

Optimalisasi Sosialisasi SNPMB Berbasis Digital untuk Meningkatkan Minat Siswa SMA terhadap Teknik Industri Universitas Mataram

¹⁾Leni Agustina, ²⁾Laeli Nurrahmah, ³⁾Meysarah Na'ilah, ⁴⁾Moamar Rahman, ⁵⁾Maharsa Pradityatama*, ⁶⁾Dwi Komala Sari, ⁷⁾Gelsy Falisha Abdia, ⁸⁾Muhammad Galang Putra Prayitno, ⁹⁾Ni Made Putri Candrawati, ¹⁰⁾Yelli Fitri

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10)}Program Studi Teknik Industri, Universitas Mataram, Kota Mataram, Indonesia
Email Corresponding: maharsa@unram.ac.id*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: SNPMB Minat Siswa Promosi Digital Pendidikan Tinggi Sosialisasi	Pengabdian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya pemahaman siswa SMA terhadap jalur SNPMB serta kurang optimalnya strategi promosi Program Studi Teknik Industri Universitas Mataram. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan minat siswa melalui optimalisasi sosialisasi berbasis ceramah dan media digital. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif dengan desain pre-test dan post-test terhadap siswa kelas XII di 13 SMA di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Kegiatan meliputi penyampaian materi SNPMB, pemutaran video promosi, serta penyebaran konten Instagram Story sebagai media informasi lanjutan. Hasil menunjukkan adanya peningkatan minat siswa sebesar ± 25 -40% berdasarkan hasil evaluasi kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan. Selain itu, terjadi peningkatan pemahaman terhadap jalur SNPMB dan ketertarikan terhadap Program Studi Teknik Industri. Kebaruan kegiatan ini terletak pada integrasi pendekatan sosialisasi konvensional dengan strategi promosi digital berbasis media sosial yang dievaluasi secara kuantitatif. Kegiatan ini berkontribusi dalam menghasilkan model sosialisasi yang lebih efektif, adaptif, dan berbasis data dalam meningkatkan minat calon mahasiswa.
Keywords: SNPMB student interest digital promotion higher education socialization	ABSTRACT This community service activity is motivated by the low level of high school students' understanding of SNPMB admission pathways and the suboptimal promotion strategy of the Industrial Engineering Study Program at the University of Mataram. The purpose of this activity is to increase students' interest through the optimization of socialization using lecture-based approaches combined with digital media. The method employed is a descriptive approach with a pre-test and post-test design involving 12th-grade students from 13 high schools in West Nusa Tenggara Province. The activities include the delivery of SNPMB materials, screening of promotional videos, and dissemination of Instagram Story content as a follow-up information medium. The results indicate an increase in students interest of approximately 25-40% based on questionnaire evaluations conducted before and after the activity. In addition, there is an improvement in students understanding of SNPMB pathways and their interest in the Industrial Engineering Study Program. The novelty of this activity lies in the integration of conventional socialization approaches with digital promotion strategies based on social media, evaluated quantitatively. This activity contributes by providing a more effective, adaptive, and data-driven socialization model in enhancing prospective students interest.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Pendidikan tinggi memiliki peran strategis dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan daya saing bangsa di era globalisasi. Akses terhadap pendidikan tinggi tidak hanya membuka peluang ekonomi, tetapi juga memperluas wawasan, keterampilan, serta kemampuan adaptasi individu terhadap perkembangan teknologi dan industri (Harahap & Harahap, 2026). Pendidikan juga menjadi fondasi penting dalam menciptakan masyarakat yang inovatif dan kompetitif sehingga mampu menghadapi tantangan perkembangan

zaman (Fau et al., 2023). Oleh karena itu, peningkatan partisipasi lulusan sekolah menengah untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi menjadi salah satu prioritas dalam pembangunan sektor pendidikan. Salah satu mekanisme utama dalam penerimaan mahasiswa baru di perguruan tinggi negeri di Indonesia adalah melalui Seleksi Nasional Penerimaan Mahasiswa Baru yang terdiri dari jalur Seleksi Nasional Berdasarkan Prestasi, Seleksi Nasional Berdasarkan Tes, serta seleksi mandiri. Sistem ini dirancang untuk memberikan kesempatan yang adil bagi calon mahasiswa berdasarkan capaian akademik maupun hasil tes yang terstandar (Korbaffo & Thomas Dima, 2024). Namun demikian, kompleksitas informasi terkait jalur seleksi, persyaratan, serta prosedur pendaftaran seringkali menjadi kendala bagi siswa sekolah menengah atas dalam memahami proses tersebut secara komprehensif sehingga berdampak pada rendahnya minat dan kesiapan dalam memilih program studi yang sesuai (Pasi et al., 2024).

Kegiatan sosialisasi dan promosi menjadi salah satu bentuk implementasi tridharma perguruan tinggi yang bertujuan untuk memberikan informasi yang akurat serta meningkatkan minat calon mahasiswa. Sosialisasi berfungsi sebagai media edukasi untuk menyampaikan informasi secara sistematis kepada siswa, sedangkan promosi merupakan bagian dari strategi komunikasi pemasaran yang bertujuan membangun persepsi positif terhadap institusi pendidikan dan program studi yang ditawarkan (Albab & Abdullah, 2018), (Ekawati et al., 2022), (Elimar et al., 2024). Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi dan promosi memiliki kontribusi dalam meningkatkan pengetahuan dan minat siswa terhadap pendidikan tinggi. Pengabdian yang dilakukan oleh (Palippada et al., 2025), (Kurniawan & Pribadi, 2025) menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi secara langsung di sekolah mampu meningkatkan pemahaman siswa terkait jalur masuk perguruan tinggi. Selain itu, pengabdian oleh (Pasi et al., 2024) serta (Agustina et al., 2025) juga mengindikasikan bahwa penyampaian informasi mengenai SNPMB dan profil program studi dapat meningkatkan minat siswa untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan pada beberapa SMA di Provinsi Nusa Tenggara Barat, ditemukan bahwa sebagian besar siswa masih belum memahami secara komprehensif jalur SNPMB, termasuk perbedaan antara SNBP, SNBT, dan jalur mandiri. Selain itu, informasi mengenai Program Studi Teknik Industri masih tergolong terbatas dan kurang menarik bagi siswa, sehingga menyebabkan rendahnya tingkat awareness dan minat awal. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara informasi yang tersedia dengan kebutuhan siswa sebagai calon mahasiswa. Oleh karena itu, diperlukan strategi sosialisasi dan promosi yang lebih inovatif dan adaptif, khususnya melalui integrasi media digital yang sesuai dengan karakteristik generasi siswa saat ini.

Sosialisasi dan promosi yang dilakukan oleh Program Studi Teknik Industri bertujuan untuk memberikan kontribusi praktis bagi institusi pendidikan dalam merancang strategi sosialisasi dan promosi yang lebih berbasis data serta memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan kajian pengabdian kepada masyarakat yang lebih sistematis dan terukur.

II. MASALAH

Kegiatan pengabdian ini diharapkan menghasilkan data kuantitatif yang terstruktur melalui jumlah peningkatan minat siswa sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan promosi.

Permasalahan yang dihadapi mitra dalam kegiatan ini meliputi:

1. Rendahnya pemahaman siswa SMA terhadap jalur SNPMB.
2. Kurangnya informasi yang menarik terkait Program Studi Teknik Industri.
3. Minimnya pemanfaatan media digital dalam kegiatan promosi pendidikan tinggi.
4. Belum adanya evaluasi berbasis data terhadap efektivitas kegiatan sosialisasi.

Selain itu, kegiatan ini juga memberikan kontribusi dalam bentuk analisis faktor yang mempengaruhi peningkatan minat siswa terhadap Program Studi Teknik Industri Universitas Mataram sehingga dapat menjadi dasar dalam pengembangan strategi promosi yang lebih efektif di masa mendatang.



Gambar 1. Lokasi pengabdian sosialisasi dan promosi

III. METODE

Kegiatan dilaksanakan pada beberapa sekolah menengah atas di wilayah Provinsi Nusa Tenggara Barat yang menjadi sasaran utama calon mahasiswa baru. Pemilihan lokasi dilakukan secara *purposive* dengan mempertimbangkan potensi minat siswa, akses informasi pendidikan tinggi, serta keterjangkauan wilayah. Subjek dalam kegiatan ini adalah 312 siswa kelas XII dari 13 SMA yang berada pada tahap akhir pendidikan menengah dan memiliki kebutuhan informasi terkait kelanjutan studi ke perguruan tinggi (Agustina et al., 2025). Kegiatan sosialisasi dan promosi dilakukan pada tanggal 27 Januari 2026 sampai dengan tanggal 4 Februari 2026 dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Daftar SMA dan pelaksanaan kegiatan Sosialisasi dan Promosi SNPMB 2026

No.	SMA	Tanggal pelaksanaan kegiatan
1	SMAN 1 Taliwang	27 Januari 2026
2	SMAN 2 Taliwang	
3	SMAN 1 Jereweh	28 Januari 2026
4	MAN 1 Taliwang	29 Januari 2026
5	SMAN 6 Mataram	30 Januari 2026
6	SMAN 2 Mataram	31 Januari 2026
7	SMAN 3 Mataram	
8	MA Nurul Islam	1 Februari 2026
9	SMAN 10 Mataram	
10	SMAN 1 Lembar	2 Februari 2026
11	SMAN 1 Gunungsari	
12	SMKN 2 Mataram	3 Februari 2026
13	Lentera Hati Boarding School	4 Februari 2026

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini terdiri dari beberapa tahapan, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada tahap persiapan dilakukan pembentukan tim pengabdian, penyusunan materi sosialisasi, pembuatan konten digital berupa video promosi dan *Instagram Story*, serta koordinasi dengan pihak sekolah terkait jadwal dan teknis pelaksanaan kegiatan. Tahap pelaksanaan dilakukan melalui kegiatan sosialisasi secara langsung di sekolah dengan metode ceramah yang dilengkapi dengan pemutaran video promosi serta interaksi melalui diskusi dan tanya jawab. Pada tahap ini, siswa juga diperkenalkan dengan konten Instagram resmi Program Studi Teknik Industri sebagai media informasi lanjutan yang dapat diakses secara mandiri. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga mengintegrasikan pendekatan komunikasi edukatif dan promosi digital yang bertujuan untuk meningkatkan efektivitas sosialisasi secara menyeluruh. Kombinasi metode ceramah dan media digital diharapkan mampu memberikan pengalaman pembelajaran yang lebih menarik, interaktif, dan berdampak dalam meningkatkan minat siswa terhadap pendidikan tinggi, khususnya pada Program Studi Teknik Industri Universitas Mataram. Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan instrumen kuesioner berbasis skala Likert dengan rentang nilai 1-5 untuk mengukur tingkat minat dan pemahaman siswa sebelum dan sesudah kegiatan. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan deskriptif komparatif untuk melihat perubahan skor rata-rata. Indikator

keberhasilan kegiatan ditentukan berdasarkan peningkatan nilai rata-rata minimal sebesar 20% dari kondisi awal.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi dan Promosi

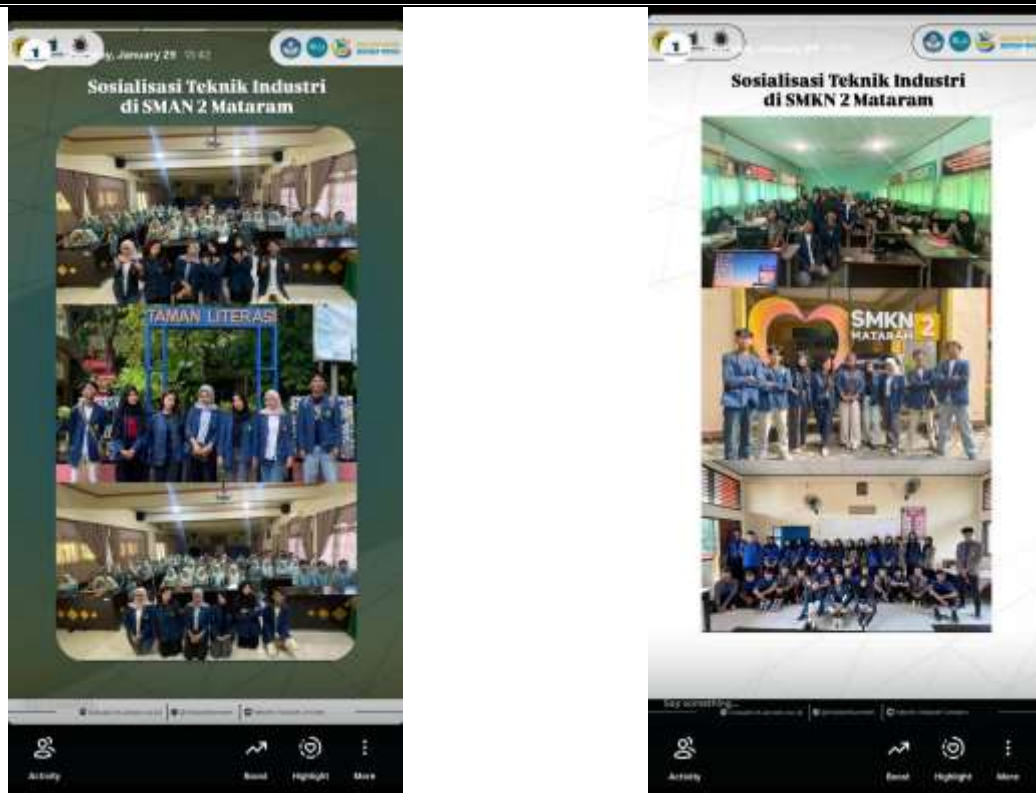
Kegiatan sosialisasi dan promosi yang dilakukan oleh Program Studi Teknik Industri Universitas Mataram. Peningkatan skor minat sebesar 35,5% (gambar 4) menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan memiliki efektivitas yang tinggi dalam meningkatkan ketertarikan siswa. Secara khusus, indikator ketertarikan terhadap program studi mengalami peningkatan paling signifikan dibandingkan indikator lainnya.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi dan Promosi SNPMB 2026

Pembuatan Konten Digital

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi yang mengombinasikan metode ceramah dan media digital berupa video promosi serta Instagram Story terbukti mampu meningkatkan pemahaman siswa terhadap informasi SNPMB serta profil program studi. Hal ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menyatakan bahwa sosialisasi secara langsung memberikan pemahaman dasar yang baik kepada siswa terkait jalur masuk perguruan tinggi (Bani et al., 2024), (Agustina et al., 2025).



Gambar 3. Pembuatan konten digital *Instagram story*

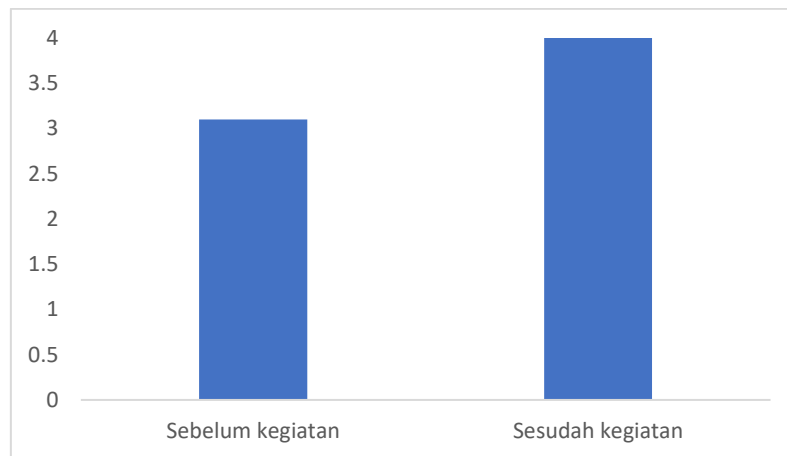
Hasil kegiatan pengabdian menunjukkan bahwa pelaksanaan sosialisasi dan promosi SNPMB 2026 memberikan dampak positif terhadap peningkatan minat siswa SMA terhadap Program Studi Teknik Industri Universitas Mataram. Berdasarkan data keketatan program studi pada tahun 2025, terlihat bahwa Program Studi Teknik Industri memiliki tingkat keketatan yang relatif kompetitif, dengan rasio keketatan sekitar 4,2% (SNBP), 7,2% (SNBT), 9,8% (Mandiri) pada berbagai jalur seleksi. Data tersebut menunjukkan bahwa meskipun daya tampung relatif terbatas, jumlah peminat terus mengalami peningkatan sehingga mencerminkan adanya daya tarik yang cukup tinggi terhadap program studi ini. Program Studi Teknik Industri Universitas Mataram yang baru berdiri pada tahun 2023, mengalami kenaikan jumlah pendaftar secara signifikan dibandingkan tahun sebelumnya, yaitu 326 (tahun 2023), 632 (tahun 2024), 1200 (tahun 2025), dengan dilaksanakannya kegiatan sosialisasi dan promosi ini diharapkan jumlah pendaftar meningkat dari tahun sebelumnya.

Tabel 2. Perbandingan Jumlah Pendaftar Program Studi Teknik Industri Universitas Mataram

Jalur Masuk	Tahun		
	2023	2024	2025
SNBP	-	154	353
SNBT	-	268	542
Jalur Mandiri	326	210	305
Total	326	632	1200

Implikasi dari kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa strategi sosialisasi dan promosi yang efektif harus mampu mengintegrasikan pendekatan komunikasi edukatif dengan strategi pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Pendekatan yang hanya mengandalkan metode ceramah cenderung kurang optimal dalam menarik perhatian siswa, terutama di era digital saat ini. Oleh karena itu, penggunaan media digital seperti video promosi dan media sosial menjadi elemen penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi. Hal ini sejalan dengan konsep komunikasi pemasaran yang menekankan pentingnya penggunaan berbagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada target audiens (Elshifa et al., 2024). Selain itu, hasil kegiatan ini juga menunjukkan bahwa penyampaian informasi yang jelas, menarik, dan

mudah diakses dapat meningkatkan kepercayaan serta minat siswa dalam memilih program studi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa rata-rata skor minat siswa meningkat dari 3,1 sebelum kegiatan menjadi 4,2 setelah kegiatan.



Gambar 4. Ketertarikan terhadap program studi

Peningkatan terbesar terjadi pada indikator ketertarikan terhadap Program Studi Teknik Industri. Hasil ini menunjukkan bahwa integrasi media digital memiliki peran signifikan dalam meningkatkan efektivitas sosialisasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa penggunaan media digital dalam promosi pendidikan mampu meningkatkan engagement dan daya tarik informasi (Kurniawan & Pribadi, 2025).

Secara keseluruhan, hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi dan promosi SNPMB 2026 memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan minat siswa SMA terhadap Program Studi Teknik Industri Universitas Mataram. Keberhasilan kegiatan ini tidak hanya ditentukan oleh metode penyampaian informasi, tetapi juga oleh kemampuan dalam mengintegrasikan strategi komunikasi yang inovatif serta melakukan evaluasi yang sistematis terhadap dampak yang dihasilkan.

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan minat siswa SMA terhadap Program Studi Teknik Industri Universitas Mataram dengan peningkatan rata-rata sebesar lebih dari 30%. Integrasi metode ceramah dengan media digital terbukti menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan pemahaman dan ketertarikan siswa. Program ini juga menunjukkan bahwa pendekatan promosi berbasis digital mampu menjangkau siswa secara lebih optimal dibandingkan metode konvensional. Untuk keberlanjutan, disarankan agar program ini dikembangkan menjadi sistem promosi berbasis digital yang terintegrasi dan berkelanjutan serta diperluas ke wilayah di luar Provinsi Nusa Tenggara Barat. Meskipun demikian, pengabdian ini memiliki beberapa keterbatasan. Kegiatan ini dilakukan pada cakupan wilayah yang terbatas di Provinsi Nusa Tenggara Barat dengan jumlah sekolah sasaran yang relatif terbatas, sehingga hasil yang diperoleh belum dapat digeneralisasi secara luas. Selain itu, pendekatan evaluasi yang digunakan masih bersifat deskriptif dengan analisis sederhana, sehingga belum mampu menggambarkan hubungan kausal secara mendalam antara variabel yang diteliti. Keterbatasan lainnya adalah belum optimalnya eksplorasi faktor eksternal seperti latar belakang sosial ekonomi siswa, pengaruh orang tua, dan akses informasi digital yang dapat mempengaruhi minat siswa dalam memilih program studi.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, direkomendasikan agar kegiatan pengabdian selanjutnya dapat memperluas cakupan wilayah dan jumlah responden sehingga hasil yang diperoleh lebih representatif. Selain itu, diperlukan pengembangan metode evaluasi yang lebih komprehensif, seperti penggunaan analisis statistik inferensial untuk mengukur pengaruh secara signifikan. Penggunaan strategi promosi berbasis digital juga perlu terus ditingkatkan melalui pengembangan konten yang lebih kreatif dan interaktif serta pemanfaatan berbagai platform media sosial lainnya. Dengan demikian, kegiatan sosialisasi dan promosi di masa mendatang diharapkan tidak hanya mampu meningkatkan minat siswa, tetapi juga mampu membangun citra dan daya saing program studi secara berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Program Studi Teknik Industri Universitas Mataram yang telah mendukung sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan lancar. Terimakasih kepada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Mataram yang telah aktif berpartisipasi terlaksananya kegiatan ini serta pihak sekolah yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L., Rahman, M., Na'ilah, M., Nurrahmah, L., & Pradityatama, M. (2025). Upaya Peningkatan Mahasiswa Baru Dengan Sosialisasi dan Promosi SNPMB 2025 Teknik Industri Universitas Mataram. *Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 25–29. <https://doi.org/10.58290/jupemas.v4i2.404>
- Albab, J. U., & Abdullah, I. (2018). Strategi Promosi Dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram. *Jurnal Ulul Albab*, 22(2), 82–88.
- Bani, M. P., Rado, B. G., Taena, E. T., Amleni, W., Lika, E., & Korbafo, Y. A. (2024). Upaya Peningkatan Minat Masuk Perguruan Tinggi Negeri Melalui Sosialisasi dan Promosi di SMA Negeri 2 Kefemananu. *Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 38–42. <https://doi.org/10.58290/jupemas.v3i2.272>
- Ekawati, R., Wulansari, N. L. T., & Herdito, R. D. (2022). Metode sosialisasi SMA dalam pengenalan kampus di era pandemi. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 22(2), 127–138. <https://doi.org/10.21831/hum.v22i2.52591>
- Elimar, T., Lestari, A. A., Susyanti, S., Fitri, M. R., & Fatmayanti, E. (2024). Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru di Lingkungan Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri. *Leader: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(1), 176–185. <https://doi.org/10.32939/ljmpi.v2i1.3790>
- Elshifa, A., Jasin, M., Diana, H., Adriant, I., Sulistiowati, W., Haryanto, A., Elyana, I., Syafri, M., Basudani, W., & Press, B. (2024). *Manajemen Pemasaran*.
- Fau, J. F., Mendrofa, K. J., Wau, M., & Waruwu, Y. (2023). Pendidikan Jendela Dunia. *Jurnal Visi Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 69–77. <https://doi.org/10.51622/pengabdian.v4i2.1350>
- Harahap, N., & Harahap, N. (2026). Sinergitas Program Studi dan Fakultas dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru: Studi pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah. *KADARKUM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 8–26. <https://doi.org/10.26623/rj8f4z62>
- Korbafo, Y. S., & Thomas Dima, P. (2024). Sosialisasi Dan Promosi Snpmb Tahun 2024 Di SMK Katolik St. Yosef Nenuk. *Beru'-Beru': Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 208–215. <https://doi.org/10.31605/jipm.v2i3.4065>
- Kurniawan, P., & Pribadi, K. (2025). Tindak Persuasif Dalam Promosi Digital Penerimaan Mahasiswa Baru: Upaya Menarik Minat Calon Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. *MEDIAKOM: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 08(2), 2656–5706. <https://doi.org/10.32528/mediakom.v8i02.3248>
- Palippada, F., Ramlawati, & Amra, W. (2025). Peran Kolaborasi Humas dan Tim PMB (Penerimaan Mahasiswa Baru) Dalam Melakukan Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru di Universitas Handayani Makassar Tahun Ajaran 2024/2025. *Center of Economics Students Journal*, 8(3), 1264–1268. <https://doi.org/10.56750/jzy0p417>
- Pasi, M. S., Korbafo, E., Tae, A. V., Naikofi, K. I. S., Mere, J. K., & Pareira, M. S. (2024). Sosialisasi dan Promosi Universitas Timor Dalam Upaya Peningkatan Mahasiswa Baru di SMA Negeri 1 Insana. *Jurnal Umum Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 26–29. <https://doi.org/10.58290/jupemas.v3i3.312>