiswa IAIN Bengkulu, dosen dan alumni IAIN Bengkulu, pegawai/karyawan IAIN Bengkulu, guru di sekolah, dan alumni IAIN Bengkulu (untuk informasi/pesan khusus). Sedangkan unsur kepada siapa pesan disampaikan (komunikan) adalah calon mahasiswa (siswa kelas XII) di SMA, orangtua siswa, guru di sekolah.

Sedangkan pesan yang disampaikan dalam kegiatan sosialisasi penerimaan mahasiswa baru untuk kategori informasi/pesan umum adalah; apa itu IAIN Bengkulu, dimana IAIN Bengkulu, IAIN Bengkulu itu negeri atau swasta, dan lain sebagainya. sedangkan informasi/pesan khusus seputar

jurusan/program studi, prospek lulusan, waktu dan syarat pendaftaran, keberadaan beasiswa studi, fasilitas kampus, biaya (SPP) yang murah dan terjangkau, dan lain sebagainya. Adapun media yang dapat digunakan adalah internet, brosur masuk IAIN Bengkulu, dan surat kabar (koran).

Mengacu pada data dan fakta temuan penelitian tersebut di atas, dan membaca beberapa kerangka teori dalam bab dua, dan untuk menemukan/membuat satu model sosialisasi, maka dapat dibuat terlebih dahulu strategi komunikasi sebagai berikut:



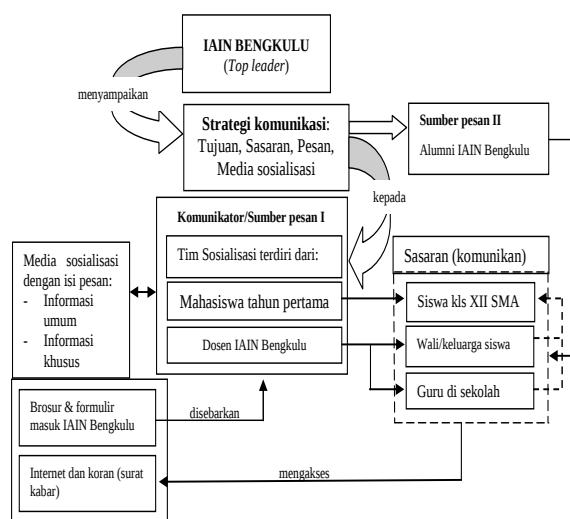
Gambar 1.

Rancangan strategi komunikasi kegiatan sosialisasi

Tim sosialisasi yang dibentuk dari gabungan unsur mahasiswa dan dosen. Mahasiswa langsung berkomunikasi dengan siswa calon mahasiswa, dosen berperan sebagai koordinator tim. Guna memenuhi unsur daya tarik dan kredibilitas sumber pesan (komunikator), maka mahasiswa yang berkomunikasi langsung dengan siswa/calon mahasiswa diutamakan mahasiswa alumni dari sekolahnya masing-masing.

Akan berbeda jika yang berkomunikasi langsung dengan siswa kelas XII di satu sekolah adalah kakak tingkatnya/senior mereka di sekolah yang sama, daya tarik akan muncul membawa pada rasa percaya diri untuk kuliah di IAIN Bengkulu. Sedangkan unsur kredibilitas tidak akan dominan diperhatikan kalau komunikatornya adalah mahasiswa, namun jika yang berbicara adalah dosen dan atau alumni IAIN Bengkulu, atau guru di sekolah, maka unsur kredibilitas (penilaian yang membawa pada tingkat kepercayaan) pada apa yang dikatakan dan dilakukan akan lebih tinggi. Jika dibuat dalam perbandingan, sosialisasi ini tidak ubahnya seperti aktifitas promosi, siapa tokoh yang menjadi bintang iklan yang mempunyai masa/fans yang banyak dan fanatik, akan lebih cepat mempengaruhi konsumen mengkonsumsi produk yang diiklankan.

Berkenaan dengan kegiatan sosialisasi IAIN Bengkulu, merujuk pada data temuan/angket yang telah diolah, maka “bintang iklan” dalam kegiatan ini adalah mahasiswa IAIN Bengkulu, dosen dan alumni IAIN Bengkulu, dan guru di sekolah calon mahasiswa masing-masing. Selain menggunakan media berupa internet, brosur dan formulir masuk IAIN Bengkulu, komunikasi langsung dua arah dengan pesan yang “diiklankan” (dikomunikasikan) di antaranya adalah; profil jurusan dan prospek lulusan, biaya (SPP) yang murah dan terjangkau, dan keberadaan fasilitas kampus. Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan, maka model sosialisasi yang dapat dilakukan oleh IAIN Bengkulu adalah sebagai berikut:



KESIMPULAN

Model sosialisasi penerimaan mahasiswa baru IAIN Bengkulu dapat dilakukan dengan tahapan merancang terlebih dahulu strategi komunikasi yang dilakukan. Sumber pesan utama (tenaga pensosialisasinya) adalah mahasiswa IAIN Bengkulu yang masih duduk di tahun Akademik pertama (mahasiswa semester I/II). Selain itu, ini mengacu pada temuan penelitian maka:

Sumber pesan utama dalam sosialisasi adalah mahasiswa IAIN Bengkulu, sumber pesan kedua adalah dosen IAIN Bengkulu, dan sumber pesan ketiga adalah guru di sekolah dan alumni IAIN Bengkulu. Sedangkan media yang dominan dan utama yang dapat digunakan dalam kegiatan sosialisasi adalah internet. Selain internet, dapat juga digunakan media brosur/spanduk, dan surat kabar secara intensif.

Umumnya calon mahasiswa (siswa SMA kelas XII), memilih kuliah di IAIN Bengkulu dikarenakan

keinginan sendiri, biaya (SPP) yang murah dan terjangkau, dan sebagian lagi dikarenakan mengikuti saran orang tua, teman, maupun saran dari alumni IAIN Bengkulu. Adapun ketika memilih jurusan/program studi, maka penimbang penentu memilih jurusan/prodi adalah saran orang tua, saran dari kerabat/saudara/teman maupun kakak tingkat/senior yang sudah kuliah di IAIN Bengkulu.

Tim sosialisasi yang dibentuk terdiri dari mahasiswa dan dosen, mahasiswa – utamanya alumni dari sekolah SMAnyanya sendiri – langsung berinteraksi dengan siswa kelas XII. Dosen berinteraksi dengan dewan guru di sekolah. Selain itu dapat juga dilakukan dosen sebagai koordinator siswa yang dibagi dalam kelompok pensosialisasi sesuai dengan SMA yang dituju. Selain penting dirancang isi pesan sosialisasi yang seragam dengan menggunakan media yang tepat, komunikator (tenaga pensosialisasi) yang memiliki daya tarik dan kredibilitas yang tinggi, dalam menyampaikan pesan sosialisasi.

Keterlibatan alumni IAIN Bengkulu, dan mencoba untuk berinteraksi dengan guru di sekolah maupun orang tua calon mahasiswa dalam kegiatan sosialisasi dapat dilakukan. Mengingat ketiga unsur tersebut cukup kuat mempengaruhi calon mahasiswa untuk memilih kuliah di IAIN Bengkulu dan dalam menentukan jurusan/program studi yang akan dipilih.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsini, *Prosedur Pendekatan Penelitian Suatu pendekatan Praktek*, Jakarta: Renika Cipta, 1993.
- Jalaludin, *Psikologi Agama*, Jakarta: Rajawali Press, 1998.
- Lestari, Diana, *Peran Penasehat Akademik dalam Meningkatkan Keberhasilan Studi Mahasiswa Jurusan Dakwah IAIN Bengkulu*, skripsi pada jurusan Dakwah fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu, tidak diterbitkan, 2015.
- Mappiare, Andi, *Psikologi*, Surabaya: Usaha Nasional, 1993.
- Nurdin, Parmi dkk, “Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Mahasiswa untuk Kuliah di IAIN Bengkulu” dalam *Jurnal Manhaj Vol. 2 No. 3, September-Desember 2014*.
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Rajawali Pers, 2007.
- Rahmat, Jalaludin, *Psikologi Komunikasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.

Rohimin, dkk. *Partisipasi, Tantangan dan Respon Lembaga Pengguna Lulusan terhadap Alumni IAIN Bengkulu di Propinsi Bengkulu*. Laporan Penelitian pada LPPM IAIN Bengkulu.

Silpiana, Gita, *Permasalahan Mahasiswa FUAD serta Implikasinya terhadap Bimbingan Konseling*, skripsi pada jurusan Dakwah fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Bengkulu, tidak diterbitkan, 2015.

Sudjiono, Anas, *Pengantar Statistik pendidikan*, Jakarta; Rajawali Pers, 2001.