

Humanitaria: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

ISSN : 2962-2948

E-ISSN : 2962-293X

DOI :

Vol. 5 No. 2, Juli 2026

<https://ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/humanitaria>

**Media Digital dalam Strategi Komunikasi Efektif Biro Skripsi
untuk Mewujudkan Pelayanan Prima di Perguruan Tinggi**

Rahmah Attaymini, Maya Sandra Rosita Dewi, Achmad Zuhri

*Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta*

Email: rahmah.attaymini@uin-suka.ac.id, maya.sandra@uin-suka.ac.id, achmad.zuhri@uin-suka.ac.id

Abstract

Excellent service is a crucial aspect in the management of higher education institutions, particularly in academic services that directly interact with students, such as thesis administration units. To achieve excellent service, effective communication strategies are required so that students can obtain information easily, clearly, and transparently. Along with the rapid development of digital technology, cyber media has become a relevant communication tool that aligns with the current characteristics of students who are highly familiar with technology. This study aims to analyze effective communication strategies through the use of cyber media in supporting excellent service at the thesis administration office of the Faculty of Social Sciences and Humanities (FISHUM), UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. This research employs a descriptive qualitative method with data collected through *Focus Group Discussions* (FGDs) involving students and the thesis administration team. The findings reveal that the use of cyber media such as social media, WA and website is proven to be effective as a communication channel between the thesis administration team and students. Cyber media facilitates students in accessing information regarding the procedures and structure of thesis writing while reducing hesitation or reluctance to directly approach the administration staff. The discussion emphasizes that cyber-based communication strategies not only enhance openness and transparency of information but also minimize students' reliance on traditional practices, such as depending on senior peers for information. Therefore, implementing effective communication through digital platforms is essential in realizing excellent service that is responsive, adaptive, and aligned with students' needs in the digital era.

Keywords: Excellent service, effective communication, cyber media, thesis administration, higher education.

PENDAHULUAN

Skripsi merupakan bentuk karya ilmiah yang diwajibkan bagi mahasiswa jenjang sarjana (S1) sebagai bukti pencapaian kompetensi akademik dan kemampuan berpikir kritis terhadap suatu fenomena sosial.

Sebagai bagian dari kurikulum pendidikan tinggi, skripsi tidak hanya menjadi syarat kelulusan, tetapi juga bertujuan untuk melatih mahasiswa dalam menyusun argumen ilmiah yang logis dan sistematis (Anggraini, 2013). Dalam praktiknya, proses administrasi dan pelayanan terkait skripsi di perguruan tinggi biasanya ditangani oleh unit khusus bernama biro skripsi yang berada di tingkat program studi atau fakultas. Biro ini dikelola oleh dosen dan tenaga kependidikan yang bertugas mengatur alur layanan, mulai dari pengajuan judul, seminar proposal, hingga pelaksanaan ujian skripsi. Oleh karena itu, keberhasilan mahasiswa dalam menyelesaikan skripsi mencerminkan kualitas pembinaan akademik di perguruan tinggi tersebut.

Biro pelayanan skripsi berperan sebagai mitra administratif dan akademik mahasiswa yang krusial dalam mendukung penyelesaian studi tepat waktu. Oleh karena itu, profesionalisme biro dalam memberikan pelayanan publik menjadi kunci dalam menjaga kualitas manajemen akademik perguruan tinggi. Pelayanan yang cepat, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan mahasiswa mencerminkan transformasi layanan publik yang adaptif, terutama di era digital saat ini. Perkembangan media siber telah mendorong biro skripsi untuk mengadopsi platform digital dalam memberikan layanan, mulai dari komunikasi berbasis aplikasi, sistem informasi akademik daring, hingga kanal media sosial resmi yang memungkinkan interaksi dua arah secara real time (Suharyanti & Suharyanti, S., & Hanathasia, M. (2021).

Transformasi strategi komunikasi pelayanan publik melalui media siber ini menjadi penting untuk mengurangi hambatan birokrasi, meningkatkan efisiensi, serta membangun citra institusi yang modern dan adaptif terhadap perubahan teknologi komunikasi (Pratiwi et al., 2025). Di tengah tuntutan transparansi dan akuntabilitas publik, biro skripsi perlu

membangun ekosistem layanan yang berfokus pada kebutuhan mahasiswa sebagai warga digital yang terbiasa dengan pola komunikasi cepat dan fleksibel.

Pengertian komunikasi sendiri dapat dilihat dari etimologi (bahasa) dan terminologi (istilah). Dari sudut etimologi, menurut Roudhonah (2007) dalam buku ilmu komunikasi, dibagi menjadi beberapa kata diantaranya “communicare yang berarti berpartisipasi atau memberitahukan, Communis opinio yang berarti pendapat umum. Raymond S. Ross yang dikutip oleh Deddy Mulyana (2007) dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar mengemukakan bahwa “Komunikasi atau Communication dalam bahasa inggris berasal dari kata latin Communis yang berarti membuat sama”. Dari pengertian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu penyampaian pesan yang bertujuan untuk membuat sama persepsi atau arti antara komunikator dan komunikan.

Sedangkan secara “terminologi” ada banyak ahli yang mencoba mendefinisikan diantaranya Hovland, Janis dan Kelley seperti yang dikemukakan oleh Forsdale bahwa “komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain”. Menurut Laswell bahwa “komunikasi itu merupakan jawaban terhadap who says what in which medium to whom with what effect (siapa mengatakan apa dalam media apa kepada siapa dengan apa efeknya). John B. Hoben mengasumsikan bahwa komunikasi itu (harus) berhasil “Komunikasi adalah pertukaran verbal pikiran atau gagasan” (Parianto, P., & Marisa, S. (2022).

Proses komunikasi dikatakan berhasil apabila antara penyampai dan penerima pesan mendapatkan pengertian yang sama. Hal ini dapat dikatakan bahwa komunikasi berjalan secara efektif. Komunikasi yang efektif akan

berdampak baik untuk kemajuan suatu organisasi. Saat komunikasi berjalan efektif, mereka yang terlibat dalam ruang lingkup komunikasi akan dengan mudah memahami apa yang dibicarakan oleh komunikator. Secara singkat dapat dijelaskan bahwa komunikasi akan dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat ditangkap dengan baik oleh komunikan. Komunikasi dinilai efektif bila rangsangan yang diberikan dan dimaksudkan oleh sumber atau pengirim, berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap dan dipahami oleh penerima (Oktarina, 2017). Komunikasi efektif tidak dapat diukur apabila tolak ukur yang dibuat tidak jelas. Dalam bukunya Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss menyebutkan ada lima hal yang dapat dijadikan alat ukur komunikasi yang efektif, yaitu pemahaman, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik, dan tindakan.

Pada pelayanan Biro Skripsi, komunikasi yang efektif menjadi tolak ukur penilaian dalam pelayanan. Penilaian baik dan tidaknya dalam pelayanan biasanya dilihat dalam segi kecakapan petugas dalam menyampaikan informasi. Oleh karenanya dibutuhkan skill yang mumpuni bagi petugas pelayanan akademik khususnya biro skripsi dalam berkomunikasi dengan mahasiswa yang akan mengajukan skripsi. Dengan melakukan komunikasi efektif dapat meningkatkan kualitas pelayanan kinerja dari para pelaku komunikasi. Menurut Mitchel aspek yang meliputi kinerja diantaranya: kualitas kerja, ketepatan waktu, inisiatif, kemampuan, dan komunikasi (Meriana, 2017).

Proses komunikasi akan berjalan dengan baik apabila komponen dalam melakukan proses komunikasi juga berjalan dengan baik. Salah satu komponen dalam menunjang keberhasilan komunikasi adalah media. Proses komunikasi memerlukan media karena media merupakan sarana penyampaian dan penerimaan pesan. Kehadiran media mempermudah dan

membuat proses komunikasi menjadi lebih efektif dan lancar. Menurut Cangara media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Dengan menggunakan media yang sesuai, komunikator dapat lebih efisien dalam menyampaikan pesan kepada komunikan (Cangara, 2018).

Salah satu jenis media yang bisa digunakan dalam menunjang komunikasi pelayanan akademik diantaranya adalah media siber. Media siber didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediiasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Nasrun, 2022). Definisi lain media siber adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011). Media siber merupakan media yang menggunakan internet, media siber berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik (Alfaridzi, M. S. , 2021).

Media siber dirasa akan efektif karena mahasiswa lebih dekat dengan media tersebut. Mahasiswa saat ini dikategorikan sebagai generasi Z atau generasi Millenial yang lekat dengan teknologi digital khususnya media siber. Hampir setiap hari kehidupan mereka ditunjang dengan media siber. Dalam hal pelayanan akademik khususnya biro skripsi, diperlukan media siber sebagai perantara untuk memberikan pemahaman kepada mahasiswa. Fitur yang disediakan dalam media siber diyakini mampu mempengaruhi tingkat pemahaman mahasiswa dalam memahami informasi maupun alur atau panduan skripsi. Media ini bisa memperkuat pemahaman mahasiswa yang mungkin kurang bisa dicerna melalui komunikasi secara lisan. akan tetapi hal yang perlu ditekankan dalam penggunaan media siber adalah pengelolaan dan etika penggunaan yang baik. (Ikasari, 2025)

Penelitian mengenai strategi komunikasi dalam pelayanan publik di perguruan tinggi telah mengalami perkembangan signifikan dalam lima tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya kebutuhan digitalisasi layanan dan ekspektasi mahasiswa sebagai digital native. Subagio, D. P. W., Hastari, S., & Pudyaningsih, A. R. (2022) dalam penelitiannya pada UPT Pelayanan Terpadu Universitas Negeri Semarang menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial menjadi strategi utama dalam menjangkau mahasiswa secara cepat dan efisien. Penelitian tersebut menyoroti penerapan prinsip 5K-komunikasi dua arah, kecepatan, keterbukaan, keakuratan, dan kenyamanan-dalam membangun kualitas pelayanan administrasi berbasis digital. Di sisi lain, Alimuddin dan Fajrina (2023) memfokuskan kajiannya pada proses digitalisasi layanan akademik di perguruan tinggi sebagai upaya meningkatkan efisiensi kerja biro administrasi. Hasilnya memperlihatkan bahwa sistem informasi akademik berbasis web mampu mengatasi keterbatasan layanan konvensional, khususnya selama masa pandemi, sekaligus menciptakan alur komunikasi yang lebih tertata dan terukur. Sementara itu, Sari dan Handayani (2021) meneliti bagaimana biro akademik di sebuah universitas swasta di Jakarta mengadaptasi strategi komunikasi digital untuk menjawab kebutuhan mahasiswa Gen Z. Temuan mereka menggarisbawahi pentingnya penggunaan media populer seperti WhatsApp Business dan Instagram, serta gaya komunikasi yang informal namun efektif, dalam membangun relasi pelayanan yang bersifat partisipatif.

Berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya yang umumnya berfokus pada biro akademik secara luas di tingkat universitas, penelitian ini menitikberatkan pada *biro skripsi* sebagai entitas pelayanan publik yang bersifat mikro namun krusial dalam penyelesaian studi mahasiswa. Fokus ini memberikan kontribusi baru karena biro skripsi merupakan unit

administratif yang sangat dekat dengan mahasiswa tingkat akhir, namun belum banyak dikaji dalam literatur komunikasi pelayanan publik. Selain itu, penelitian ini mengangkat isu *transformasi strategi komunikasi*, bukan sekadar penggunaan media digital sebagai alat bantu. Dengan pendekatan tersebut, penelitian ini berupaya mengkaji perubahan mendasar dalam pola komunikasi biro skripsi, termasuk dalam pemilihan media, gaya penyampaian pesan, hingga relasi interpersonal antara pengelola dan mahasiswa. Penelitian ini juga memperlakukan media siber tidak hanya sebagai saluran komunikasi, tetapi sebagai ruang layanan publik yang dinamis dan interaktif. Dengan demikian, studi ini menghadirkan kebaruan dalam tataran konseptual maupun praktik, sekaligus memperkaya diskursus tentang modernisasi birokrasi pendidikan tinggi berbasis media digital.

Berdasar pemaparan diatas, maka dirasa perlu untuk melakukan penelitian mengenai Transformasi Strategi Komunikasi Pelayanan Publik melalui Media Siber pada Biro Skripsi khususnya di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Namun, adopsi teknologi digital tidak serta-merta menjamin peningkatan kualitas layanan. Masih terdapat kesenjangan dalam implementasi, baik dari sisi infrastruktur, kompetensi sumber daya manusia, maupun tingkat literasi digital mahasiswa dan dosen. Selain itu, belum banyak penelitian yang mengkaji secara komprehensif mengenai efektivitas biro skripsi dalam memberikan pelayanan publik berbasis digital, khususnya terkait pengaruhnya terhadap kepuasan mahasiswa dan percepatan penyelesaian studi.

Dengan demikian, penelitian mengenai biro pelayanan skripsi menjadi penting untuk dilakukan. Pertama, karena biro skripsi memegang peran strategis dalam manajemen akademik perguruan tinggi. Kedua, karena transformasi digital menuntut adanya evaluasi efektivitas dan

adaptabilitas layanan biro skripsi. Ketiga, karena kualitas layanan biro skripsi berkontribusi langsung terhadap keberhasilan mahasiswa dalam menyelesaikan studi tepat waktu. Oleh sebab itu, kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai dinamika pelayanan biro skripsi serta menawarkan rekomendasi strategis dalam rangka peningkatan mutu layanan publik di perguruan tinggi dan mampu memberikan evaluasi dan pengelolaan layanan biro skripsi yang baik melalui komunikasi yang efektif dengan menggunakan media siber atau digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis metode kualitatif dengan jenis riset deskriptif. Menurut Sukmadinata, penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menggunakan deskripsi dalam menganalisis suatu kejadian atau fenomena, kepercayaan, persepsi, sikap, sosial dan manusia atau kelompok orang itu sendiri. Dalam menggunakan jenis penelitian kualitatif biasanya menggunakan wawancara, pengamatan, observasi, dan pemanfaatan dokumen (Hadi, 2021). Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan metode penelitiannya yaitu mengambil contoh kasus pada Biro Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.

Memberikan deskripsi mengenai apa yang terjadi sebenarnya (fakta) adalah jenis penelitian ini yang bersifat deskriptif. Penelitian ini mengklarifikasi terhadap apa yang terjadi pada fenomena atau kenyataan sosial dengan cara pengumpulan data baik berupa pengamatan atau wawancara di lapangan. Penelitian deskriptif sendiri menggambarkan suatu kejadian dari tindakan yang dilakukan oleh manusia baik hal tersebut merupakan alamiah atau rekayasa yang dibuat manusia itu sendiri. Penelitian deskriptif juga menunjukkan suatu perbedaan antara fenomena

satu dengan fenomena yang lain baik berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, dan hubungan. Fenomena tersebut dideskripsikan yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti dengan hasil penelitian yang hanya berupa deskripsi mengenai variabel yang akan diteliti dan menyajikan kualifikasi dalam variabel tersebut (Wasil, 2022).

Pendekatan studi kasus dengan FGD (Focus Group discussion), yaitu merupakan salah satu metode riset kualitatif yang paling terkenal selain teknik wawancara. FGD adalah diskusi terfokus dari suatu group untuk membahas suatu masalah tertentu, dalam suasana informal dan santai. Peneliti melakukan pendekatan empiris yaitu berusaha mendekati masalah yang diteliti sesuai dengan kenyataan yang ada pada para pengelola biro skripsi dan tendik dari masing-masing 3 program studi yang ada di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Subjek dari penelitian ini adalah biro skripsi dan tendik yang berasal dari 3 prodi yang ada di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Adapun objek dalam penelitian ini adalah hal yang akan diteliti yaitu strategi komunikasi efektif melalui media siber yang digunakan oleh para pengelola biro skripsi di masing-masing prodi dalam mewujudkan pelayanan prima bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Peneliti melakukan observasi dan pengamatan secara langsung dan melebur dengan para pengelola biro skripsi yang ada di Fakultas untuk melihat strategi komunikasi efektif apa yang mereka gunakan guna mewujudkan pelayanan prima bagi mahasiswa saat mengajukan daftar seminar, daftar skripsi dan lain sebagainya.

Data primer dari penelitian ini adalah data tentang strategi komunikasi efektif melalui media siber yang diperoleh dengan melakukan teknik pengumpulan data melalui in depth interview dan melaksanakan FGD pada para pengelola biro skripsi dari masing-masing 3 program studi yang

ada di bawah Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Sementara data sekundernya didapatkan melalui observasi dan dokumentasi. Dalam praktiknya teknik wawancara dilakukan secara terstruktur sesuai pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap. Selanjutnya peneliti juga menggunakan data-data yang berasal dari dokumentasi baik dari file, naskah jurnal, data laporan dll.

Metode analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis model Miles and Huberman. Analisis data dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Menurut Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (Sugiyono, 2019). Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis model Miles and Huberman dengan tahapan analisis yaitu: data meliputi reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan simpulan/ verifikasi (*conclusion drawing/verification*). Untuk menguji keabsahan data penelitian maka peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dan teori.

Model Analisis Interaktif Miles & Huberman. Proses analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan empat tahap, yaitu: Pengumpulan Data, Reduksi Data, Penyajian Data, dan yang terakhir Penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data dalam penelitian ini maka dilakukan teknik triangulasi. Pada uji keabsahan data dalam penelitian menurut (Sugiyono, 2013:270) terdiri dari uji *credibility* (validitas interval), *transferability* (validitas eksternal), *dependability* (reliabilitas), *confirmability* (objektivitas). Pada penelitian ini menggunakan uji *credibility* yaitu dengan teknik triangulasi. Ada empat

macam triangulasi menurut (Puji Leksono, 2015), yaitu triangulasi metode, triangulasi antar peneliti, triangulasi sumber data dan triangulasi teori. Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber data yaitu untuk mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2013:274). Dengan triangulasi sumber, peneliti mencari berbagai sumber data yang berbeda-beda statusnya untuk kemudian diverifikasi kembali untuk dicari persamaan dan perbedaan dari berbagai sumber yang melalui metode wawancara untuk memperoleh data yang lebih valid. Untuk triangulasi pada penelitian ini yaitu hasil *benchmarking* dengan Prodi Ilmu Komunikasi dan tim biro skripsi UPI Bandung

KAJIAN TEORI

Model Komunikasi David K. Berlo Model komunikasi merupakan representasi visual dari identifikasi bagaimana sebuah proses komunikasi berjalan (Putri, 2021). Bisa dikatakan model komunikasi merupakan perwujudan dari sebuah komunikasi berjalan. Mulai dari sebuah pesan disampaikan hingga pesan diterima.

Ada empat komponen penting yang ditekankan David K. Berlo dalam model komunikasinya ini, yaitu Source, Message, Channel, dan Receiver. Karena empat komponen inilah, model komunikasi Berlo disebut pula model komunikasi SMCR (Wijayani, 2022).

1. Source (sumber) Sender/source atau pengirim pesan adalah sumber berasalnya pesan atau bisa dikatakan seseorang yang memberikan pesan. Sumber dalam komunikasi dapat disebut komunikator. Sumber bisa terdiri dari satu orang atau beberapa orang yakni kelompok. Kelompok disini seperti halnya organisasi, partai, atau lembaga tertentu. Sumber juga sering dikatakan sebagai source, sender, atau encoder (Sabrinah, 2017). Terdapat beberapa faktor

yang mempengaruhi elemen sender/source atau sumber yaitu keterampilan komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial, dan budaya (repository.dinus.ac.id)

- a. Keterampilan komunikasi (communication skills): Merupakan kemampuan individu untuk berkomunikasi seperti kemampuan untuk membaca, menulis, berbicara, mendengarkan, dan lain sebagainya. Keterampilan komunikasi yang dimiliki oleh sender/source merupakan faktor yang mempengaruhi proses komunikasi. Jika sender/source memiliki keterampilan komunikasi yang baik, maka pesan akan dapat dikomunikasikan dengan lebih baik, begitu juga sebaliknya
- b. Sikap (attitudes) Merupakan sikap yang diberikan oleh sender/source kepada diri sendiri, khalayak, dan lingkungan dapat memberikan perubahan makna dan efek pesan.
- c. Pengetahuan (knowledge) merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh sender/source tentang subyek pesan yang membuat pesan dikomunikasikan memiliki efek yang lebih terhadap khalayak. Dengan memiliki pengetahuan yang baik tentang subyek akan membuat pesan dapat dikirimkan secara lebih efektif oleh komunikator. Perlu dipahami bahwa pengetahuan disini menyangkut pengetahuan tentang subyek bukan pengetahuan secara umum
- d. Sistem sosial (social systems) Meliputi beberapa aspek sistem sosial seperti nilai-nilai, kepercayaan, budaya, agama, dan pemahaman umum terkait masyarakat. Aspek-aspek ini mempengaruhi cara sender/source dalam mengkomunikasikan pesan.

- e. Budaya (culture) Merupakan bagian dari masyarakat yang juga berada dalam sistem sosial. Latar belakang budaya yang dimiliki oleh individu dapat mempengaruhi dalam pembentukan serta penerimaan pesan. Dengan kata lain, perbedaan budaya mempengaruhi dalam penerimaan pesan.
2. Message (pesan) Yang dimaksud dengan elemen message atau pesan dalam model komunikasi Berlo adalah substansi yang dikirimkan oleh sender/source kepada penerima pesan. Rozikin (2026) menyatakan pesan yang dikirimkan oleh sender/source dapat berbentuk suara, teks, video, ataupun media lainnya. Pesan adalah isi dari komunikasi yang memiliki nilai dan disampaikan oleh seseorang (komunikator). Pesan bersifat menghibur, informatif, edukatif, persuasif, dan juga bisa bersifat propaganda. Pesan disampaikan melalui dua cara, yaitu verbal dan nonverbal. Bisa melalui tatap muka atau melalui sebuah media komunikasi. Pesan bisa dikatakan sebagai Message, Content, atau Information. Faktor-faktor yang mempengaruhi elemen Message/pesan yakni:
 - a. Isi (content) Merujuk pada materi dalam pesan yang dipilih oleh sender/source untuk mengekspresikan tujuannya. Isi atau content memiliki elemen dan struktur.
 - b. Elemen (elements) Menyangkut beberapa hal nonverbal seperti bahasa, gestur, bahasa tubuh dan lain sebagainya. Dalam pesan selalu terdapat beberapa elemen yang melengkapi isi pesan atau content.
 - c. Perlakuan (treatment) merujuk pengemasan pesan yang mencakup bagaimana pesan dikirimkan kepada penerima pesan serta memberikan efek terhadap umpan balik yang diberikan oleh

receiver atau penerima pesan. Perlu diingat pula bahwa perlakuan yang berlebihan terhadap pesan justru akan menghambat jalannya komunikasi.

- d. Struktur (structure) Merujuk pada struktur pesan yang berdampak pada keefektifan sebuah pesan. Pesan bisa jadi sama namun struktur pesan yang tidak baik akan membuat pesan tidak dapat diterima dengan baik oleh receiver atau penerima pesan.
 - e. Kode (code) merujuk pada kode pesan dalam artian bagaimana bentuk pesan yang dikirimkan misalnya bahasa sebagai alat komunikasi, bahasa tubuh, gestur, musik, dan budaya. Melalui kodekode, kita memberikan atau menerima pesan. Pesan akan sangat jelas apabila kode-kode pesan sangat baik. Sebaliknya, kode pesan yang tidak baik dapat menimbulkan misinterpretasi.
3. Channel (Media dan Saluran Komunikasi) Dalam melakukan komunikasi, sender/source harus memilih sebuah saluran komunikasi untuk membawa atau mengirimkan pesan yang dimiliki. Faktor-faktor yang mempengaruhi elemen Channel/saluran komunikasi yakni: a. Hearing: Mendengarkan, yaitu menggunakan telinga untuk menerima pesan b. Seeing: Melihat, yaitu saluran komunikasi visual misalnya televisi yang dapat kita lihat dan pesan yang disampaikan dapat kita terima c. Touching: Menyentuh, yaitu sensasi sentuhan dapat digunakan sebagai sebuah saluran komunikasi misalnya ketika akan membeli gorengan kita akan menyentuh gorengan tersebut apakah masih hangat atau tidak. d. Smelling: Mencium dapat menjadi saluran untuk berkomunikasi. Misalnya ketika kita mencium bau bawang goreng maka kita menjadi paham bahwa ada yang memasak makanan e. Tasting: Merasa, indera

pengecap yakni lidah juga dapat kita gunakan sebagai saluran komunikasi misalnya ketika kita mencicipi makanan maka komunikasi pun dapat terjadi

4. Receiver (Penerima Pesan) Receiver atau penerima pesan merujuk pada individu yang menerima pesan yang dikirimkan oleh pengirim pesan. Sebagaimana sender/source atau sumber atau pengirim pesan, maka receiver atau penerima pesan juga memiliki berbagai elemen yang dipengaruhi oleh beberapa faktor. a. Keterampilan komunikasi (communication skills) merupakan kemampuan individu dalam hal ini penerima pesan atau receiver dalam menerima pesan. Keterampilan komunikasi yang dimaksud meliputi kemampuan mendengarkan, menulis, berbicara, membaca, dan lain-lain. b. Sikap (attitudes) Merupakan sikap yang diberikan oleh penerima pesan sebelum dan setelah menerima pesan. c. Pengetahuan (knowlwdge) Merupakan pengetahuan yang dimiliki oleh receiver atau penerima pesan agar pesan dapat diterima dengan baik. d. Sistem sosial (social systems) Meliputi nilai-nilai, kepercayaan, agama, dan lain-lain mempengaruhi receiver atau penerima pesan dalam menerima pesan yang dikirimkan oleh pengirim pesan. e. Budaya (culture) Bagian dari sistem sosial mempengaruhi cara receiver atau penerima pesan dalam menerima pesan

PEMBAHASAN

Pelayanan yang prima adalah aspek yang penting sebagai penentu keberhasilan komersialisasi, terutama pada organisasi/institusi yang bergerak dalam bidang jasa. Pelayanan yang prima menjadi ujung tombak dalam menangkap peluang dan memahami konsumen atau klien yang akan

menggunakan jasa yang ditawarkan. Jika pelayanan yang dirasakan oleh calon konsumen atau klien tidak memuaskan maka hal ini akan berakibat fatal seperti enggan nya klien menggunakan kembali jasa yang ditawarkan oleh organisasi atau institusi.

Perguruan tinggi sebagai penyedia jasa harus memberikan pelayanan (service quality) yang berkualitas kepada mahasiswa. Salah satu karakteristik pelayanan adalah intangible (tidak berwujud). Tjiptono (2011) dalam Hakim (2017) mengemukakan bahwa dalam mengevaluasi jasa yang bersifat intangible, konsumen umumnya menggunakan atribut : (1) bukti langsung (tangibles), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi; (2) keandalan (reliability), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan; (3) daya tanggap (responsibility), yaitu keinginan para staff dan karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap; (4) jaminan (assurance), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu- raguan; dan (5) empati (empathy), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.

UIN Sunan Kalijaga menjadi salah satu perguruan tinggi islam negeri di Indonesia yang berusaha memberikan pelayanan yang baik khususnya dibidang akademik bagi mahasiswa. Di UIN Sunan Kalijaga terdapat beberapa lembaga yang memiliki tugas dan tanggung jawab untuk memberikan pelayanan akademik bagi mahasiswa. Unit layanan yang memberikan pelayanan untuk mahasiswa diantaranya : Admisi, Cendi (pusat pengembangan karir dan tracer study), LPPM, pusat bahasa, dan lain-lain. Salah satu unit layanan mahasiswa yang tersebar hingga level prodi di UIN

Sunan Kalijaga, adalah pelayanan skripsi mahasiswa (biro administrasi skripsi). Biro administrasi skripsi ini merupakan biro pelayanan yang ada di sebuah instansi pendidikan dibawah Departemen atau Program studi. Biro ini biasa terdiri dari dosen maupun tenaga pendidikan yang diberikan amanah untuk mengelola, mengatur dan memudahkan roda pelaksanaan skripsi di sebuah instansi pendidikan. Proses pengajuan penjadwalan dan pelaksanaan skripsi mahasiswa harus melalui biro skripsi ini untuk memudahkan data dan penjadwalan ujian skripsi mahasiswa serta memudahkan program studi mencari data skripsi mahasiswa yang sudah ada sebelumnya.

Tim Biro Skripsi khususnya di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga belum berjalan secara optimal. Masih ditemukan beberapa kendala dalam menjalankan pelayanan mengenai tugas akhir atau skripsi mahasiswa. Kendala terbesar yang dihadapi diantaranya, sulitnya membangun komunikasi dan pemahaman bersama antara mahasiswa dengan tim Biro Skripsi. Ditambah lagi, tim biro skripsi yang di FISHUM adalah dosen yang membuat mahasiswa semakin sungkan untuk berkomunikasi atau mencari informasi terkait sistematika pengerjaan skripsi. Pada akhirnya mahasiswa hanya menjalankan sesuai dengan tradisi kakak tingkaknya, tanpa mereka menyadari bahwa sistem pengerjaan skripsi telah mengalami beberapa perubahan. Kesungkahan mahasiswa untuk mencari informasi berdampak pada menurunnya kualitas tugas akhir yang dihasilkan mahasiswa dan juga sistematika pengajuan skripsi hingga pengajuan ujian munaqosyah terjadi masalah. Masalah yang dihadapi seperti : bahan untuk pengajuan kurang lengkap, mahasiswa melakukannya tidak sesuai alur, bahkan beberapa mahasiswa harus menunda ujian munaqosyah karena syarat kurang lengkap dan baru bisa diidentifikasi diakhir waktu. Hal

ini disebabkan karena kurangnya inisiatif untuk berkomunikasi dengan tim biro skripsi untuk mendapatkan informasi tata laksana pengerjaan skripsi.

Berdasar permasalahan diatas, maka peneliti mencoba untuk mendapatkan solusi praktis agar komunikasi dalam mencari informasi bisa berjalan secara efektif. Kegiatan pertama yang dilakukan adalah mengurai permasalahan yang dihadapi oleh tim biro skripsi di FISHUM. Dengan melakukan FGD yang diwakili oleh tim biro skripsi Prodi Ilmu Komunikasi, Prodi Psikologi, dan Prodi Sosiologi, permasalahan dapat terurai. Hampir disetiap Prodi memiliki kendala yang sama, yaitu kurangnya pengetahuan mahasiswa mengenai tata laksana pengerjaan skripsi sehingga menghambat prosesnya.

Permasalahan yang dihadapi harus segera ditemukan solusinya, karena apabila dibiarkan berlarut-larut, maka akan semakin banyak mahasiswa yang akan mengalami berbagai kendala dalam proses pengerjaan skripsi. Selain itu, mahasiswa tetap melanjutkan tradisi *mengekor* kakak tingkat yang belum tentu kebenaran prosesnya teruji. Dengan demikian, pelayanan yang dilakukan oleh tim biro skripsi juga tidak akan berjalan maksimal. untuk mendapatkan solusi praktis yang baik. Maka dirasa perlu untuk melakukan studi banding ke Instansi Perguruan Tinggi yang melakukan pelayanan Biro Skripsi yang baik (prima). Peneliti memilih UPI Bandung dengan beberapa pertimbangan. UPI Bandung telah berkembang dengan pesat, dan hal itu juga berlaku untuk pelayanan akademik khususnya skripsi mahasiswa. Pelayanan skripsi dilakukan dengan optimal ditunjang dengan teknologi digital untuk mempermudah dalam memberikan pelayanan maupun mempermudah mahasiswa dalam mengakses informasi. Hasil studi banding di UPI Bandung, memberikan inspirasi bagi peneliti

untuk mengimplementasikan sistem tersebut pada tim Biro Skripsi di FISHUM UIN Sunan Kalijaga.

Berdasarkan hasil studi banding, maka peneliti membuat rumusan strategi baru, agar dapat meningkatkan antusiasme mahasiswa dalam mencari informasi sistematika pengerjaan skripsi kepada tim biro skripsi tanpa merasa sungkan, lebih efektif, dan mudah dijangkau. Strategi yang disusun oleh peneliti yaitu dengan strategi komunikasi efektif menggunakan media siber untuk mewujudkan pelayanan prima tim biro skripsi. Mahasiswa diberikan informasi audio visual dengan konten yang disesuaikan dengan *trend* terkini dan karakter mahasiswa. Dengan demikian, mahasiswa menjadi tertarik untuk menyaksikan video audio yang bisa diakses di web prodi dan fakultas. Selain itu diberikan infografis yang kontennya juga disesuaikan dengan karakteristik mahasiswa, sehingga untuk membaca informasi terlihat lebih menyenangkan dan mudah dipahami. Hal ini terbukti, membuat pemahaman mahasiswa mengenai alur dan proses pengerjaan skripsi lebih meningkat.

Analisis Empat Komponen Utama Komunikasi Strategis dalam Pengelolaan Biro Skripsi Bagi Mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Melalui Media Siber dalam Mewujudkan Pelayanan Prima

- 1. Komunikator.** Daya tarik adalah salah satu faktor yang harus dimiliki oleh seorang komunikator selain kredibilitas. Faktor daya tarik (*attractiveness*) banyak menentukan berhasil tidaknya komunikasi. Pendengar /pembaca/ audience atau komunikan bisa saja mengikuti pandangan seorang komunikator, karena ia memiliki daya tarik dalam hal kesamaan (*similarity*), dikenal (*familiarity*), disukai (*likings*), dan fisiknya (*physic*).

Seorang komunikator yang memiliki kredibilitas tentunya harus dapat mengemukakan berbagai pendapat terkait dengan upaya untuk mendukung proses mediasi yang sedang berlangsung. Suatu pesan persuasif menjadi semakin efektif apabila kita mengetahui bahwa penyampai pesan adalah orang yang ahli dibidangnya. Kredibilitas adalah bagian dari persepsi pihak yang menerima pesan (komunikant) tentang sifat-sifat penyampai pesan (komunikator). Dalam hal ini terdapat dua unsur yaitu, pertama kredibilitas merupakan persepsi publik, jadi tidak melekat dalam diri komunikator, kedua kredibilitas berhubungan dengan karakter atau kepribadian komunikator (Rakhmad, 2012).

“...Tiap masing-masing prodi di Fakultas punya Biro Skripsi yang mengatur proses pengajuan skripsi, pengajuan dosen pembimbing, dosen penguji, pelaksanaan sempro, ujian munaqosyah, sampai pada sistematika penulisan yang menjadi acuan di masing-masing prodi. Seorang komunikator harus memiliki daya tarik dan kredibilitas yang mumpuni saat menyampaikan pesan, hal ini tentunya juga harus dimiliki oleh para pengelola biro skripsi dari masing-masing prodi yang ada di bawah naungan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora (FISHUM), karena posisi pengelola merupakan garda terdepan pusat dari segala informasi yang berkaitan dengan skripsi mahasiswa di Fakultas, dari mulai tata penulisan skripsinya sampai pada cara administratif proses pengajuan judul hingga pelaksanaan ujian akhir” (Wawancara dengan Narasumber RA, 2022)

Sebelum menyampaikan pesan, komunikator perlu mempersiapkan diri sebagai penyampai pesan. Komunikator diharapkan memiliki daya tarik dan kredibilitas yang baik agar bisa menarik simpati penerima pesan. Sehingga pesan juga bisa diterima dengan baik. Untuk meningkatkan daya tarik dan kredibilitas komunikator, maka dilakukan FGD dan pelatihan untuk menggali tingkat pengetahuan dalam hal ini tim biro skripsi di Fakultas Ilmu Sosial Humaniora sebagai komunikator mengenai sistematika dan ketentuan penulisan skripsi.

Dari wawancara di atas dapat dianalisis bahwa pengelola Biro Skripsi memiliki peran strategis sebagai pusat layanan akademik yang berhubungan

langsung dengan mahasiswa. Kompleksitas tugas yang mencakup pengajuan judul, penentuan dosen pembimbing dan penguji, hingga pelaksanaan berbagai tahapan ujian menuntut adanya kemampuan komunikasi yang baik dan jelas. Tanpa komunikasi yang efektif, informasi yang disampaikan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, keterlambatan proses, bahkan kebingungan mahasiswa dalam menjalani tahapan skripsi. Oleh karena itu, pengelola biro skripsi harus mampu menyampaikan informasi secara sistematis, mudah dipahami, serta responsif terhadap pertanyaan dan kebutuhan mahasiswa.

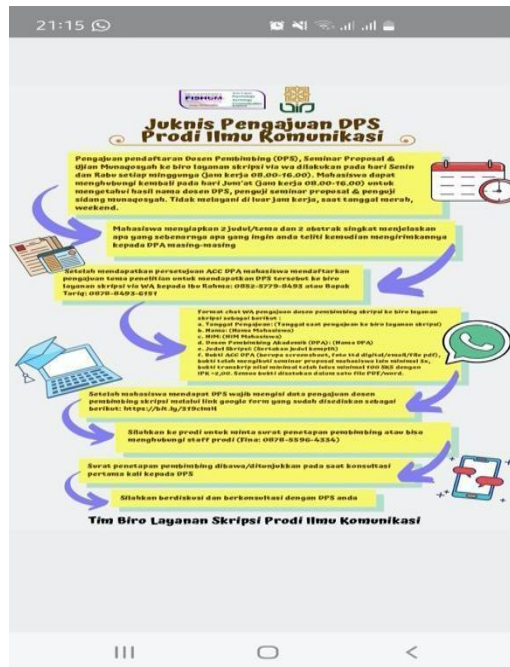
Selain itu, wawancara tersebut menegaskan bahwa aspek kredibilitas dan daya tarik komunikator juga menjadi faktor penting dalam pelayanan biro skripsi. Pengelola biro skripsi sebagai garda terdepan informasi akademik harus dipandang kompeten, dapat dipercaya, dan profesional agar mahasiswa merasa yakin terhadap setiap arahan yang diberikan. Kredibilitas ini tidak hanya dibangun melalui penguasaan informasi dan aturan akademik, tetapi juga melalui sikap komunikatif, empati, dan konsistensi dalam pelayanan. Dengan kemampuan komunikasi yang baik, pengelola biro skripsi dapat menciptakan hubungan yang positif dengan mahasiswa, mendukung kelancaran proses skripsi, serta meningkatkan kualitas layanan akademik di tingkat program studi dan fakultas.

2. **Menyusun Pesan Komunikasi.** Beberapa kriteria yang perlu diperhatikan oleh individu saat menyusun sebuah pesan, agar pesan yang ditulis dan disusun dapat dipahami dengan baik dan benar secara seksama. Kriteria-kriteria tersebut diantaranya yakni sebagai berikut *Pertama* pesan bersifat umum, maksudnya disini adalah pesan disampaikan adalah pesan yang bersifat umum dan mudah dipahami oleh khalayak sasaran. *Kedua*,

menyusun pesan harus “Jelas”. Jelas dalam artian saat menyusun pesan yakni pesan yang disampaikan harus jelas dan tidak menimbulkan salah penafsiran, seperti contoh info yang diberikan oleh pengelola biro skripsi mengenai skema pengajuan pendaftaran biro skripsi secara online saat pandemi, harus menggunakan artikulasi yang jelas dan kata-kata yang mudah dipahami sehingga tidak menimbulkan salah tafsir.

Ketiga, penggunaan bahasa yang jelas. Adapun bahasa yang jelas disini maksudnya adalah bahasa yang digunakan dalam proses penyampaian pesan hendaknya menggunakan bahasa yang jelas dan sesuai dengan khalayak sasaran serta tidak menggunakan istilah-istilah yang tidak dimengerti oleh khalayak sasaran, apabila untuk informasi yang bersifat formal hendaknya menggunakan bahasa Indonesia yang standar, baku dan baik agar menonjolkan sisi serius dalam isi pesan tersebut melalui bahasa yang digunakan. *Keempat*, isi pesan bermuatan positif. Pesan positif adalah pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran dilakukan dengan cara-cara yang positif sehingga mendatangkan rasa simpati dari khalayak sasaran. *Kelima*, pesan harus “Seimbang”. Maksudnya disini adalah pesan yang disampaikan kepada khalayak sasaran disampaikan dengan seimbang, tidak melulu mengungkapkan sisi positif namun juga sisi negatif agar khalayak sasaran dapat menerimanya dengan baik. Keberimbangan disini dimaksudkan agar pesan yang disampaikan mendapatkan masukan-masukan yang positif maupun kesan yang negatif atau bahkan yang membangun. Dan terakhir yakni pesan harus sesuai, maksudnya disini yaitu pesan yang disampaikan hendaknya disesuaikan dengan keinginan khalayak sasaran.

Gambar 1: Contoh penggunaan kata, kalimat dan bahasa pada infografis
biro skripsi Prodi Ilmu Komunikasi



Sumber: Infografis Prodi Ilmu Komunikasi (2022)

...”Saya sebagai salah satu anggota pengelola Biro Skripsi yang ada di prodi sebelum membuat panduan teknis tertulis maupun visual gambar selalu berkomunikasi dan berkoordinasi dengan ketua Biro Skripsi juga dengan Pimpinan Kaprodi dan sekprodi agar pemilihan kata, kalimat dan bahasa yang nantinya dituangkan dalam infografis maupun panduan dapat tersampaikan dengan baik dan tidak bias, sebelum infografis launching atau diumumkan Kaprodi ataupun Sekprodi juga dosen-dosen lalu bersama-sama membaca dan mengoreksi secara menyeluruh agar pesan yang nantinya disampaikan tidak menimbulkan kerancuan (Wawancara dengan Narasumber TY, 2022).

Berdasarkan gambar infografis yang disajikan diatas dan wawancara dengan narasumber diatas, menggambarkan bahwa Biro Pelayanan Skripsi atau Biro Skripsi telah berusaha dan berupaya untuk menyusun pesan terkait teknik pengajuan DPS, pengajuan pelaksanaan seminar proposal dan pengajuan untuk ujian munaqosyah atau tugas dengan pemilihan kata,

kalimat dan bahasa yang baik. Terlihat dari penggunaan bahasa yang dipakai informasi pesan disampaikan secara umum dan mudah dipahami mahasiswa, pesannya jelas di tiap grafis artinya tidak mencampuradukkan pesan yang diperuntukkan untuk pengajuan DPS dan pengajuan pelaksanaan ujian seminar atau ujian akhir yang berarti membuat secara terpisah informasi dari 3 macam kriteria informasi diatas. Pemilihan kata yang digunakan sudah jelas mana kalimat yang berbentuk informatif dan mana kalimat yang berbentuk himbauan, dan pesan yang disampaikan juga sudah berimbang dan positif, terutama perihal panduan penyusunan skripsi yang dibuat secara sistematis dan terstruktur.

Gambar 2: Contoh buku panduan skripsi tahun 2021 milik Prodi ilmu Komunikasi



Sumber: Panduan Penyusunan Skripsi (2021)

Penggunaan komunikasi yang jelas, terstruktur, dan mudah dipahami menjadi kunci utama agar mahasiswa tidak mengalami kebingungan dalam menjalani setiap tahapan skripsi, mulai dari pengajuan judul hingga ujian akhir. Selain kemampuan komunikasi secara lisan dan tertulis, penggunaan konten pesan yang tepat dan jelas, khususnya dalam penyusunan dan penyampaian SOP pengajuan skripsi, juga sangat penting. SOP yang disusun dengan bahasa yang sederhana, sistematis, dan konsisten akan membantu mahasiswa memahami alur administrasi tanpa kesalahan penafsiran. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola Biro Skripsi tidak hanya berfungsi sebagai pelaksana aturan, tetapi juga sebagai komunikator akademik yang mampu mengemas informasi secara efektif. Dengan demikian, kemampuan komunikasi dan pengelolaan pesan yang baik akan mendukung kelancaran proses skripsi serta meningkatkan kualitas pelayanan akademik kepada mahasiswa.

3. Khalayak Sasaran. Beberapa kriteria untuk menentukan sasaran (khalayak) dalam merumuskan sebuah strategi komunikasi, diantaranya pertama Kerangka pengetahuan atau *frame of reference*: Pesan-pesan komunikasi yang akan disampaikan dalam strategi komunikasi kepada komunikan atau khalayak sasaran hendaknya disesuaikan dengan kerangka pengetahuan khalayak agar pesan dapat dengan mudah diterima serta dipahami oleh khalayak sasaran (Soraya, 2014) . Kedua, Situasi dan kondisi: Yang dimaksud dengan situasi adalah situasi komunikasi ketika khalayak sasaran menerima pesan-pesan komunikasi. Sedangkan yang dimaksud dengan kondisi adalah keadaan fisik psikologis khalayak sasaran. Pesan komunikasi yang disampaikan kepada khalayak sasaran hendaknya

mempertimbangkan situasi dan kondisi khalayak sasaran agar pesan dapat tersampaikan dengan efektif.

Ketiga yaitu Cakupan pengalaman atau *field of experience*: Pesan-pesan komunikasi yang akan disampaikan dalam strategi komunikasi kepada komunikan atau khalayak sasaran juga hendaknya disesuaikan dengan cakupan pengalaman khalayak sasaran agar pesan dapat dengan mudah diterima serta dipahami oleh khalayak sasaran.

..."Karena target atau sasaran kami di biro skripsi adalah mahasiswa, tentunya kami harus memberikan informasi dengan cepat dan baik, pemilihan kata yang tidak terlalu baku tapi semi formal namun tetap santai, dan tentunya tidak melupakan unsur komunikasi antara dosen dan mahasiswanya karena pengelola biro skripsi di Fakultas kami berasal dari dosen yang sudah ditunjuk Prodi untuk mengurus Biro skripsi yang tentunya mungkin berbeda dengan Fakultas lain yang masih dipilihkan oleh Kaprodinya langsung. Kami tetap berupaya memberikan pelayanan yang baik dan efektif sesuai target sasaran kami yaitu mahasiswa, info-info penting terkait workshop atau seminar cara menyusun skripsi juga diberikan". (Wawancara dengan Narasumber FW, 2022).

Strategi penentuan media dan penyusunan pesan disesuaikan dengan target sasaran pesan dalam hal ini informasi seputar penyusunan skripsi, teknik administratif pengajuan DPS, pelaksanaan ujian seminar proposal dan pelaksanaan ujian munaqosyah yaitu mahasiswa. Mahasiswa adalah sasaran utama pesan atau informasi dari Biro Skripsi, tentunya para pengelola biro skripsi harus lebih aktif dan persuasif dalam menggunakan kata-kata yang akan dibagikan sebagai informasi kepada mahasiswa. Pengelola harus dapat meneliti karakteristik mahasiswa di tiap angkatan yang tentunya memiliki karakteristik yang berbeda, jangan gunakan kata-kata yang terlalu baku tapi semi formal namun tetap tertib dan sopan. Menyesuaikan kondisi dan situasi mahasiswa saat ini dan mempertimbangkan cakupan pengalaman mahasiswa saat ini agar pesan yang disampaikan mudah dipahami.

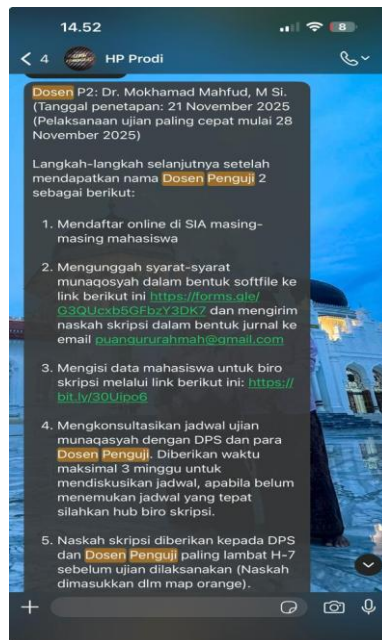
4. Media Komunikasi.

Media komunikasi sebuah sarana atau alat yg dipakai menjadi penyampaian pesan berasal komunikator pada khalayak. Media sangat secara umum dikuasai pada berkomunikasi artinya panca indra manusia seperti mata, telinga. Media komunikasi juga dijelaskan buat sebuah wahana yg dipakai untuk memproduksi, memasak, reproduksi, dan mendistribusikan buat memberikan sebuah info. Media komunikasi sangat berperan krusial bagi kehidupan semua warga dengan sederhana, media komunikasi artinya mediator dalam menyampaikan sebuah isu asal komunikator kepada komunikan yang memiliki tujuan supaya efisien pada berbagi pesan atau info. Komunikasi artinya percakapan yang berlangsung dengan dasar persamaan persepsi.

..."Media komunikasi yang kami gunakan mulai dari penggunaan seluruh platform media sosial atau jejaring sosial yang dapat dipakai seperti WA, WAG, dan baru-baru ini sebagian pengelola biro atau lembaga yang ada di UIN seperti Admisi, Cendi, Pusat Bisnis menggunakan media sosial Tiktok karena saat ini Tiktok menjadi salah satu media sosial yang paling mudah, paling kreatif dan menyenangkan untuk berbagi segala informasi, tidak lupa di Prodi kami menggunakan Website Prodi untuk mengupload updatean terbaru tentang penyusunan dan pengajuan layanan skripsi." (Wawancara dengan Narasumber DNLF, 2022)

Berdasarkan pemaparan narasumber diatas rata-rata masing-masing pengelola biro skripsi di tiap-tiap prodi yang ada di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora (FISHUM) telah memilih dan menggunakan media komunikasi sesuai dengan kebutuhan dari mahasiswa, semua bentuk platform media jejaring sosial yang dapat mempermudah penyampaian informasi telah digunakan sebagai sarana penyambung lidah dari biro skripsi kepada mahasiswa. Adapun media sosial yang biasanya digunakan adalah sebagai berikut seperti Whatsapp (WA), Instagram dan Tiktok, kemudian Website dari masing-masing prodi, segala bentuk dokumen akademik, kegiatan dll dari aktivitas prodi dapat diakses melalui Website.

Gambar 3. Media Komunikasi Pengumuman Dosen Penguji Skripsi Bagi Mahasiswa



Sumber: Olahan Peneliti, 2024

WhatsApp merupakan media komunikasi yang mudah diakses, cepat, dan sudah menjadi bagian dari keseharian mahasiswa, sehingga informasi terkait pengajuan, penetapan, hingga pelaksanaan ujian skripsi dapat diterima secara langsung dan real time. Pengiriman pengumuman secara rutin setiap minggu melalui grup atau pesan WhatsApp membantu memastikan bahwa informasi tidak terlewat, sekaligus meningkatkan keterjangkauan dan efisiensi penyebaran pesan dibandingkan media komunikasi konvensional. Di Prodi Ilmu Komunikasi kanal-kanal informasi juga disampaikan melalui IG, Tiktok dan media sosial lainnya, termasuk

perihal informasi-informasi terbaru yang dibutuhkan mahasiswa terkakit pengajuan skripsi, pengumumn batas akhir pendaftaran wisuda dll.

Simpulan

Berdasarkan artikel dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media siber terbukti efektif sebagai strategi komunikasi dalam mendukung pelayanan prima di Biro Skripsi FISHUM UIN Sunan Kalijaga. Pertama, media siber (misalnya website prodi, WhatsApp/WAG, Instagram, hingga TikTok) mampu mempercepat akses informasi, meningkatkan keterbukaan dan transparansi alur skripsi (prosedur, syarat, dan sistematika), serta mengurangi hambatan komunikasi yang sebelumnya muncul karena mahasiswa sungkan berinteraksi langsung dengan dosen/pengelola biro. Kedua, strategi komunikasi yang dibangun melalui media siber membantu mengurangi ketergantungan mahasiswa pada “tradisi” informasi dari kakak tingkat yang sering tidak akurat/terbaru. Dengan adanya konten audio-visual dan infografis yang dirancang sesuai karakter mahasiswa (digital native), pemahaman mahasiswa terhadap proses skripsi menjadi lebih baik, sehingga kesalahan administrasi (berkas tidak lengkap, salah alur, penundaan ujian) dapat ditekan.

Ketiga, efektivitas strategi komunikasi ini didukung oleh penerapan empat komponen komunikasi strategis (mengacu pada kerangka SMCR Berlo) dalam pengelolaan biro skripsi seperti Komunikator yaitu pengelola biro perlu kredibel dan menarik (ditingkatkan melalui FGD/pelatihan), Pesan atau informasi harus disusun jelas, sistematis, mudah dipahami, dan minim bias, kemudian Khalayak: pesan disesuaikan dengan kerangka pengetahuan, kondisi, dan pengalaman mahasiswa, dan terakhir media yang

dipilih sesuai kebiasaan mahasiswa dan memungkinkan komunikasi dua arah. Artikel menegaskan bahwa komunikasi pelayanan akademik berbasis media siber bukan sekadar penggunaan teknologi, melainkan transformasi pola layanan yang lebih responsif, adaptif, dan sesuai kebutuhan mahasiswa di era digital sehingga berkontribusi langsung pada terwujudnya pelayanan prima di Biro Skripsi.

Penelitian ini masih memiliki sejumlah keterbatasan, terutama karena ruang lingkup kajian berfokus pada satu unit pelayanan akademik, yaitu Biro Skripsi FISHUM UIN Sunan Kalijaga, sehingga temuan yang diperoleh belum dapat digeneralisasikan secara langsung pada fakultas atau perguruan tinggi dengan karakteristik kelembagaan, budaya komunikasi, dan infrastruktur digital yang berbeda. Selain itu, efektivitas pemanfaatan media siber belum diukur secara longitudinal maupun melalui indikator kuantitatif yang lebih objektif, seperti tingkat penurunan kesalahan administrasi, kecepatan penyelesaian layanan, intensitas keterlibatan mahasiswa, dan tingkat kepuasan pengguna. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan metode campuran dengan melibatkan jumlah informan yang lebih luas, melakukan perbandingan antar fakultas atau antarperguruan tinggi, serta memanfaatkan data analitik dari platform digital untuk mengukur jangkauan dan respons pengguna.

Daftar Pustaka

Alfaridzi, M. S. (2021). *Komunikasi Pemerintahan Kelurahan Pasteur Dalam Sosialisasi Program Kang Pisman Di Kota Bandung* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia).

Anggraini, T. Pengaruh Pelaksanaan Kurikulum 2013 Terhadap Prestasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Matematika Kelas Tinggi Di Sd Negeri 108 Bengkulu Utara (Doctoral Dissertation, Iain Bengkulu).

Hakim, A. L. (2017). *Analisis Kualitas Layanan dengan Metode Quality Function Deployment (QFD) pada J&T Express (Studi Kasus: J&T Express, Cabang Benowo-Surabaya)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).

Hadi, A. (2021). *Penelitian kualitatif studi fenomenologi, case study, grounded theory, etnografi, biografi*. CV. Pena Persada.

Ikasari, I., Amalia, R., & Rosyani, P. (2025). Edukasi Membangun Kesadaran Keamanan Dan Etika Penggunaan Media Sosial Bagi Siswa SMK Informatika Ciputat Di Era Digital. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 5(1), 683-690.

Merriana, I. (2017). *Kinerja Sumberdaya Manusia di Perpustakaan Universitas Surabaya (Studi Deskriptif Tentang Kinerja Pustakawan Dan Pegawai Non Pustakawan Di Perpustakaan Universitas Surabaya)* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).

Nasrun, W. A. (2022). *Analisis strategi cyber public relations nipah park dalam meningkatkan jumlah pengunjung= analysis of cyber public relations strategies at nipah park in increasing the number of visitors* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik*. Deepublish.

Parianto, P., & Marisa, S. (2022). Komunikasi Verbal dan Non Berbal dalam Pembelajaran. *Journal Analytica Islamica*, 11(2), 402-416.

Pratiwi, S. F., Zalukhu, L. A., & Hamiza, A. R. (2025). Digitalisasi Dalam Birokrasi Publik: Meningkatkan Pelayanan Publik Serta Mendorong Perubahan Organisasi. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(6), 12605-12614.

Putri, Farizqa Ayuluqyana. 2021. *Mengenal SMCR, Model Komunikasi yang Dipelopori David Kenneth Berlo*

Rozikin, A. K. (2026). *Strategi Komunikasi Tour Leader dalam Memberikan Pelayanan Maksimal pada Customer Biro Wisata Wardana Tour & Travel Ponorogo* (Doctoral dissertation, UIN Kiai Ageng Muhammad Besari Ponorogo).

Suharyanti, S., & Hanathasia, M. (2021). Kampanye generasi berencana (GENRE), sikap generasi Z di Jakarta, dan penetrasi media sosial selama pandemi COVID-19. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 25(2), 111-130.

Subagio, D. P. W., Hastari, S., & Pudyaningsih, A. R. (2022). Diagonal (Digitalisasi Keanekargaman Potensi Lokal) Sebagai Upaya Promosi Produk-Produk UMKM di Kelurahan Randusari Kota Pasuruan. *Surya Abdimas*, 6(4), 646-656.

Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.

Suryanto. 2015. Pengantar Ilmu Komunikasi. Bandung: Pustaka Setia Bandung

Sabrinah. 2017. Makna Sosialisasi BNN (Badan Narkotika Nasional) Terhadap Remaja dan Masyarakat (Studi Kasus Penanggulangan Bahaya Narkoba Kabupaten Tana Toraja Kecamatan Makale)

Soraya, A. (2014). *Strategi Komunikasi pada Special Event Jogja Java Carnival 2011 sebagai Icon Event Budaya* (Doctoral dissertation, Uajy).

Wasil, M. (2022). 2.7. 5 Analisis Tema. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, 27.

Wijayani, Q. N. (2022). Aplikasi model komunikasi berlo dalam komunikasi pemasaran PT. Lion Wings Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 16(1), 101-120