

**EFEKTIVITAS MEDIA DALAM PENINGKATAN PEMAHAMAN VISI WORLD CLASS
UNIVERSITY DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN ORGANISASI**

Oleh :

Hotpascaman Simbolon, M.Psi., Psikolog

Dosen Fakultas Psikologi Universitas HKBP Nommensen

hotpascaman@uhn.ac.id

Yessie Waruwu – 17900037

Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas HKBP Nommensen

Dian Trifani Gulo - 17900058

Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas HKBP Nommensen

ABSTRAK

Perubahan visi merupakan perubahan yang membawa dampak mendasar pada setiap organisasi. Universitas sebagai salah satu institusi Pendidikan, juga tidak luput dalam perubahan ini. Universitas HKBP Nommensen merupakan salah satu universitas swasta yang telah mengalami perubahan mendasar tersebut dengan menggunakan *world class university*, pada tahun 2019. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Kesiapan terhadap visi ini memiliki dinamika tersendiri dengan melihat pemahaman secara kognitif (ingatan dan analisis sederhana) serta mengetahui kesiapan insan civitas. Penelitian ini bersifat eksperimen quasi dengan melibatkan 15 peserta yang lolos dalam procedural penelitian. Terdapat hasil peningkatan secara kognitif dan juga terdapat hasil tidak adanya perbedaan pemahaman visi. Hasil lebih lanjut dan pembahasan akan dibahas dalam bagian tersendiri.

Kata Kunci : Kesiapan dalam menghadapi Perubahan, Universitas, Media

LATAR BELAKANG MASALAH

Revolusi Industri 4.0 merupakan revolusi perkembangan yang pesat dan telah dicanangkan oleh presiden pada perubahan dunia ekonomi dan perkembangan teknologi. Ketua Dewan pertimbangan presiden pada tahun 2017 Sri Adiningsih, mengatakan bahwa pergerakan ekonomi digital akan menjadi pergerakan perubahan arah industri. Perubahan yang paling mendasar adalah pergerakan ekonomi kreatif dengan digital. Perubahan arah kebijakan pemerintah juga sudah mendukung adanya era ini. Salah satu focus pemerintah dalam hal ini adalah perusahaan startup dengan jenis fintech (Financial Technology) (Riana, 2018)

Matsuki HS (2014), mengatakan bahwa perubahan ataupun dampak global atau globalisasi membuat negara-negara berkembang (new emerging and developing countries) merasa harus menyetarakan kualitas dirinya sejajar dengan negara-negara maju dilihat dari Human Development Index (HDI), Program for International Student Assessment (PISA), dan lainnya. Dari sinilah nilai-nilai kompetisi ditabur dan tumbuh subur, terlebih ketika dipupuk oleh rasa inferioritas diri negara berkembang dalam bentuk pengejaran angka-angka HDI, PISA, dan sejenisnya. Dengan kondisi tersebut, dapat dipahami mengapa pihak kampus (dan juga pemerintah) tampak begitu bersemangat dengan *world class university* yang dianggap sebagai

keniscayaan satu-satunya cara untuk dapat bertahan dan berkompetisi di tengah globalisasi.

(Moeljono, 2005) mengatakan bahwa setiap insitusi membutuhkan daya dukung dalam bentuk empat pilar utama, yaitu: sumber daya manusia yang bermutu, sistem dan teknologi yang terpadu, strategi yang tepat, serta logistik yang memadai. Dari keempat pilar tersebut sumber daya manusia (SDM) yang bermutu merupakan unsur utama dalam merealisasikan tujuan organisasi.

Salah satu universitas negeri di Medan, memiliki dan memprioritaskan visi menjadi universitas berstandar internasional, sehingga telah banyak melakukan perubahan perubahan bertaraf internasional yang lebih baik (Renstra Usu, 2015). Dalam hal ini tidak hanya universitas negeri yang melakukan perubahan, universitas swasta yang di maksud peneliti pun melihat hal tersebut dan membuat visi dan misi universitas untuk melakukan perubahan menuju universitas bertaraf internasional dan berskala internasionals (Renstra UHN, 2019) dengan alasan untuk mempertahankan diri dan meningkatkan kualitas SDM agar sesuai dengan kurikulum *Education 4.0* (berupa perubahan dari cara belajar, pola pikir serta cara bertindak para peserta didik dalam mengembangkan inovasi kreatif berbagai bidang).

Dalam menyikapi perubahan yang terjadi di indonesia yang di sebabkan oleh MEA, universitas swasta yang dimaksud sedang gencar-gencarnya melakukan perubahan menuju kampus bertaraf internasional. perubahan yang dilakukan guna memenuhi permintaan pasar akan pendidikan bertaraf internasional agar dapat menghasilkan

SDM yang mampu bersaing di iklim global saat ini. Salah satu perubahan awal yang di lakukan adalah menjalin MOU dengan berbagai perguruan tinggi di luar negri seperti Taiwan, Thailand, Korea selatan, Malaysia dan Amerika Serikat dengan berbagai bentuk seperti pertukaran mahasiswa (*Student exchange*), Pertukaran dosen (*Lecture Exchange*), pemberian beasiswa pada mahasiswa mahasiswa dan dosen, kelas bahas inggris, pelatihan penulisan jurnal dan publikasi internasional, diplomasi budaya, pelaksanaan pendidikan berbasis digital, dan di bentuknya OIA (*Office of International Affairs*) sebagai penghubung dengan luar negri perubahan tidak berdampak pada sistemnya saja namun juga berdampak pada aspek lingkungan, perubahan yang terjadi seperti di mulainya dengan mempermudah akses dengan internet untuk menunjang aktivitas kampus, penambahan fasilitas untuk keamanan kampus (Diperoleh dari hasil wawancara dengan kepala OIA, 2019) dan masih banyak perubahan-perubahan yang terjadi selanjutnya. Hal ini di temukan peneliti melalui hasil wawancara dengan kepala OIA pada tanggal 25 maret 2019, untuk memperkuat kesimpulan yang akan di peroleh nantinya.

Universitas swasta yang dimaksud telah cukup banyak mengalami peningkatan melalui perubahan yang telah dilaksanakan, hal ini dapat dilihat dimana pada daftar pemeringkatan universitas seluruh indonesia yang di lakukan oleh ristekdikti terdapat perubahan yang cukup signifikan yang semakin tahun semakin meningkat, dimana pada tahun 2015 Universitas swasta yang dimaksud berada pada rangking 335, lalu pada tahun 2016 berada pada rangking 317 dan pada tahun 2017 berada pada rangking 409

dan pada tahun 2018 berada pada rangking 239 terbaik di Indonesia dan sekaligus berada pada peringkat ke 4 terbaik di Sumatera Utara pada tahun 2018 (Ristekdikti.go.id)

Universitas yang dimaksud mengalami perubahan visi dengan gaya kepemimpinan yang baru semenjak 22 Desember 2018. Hal ini membawa pengaruh visi baru yaitu dari visi *goes international* menuju *world class university*. Dengan mengusung *Harmony*. Adapun visi yang diturunkan melalui slogan *harmony* ini memiliki definisi, H untuk *Humble* (dengan tujuan setiap dosen dan pegawai mampu untuk rendah hati terutama menyikapi konsumen dalam hal ini mahasiswa). A untuk *Agile* (dimana setiap dosen dan pegawai yang menjadi penggerak institusi memiliki daya juang cepat untuk berkarya). R untuk *Respect* (dosen dan pegawai memiliki rasa hormat satu sama lain). M untuk *motivated* dimana dosen dan pegawai distimulasi termotivasi untuk bekerja secara penuh untuk universitas *hkbp nommensen*, O untuk *Opportunity*, dimana dosen dan pegawai diharapkan cepat dalam menyikapi kesempatan – kesempatan yang ada. N untuk *nurturance*, dimana dosen dan pegawai diharapkan untuk menjadi pribadi saling tolong menolong dalam menyikapi perubahan era di dunia pendidikan. Dan I untuk *integrity* mengingat perlunya konsistensi dan integritas dalam bertindak baik sebagai pimpinan, dosen dan pegawai di lingkungan institusi tersebut.

Namun penyampaian tagline dan visi ini sedikit berbeda dengan temuan di lapangan yang dilakukan oleh salah satu mahasiswa fakultas psikologi. Pada studi yang dilakukan terdapat masih banyak yang belum mampu memahami

dan bahkan mengetahui keberadaan dari tagline dan pergerakan perubahan visi yang di usung oleh pimpinan. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut :

NO	JAWABAN	Pertanyaan 1		Pertanyaan 2	
		Dosen	Pegawai	Dosen	Pegawai
1	Benar	75	66	72	59
2	Salah	10	19	13	26
Jumlah		85	85	85	85
		Jumlah Total 170		Jumlah Total 170	

Tabel 1. Gambaran pengetahuan visi dan tagline Universitas

Pertanyaan 1 : Sejak kapan tagline *goes international*

Pertanyaan 2 : Sejak kapan visi *world class university* dan tagline *Harmony*

Penjelasan tabel 1 menunjukkan bahwasanya terapat penambahan jumlah yang salah dalam pertanyaan ke dua. Pada dosen terdapat penjumlahan salah sebanyak 3 orang, dan pada pegawai terdapat penambahan sebanyak 7 orang. Hal ini didukung pada beberapa kesempatan, peneliti melakukan observasi, bahwasanya 7 dari 10 dosen yang diwawancarai oleh peneliti masih belum memiliki pemahaman yang sama akan tagline *Harmony*. Sehingga dapat dipastikan pengetahuan akan adanya perubahan visi organisasi institusi masih memerlukan tindakan lebih lanjut.

Pada sisi lain, Peneliti melihat bahwasanya belum ada bentuk sosialisasi yang nyata, intens dan konsisten, sebuah tindakan untuk melihat dan menstimulus perubahan visi tersebut, Menurut Armenakis *et al.* (1993, dalam Ikawati 2015), salah satu proses awal yang harus dilakukan dalam perubahan organisasi adalah proses

pengukuran (assessmen) untuk mengetahui sejauhmana kesiapan pegawai. Asesmen tersebut bertujuan untuk membantu pimpinan mengidentifikasi *gap* antara harapan mereka dan anggota organisasi yang lain terkait inisiatif perubahan.

Armenakis, et al (1993) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa kesiapan karyawan(dalam hal ini dosen dan pegawai) merupakan pendorong tercapainya efektivitas perubahan organisasi. Jika karyawan tidak percaya bahwa perubahan tersebut diperlukan atau karyawan melihat bahwa perusahaan tidak mampu melakukan perubahan tersebut, maka proses perubahan akan mengalami kegagalan. Peneliti menemukan bahwasanya belum ada pengukuran pasti untuk melihat kesiapan bahkan untuk pengukuran visi dan misi yang sudah terkomunikasikan semenjak pelantikan rektor pada tanggal 22 Desember 2018. Adapun beberapa media yang diobservasi oleh peneliti masih hanya sebatas media satu arah dengan belum adanya penjelasan menyeluruh tentang world class university dan tagline harmoni. Berikut adalah beberapa gambar media yang dimaksud.



Gambar 1. Halaman muka website insittusi

Faktor sosialisasi dan pemaparan yang diangkat oleh peneliti adalah penggunaan media. Menurut (Anderson et al.,2003; Paik & Comstock, 1994)

Media mampu mempengaruhi pola pikir secara kognitid dengan menggunakan konsep Priming, cognisiting dan increasing aurosal. Lebih lanjut Gentile, Groves & Gentile, in press; Huesmann & Kirwil, 2007) mengatakan bahwa media dalam jangka panjang akan membawa dampak seperti perubahan pada keyakinan dan persepsi dan bahkan perubahan perilaku

Dari pemaparan yang sudah diungkapkan leh peneliti dapat dilihat bahwa terdapat faktor yang mempengaruhi kesiapan individu dalam menghadapi perubahan organisasi, hal ini dengan melihat situasi dan kondisi dari tempat peneliti melakukakn riset. Sehingga peneliti merasa perlu untuk melihat dan mengimplementasikan media dalam penyebaran visi dan pengukuran akan kesiapan dari dosen dan pegawai pada visi yang diusung oleh pimpinan baru.

KESIAPAN MENGHADAPI PERUBAHAN ORGANISASI

Berneth (2004) menyatakan bahwa kesiapan adalah suatu realisasi pikiran di dalam individu yang mengalami proses keberterimaan terhadap suatu perubahan. Defenisi lain dari kesiapan adalah derajat pandangan yang dimiliki seseorang akan perubahan ataupun keyakinan dari sesorang bahwa perubahan akan memberikan dampak bagi merekasecara keseluruhan.

Pada konteks organisasi, menurut Huy (dalam Prianto 2008) kesiapan indivifu untuk berubah diartikan sebagai kesediaan individu (dalam hal ini karyawan) untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi baik sebelum dan selama perubahan organisasi berlangsung.

Holt, Armenakis, Feild & Harris (2007) – selanjutnya akan disebut Hot et al mendefinisikan kesiapan individu untuk berubah sebagai sikap komprehensif yang secara simultan dipengaruhi oleh isi (apa yang berubah), proses (bagaimana perubahan di implementasikan), konteks (lingkungan dimana perubahan terjadi), dan individu (karakteristik individu yang diminta untuk berubah) yang terlibat di dalam suatu perubahan. Kesiapan individu untuk berubah secara kolektif merefleksikan sejauh mana individu atau sekelompok individu cenderung untuk menyetujui, menerima, dan mengadopsi rencana spesifik yang bertujuan untuk mengubah keadaan saat ini.

Dari defenisi sebelumnya dapat disimpulkan bahwa pengertian dari kesiapan menghadapi perubahan organisasi atau kesiapan berubah sebagai sikap yang dimiliki oleh individu (dalam hal ini karyawan) dengan mempertimbangkan konteks, isi, ataupun sistem dalam menerima suatu kondisi perubahan baik sesaat terjadinya dan selama proses perubahan berlangsung.

Dimensi Kesiapan dalam menghadapi perubahan

Adapun dimensi yang dipakai dalam penelitian ini, didasarkan pada troei yang dikemukakan oleh Hot et al (2007), yaitu :

1. Appropriateness

Merupakan keyakinan individu bahwa perubahan yang diusulkan akan tepat bagi organisasi dan organisasi akan mendapatkan keuntungan dari penerapan perubahan. Dimensi ini menjelaskan bahwa Individu meyakini adanya alasan yang logis, kebutuhan, serta berfokus pada manfaat dari

perubahan yang diusulkan bagi perusahaan.

2. Change Efficacy

Merupakan rasa percaya diri dari individu untuk menghadapi perubahan. Pada dimensi ini berisi keyakinan individu tentang kemampuannya untuk menerapkan perubahan yang diinginkan, seperti mempunyai keterampilan seta sanggup untuk melakukan tugas yang berkaitan dengan perubahan. Dengan kata lain, karyawan merasa bahwa ia memiliki kemampuan dan dapat menyelesaikan tugas dan aktivitas yang berhubungan dengan pelaksanaan perubahan yang diusulkan.

3. Management Support

Merupakan keyakinan dari individu terhadap manajemen yang menaungi semua karyawan, atau dengan kata lain para pimpinan dan manajemen yang terkait memiliki komitmen serta mendukung perubahan.

4. Personal benefit

Merupakan keyakinan dari karyawan dimana secara personal dirinya mendapatkan keuntungan pada saat perubahan di implementasikan

Faktor yang mempengaruhi Kesiapan untuk berubah

Menurut Miller Madisen dan John (2006, dalam Oktaviany, 2012) faktor – faktor yang mempengaruhi kesiapan untuk berubah dapat dilihat dari perbedaan yang dimiliki oleh yakni pengalaman individu, motivasi, kerja, nilai yang dianut dan pola perilaku yang dimiliki.

Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan mengenai faktor-faktor atau variabel yang mempengaruhi kesiapan untuk berubah. Holt et al (2007) mengemukakan bahwa kesiapan

karyawan untuk berubah secara simultan dapat dipengaruhi oleh tiga hal utama yaitu:

- a) *Change content* merujuk pada apa yang akan diubah oleh organisasi (misalnya perubahan sistem administrasi, prosedur kerja, teknologi, atau struktur)
- b) *Change process* meliputi bagaimana proses pelaksanaan perubahan yang telah direncanakan sebelumnya
- c) *Organizational context* terkait dengan kondisi atau lingkungan kerja saat perubahan terjadi.

Armenakis & Harris (2009) mengidentifikasi lima faktor utama yang dapat merubah keyakinan diri karyawan untuk mendukung perubahan yaitu:

- a) *Discrepancy*, yaitu keyakinan bahwa perubahan itu diperlukan oleh organisasi
- b) *Appropriateness* yaitu adanya keyakinan bahwa perubahan spesifik yang dilakukan merupakan cara yang tepat untuk mengatasi masalah yang dihadapi
- c) *Efficacy* yaitu rasa percaya bahwa karyawan dan organisasi mampu mengimplementasikan perubahan
- d) *Principal support* yaitu persepsi bahwa organisasi memberikan dukungan dan berkomitmen dalam pelaksanaan perubahan dan mensukseskan perubahan organisasi
- e) *Personal valance* yaitu keyakinan bahwa perubahan akan memberikan keuntungan personal bagi karyawan.

MEDIA

II.2.1. Pengertian

Menurut Association for Education and Communication Technology/AECT (Asosiasi Teknologi dan Komunikasi Pendidikan) mendefinisikan media yaitu segala bentuk yang dipergunakan untuk suatu proses penyaluran informasi. Sedangkan menurut National Education

Association (NEA) media sebagai benda yang dapat dimanipulasikan, dilihat, didengar dibaca atau dibicarakan beserta instrument yang dipergunakan dengan baik dalam kegiatan belajar mengajar, dapat mempengaruhi efektifitas program instruksional (Usman, 2002)

HIPOTESIS

Hipotesis adalah asumsi sementara yang dipakai oleh peneliti untuk menjawab landasan penelitian yang telah diapaparkan. Hipotesis yang dipakai dalam penelitian ini adalah: *“Terdapat peningkatan pemahaman visi world class university dalam menghadapi perubahan organisasi”*.

METODE DAN INSTRUMEN PENGAMBILAN DATA

Instrumen pengumpulan data dan Treatment

Instrument Skala kesiapan menghadapi perubahan

Skala Kesiapan menghadapi perubahan (kesiapan berubah) menggunakan dimensi yang diungkapkan oleh Holt et Al (2007), yaitu *Appropriate Efficacy, supporting personal favor*.

Treatment

Adapun treatment (perlakuan) yang akan diberikan kepada sampel penelitian adalah, media online (sms broadcasting dan instagram) dan offline berupa X banner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Deskripsi responden dan pelaksanaan penelitian

Adapun penyebaran data yang dimiliki penelitian ini sesuai dengan jumlah sampel yang memiliki data bersih (lengkap pengisian) adalah :

No.	Jenis kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	3
2	Perempuan	12
Total		15

Tabel 3. Distribusi data berdasarkan jenis kelamin

Dari data ini dapat dilihat bahwasanya 75 % data sampel (responden) penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan. Sedangkan jika melihat data lama bekerja adapun dari 15 orang yang menjadi partisipan memiliki penyebaran data lama bekerja sebagai berikut :

No.	Lama bekerja	Jumlah orang
1.	4	1
2.	5	1
3.	7	2
4.	8	2
5.	9	1
6.	10	3
7.	11	1
8.	12	1
9.	28	2
10.	32	1
TOTAL		15

Tabel 4. Distribusi data berdasarkan lama bekerja

Data diatas menunjukkan bahwasanya penyebaran responden dengan lama bekerja dimulai dari lama bekerja 4(empat) tahun sampai dengan 32 Tahun. Data ini menampilkan lebih banyak mayoritas data atau dengan istilah statistik *modus* adalah dengan 10 tahun bekerja.

Pelaksanaan penelitian

Penelitian ini bertempat di salah satu ruangan di gedung universitas HKBP Nommensen, Penelitian diawali dengan himbauan dari peneliti, kemudian dilaksanakan pengukuran dua hal yaitu visi misi dari universitas dan kemudian dilanjutkan pengukurn kesiapan

menghadapi perubahan organisasi. Setelah pengukuran pertama sebagai *posttest*, maka selanjutnya adalah sosialisasi dan presentasi dan diskusi mengenai visi dan misi selama 20 menit. Adapun pemilihan rentang waktu ini adalah kesiapan dari peserta untuk mengikuti dan waktu yang telah diberikan, dalam diskusi.

Setelah proses treatmen dengan cara pemberian treatmen, maka dilanjutkan dengan proses pengukuran kembali sebagai bentuk post test. Berikut adalah situasi sosialisasi (treatment).



Gambar 2. Pelaksanaan sosialisasi (treatment)



Gambar 3. Pelaksanaan Pengukuran post test penelitian

a. Hasil uji asumsi

1). Uji Normalitas

Berikut adalah hasil uji normalitas pada variabel kesiapan menghadapi perubahan baik sebelum ataupun setelah pelaksanaan treatmen pemberian media sosialisasi melalui presentasi visi misi.

		pretest_ kesiapan	posttest_ kesiapan
N		15	15
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	46.73	46.13
	Std. Deviation	7.676	6.717
Most Extreme Differences	Absolute	.195	.135
	Positive	.135	.135
	Negative	-.195	-.089
Kolmogorov-Smirnov Z		.756	.522
Asymp. Sig. (2-tailed)		.617	.948

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Tabel 5. Hasil uji normalitas

Dari hasil tabel tersebut dapat dilihat bahwa hasil signifikansi yang dimiliki oleh data variabel kesiapan menghadapi perubahan organisasi baik sebelum dan pemberian treatment lebih besar dari nilai prasyarat yaitu lebih besar dari 0.05, sehingga dapat dikatakan bahwa kedua variabel dinyatakan terdistribusi secara normal atau biasa disebut memenuhi level type goodness of fit sehingga dapat dilaksanakan pengolahan uji asumsi selanjutnya.

2). Uji Homogenitas

Uji asumsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji homogenitas, dengan tujuan untuk melihat apakah varians kedua kelompok yang akan dibandingkan memiliki perbedaan dan kedua kelompok adalah benar-benar kelompok dependen, dengan varians yang cenderung homogen. Berikut adalah hasil uji asumsi homogenitas yang digunakan dalam penelitian ini.

kesiapan			
Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.046	1	28	.832

Tabel 6. Hasil uji homogenitas

Berdasarkan hasil uji homogenitas ini menunjukkan bahwasanya nilai signifikansi dari variansi tes homogenitas ini menunjukkan nilai sebesar 0.832 dan hasil ini memiliki

pengertian lebih besar nilai signifikansi dari 0.05 sehingga dapat dikatakan bahwasanya kedua data kelompok baik kelompok pretest dan posttest adalah homogen. Hasil uji ini mempersyaratkan untuk pengelolaan uji hipotesis selanjutnya sesuai dengan judul penelitian ini, yaitu dengan menggunakan uji dependen t test.

b. Hasil uji hipotesa

Penelitian ini bertujuan untuk melihat efektivitas melalui ada atau tidak adanya pengaruh pemberian sosialisasi visi misi melalui media presentasi pada kesiapan menghadapi perubahan organisasi di salah satu universitas swasta di Medan, dengan jumlah sampel penelitian yang memenuhi kriteria data yang bersih dari 33 menjadi 15 orang yang mengikuti penelitian ini secara eksperimen, dan setelah melalui uji asumsi baik uji normalitas ataupun uji homogenitas, maka pengujian hipotesis melalui uji t dependen, dilaksanakan dan berikut adalah hasilnya :

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 pretest_ kesiapan	46.73	15	7.676	1.982
posttest_ kesiapan	46.13	15	6.717	1.734

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 pretest_ kesiapan & posttest_ kesiapan	15	.922	.000

	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
				Lower	Upper			
Pair 1 pretest_ kesiapan - posttest_ kesiapan	.600	4.369	1.133	-1.630	3.030	.530	14	.605

Tabel 7. Hasil uji Hipotesa penelitian

Hasil pada tabel diatas menampilkan bahwasanya nilai signifikansi uji komparatif antara kelompok pretest dan post test adalah sebesar 0.605 dimana hasil ini lebih besar dari syarat yang seharusnya yaitu dibawah sig 0.05, sehingga dapat dikatakan penelitian ini memiliki pemahaman, bahwa tidak terdapat perbedaan pemahaman visi misi dan kesiapan menghadapi

perubahan organisasi pada sejumlah sampel 15 orang yang dijadikan bagian dari penelitian.

Hasil tambahan

Berikut adalah hasil pengolahan statistik dalam setiap aspek

Paired Samples Statistics					
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	pre_appropriateness	9.13	15	.915	.238
	post_appropriateness	8.6000	15	1.24212	.32071
Pair 2	pre_change_efficacy	17.53	15	3.292	.850
	post_change_efficacy	17.2667	15	3.03472	.78356
Pair 3	pre_man_support	5.87	15	1.302	.336
	post_man_support	5.8667	15	.91548	.23637
Pair 4	pre_personal_benefit	14.20	15	2.731	.705
	post_personal_benefit	14.4000	15	2.22967	.57570

Tabel 8. Hasil mean rata rata setiap aspek dalam variabel penelitian kesiapan menghadapi perubahan

No	Aspek	Keterangan
1.	Appropriateness	Turun 0.5
2.	Change efficacy	Turun 0.3
3.	Management support	Konsisten
4.	Personal benefit	Naik 0.2

Tabel 9. Kesimpulan rata rata tiap aspek dalam variabel menghadapi perubahan

Hasil in imenunjukkan bahwasanya terjadi penurunan pada aspek appropriatness, change effcay dan kenaikan pada aspek personal benefit, sebesar 0.5 dan kenaikan sebesar 0,2 pada aspek personal benefit. Berikut adalah hasil jumlah soal yang benar pemahaman visi misi world class university sebelum dan sesudah treatmen

No / Konsep	Pretest – Tagline Goes international	Post test – Tagline Goes international	Pretest – Tagline World Class University	Posttest – Tagline World Class University
n yang benar	4	13	9	14
n yang salah	11	2	6	1

Tabel 10. Pre dan post test pemahaman visi misi world class university

Tabel 10 menunjukkan bahwasnya terdapat kenaikan pemahaman dari segi ingatan (kognisi) dalam mengetahui pernyataan visi misi world class university.

PEMBAHASAN

Penelitian ini memiliki tujuan melihat efektivitas media dalam hal ini presentasi dalam mempengaruhi pemahaman visi misi dan kesiapan menghadapi perubahan organisasi. Penelitian ini mengumpulkan diawalnya sebanyak 34 orang responden dengan tujuan untuk representatf angka asumsi klasik, namun dalam pengelolaan data yang terkumpul terdapat banyak data dalam penelitian ini yang tidak lengkap dimulai dari ketidak samaan inisial, tidak mengisi secara lengkap dan adanya indikasi ketidksamaan data dari responden. Namun kondisi ini masih memenuhi uji prasyarat asumsi yang dipakai yaitu uji normalitas dengan perolahn nilai preatest sebesar sig 0.617 dan nilai signifikansi kolmogorov smirnov sebesar 0.948.

Hasil uji asumsi normalitas menunjukkan bahwa kedua data memiliki distribusi normal. Hasil in juga menunjukkan bahwasanya ke -15 data yang ada adalah data yang valid untuk ditelusuri dan dilanjutnkan pada statistik inferensial. Hal ini memiliki pengertian bahwasanya kedua data memunihi syarat untuk uji hipotesa parametrik dengan menggunakan uji dependen t test yaitu paired sample t test.

Penelitian ini bertujuan untuk memperbandingkan satu kelompok dengan situasi yang berbeda, yaitu kondisi situasi sebelum (pretest) pemberian treatmen dan kondisi setelah (post-test) pemberian treatmen.

Sehingga akhirnya hal ini berdampak pada

Hasil dari penelitian ini menampilkan bahwasanya nilai signifikansi untuk uji dependen t test adalah sebesar 0.605. Hasil ini menunjukkan bahwanya tidak terdapat perbedaan kesiapan menghadapi perubahan organisasi bahkan setelah pemberian treatment berupa media presentasi visi misi dari universitas terkait. Namun ada hal yang menarik bahwsanya dalam aspek kesiapan menghadapi perubahan organisasi terdapat 2 aspek yaitu aspek appropriateness dan change efficacy mengalami penurunan.

Menurut Hot et al (2007) *Appropriateness* sendiri adalah keyakinan individu bahwa perubahan yang diusulkan akan tepat bagi organisasi dan organisasi akan mendapatkan keuntungan dari penerapan perubahan, dan *Change Efficacy* adalah rasa percaya diri dari individu untuk menghadapi perubahan. Sehingga dapat dikatakan bahwasanya semua pegawai masih memiliki rasa tidak percaya diri pada visi misi untuk pencapaiann world class university dan dapat dikatakan pegawai memiliki persepsi bahwa visi ini belum tepat bagi mereka dalam kondisi saat ini.

Hasil lain dalam penelitian ini menunjukkan bahwsanya terjadi konsistensi persepsi terhadap *Management Support* sehingga sejalan dengan Hot et all (2007), responden mengakui bahwsanya dukungan managemen tidak ada yang berubah ataupun tidak mengalami dampak dalam menghadapi perubahan pada visi misi instansi.

Hasil lain yang menarik dalam penelitian ini adalah adanya enaikan personal benefi atau merupakan keyakinan dari

karyawan dimana secara personal dirinya mendapatkan keuntungan pada saat perubahan di implementasikan, sebesar 0.5 poin sehingga dapat dikatakan bahwsanya ada keuntungan secara pribadi dalam tiap individu bila suatu perubahan visi diterapkan.

Hasil penelitian dalam studi ini menunjukkan bahwasnya masih belum siapnya responden dalam menggadapi perubahan terutama dalam memahi dan melaksanakan visi sebagai world class university, hal ini sejalan dengan pendapat Armenakis, et al (1993) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa kesiapan karyawan(dalam hal ini dosen dan pegawai) merupakan pendorong tercapainya efektivitas perubahan organisasi. Jika karyawan tidak percaya bahwa perubahan tersebut diperlukan atau karyawan melihat bahwa perusahaan tidak mampu melakukan perubahan tersebut, maka proses perubahan akan mengalami kegagalan.

KESIMPULANDAN SARAN

KESIMPULAN

Berikut adalah kesimpulan yang di dapat dari penelitian ini

1. Tidak ada perbedaan pemberian sosialisasi menggunakan media terhadap pemahaman visi misi. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi yang didapat dari Uji dependen t test (paired sample t test).
2. Terjadi penurunan kesiapan menghadapi perubahan organisasi. Hal ini dilihar dari rata –rata dari mean post test dan mean pretest sebesar 0.5 poin penurunan.

SARAN

1. Bagi Peneliti selanjutnya, penelitian sebaiknya mewajibkan perwakilan setiap divisi yang ada dalam struktur organisasi untuk proses

generalisasi dan pengambilan keputusan selanjutnya. Penelitian juga dapat melibatkan pimpinan dalam presentasi dan sosialisasi pada saat treatment.

2. Bagi instansi terkait, Peneliti menemukan adanya penurunan kesiapan dalam menghadapi perubahan sehingga hal ini berdampak pada kesiapan organisasi dalam menghadirkan bentuk indikator pencapaian. Instansi terkait disarankan memiliki standar pencapaian kinerja demi tercapainya visi misi perusahaan.
3. Progam sosialisasi visi misi. Peneliti menyarankan dibentuknya komite yang khusus menangani sosialisasi visi misi dan merancang program sosialisasi secara berkala dan konsisten, dan memasukkan unsur unsur visi misi dalam setiap kegiatan yang ada di dalam instansi baik pada level universitas maupun fakultas, serta pada level organisasi kemahasiswaan.

DAFTAR PUSTAKA

Anderson, C.A., Berkowitz, L., Donnerstein, E., Huesmann, R. L., Johnson, J., Linz, D., Malamuth, N., & Wartella, E. (2003). The influence of media violence on youth. *Psychological Science in the Public Interest*, 4, 81-110.

Armenakis, A.A., Harris, S.G., & Mossholder, K.W. (1993). Creating readiness for change. *Human Relations*, 46 (6), 681-183

Berneth J. (2004). Expanding of our understanding of change message. *Human Resource Development review*, 3 (1), 36-52

Cummings, T.G. & Worley, C.G. 2008. *Organizational Development and Change 9th edition*. Ohio: Maso

Cropanzano, R. & Mitchell, M.S. (2005). Social exchange theory: an interdisciplinary review", *Journal of Management*, 31: 874-900

Fernandez, S. dan Raney, H.G. 2006. Managing Succesfull Organizational Change in the Public Sector. *Public Administration Review (March-April)*: 168-176.

Ikawati, A,P.D (2015). *Analisis pengaruh kepemimpinan transformasional dan iklim psikologis pada kesiapan untuk berubah: studi pada pegawai sekretariat jendral kementerian keuangan keuangan*. (Unpublished Master's Thesis). Universitas Gadjah Mada, Jogjakarta

Huesmann, L. R. & Kirwil, L. (2007). Why observing violence increases the risk of violent behavior in the observer. In D. Flannery (Ed.), *The Cambridge Handbook of Violent Behavior and Aggression*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Matsuki HS. (2014). World class university – obsesi atau mimpi. http://diktis.kemenag.go.id/NEW/index.php?berita=detil&jenis=artikel&jd=498#.XZ5xIGZS_IU

Oktaviyany, R. (2012). Sosialisasi terhadap perubahan sebagai intervensi untuk meningkatkan motivasi dalam mendukung kesiapan perubahan (suatu studi pada kasus PT XYZ). Unpublished Master's Thesis. Universitas Indonesia, Jakarta

Riana, F (2018). Revolusi Industri 4.0. Pemerintahan jokowi siapkan ini.

<https://bisnis.tempo.co/read/1070423/revolusi-industri-4-0-pemerintahan-jokowi-siapkan-ini/full&view=ok>.

Waringin, T., D (2017). Dampak Fintech Ke karyawan Bank.

<https://finance.detik.com/moneter/d-3732295/dampak-fintech-ke-karyawan-bank>. Open Accsses 10 oktober 2018.

Usman, M. Basyiruddin, Asnawir (2002). Media pembelajaran. Jakarta: Ciputat Press