

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Universitas Mercu Buana

Universitas Mercu Buana (UMB) adalah Perguruan Tinggi Swasta (PTS) yang didirikan di Jakarta pada tahun 1985 di bawah pembinaan Yayasan Menara Bhakti yang menyelenggarakan Tridharma Perguruan Tinggi yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat, Universitas Mercu Buana bernaung pada Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi (LLDIKTI) Wilayah III Kementerian Riset Teknologi Dan Pendidikan Tinggi (KEMRISTEKDIKTI) Republik Indonesia. Sejak Desember 2016 Universitas Mercu Buana memperoleh Akreditasi Institusi Perguruan Tinggi (AIPT) dengan peringkat "A" atau Unggul dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT). Saat ini Universitas Mercu Buana sedang dalam proses untuk memperoleh akreditasi internasional.
(sumber : <https://www.mercubuana.ac.id/id/profile>)

4.1.1 Sejarah Universitas Mercu Buana

Gambar 12. Logo Universitas Mercu Buana
(sumber : <https://mercubuana.ac.id/>)



Universitas Mercu Buana didirikan oleh pengusaha H. Probosutedjo (almarhum) dengan bekal pengalaman dan kemampuan sebagai penyelenggara pendidikan di Akademi Wiraswasta Dewantara (AWD).

Sebelumnya beliau adalah seorang guru di Perguruan Taman Siswa, Pematang Siantar, Sumatera Utara.

Pada tanggal 10 November 1981 sebelum beliau mendirikan kampus sendiri, kegiatan perkuliahan dilakukan di Jl. Gatot Soebroto Gedung Yayasan Tenaga Kerja Indonesia (YTKI). Pada tahun 1984, Yayasan Menara Bhakti membangun kampus yang bernama Kampus Menara Bhakti yang berlokasi di Jl. Raya Meruya Selatan, Kembangan, Jakarta Barat. Gagasan untuk mendirikan lembaga tingkat universitas bermula pada tahun 1985. Dengan Surat Keputusan Ketua Yayasan Menara Bhakti nomor 04/SKEP/KET/VI/1985 tanggal 12 Juni 1985, dibentuk Panitia Pendirian Universitas, dengan Ketua Dr. Sri Edi Swasono dan dibantu oleh H. Abdul Madjid (almarhum), Drs. Iman Santosa Sukardi (almarhum), Drs. M. Enoch Markum, Ir. Suharyadi, M.S., Soekarno dan Prijo S. Parwoto (almarhum).

Pada tanggal 12 Juni 1985 setelah melalui studi kelayakan dan pendirian, yayasan mengajukan permohonan izin mendirikan Universitas Mercu Buana (UMB) kepada Kopertis Wilayah III. Berdasarkan surat nomor/15/KOP.III/S.VI/85 yang ditandatangani oleh Prof. Dr. Boesjra Zahir (almarhum), pada tanggal 18 Juni 1985, Kopertis Wilayah III menyetujui dan memberikan izin "Operasional" penyelenggaraan Universitas Mercu Buana. (sumber : <https://www.mercubuana.ac.id/id/profile/history>)

4.1.2 Visi Misi Universitas Mercu Buana

Visi dan Misi Universitas Mercu Buana adalah sebagai berikut :

a. Visi

“Menjadi Universitas Unggul dan Terkemuka di Indonesia untuk Menghasilkan Tenaga Profesional yang Memenuhi Kebutuhan Industri dan Masyarakat dalam Persaingan Global Pada tahun 2024”.

b. Misi

1. Menyelenggarakan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, dan mencapai keunggulan akademik untuk

menghasilkan tenaga profesional dan lulusan yang memenuhi standar kualitas kerja yang disyaratkan.

2. Menerapkan manajemen pendidikan tinggi yang efektif dan efisien, serta mengembangkan jaringan kerjasama dengan industri dan kemitraan yang berkelanjutan sebagai respon atas perubahan arus dan daya saing global.
3. Mengembangkan kompetensi dan menumbuh kembangkan jiwa kewirausahaan dan etika profesional kepada para mahasiswa dan staf yang memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kualitas hidup.

4.1.3 Fakultas dan Jurusan Universitas Mercu Buana

Universitas Mercu Buana memiliki enam fakultas yaitu :

a. Fakultas Teknik (FT)

Fakultas Teknik (FT) terdiri dari empat jurusan yaitu adalah :

1. Teknik Elektro
2. Teknik Industri
3. Teknik Sipil
4. Teknik Mesin

b. Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) terdiri dari empat jurusan yaitu adalah :

1. Ekonomi
2. Akuntansi
3. Diploma Manajemen Perusahaan
4. Diploma Akuntansi

c. Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM)

Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM) adalah fakultas yang semua jurusannya memiliki mata kuliah “Kuliah Peduli Negeri” (KPN).

Fakultas ini terdiri dari tiga jurusan diantaranya adalah :

1. Penyiaran (Broadcasting)
2. Hubungan Masyarakat (Public Relation)

3. Periklanan dan Komunikasi Pemasaran

d. Fakultas Ilmu Komputer (FASILKOM)

Fakultas Ilmu Komputer (FASILKOM) memiliki dua jurusan yaitu adalah :

1. Teknik Informatika
2. Sistem Informasi

e. Fakultas Psikologi (FPsi)

Fakultas Psikologi (FPsi) hanya memiliki satu jurusan yaitu adalah jurusan Psikologi

f. Fakultas Desain dan Seni Kreatif (FDSK)

Fakultas Desain dan Seni Kreatif (FDSK) memiliki tiga jurusan diantaranya adalah :

1. Desain Produk
2. Desain Interior
3. Desain Komunikasi Visual

4.1.4 Program Pascasarjana dan Doktor

Selain Program Sarjana dan juga Diploma, Universitas Mercu Buana juga menyediakan tujuh Program Pascasarjana/Program Studi Magister (S2) dan satu Program Studi Doktor (S3).

a. Program Magister (S2)

Program Magister (S2) terdiri dari tujuh program studi dan masing-masing dari tujuh program studi ini terdiri dari beberapa konsentrasi yaitu sebagai berikut

1. Manajemen (MM)

Program Magister Manajemen (MM) terdiri dari empat konsentrasi, yaitu adalah sebagai berikut :

- Magister Manajemen Pemasaran/Marketing
- Magister Manajemen Keuangan/Finance
- Magister Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)
- Magister Manajemen Operasi dan Produksi

2. Magister Ilmu Komunikasi

Pada Program Studi Magister Ilmu Komunikasi terdiri dari tiga konsentrasi yaitu diantaranya adalah :

- Cooperate and Marketing Communication
- Political Communication
- Media Industry and Business

3. Magister Teknik Elektro

Program Studi Magister Teknik Elektro memiliki tiga konsentrasi yaitu sebagai berikut :

- Manajemen Telekomunikasi
- Teknologi dan Gelombang Mikro
- Keamanan Jaringan ICT

4. Magister Teknik Industri

Program Magister Teknik Industri memiliki dua konsentrasi yaitu adalah :

- Rekayasa Produktivitas dan Kualitas
- Sistem Rantai Pasok

5. Magister Akuntansi

Program Studi Magister Akuntansi memiliki empat konsentrasi diantaranya adalah :

- Akuntansi Keuangan
- Audit
- Perpajakan

6. Magister Teknik Sipil

Program Studi Magister Teknik Sipil terdiri dari dua konsentrasi yaitu sebagai berikut :

- Manajemen Konstruksi
- Struktur

7. Magister Teknik Mesin

Program Studi Magister Teknik Mesin memiliki dua konsentrasi yaitu sebagai berikut :

- Rekayasa Produk Mekanik (Design)

- Material Maju (Advanced Material)
- b. Program Studi Doktor (S3)
1. Program Studi Doktor (S3) Manajemen
- Pada Program Studi Doktor (S3) Manajemen, Universitas Mercu Buana memiliki tiga konsentrasi jurusan yaitu sebagai berikut :
- Manajemen Sumber Daya
 - Manajemen Pemasaran
 - Manajemen Keuangan

4.2 Hasil Penelitian

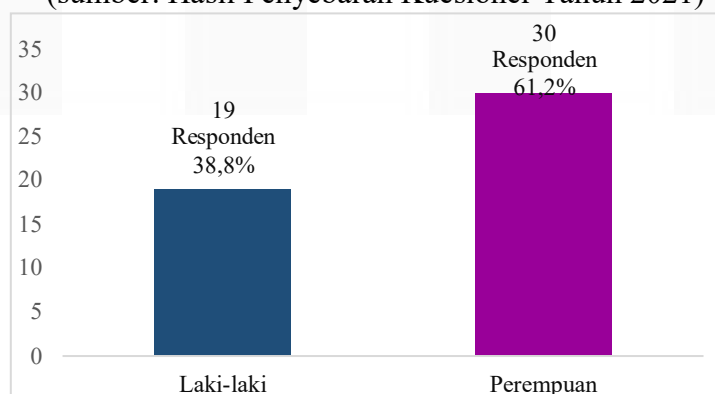
4.2.1 Profil Responden

Responden dalam penelitian adalah siswa sekolah SMK Negeri 1 Cimahi berjumlah 49 orang yang telah mengikuti webinar Kuliah Peduli Negeri tentang *personal branding* dan berpikir kreatif yang dilakukan oleh Mahasiswa UMB. Gambaran umum profil responden sudah diketahui, hasil tersebut dapat dijelaskan pada sub bab berikut:

4.2.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Diagram berikut ini adalah diagram batang yang menjelaskan hasil jawaban responden berdasarkan banyaknya jumlah peserta webinar dan juga presentase jumlah peserta webinar yang hadir berdasarkan jenis kelamin yang didapatkan melalui kuesioner

Gambar 13.
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
(sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner Tahun 2021)

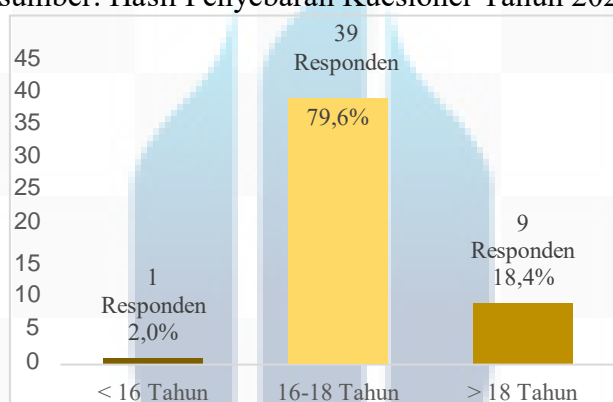


Berdasarkan gambar 13 di atas, diketahui bahwa mayoritas responden berjenis kelamin Perempuan sebanyak 30 responden (61,2%) dan sisanya Laki-laki sebanyak 19 responden (38,8%).

4.2.3 Responden Berdasarkan Usia

Diagram hasil jawaban responden dibawah ini menunjukkan jumlah dan presentase responden berdasarkan usia.

Gambar 14.
Responden Berdasarkan Usia
(sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner Tahun 2021)

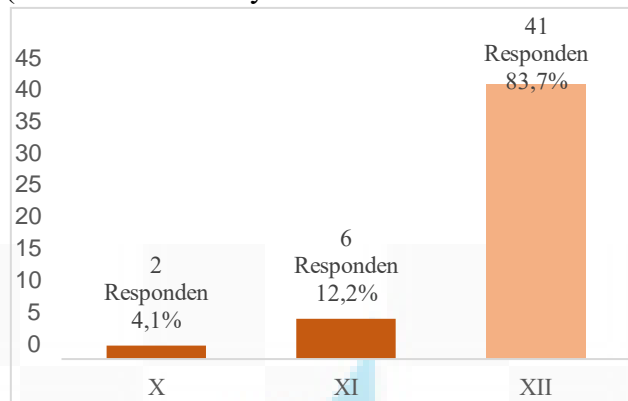


Berdasarkan grafik gambar di atas diketahui bahwa kebanyakan responden berusia kisaran 16-18 tahun yaitu sebanyak 39 responden (79,6%). Selanjutnya responden yang menyatakan berusia di atas 18 tahun berjumlah 9 responden (18,4%), dan yang menyatakan berusia di bawah 16 tahun sebanyak 1 responden (2,0%).

4.2.4 Responden Berdasarkan Kelas

Diagram pada gambar yang ditunjukkan berikut ini adalah hasil dari jawaban yang diberikan oleh responden yang menunjukkan jumlah dan presentase responden berdasarkan kelas :

Gambar 15.
Responden Berdasarkan Kelas
(sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner Tahun 2021)

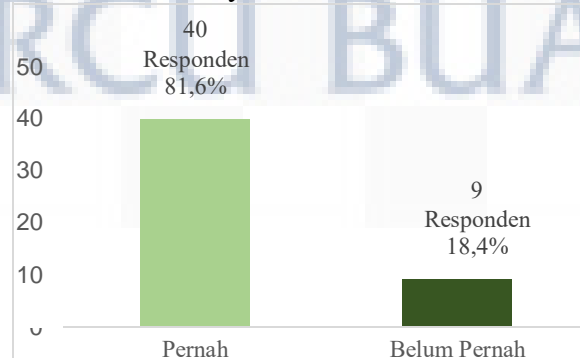


Berdasarkan grafik gambar di atas diketahui bahwa mayoritas responden yang ada di kelas XII berjumlah sebanyak 41 Responden (83,7%). Kemudian total responden yang duduk di kelas XI sebanyak 6 (enam) responden (12,2%), dan sisanya sebanyak 2 (dua) responden (4,1%) duduk di kelas X.

4.2.5 Responden Yang Sudah Pernah Ikut Webinar Sebelumnya

Hasil jawaban responden mengenai karakteristik berdasarkan keikutsertaan webinar dapat ditampilkan pada gambar 16 berikut ini:

Gambar 16.
Responden Berdasarkan yang Sudah Pernah Mengikuti Webinar
Sebelumnya
(sumber: Hasil Penyebaran Kuesioner Tahun 2021)



Berdasarkan grafik di atas, diketahui bahwa sampel yang sudah pernah mengikuti webinar sebanyak 40 responden (81,6%) dan yang menyatakan belum pernah mengikuti webinar sebanyak 9 responden (18,4%).

4.2.6 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif bertujuan untuk mengetahui skor dari tanggapan responden pada masing-masing pertanyaan. Hasil statistik deskriptif dari variabel pengetahuan siswa sekolah dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5
Statistik Deskriptif Variabel Pengetahuan Siswa Sekolah
(sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS 24 Tahun 2021)

No	Pertanyaan		STS	TS	CS	S	SS	Jumlah	Mean Score
			1	2	3	4	5		
1.	Pemahaman saya mengenai topik <i>personal branding</i> dan berpikir kreatif menjadi lebih baik setelah mengikuti webinar	F	1	0	11	26	11	49	3.939
		%	2	0	22,4	53,1	22,4	100	
2.	Saya lebih memahami fakta-fakta mengenai <i>personal branding</i> dan berpikir kreatif yang diberikan setelah mengikuti webinar	F	1	0	17	22	9	49	3.776
		%	2.00	0.00	34,7	44,9	18,4	100	
3.	Saya mendapatkan manfaat dari edukasi yang diberikan setelah mengikuti webinar	F	1	0	6	23	19	49	4.224
		%	2.00%	0.00%	12,2%	46,9%	38,8%	100%	
4.	Saya memahami edukasi yang diberikan setelah mengikuti webinar	F	1	0	13	27	8	49	3.837
		%	2.00%	0.00%	26,5%	55,1%	16,3%	100%	
5.	Saya menyukai cara penyampaian narasumber dalam webinar	F	1	1	18	23	6	49	3.653
		%	2,0%	2,0%	36.70%	46.90%	12.20%	100%	
6.	Materi webinar yang disampaikan oleh narasumber menarik	F	2	0	11	23	13	49	3.959
		%	4,1%	0	22,4%	46,9%	26,5%	100%	
7.	Saya akan menerapkan materi webinar tentang <i>personal branding</i> dan berpikir kreatif yang diberikan narasumber	F	1	3	15	25	5	49	3.612
		%	2,0%	6.10%	30.60%	51%	10.20%	100%	
8.	Saya akan menyampaikan informasi tentang <i>personal branding</i> dan berpikir kreatif kepada orang lain setelah mengikuti webinar	F	2	0	19	20	8	49	3.694
		%	4,1%	0	38,8%	40,8%	16,3%	100%	
	Mean								3.837

4.3 Pembahasan

Teori mengenai Taksonomi Bloom yang sudah dijelaskan pada bab 2 memiliki kaitan dengan Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada tabulasi statistik deskriptif diatas memiliki keterkaitan dengan teori pada bab 2 yaitu pada teori Taksonomi Bloom yang dikemukakan oleh Benjamin Samuel Bloom. Teori tersebut dibagi menjadi tiga ranah/domain yaitu diantaranya adalah

a. Ranah kognitif

Ranah yang berkaitan dengan ingatan, pengenalan pengetahuan, dan hal-hal lainnya yang dapat mengembangkan kemampuan dan skill intelektual. Penerapan ranah kognitif dalam webinar KPN kepada siswa siswi SMK Negeri 1 Cimahi adalah dengan memberikan mereka pengetahuan baru yang mungkin belum pernah mereka terima yaitu mengenai *personal branding* dan berpikir kreatif, sehingga mereka memahami definisi dari kedua hal tersebut.

Berdasarkan tabulasi jawaban yang sudah diberikan menunjukkan adanya peningkatan siswa siswi SMK Negeri 1 Cimahi dari segi kognitif. Hal tersebut terlihat pada jawaban yang diberikan pada pertanyaan nomor satu tentang pemahaman *personal branding* dan berpikir kreatif menjadi lebih baik setelah mengikuti webinar memiliki nilai rata-rata sebesar 3,939. Selanjutnya pada nomor empat yaitu memahami edukasi yang diberikan dengan nilai rata-rata sebesar 3,837.

Terakhir pada nomor dua yaitu memahami fakta-fakta mengenai *personal branding* dan berpikir kreatif dengan nilai mean (rata-rata) sebesar 3,776

b. Ranah afektif

Ranah afektif adalah ranah yang memiliki kaitan dengan sikap (Mahananingtyas, 2017 : 195). Salah satu sub bagian ranah afektif yang berkaitan dengan pertanyaan pada tabel statistik deskriptif diatas adalah *receiving* (penerimaan/perhatian), yaitu kesediaan peserta untuk mendengarkan/memperhatikan penjelasan yang disampaikan .

Hal tersebut dapat dilihat pertanyaan nomor kelima adalah hal tersebut yaitu apakah peserta menyukai penyampaian yang disampaikan oleh narasumber? Pada pertanyaan tersebut hasil yang didapatkan adalah mayoritas siswa menjawab setuju dengan total 23 orang yang berarti penjelasan yang disampaikan oleh mahasiswa menarik sehingga mayoritas dari mereka memperhatikan penjelasan yang diberikan.

c. Ranah Psikomotorik

Ranah psikomotorik berkaitan dengan keterampilan dan kemampuan bertindak (Sudjana, 2004) dalam (Mahananingtyas, 2017 : 195). Kasenda et al (2016 : 2) menjelaskan bahwa ketika peserta didik sudah memahami dan menginternalisasi nilai-nilai dari mata pelajaran yang sudah dipelajarinya, maka langkah selanjutnya adalah kemampuan peserta didik dalam mengaplikasikan apa yang sudah dipahami dalam kehidupan mereka sehari-hari melalui tindakan dan juga perbuatan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka pertanyaan pada nomor tujuh adalah pertanyaan berdasarkan implementasi dari teori ini yaitu siswa akan menerapkan materi webinar tentang *personal branding* dan berpikir kreatif. Hasilnya menunjukkan angka nilai mean sebesar 3,612 dengan mayoritas siswa memilih setuju yaitu sebanyak 25 orang dan sangat setuju sebanyak 5 orang. Hal ini diharapkan siswa benar-benar akan mengaplikasikan materi yang diberikan tentang *personal branding* dan berpikir kreatif pada kehidupan sehari-hari melalui tindakan dan juga perbuatan.