



PREFERENSI MEDIA TEKNOLOGI INFORMASI KOMUNIKASI PADA MAHASISWA PROGRAM NON PENDIDIKAN DASAR UPBJJ-UT MATARAM DALAM Mencari INFORMASI

Windi Baskoro Prihandoyo
Dosen UPBJJ - UT Mataram

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima: 01-03-2016

Disetujui: 30-03-2016

Kata Kunci:

Preferences, Media
Information Technology
Communication,
Information

ABSTRAK

Abstract: *This study aims to analyze the information and communications technology media preferences of Non Basic Education Program Student in UPBJJ-UT Mataram and analyzes the factors that influence the media preference information communication technology of Non Basic Education Program Student in UPBJJ-UT Mataram. The results in this study is 1) generally known that most respondents own dan able to use information technology communication tools to seek administrative and academic information for higher education at the Open University, 2) generally known that the media of information most used by respondents in the search for administrative and academic information for higher education at the Open University is an Internet, phone and catalog UT.*

A. LATAR BELAKANG

Era globalisasi yang identik dengan perkembangan teknologi informasi komunikasi (TIK) berdampak pada peningkatan kebutuhan informasi, baik dari segi keakuratan maupun kecepatan perolehan informasi. Informasi menjadi hal yang sangat penting dan berharga. Pengaruh perkembangan TIK meluas ke berbagai bidang kehidupan, termasuk pendidikan.

Di bidang pendidikan TIK sangat mendukung dan mempermudah kinerja dan belajar baik tenaga pendidik maupun peserta didik dalam mengakses atau menghubungi berbagai sumber informasi dengan memanfaatkan berbagai media informasi.

Sebelum memanfaatkan sarana atau media TIK, mahasiswa Unit Program Belajar Jarak Jauh Universitas Terbuka (UPBJJ) Mataram mencari informasi akademik dan administrasi kemahasiswaan mencari informasi secara konvensional dalam bentuk komunikasi personal (*personal communication*) dengan mendatangi lokasi sumber informasi (ketua kelas, pengurus pokjar dan pengurus administrasi UPBJJ-UT Mataram).

Dalam perkembangannya Universitas Terbuka sebagai penyelenggara Pendidikan Tinggi dan mahasiswanya, saat ini sudah memanfaatkan berbagai sarana atau media TIK, seperti surat, telepon, telepon genggam dan komputer berinternet. Hal ini berdampak pada berubahnya pola atau cara mencari informasi mahasiswa Universitas Terbuka. Untuk mengetahui media TIK apa yang sering digunakan atau menjadi pilihan mahasiswa dalam mencari informasi akademik dan administrasi dalam

kegiatan belajar mengajar di Universitas Terbuka, maka dilakukan penelitian tentang preferensi media teknologi informasi komunikasi mahasiswa Program Non Pendidikan Dasar Universitas Terbuka dalam mencari informasi.

Rumusan masalah yang diteliti dalam penelitian ini adalah bagaimanakah preferensi media teknologi informasi komunikasi mahasiswa Program Non Pendidikan Dasar Unit Program Belajar Jarak Jauh Universitas Terbuka Mataram dalam mencari informasi dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi media teknologi informasi komunikasi mahasiswa Program Non Pendidikan Dasar Unit Program Belajar Jarak Jauh Universitas Terbuka Mataram.

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis preferensi media teknologi informasi komunikasi mahasiswa Program Non Pendidikan Dasar Unit Program Belajar Jarak Jauh Universitas Terbuka Mataram dalam mencari informasi dan menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi preferensi media teknologi informasi komunikasi mahasiswa Program Non Pendidikan Dasar Unit Program Belajar Jarak Jauh Universitas Terbuka Mataram.

Penelitian terdahulu tentang preferensi media informasi dapat dilihat pada Nurdianto (2013) Pengaruh Media Promosi terhadap Preferensi Belanja Online Produk Elektronik hasil penelitian menunjukkan bahwa Iklan baner website secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap preferensi belanjaonline dengan taraf signifikansi P value $0.005 < 0.05$. Facebook marketing secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap

preferensi belanja online dengan taraf signifikansi P value $0.001 < 0.05$. Viral marketing secara signifikan berpengaruh secara positif terhadap preferensi belanja online dengan taraf signifikansi P value $0.009 < 0.05$. Sehingga penelitian ini memberikan hasil yang mendukung hipotesis.

Hasil penelitian Putri dan Iskandar (2014) menunjukkan bahwa keseluruhan responden menjadikan atribut fasilitas fitur sebagai preferensi utama dalam memilih social messenger dengan nilai kepentingan tertinggi yaitu 48.361% dan level tertinggi yang menjadi preferensi fasilitas fitur adalah free chat dengan nilai kepentingan sebesar 0.603% dan atribut desain sesuai kebutuhan pelanggan sebagai atribut terendah dengan nilai kepentingan 15.256% dan level tertinggi yang menjadi preferensi desain sesuai kebutuhan pelanggan adalah memiliki tampilan yang menarik dengan nilai kepentingan sebesar 0.078%.

Penelitian Poniman dan Sentoso (2015) tentang Analisa Faktor yang Menjadi Preferensi Konsumen dalam Memilih Coffee Shop di Surabaya diperoleh hasil bahwa faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih coffee shop di Surabaya adalah faktor generik, faktor nilai, faktor psikologis, dan faktor emosional.

Manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu: secara akademik Secara akademik diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi dalam penelitian dan pengembangan keilmuan di bidang komunikasi, khususnya di bidang teknologi informasi komunikasi dan secara praktis diharapkan hasil penelitian dapat memberikan masukan bagi Unit Program Belajar Jarak Jauh Universitas Terbuka Mataram dalam menentukan media informasi yang akan digunakan dalam penyebaran informasi kepada mahasiswa.

B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskripsi kualitatif. Penelitian ini dilakukan di UPBJJ-UT Mataram pada bulan Februari – Juli 2016. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa program Non Pendidikan Dasar di UPBJJ-UT Mataram sebanyak 558 orang dengan kriteria mahasiswa program Non Pendas UPBJJ-UT Mataram yang registrasi pada masa ujian 2016.1. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 10 persen dari populasi, yaitu sebanyak 56 orang. Selanjutnya pengambilan sampel dilakukan dengan cara acak sederhana. Data yang didapat kemudian dianalisis dan disajikan dalam bentuk rataan skor dan tabel frekuensi.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Sumber Informasi tentang Universitas Terbuka

Sumber informasi responden mengetahui tentang Universitas Terbuka pertama kali dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini.

Tabel 1

Sumber Informasi tentang Universitas Terbuka

Sumber Informasi	Parameter	Jumlah	Persentase
------------------	-----------	--------	------------

		(orang)	
Teman	Ya	25	44,6
	Tidak	31	55,4
Kerabat/keluarga	Ya	27	48,2
	Tidak	29	51,8
Website UT	Ya	14	25,0
	Tidak	42	75,0
Media Massa Cetak	Ya	4	7,1
	Tidak	52	92,9
Media Massa Non Cetak	Ya	-	-
	Tidak	56	100
Leaflet	Ya	-	-
	Tidak	56	56
Spanduk	Ya	2	3,6
	Tidak	54	96,4
Lainnya	Ya	5	8,9
	Tidak	51	91,1

Berdasarkan tabel tersebut diatas diketahui bahwa secara keseluruhan responden menyatakan sumber informasi tentang Universitas Terbuka untuk pertama kali paling banyak diperoleh dari kerabat yaitu sebanyak 48,2 persen dan teman sebanyak 44,6 persen. Sumber informasi lain yang cukup banyak adalah Website UT sebanyak 25,0 persen. Data dalam tabel di atas menunjukkan bahwa sumber informasi teman dan kerabat/keluarga merupakan promosi *word of mouth* (promosi dari mulut ke mulut) memiliki peran yang cukup signifikan dalam memperkenalkan Universitas Terbuka kepada masyarakat luas. Keberhasilan promosi *word of mouth* dalam kegiatan sosialisasi promosi Universitas Terbuka tetap harus ditunjang oleh program lain, seperti penyebaran leaflet, pemasangan spanduk/baliho, iklan dalam media massa cetak atau non cetak, dan surat ke berbagai instansi yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat.

D. Teknologi Informasi Komunikasi

Menempuh pendidikan tinggi di Universitas Terbuka yang menerapkan sistem pendidikan jarak jauh mengharuskan mahasiswa program Non Pendas yang menjadi responden dalam penelitian ini harus memiliki atau menguasai beberapa media atau teknologi informasi komunikasi. Kepemilikan alat teknologi informasi komunikasi responden dapat dilihat dalam Tabel 2 berikut ini.

Tabel 2
Kepemilikan Teknologi Informasi Komunikasi

Sumber Informasi	Parameter	Jumlah (orang)	Persentase
Koran/surat kabar	Ya	8	14,3
	Tidak	48	85,7
Majalah	Ya	1	1,8
	Tidak	55	98,2
Radio	Ya	9	16,1
	Tidak	47	83,9
TV	Ya	25	44,6
	Tidak	31	55,4
Telepon	Ya	6	10,7
	Tidak	50	89,3
Handphone	Ya	47	83,9
	Tidak	9	16,1
Komputer berinternet	Ya	27	48,2
	Tidak	29	51,8
Katalog UT	Ya	29	51,8
	Tidak	27	48,2

Hasil penelitian menunjukkan bahwa alat teknologi informasi komunikasi yang paling banyak dimiliki dan digunakan oleh responden adalah *handphone* yaitu sebanyak 83,9 persen, Katalog UT sebanyak 51,8 persen dan komputer berinternet sebanyak 48,2 persen.

Berkaitan dengan tingginya kepemilikan *handphone* dan komputer berinternet, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden sudah familiar dan mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi komunikasi sehingga akan membantu dan memudahkan responden dalam menempuh pendidikan tinggi di Universitas Terbuka.

E. Media Informasi

Pemanfaatan atau penggunaan media informasi dalam menempuh pendidikan tinggi di Universitas Terbuka dengan sistem pendidikan jarak jauh mutlak dilakukan oleh setiap responden untuk mencari informasi tentang administrasi dan akademik. Media informasi yang sering digunakan oleh responden dalam mencari informasi administrasi dan akademik dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini.

Tabel 2
Media Informasi yang sering digunakan

Sumber Informasi	Parameter	Jumlah (orang)	Persentase
Koran/surat kabar	Ya	2	3,6
	Tidak	54	96,4
Majalah	Ya	1	1,8
	Tidak	55	98,2
Radio	Ya	1	1,8
	Tidak	55	98,2
TV	Ya	2	3,6
	Tidak	54	96,4
Telepon	Ya	2	3,6
	Tidak	54	96,4
<i>Handphone</i>	Ya	32	57,1
	Tidak	24	42,9
Komputer berinternet	Ya	43	76,8
	Tidak	13	23,2
Katalog UT	Ya	24	42,9
	Tidak	32	57,1

Berdasarkan tabel 3 diatas diketahui bahwa media informasi yang paling banyak atau sering digunakan oleh responden adalah komputer berinternet sebanyak 76,8 persen, *handphone* sebanyak 57,1 persen dan katalog UT sebanyak 42,9 persen. Tingginya penggunaan komputer berinternet dan *handphone* oleh responden dalam mencari informasi, maka UPBJJ-UT Mataram harus mampu memanfaatkan sebaik-baiknya kedua media informasi tersebut dalam upayanya menyebarkan informasi baik dibidang administrasi maupun akademik. Melihat tingginya responden yang belum menggunakan Katalog UT sebagai sumber informasi oleh responden, maka UPBJJ-UT Mataram juga harus lebih menekankan kepada mahasiswa yang belum memanfaatkan Katalog UT sebagai sumber informasi lain selama menempuh pendidikan tinggi di Universitas Terbuka .

F. SIMPULAN DAN SARAN

1. Simpulan

- Secara umum diketahui bahwa sebagian besar responden sudah memiliki dan mampu menggunakan alat teknologi informasi komunikasi untuk mencari informasi administrasi dan akademik selama menempuh pendidikan tinggi di Universitas Terbuka.
- Secara umum diketahui bahwa media informasi yang paling banyak digunakan oleh responden dalam mencari informasi administrasi dan akademik selama menempuh pendidikan tinggi

di Universitas Terbuka adalah komputer berinternet, *handphone* dan Katalog UT.

2. Saran

- UPBJJ-UT Mataram perlu meningkatkan pemanfaatan komputer berinternet dan *handphone* dalam mensosialisasikan informasi administrasi dan akademik kepada mahasiswa.
- UPBJJ-UT Mataram perlu mensosialisasikan lagi tentang pentingnya Katalog UT dalam menempuh pendidikan tinggi di Universitas Terbuka.

DAFTAR RUJUKAN

- Nurdianto R. 2013. Pengaruh Media Promosi terhadap Preferensi Belanja Online Produk Elektronik. <http://ejournal.umpwr.ac.id/index.php/segmen/article/viewFile/375/395>
- Poniman A.S., dan Sentoso T.A.C. 2015. Analisa Faktor yang Menjadi Preferensi Konsumen dalam Memilih Coffee Shop di Surabaya. <http://studentjournal.petra.ac.id/index.php/manajemen-perhotelan/article/view/2824>
- Putri N.E. & Iskandar D. 2014. Analisis Preferensi Konsumen dalam Penggunaan Social Messenger di Kota Bandung Tahun 2014 (Studi Kasus : LINE, KAKAOTALK, WECHAT, WHATSAPP). <http://ijm.telkomuniversity.ac.id/wp-content/uploads/2015/06/artikel-1-Vol.-14.-No.-2-Agustus-2014.pdf>