

**STRATEGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BUTON DALAM
MENINGKATKAN MINAT CALON MAHASISWA BARU****Wa Ode Hamiyati Ramadani, Hastuti, Wa Nur Fida**

Fakultas Ilmu Nsosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Buton

Email: hanyramadhani087@gmail.com, hastutituo@gmail.com, nfida246@gmail.com

Abstrak

Semakin berkembangnya zaman, persaingan pada industri pendidikan tinggi negeri maupun swasta dalam memperebutkan pasar mahasiswa semakin ketat. Mereka semakin agresif dalam menyelesaikan latihan khusus untuk bersaing menarik perhatian siswa yang akan datang. Semakin meluasnya persaingan antar perguruan tinggi, maka Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton (UM Buton) harus mengambil peran yang sangat penting dalam mengawasi dan menyebarkan data tentang perguruan tinggi yang dimilikinya kepada masyarakat luas. Sehingga dapat meningkatkan minat calon mahasiswa baru untuk bergabung dan belajar di perguruan tinggi tersebut. Persaingan yang ketat di negara-negara maju, perguruan tinggi harus terus bersaing dalam memberikan data kepada masyarakat umum. Teknik eksplorasi yang digunakan dalam pemeriksaan ini adalah metodologi subjektif. Metodologi subjektif merupakan pendekatan eksplorasi yang menitikberatkan pada pemahaman dan klarifikasi dari atas ke bawah terhadap kekhasan sosial yang terjadi, baik yang berkaitan dengan signifikansi, pengalaman maupun penerjemahan emosional peserta ujian. Hasil penelusuran menunjukkan bahwa metodologi Periklanan Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru ada pada beberapa tahap. Gagasan yang dapat disampaikan adalah dengan hadirnya periklanan dalam desain hirarki Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton yang berada di bawah pimpinan divisi keseluruhan diharapkan dapat beralih ke jurusan lain sehingga periklanan mempunyai konstruksi yang masuk akal.

Keyword : *Strategi, Meningkatkan Minat, Calon Mahasiswa Baru.***Abstract**

As time progresses, the competition in the higher education sector, both public and private, to attract students is becoming increasingly fierce. They are becoming more aggressive in

How to cite:	Wa Ode Hamiyati Ramadani, Hastuti, Wa Nur Fida (2023), Strategi Universitas Muhammadiyah Buton dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru, (5) 8, https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v5i7.2416
E-ISSN:	2684-883X
Published by:	Ridwan Institute

carrying out specific exercises to compete for the attention of incoming students. With the widening competition among universities, Muhammadiyah Buton University (UM Buton) must play a crucial role in overseeing and disseminating information about the university to the general public. This way, it can increase the interest of potential new students to join and study at the university. In the intense competition in developed countries, universities must continue to compete in providing information to the general public. The exploration technique used in this examination is subjective methodology. Subjective methodology is an exploratory approach that emphasizes understanding and clarification from top to bottom regarding the social uniqueness that occurs, whether related to significance, experiences, or emotional translation of exam participants. The search results indicate that the Advertising methodology of Muhammadiyah Buton University in increasing the interest of potential new students exists in several stages. The idea conveyed is that with the presence of advertising in the hierarchy design of Muhammadiyah Buton University under the overall division leadership, it is hoped that it can transition to other departments, thus making advertising have a reasonable construction.

Keywords: *Strategy, Increasing Interest, Prospective New Students.*

PENDAHULUAN

Pendidikan lanjutan merupakan kelanjutan dari pendidikan pilihan yang dikoordinasikan untuk merencanakan peserta didik menjadi warga negara yang mempunyai kapasitas keilmuan dan cakap yang dapat menerapkan, membuat dan mengembangkan ilmu pengetahuan, keahlian atau inovasi. Pendidikan lanjutan juga dapat digambarkan sebagai lembaga pendidikan yang memberikan pelatihan dan berbagai jenis keterampilan seperti pendidikan, hukum, keuangan, desain, penelitian otak, kesejahteraan, dll sesuai dengan Peraturan No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Sekolah Umum menetapkan yayasan pendidikan lanjutan seperti skolastik, politeknik, sekolah menengah, lembaga yang tidak ditetapkan oleh otoritas publik (Rahayu et al., 2018).

Sekolah diyakini sebagai alat penting untuk memperbaiki gaya hidup individu (Baedowi, 2015). Melalui sekolah, masyarakat menjadi bijaksana, mempunyai kemampuan atau kapasitas, mempunyai sikap hidup yang baik, sehingga mampu mengatur segala sesuatunya dengan baik di mata masyarakat (Musfah, 2022); (Jatmikowati, 2018). Melanjutkan pendidikan lanjutan juga akan membangun pemahaman, informasi dan pengalaman yang akan berguna bagi masa depan remaja itu sendiri karena zaman semakin luar biasa dan saat ini, banyak orang yang berlomba-lomba untuk melanjutkan sekolah untuk memperbaiki hakikat kehidupan mereka (Khadijah & Indrawati, 2017). Dengan asumsi seseorang memilih untuk masuk sekolah, orang tersebut membeli layanan pendidikan tingkat lanjut. Pilihan untuk memilih sekolah adalah pilihan usaha. Spekulasi tersebut harusnya bermanfaat bagi pembeli setelah lulus dari sekolah. Hal ini karena selain membutuhkan biaya

yang besar, pembelajaran di perguruan tinggi juga membutuhkan jangka waktu yang cukup lama.

Undang-undang tidak resmi Nomor 61 Tahun 1999 tentang Kemandirian Pendidikan Lanjutan, otoritas publik memberikan pintu terbuka kepada setiap pendidikan Lanjutan untuk menciptakan penyelenggaraan yang lebih produktif dan berdampak pada perbaikan yang logis melalui kemandirian pendidikan Lanjutan. Perguruan tinggi rahasia juga diberikan kesempatan untuk berkembang dan membina sejajar dengan perguruan tinggi negeri (Prihatin, 2023). Untuk mengatasi hal tersebut, gagasan promosi harus diterapkan dalam berhubungan dengan perkumpulan (Utama & SE, 2020).

Menurut Koltler dan Armstrong, menampilkan adalah kemampuan hierarkis, sekumpulan siklus yang menciptakan cara untuk menyampaikan, meneruskan kualitas dan keunikan kepada klien dan untuk mengawasi hubungan klien guna mencapai manfaat bagi suatu asosiasi. Perguruan tinggi mungkin timbul kebutuhan untuk belajar dan mempunyai dorongan untuk meningkatkan pemenuhan administrasi dalam pendidikan (Uno, 2023); (Djafri, 2017). Promosi saat ini bukan merupakan gerakan praktis dari divisi display namun juga merupakan bagian penting dari sebuah organisasi. Kunci penting dalam pemasaran adalah komunikasi yang kuat di mana pesan dibangun berdasarkan tujuan umum (Chrismardani, 2014). Instrumen penting yang digunakan untuk mencapai tujuan korespondensi suatu organisasi atau asosiasi adalah sistem kemajuan yang efektif mengenai perpaduan kemajuan (Wahyudi et al., 2021).

Menurut Firmanda, (2022) kemajuan adalah tindakan penyampaian data dari pedagang ke pembeli atau pihak lain di saluran untuk mempengaruhi mentalitas dan perilaku. Sistem kemajuan dengan menggabungkan publikasi, kemajuan transaksi, penjualan individu, dan paparan ke dalam program terpadu untuk berbicara dengan pembeli dan pihak lain yang memengaruhi minat. Kemajuan digunakan untuk menerangi individu tentang layanan atau barang dan membujuk pembeli di pasar tujuan untuk membeli atau menggunakan barang atau layanan tersebut. Dalam pengembangan campuran periklanan mencapai tujuan korespondensi yang berbeda dengan setiap pelanggan.

Seiring berjalannya waktu, persaingan antara perusahaan pendidikan umum dan rahasia dalam memperebutkan pasar pelajar semakin ketat. Mereka semakin agresif dalam melakukan latihan khusus untuk bersaing menarik perhatian siswa yang akan datang. Berbagai cara mereka gunakan dalam latihan waktu terbatas. Kemajuan mekanis saat ini yang semakin luar biasa sangat bermanfaat dalam kegiatan-kegiatan khusus, salah satunya adalah memanfaatkan situs kampus dan hiburan berbasis web seperti Instagram dan hiburan online lainnya, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengakses data-data yang perlu dicari. Oleh karena itu media khusus tidak hanya berfungsi sebagai pemaparan namun juga intelijen (Mujiyanto et al., 2022).

Berdasarkan tinjauan yang dipimpin oleh Bowen (2012) untuk memutuskan prosedur promosi untuk menarik dan meningkatkan pendaftaran siswa di perguruan tinggi swasta di

Kenya, ditemukan bahwa pemberitahuan melalui situs institusi, dan melalui media transmisi berbeda yang memanfaatkan hiburan virtual, misalnya, Facebook, pintu terbuka karir yang jelas, verbal, mengadakan hari terbuka terdekat untuk calon kandidat dan dukungan dari lulusan merupakan teknik yang dapat membangun kualitas dan pencatatan yang menarik bagi yayasan (Rusdiana et al., 2018).

Selain memperluas persaingan antar perguruan tinggi, Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton (UM Buton) juga harus mengambil peran yang sangat penting dalam mengawasi dan menyebarkan data tentang pendidikan lanjutan kepada masyarakat umum. Sehingga dapat menumbuhkan minat calon mahasiswa baru untuk bergabung dan belajar di perguruan tinggi tersebut. Persaingan ketat di negara maju, perguruan tinggi harus terus bersaing dalam memberikan data kepada masyarakat umum. Berikutnya adalah informasi penerimaan mahasiswa baru di Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton tahun 2019-2022 :

Tabel 1 Data Pendaftaran Mahasiswa Baru

No.	Tahun Ajaran	Jumlah Mahasiswa Baru
1.	2019	1.534
2.	2020	1.860
3.	2021	1.447
4.	2022	1.409

www.umbuton.ac.id

(UMB) merupakan salah satu perguruan tinggi yang berada di Provinsi Sulawesi Tenggara (Febrianti et al., 2020). Berdiri sejak tahun 2001 UM Buton telah berkembang dan menawarkan berbagai macam program studi. Namun, saat ini UM Buton masih mengalami masalah yaitu penurunan jumlah calon mahasiswa baru yang bergabung dan belajar di UM Buton.

Berdasarkan wawancara peneliti kepada beberapa mahasiswa yang terdapat di Kampus UM Buton diperoleh bahwa kurangnya minat calon mahasiswa untuk bergabung di beberapa jurusan di Kampus UM Buton adalah adanya persaingan antar kampus di Sulawesi Tenggara yang persamaan jurusan, biaya perkuliahan yang lebih murah, sedangkan di kampus UM Buton mahal, di kampus luar banyak penawaran-penawaran beasiswa, masih minimnya fasilitas kampus. Disamping itu juga karena kurang terjalannya komunikasi yang baik antara mahasiswa dan dosen, beberapa mahasiswa mengatakan bahwa beberapa dosen selalu mempersulit dalam hal proses pembimbingan dalam akademik sehingga menimbulkan rasa trauma. Hal ini dapat dilihat dari jumlah calon mahasiswa baru yang mendaftar setiap tahunnya yang cenderung menurun.

METODE PENELITIAN

Teknik pemeriksaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metodologi subjektif. Sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian ini antara lain data primer, data sekunder.

Waktu yang dibutuhkan ilmuwan untuk memimpin eksplorasi ini cukup lama setelah penilaian proposisi dilakukan. Penjelajahan ini diarahkan penciptanya di halaman Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton yang terletak di Jl. Betoambari No.36, Lanto, Kota Bau, Sulawesi Tenggara 93724, Indonesia

Dalam mengumpulkan informasi tersebut, analisis langsung mendatangi objek pemeriksaan untuk memperoleh informasi yang sah, sehingga spesialis menggunakan Teknik Persepsi, Teknik Wawancara.

Pemeriksaan informasi yang digunakan adalah strategi pemeriksaan grafis, yang menggambarkan informasi yang dikumpulkan sebagai kata-kata, gambar, dan bukan angka. Informasi yang didapat dari komposisi, wawancara, catatan lapangan, catatan, dan lain-lain, kemudian digambarkan sehingga x dapat memberikan kejelasan pada dunia atau kenyataan yang sebenarnya.

Legitimasi informasi dalam penelitian ini diselesaikan dengan menggunakan standar validitas. Untuk mendapatkan informasi yang relevan, para ahli sebenarnya melihat keabsahan eksplorasi informasi tersebut melalui triangulasi.

Triangulasi dalam uji validitas ini ditandai dengan benar-benar melihat informasi dari berbagai sumber dengan cara yang berbeda, dan pada waktu yang berbeda. Selanjutnya dilakukan triangulasi sumber, triangulasi prosedur pengumpulan informasi, dan waktu.

RESULTS AND DISCUSSION

Gambaran Umum Penelitian

1. Kondisi Geografis

Universitas Muhammadiyah Buton, adalah salah satu perguruan tinggi Muhammadiyah yang merupakan amal usaha Muhammadiyah dalam mengembangkan pendidikan khususnya pada jenjang pendidikan tinggi. Motto universitas Muhammadiyah Buton ialah integritas, professional, entrepreneurship. Universitas Muhammadiyah Buton didirikan pada tahun 2000 yang beralamat di JL. Betoambari No 36, Lanto, Batupuaro Kelurahan Waborobo Kecamatan Betoambari dan status sekolah adalah swasta.

2. Sejarah Universitas Muhammadiyah Buton

Berdasar dari eksistensi dan kiprah Muhammadiyah di daerah ini serta kondisi obyektif perkembangan Kabupaten Buton saat itu baik yang terkait dengan data riil tentang pertumbuhan kelembagaan jumlah SMU/MA/SMK, maupun pertumbuhan jumlah lulusan setiap tahun dan upaya untuk mengambil peran serta dalam pemberdayaan sumber daya manusia pada level perguruan tinggi, maka pendirian dan pengembangan suatu universitas menjadi sangat esensial dan mendesak. Khususnya pada disiplin ilmu tertentu berdasarkan

hasil kajian dan observasi kontekstual, baik berdasarkan kecenderungan pengembangan wilayah maupun daya dukung SDA dan SDM yang tersedia. Tokoh Muhammadiyah Daerah Kabupaten Buton mencermati kondisi tersebut merasa terganggu dan terpanggil untuk mengkaji pendirian perguruan tinggi. Akhirnya Badan Pendiri Universitas Islam Buton pada tahun 1999 membentuk Perguruan Tinggi yang bernama Universitas Islam Buton (UNISBU) Pada tanggal 3 desember 1999 diadakan rapat koordinasi badan pendiri UNISBU yang kemudian disepakati bahwa UNISBU berubah menjadi amal usaha milik Muhammadiyah dengan nama Universitas Muhammadiyah Buton. Pada tanggal 17 Februari 2000 Pimpinan Daerah Muhammadiyah Buton membentuk dan menetapkan Badan Pemrakarsa Pendirian Universitas Muhammadiyah Buton yang bertugas untuk merencanakan, menyiapkan dan menyusun segala hal yang berkaitan dengan legalitas berdirinya Universitas Muhammadiyah Buton. Setelah melalui perjuangan yang panjang akhirnya Menteri Pendidikan Nasional RI mengeluarkan Surat Keputusan No. 81/D/0/2001 Tentang Izin Operasional Universitas Muhammadiyah Buton dan bersamaan dengan surat izin operasional 3 Program Studi.

B. Strategi UM Buton dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru di Universitas Muhammadiyah Buton

Semua kantor administrasi atau perusahaan tentunya perlu mencapai kesuksesan sejati dalam mencapai tujuannya. Pencapaian ini tidak dapat dicapai hanya dengan melihat kapasitas yang dimiliki lembaga tersebut saja. Selain itu, perlu adanya pemahaman, pengakuan dan kepentingan masyarakat luas. Seperti yang dilakukan Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton dalam memperluas minat calon mahasiswa baru, hendaknya fokus dan mengikutsertakan masyarakat pada umumnya dalam menyelesaikan prosedur yang akan dijalankan. Yang dimaksud dengan terbuka adalah masyarakat luar dan dalam.

Dalam kemajuan ini, periklanan harus dibentuk. Kehadiran unit periklanan di setiap organisasi administrasi merupakan suatu kebutuhan yang berguna untuk menyebarkan data tentang aktivitas saat ini, baik internal maupun eksternal. Karena periklanan adalah suatu alat atau perluasan untuk bekerja dengan koneksi dan menyebarkan data periklanan di setiap kantor administrasi, maka merupakan kebutuhan praktis untuk menyebarkan data tentang aktivitas sesaat di sana, baik internal maupun eksternal. Karena periklanan merupakan instrumen atau perluasan untuk bekerja dengan jalannya koneksi dan penyebaran data.

Konsekuensi dari pengujian ini adalah Metodologi UM Buton Dalam Memperluas Minat Calon Mahasiswa Baru di Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton mengacu pada penanda-penanda, yaitu menandai permasalahan atau pintu terbuka, menyusun dan memprogram, melakukan pergerakan dan penyampaian, menilai program. sebagai berikut:

1. Mendefinisikan Problem (Peluang) PR

Pada tahap ini yang dilakukan meliputi pendalaman dan pengecekan informasi, kesimpulan, pola pikir dan pelaksanaan pertemuan-pertemuan yang terkait dan terkena dampak kegiatan pengaturan asosiasi. Seperti yang diungkapkan oleh Muh. Hidayatullah selaku rekan periklanan UM Buton:

“Dari segi publikasi UM Buton cukup banyak media-media yang dimanfaatkan seperti media sosial, media konvensional, tribun, fajar, dan portal yang rutin mempublikasikan kegiatan-kegiatan menarik secara rutin selama 2 tahun terakhir. Popularitas UM Buton di media sosial online selama 2 tahun terakhir populer di media sosial. . Namun tidak bisa dipungkiri adanya kendala-kendala yang dihadapi pembantu ataupun staf humas”.

Melihat dampak dari pertemuan yang diarahkan, cenderung beralasan bahwa tingkat ketenaran UM Buton adalah yang paling nomor satu dan paling patut diburu. Dengan kenyataan tersebut, periklanan UM Buton telah meningkatkan pelaksanaan terpisah dan mengatasi permasalahan yang menjadi penghambat penyebaran data. Sementara Pengurus PKMB oleh Pak Azaludin memaknai hal itu:

“Kami berperan dalam meningkatkan citra positif universitas melalui kampanye branding dan konten-konten promosi yang menarik di media sosial dan website kami yang berupaya memberikan gambaran positif tentang universitas kepada calon mahasiswa baru”.

Berdasarkan wawancara kepada mahasiswa yang bernama **Israfil** tentang problem dan peluang dalam penerimaan mahasiswa baru adalah

‘Kami sebagai mahasiswa selalu berperan aktif dalam kegiatan pameran pendidikan dan expo untuk meningkatkan minat mahasiswa baru, kami sebagai mahasiswa membuka komunikasi yang baik untuk memperkenalkan universitas secara detail.’

Mengingat konsekuensi dari pertemuan yang telah dipimpin, dapat beralasan bahwa respons periklanan terhadap situasi ini sebenarnya membutuhkan tenaga periklanan muda yang dapat membantu mempercepat atau mengkarakterisasi dan memfasilitasi kegiatan lapangan baik dalam hal kepuasan maupun keragaman. media sehingga apapun yang selesai di lapangan dapat disebarluaskan kepada media dan masyarakat sehingga UM Buton semakin menonjol.

Berikut informasi pendaftaran mahasiswa baru tahun 2019-2022, sebagai berikut:

Tabel 2 Data Pendaftaran Mahasiswa Baru

NO	Fakultas	Tahun Ajaran		
		2019/2020	2020/2021	2021/2022
1.	Agama Islam	372	476	565
2.	Sosial & Politik	646	459	545
3.	Keguruan & Ilmu Pendidikan	1.334	1.224	993
4.	Ekonomi dan Bisnis	1.333	1.251	977

5.	Teknik	680	604	626
6.	Pertanian	352	370	286
7.	Pascasarjana	182	241	212
	Jumlah	4.065	4.523	4.012

2. Perencanaan dan Pemrograman

Data yang terkumpul pada langkah awal digunakan untuk mengambil kesimpulan tentang proyek terbuka, teknik obyektif, kegiatan dan korespondensi, strategi, dan tujuan. Beriklan dalam membangun tanggung jawab dan persekutuan untuk membina perguruan tinggi sehingga mereka dapat bersaing dan menciptakan SDM yang lebih baik serta membangun hubungan yang bermanfaat dengan media. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Muh Hidayatullah selaku staf Periklanan :

“Strategi humas UM Buton dalam melakukan pencitraan dari segi internal ialah dari humas ini melalui media UM Buton ac.id kita senantiasa mempublis kegiatan civitas akademik, dari segi eksternal, membangun relasi kerja sama dengan media-media konvensional, radio, tv, media cetak, kemudian online dan pengembangan media sosial facebook, twitter dan Instagram”.

Dari pihak kampus telah melakukan berbagai cara untuk memikat mahasiswa agar banyak mahasiswa yang tertarik untuk masuk di kampus UM Buton dan memilih jurusan yang mereka inginkan sesuai dengan bakat dan kepribadiannya. Sebagaimana yang dikatakan oleh bapak **Muh. Hidayatullah** selaku staff humas adalah:

“Strategi yang dilakukan untuk menarik mahasiswa masuk disini tentunya ialah prestasi-prestasi, fasilitas, serta akreditasi yang dimiliki kampus juga sangat menunjang”.

Berdasarkan wawancara kepada mahasiswa yang bernama **Azizah** tentang perencanaan dan pemrograman dalam penerimaan mahasiswa baru adalah

‘Kami sebagai mahasiswa selalu berperan aktif dalam kegiatan pameran pendidikan dan expo atau misalnya dengan mempublikasikan kepada Masyarakat terkait akreditasi kampus UM Buton disamping itu juga kami sebagai mahasiswa membuka komunikasi yang baik untuk memperkenalkan universitas secara detail.’

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa humas, Ketua PKMB, mahasiswa juga tidak lepas dari peran dan fungsinya. Adapaun langkah-langkah strategi yang dilakukan Humas dan para mahasiswa UM Buton untuk menarik minat mahasiswa baru adalah:

a. Melakukan publikasi tentang berbagai bentuk pencapaian Universitas Muhammadiyah Buton dalam bidang:

1. Akademik, berupa akreditasi kampus yang dicapai dan jurusan.

2. Sumber daya manusia, berupa tenaga pendidik dari berbagai kalangan seperti professor dan dokter, adapun pendamping dosen dari berbagai jurusan.
3. Kemahasiswaan, berupa pencapaian prestasi baik lokal, nasional, regional, bahkan internasional.
4. Kerjasama, relasi kerja sama dengan media-media, konvensional, radio, tv, media cetak, kemudian online dan pengembangan media sosial.

Berdasarkan wawancara kepada mahasiswa yang bernama Israfil tentang problem dan peluang dalam penerimaan mahasiswa baru adalah

‘Kami sebagai mahasiswa selalu berperan aktif dalam kegiatan pameran pendidikan dan expo untuk meningkatkan minat mahasiswa baru, kami sebagai mahasiswa membuka komunikasi yang baik untuk memperkenalkan universitas secara detail.’”

Upaya publikasi tersebut dilakukan dengan berbagai media seperti :

1. Menggunakan Tik Tok



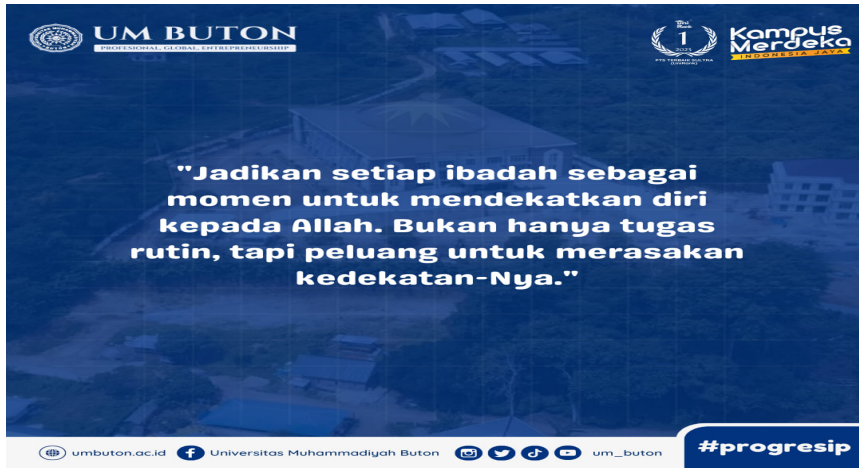
Gambar 1. Pemanfaatan Tik Tok Untuk Media Promosi Kampus UM Buton

2. Menggunakan Brosur



Gambar 2. Penggunaan Brosur Untuk Media Promosi Kampus UM Buton

3. Menggunakan Facebook



4. Menggunakan Website website Um Buton.ac.id



5. Iklan Penerimaan Mahasiswa Baru

An advertisement for student admission at Universitas Muhammadiyah Buton. The layout is divided into three main sections. On the left, under the heading "Fakultas dan Prodi", there is a list of faculties and their respective programs: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (Prodi. Ilmu Pemerintahan, Prodi. Ilmu Komunikasi), Fakultas Agama Islam (Prodi. Pendidikan Agama Islam, Prodi. Hukum Keluarga/Ahwal al-Syakhshiyah), Fakultas Pertanian (Prodi. Agribisnis, Prodi. Pengelolaan Sumberdaya Perairan), Fakultas Ekonomi (Prodi. Akuntansi, Prodi. Manajemen), Fakultas Teknik (Prodi. Teknik Sipil, Prodi. Rekayasa Sistem Komputer), Fakultas Hukum (Prodi. Ilmu Hukum), and Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan (Prodi. Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Prodi. Bimbingan dan Konseling, Prodi. Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Prodi. Pendidikan Biologi, Prodi. Pendidikan Guru Pendid. Anak Usia Dini). Below this list is a yellow box with the text "PROFESIONAL GLOBAL ENTREPRENEURSHIP". In the center, there is a blue and white accreditation logo for "AKREDITASI BAIK BAN-PT 2022". Below that, there are logos for "BANK PARTNERSHIP" including BSI, Mandiri, and BTN, along with a "#1 PTS TERBAIK SE-SULAWESI TENGGARA" badge. On the right, there is a photograph of a smiling female student in a blue jacket and hijab. To her right, the text "PMB UM BUTON" is written vertically in yellow. At the top right of the advertisement is the "UM BUTON" logo and the text "PENERIMAAN MAHASISWA BARU 2023". At the bottom center, there is contact information: "INFO PMB 2023", "0813 4366 6016", "0811 4009 933", and social media icons for WhatsApp, Facebook, and YouTube.

3. Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi

Khususnya melaksanakan program kegiatan dan korespondensi yang dimaksudkan untuk mencapai tujuan yang jelas bagi setiap masyarakat untuk mencapai tujuan program yang telah ditetapkan, misalnya yang dilakukan oleh bidang periklanan, Afirmasi Mahasiswa Baru (PMB).

Langkah-langkah yang dilakukan pihak UM Buton untuk meningkatkan minat mahasiswa baru yang akan datang, seperti yang diungkapkan Ketua PKMB Bapak Azaludin, adalah:

“Demonstrasi atau gerakan dianut untuk terus berlanjut masih di udara oleh komponen penataan dan mengatur untuk mencapai tujuan dan elemen periklanan melalui beberapa kegiatan pengembangan seperti dukunga terhadap navigasi dan aktivitas, koordinasi seluruh individu dari otoritas periklanan dalam bekerja, memberikan inspirasi terhadap individu dari biro iklan, serta membangun korespondensi yang menarik giat”.

Mengingat akibat pertemuan dengan mahasiswa baru bernama Israfil, maka langkah yang dilakukan pihak UM Buton untuk membangun minat calon mahasiswa baru adalah sebagai berikut:

“Kegiatan atau latihan yang dilakukan tidak seluruhnya dilakukan dengan mempersiapkan dan mengkoordinasikan komponen-komponen untuk mencapai tujuan melalui animasi mahasiswa UM Buton dalam membaurkan penerimaan mahasiswa baru dengan menyebarkan selebaran sebanyak-banyaknya kepada masyarakat *setempat*. daerah.”

Mengingat konsekuensi dari pertemuan yang diarahkan, Anda bisa diasumsikan bahwa pencapaian tujuan dan elemen periklanan di UM Buton dapat terlaksana berkat adanya koneksi yang baik antara pionir periklanan dan individunya, terlihat dari investiasadministrasi dalam navigasi dan aktivitas, semuanya Individu periklanan juga terkoordinasi dalam melakukan kewajibannya masing-masing menyusun korespondensi yang menarik antara pionir periklanan dan individunya dan pihak terkait. Dalam membangun citra lingkungan Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton, tentu saja iklan melakukan berbagai aktivitas yang mampu menggalang rasa iba secara terbuka. Misalnya saja memberikan arahan dan administrasi yang baik, menjalin hubungan dengan masyarakat setempat dan berbagai media. Membangun gambaran yang positif tentu bukan sesuatu yang mudah, karena memerlukan banyak bantuan dan partisipasi. Sehingga ide-ide yang dihasilkan dari kepedulian yang wajar terhadap mahasiswa baru dapat tersalurkan dengan baik

ditunjuk dan tepat waktu. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Muh Hidayatullah selaku staf periklanan.

“Melakukan sosialisasi lembaga ke masyarakat dan memperluas citra yang baik tentang kampus. Selama ini yang dilakukan menyebarkan pesan-pesan kampus dalam martiancapaianprestasidan terdapat program tinggi dicapai oleh pimpinan kampusrektordan wakil rektor dan sampai ke prodi itu pencapaian yang didapat itu pengembangan tri darma itulah yang disebarkan informasinya ke masyarakat yang luas dan dengan penyebarannya yang luas ini, kemudian akan memberikan image, kesan, citra kepada masyarakat di luar kampus.

Tugas periklanan dalam upaya merakit citra Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton memang sangat dibutuhkan agar daerah setempat bisa mendapatkannya ingin memberdayakan anak-anak mereka untuk melanjutkan sekolah mereka di halaman UMButon. Kolaborator periklanan akan benar-benar berjalan pekerjaan dan kemampuan dengan asumsi perintis menawarkan bantuan alasan periklanan. Selain itu, periklanan juga harus mendapat dukungan selanjutnya, kolaborasi dari mitra dalam lingkungan.

Dari klarifikasi tersebut, sangat mungkin beralasan bahwa kehadiran Periklanan sangat penting dalam hal pekerjaan dan kemampuannya. Foto yang bagus sebagai kepribadian lingkungan Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton benar-benar berdampak pada minat siswa baru yang direncanakan, karena para pendatang baru Siswa akan memikirkan pilihan mereka untuk masa depan mereka.

4. Mengevaluasi Program

Tugas periklanan dalam upaya merakit citra Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton memang sangat dibutuhkan agar daerah setempat bisa mendapatkannya ingin memberdayakan anak-anak mereka untuk melanjutkan sekolah mereka di halaman UM Buton. Kolaborator periklanan akan benar-benar berjalan pekerjaan dan kemampuan dengan asumsi perintis menawarkan bantuan alasan periklanan. Selain itu, periklanan juga harus mendapat dukungan selanjutnya, kolaborasi dari mitra dalam lingkungan. Dari klarifikasi tersebut, sangat mungkin beralasan bahwa kehadiran Periklanan sangat penting dalam hal pekerjaan dan kemampuannya. Foto yang bagus sebagai kepribadian lingkungan Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton benar-benar berdampak pada minat siswa baru yang direncanakan, karena para pendatang baru Siswa akan memikirkan pilihan mereka untuk masa depan mereka:

“Kita lakukan evaluasi perubahan-perubahan apa yang kurang kemarin kita akan perbaiki yang akan datang jadi semua ada pembenahan termasuk publikasi kita harus maksimalkan

itu publikasi ada kekurangan itu yang kita perbaiki termasuk kekurangan publikasi dimedia kita juga evaluasi kenapa kurang kita harus perbaiki.

Periklanan seharusnya proaktif dalam memberi dan penyebaran data sehubungan dengan pesan yang telah dikonsepsi sebelumnya, jadi ini juga akan sangat berguna bagi para pesaing siswa baru dalam mendapatkan data tentang jalur pendaftaran dan profil Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton. Sebagai bidang unggulan di Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton Periklanan seharusnya menampilkan tugas dan kemampuannya masyarakat dengan tujuan agar hadir atau hadirnya iklan Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton sebenarnya ada.

Mengingat akibat pertemuan dengan daerah setempat bernama Al Amin, terlihat sebagai: *“Sebaiknya pihak kampus melakukan perbaikan-perbaikan dan pembenahan terkait promosi penerimaan mahasiswa baru dan pembenahan termasuk publikasi kita harus maksimalkan itu publikasi ada kekurangan itu yang kita perbaiki termasuk kekurangan publikasi dimedia kita juga evaluasi kenapa kurang kita harus perbaiki”.*

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Dalam Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Baru

Dilihat dari dampak gambaran pertemuan tersebut, maka dapat dilihat bahwa kemajuan metodologi periklanan mahasiswa Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru tidak terlepas dari unsur pendukungnya. Sementara itu, prosedur yang mendukung dan menekan dalam menjalankan metodologi tidak dapat dipisahkan dari beberapa faktor penghambat. Untuk menjawab faktor pendukung dan penghambat penerapan sistem Periklanan Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru, dilakukan dengan membedah unsur dalam dan luar yang membantu dan menghambat dalam meningkatkan minat mahasiswa baru yang direncanakan. Unsur pendukung dan penghambat dalam perluasan minat calon mahasiswa baru adalah dari dalam dan dari luar.

Menurut Bapak Muh Hidayatullah, unsur pendukung dalam melakukan Teknik Periklanan Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru adalah :

“Dalam melengkapi sistem tentunya kami mempertimbangkan variabel pendukung sebelum memutuskan metodologi yang akan dilakukan, unsur pendukung disini dibedakan menjadi dua, yaitu elemen dalam dan variabel luar.”

Dari akibat yang terjadi pada pertemuan-pertemuan diatas, maka sangat mungkin beralasan bahwa dalam melakukan Teknik Periklanan Sekolah Tinggi Muhammadiyah Buton terdapat faktor pendukung dan penghambat.

1. Unsur pendukung

a) Variabel Interior

Variabel interior adalah apa saja yang dapat mendukung pameran periklanan dalam meningkatkan minat mahasiswa baru yang direncanakan dari dalam lingkungan Perguruan Tinggi Muhammadiyah Makassar. Faktor dalam diri sangat kuat dan persuasif dalam upaya membangun minat calon mahasiswa baru. Faktor dalam terdiri dari:

- 1) Ada dukungan dan partisipasi dari para pelopor lapangan dan semua pihak dari dunia kerja.
- 2) Kegembiraan atau inspirasi yang tergerak oleh iklan Sekolah Tinggi Muhammadiyah Buton untuk menyerahkan diri pada tugas yang dibinanya dengan memperluas kapasitas dan kemampuan melalui pelatihan sarjana dan sanggar.
- 3) Kantor dan kerangka dasar kuat.

b) Variabel Luar

Unsur pendukung luar merupakan variabel pendukung yang berasal dari luar. Variabel luar yang dikemukakan oleh Bapak Muh Hidayatullah antara lain: Kontribusi media baik secara lugas maupun implikasinya, media merupakan metode penyampaian data dan mengarahkan keinginan individu. Tugas media yang sangat penting dianggap sebagai metode terbaik untuk menyebarkan data terkait dengan aktivitas dan strategi lapangan. Seperti yang ditegaskan oleh Pak Azaludin bahwa:

“Hubungan Universitas Muhammadiyah Buton dengan media sebagai mitra kerja tidak dapat dipisahkan dalam pelaksanaan tugas-tugas humas, misalnya jika ada kegiatan di kampus kita mengundang media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat.”

2. Faktor Penghambat

Faktor-faktor penghambat tersebut dapat diatasi oleh Bapak Azaludin selaku ketua PKMB dengan mengkonsolidasikan hal-hal berikut:

- a. Menahan siswa baru yang tak terhitung jumlahnya, sehingga mereka diatur sebagai siswa baru yang berpegang pada hasilnya
- b. B. Kita harus mendukung korespondensi internal di dalam aset dan program studi, sehingga praktik yang dilakukan di tingkat fakultas dan program studi dapat lebih terkoordinasi dan kegiatannya diumumkan secara komprehensif kepada masyarakat umum dan pihak luar.
- c. C. Bantuan pelatihan yang biasanya kami perlukan muncul setelah waktu normal. Faktor penghambat akan menjadi faktor yang menghambat kerja dan pelaksanaan Publikasi Sekolah Muhammadiyah Buton dalam menumbuhkan minat calon siswa baru.

Faktor penghambat yang disampaikan oleh Bapak Muh Hidayatullah selaku Staf Promosi :

“Sebenarnya tidak terlalu besar, tapi kadang-kadang alat peraga yang sebenarnya kita perlukan sering terlambat dicetak, itu salah satu pencegahannya, sebaiknya kita pindah dulu.”

Salah satu faktor yang menghambat kerja dan pelaksanaan promosi UM Buton dalam menumbuhkan minat mahasiswa baru adalah tayangan tersebut membantu menyebarkan informasi yang pada umumnya terlambat dicetak, sehingga menjadi kendala dalam bergerak membangun minat pendekatan mahasiswa. .

Melihat hasil dari pertemuan tersebut, pembuatnya beralasan bahwa semua yang dapat menjaga penerapan promosi dalam menumbuhkan minat siswa baru tentunya berasal dari dalam lingkungan Sekolah Muhammadiyah Buton. Komponen batin merupakan kekuatan utama yang sangat kuat dalam upaya membangun minat mahasiswa baru yang dihimpun mengingat adanya bantuan dan upaya bersama dari para perintis lapangan dan seluruh pihak kemasyarakatan dari fakultas, tenaga atau motivasi Sekolah Muhammadiyah Buton untuk mengikuti ikhtiar tersebut. mereka melakukannya dengan mengurangi kemampuan dan kapasitas mereka. melalui bimbingan belajar dan studio sarjana, serta tempat kerja dan pendirian pendukung.

Meskipun komponen pembatasnya adalah rendahnya kesadaran mahasiswa baru dalam memperoleh informasi, faktor finansial juga menjadi variabel penghambat mahasiswa dalam memilih belajar di UM Buton. Dari akibat tertundanya penelitian di atas, maka dapat dimaklumi bahwa upaya pembinaan Sekolah Muhammadiyah Buton dalam meningkatkan iuran calon peserta didik baru tidak bisa dilepaskan dari komponen pendukung dan penghambat yang ada.

Pembahasan

Menurut Ngilimun (2017) metodologi adalah pengaturan dan pengurus untuk mencapai suatu tujuan yang harus dicapai melalui strategi fungsional. Prosedur pertukaran harus mencakup segala sesuatu yang diperlukan untuk mengetahui cara berbicara dengan kelompok kepentingan. Untuk melakukan teknik korespondensi diperlukan strategi atau strategi yang sesuai. Strategi dan metodologi mempunyai kekuatan yang besar untuk a. Dengan asumsi bahwa sistem yang telah kita kembangkan dengan susah payah adalah teknik yang tepat untuk digunakan, maka strategi dapat diubah sebelum metodologi. Meski begitu, jika kita merasa ada yang tidak beres dengan rencana strategis, kita perlu mengubah metodologinya. Dalam melaksanakan metodologi korespondensi ada beberapa komponen yang harus diperhatikan, salah satunya adalah sumber (komunikator).

Cara Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru hendaknya dapat dilakukan melalui kegiatan sosialisasi tentang berbagai

macam prestasi yang dimiliki Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton, misalnya ilmu skolastik sebagai landasan sertifikasi yang ditempuh dan jurusan, SDM melalui prestasi pegawai, dan prestasi keduanya yang berdekatan. dan di seluruh dunia. secara global dan dapat menyebarkan atau bekerja sama dengan media, termasuk pemberitahuan lanjutan, misalnya spanduk atau leaflet yang disebarakan melalui media berbasis web seperti IG, FB dan Twitter. Secara lengkap, upaya-upaya penting yang dilakukan mahasiswa Periklanan dan UM Buton untuk menarik minat mahasiswa baru adalah melalui sosialisasi tentang berbagai macam prestasi Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton dalam bidang :

1. Gramedia, sebagai dasar izin berprestasi dan jurusan.
2. HR, dengan menampilkan staf dari berbagai kalangan seperti guru dan spesialis, serta menghadirkan pembicara dari berbagai divisi.
3. Masalah Pembelajaran, melalui pencapaian prestasi lokal, publik, provinsi dan, yang mengejutkan, prestasi internasional.
4. Upaya terkoordinasi, kerjasama dengan media, reguler, radio, televisi, media cetak, kemudian pengembangan hiburan online dan virtual.

Dalam menyelesaikan metodologi Periklanan Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton terdapat variabel pendukung dan penghambat.

1. Faktor pendukung
 - a) Faktor Internal

Faktor internal adalah segala sesuatu yang dapat mendukung kinerja humas dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru berasal dari dalam kampus Universitas Muhammadiyah Makassar. Faktor internal sangat mendukung dan berpengaruh dalam Upaya meningkatkan minat calon mahasiswa baru. Adapun faktor internal terdiri dari:

- 1) Adanya dukungan dan kerjasama dari pimpinan kampus dan seluruh pihak-pihak dari fakultas.
 - 2) Semangat atau motivasi yang dimiliki humas Universitas Muhammadiyah Buton untuk mengabdikan diri pada tugas yang diembangnya dengan meningkatkan kemampuan dan keterampilan melalui pendidikan sarjana dan workshop.
 - 3) Sarana dan prasarana kampus yang dimiliki sudah menunjang.
- b) Faktor Eksternal

Unsur pendukung luar merupakan variabel pendukung yang berasal dari luar. Unsur luar yang dikemukakan oleh Bapak Muh Hidayatullah antara lain: Kontribusi media baik secara lugas maupun tersirat, media adalah cara menyampaikan data dan mengarahkan kerinduan individu. Tugas media yang sangat penting dianggap sebagai metode terbaik untuk menyebarkan data terkait aktivitas dan pengaturan lapangan

KESIMPULAN

Teknik Periklanan Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton dalam memperluas minat mahasiswa baru yang direncanakan adalah melalui beberapa tahapan : (a) Mempublikasikan berbagai macam prestasi yang ada di Sekolah Tinggi Muhammadiyah Buton, misalnya skolastik sebagai izin dasar yang diraih dan divisi, SDM melalui prestasi pegawai, dan prestasi baik lokal maupun universal. (b) Melakukan korespondensi atau bekerja sama dengan media, termasuk pemberitahuan terlebih dahulu, misalnya spanduk atau flyer yang disebar melalui media online seperti IG, FB, dan Twitter.

Faktor Pendukung dan Penghambat Terlaksananya Sistem Periklanan Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru, yaitu: unsur pendukung dalam khususnya pihak-pihak yang dapat menunjang pameran periklanan dalam meningkatkan minat yang direncanakan mahasiswa baru yang berasal dari lingkungan Perguruan Tinggi Muhammadiyah Buton. Unsur pendukung luarnya adalah asosiasi media, baik secara langsung maupun tersirat. Selain unsur-unsur pendukung tersebut. Ada pula faktor penghambatnya, yaitu perlunya penguatan dalam korespondensi baik secara langsung maupun tidak langsung.

BIBLIOGRAFI

- Baedowi, A. (2015). *Manajemen Sekolah Efektif: Pengalaman Sekolah Sukma Bangsa*. Pustaka Alvabet.
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi pemasaran terpadu: implementasi untuk UMKM. *Neo-Bis*, 8(2), 179–189.
- Djafri, N. (2017). *Manajemen Kepemimpinan Kepala Sekolah: (Pengetahuan Manajemen, Efektivitas, Kemandirian Keunggulan Bersaing dan Kecerdasan Emosi)*. Deepublish.
- Febrianti, W. S., Rasmi, R., Musthan, Z., & Supriyanto, S. (2020). Minat Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. *DIRASAH: JURNAL PENDIDIKAN ISLAM*, 1(2), 72–79.
- Firmanda, E. (2022). *Komunikasi Interpersonal Guru Dalam Memotivasi Belajar Siswa Di MI Arrahmah Purwotengah (Doctoral dissertation, IAIN Kediri)*.
- Jatmikowati, T. E. (2018). Efektifitas Komunikasi Orang Tua terhadap Kepribadian Intrapersonal Anak. *PEDAGOGI: Jurnal Anak Usia Dini Dan Pendidikan Anak Usia Dini*, 4(2), 1–15.
- Khadijah, S., & Indrawati, H. (2017). Suarman.(2017). Analisis Minat Peserta Didik untuk Melanjutkan Pendidikan Tinggi. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 26(2), 178–188.

- Mujiyanto, M., Hidayat, T., Akim, A., & Djuyandi, Y. (2022). KONTRIBUSI INTELIJEN TNI AU DALAM KEGIATAN KONTRA TERORISME MELALUI PROGRAM ASEAN OUR EYES (AOE) GUNA MENDUKUNG KEAMANAN NEGARA. *Aliansi: Jurnal Politik, Keamanan Dan Hubungan Internasional*, 1(2), 89–98.
- Musfah, J. (2022). *Kepeimpinan Pendidikan: Teori Dan Kebijakan*. Prenada Media.
- Prihatin, E. (2023). *Strategi sukses CRM di Perguruan Tinggi: Membangun Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan untuk Pertumbuhan Perguruan Tinggi Berkualitas*. Indonesia Emas Group.
- Rahayu, S., Salim, I., & Supriadi, S. (2018). Analisis Faktor Keberminatan Untuk Melanjutkan Pendidikan Ke Perguruan Tinggi Pada Alumni Sman 1 Sambas. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 7(7).
- Rusdiana, N., Susanto, H., & Jamal, J. (2018). Strategi Cyber Marketing Untuk Meningkatkan Jumlah Penerimaan Mahasiswa Baru. *Ennergy*, 8(2), 22–28.
- Uno, H. B. (2023). *Teori motivasi dan pengukurannya: Analisis di bidang pendidikan*. Bumi Aksara.
- Utama, D. R. Z. M., & SE, M. M. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia: Konsep Dasar Dan Teori*. UNJ PRESS.
- Wahyudi, S. P., Hasiholan, L. B., & Seputra, A. (2021). PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CV. BARTEC UTAMA MANDIRI (CV. BUMA). *Journal of Management*, 7(1).

Copyright Holder:

Wa Ode Hamiyati Ramadani, Hastuti, Wa Nur Fida (2023)

First publication right:
Syntax Idea

This article is licensed under:

