

KUALITAS LAYANAN *SHORT MESSAGE SERVICE (SMS)* TERHADAP EFEKTIFITAS KOMUNIKASI DILINGKUNGAN ORGANISASI KEMAHASISWAAN

Abstract

The problems that arise from communication dilini organizations is how to take advantage of a good communication tool, resulting in a reciprocal relationship with the speaker through communication tools such short message service or short message. The problems of this research is How effective service sms (short message service) could affect the work ethic in student organizations? While the purpose of this study was to determine the effectiveness of the SMS (short message service) as an alternative communication for student activities in staimafa Pati. This study uses primary data and secondary data, then the sample collection technique using purposive sampling and the sample size is 68 students who are actively involved in student organizations by using the mobile phone as a communication tool. Results from this study is the short service quality message service and communication effectiveness influential student organization Islamic High School Mathali'ul Falah Pati partially or multiple.

Keywords: *quality of service, short message service and communication effectiveness.*

Abstrak

Permasalahan yang muncul dari komunikasi dilini organisasi adalah bagaimana memanfaatkan alat komunikasi yang baik, sehingga terjadi hubungan timbale balik dengan lawan bicara melalui alat komunikasi diantaranya *short message service* atau pesan singkat. Rumusan masalah dari penelitian ini adalah Seberapa efektifkah layanan sms (*short message service*) bisa mempengaruhi etos kerja pada organisasi kemahasiswaan? Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat efektifitas layanan SMS (*short message service*) sebagai alternatif komunikasi bagi kegiatan mahasiswa di staimafa Pati. Penelitian ini menggunakan data primer dan data skunder, kemudian teknik pengambilan sampelnya menggunakan *purposive sampling* dan jumlah sampelnya adalah 68 mahasiswa yang terlibat aktif dalam organisasi kemahasiswaan dengan menggunakan *hand phone* sebagai alat komunikasinya. Hasil dari penelitian ini adalah kualitas layanan *short message service* dan efektifitas komunikasi berpengaruh organisasi kemahasiswaan Sekolah Tinggi Agama Islam Mathali'ul Falah Pati secara parsial maupun berganda.

Kata kunci: *kualitas layanan, short message service dan efektifitas komunikasi.*

Writer:

Amin Kuncoro¹
Husnurrosyidah²

Correspondence:

amin_kuncoro@yahoo.com
husnur_rosyidah@yahoo.com

Institution:

STAIMAFA Pati
STAIN Kudus

EKSIS
Vol X No 1, April 2015

ISSN:
1907-7513

<http://ejournal.stiedewantara.ac.id>

A. Latar belakang

Mahasiswa adalah calon intelektual muda yang pada saatnya nanti akan menjadi generasi penerus bangsa, sehingga secara fisik maupun mentalnya perlu dianulir sehingga akan menjadi generasi penerus yang handal.

Hampir sebagian besar diantara kita dalam beraktivitas sehari-hari selalu ditemani oleh sebuah perangkat komunikasi jaman ini yang dinamakan telepon selular. Dengan mudahnya kita dapat menghubungi seseorang darimanapun kita berada dan kapanpun kita mau. Demikian pula sebaliknya kita tidak akan kehilangan kontak dengan orang lain karena dengan mudah kita dapat dihubungi oleh siapa saja melalui telepon selular. Pendek kata bahwa aktivitas keseharian kita akan terasa jauh lebih mudah dengan adanya telepon selular.

Selain digunakan untuk berkomunikasi suara dengan lawan bicara, ponsel juga memiliki kemampuan lain yaitu dapat digunakan untuk saling berkiriman pesan dengan orang lain melalui teks yang lebih populer dengan nama SMS. Caranya cukup mudah, pertama kita ketik terlebih dahulu pesan yang hendak kita kirimkan pada ponsel kita kemudian bila telah selesai tinggal tekan tombol *send* dengan terlebih dahulu mengisikan nomor ponsel tujuan.

Dengan maraknya penggunaan ponsel untuk berkiriman SMS, maka kemudian muncul gagasan untuk membuat layanan yang berbasis SMS. Dalam waktu singkat kemudian beberapa jenis layanan yang berbasis SMS bermunculan. Dari jenis layanan informasi sederhana seperti info harga saham, jadwal sarana angkutan, film bioskop, humor, hingga jenis layanan yang cukup kompleks seperti transaksi perbankan melalui SMS dan registrasi keanggotaan sebuah komunitas melalui SMS. Disamping layanan SMS yang

bersifat satu arah seperti *pooling* dan kuis melalui SMS. (media riset, 2006).

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah seberapa efektifkah layanan sms (*short message service*) bisa mempengaruhi etos kerja pada organisasi kemahasiswaan. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat efektifitas kualitas layanan short message service terhadap etos kerja di organisasi kemahasiswaan Sekolah Tinggi Agama Islam Mathali'ul Falah Pati.

B. Tinjauan pustaka

a. Pengertian kualitas layanan

Kualitas dipandang secara lebih luas, di mana tidak hanya aspek hasil saja yang ditekankan, melainkan juga meliputi proses, lingkungan dan manusia. Hal ini tampak jelas dalam definisi yang dirumuskan oleh Goetsh dan Davis (1994) bahwa kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Philip Kotler mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Melalui pengertian ini terlihat bahwa suatu barang atau jasa akan dinilai berkualitas apabila dapat memenuhi ekspektasi pelanggan akan nilai produk tersebut. Artinya kualitas merupakan salah satu faktor yang menentukan penilaian kepuasan pelanggan.

Kualitas layanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof dalam Arief (2007), kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat

keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Terdapat 2 (dua) faktor utama yang memengaruhi kualitas layanan, yaitu *expected service* dan *perceived service* (Parasuraman *et. al.*, 1985). Apabila layanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*) maka kualitas layanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika layanan yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika layanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas layanan tergantung kepada kemampuan penyedia layanan dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. (Arief, 2007).

Menurut Hermawan Kartajaya dalam bukunya *Boosting Loyalty Marketing Performance* (2007), perusahaan yang tidak bisa mengerem laju harapan pelanggan di satu sisi, dan di sisi lain tidak bisa meningkatkan kualitas layanannya, akan semakin ditinggalkan pelanggannya karena kesenjangan antara harapan dan kenyataan bertambah besar. Oleh karena itu untuk menghasilkan produk dan jasa perusahaan yang berkualitas harus didukung dengan manusia dan proses yang berkualitas juga.

Senada dengan Scotti dan Harmon, maka Cronin dan Taylor (1992) menyatakan bahwa dalam ketiadaan ukuran yang obyektif sebuah pendekatan yang tepat untuk memperkirakan kualitas dari suatu perusahaan jasa adalah dengan mengukur kinerja dari jasa yang dipersepsikan oleh pelanggan.

Menurut Zeithaml-Parasuraman-Berry (1990), harapan pelanggan terhadap kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh informasi yang

diperoleh dari mulut ke mulut, kebutuhan-kebutuhan pelanggan itu sendiri, pengalaman masa lalu dalam mengosumsi suatu produk.

Untuk mengetahui kualitas layanan yang dirasakan secara nyata oleh pelanggan, Zeithaml-Parasuraman-Berry memberikan indikator ukuran kepuasan pelanggan yang terletak pada 5 (lima) dimensi kualitas layanan menurut yang dikatakan pelanggan.

- a) *Tangibles* (kualitas layanan berupa sarana fisik perkantoran, komputerisasi administrasi, ruang tunggu, tempat informasi dan sebagainya).
- b) *Realiability* (kemampuan dan keandalan untuk menyediakan pelayanan terpercaya).
- c) *Responsiveness* (kesanggupan untuk membantu menyediakan pelayanan secara cepat dan tepat serta tanggap terhadap keinginan pelanggan).
- d) *Assurance* (kemampuan dan keramahan, serta sopan santun pegawai dalam meyakinkan kepercayaan pelanggan).
- e) *Empathy* (sikap tegas tetapi perhatian dari pegawai terhadap pelanggan).

Jika Parasuraman, Berry, dan Zeithaml mengemukakan ukuran kinerja *excellent service*, maka Heskett, Saser dan Schlesinger dalam *Service Profit Chain* melengkapi dengan memberikan cara dalam mencapai *excellent service*. Menurut mereka, untuk menciptakan *excellent service* perusahaan harus memasukkan layanan ke dalam sistem (*strategic service vision*). Perusahaan harus mengelola *operating strategy* dan *service delivery system* terlebih dahulu sehingga *internal customer*, yakni para karyawan, merasa puas. Jika karyawan puas, mereka akan loyal, mempunyai komitmen yang tinggi pada perusahaan, dan berusaha memperbaiki sisi lemah produk maupun layanan perusahaan, dengan tujuan memaksimalkan

terciptanya kepuasan pelanggan. Loyalitas pelanggan hanya akan tercipta jika karyawan mempunyai antusiasme tinggi dalam melayani pelanggan. Dan antusiasme karyawan tidak akan tercipta jika perusahaan tidak bisa menciptakan kenyamanan kerja dan infrastruktur yang cukup. Jika kepuasan internalnya jelek, produktivitas servisnya pasti juga jelek, yang ujung-ujungnya akan menurunkan kadar loyalitas pelanggan (Kartajaya, 2007).

Intinya adalah kualitas layanan akan menentukan kepuasan pelanggan yang kemudian bermuara kepada loyalitas pelanggan. Berangkat dari hal tersebutlah kemudian dirumuskan bahwa aset yang paling berharga bagi perusahaan adalah pelanggan. Dan logis kalau pelayanan terhadap pelanggan itu harus dikelola dengan sebaik-baiknya. Perusahaan yang berhasil mengelola kualitas layanan hingga terwujudnya kepuasan pelanggan, adalah perusahaan yang akan memenangkan persaingan dalam suatu industri (Sentana, 2006).

b. Efektifitas Komunikasi

Pengertian Efektifitas menurut Peter Salim dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah “Keberhasilan, kemujaraban, pengaruh atau kesan. Efektivitas berarti taraf sejauh mana suatu kelompok mencapai tujuannya”. Menurut Hasan Syadily dalam Ensiklopedi Indonesia, “Secara terminologi efektivitas berarti menunjukkan taraf tercapainya suatu tujuan, suatu usaha dikatakan efektif kalau usaha itu mencapai tujuannya”. Jadi, jika seseorang melakukan perbuatan dengan tujuan tertentu, maka orang tersebut dikatakan efektif apabila sasaran atau tujuan dapat tercapai sesuai dengan yang direncanakan sebelumnya. Dengan kata lain, sesuatu disebut efektif apabila proses kegiatan itu waktunya singkat, tenaga sedikit, hemat biaya, tetapi hasilnya sesuai dengan target. Istilah

komunikasi (bahasa Inggris; *communication*) mempunyai banyak arti. Asal katanya (*etimologi*), istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu *communis*, yang berarti sama (*common*). Dari kata *communis* berubah menjadi kata kerja *kommunicare*, yang berarti menyebarkan atau memberitahukan. Jadi menurut asal katanya, komunikasi berarti menyebarkan atau memberitahukan informasi kepada pihak lain guna mendapatkan pengertian yang sama.

Menurut T. Hani Handoko .Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke-orang lain. Dalam perpindahan pengertian tersebut tidak hanya sekedar kata-kata yang digunakan dalam sebuah percakapan, tetapi juga dibutuhkan ekspresi wajah, intonasi, titik putus vocal dan lain sebagainya. Menurut Katz dan Kahn .Komunikasi adalah suatu proses tukar menukar informasi dan transmisi dari suatu arti, dan semuanya itu merupakan sesuatu yang sangat penting di dalam suatu organisasi.

Jadi dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang komunikator kepada komunikan atau pengirim pesan dari satu pihak kepada pihak lain untuk mendapatkan saling pengertian. Organisasi oleh Katz dan Kahn diartikan, .Sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energi dari lingkungannya dan merubah energi ini menjadi produk atau servis dari *system* dan mengeluarkan produk atau sistem ini kepada lingkungannya. Maksudnya bahwa organisasi adalah sebuah proses dimana berkumpulnya satu atau lebih orang untuk mencapai sebuah tujuan yang ingin dicapai. Proses inilah yang menghasilkan keluaran, dan dari keluaran itu yang melaksanakan adalah manusia yang

memiliki kualitas yang baik. Redding dan Sanborn berpendapat bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Arti kompleks dalam hal ini adalah mencakup hubungan antara manusia diantaranya hubungan atasan terhadap bawahan atau sebaliknya, penggunaan media dalam penyampaian pesan, keterampilan dalam berkomunikasi antar sesama seluruh lapisan organisasi.

Menurut Katz dan Kahn .Komunikasi organisasi adalah merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan *meaning*. atau arti di dalam suatu organisasi. Dengan kata lain komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain secara timbal balik dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Suranto Aw, komunikasi dikatakan efektif apabila dalam suatu proses komunikasi itu, pesan yang disampaikan seorang komunikator dapat diterima dan dimengerti oleh komunikan, persis seperti yang dikehendaki oleh komunikator, dengan demikian, dalam komunikasi itu komunikator berhasil menyampaikan pesan yang dimaksudkannya, sedang komunikan berhasil menerima dan memahaminya.

Efektifnya sebuah komunikasi adalah jika pesan yang dikirim memberikan pengaruh terhadap komunikan, artinya bahwa informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik sehingga menimbulkan respon atau umpan balik dari penerimanya. Seperti contohnya; adanya tindakan, hubungan yang makin baik dan pengaruh pada sikap.

c. Bentuk-bentuk komunikasi

Para penulis telah mengelompokkan komunikasi ke dalam beberapa bentuk. Komunikasi pada

dasarnya dapat dikelompokkan dalam bentuk-bentuk sebagai berikut:

- a. Komunikasi Lisan. Komunikasi lisan adalah komunikasi yang hanya melalui lisan saja dan tidak tertulis. Komunikasi lisan dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu komunikasi lisan secara langsung dan komunikasi lisan secara tidak langsung. Komunikasi lisan secara langsung bisa berarti, bahwa komunikasi yang terjadi secara langsung yakni melalui tatap muka, seperti halnya orang berceramah, orang berpidato, berorasi. Sedangkan komunikasi lisan tidak langsung berarti terjadi komunikasi tanpa adanya tatap muka, seperti halnya orang berbicara ditelepon.
- b. Komunikasi Tertulis. Komunikasi tertulis atau tercetak adalah komunikasi dengan mempergunakan rangkaian kata-kata atau kalimat, kode-kode (yang mengandung arti), yang tertulis atau tercetak yang dapat dimengerti oleh pihak lain. Jadi kesimpulannya kedua komunikasi ini lebih kepada komunikasi satu arah, dimana komunikator hanya menyampaikan pesan yang ada. Untuk komunikasi ini dirasa kurang efektif karena penyampaian pesan dari komunikator belum tentu bisa dipahami oleh komunikan. Ketika komunikator memberi informasi, dia tidak memahami apakah yang diberi informasi sudah mengerti atau belum akan informasi yang telah disampaikan.
- c. Komunikasi *Non Verbal*. Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang menggunakan bahasa badan atau tubuh, seperti gerakan tangan, jari, mata, kepala, dan lain-lain. Komunikasi ini melalui berbagai isyarat atau signal non-verbal. Media yang dipergunakan ialah ekspresi, gerak isyarat, gerak dan posisi badan, yang disebut bahasa badan yang

menyatakan sikap dan perasaan seseorang. Misalkan seorang manajer menampakkan wajah yang masam ketika bawahannya mengajukan pendapat, dan bisa jadi bawahan tersebut menafsirkan muka masam itu sebagai penolakan, padahal bisa jadi manajer tersebut lagi sakit gigi.

d. Hambatan - hambatan dalam Komunikasi.

Komunikasi dalam prosesnya, ada saja beberapa hal yang merintang atau menghambat tercapainya tujuan dari proses komunikasi. Hambatan atau rintangan dalam komunikasi bisa berasal dari pribadi komunikan dan komunikator, lingkungan dan lain sebagainya. Janes G. Robbins S. Janes .Suatu sebab utama dari kemacetan komunikasi, adalah .kebisingan., bunyi atau suara yang ribut, yang dalam konteks ini berarti segala sesuatu yang mengganggu penyampaian atau penerima penerimaan pesan.

e. Organisasi kemahasiswaan

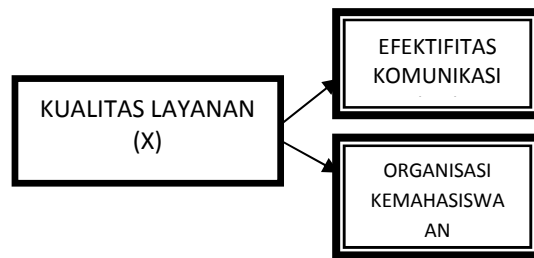
Organisasi mahasiswa intrakampus adalah organisasi mahasiswa yang memiliki kedudukan resmi di lingkungan perguruan tinggi dan mendapat pendanaan kegiatan kemahasiswaan dari pengelola perguruan tinggi.

Para aktivis organisasi mahasiswa intrakampus pada umumnya juga berasal dari kader-kader organisasi ekstra kampus ataupun aktivis-aktivis independen yang berasal dari berbagai kelompok studi atau kelompok kegiatan lainnya. Saat pemilu mahasiswa untuk memilih pemimpin senat mahasiswa, pertarungan antar organisasi ekstrakampus sangat terasa.

Dewan mahasiswa dan majelis mahasiswa adalah lembaga kemahasiswaan tingkat universitas. Dewan mahasiswa ini sangat independen, dan merupakan kekuatan yang cukup diperhitungkan sejak Indonesia merdeka hingga masa Orde Baru berkuasa. Ketua dewan mahasiswa selalu menjadi kader

pemimpin nasional yang diperhitungkan pada jamannya.

f. Kerangka Pikir Teoritis



Gambar 1: Kerangka Pikir

g. Hipotesis penelitian

H₁: Ada pengaruh hubungan kualitas layanan terhadap efektifitas komunikasi.

H₂: Ada pengaruh hubungan kualitas layanan terhadap organisasi kemahasiswaan

C. METODE PENELITIAN

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek-subyek yang mempunyai kontinuitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Supramono dan Haryanto, 2003). Populasi selain menyangkut obyek-subyek, juga meliputi karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh obyek-subyek itu. Populasi adalah sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu. Dan anggota populasi disebut dengan elemen populasi (Nur Indrianto, dkk., 2002).

Dalam penelitian ini sebagai populasi adalah mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Matha'liul Falah Pati yang tergabung dalam HMPS_Perbankan Syariah.

Penelitian ini menggunakan penelitian sampel artinya penelitian dilakukan dengan hanya meneliti sebagian dari populasi, sampel adalah wakil populasi yang diteliti. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Sekolah Tinggi

Agama Islam Matha'liul Falah Pati yang tergabung dalam HMPS_Perbankan Syariah berjumlah.

Dengan memperhatikan besarnya populasi sasaran (*target population*) dan mempertimbangkan segi waktu, tenaga dan faktor kedekatan lokasi serta substansi materi yang akan diteliti, maka untuk memperoleh informasi tentang karakteristik suatu populasi tidak perlu semua semua anggota populasi tersebut diobservasi tetapi cukup hanya serbagian saja yang akan dilakukan untuk penentuan sampel (*sampling population*) sebagai anggota populasi terpilih dan mewakili populasi.

Penentuan jumlah sampel maupun penentuan responden sampel dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu penentuan sampel secara sengaja dengan memilih anggota-anggota populasi yang diperkirakan dapat mewakili karakter populasi. Penentuan sampel berdasarkan *purposive sampling* dilakukan dengan menetapkan kriteria sampel yaitu responden / mahasiswa dalam dari program studi perbankan syariah yang masing-masing bidang dipilih 15 responden sampel yang terdiri atas 3 (tiga) divisi.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji validitas

Dengan menggunakan program *software* SPSS untuk mengolah data dan menggunakan tingkat kesalahan 5%, maka dengan jumlah responden *Try Out* sebanyak 20 orang diperoleh t_{tabel} yaitu 0,4227.

Kriteria pengujian:

Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka butir atau variabel tersebut Valid.

Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$, maka butir atau variabel tersebut Tidak Valid.

Berikut ini akan dilakukan langkah-langkah analisis validitas dan reliabilitas terhadap indikator-indikator yang ada. Untuk menguji validitas instrumen digunakan analisis butir item, yaitu

mengkorelasikan skor masing-masing butir dengan skor total. Jika hitung diperoleh hasil sama atau lebih besar dari r_{tabel} maka instrumen tersebut dinyatakan valid.

Dari hasil olah data dengan menggunakan SPSS for windows 17.0, maka dapat dikatakan seluruh item pertanyaan dari kuesioner dinyatakan valid karena r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} .

b. Uji Reliabilitas

Sesudah diadakan uji validitas langkah berikutnya adalah mengadakan uji reliabilitas dengan cara membandingkan antara nilai r_{alpha} dengan r_{tabel} dari setiap variabel penelitian.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas dari setiap variabel penelitian dengan menggunakan bantuan program SPSS, diperoleh hasil dengan nilai α lebih besar dari nilai 0,6. Jadi dapat dinyatakan bahwa Kualitas Layanan (X_1), Efektifitas Komunikasi (X_2), Organisasi Kemahasiswaan (Y), yang digunakan dapat menghasilkan data yang *reliabel* atau dapat dipercaya.

c. Hasil uji hipotesis

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Kualitas Layanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap Organisasi Kemahasiswaan HMPS-PS. Dimana capaian t_{hitung} dari hasil olah data program *software* SPSS pada tabel *coefficients*^a kolom t adalah 4.276 melebihi t_{tabel} 1,667 (dengan $\alpha = 0,05$ dan $N = 68$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa **ada** pengaruh yang positif antara Kualitas Layanan (X_1) Terhadap Organisasi Kemahasiswaan (Y) **Secara Parsial**.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa Efektifitas Komunikasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap Organisasi Kemahasiswaan. Dimana capaian t_{hitung} dari hasil olah data program *software* SPSS pada tabel

coefficients^a kolom t adalah 2,306 melebihi t_{tabel} 1,667 (dengan $\alpha = 0,05$ dan $N = 68$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif antara Efektifitas Komunikasi (X_2) Terhadap Organisasi Kemahasiswaan (Y) Secara Parsial.

F_{tabel} diperoleh dari tabel f dengan acuan angka df 64 yang diperoleh dari tabel ANOVA^b kolom df baris *residual*. Jadi, f_{tabel} untuk penelitian ini adalah 2,74. Sedangkan untuk f_{hitung} pada penelitian ini diperoleh dari tabel ANOVA^b kolom F baris *regression* yaitu pada angka 40.874

Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif antara Kualitas Layanan (X_1), Efektifitas Komunikasi (X_2), Terhadap Organisasi Kemahasiswaan ((Y) secara berganda.

d. Persamaan regresi

Apabila X_1 dinaikkan 1 digit (variabel lainnya konstan), maka Organisasi Kemahasiswaan akan meningkat sebesar 1. Sebaliknya apabila X_1 diturunkan 1 digit (variabel lainnya konstan), maka Organisasi Kemahasiswaan akan menurun sebesar 0,375.

Apabila X_2 dinaikkan 1 digit (variabel lainnya konstan), maka Organisasi Kemahasiswaan akan meningkat sebesar 0,225. Sebaliknya apabila X_2 diturunkan 1 digit (variabel lainnya konstan), maka Organisasi Kemahasiswaan akan menurun sebesar 0,225.

Apabila X_1 , X_2 dinaikkan atau diturunkan secara bersama-sama, maka akan berpengaruh terhadap Y.

e. Hasil uji determinasi

Seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya dapat dilihat koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,641 atau 64,1% artinya besarnya perubahan variabel Organisasi Kemahasiswaan sebanyak 64,1% dijelaskan oleh variasi perubahan

variabel Kualitas Layanan, Efektifitas Komunikasi, didalam model penelitian ini, sedangkan sisanya sebesar 35,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

f. Pembahasan

- Kulaitas Layanan

Berdasarkan hasil analisis menunjukan ada pengaruh dan hubungan yang signifikan antara Kulaitas Layanan terhadap Organisasi Kemahasiswaan HMPS-PS STAIMAFA dengan koefisien regresi sebesar 4,276 dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,634, hal ini berarti Kulaitas Layanan memberikan pengaruh yang positif. Berdasarkan analisis tersebut dapat dikatakan bahwa semakin baik Kulaitas Layanan maka semakin baik pula pengaruhnya terhadap Organisasi Kemahasiswaan HMPS-PS di STAIMAFA.

- Efektifitas Komunikasi

Berdasarkan hasil analisis menunjukan ada pengaruh dan hubungan yang signifikan antara Efektifitas Komunikasi terhadap Organisasi Kemahasiswaan HMPS-PS di STAIMAFA. dengan koefisien regresi sebesar 2,305 dan nilai koefisien korelasi sebesar 0,631, hal ini berarti Efektifitas Komunikasi memberikan pengaruh yang positif. Berdasarkan analisis tersebut dapat dikatakan bahwa semakin baik Efektifitas Komunikasi mahasiswa maka semakin baik pula dalam pengelolaan Organisasi Kemahasiswaan HMPS-PS di STAIMAFA.

SIMPULAN

Kualitas Layanan mempunyai Peran aktif dalam keberhasilan Organisasi Kemahasiswaan HMPS-PS dalam menentukan efektifitas berkomunikasi yang baik secara parsial, yang ditunjukkan oleh t_{hitung} sebesar 4.276 (lebih dari t_{tabel} 1.667.). Dari hasil analisis beberapa indikator pemahaman responden terhadap variabel Kualitas

Layanan diperoleh skor rata-rata 6,10 yang masuk dalam kategori Besar. Semakin baik Kualitas Layanan yang dimiliki mahasiswa maka akan semakin baik pula didalam mengelola organisasi kemahasiswaan.

Efektifitas Komunikasi mempunyai pengaruh positif dalam keberhasilan mahasiswa STAIMAFA dalam mengelola organisasi kemahasiswaan secara parsial, yang ditunjukkan oleh t_{hitung} sebesar 2.305 (lebih dari t_{tabel} 1.667.). Dari hasil analisis beberapa indikator pemahaman responden terhadap variabel Efektifitas Komunikasi diperoleh skor rata-rata 5,91 yang masuk dalam kategori cukup Besar, semakin baik Efektifitas Komunikasi yang dimiliki mahasiswa maka akan semakin baik dalam mengelola organisasi kemahasiswaan.

Secara berganda, Kualitas Layanan, Efektifitas Komunikasi, mempunyai Peran aktif dalam keberhasilan mahasiswa dalam mengelola organisasi kemahasiswaan. yang ditunjukkan oleh F_{hitung} sebesar 40.874 (lebih dari F_{tabel} 2,74).

Variabel Kualitas Layanan, Efektifitas Komunikasi, didalam model penelitian ini, mempunyai pengaruh variabel organisasi kemahasiswaan sebanyak 64,1% sedangkan sisanya sebesar 35,9% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini yang menunjukkan adanya pengaruh yang positif Kualitas Layanan, Efektifitas Komunikasi mempunyai pengaruh positif dalam keberhasilan mahasiswa mengelola organisasi di STAIMAFA. Berpijak pada hasil penelitian diatas maka pemberdayaan komunikasi serta pembentukan organisasi kemahasiswaan yang dilaksanakan pada saat SPMB dapat bermanfaat dan terus ditingkatkan

intensitasnya. Hal tersebut ditunjukan adanya perubahan perilaku dimahasiswa yang memiliki tingkat emosi yang baik dalam menyikapi segala masalah, tetapi yang perlu di tinjau kembali adalah setelah pembentukan organisasi tidak ada pembinaan nilai emosional dan nilai spiritual, dan tidak ada alat pengukur untuk mengetahui apakah organisasi berhasil atau tidak.

Variabel-variabel diluar penelitian seperti ketenangan lingkungan tempat belajar, cara dosen menyampaikan materi, fasilitas atau alat yang dipakai belajar juga mempengaruhi hasil dan juga perlu diperhatikan, karena besar variabel diluar penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- A.W., Suranto, Komunikasi Efektif untuk Mendukung Kinerja Perkantoran, www.uny.ac.id, 29 April 2006
- , *Membangun Komunikasi Efektif*, www.kapanlagi.com
- , *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1998, cet.2
- Budiyono, Amirullah Haris, *Pengantar Manajemen*, Yogyakarta: PT Graha Ilmu, 2004, ed.2
- Curtis, Daw B., *et.al.*, *Komunikasi Bisnis dan Professional*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1999, cet.3
- Effendy, Onong Uchajana, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002, cet. 13
- Gellerman, Saul W., *Manajer Dan Bawahan*, Jakarta:PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1983, cet.1
- Ghozali, Imam, 2004, Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program Amos Ver 5,0. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Handoko, T. Hani, *Manajemen*, Yogyakarta: BPFE, 1995, Ed. 2

- Muhammad, Arni, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1989
- Prijosaksono, Aribowo dan Sembel, Roy, *Komunikasi yang Efektif*, www.sinarharapan.co.id, 2002
- Purwadarminta, WJS., *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 1988
- Rakhmat, Jalaluddin, *Psikologi Komunikasi*, Edisi Revisi, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000, Cet. Ke-15
- Robbins, James G. dan Janes, Barbara S., *Komunikasi Yang Efektif, Untuk Pemimpin, Pejabat Dan Usahawan*, Jakarta: CV. Pedoman Ilmu Jaya, 1986, cet.3
- Salim, Peter, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer*, Jakarta: Modern English Press, 1991, Cet. Ke-1
- Sentoso, Jimmy, *Komunikasi Efektif dalam Tim*, www.sinarharapan.co.id, 2003
- Sisdiknas, UU., *Tentang Guru dan Dosen*, UU. RI. No. 14 Tahun 2005
- Subroto, Suryo, *Proses Belajar Mengajar*, Jakarta: Rineka Cipta. 1997, Cet. Ke-1
- Wursanto, Ig., *Dasar-dasar Ilmu Organisasi*, Yogyakarta; Andi, 2003, Ed. 1