

LITERASI : JURNAL ILMU PENDIDIKAN

ISSN: 2085-0344

e-ISSN: 2503-1864

Journal homepage: www.ejournal.almata.ac.id/literasiDOI : [http://dx.doi.org/10.21927/literasi.2025.16\(3\).306-318](http://dx.doi.org/10.21927/literasi.2025.16(3).306-318)**Pengaruh Layanan Pendidikan dan Konsultan Komunikasi Terhadap Minat Peserta Didik di Lembaga Pioneer Class Makassar: Analisis Regresi Linear Berganda**¹A.Ali Akbar , ²Arianto Arianto, ³Alem Febri Sonni¹andiakbar323@gmail.com, ²arianto0773@gmail.com, ³alemfebris@unhas.ac.id

Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Hasanuddin Makassar
Jalan Perintis Kemerdekaan No.KM.10, Tamalanrea Indah, Kecamatan Tamalanrea,
Kota Makassar, Sulawesi Selatan

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh layanan pendidikan dan konsultan komunikasi Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh layanan pendidikan dan konsultan komunikasi terhadap minat peserta didik di Lembaga Pioneer Class Makassar, sebuah lembaga pendidikan non-formal yang fokus pada bimbingan belajar serta persiapan seleksi masuk perguruan tinggi dan sekolah kedinasan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatif dan metode analisis regresi linear berganda. Data diperoleh dari 40 responden aktif melalui teknik purposive sampling dan dianalisis menggunakan SPSS versi 23. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan, layanan pendidikan dan konsultan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap minat peserta didik. Namun secara parsial, hanya konsultan komunikasi yang menunjukkan pengaruh signifikan (sig. 0,001), sedangkan layanan pendidikan tidak berpengaruh signifikan (sig. 0,203). Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh konsultan memiliki peran krusial dalam membentuk persepsi positif peserta didik terhadap lembaga. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pengelola lembaga pendidikan non-formal untuk lebih menekankan peningkatan kompetensi komunikasi konsultan serta penguatan strategi promosi yang sesuai dengan kebutuhan peserta didik. Penelitian ini juga merekomendasikan eksplorasi lanjutan terhadap peran media digital, lingkungan sosial, dan *electronic word-of-mouth* (e-WOM) dalam meningkatkan minat peserta didik.

KATA KUNCI : *konsultan komunikasi; layanan pendidikan; linear berganda; minat peserta didik; regresi pendidikan non-formal*

ABSTRACT

This study aims to analyse the influence of educational services and communication consultants on students' interest at Pioneer Class Makassar, a non-formal educational institution focusing on tutoring and preparation for university entrance and civil service school exams. In the context of increasing competition among similar institutions, attracting student interest has become a key challenge. High-quality educational services and effective communication from consultants are considered two crucial factors influencing students' decisions when selecting an institution. This research employed a quantitative approach with an explanatory design, using multiple linear regression analysis. Data were collected from 40 active students selected through purposive sampling and analysed using SPSS version 23. The findings show that, simultaneously, educational services and communication consultants significantly influence students' interest. However, when examined partially, only the

communication consultant variable had a statistically significant impact, while educational services did not. These results highlight the critical role of interpersonal communication and information delivery strategies conducted by consultants in shaping students' perceptions of the institution. The study offers practical implications for non-formal educational managers to prioritise improving communication quality, consultant training, and student-centred promotional strategies. Furthermore, it opens opportunities for future research to explore external factors such as digital media, social environment, and electronic word-of-mouth (e-WOM) in influencing students' interest in non-formal education settings.

KEYWORDS : *communication consultants; educational services; multiple linear regression; non-formal education; students' interest*

Article Info :

Article submitted on June 06, 2025

Article revised on July 15, 2025

Article accepted on August 01, 2025

Article published on November 30,2025

PENDAHULUAN

Pada era yang semakin terhubung secara digital, lembaga pendidikan non-formal seperti lembaga bimbingan belajar memainkan peran strategis dalam mendukung pendidikan di luar sistem formal. Lembaga-lembaga ini menyediakan solusi tambahan bagi peserta didik yang memerlukan pendampingan dalam mempersiapkan ujian seleksi perguruan tinggi maupun sekolah kedinasan (Ardat et al., 2022; Mubarok, 2022; Wati & Ridwan, 2024). layanan pendidikan yang diberikan oleh lembaga non-formal mencakup penyediaan materi ajar, sistem pembelajaran yang adaptif, dan dukungan akademik yang terstruktur. Sementara itu, konsultan komunikasi memiliki peran penting sebagai fasilitator informasi dan motivator yang mampu membangun komunikasi interpersonal secara efektif antara lembaga dan peserta didik (Juliana & E janrosl, 2023; Lestari & Fahrunnisa, 2024).

Lembaga pendidikan non-formal berperan penting dalam meningkatkan kualitas pendidikan di luar sistem pendidikan formal,

khususnya dalam membantu peserta didik mempersiapkan ujian atau seleksi masuk perguruan tinggi dan sekolah kedinasan (Andini et al., 2025; Syaadah et al., 2022). Lembaga-lembaga ini tidak hanya menawarkan pengajaran, tetapi juga memberikan konsultan komunikasi yang dapat membantu peserta didik dalam menentukan pilihan pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan mereka. Di wilayah Makassar, Sulawesi Selatan, salah satu lembaga yang menonjol adalah *Pioneer Class*, yang menawarkan layanan pendidikan dan pendampingan komunikasi intensif kepada peserta didik. Namun, dalam konteks persaingan antar lembaga yang semakin kompetitif, tantangan utama adalah bagaimana menarik minat peserta didik untuk bergabung dan terlibat aktif dalam program-program yang ditawarkan. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis secara lebih mendalam sejauh mana layanan pendidikan dan konsultan komunikasi memengaruhi minat peserta didik terhadap lembaga pendidikan non-formal.

Penelitian sebelumnya memberikan wawasan penting mengenai hubungan antara kualitas layanan, promosi, dan komunikasi terhadap minat konsumen, yang relevan untuk diterapkan dalam konteks pendidikan. Salah satunya adalah penelitian (Romadhona & Febriyani Putri, 2025) yang mengkaji penerapan digital marketing pada media sosial untuk strategi komunikasi pemasaran produk jasa pada Supoyo Consultant. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dapat meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian audiens yang lebih luas. Dalam konteks lembaga pendidikan, strategi komunikasi berbasis media sosial dapat digunakan untuk membangun citra yang kuat dan meningkatkan minat calon peserta didik. Penekanan pada pembuatan konten yang kreatif dan menarik menjadi kunci dalam membangun brand awareness, yang juga dapat diterapkan oleh lembaga pendidikan seperti *Pioneer Class*.

Selain *digital marketing*, penggunaan teknologi digital dalam bentuk katalog elektronik juga dapat memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan minat peserta didik. Penelitian oleh Salsabilla Helmi & Alty Amalia (2022) mengenai e-katalog untuk promosi jasa konsultan pendidikan ke luar negeri menunjukkan bahwa media digital dapat membantu mengkomunikasikan layanan secara lebih rinci dan menarik, serta menyesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi target audiens. Dalam dunia pendidikan, pendekatan serupa dapat diterapkan untuk memperkenalkan layanan dan program pendidikan yang ditawarkan oleh lembaga seperti *Pioneer Class* Makassar.

Pembuatan konten yang informatif dan mudah diakses secara digital dapat memperbesar peluang untuk menarik minat peserta didik. Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga pendidikan juga mempengaruhi keputusan peserta didik dalam memilih tempat belajar. Penelitian oleh Sandy Eka Nur Cahyo et al. (2024) tentang pengaruh promosi, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat beli konsumen di Janji Jiwa Kediri menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. Temuan ini sangat relevan dalam konteks pendidikan, di mana kualitas layanan pendidikan dan komunikasi yang diberikan kepada peserta didik dapat menjadi faktor penentu dalam menarik minat mereka. Oleh karena itu, lembaga pendidikan perlu memastikan bahwa layanan yang diberikan memenuhi harapan peserta didik, serta dapat memberikan pengalaman belajar yang efektif dan menyenangkan.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Tariq (2020) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat berkunjung ke Oliver Cafe, Jakarta, mengungkapkan bahwa kualitas produk, *word of mouth*, dan atmosfer tempat berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk berkunjung. Meskipun penelitian ini berfokus pada industri makanan dan minuman, prinsip-prinsip yang ditemukan dalam penelitian ini dapat diterapkan dalam konteks pendidikan. Kualitas komunikasi antara konsultan pendidikan dan peserta didik, serta atmosfer lembaga pendidikan, dapat memengaruhi keputusan peserta didik untuk memilih dan melanjutkan pendidikan di lembaga tersebut. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh

Rustandi et al. (2023) mengenai pengaruh kepemimpinan transformasional, kompensasi, dan motivasi terhadap kepuasan kerja dosen yang dimoderasi oleh penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) menegaskan pentingnya integrasi aspek-aspek struktural dan komunikasi dalam membangun kepuasan dan kinerja. Dalam penelitian ini, TIK berperan sebagai moderasor yang memperkuat hubungan antara variabel-variabel organisasi dan perilaku individu. Hal ini memberi gambaran bahwa dalam ranah pendidikan, tidak hanya layanan dan motivasi yang penting, tetapi juga peran teknologi dan komunikasi interpersonal sebagai penguat dalam menciptakan pengalaman yang positif. Meskipun berbagai penelitian terdahulu telah mengungkapkan pengaruh kualitas layanan, promosi, dan komunikasi terhadap minat, sebagian besar masih berfokus pada sektor bisnis dan pendidikan formal. Penelitian-penelitian tersebut umumnya membahas variabel secara terpisah dan belum secara komprehensif mengaitkan peran layanan pendidikan dan konsultan komunikasi secara simultan dalam konteks lembaga pendidikan non-formal. Inilah yang membedakan penelitian ini, yang secara khusus mengkaji kedua variabel tersebut secara bersamaan dalam satu model analisis untuk melihat pengaruhnya terhadap minat peserta didik.

Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis secara kuantitatif pengaruh layanan pendidikan dan konsultan komunikasi terhadap minat peserta didik di Lembaga Pioneer Class Makassar sebagai salah satu lembaga pendidikan non-formal di Sulawesi Selatan. Penelitian ini tidak hanya berupaya mengisi

celah teoritis yang belum banyak dijelajahi, tetapi juga memberikan kontribusi praktis dalam pengembangan strategi komunikasi dan pelayanan yang lebih efektif dalam menarik minat peserta didik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksploratif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena memungkinkan pengumpulan data dalam bentuk angka yang dapat dianalisis secara statistik untuk menguji hubungan serta pengaruh antar variabel. Desain eksploratif digunakan untuk menganalisis dan menjelaskan pengaruh variabel bebas, yaitu layanan pendidikan dan konsultan komunikasi, terhadap variabel terikat yaitu minat peserta didik pada Lembaga Pioneer Class Makassar. Penelitian ini berfokus pada pengujian hipotesis dengan menggunakan metode statistik guna memperoleh gambaran yang objektif dan valid tentang fenomena yang terjadi. Penelitian dilaksanakan di Lembaga Pioneer Class Makassar selama dua bulan, mulai dari April hingga Juni 2024. Lokasi ini dipilih karena merupakan lembaga bimbingan belajar non-formal yang aktif dan memiliki peserta didik dengan berbagai latar belakang serta program pembelajaran yang beragam, sehingga representatif untuk penelitian ini.

Populasi penelitian adalah keseluruhan peserta didik yang terdaftar dan aktif mengikuti program bimbingan belajar di Lembaga Pioneer Class Makassar pada tahun 2022. Berdasarkan data administrasi lembaga, populasi peserta didik aktif tercatat sebanyak 50 orang. Populasi ini mencakup semua peserta didik yang secara rutin

mengikuti kelas dan berinteraksi dengan layanan pendidikan serta konsultan komunikasi di lembaga tersebut. Untuk mendapatkan data yang representatif dan analisis yang akurat, peneliti mengambil sampel dari populasi menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* dipilih dengan alasan peneliti memerlukan responden yang memenuhi kriteria khusus, yaitu peserta didik yang benar-benar aktif dan memiliki pengalaman langsung terkait interaksi dengan layanan pendidikan serta konsultan komunikasi di Pioneer Class. Sampel yang tepat diharapkan dapat memberikan informasi yang relevan dan mendalam tentang pengaruh variabel-variabel tersebut terhadap minat peserta didik. Dalam menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan (error rate) sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Perhitungan rumus Slovin (Majdina et al., 2024) sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N \times e^2) \quad (\text{Rumus 1})$$

Dengan: $N = 50$ (jumlah populasi) ; $e = 0,05$ (tingkat kesalahan). Maka perhitungannya adalah:

$$n = 50 / (1 + 50 \times 0,05^2); n = 50 / (1 + 50 \times 0,0025); n = 50 / (1 + 0,125); n = 50 / 1,125; n \approx 44,44$$

Jadi, jumlah sampel minimal yang dibutuhkan adalah sekitar 44 responden untuk memperoleh hasil yang representatif. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa ukuran sampel minimal adalah 44 responden untuk mencapai tingkat kepercayaan dan validitas hasil penelitian yang optimal.

Namun, karena keterbatasan waktu dan sumber daya, serta memperhatikan kualitas data yang diperoleh, peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 40 responden. Jumlah ini masih cukup representatif untuk analisis statistik yang akan digunakan dan memenuhi standar penelitian kuantitatif pada tingkat populasi yang relatif kecil.

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga teknik utama, yaitu kuesioner, wawancara, dan observasi. Instrumen kuesioner disebarluaskan secara daring melalui *platform Google Form* kepada 40 responden yang dipilih berdasarkan teknik purposive sampling. Kuesioner dirancang untuk mengukur tiga variabel utama, yakni layanan pendidikan, konsultan komunikasi, dan minat peserta didik, dengan menggunakan skala Likert 1–5 (dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju"). Setiap indikator dalam kuesioner telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* untuk mengukur hubungan antara skor butir dengan skor total, sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk menguji konsistensi internal instrumen. Nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $\geq 0,70$ dianggap menunjukkan tingkat reliabilitas yang baik.

Selain kuesioner, wawancara semi-terstruktur dilakukan terhadap beberapa peserta didik terpilih guna memperoleh data kualitatif yang mendalam mengenai pengalaman mereka dalam menerima layanan pendidikan dan interaksi dengan konsultan komunikasi. Teknik observasi juga digunakan untuk mengamati secara langsung proses komunikasi dan layanan yang diberikan, baik dalam kegiatan tatap muka maupun melalui

media daring. Setelah seluruh data dikumpulkan, analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 23 dengan metode regresi linear berganda. Teknik ini digunakan untuk menganalisis pengaruh simultan dan parsial dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Selain itu, dilakukan uji F (*F-test*) untuk mengetahui pengaruh kolektif kedua variabel independen terhadap minat peserta didik, serta uji t (*t-test*) untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel secara parsial. Analisis ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi kontribusi relatif dari layanan pendidikan dan konsultan komunikasi terhadap peningkatan minat peserta didik di Lembaga Pioneer Class Makassar.

Interpretasi hasil analisis dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan ($\alpha = 0,05$). Hasil analisis tersebut akan memberikan gambaran tentang seberapa besar dan signifikan pengaruh layanan pendidikan dan konsultan komunikasi terhadap minat peserta didik di Lembaga Pioneer Class Makassar. Dengan metode penelitian yang sistematis dan analisis statistik yang tepat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam memperkaya literatur ilmiah serta memberikan rekomendasi praktis bagi lembaga

pendidikan non-formal khususnya Pioneer Class Makassar dalam meningkatkan kualitas layanan dan efektivitas komunikasi guna menarik minat peserta didik secara optimal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis regresi linear berganda yang dilakukan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa layanan pendidikan dan konsultan komunikasi berpengaruh terhadap minat peserta didik di Lembaga Pioneer Class Makassar. Uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua indikator untuk variabel minat peserta didik, layanan pendidikan, dan konsultan komunikasi memiliki nilai valid yang signifikan dan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini reliabel. Hasil uji korelasi antara layanan pendidikan dan minat peserta didik menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,500 dengan nilai signifikansi 0,001, yang menunjukkan bahwa ada hubungan sedang yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Namun, korelasi antara konsultan komunikasi dan minat peserta didik lebih kuat, dengan nilai koefisien 0,656 dan signifikansi 0,000, yang mengindikasikan hubungan yang sangat signifikan antara konsultan komunikasi dan minat peserta didik.

Tabel 1. Hasil uji regresi linear berganda

Variabel	Koefisien Regresi (B)	Nilai t	Sig.	Kriteria Signifikansi	Keterangan	Nilai Korelasi (r)
Konstanta (<i>Intercept</i>)	5.037	—	—	—	—	—
Layanan Pendidikan (X1)	0.191	1.296	0.203	> 0.05	Tidak Signifikan	0.5
Konsultan Komunikasi (X2)	0.412	3.732	0.001	< 0.05	Signifikan	0.656

Sumber: Hasil olah data primer oleh peneliti, 2024

Tabel 1 menunjukkan hasil analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji pengaruh dua variabel independen, yaitu layanan pendidikan (X1) dan konsultan komunikasi (X2), terhadap variabel dependen yaitu minat peserta didik. Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa variabel layanan pendidikan memiliki koefisien regresi sebesar 0,191 dengan nilai signifikansi 0,203 ($> 0,05$), yang berarti tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat peserta didik. Sebaliknya, variabel konsultan komunikasi memiliki koefisien regresi sebesar 0,412 dengan nilai signifikansi 0,001 ($< 0,05$), menunjukkan pengaruh yang signifikan.

Nilai korelasi Pearson menunjukkan bahwa konsultan komunikasi memiliki hubungan yang kuat dengan minat peserta didik ($r = 0,656$), dibandingkan dengan layanan pendidikan ($r = 0,500$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh konsultan lebih menentukan dalam meningkatkan minat peserta didik dibandingkan layanan pendidikan secara langsung.

Pada tabel tersebut, kolom "Syarat" menyebutkan nilai korelasi yang diperlukan untuk menganggap hubungan antar variabel valid, yakni nilai korelasi yang harus lebih besar dari 0,361. Ini adalah nilai ambang batas yang digunakan untuk menilai kekuatan hubungan antara variabel. Artinya, jika nilai korelasi lebih besar dari 0,361, hubungan antar variabel dianggap cukup kuat untuk melanjutkan analisis lebih lanjut.

Selanjutnya, kolom "Keterangan" memberikan informasi apakah masing-masing variabel (layanan pendidikan dan konsultan komunikasi) memiliki pengaruh

yang signifikan terhadap minat peserta didik berdasarkan nilai t dan signifikansi yang diperoleh. Nilai t menggambarkan seberapa jauh koefisien regresi untuk masing-masing variabel menyimpang dari nol (yang berarti tidak ada pengaruh). Nilai signifikansi (p-value) digunakan untuk menentukan apakah hasil tersebut cukup kuat untuk diterima secara statistik.

Dalam kasus Layanan Pendidikan (X1), nilai t adalah 1.296, yang relatif rendah, dan nilai signifikansi (0.203) lebih besar dari 0.05. Ini berarti bahwa layanan pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat peserta didik, karena nilai signifikansinya lebih besar dari batas yang ditentukan (0.05). Secara statistik, ini menunjukkan bahwa perubahan dalam layanan pendidikan tidak cukup mempengaruhi minat peserta didik secara signifikan dalam konteks penelitian ini. Sebaliknya, untuk Konsultan Komunikasi (X2), nilai t yang lebih tinggi (3.732) dan nilai signifikansi (0.001) yang jauh lebih kecil dari 0.05 menunjukkan bahwa konsultan komunikasi berpengaruh signifikan terhadap minat peserta didik. Dengan kata lain, kualitas komunikasi yang dilakukan oleh konsultan memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan dalam mempengaruhi keputusan peserta didik untuk bergabung atau melanjutkan pendidikan di lembaga tersebut. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh konsultan sangat penting dalam menarik minat peserta didik. Dari analisis regresi linear berganda, ditemukan persamaan regresi:

$$\begin{aligned}
 Y &= 5.037 + 0.191X1 + 0.412X2Y \\
 &= 5.037 + 0.191 X1 + 0.412X2Y \\
 &= 5.037 + 0.191X1 + 0.412X2 \text{ (Rumus 2)}
 \end{aligned}$$

Di mana YYY mewakili minat peserta didik, X1X1X1 adalah layanan pendidikan, dan X2X2X2 adalah konsultan komunikasi. Hasil uji t menunjukkan bahwa layanan pendidikan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat peserta didik, dengan nilai t hitung sebesar 1,296 dan signifikansi 0,203, yang lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, konsultan komunikasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat peserta didik, dengan nilai t hitung sebesar 3,732 dan signifikansi 0,001, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun layanan pendidikan tidak memiliki pengaruh besar secara langsung, konsultan komunikasi memainkan peran yang sangat penting dalam menarik minat peserta didik.

Uji F menunjukkan bahwa secara simultan, kedua variabel, yaitu layanan pendidikan dan konsultan komunikasi, memiliki pengaruh signifikan terhadap minat peserta didik, dengan nilai F hitung sebesar 15,444 dan signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Ini menandakan bahwa kombinasi antara layanan pendidikan dan konsultan komunikasi secara bersama-sama dapat mempengaruhi minat peserta didik. Berdasarkan koefisien determinasi (R^2) yang sebesar 0,455, dapat disimpulkan bahwa 45,5% variasi dalam minat peserta didik dapat dijelaskan oleh kedua variabel ini, sementara sisanya 54,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dianalisis dalam penelitian ini.

Menurut Teori Komunikasi SMCR (*Sender-Message-Channel-Receiver*) yang dikembangkan oleh David K. Berlo, terdapat empat komponen utama yang saling terkait dalam proses komunikasi: pengirim pesan (*sender*), pesan itu sendiri (*message*), saluran

komunikasi (*channel*), dan penerima pesan (*receiver*) (Rohayatin et al., 2022). Pada konteks penelitian ini, pengirim pesan adalah konsultan komunikasi, yang menyampaikan informasi mengenai layanan dan program pendidikan kepada peserta didik sebagai penerima pesan. Pesan yang disampaikan adalah informasi tentang program pendidikan, layanan yang ditawarkan, serta manfaat yang dapat diperoleh peserta didik. Saluran komunikasi yang digunakan dapat berupa komunikasi tatap muka, media sosial, email, atau *platform* komunikasi lainnya. Komponen terakhir adalah penerima pesan, yaitu peserta didik, yang menerima dan menilai pesan yang disampaikan oleh konsultan (Mubarok, 2022; Yamin et al., 2022).

Dalam penelitian ini, Teori Komunikasi SMCR diterapkan untuk menjelaskan cara komunikasi antara konsultan dan peserta didik dapat mempengaruhi keputusan peserta didik untuk melanjutkan pendidikan di Lembaga Pioneer Class Makassar. Komunikasi yang efektif dari konsultan, yang melibatkan keterampilan komunikasi, pengetahuan yang mendalam tentang program, serta kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan persuasif, menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi minat peserta didik (Ardiansyah et al., 2024). Keterampilan komunikasi, sebagai salah satu faktor dalam teori ini, menunjukkan pentingnya kemampuan konsultan dalam menyampaikan pesan yang relevan dan tepat sasaran, sehingga dapat mempengaruhi keputusan peserta didik (Lestari & Fahrunnisa, 2024).

Proses komunikasi yang terjadi dalam konteks ini juga dipengaruhi oleh saluran komunikasi yang digunakan oleh lembaga

pendidikan. Jika saluran yang digunakan efektif dan sesuai dengan preferensi peserta didik, maka informasi yang disampaikan akan lebih mudah diterima dan dipahami, yang pada gilirannya dapat meningkatkan minat peserta didik. Sebaliknya, jika saluran komunikasi yang dipilih tidak efektif atau tidak sesuai, maka pesan yang disampaikan bisa saja tidak diterima dengan baik, sehingga mengurangi minat peserta didik untuk melanjutkan pendidikan mereka di lembaga tersebut.

Selain itu, Teori Kualitas Pelayanan yang melibatkan dimensi keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan bukti fisik (*tangibles*) juga digunakan dalam penelitian ini untuk menilai pengaruh layanan pendidikan terhadap minat peserta didik (Akbar et al., 2022; Munthe et al., 2023). Dimensi keandalan mengacu pada kemampuan lembaga untuk memberikan layanan yang sesuai dengan janji dan harapan peserta didik. Daya tanggap menunjukkan bagaimana lembaga dapat segera merespons kebutuhan dan masalah peserta didik. Jaminan mencakup kepercayaan peserta didik terhadap lembaga, sementara empati berfokus pada perhatian yang diberikan lembaga kepada peserta didik secara individu. Bukti fisik mengacu pada fasilitas fisik dan materi yang mendukung pengalaman belajar.

Layanan pendidikan merupakan segala bentuk pelayanan yang diberikan oleh lembaga pendidikan untuk memenuhi kebutuhan peserta didik dalam proses pembelajaran (Hendra & Turrahmi, 2022). Layanan ini meliputi aspek-aspek seperti kualitas pengajaran, fasilitas yang disedia-

kan, serta interaksi yang terjadi antara peserta didik dan pengajar. Layanan pendidikan yang efektif berkontribusi pada pengalaman belajar yang positif dan dapat mempengaruhi minat peserta didik untuk tetap bergabung dalam program pendidikan yang ditawarkan. Dalam penelitian ini, kualitas layanan pendidikan diukur berdasarkan seberapa baik lembaga dapat memenuhi kebutuhan peserta didik serta memberikan pengalaman yang memadai dalam proses belajar mengajar (Dunggio, 2023).

Sejalan dengan itu, konsultan komunikasi di lembaga pendidikan memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang baik antara peserta didik dan lembaga. Konsultan komunikasi bertugas untuk menyampaikan informasi yang relevan, menjawab pertanyaan peserta didik, serta membantu mengarahkan pilihan pendidikan dan karier sesuai minat dan potensi individu. Dalam konteks ini, teori Komunikasi SMCR (Sender-Message-Channel-Receiver) oleh David K. Berlo relevan untuk menggambarkan bagaimana proses komunikasi berlangsung antara konsultan (pengirim pesan) dan peserta didik (penerima pesan). Komunikasi yang efektif dari konsultan dapat mempengaruhi minat peserta didik untuk melanjutkan pendidikan di lembaga tersebut, terutama jika pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan dan mampu memperkuat persepsi positif terhadap masa depan pendidikan maupun karier (Habsy et al., 2024; Juliana & E janrosl, 2023).

Beberapa penelitian sebelumnya juga telah mengungkapkan hubungan antara kualitas layanan pendidikan dan minat peserta didik. Tariq (2020) menemukan bahwa kualitas pelayanan yang baik dalam suatu

lembaga pendidikan memiliki dampak signifikan terhadap keputusan peserta didik untuk bergabung atau melanjutkan pendidikan. Penelitian oleh Salsabilla & Alty (2022) juga mengungkapkan bahwa komunikasi yang efektif antara konsultan dan peserta didik berperan penting dalam menarik minat mereka untuk memilih lembaga pendidikan. Dalam konteks ini, komunikasi yang baik tidak hanya mencakup informasi yang disampaikan, tetapi juga cara penyampaian yang mempengaruhi pemahaman dan keputusan peserta didik.

Namun, meskipun banyak penelitian yang membahas kualitas layanan pendidikan dan pengaruhnya terhadap minat peserta didik, sedikit yang membahas bagaimana kombinasi antara layanan pendidikan dan peran konsultan komunikasi dalam mempengaruhi minat peserta didik di lembaga pendidikan non-formal. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menguji secara kuantitatif bagaimana kedua faktor tersebut berpengaruh terhadap minat peserta didik di Lembaga Pioneer Class Makassar. Penelitian ini juga berupaya memberikan wawasan baru mengenai pentingnya komunikasi yang efektif oleh konsultan dalam menarik minat peserta didik, serta bagaimana kualitas layanan pendidikan yang diberikan dapat mempengaruhi keputusan mereka untuk melanjutkan pendidikan.

Dalam penelitian ini, meskipun dimensi kualitas layanan penting, hasil analisis menunjukkan bahwa konsultan komunikasi memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap minat peserta didik dibandingkan dengan layanan pendidikan itu sendiri. Hal ini menunjukkan bahwa

meskipun kualitas layanan pendidikan sangat penting, komunikasi yang efektif oleh konsultan lebih berpengaruh dalam membentuk minat peserta didik untuk bergabung atau tetap berpartisipasi dalam program yang ditawarkan oleh lembaga. Sebagai contoh, kemampuan konsultan untuk membangun hubungan yang baik dengan peserta didik dan menyampaikan informasi dengan jelas dan meyakinkan dapat memperkuat minat peserta didik dalam memilih lembaga tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Lembaga Pioneer Class Makassar, dapat disimpulkan bahwa konsultan komunikasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat peserta didik, sementara layanan pendidikan secara keseluruhan tidak berpengaruh signifikan. Analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa meskipun kualitas layanan pendidikan penting, peran konsultan komunikasi lebih dominan dalam menarik minat peserta didik. Hal ini mengindikasikan bahwa komunikasi yang jelas dan efektif dari konsultan dapat meningkatkan minat peserta didik untuk bergabung dan melanjutkan pendidikan di lembaga tersebut. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pemahaman bagaimana kualitas komunikasi antara konsultan dan peserta didik dapat mempengaruhi minat peserta didik dalam memilih lembaga pendidikan, serta menyarankan lembaga untuk fokus pada peningkatan kemampuan komunikasi konsultan. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk mengeksplorasi pengaruh faktor eksternal atau sosial yang dapat

mempengaruhi minat peserta didik, serta mengkaji peran komunikasi digital dan media sosial dalam membangun hubungan antara lembaga pendidikan dan peserta didik, mengingat pentingnya teknologi dalam komunikasi saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, F., Zulfendri, Manurung, K., Ketaren, O., & Lina Tarigan, F. (2022). Hubungan Kualitas Pelayanan Kesehatan Terhadap Kepuasan Pasien Instalasi Radiologi Rumah Sakit Putri Hijau Medan. PREPOTIF: Jurnal Kesehatan Masyarakat, 6(1), 621–632. <https://doi.org/10.31004/prepotif.v6i1.3554>
- Andini, R. D., Fitrianti, E., Lestari, E. A., & Brutu, D. (2025). Peran Organisasi Pendidikan di Luar Sekolah dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran Non-Formal: Studi Kasus di Lembaga Kursus dan Pelatihan. *Jurnal Inovasi, Evaluasi, Dan Pengembangan Pembelajaran (JIEPP)*, 5(1), 158-163. <https://doi.org/10.54371/jiepp.v5i1.794>
- Ardat, Haidir, & Khairuddin YM. (2022). Modernisasi Lembaga Pendidikan Islam Non Formal: Studi Fenomenologi pada Madrasah Diniyah Takmiliyah Awaliyah. *Fitrah: Journal of Islamic Education*, 3(2), 209-221. <https://doi.org/10.53802/fitrah.v3i2.195>
- Ardiansyah, A., Rubino, R., & Muniruddin, M. (2024). Teknik Komunikasi Pendamping Sosial dalam Menggraduasi Keluarga Penerima Manfaat Program Keluarga Harapan di Kabu
- paten Aceh Singkil. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(5), 3104. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i5.3927>
- Dunggio, T. (2023). Hubungan Antara Sarana Prasarana, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Mahasiswa: Perspektif dan Implikasinya. *Jurnal Bisnisman: Riset Bisnis Dan Manajemen*, 4(3), 92-100. <https://doi.org/10.52005/bisnisman.v4i3.128>
- Habsy, B. A., Khalwa Hanani, A., & Fathira, S. A. (2024). Layanan Bimbingan Klasikal Berbasis masalah (IKMS) untuk Meningkatkan Perencanaan Karir. *Jurnal Consulenza: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 7(2), 1–14. <https://doi.org/10.56013/jcbkp.v7i2.2801>
- Hendra, R., & Turrahmi, M. (2022). Education Special Services Management Manajemen Layanan Khusus Pendidikan. *PUSTAKA*, 2(3), 1–4.
- Juliana, & E janrosli, V. S. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Program Akuntansi untuk Berkariir sebagai Konsultan Pajak. *ECo-Buss: Economy and Business*, 3(3), 921–934. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.652>
- Lestari, E. A., & Fahrunnisa. (2024). Proses Komunikasi dalam Pemberdayaan Kelompok Perempuan Penenun di Desa Poto Kecamatan Moyo Hilir (Studi komunikasi Menggunakan Teori SCMR). *Mutiara: Multidiciplinary Csientifict Journal*, 1(3), 106–116. <https://doi.org/10.57185/mutiara.v1i3.21>
- Majdina, N. I., Pratikno, B., & Tripena, A.

- (2024). Penentuan Ukuran sampel Menggunakan Rumus Bernoulli dan Slovin: konsep dan Aplikasinya. *Jurnal Ilmiah Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 16(1), 73. <https://doi.org/10.20884/1jmp.2024.16.1.11230>
- Mubarok, F. S. (2022). Pemanfaatan New Media untuk Efektivitas Komunikasi di Era Pandemi. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 10(1), 28–42. <https://doi.org/10.30659/jikm.10.1.28-42>
- Munthe, S. Y., Rumayar, A. A., & Korompis, G. E. C. (2023). Tingkat Kepuasan Pelayanan Administrasi Kepesertaan pada Peserta JKN di BPJS Kesehatan Kantor Cabang Manado. *Jurnal Kesehatan Tambusai*, 4(3), 3605–3617. <https://doi.org/https://doi.org/10.31004/jkt.v4i3.16467>
- Rohayatin, T., Subagyo, A., Setiawan, A., Munawaroh, S., & Wulandari, W. (2022). Bureaucratic Reform Strategy In Improving The Quality Of Public Services By Implementing Bureaucratic Communication Model in Cimahi City. *PERSPEKTIF*, 11(3), 963–969. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11.i3.6264>
- Romadhona, A., & Febriyani Putri, F. (2025). Analisis Strategi Promosi Melalui Akun Instagram Infokrian Untuk Meningkatkan Brand Awareness UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 6(1), 2745–2892. <https://doi.org/https://doi.org/10.57084/jmb.v6i1.1705>
- Rustandi, D., Rusdian, S., & Yasa Anggana Garut, S. (2023). Kepemimpinan Transformasional, Kompensasi dan Motivasi terhadap Kepuasan Kerja Serta Implikasinya pada Kinerja Dosen yang Dimoderasi oleh Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Tik). *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 179–194. <https://doi.org/10.37531/mirai.v8i1.3740>
- Salsabilla Helmi, A., & Alty Amalia, F. (2022). Merancang Katalog Electronik Untuk Promosi Jasa Konsultan Pendidikan Ke Luar Negeri. *IRWNS: Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar*, 13(1), 1064–1071. <https://doi.org/10.35313/irwns.v13i01.4371>
- Sandy Eka Nur Cahyo, M., Samari, & Sardanto, R. (2024). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen di Janji Jiwa Kediri. *SIMANIS: Simposium Manajemen Dan Bisnis III*, 3, 504–512. <https://doi.org/10.29407/1vqatw55>
- Syaadah, R. M. H. A. A., Silitonga, N., & Rangkuty, S. F. (2022). Pendidikan Formal, Pendidikan Non Formal, Dan Pendidikan Informal. *PEMA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 125–131. <https://doi.org/10.56832/pema.v2i2.298>
- Tariq, T. (2020). Identifikasi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Ber kunjung Ke Oliver Cafe, Jakarta. *Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 41–49. <https://doi.org/10.30596/interaksi.v4i1.3735>
- Wati, D. K., & Ridwan, A. (2024). Social Studies in Education (CC BY-NC-SA 4.0) 2024 Social Studies in Education. *Social Studies Education*, 2(2), 93–106. <https://doi.org/10.15642/sse.2024.2.1.>

93-106

Yamin, M., Islam, U., Sultan, N., Muhammad, A., Samarinda, I., Sultan, L. P., Hidayah, M., Idris, A. M., Mochammad, S., Syaputra, R., Zailani, M., Kautsar, S., & Wardhana, E. (2022).

Mengembangkan Pembelajaran Dengan Media Youtube Pada Mata Pelajaran PAI di SMA. *Jurnal Tarbiyah & Ilmu Keguruan (JTIK) Borneo*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.21093/jtikborneo.v3i2.6445>