

# ***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](mailto:journal.albalagh@gmail.com), [journal.albalagh@iain-surakarta.ac.id](mailto: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 &amp; 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 &amp; 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 &amp; 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. Selibuhnya, 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 <sup>a</sup>	.121	.111	5.12677

a. Predictors: (Constant), Motif

**Tabel 6. Anova<sup>a</sup>**

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

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Motif

**Tabel 7. Coefficients<sup>a</sup>**

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 <sup>a</sup>	.151	.105	5.14439

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

**Tabel 10. Anova<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	434.629	5	86.926	3.285	.009 <sup>b</sup>
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<sup>a</sup>**

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>