

ARUS INFORMASI MENGENAI STAIN JEMBER DALAM MENARIK MINAT CALON MAHASISWA

Muhibbin

Jurusan Dakwah

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Jember

ABSTRACT

Although provided many programs associated to promote STAIN Jember, in fact, it did not increase significantly the annual enrollment of new students in it. It was presumed that STAIN Jember did not exploit mass media yet optimally in socialization process. The respondents' answers of questionnaires distributed in the three districts (Jember, Situbondo and and Banyuwangi), indicated that the candidates tended to use mass media in fulfilling the need of entertainment information, universities, politics, economics, culture, science and technology, and tourism. Besides, most of them also got an access of university information through television, radio, newspaper, magazine as well as internet. The socialization through the brochure of new students enrollment were not maximal; 63% of respondents revealed that they never got the brochures. Nevertheless, the respondents expect that the brochures could be received from schools, homes, and directly went to STAIN Jember.

Kata-kunci: volume, sumber-sumber, media, dan hambatan informasi.

Akses perguruan tinggi terhadap proses pengolahan dan penyampaian informasi menentukan keunggulan kompetitif dan komparatif di tengah persaingan dan pelaksanaan otonomi kampus. Menurut Daniel Bell (Sukatendal, 1993: 11), bahwa pusat transformasi pada masyarakat postindustri adalah informasi, dan sumber strategis adalah pengetahuan. Itulah sebabnya, peran informasi dan pengetahuan bagi STAIN Jember akan menjadi lebih strategis bagi pengembangannya ke depan.

Munculnya informasi tentang STAIN Jember bagi calon mahasiswa, tentu saja akan mempunyai banyak implikasi. Dari sudut kelembagaan, melimpahnya informasi tentang STAIN Jember akan membuka visi-visi baru, sehingga jati diri STAIN Jember semakin kosmopolit. Lembaga yang kosmopolit adalah lembaga yang

realitasnya tidak lagi dalam batas-batas lokal, tetapi regional dan nasional. Melimpahnya informasi yang diterima para calon mahasiswa akan semakin meningkatkan akurasi yang bisa memudahkan proses penentuan keputusan untuk memilih STAIN Jember.

Upaya memperkenalkan STAIN Jember kepada masyarakat telah dilakukan, tetapi kegiatan ini tentu saja tidak bisa diterima secara *taken for granted*. Dari aspek komunikasi, kesenjangan informasi mengenai STAIN Jember dapat dilihat dari tiga tingkat, yaitu tingkat teknis. Pada level pertama diduga informasi mengenai STAIN Jember tidak sampai pada sasaran atau mengalami distorsi. Hambatan dapat dilihat dari media informasi yang digunakan dan proses penyebaran informasi ke masyarakat. Pada tingkat

semantis, hambatan terjadi pada kandungan informasi dan potensi rancangan pesan dalam menimbulkan daya tarik terhadap STAIN Jember sendiri. Pada tingkat strategis, hambatan mungkin terjadi pada latar belakang sosio kultural.

Agar informasi yang disampaikan kepada para calon mahasiswa berjalan efektif, menurut Cassandra (Cangara, 1998: 121-126) ada dua model pengolahan pesan yang bisa dipergunakan yaitu *pertama*; *penyusunan pesan yang bersifat informatif* yang banyak ditujukan pada perluasan wawasan dan kesadaran khalayak dengan proses difusi atau penyebaran, sederhana, jelas dan tidak banyak menggunakan jargon atau istilah-istilah yang kurang populer di kalangan khalayak. Ada empat macam penyusunan pesan yang bersifat informatif yaitu (1) *space order*; penyusunan pesan yang melihat kondisi tempat atau ruang, seperti internasional, nasional dan daerah, (2) *time order*; penyusunan pesan berdasarkan waktu atau periode yang disusun secara kronologis, (3) *deductive order*; penyusunan pesan mulai dari hal yang bersifat umum kepada yang khusus, dan (4) *inductive order*; penyusunan pesan yang dimulai dari hal-hal yang bersifat khusus kepada hal-hal yang bersifat umum.

Kedua; *penyusunan pesan yang bersifat persuasif* dengan tujuan mengubah persepsi, sikap dan pendapat khalayak. Penyusunan pesan persuasif memiliki sebuah proposisi yang dikehendaki sumber terhadap penerima sebagai hasil pesan yang disampaikannya. Ada beberapa cara yang digunakan dalam penyusunan pesan yang memakai teknik persuasi yaitu (1) *fear appeal*; penyusunan atau penyampaian pesan dengan menimbulkan rasa ketakutan kepada khalayak, (2) *emotional appeal*; penyampaian pesan dengan berusaha mengubah emosional khalayak, misalnya dengan mengungkapkan masalah suku, agama, kesenjangan ekonomi, diskriminasi dan sebagainya, (3) *reward appeal*;

penyusunan atau penyampaian pesan dengan menawarkan janji-janji kepada khalayak, (4) *motivational appeal*; penyusunan pesan yang dibuat bukan karena janji-janji, tetapi disusun untuk menumbuhkan internal psikologis khalayak sehingga mereka dapat mengikuti pesan-pesan itu, dan (5) *humorous appeal*; penyusunan pesan yang disertai dengan humor, sehingga dalam penerimaan pesan khalayak tidak merasa jenuh.

Efektifitas pesan-pesan untuk berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi, maka strategi komunikasi informasi menjadi penting dan harus didukung oleh media dalam mencapai tujuan komunikasi tersebut. Menurut Everet M Ragers, media massa akan berperan secara efektif dalam merubah pendapat atau persepsi (Depari, 1982: 17) dan mampu memperdekat jarak yang jauh serta memperjelas hal-hal yang kabur serta mampu menjembatani peralihan antara masyarakat tradisional ke masyarakat modern. Sedangkan fungsi komunikasi dengan menggunakan media menurut Wilbur Schramm (Ibid, 1982: 47) adalah sebagai pemberi informasi, karena tanpa media sangatlah mustahil informasi dapat disampaikan secara tepat dalam pengambilan keputusan untuk perubahan-perubahan sikap dan kepercayaan.

Strategi komunikasi baik secara *planned multi-media strategy* (secara makro) maupun *single communication medium strategy* (secara mikro) menurut Onong Uchjana Effendi (1986: 35) mempunyai fungsi untuk (1) menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal, dan (2) menjembatani "kesenjangan budaya" (*cultural lag*) akibat kemudahan di perolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

Jenis media massa itu ada dua *pertama*; media massa yang meliputi pers, radio, televisi dan film dengan karakteristik (1) bersifat melembaga, (2) bersifat satu arah, (3) Meluas dan serempak, (4) Memakai peralatan teknis atau mekanis, seperti radio, televisi, surat kabar dan semacamnya, dan (5) Bersifat terbuka (Cangara, 1998: 134-135). *Kedua*; media individual yang meliputi surat, telepon, telegram (Arifin, 1984: 24).

Tetapi dalam prosesnya, komunikasi seringkali mengalami berbagai hambatan dan gangguan. Wilbur Schramm mengemukakan kondisi yang harus dipenuhi (Effendi, 1986: 39) jika menginginkan suatu pesan membangkitkan respon, yaitu; pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa dengan menggunakan lambang-lambang yang bisa dimengerti untuk membangkitkan kebutuhan pribadi komunikasi (masyarakat) dalam situasi komunikasi saat digerakkan.

Pada situasi tersebut sering mengalami berbagai hambatan. Faktor-faktor yang menghambat terjadinya komunikasi (Effendi, 1986: 14-20) adalah faktor sosiologis, antropologis, psikologis, semantis, mekanis dan ekologis. Untuk itu, faktor-faktor ini harus menjadi acuan dalam penyampaian informasi tentang STAIN Jember.

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah (1) besar volume informasi tentang STAIN Jember yang sampai kepada para calon mahasiswa (2) sumber-sumber yang digunakan para calon mahasiswa untuk memperoleh informasi tentang STAIN Jember (3) media dan saluran yang digunakan dalam menerima dan menyampaikan informasi tentang STAIN Jember (4) hambatan yang dihadapi para calon mahasiswa untuk memperoleh informasi tentang STAIN Jember.

METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian survei yang mengkombinasikan model deskriptif yang bertujuan memaparkan situasi atau peristiwa (Rahmat, 1993: 24) mengenai populasi yang diteliti (Amirin, 1995: 112). Penelitian ini dilakukan di kabupaten Jember, Banyuwangi dan Situbondo masing-masing 4 sekolah (negeri dan swasta). Yang dipandang sebagai unit analisa adalah siswa-siswi SLTA. Sedangkan unit pengamatannya adalah siswa-siswi sekolah yang ditentukan oleh instansi Departemen Agama dan Dinas Pendidikan masing-masing kabupaten.

Penentuan sampel ini didasarkan pada proporsional cluster sampling, yakni penentuan berdasarkan pembagian wilayah (Amirin, 1995: 146) kabupaten yang setiap sekolah diambil 50 responden dari keseluruhan kelas dengan cara diacak. Jumlah responden adalah 600 orang, terdiri dari kelas 1, 2 dan 3 dengan kriteria (1) siswa-siswi Madrasah Aliyah Negeri dan Madrasah Aliyah Swasta tanpa memandang jumlahnya, (2) siswa-siswi SMU Negeri dan SMU Swasta (bukan termasuk sekolah kejuruan) tanpa memandang latar belakang jurusan sekolah.

Teknik pengumpulan datanya menggunakan teknik dokumenter; pencarian data-data yang terkait dengan dokumen-dokumen yang tersedia, baik di kantor-kantor dinas maupun di sekolah-sekolah yang telah ditentukan, teknik kuisioner; data yang diperoleh melalui pertanyaan tertulis (Surakhmad, 1982: 173) berupa angket tertutup dan terbuka, dan teknik interview; cara untuk mengkonfirmasi akurasi data yang didapatkan di lapangan dengan cara tatap muka. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan tahap editing; memeriksa kembali terhadap kelengkapan jawaban para responden terhadap angket yang disebarkan, tahap coding; memberi kode tertentu pada masing-masing jawaban responden dengan mempertimbangkan kategori-kategori yang sudah disusun

sebelumnya dan tahap tabulasi data; meletakkan data pada tabel pada kolom frekuensi.

Sedangkan teknik analisa data yang digunakan adalah pengolahan deskriptif; pendistribusian frekuensi dan tendensi sentral. Hal ini berlaku untuk pendeskripsian yang bersifat menyeluruh maupun untuk kategori sampel. Sedangkan rumusnya adalah:

$$p = \frac{f}{N} \times 100\%$$

HASIL

Pemanfaatan Media Informasi

Untuk memenuhi kebutuhan informasi sehari-hari, 222 responden (37%) mengaku memanfaatkan media televisi, 126 responden (21%) yang memanfaatkan media harian yaitu koran, 96 responden (16%) mengakui memanfaatkan media radio, 67 responden (11%) memanfaatkan majalah, 52 responden (8,7%) memanfaatkan media mingguan berupa tabloid, dan 37 orang (6,2%) memanfaatkan internet. Sedangkan informasi yang paling dibutuhkan oleh para calon mahasiswa dengan media informasi tersebut, 172 responden (28,7%) memilih informasi hiburan, 114 responden (19%) memilih informasi perguruan tinggi, 102 responden (17%) memilih informasi Iptek, 73 responden (12,2%) membutuhkan informasi ekonomi, 64 responden (10,7%) membutuhkan informasi politik, 42 responden (7%) membutuhkan informasi budaya, dan 33 responden (5,5%) yang membutuhkan informasi pariwisata.

Mereka dalam mendapatkan informasi, 282 responden (47%) mengaku di rumah, 217 responden (36,2%) mengaku di sekolah, 67 responden (11,2%) menerima informasi di tempat lain seperti di perkantoran, tempat ibadah, tempat hiburan dan tempat-tempat strategis di jalan-jalan, dan sisanya 34 responden (5,7%) mengaku mendapatkan informasi dalam perjalanan

pergi dan pulang sekolah. Sementara waktu yang dimanfaatkan untuk memperoleh informasi, 241 responden (40,2%) mengaku pagi hari antara jam 05.30 sampai 10.00, 142 responden (23,7%) mengaku malam hari sekitar setelah magrib sampai jam 22.00, 111 responden (18,5%) mengaku sore hari sekitar jam 15.30 sampai menjelang magrib, dan 106 responden (17,7%) mengaku siang hari jam 11.00 sampai pulang sekolah. Lalu bagaimana model yang dilakukan mereka untuk memperoleh informasi? 246 responden (41%) mengaku menerima informasi menarik secara sepintas, 186 responden (31%) menerima informasi menarik secara rinci dan 168 (28%) menerima seluruh informasi secara sepintas.

Khusus mengenai informasi perguruan tinggi, para siswa cukup progresif, bahkan bersifat aktif mencari profil perguruan tinggi menjelang diselenggarakan UMPTN. Diakui 329 responden (54,8%) memburu informasi perguruan tinggi dengan serius dan sisanya 271 orang (45,2%) mencari informasi dengan biasa-biasa saja bahkan kecenderungannya menunggu informasi yang sampai kepada mereka.

Ironisnya, usaha yang dilakukan para siswa untuk memperoleh informasi perguruan tinggi, nama STAIN Jember tidak begitu terdengar gaungnya. Selama menerima informasi perguruan tinggi, hanya 179 responden (29,8%) yang mengaku pernah terlintas informasi STAIN, seperti lewat radio dan koran. Sedangkan 421 responden (70,2%) yang mengaku tidak pernah terlintas informasi STAIN Jember sewaktu berusaha mencari informasi perguruan tinggi menjelang UMPTN.

Sumber dan Sarana Informasi

STAIN Jember merupakan satu-satunya perguruan tinggi agama negeri di wilayah Karesidenan Besuki. Dibandingkan dengan STAIN-STAIN lain di wilayah Jawa Timur, STAIN Jember boleh dibilang masih

sedang mencari jati diri. Bukan itu saja, masyarakat atau para calon mahasiswa masih belum begitu akrab dengan STAIN Jember. Para calon mahasiswa hanya sebatas kenal dengan istilah STAIN, tetapi kalau sampai kepada visi pengembangannya belum begitu dikenal. Hal ini diakui oleh 142 responden (23,7%) mengenai STAIN Jember dari guru mereka di sekolah, 133 responden (22,2%) mengenal dari para alumni, 105 responden (17,5%) dari teman atau tetangga mereka, 83 responden (13,8%) mengaku dari orang tua atau keluarga mereka, 70 responden (11,7%) mengaku dari brosur, dan 67 (11,2%) lewat spanduk yang di pasang pada tempat-tempat strategis. Permulaan mereka mengenal STAIN Jember, 486 responden (81%) mengaku sejak SMU/Madrasah Aliyah, 69 responden (11,5%) mengaku sejak masih di SLTP/MTs, dan 45 responden (7,5%) mengaku sejak kecil sewaktu masih SD/MI.

Keinginan mencari informasi STAIN Jember, 387 responden (64,5%) mengaku tidak pernah mencari informasi STAIN Jember, dan sekitar 213 responden (35,5%) yang mengaku pernah berkeinginan mencari informasi STAIN Jember. Untuk memperoleh informasi STAIN Jember saat ini, 203 responden (33,8%) mengaku mengenal lewat aktifitas kemahasiswaan, 121 responden (20,2%) mengenal STAIN Jember lewat brosur, 113 responden (18,8%) lewat spanduk, 87 responden (14,5%) melalui media massa seperti radio dan koran, dan 76 responden (12,7%) lewat kegiatan akademis yang diselenggarakan oleh STAIN Jember.

Penerimaan frekuensi informasi, 346 responden (57,7%) mengatakan jarang menerima, 139 responden (23,2%) mengatakan sering menerima, dan 115 responden (19,2%) yang mengaku selalu menerima. Selain menerima informasi STAIN Jember, kenyataannya mereka juga menerima informasi perguruan tinggi lain.

Bahkan menurut 362 responden (60,3%) menilai informasi yang mereka peroleh, termasuk kategori yang pavorit, seperti UI, UNEJ, UGM, UNIBRAW, UNAIR, ITB, IPB, ITS, UNPAD, UNDIP, UNESA, UNM, UNY dan lain-lain. Selain itu mereka juga menerima informasi tentang perguruan tinggi agama seperti IAIN Sunan Ampel Surabaya, STAIN Malang, IAIN Sunan Kalijaga, IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dan sekitar 238 responden (39,7%) mengaku tidak menerima informasi.

Sekitar 362 responden (60,3%) mengaku informasi perguruan tinggi tersebut diperoleh melalui berbagai media informasi, seperti media televisi, radio, koran, brosur, dan spanduk yang banyak terpampang di jalan-jalan utama. Meskipun demikian, STAIN Jember menjadi salah satu pilihan alternatif para calon mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Hal ini diakui 343 responden (57,2%) yang menyatakan pernah berminat mendaftar ke STAIN Jember, dan 257 responden (42,8%) mengaku tidak pernah berminat sama sekali untuk mendaftar ke STAIN Jember.

Kesenjangan Informasi STAIN Jember

Kesenjangan informasi terwujud antara lain dalam bentuk tidak mengertinya para calon mahasiswa terhadap STAIN jember, sulitnya memperoleh informasi yang dibutuhkan serta belum tersedianya informasi yang mendeskripsikan prospek output dalam kompetensi dan kompetisi. Padahal 378 responden (63%) mengaku bahwa selama ini mereka tidak pernah menerima brosur pendaftaran STAIN Jember. Sekalipun demikian, 305 responden (80,7%) mengaku tidak pernah menerima brosur STAIN Jember berharap untuk memperoleh brosur pendaftaran pada tahun-tahun berikutnya, 37 responden (19,3%) mengatakan tidak berharap untuk memperoleh brosur pendaftara STAIN Jember karena bagi mereka menerima atau

tidak menerima tidak begitu penting, dan 222 responden (37%) mengaku pernah menerima brosur pendaftaran STAIN Jember. Dari 305 responden yang mengharap memperoleh brosur pendaftaran STAIN Jember, 185 responden (60,7%) menginginkan brosur dialamatkan ke sekolah, 72 responden (23,6%) menginginkan brosur dikirim ke rumah, dan 48 responden (15,7%) ingin datang sendiri ke STAIN Jember.

Dalam mendapatkan informasi mereka seringkali mengalami kendala dan hambatan. Dari pengakuan 344 responden (57,3%) mengatakan tidak menerima informasi lebih disebabkan oleh tidak sampainya brosur setiap menjelang pendaftaran UMPTN, 130 responden (22,7%) menilai sependuk-sependuk pendaftaran jarang ditemukan di jalan-jalan protokol atau jalan utama, dan 120 responden (20%) menilai setiap kegiatan yang diselenggarakan STAIN Jember jarang melibatkan para siswa. Selain itu, STAIN Jember harus menyediakan berbagai informasi yang diinginkan oleh para calon mahasiswa, sebab 250 responden (43,2%) diantaranya membutuhkan informasi tentang prospek aut put masing-masing jurusan dan program studi yang terdapat di STAIN jember, dan 187 responden (31,2%) mengaku STAIN jember belum menyediakan informasi tentang visi-misi ke depan, dan 154 responden (25,7%) menilai belum tersedianya informasi tentang kemajuan STAIN Jember khususnya menyangkut sumber daya dosen.

Kalau para calon mahasiswa ingin melanjutkan ke jenjang yang lebih tinggi, siapa yang paling dominan untuk menentukan pilihan mereka untuk mendapftarkan diri ke perguruan tinggi? Untuk memilih perguruan tinggi yang mereka cita-citakan, 267 responden (44,5%) mengaku menentukan sendiri tanpa diintervensi orang lain termasuk orang tua, 94 responden (15,7%) mengaku

orang tua mereka yang menentukan pilihan, 93 responden (15,5%) diberikan masukan oleh guru mereka, 82 responden (13,7%) yang mengaku diarahkan oleh saudara mereka dan 64 responden (10,7%) yang mengaku diberikan pertimbangan oleh teman dekat mereka.

PEMBAHASAN

Ada tiga hal penting yang menjadi perhatian utama dalam penelitian ini yaitu pemanfaatan media informasi, sumber-sumber dan sarana informasi serta kesenjangan informasi STAIN Jember. Pemanfaatan media massa pada era globalisasi adalah suatu yang tidak bisa dihindari, karena selain berfungsi sebagai sarana informasi, hiburan, pendidikan dan kebudayaan, juga telah tumbuh menjadi komoditas bisnis yang dapat diperjualbelikan. Dengan demikian, kehadiran media massa semakin memperjelas tidak adanya batas antara dunia informasi dengan masyarakat.

Pengaruh media massa ini dapat digambarkan sebagai suatu kekuatan yang dapat merubah perilaku masyarakat, anggapan masyarakat yang keliru dan salah terhadap STAIN Jember tanpa dapat dihalangi oleh kekuatan apapun. Gambaran ini dapat dilihat dari teori *Hypodermic Needle*-nya **Everett M. Rogers** (1982: 17) bahwa informasi STAIN Jember yang terdapat di media massa langsung berpengaruh terhadap masyarakat, karena media massa digambarkan sebagai jarum suntik raksasa yang langsung dapat merangsang komunikasi dalam bentuk massa yang bersifat pasif. Hal ini didukung oleh hasil survei bahwa dari 600 rsiswa mengakui memenuhi kebutuhan informasi dengan memanfaatkan media massa baik televisi (222 responden atau 37%), radio (90 responden atau 16%), koran (126 responden atau 21%), majalah (67 responden atau 11,2%), tabloid (52 responden atau 8,7%) dan internet (37 responden atau

6,2%).

Akan tetapi, kemampuan media massa dalam mempengaruhi khalayak tidak diiringi dengan perkembangan dan kemajuan STAIN Jember. Hal ini bisa dilihat dari dua faktor yaitu *pertama*; belum memanfaatkan media massa secara maksimal seperti radio, koran, majalah, tabloid, bahkan televisi secara maksimal untuk memberikan pengaruh secara langsung kepada masyarakat tentang kemajuan yang diperoleh STAIN Jember selama ini. *Kedua*; lambannya pendistribusian informasi kepada masyarakat khususnya kepada para calon mahasiswa menjelang dibukanya pendaftaran mahasiswa baru. Kalau dicermati bahwa selama ini STAIN Jember masih mengandalkan media nirmasa seperti brosur, sepanduk atau bahkan melakukan sosialisasi dengan model pameran dan mendatangi sekolah-sekolah tertentu. Tentu saja dengan cara ini, hasilnya tidak memuaskan disamping tidak efektif dan efisien. Penggunaan media nirmasa dalam pendistribusian informasi STAIN Jember disamping kurang efektif dan efisien, juga daya jangkauannya terbatas terhadap masyarakat atau para calon mahasiswa yang menerima brosur atau membaca spanduk itu sendiri. Padahal yang diharapkan adalah mudah dan murah masyarakat atau para calon mahasiswa untuk mengakses informasi STAIN Jember dalam angka dan rupa.

Dibandingkan dengan informasi STAIN Jember, informasi perguruan tinggi lain justru didapatkan oleh para calon mahasiswa dari media massa seperti radio, televisi, koran dan lain-lain. Penilaian ini didukung oleh hasil survei 362 responden (60,3%) diantaranya mengaku menerima informasi perguruan tinggi selain STAIN Jember dengan frekuensi tinggi melalui pemanfaatan media massa seperti radio, televisi, koran.

Kalau dibandingkan dengan brosur, efek media massa yang dimanfaatkan

perguruan tinggi lain ternyata lebih ampuh dari brosur yang selama ini digunakan STAIN Jember. Brosur yang diandalkan untuk memberikan informasi kepada para calon mahasiswa hanya menempuh efektifitas 37%. Hal ini bisa dibuktikan dengan hasil survei terhadap 600 siswa di kabupaten Jember, Banyuwangi dan Situbondo bahwa yang pernah menerima brosur hanya 222 responden (37%), sedangkan 378 responden (63%) tidak pernah menerima brosur. Kalau sebagian besar calon mahasiswa tidak menerima brosur yang dijadikan sebagai satu-satunya media sosialisasi, terus darimana mereka mengakses informasi yang lengkap tentang STAIN Jember kalau tidak memanfaatkan media massa.

Di satu sisi para calon mahasiswa (387 responden atau 64,5%) tidak pernah dengan serius mencari informasi STAIN Jember, tetapi di sisi yang lain STAIN Jember sendiri kurang proaktif untuk mendistribusikan informasi STAIN Jember yang saat ini sangat dibutuhkan oleh para calon mahasiswa. Padahal keinginan atau minat untuk mengenal dan mendaftar ke STAIN sangat tinggi. Ini nampak dari pengakuan sebagian besar responden yaitu 343 orang (57,2%) yang berminat ke STAIN Jember. Tapi ironisnya lagi bahwa keinginan atau minat mereka tidak didukung dan tidak ditunjang oleh tingginya arus informasi yang sampai kepada para calon mahasiswa. Hal ini terbukti dengan besarnya jumlah responden (341 orang atau 56,8%) yang mengakui jarang memperoleh informasi STAIN Jember, baik dari media massa maupun media nirmasa.

Faktor yang menyebabkan terjadinya kesenjangan informasi STAIN Jember bagi para calon mahasiswa disebabkan oleh dua faktor, pertama tidak adanya jalinan kerjasama antara STAIN Jember dengan instansi yang mengkoordinasi sekolah-sekolah yang ada, seperti Departemen Agama yang mengkoordinasi Madrasah

Aliyah Negeri dan Madrasah Aliyah Swasta dan Dinas Pendidikan yang mengkoordinasi SMU Negeri dan SMUN Swasta. Akibat dari ini, STAIN Jember sulit melakukan koordinasi secara langsung kepada para calon mahasiswa dan pendataan yang akurat terhadap jumlah calon mahasiswa. Padahal kalau STAIN Jember menjalin kerjasama dengan instansi terkait tersebut, STAIN Jember tidak perlu terjun langsung ke lapangan, cukup melalui media massa berupa surat pemberitahuan informasi STAIN Jember melalui instansi yang bersangkutan.

Kedua; program dan kegiatan STAIN Jember belum terarah untuk menyentuh kepada kepentingan para calon mahasiswa sehingga setiap kegiatan mereka tidak terlibat di dalamnya. Padahal mereka sebagian besar menghrapkan adanya kegiatan-kegiatan yang terkait langsung dengan mereka, seperti kegiatan perlombaan olahraga antar sekolah, perlombaan karya tulis ilmiah antar siswa, perlombaan pidato, perlombaan penelitian ilmiah remaja antar siswa dan lain-lain. Harapan ini terungkap dari hasil survei yang menunjukkan bahwa mereka (203 responden atau 33,8%) memperoleh informasi STAIN Jember justru dari aktivitas kemahasiswaan dan 120 responden (20%) yang mengaku STAIN Jember tidak/jarang melibatkan siswa dalam setiap kegiatan kampus.

Melihat minimnya pendistribusian informasi kepada masyarakat khususnya para calon mahasiswa menyebabkan terjadinya kesenjangan nilai terhadap STAIN Jember yang semestinya tidak perlu terjadi. Di satu sisi STAIN Jember harus diakui keberadaannya secara utuh dan proporsional seperti halnya perguruan tinggi-perguruan tinggi lainnya, di sisi lain masyarakat khususnya para calon mahasiswa belum bahkan tidak paham banyak tentang STAIN Jember.

Untuk mengesampingkan anggapan

masyarakat yang tidak utuh atau bahkan keliru selama ini terhadap STAIN Jember, maka terkait dengan norma-norma budaya dalam memanfaatkan media massa seperti menurut Melvin De Fleur (1982: 7), paling sedikit ada tiga kelebihan yang diperoleh STAIN Jember. *Pertama*, pesan-pesan yang disalurkan lewat media massa dapat memperkokoh STAIN Jember serta membimbing masyarakat agar yakin bahwa STAIN Jember memiliki nilai yang sama dengan perguruan tinggi lainnya. *Kedua*, media massa yang dimanfaatkan STAIN Jember menciptakan penilaian baru yang tidak bertentangan dengan sebelumnya bahkan menyempurnakannya. *Ketiga*, media massa dapat merubah anggapan yang tidak sesuai dengan kenyataan yang ada bahwa ternyata STAIN Jember punya kesempatan dan kemampuan yang sama untuk berkompetisi dengan perguruan tinggi lain pada skala regional, nasional maupun internasional.

Metode yang paling tepat untuk meminimalisir kesan atau animo yang tidak diharapkan tersebut, STAIN Jember harus proaktif memberikan profil STAIN Jember melalui media massa, karena selama ini media massa belum dimanfaatkan secara maksimal yang efeknya sangat efektif di samping efisien. Walaupun demikian, yang perlu menjadi perhatian bagi STAIN Jember adalah terkait dengan pembagian brosur pendaftaran, seyogyanya membuka hubungan dengan instansi-instansi terkait seperti Dinas Pendidikan dan Departemen Agama. Menurut kalangan Dinas Pendidikan dan Departemen Agama, baik di kabupaten Jember, Situbondo dan Banyuwangi mempunyai penilaian yang sama terhadap STAIN Jember yang belum melakukan kerjasama, padahal siap membantu mempromosikan STAIN Jember dengan cara pemberitahuan resmi ke sekolah-sekolah yang menjadi koordinasinya. Sebab kalau STAIN jember secara langsung kepada siswa sekolah maka

jangkauannya sangat terbatas.

Dalam pemasangan spanduk, seyogyanya yang perlu diperhatikan adalah tempat-tempat strategis, karena yang membaca bukan saja orang yang tinggal di sekitar pemasangan spanduk tetapi orang luar yang lewat di tempat tersebut. Tapi nampaknya selama ini, pemasangan spanduk sangat terbatas kuantitasnya dan penempatannya kurang strategis. Terbukti dengan pengakuan 136 responden (22,7%) yang mengatakan STAIN Jember jarang memampang spanduk di setiap jalan protokol atau jalan utama.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Para calon mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan informasinya, (1) sebagian besar memanfaatkan media massa, baik berupa informasi hiburan, perguruan tinggi, politik, ekonomi, budaya, ilmu pengetahuan dan teknologi, pariwisata dan lain-lain; (2) STAIN sendiri masih belum memanfaatkan media massa secara maksimal; (3) terbatasnya informasi STAIN Jember kepada calon mahasiswa sebagai akibat sosialisasi dan publikasi yang tidak efektif; dan (4) brosur pendaftaran tidak sampai kepada para calon mahasiswa, spanduk yang memperkenalkan STAIN Jember jarang terlihat di jalan-jalan protokol, dan STAIN Jember tidak/jarang melibatkan para calon mahasiswa dalam setiap kegiatan kampus.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas disarankan (1) pimpinan STAIN Jember hendaknya menjalin kerjasama dengan instansi Departemen Agama dan Dinas Pendidikan di setiap kabupaten untuk mempermudah koordinasi dengan pihak-pihak terkait; (2) agar memberi kemudahan kepada para calon mahasiswa dalam mengakses informasi STAIN Jember dengan meminta bantuan instansi tersebut

dalam rangka implementasi otonomi daerah; dan (3) hendaknya melibatkan siswa-siswa sekolah dalam kegiatan kampus agar merasa akrab dengan sivitas akademika STAIN Jember.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirin, T. M. 1995. *Menyusun Rencana Penelitian*, Jakarta: Raja Grafindo.
- Arifin, A. 1984. *Strategi Komunikasi*, Bandung: Armico.
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1991. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Kedua, Jakarta: Balai Pustaka.
- Devari, E. dan Colin Mac Andrews (editors), 1982. *Peran Komunikasi Massa Dalam Pembangunan*, Yogyakarta: Gajah Mada University Pers.
- Effendi, O.U. 1986. *Dinamika Komunikasi*, Bandung: Remaja Karya.
- Rahmat, J. 1993. *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung: Rosdakarya.
- Sukadental, A.S., "Masyarakat Informasi dan Model Politik Komunikasi", dalam *Jurnal Komunikasi, Audentia. Volume I Nomor 3, Bandung, Tahun 1993*.
- Susanto, A.S. 1982. *Komunikasi Kontemporer*, Bandung: Binacipta.
- Tim Peneliti STAIN Jember, "Minat Siswa Madrasah Aliyah Se Pembantu Gubernur Wilayah VII Terhadap STAIN", *Jurnal Al-'Adalah Volume I Nomor 2, 1998*.
- Widyahartono, B. 1984. *Beberapa Segi Penyajian Informasi dan Pengenalan Komputer*, Bandung: Alumni.
- Yusuf, P.M. 1995. *Pedoman Praktis Mencari Informasi*, Bandung: Rosdakarya.