



Strategi Penerimaan Mahasiswa Baru Di Masa Pandemi

Ayu Veronika Somawati¹, I Made Hartaka², Ida Bagus Putu Eka Suadnyana³

¹²³Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Mpu Kuturan Singaraja

¹ayuvero90@gmail.com, ²made.hartaka@gmail.com, ³idabaguseka09@gmail.com

Keywords:

Admission of new students,
Pandemic,
Strategy

Abstract

The current pandemic condition has a significant impact on all aspects of human life, including the education sector. Especially for universities, in the midst of situations where it is not possible to have face-to-face meetings with many people, a strategy is needed to increase the interest of prospective students who entrust their education to these universities. This is also a challenge for the Hindu Philosophy Study Program, STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja. As new study programs and universities, of course, a mature strategy is needed so that whatever is the strength of the Hindu Philosophy Study Program can be well socialized to the community. In addition, of course, the existing opportunities must also be maximized to overcome all existing threats. By using qualitative research methods, the data obtained were analyzed qualitatively to gain an in-depth understanding of the new student admissions strategy in the Hindu Philosophy Study Program at STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja during the pandemic.

Kata Kunci:

Pandemi,
Penerimaan
Mahasiswa Baru,
Strategi

Abstrak

Kondisi pandemi seperti saat ini berdampak signifikan kepada semua aspek kehidupan manusia, tidak terkecuali pada sector pendidikan. Khususnya bagi perguruan tinggi, ditengah situasi yang tidak memungkinkan untuk melakukan tatap muka dengan orang banyak, dibutuhkan suatu strategi guna meningkatkan minat calon mahasiswa yang mempercayakan pendidikannya pada perguruan tinggi tersebut. Hal ini pula yang menjadi tantangan bagi Prodi Filsafat Hindu STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja. Sebagai prodi dan perguruan tinggi yang termasuk baru, tentu dibutuhkan strategi yang matang agar apa saja yang menjadi kekuatan dari Prodi Filsafat Hindu dapat tersosialisasikan dengan baik kepada masyarakat. Selain itu, tentu saja peluang-peluang yang ada juga harus dimaksimalkan untuk mengatasi segala ancaman yang ada. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, data-data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif untuk memperoleh pemahaman secara mendalam mengenai strategi penerimaan mahasiswa baru pada Prodi Filsafat Hindu di STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja di masa pandemi.

Pendahuluan

Bali yang dikenal dunia sebagai daerah tujuan wisata yang sangat diminati, salah satu alasan dikarenakan harmonisasi antara manusia dan alam yang dilandasi dengan agama, adat, dan budaya. Hal ini mendorong lahirnya PTK sebagai pusat kajian agama, adat, dan budaya yang tentu saja akan menjadi penyokong eksistensi Bali di mata dunia. STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja sebagai salah satu PTK yang berada di Bali mengambil nilai luhur keagamaan sebagai visi, yakni “Unggul dan bermartabat berkarakter *Tri Kaya Parisudha*. Dengan mengacu pada visi tersebut STAH Negeri Mpu Kuturan diharapkan mampu menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas guna menghasilkan lulusan yang unggul dan bermartabat, melaksanakan penelitian yang kompetitif, kolaboratif, dan inovatif untuk pengembangan dan penerapan ilmu pengetahuan, teknologi, seni dan budaya, mendorong pengabdian pada masyarakat dalam aspek pendidikan, agama, seni dan budaya serta humaniora dalam rangka memperkuat kualitas moderasi dan kerukunan umat beragama, serta membangun sistem tata kelola perguruan tinggi yang transparan akuntabel serta bersih melayani. Seluruh aspek tersebut dirangkum menjadi misi yang diusung STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja

Salah satu program studi di STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja yang juga merupakan bagian dari Jurusan Brahma Widya bersama dengan Prodi Teologi Hindu adalah Prodi Filsafat Hindu. Landasan hukum penyelenggaraan Prodi Filsafat Hindu tersebut adalah berdasarkan Surat Keputusan Dirjen Bimbingan Masyarakat Hindu Kementerian Agama RI Nomor 204 Tahun 2016. Prodi Filsafat Hindu memiliki tujuan menyiapkan peserta didik menjadi calon intelektual Hindu yang kompeten dan berkualitas di bidang ilmu Filsafat, serta memiliki *sraddha* dan *bhakti* kepada *Ida Sang Hyang Widhi Wasa*.

Sejak akhir tahun 2019 hingga saat ini, kondisi pandemi masih terjadi tidak hanya di Indonesia, tetapi juga di seluruh dunia hingga saat ini secara langsung atau tidak langsung ternyata telah mempengaruhi hampir di seluruh sector kehidupan manusia, baik itu kesehatan, pendidikan hingga sector ekonomi. Salah satu pengaruh kondisi pandemic saat ini yang berimbas pada dunia pendidikan adalah persaingan antar lembaga pendidikan tinggi yang semakin terasa berat. Hendrawan di dalam bukunya juga menjelaskan bahwa harus diakui pula persaingan menjadi suplemen jika dalam batas-batas kaedah yang berlaku. Bahkan persaingan sehat adalah pola perilaku yang mesti

dikembangkan. Fungsinya jelas, yakni mendorong inovasi, meningkatkan efisiensi, atau menguatkan *team work* (Hendrawan, 2009).

Konsumen atau para calon mahasiswa semakin selektif dalam melanjutkan jenjang pendidikannya karena pengaruh dari kondisi ekonomi ditengah pandemic ini serta calon mahasiswa akan semakin selektif dalam melihat prospek kerja kedepannya. Hal ini juga yang menjadi tantangan bagi Prodi Filsafat Hindu STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja dalam menyusun strategi untuk menarik minat calon mahasiswa untuk mau berkuliah pada Prodi Filsafat Hindu.

Metode

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dimana penelitian menekankan pada kedalaman data yang didapatkan oleh peneliti dan pemahaman yang mendalam terhadap makna di balik data yang diperoleh. Dalam hal ini peneliti mengumpulkan data-data tentang strategi penerimaan mahasiswa baru pada Prodi Filsafat Hindu STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah para pejabat di lingkungan prodi Filsafat Hindu, Jurusan Brahma Widya, serta para pejabat di lingkungan STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja. Selain itu, ada pula siswa SMA/SMK sebagai sasaran kegiatan penerimaan mahasiswa baru. Sedangkan untuk data sekunder berupa pustaka-pustaka, baik berupa hasil penelitian maupun buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini. Data Kemudian data ini dianalisis secara kualitatif untuk memperoleh pemahaman secara mendalam terhadap strategi penerimaan mahasiswa baru pada Prodi Filsafat Hindu di STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja di masa pandemi.

Hasil Dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Permasalahan kuantitas mahasiswa khususnya bagi sebuah program studi tentu merupakan suatu hal yang selalu mendapatkan perhatian khusus. Hal ini dikarenakan kuantitas mahasiswa akan menggambarkan serta mempengaruhi kepercayaan (*trust*) masyarakat terhadap keberadaan program studi dan perguruan tinggi yang bersangkutan. Selain itu, kuantitas mahasiswa juga akan berimbas pada proses akreditasi maupun reakreditasi. Jadi tidak mengherankan jika kuantitas mahasiswa selalu diusahakan untuk meningkat setiap tahunnya.

Memilih jurusan/program studi bukanlah urusan yang mudah dan bukan pula persoalan yang dapat dianggap sepele. Banyak faktor yang harus diperhitungkan dan dipikirkan masak – masak. Dari berbagai penelusuran literatur, diketahui bahwa faktor yang paling banyak menentukan dasar pijakan dalam memilih adalah ketertarikan atau daya tarik. Disamping itu, keputusan seseorang untuk menentukan pilihan sering terjadi sangat cepat kadang kurang dari setengah menit dan dipengaruhi oleh faktor suka dan kepercayaan. Dalam suatu penelitian dilaporkan bahwa sekitar 71% keputusan konsumen untuk membeli suatu produk didasarkan pada faktor kepercayaan antara penjual dan pembeli. Ini menarik karena bagaimana mungkin tercipta suatu kepercayaan dalam jangka waktu yang demikian singkat (Pasaribu, 2008).

Berdasarkan hal tersebut, maka tidak heran jika setiap prodi berlomba-lomba untuk membangun rasa suka dan kepercayaan dari para calon mahasiswa baru yang merupakan target pasar dari prodi yang bersangkutan. Dan untuk membangun rasa suka dan kepercayaan tersebut, dibutuhkan suatu strategi yang matang. Apalagi mengingat kondisi saat ini yang tengah dihadapkan pada situasi pandemic, tentu dibutuhkan strategi khusus dan dapat menyentuh langsung target yang dituju.

Strategi, secara sederhana dapat dijelaskan sebagai cara untuk mencapai tujuan organisasi, melalui proses analisis perencanaan, perumusan pelaksanaan dan evaluasi serta pelaporan dan pertanggung jawaban atau disebut perencanaan strategis (Purwani, 2015). Selain itu, strategi didefinisikan sebagai rencana kegiatan komprehensif yang diatur secara sistematis dan bersifat umum (Sofyan, 2015). Di dalam kasus ini, strategi yang dimaksud adalah bagaimana program studi Filsafat Hindu STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja membuat dan melaksanakan suatu cara untuk menarik minat bakal calon mahasiswa baru untuk memilih dan mempercayakan masa depannya bersama prodi ini.

Jika dikaji lebih lanjut, proses pemilihan program studi yang dilakukan oleh calon mahasiswa baru itu seperti suatu proses “jual beli” antara penyedia jasa dengan calon konsumennya. Purwani di dalam tulisannya menjelaskan bahwa proses konsumen dalam membeli, dapat dibagi dalam beberapa tahapan. Tahapan-tahapan tersebut meliputi pra-pembelian, tahapan pemenuhan pelayanan, dan pasca-pembelian. Tahap pra-pembelian meliputi pencarian informasi untuk mengenali, memenuhi kebutuhan dan evaluasi penyedia jasa alternatif. Fase pemenuhan layanan melibatkan pembelian layanan sebenarnya dari pemasok yang dipilih. Sementara tahap pasca pembelian menyiratkan

penilaian kinerja dan harapan masa depan. Pada tahap terakhir ini, klien mengevaluasi kualitas pelayanan dan kepuasan. Ini penting sebab kesetiaan biasanya muncul pada tahap ini (Purwani, 2015).

Untuk menentukan strategi dalam menjaring calon mahasiswa baru agar memilih prodi Filsafat Hindu, langkah awalnya adalah membuat analisis SWOT. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2006).

Hal ini tentu saja menjadi penting karena hasil analisis inilah yang akan mempengaruhi dalam proses pencapaian tujuan organisasi, khususnya dalam usaha meningkatkan kuantitas mahasiswa. Dengan kekuatan internal ini pula segala kendala dalam usaha meningkatkan jumlah mahasiswa dapat diatasi. Adapun analisis SWOT Prodi Filsafat Hindu STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja antara lain sebagai berikut :

Tabel 1. Analisis SWOT Prodi Filsafat Hindu STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
1. Status kampus sebagai Perguruan Tinggi Negeri,	1. Belum menjadi pilihan utama calon mahasiswa baru
2. Satu-satunya perguruan tinggi Hindu negeri di Bali Utara	2. Jaringan internet yang tidak terlalu lancar
3. Lokasi kampus yang strategis,	3. Pembangunan gedung yang belum rampung sehingga lingkungan menjadi berdebu
4. Biaya kuliah yang sangat terjangkau,	
5. Prodi Filsafat Hindu yang telah terakreditasi,	
6. Prospek peluang kerja yang menarik,	
7. Pejabat dan seluruh jajaran di lingkungan Prodi Filsafat Hindu yang sangat solid,	
8. Dosen yang kompeten dibidangnya serta didominasi oleh dosen-dosen muda,	
9. Dosen yang sangat aktif dalam mengembangkan diri	
10. Prodi Filsafat Hindu telah menjalin kerjasama dengan berbagai pihak, baik itu organisasi maupun lembaga pendidikan,	
11. Prodi Filsafat Hindu menerima calon mahasiswa baru dari berbagai latar belakang pendidikan SMA,	
12. Tersedianya organisasi kemahasiswaan di tingkat prodi	

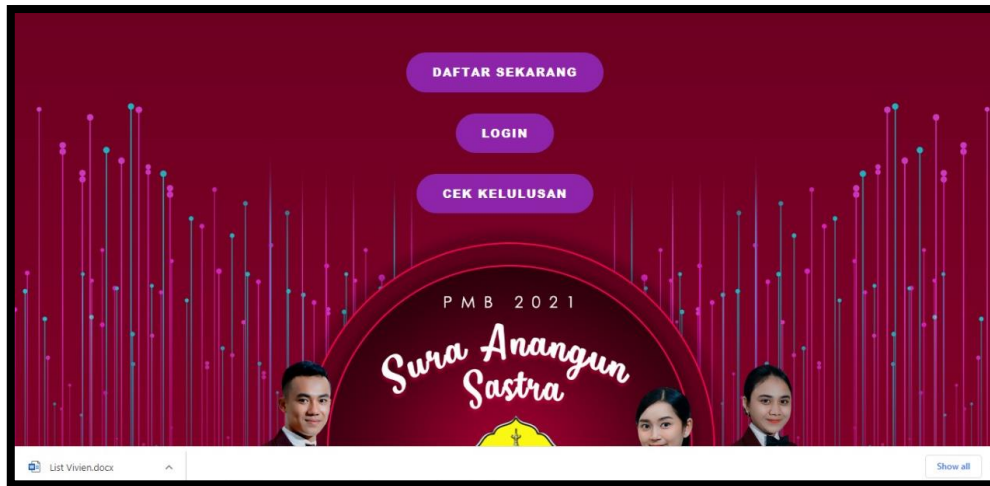
(HMPS) yang mendukung pengembangan diri mahasiswa Prodi Filsafat Hindu, 13. Beasiswa yang disediakan bagi calon mahasiswa baru yang memilih Prodi Filsafat Hindu.	
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
1. Dukungan pemerintah akan keberadaan STAHN Mpu Kuturan Singaraja 2. Tidak ada kampus lain di Bali Utara yang memiliki prodi Filsafat Hindu 3. Tersedianya peluang kerja bagi lulusan Filsafat Hindu	1. Adanya perguruan tinggi negeri yang telah berdiri lama serta sudah memiliki reputasi di Bali dan Indonesia 2. Adanya perguruan tinggi Hindu swasta di Bali Utara

Berdasarkan hasil analisis tersebut, strategi yang dilakukan oleh program studi Filsafat Hindu STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja bersama Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru STAHN Mpu Kuturan Singaraja tahun ajaran 2021-2022 dibagi menjadi 2 (sub), antara lain sebagai berikut :

a. Mekanisme Penerimaan Calon Mahasiswa

Penerimaan calon mahasiswa baru tahun ajaran 2021-2022 perlu dibuatkan menjadi sebuah mekanisme yang jelas sehingga baik panitia maupun calon mahasiswa baru tidak mengalami kesulitan dalam prosesnya. Untuk tahun ini, penerimaan calon mahasiswa baru dibagi menjadi 4 (empat) jalur antara lain Program Indonesia Pintar Kuliah/Bidik Misi, Undangan, Prestasi dan Reguler.

Mengingat situasi pandemic dimana banyak sekali pembatasan kegiatan masyarakat demi menjaga kesehatan dan keselamatan bersama yang mengharuskan masyarakat untuk tidak membuat kerumunan, panitia membuat suatu strategi. Strategi yang dibuat adalah dengan menyediakan *web* yang dapat diakses oleh calon mahasiswa baru. Proses pendaftaran, hingga cek kelulusan dapat dilakukan dengan mengakses *web* tersebut. Dengan strategi ini, maka semua proses penerimaan calon mahasiswa baru tetap dapat berjalan walaupun dilakukan dari rumah masing-masing. Adapun tampilan *web* yang dibuat oleh panitia dapat dilihat pada dokumentasi di bawah ini :



Gambar 1. Web PMB STAHN Mpu Kuturan Singaraja Tahun Ajaran 2021-2022
(Sumber : pmb.stahnmpukuturansingaraja.ac.id, diakses pada tanggal 10 Maret 2021)

b. Promosi

Jika diibaratkan seperti proses konsumen dalam membeli, hal ini merupakan proses pra-pembelian yakni pencarian informasi untuk mengenali. Dengan memahami dan mengenali prodi ini dengan baik, maka calon mahasiswa barupun dapat mempertimbangkan dengan baik pilihannya dalam memilih prodi dengan informasi yang telah diketahuinya secara penuh. Dan untuk dapat memaksimalkan proses ini, tentu dibutuhkan yang namanya proses promosi.

Promosi adalah bentuk komunikasi pada masyarakat. Yaitu kegiatan pemasaran yang berupaya menyebarluaskan informasi, mempengaruhi / membujuk, dan / atau meningkatkan target perolehan MABA pada Perguruan Tinggi dan produk-produknya agar mau menerima, membeli, dan loyal terhadap Perguruan Tinggi yang ditawarkan oleh Perguruan Tinggi yang bersangkutan (Hurriyati, 2010). Selain itu, kegiatan promosi merupakan kegiatan membangun komunikasi antara sekolah dengan calon mahasiswa atau keluarganya dengan tujuan untuk mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih suatu sekolah. Dengan demikian, dalam kegiatan promosi terdapat unsur apa yang diinformasikan, media komunikasi yang digunakan, dan kepada siapa informasi tersebut disampaikan (Sopandi, 2011).

Banyak faktor yang harus dipertimbangkan sebelum seorang calon mahasiswa menjatuhkan pilihannya kepada salah satu perguruan tinggi yang diminati. Proses pengambilan keputusan mungkin akan dimulai dengan penetapan tujuan lalu mengembangkan alternatif dan akhirnya menentukan pilihan terbaik. Sebagian orang mungkin akan melakukan pilihan secara spontan tanpa perencanaan, baik karena tergiur

oleh promosi, pelayanan, fasilitas gedung dan lain-lain tanpa melakukan skala prioritas mana yang lebih dulu dilakukan. Tentu dalam menentukan pilihan kuliah memerlukan proses rasional yang sedapat mungkin objektif, karena akan berakibat jangka panjang dan terkait dengan pengorbanan yang besar, mulai dari waktu, persiapan, dana, dan sikap mental dari mahasiswa tersebut (Nalim, 2012).

Disinilah tujuan dari promosi tersebut, agar calon mahasiswa baru mengetahui keunggulan dari prodi khususnya program studi Filsafat Hindu STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja sehingga pada akhirnya mau bergabung dengan prodi ini. Mengingat kondisi pandemic seperti saat ini, inovasi tentu harus dilakukan oleh program studi Filsafat Hindu STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja untuk mencapai tujuannya. Untuk itu, program studi Filsafat Hindu STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja baik secara mandiri maupun bergabung bersama Panitia Penerimaan Mahasiswa Baru STAHN Mpu Kuturan Singaraja membuat media promosi dalam penerimaan mahasiswa baru tahun ajaran 2021/2022. Promosi difokuskan mengingat kampus STAHN Mpu Kuturan Singaraja yang tergolong baru dan perlu banyak sosialisasi agar semakin dikenal oleh masyarakat, yakni sebagai berikut :

1) Pemasangan *Billboard* dan Baliho

Salah satu media promosi yang selalu digunakan pada saat penerimaan mahasiswa baru adalah dengan menggunakan media baliho. Hal ini dilakukan dengan sasaran para pengguna jalan yang melintas dimana baliho itu dipasang. Selain itu, pemasangan baliho tetap menjadi alternative di tengah kondisi pandemic seperti saat ini mengingat sosialisasi dengan cara mengumpulkan banyak orang sangat minim sekali dapat dilakukan.

Selain dengan pemasangan baliho, panitia penerimaan mahasiswa baru untuk tahun ini mulai melirik penggunaan *billboard* sebagai sarana promosi yang dianggap efektif disamping penggunaan baliho. Penggunaan *billboard* ini tentu saja dilakukan setelah melakukan pertimbangan bersama terlebih dahulu, salah satunya yaitu jangkauan *billboard* yang lebih luas karena posisinya yang berada di tengah-tengah kota sehingga lebih mudah untuk dilihat oleh banyak orang.

Baik baliho maupun *billboard*, kedua media promosi ini merupakan strategi promosi penerimaan mahasiswa baru STAHN Mpu Kuturan Singaraja dimana prodi Filsafat Hindu bernaung. Dengan menyertakan narahubung ketua dan sekretaris panitia lembaga, calon mahasiswa baru yang ingin mengetahui secara spesifik jurusan maupun prodi yang bernaung di dalam STAHN Mpu Kuturan Singaraja, akan diarahkan untuk

menghubungi orang-orang yang telah ditugaskan yang merupakan perwakilan dari masing-masing jurusan.

2) Sosialisasi Melalui Media Massa

Media massa (*mass media*) terdiri dari dua kata yaitu “media” dan “massa”. Kata media dekat dengan pengertian “medium”, “moderta” yang berarti tengah, sedang, penengah atau penghubung. Atau secara sosial-politis, “media” merupakan tempat, wahana, forum, atau lebih tepat lembaga penengah. Sedang “massa” adalah sesuatu yang tidak pribadi, sesuatu yang tidak personal, melainkan sesuatu yang berhubungan dengan orang banyak. Dengan demikian media massa adalah suatu lembaga netral yang berhubungan dengan orang banyak atau lembaga yang netral bagi semua kalangan atau masyarakat banyak (Niryawan, 2007).

Media massa masih menjadi salah satu media promosi favorit untuk mempromosikan sesuatu karena aksesnya yang bisa menjangkau banyak lapisan masyarakat, baik itu media massa cetak maupun media massa *online*. Dan ini juga yang masih menjadi pertimbangan bagi panitia sebagai media sosialisasi dan promosi.



Gambar 2. Potongan berita mengenai PMB di media massa

(Sumber : Dokumentasi Peneliti, Juli 2021)

Penggunaan media massa sebagai media promosi penerimaan mahasiswa baru di masa pandemic ini menjadi salah satu strategi untuk menyasar masyarakat yang belum menjadikan media sosial menjadi bagian dari kesehariannya sehingga informasi mengenai keberadaan STAHN Mpu Kuturan Singaraja serta prodi Filsafat Hindu dapat tersampaikan kepada masyarakat dengan baik.

3) Sosialisasi ke Desa dan Sekolah-Sekolah

Sosialisasi secara tatap muka merupakan salah satu strategi yang masih dilakukan di tengah situasi pandemic karena beberapa target pasar yang tidak memungkinkan untuk dijangkau melalui media social atau media massa semata.

Promosi ke sekolah dilakukan dengan cara membagikan brosur dan *flyer* untuk ditempelkan di papan pengumuman sekolah, bukan lagi dengan cara mengumpulkan siswa kelas XII dan memberikan pemahaman secara langsung mengingat situasi pandemic yang tidak memungkinkan untuk melaksanakan hal tersebut. Brosur dan *flyer* diberikan dengan target guru-guru yang ingin melanjutkan pendidikannya dan juga siswa yang mungkin ada urusan ke sekolah.

Sedangkan untuk sosialisasi yang dilakukan ke desa dengan target pengurus desa atau para pemuka agama mengingat khususnya Jurusan Brahma Widya dan prodi Filsafat Hindu yang bisa menjadi pilihan bagi mereka yang ingin memperdalam ilmu agama yang dimiliki. Inilah mengapa, sosialisasi dilakukan secara tatap muka dengan ikut serta ketika ada rapat di desa karena tidak menutup kemungkinan adanya pengurus desa maupun pemuka agama yang masih terbatas dalam akses media social dan media massa.

4) Sosialisasi Melalui Mahasiswa Aktif Penerima Beasiswa PIPK/Bidik Misi

Salah satu strategi yang dilakukan oleh panitia dalam menjaring calon mahasiswa baru untuk berkuliah di STAHN Mpu Kuturan Singaraja adalah melakukan sosialisasi keberadaan STAHN Mpu Kuturan Singaraja dengan memberdayakan mahasiswa aktif penerima beasiswa PIPK/Bidik Misi.

Untuk prodi Filsafat Hindu sendiri, pemberdayaan mahasiswa penerima beasiswa PIPK/Bidik Misi dalam menjaring mahasiswa karena beasiswa PIPK/Bidik Misi merupakan salah satu daya tarik dari prodi ini. Jumlah calon mahasiswa baru yang masih sedikit membuat peluang untuk mendapatkan beasiswa PIPK/Bidik Misi ini menjadi besar. Oleh karena itu, dengan pendekatan *person by person* tentu saja akan sangat efektif sebagai media promosi keberadaan prodi Filsafat Hindu di masa pandemic seperti saat ini.

5) Optimalisasi Media Sosial

Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebarkan konten mereka sendiri. *Post* di *blog*, *tweeter*,

youtube dapat diproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis (Khatimah, 2018). Di masa pandemic seperti saat ini, pengguna media sosial tentu sangat meningkat. Peningkatan ini tidak hanya semata-mata dikalangan generasi muda saja. Generasi menengah mulai aktif menjadi penikmat serta pengguna media sosial. Hal inilah yang kemudian dimanfaatkan sebagai media promosi dan sosialisasi mengenai penerimaan calon mahasiswa baru STAHN Mpu Kuturan Singaraja.

Gaya hidup generasi millennial yang bisa dikatakan tidak dapat hidup tanpa gawai dan media sosialnya tentu saja merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan khususnya oleh prodi Filsafat Hindu STAHN Mpu Kuturan Singaraja. Pemanfaatan ini dilakukan melalui beberapa jenis media sosial, diantaranya sebagai berikut :

a) *Facebook*

Facebook merupakan salah satu situs jejaring sosial dimana para penggunanya bisa memposting berbagai memposting foto, video, komentar dan *link*, serta dapat pula bermain *games*, *chatting live* dan bahkan *streaming* video secara langsung.

Facebook menjadi salah satu media sosial yang menjadi media promosi khususnya bagi prodi Filsafat Hindu STAHN Mpu Kuturan Singaraja dalam melakukan promosi dan sosialisasi untuk menjaring calon mahasiswa baru. *Facebook* ini dikelola langsung oleh prodi Filsafat Hindu yang memuat informasi dan kegiatan di lingkungan prodi Filsafat Hindu agar bisa diketahui oleh masyarakat.

Selain memanfaatkan akun prodi ini, mahasiswa Filsafat Hindu juga digerakkan untuk melakukan sosialisasi melalui akunnya masing-masing. Mahasiswa juga digerakkan untuk memposting informasi mengenai filsafat khususnya filsafat Hindu yang sering disalah pahami oleh masyarakat. Dengan melakukan hal tersebut, diharapkan semakin banyak masyarakat yang paham apa itu filsafat dan mulai melirik keberadaan prodi Filsafat indu STAHN Mpu Kuturan Singaraja.

Melalui keterlibatan mahasiswa pada promosi melalui media *online*, diharapkan animo masyarakat khususnya generasi millennial untuk berkuliah di prodi Filsafat Hindu STAHN Mpu Kuturan Singaraja semakin meningkat.

b) *Instagram*

Instagram merupakan aplikasi jejaring sosial yang memungkinkan para penggunanya untuk berbagi foto dan video kepada teman-temannya. *Instagram* menjadi salah satu media sosial yang menjadi media promosi khususnya bagi prodi Filsafat Hindu STAHN Mpu Kuturan Singaraja dalam melakukan promosi dan sosialisasi untuk

menjaring calon mahasiswa baru. Selain berbasis prodi, juga dibuatkan akun *instagram* yang berbasis mahasiswa yang dikelola oleh Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS) Filsafat Hindu. Hal ini ditujukan untuk mempublikasikan kegiatan-kegiatan mahasiswa prodi.

c) *Tiktok*

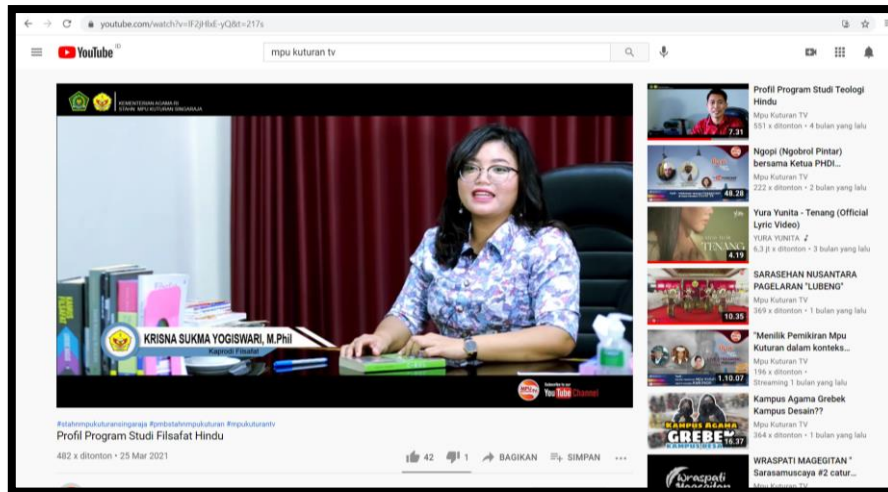
Tiktok merupakan aplikasi video dan hiburan yang belakangan sedang tren dikalangan generasi millennial. Karena kecenderungan inilah maka media sosial *tiktok* menjadi salah satu pilihan sebagai strategi media sosialisasi.

Salah satu strategi yang dilakukan untuk menjaring mahasiswa baru adalah dengan melibatkan mahasiswa dengan banyak *followers* untuk mempromosikan keberadaan STAHN Mpu Kuturan Singaraja serta prodi Filsafat Hindu. Melalui pembuatan content *tiktok* mengenai keberadaan prodi, diharapkan keberadaan STAHN Mpu Kuturan dengan prodinya termasuk prodi Filsafat Hindu dapat tersosialisasikan dengan baik sehingga semakin menarik minat calon mahasiswa baru.

Hal ini sejalan dengan pendapat Sopandi di dalam hasil penelitiannya yang menjelaskan bahwa daya tarik yang ditonjolkan untuk memancing calon mahasiswa, bahwa tim promosi dari perguruan tinggi tidak segan-segan menginformasikan kehebatan lulusannya, dengan menyebutkan sejumlah lulusannya yang memegang jabatan tinggi di berbagai instansi atau menjadi pengusahapengusaha sukses. Selain itu, ada juga promosi perguruan tinggi melalui orang terkenal (*endorser*), sebagai daya tarik tersendiri bagi para calon mahasiswa (Sopandi, 2011).

d) *Youtube*

Youtube adalah salah satu aplikasi yang menjadi pilihan masyarakat untuk melepas kejenuhan di masa pandemic seperti saat ini. Melihat animo masyarakat yang begitu besar dalam penggunaan media *youtube*, membuat media ini menjadi salah satu sarana sosialisasi. Prodi Filsafat Hindu bekerjasama dengan Mpu Kuturan TV yang merupakan *channel* resmi STAHN Mpu Kuturan membuat serta mengunggah video-video edukatif yang berkaitan dengan prodi Filsafat Hindu, antara lain profil prodi serta *talkshow* dengan dosen prodi Filsafat untuk menjawab keraguan serta kesalahpahaman masyarakat mengenai filsafat.



Publikasi profil prodi Filsafat Hindu

(Sumber : Dokumentasi Peneliti, Juli 2021)

Melalui video-video edukatif yang ditayangkan di Mpu Kuturan TV, diharapkan animo mahasiswa baru untuk memilih prodi Filsafat Hindu semakin tinggi.

2. Pembahasan

Apabila dikaji dari jumlah penerimaan mahasiswa, tahun ini juga peningkatan jumlah mahasiswa prodi Filsafat Hindu juga cukup signifikan. Hal tersebut dapat dilihat dari perkembangan jumlah mahasiswa dari tahun ke tahun sebagai berikut :

Tabel 2. Perkembangan Jumlah Mahasiswa

No.	Tahun Ajaran	Jumlah Mahasiswa Baru
1	2016-2017	2 orang
2	2017-2018	4 orang
3	2018-2019	12 orang
4	2019-2020	13 orang
5	2020-2021	20 orang
6	2021-2022	29 orang

Berdasarkan hal tersebut, bisa dilihat bahwa strategi penerimaan mahasiswa baru untuk tahun ajaran 2021-2022 ini berjalan dengan baik dan melebihi daya tampung yang ditargetkan.

Kesimpulan

Berdasarkan strategi dan hasil promosi melalui media-media sosialisasi di atas, walaupun di tengah kondisi pandemic seperti saat ini ternyata perolehan mahasiswa baru prodi Filsafat Hindu pada khususnya, serta STAH Negeri Mpu Kuturan Singaraja pada umumnya mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Khusus untuk prodi Filsafat Hindu, perolehan mahasiswa baru untuk tahun ajaran 2021-2022 telah melebihi target serta daya tampung, dimana daya tampung prodi Filsafat Hindu untuk tahun ini adalah 20 orang, sedangkan mahasiswa baru prodi Filsafat Hindu yang telah melakukan daftar ulang mencapai 29 orang.

Daftar Pustaka

- Hendrawan, S. (2009). *Spiritual Management from Personal Enlightenment Towards Good Corporate Governace*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabetha.
- Khatimah, H. (2018). POSISI DAN PERAN MEDIA DALAM KEHIDUPAN MASYARAKAT. *Tasamuh Vol. 16 No. 1*, 119-136.
- Nalim. (2012). ANALISIS FAKTOR YANG MEMENGARUHI MAHASISWA DALAM MEMILIH PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BAHASA ARAB STAIN PEKALONGAN. *FORUM TARBIYAH Vol. 10, No. 2*, 214-235.
- Niryawan, H. (2007). *Dasar-Dasar Hukum Media*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pasaribu, B. (2008). *Faktor Daya Tarik FKIP UIKA Bogor dalam Persepsi Mahasiswa*. Bogor: Laporan Penelitian Internal FKIP UIKA Bogor.
- Purwani, D. A. (2015). STRATEGI PROGRAM STUDI UNTUK MENINGKATKAN BRANDAWARENESS (Studi Pada Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Humaniora UIN Sunan Kalijaga). *KRITIS Jurnal Sosial Ilmu Politik Universitas Hasanuddin*, 121-131.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Utama.
- Sofyan, I. (2015). *Manajemen Strategi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sopandi, E. (2011). STRATEGI PROMOSI PENERIMAAN MAHASISWA BARU UNTUK PTS (Tinjauan atas kegiatan Promosi PTS di Jawa Barat Tahun 2010). *MANAJERIAL Vol. 9, No. 18*, 87-101.