

Perencanaan Strategis Admisi Universitas Negeri Jakarta dalam Meningkatkan Jumlah Pendaftar pada Seleksi PENMABA 2025

Wina Puspita Sari¹, Muria Putriana², Alfina Rahmah Dewi³, Atmaradhifa Hadinayu⁴, Azzah Ines Hamiidah⁵, Hesti Sofiyanti⁶, Nayumi Tri Mutiara⁷, Salsa Dhea Adela⁸, Vidhia Ramadhanti⁹

Universitas Negeri Jakarta

E-mail: winapuspitasaki@unj.ac.id¹, urgia.putriana@unj.ac.id², alfina.rahmahdewi@gmail.com³, atmaradhifa@gmail.com⁴, azzahineshamiidah@gmail.com⁵, sofiyantihesti@gmail.com⁶, nayumitrimutiara@gmail.com⁷, slszdhea@gmail.com⁸, ramadhantividhia@gmail.com⁹

Article History:

Received: 27 Juni 2025

Revised: 05 Agustus 2025

Accepted: 18 Agustus 2025

Keywords:

Admisi
Universitas Negeri Jakarta,
Perencanaan Strategis,
Penerimaan Mahasiswa Baru
Seleksi Mandiri (PENMABA)

Abstract: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perencanaan strategis yang dilakukan oleh Admisi Universitas Negeri Jakarta (UNJ) dalam upaya meningkatkan jumlah pendaftar pada penerimaan mahasiswa baru jalur seleksi mandiri (PENMABA) tahun 2025. Transformasi UNJ menjadi PTN Badan Hukum (PTN-BH) memberikan otonomi lebih luas dalam pengelolaan institusi, sehingga menuntut strategi yang adaptif dan inovatif dalam proses admisi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan mengkaji fenomena perubahan kebijakan seleksi jalur prestasi, inovasi model ujian tulis mandiri, serta optimalisasi promosi dan sosialisasi baik secara daring maupun luring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan strategis Admisi UNJ meliputi analisis situasi, organisasi, dan publik, serta penerapan strategi komunikasi yang terintegrasi melalui berbagai kanal promosi. Inovasi kebijakan dan model seleksi, serta intensifikasi sosialisasi, terbukti meningkatkan antusiasme dan partisipasi calon mahasiswa, meskipun belum sepenuhnya memenuhi target peningkatan jumlah pendaftar.

PENDAHULUAN

Transformasi sistem penerimaan mahasiswa baru di Perguruan Tinggi Negeri (PTN) di Indonesia mengalami perubahan signifikan, salah satunya melalui jalur seleksi mandiri. Berdasarkan Kemendikbudristek Nomor 48 Tahun 2022, pelaksanaan seleksi mandiri harus memenuhi prinsip transparansi dan akuntabilitas, termasuk pengumuman kuota, metode seleksi, biaya, serta pengelolaan masa sanggah. Pemerintah juga mendorong keterlibatan publik untuk memastikan bahwa proses seleksi berlangsung adil dan bebas dari komersialisasi.

Seleksi mandiri kini berperan tidak hanya sebagai instrumen seleksi akademik, tetapi juga

sebagai mekanisme strategis dalam mendukung keberlanjutan pembiayaan PTN secara sah dan mandiri. Oleh karena itu, perencanaan strategis yang menyeluruh menjadi kunci untuk menarik jumlah pendaftar yang optimal dan meningkatkan kualitas input mahasiswa.

Universitas Negeri Jakarta (UNJ), yang telah resmi berubah status menjadi PTN Badan Hukum (PTN-BH) berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 31 Tahun 2024, memperoleh otonomi lebih luas dalam hal pengelolaan keuangan, tata kelola, dan sumber daya. Dalam konteks ini, strategi penerimaan mahasiswa, khususnya melalui jalur seleksi mandiri PENMABA, menjadi sangat krusial. Pada tahun 2025, UNJ menargetkan peningkatan daya tampung dari 7.999 mahasiswa pada 2024 menjadi 9.641 mahasiswa, dengan alokasi jalur mandiri mencapai 50% dari total kuota, angka yang lebih tinggi dibandingkan rata-rata nasional (Pujianto, 2025).

Dua fenomena penting mewarnai dinamika seleksi mandiri di UNJ. Pertama, perubahan kebijakan jalur prestasi, di mana penghafal kitab suci dari berbagai agama kini dapat mendaftar dengan batas hafalan minimal lima juz. Langkah ini merupakan respons terhadap tuntutan inklusivitas dalam sistem penerimaan. Kedua, inovasi pelaksanaan ujian tulis mandiri yang kini diselenggarakan dalam dua model, yaitu ujian luring di kampus dan ujian daring dari rumah. Model daring dibuka sebagai kesempatan kedua bagi peserta yang belum lolos tahap pertama dan bertujuan memperluas akses seleksi, meskipun belum menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah pendaftar.

Dalam menghadapi persaingan yang ketat antarperguruan tinggi, dibutuhkan strategi komunikasi dan promosi yang efektif. Unit Admisi UNJ mengembangkan berbagai metode promosi, mulai dari media sosial, WhatsApp Blast, hingga kegiatan sosialisasi daring dan luring ke sekolah mitra. Sosialisasi daring disiarkan langsung melalui Zoom dan kanal YouTube resmi UNJ, serta berlangsung interaktif dengan sesi tanya jawab langsung, yang telah ditonton lebih dari 2.200 kali hingga pertengahan 2025.

Dari perspektif manajemen pendidikan tinggi, strategi penerimaan mahasiswa baru merupakan bagian integral dari fungsi manajemen secara keseluruhan, mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, hingga pengawasan (Aisyah, Prasetyo, & Nugroho, 2024). Habibi (2020) menekankan bahwa manajemen strategi dalam pendidikan tinggi adalah proses terpadu yang mendukung pelaksanaan fungsi manajerial secara efektif dan efisien. Budiman dan Suparjo (2021) menambahkan bahwa strategi ini meliputi perumusan, implementasi, dan evaluasi lintas unit kerja untuk mencapai tujuan institusi.

Dalam konteks komunikasi strategis, Smith (dalam Izulhaq & Adawiyah, 2024) menjelaskan bahwa proses perencanaan strategis terdiri dari empat tahap, yaitu formative research, strategy, tactics, dan evaluative research. Tahapan ini bertujuan untuk memahami situasi, merancang pendekatan, mengeksekusi taktik komunikasi, serta mengevaluasi efektivitasnya. Model ini sangat relevan diterapkan dalam konteks penerimaan mahasiswa baru yang kompleks dan dinamis.

Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana Unit Admisi UNJ menyusun dan menerapkan perencanaan strategis dalam meningkatkan jumlah pendaftar mahasiswa baru tahun 2025. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mendalam mengenai praktik manajerial dalam seleksi mahasiswa baru sebagai bagian dari strategi kelembagaan PTN-BH.

LANDASAN TEORI

Perencanaan Strategis

Perencanaan strategis dalam organisasi merupakan proses sistematis yang bertujuan

menetapkan tujuan jangka panjang dan memilih strategi terbaik untuk mencapainya. Proses ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja organisasi secara menyeluruh melalui kerangka kerja yang terstruktur dan terukur (Juwita, dkk., 2024). Model perencanaan yang dikembangkan oleh Ronald D. Smith (2002) terbagi menjadi 4 fase:

1. Fase 1: Formative Research

Tahap awal dari empat fase dalam perencanaan strategi adalah mengumpulkan serta menganalisis Formative Research. Untuk mencapainya, kamu perlu mengumpulkan data dalam tiga area penting: (1) masalah yang sedang dihadapi, (2) organisasi atau klienmu, dan (3) audiens yang ingin kamu jangkau. Biasanya, riset dapat dilakukan dalam tiga fase utama untuk sebagian besar proyek PR:

- Riset Kasual. Pahami pikiran dan situasi saat ini dengan bertanya pada klien, rekan, atau ahli, serta lakukan wawancara dan brainstorming.
- Riset Sekunder. Cari informasi yang sudah ada melalui arsip, perpustakaan, buku, majalah, laporan, dan sumber online yang terpercaya. Pelajari bagaimana organisasi lain menangani isu serupa.
- Riset Primer. Jika perlu, lakukan penelitian mandiri menggunakan teknik seperti survei, diskusi kelompok, dan analisis konten, dengan memperhatikan aspek etika penelitian.

Di dalamnya terdapat tiga analisis penting, yakni analisis situasi yang mengidentifikasi tantangan dan peluang strategis, analisis organisasi yang mengevaluasi reputasi, struktur, serta SWOT organisasi, dan analisis publik yang mengklasifikasikan audiens utama, termasuk publik kunci, publik penghubung, dan opinion leader.

2. Fase 2: Strategy

Strategi adalah inti perencanaan komunikasi yang dibangun dari riset untuk memilih taktik yang tepat, agar pesan efektif dan aktivitas tidak sia-sia. Strategi berfungsi sebagai peta yang mengarahkan langkah menuju tujuan dengan mengaitkan program pada visi organisasi dan fokus pada audiens yang dipilih. Pada fase ini ditetapkan tujuan dan sasaran strategis yang spesifik, terukur, dan berbasis waktu. Tujuan memberikan arah umum, sementara sasaran menjabarkan hasil konkret yang ingin dicapai dari publik tertentu. Strategi kemudian diformulasikan melalui pendekatan tindakan (proaktif seperti event atau kemitraan) dan respons (reaktif seperti klarifikasi atau permintaan maaf), serta penggunaan komunikasi yang efektif dengan memperhatikan kredibilitas penyampai pesan, susunan pesan, dan media penyampaian.

3. Fase 3: Tactics

Melibatkan pemilihan taktik komunikasi yang sesuai dengan strategi yang telah ditentukan. Taktik ini meliputi komunikasi tatap muka atau interpersonal, media organisasi (seperti situs web dan buletin internal), media berita (yang memiliki gatekeeper), dan media periklanan/promosi (berbayar). Setelah memilih taktik, rencana menyusun rencana implementasi yang meliputi anggaran, jadwal, dan pembagian tugas pelaksana, serta melakukan uji coba awal untuk memastikan efektivitas kegiatan

komunikasi.

4. Fase 4: Evaluative Research

Tahap evaluasi menyeluruh terhadap efektivitas taktik dan strategi yang telah diterapkan. Evaluasi dilakukan dengan menetapkan indikator dan metode pengukuran, seperti survei, wawancara, observasi, analisis media, atau FGD. Evaluasi ini penting tidak hanya untuk menilai hasil, tetapi juga sebagai bahan masukan untuk strategi komunikasi berikutnya (Smith, 2002).

Seleksi Mandiri Penerimaan Mahasiswa Baru

Penerimaan mahasiswa baru merupakan proses seleksi yang bertujuan untuk menjaring calon mahasiswa yang memiliki potensi akademik dan non-akademik sesuai dengan standar yang ditetapkan perguruan tinggi (BSKAP, 2022). Dalam konteks sistem pendidikan tinggi di Indonesia, terdapat tiga jalur utama penerimaan mahasiswa baru sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 48 Tahun 2022, yaitu Seleksi Nasional Berdasarkan Prestasi (SNBP), Seleksi Nasional Berdasarkan Tes (SNBT), dan Seleksi Mandiri (Dolok, 2024).

Seleksi mandiri merupakan jalur yang diselenggarakan secara independen oleh masing-masing perguruan tinggi negeri. Universitas Negeri Jakarta (UNJ) menyelenggarakan seleksi mandiri melalui sistem yang disebut PENMABA. Jalur ini mencakup seluruh jenjang pendidikan, mulai dari Diploma hingga Pascasarjana, dan terbagi menjadi dua jenis: berbasis tes dan non-tes (PENMABA UNJ, 2025). Jalur berbasis tes, yang dikenal sebagai PENMABA Ujian Tulis, menggunakan sistem Computer-Based Test (CBT) dan ditujukan untuk lulusan SMA/ sederajat dalam tiga tahun terakhir. Sementara itu, jalur non-tes mencakup seleksi berdasarkan nilai rapor, skor UTBK-SNBT, prestasi akademik/non-akademik, jalur pindahan, dan jalur Rekognisi Pembelajaran Lampau (RPL).

Setiap jalur memiliki syarat dan ketentuan masing-masing, serta prinsip seleksi yang menjunjung tinggi asas transparansi, keadilan, dan akuntabilitas. Khusus untuk UNJ, perubahan status menjadi Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN-BH) pada 14 Agustus 2024 berdasarkan PP No. 31 Tahun 2024 menyebabkan peningkatan kuota seleksi mandiri dari 30% menjadi 50%, sebagaimana diatur dalam kebijakan SNPMB (2025).

Perguruan Tinggi Negeri

Perguruan tinggi merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program diploma, sarjana, magister, hingga doktor. Fungsinya tidak hanya sebagai tempat pembelajaran formal, tetapi juga sebagai institusi yang mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni, serta membentuk karakter dan budaya bangsa (UU No.20 Tahun 2003; UU No.12 Tahun 2012). Dalam konteks sistem pendidikan nasional, perguruan tinggi memainkan peran strategis dalam pelaksanaan Tridharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Perguruan Tinggi Negeri (PTN) sendiri adalah perguruan tinggi yang didirikan dan dikelola oleh pemerintah, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. PTN berkontribusi dalam menciptakan sumber daya manusia yang unggul, memperluas akses pendidikan, serta

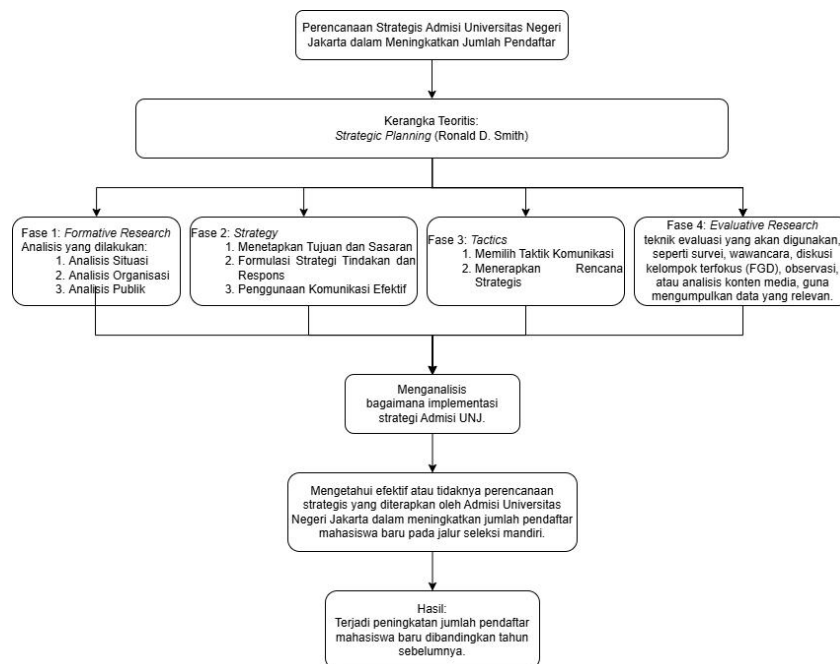
menjadi motor penggerak kemajuan bangsa di bidang sains, teknologi, dan kebudayaan (Rudhianto, dkk., 2022; Sanjaya, dkk., 2025; Gulo, 2022).

METODE PENELITIAN (Times New Roman, size 12)

Penelitian ini memilih pendekatan deskriptif kualitatif agar bisa memahami secara lebih mendalam bagaimana strategi Admisi Universitas Negeri Jakarta dalam meningkatkan jumlah pendaftaran penerimaan mahasiswa baru. penelitian kualitatif deskriptif bertujuan untuk mengeksplorasi makna, persepsi, nilai, serta proses interaksi sosial yang melatarbelakangi fenomena yang sedang dianalisis (Moleong, 2017). Dengan begitu, data yang didapatkan tidak hanya lebih kaya dan lengkap, tetapi juga memiliki konteks yang lebih jelas dan relevan (Cahyani & Widianingsih, 2020).

Penelitian akan dilaksanakan di Universitas Negeri Jakarta yang terletak di Jl. Rawamangun Muka Raya No.11, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220. Pemilihan informan dalam penelitian yang dilakukan peneliti adalah menggunakan purposive sampling, yang berarti informan dipilih secara khusus berdasarkan tujuan penelitian. (Hardani, dkk. 2020) Informan yang terpilih untuk diwawancarai dalam penelitian ini berjumlah empat orang.

Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif ini menggunakan observasi partisipatif, wawancara mendalam dan dokumentasi. Miles dan Huberman, menyebutkan analisis data deskriptif, ada tiga proses kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan/verifikasi. Rancangan model penelitian yang digunakan terlampir dalam bagan dibawah.



Gambar 1. Bagan Model Penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

UNJ berada dalam kondisi situasi yang cukup kompetitif. Perubahan status menjadi Perguruan Tinggi Negeri Badan Hukum (PTN-BH) berdasarkan PP No. 31 Tahun 2024 membawa konsekuensi meningkatnya target jumlah pendaftar serta kebutuhan untuk menyusun strategi komunikasi yang lebih mandiri, inklusif, dan adaptif. Target penerimaan mahasiswa tahun 2025 meningkat dari 8.000 menjadi 9.000 orang. Hal ini disertai dengan kebijakan inovatif seperti dibukanya kembali jalur ujian tulis daring dari rumah dan penyesuaian jalur prestasi yang lebih inklusif, yang memungkinkan penghafal kitab suci dari berbagai agama untuk ikut serta dalam seleksi.

Kemudian dilakukan pengamatan struktur dan kinerja Kantor Admisi UNJ yang terbagi menjadi tiga divisi utama: Divisi Data, Divisi Seleksi, dan Divisi Sosialisasi dan Promosi. Penelitian observatif menunjukkan bahwa koordinasi antar divisi berjalan secara sistematis melalui rapat-rapat koordinasi rutin. Perencanaan strategi tidak hanya mencakup penyusunan kalender promosi dan pembagian tugas, tetapi juga evaluasi berkala terhadap efektivitas media dan saluran komunikasi yang digunakan.

Target utama UNJ adalah lulusan SMA/SMK sederajat tahun 2023 hingga 2025 yang berada di wilayah Jabodetabek maupun luar kota. Publik ini sangat beragam dari segi latar belakang ekonomi, geografis, hingga preferensi program studi. Oleh karena itu, pendekatan komunikasi dilakukan melalui konten digital yang adaptif dan mudah dipahami. Konten promosi seperti video interaktif, carousel, pamflet, serta sesi Zoom dan YouTube Live disusun dengan gaya visual menarik dan informasi yang ringkas namun padat.

Pengamatan langsung menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi tidak hanya dilakukan secara daring, tetapi juga secara luring ke sekolah-sekolah mitra serta pelayanan langsung di Kantor Admisi UNJ. Interaksi ini dilakukan dengan pendekatan ramah dan komunikatif. Peneliti mencatat bahwa tim sosial promosi juga memperhatikan kesetaraan akses informasi dengan menyediakan panduan cetak serta pelayanan konsultasi langsung di pameran pendidikan maupun kampus.

Dalam meningkatkan pendaftar di penerimaan mahasiswa baru, Kantor Admisi UNJ juga kerap memperhatikan dan berfokus pada penyusunan strategi. Dalam merumuskan tujuannya, Kantor Admisi UNJ memastikan strategi yang disusun sesuai dengan visi UNJ dalam mempertahankan keberlanjutan dan mutu akademik dengan akses pendidikan yang merata. Strategi ini ditetapkan melalui penyelarasan antara tujuan dan sasaran berdasarkan hasil pemetaan kondisi internal dan eksternal di fase sebelumnya. Tujuan strategis yang ditetapkan tidak hanya dibatasi dalam lingkup peningkatan jumlah pendaftar, tetapi juga meningkatkan kualitas mahasiswa baru.

Untuk mewujudkan tujuan peningkatan pada kualitas mahasiswa baru, Kantor Admisi UNJ merancang proses seleksi secara matang, terukur, sistematis, dan transparan, untuk memastikan bahwa setiap tahapan seleksi yang dilaksanakan nantinya dapat menghasilkan calon mahasiswa yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki potensi dan berkontribusi bagi UNJ kedepannya. Perumusan strategi ini menunjukkan orientasi pada perencanaan keberlanjutan dalam meningkatkan kompetensi mahasiswa UNJ. Selain itu, dalam prinsip pelaksanaan dan penyelenggaraan seleksi PENMABA, Kantor Admisi UNJ juga aktif memperhatikan aspek 3T. Dimana 3T dalam konteks pembangunan di Indonesia ialah daerah tertinggal, terdepan, dan terluar, atau merupakan wilayah dengan kondisi geografis, sosial, ekonomi, dan budaya yang kurang berkembang dibandingkan daerah lain pada skala nasional.

Strategi yang diterapkan oleh Kantor Admisi UNJ turut mencerminkan komitmen yang

kuat terhadap pemerataan akses pendidikan tinggi nasional, tidak hanya berfokus pada pemenuhan-pemenuhan kebutuhan akademik. Tapi juga, terselenggara secara adil dan inklusif. Lalu, strategi yang direncanakan oleh Kantor Admisi UNJ juga mengarah pada kesesuaian antara pilihan program studi dengan minat dan bakat dari calon mahasiswa. Ditemukan bahwa kerap kali calon mahasiswa memilih jurusan berdasarkan peluang yang ada, bukan dari riset potensial diri sendiri.

Fleksibilitas jalur seleksi juga dikembangkan, antara lain melalui jalur prestasi keagamaan lintas agama dengan penyesuaian kriteria hafalan yakni 5 Juz, dan tidak hanya dibuka untuk agama islam saja, tapi semua agama diperbolehkan jika hafal kitab sucinya, dimana pada tahun sebelumnya UNJ hanya membuka jalur prestasi keagamaan bagi penghafal kitab suci Al-Quran dengan minimal hafalan 10 Juz. Kemudian, diberlakukan inovasi lanjutan yakni penyediaan jalur ujian tulis secara daring dan luring tanpa batasan geografis, dimana setiap pendaftar dari lokasi tempat tinggal manapun diperbolehkan mendaftar pada kedua jalur tersebut. Mandiri Ujian Tulis ini juga kerap menjadi kesempatan tambahan bagi calon mahasiswa, peserta yang tidak lolos di ujian tulis luring masih dapat mencoba kembali di sesi ujian daring yang dijadwalkan setelahnya, sehingga memberikan kesempatan kedua yang tidak tersedia di tahun-tahun sebelumnya.

Di sisi komunikasi, Kantor Admisi mengoptimalkan kanal digital seperti situs web dan WhatsApp Blast untuk menyampaikan informasi secara langsung kepada calon mahasiswa. Cara ini cukup efisien, terutama bagi peserta jalur nasional yang memilih UNJ tapi belum lolos. Dengan adanya pesan ini, peserta akan mengetahui informasi bahwa UNJ masih membuka banyak jalur mandiri yang bisa dicoba, dengan kata lain mempersuasi siswa untuk tidak menyerah dan mencoba lebih banyak jalur mandiri lainnya. Tidak hanya itu, karena ini melalui WhatsApp dan bukan sosial media yang bersifat publik, jadi kesannya akan lebih personal dan inklusif. Selain komunikasi satu arah, strategi juga menekankan pendekatan relasional melalui guru BK, kepala sekolah, alumni, dan orang tua siswa.

Terakhir, penyesuaian konten dilakukan melalui pelibatan tim mahasiswa Gen Z dalam penyusunan media sosial agar lebih relatable. Konten dibuat menarik dan kekinian, kemudian dilakukan penyesuaian pada kanal komunikasi yang juga mempertimbangkan segmentasi audiens. Dengan strategi yang dirumuskan secara partisipatif, berbasis data, dan kontekstual, UNJ menunjukkan pendekatan yang adaptif dan inklusif dalam perencanaan strategis admisi. Strategi ini sekaligus menjadi bentuk integrasi antara misi kelembagaan dan pemenuhan harapan publik terhadap pendidikan tinggi yang berkualitas dan berkeadilan.

Selama proses penyusunan perencanaan strategi, Kantor Admisi UNJ juga menggunakan taktik dalam menyusun strategi komunikasi guna mencapai tujuan yang direncanakan, yakni memilih taktik komunikasi yang secara khusus mempertimbangkan empat kategori utama taktik komunikasi; komunikasi interpersonal, media organisasi, media berita, serta media periklanan dan promosi, dilanjut dengan menerapkan rencana strategis. Untuk meningkatkan jumlah pendaftar penerimaan mahasiswa baru UNJ, Kantor Admisi UNJ menerapkan strategi komunikasi multikanal yang menggabungkan pendekatan luring, daring, dan kolaboratif. Salah satu pendekatan utama adalah melakukan kegiatan sosialisasi, baik yang diselenggarakan oleh pihak UNJ ataupun datang langsung ke sekolah mitra.

Taktik ini dinilai efektif dalam upaya untuk menciptakan kesan positif yang membekas dalam benak calon pendaftar sekaligus memperkenalkan kampus secara langsung. Bahkan, beberapa guru secara aktif mengundang tim Admisi kembali setelah kegiatan sebelumnya dinilai berdampak positif. Selain itu, bentuk komunikasi interpersonal yang diterapkan juga mencakup layanan tatap muka di Kantor Admisi. Calon mahasiswa dan orang tua bisa datang langsung

untuk berkonsultasi, yang menurut tim sangat membantu memperkuat citra ramah dan terbuka dari UNJ.

Dari sisi digital, Admisi UNJ sangat aktif menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Telegram yang kerap menjadi saluran utama untuk menyampaikan informasi kepada calon pendaftar, dan dinilai memberikan bantuan dalam proses pendaftaran. Dalam hal kerja sama dengan media eksternal, Tim Admisi tidak melakukannya secara mandiri, melainkan berkoordinasi dengan Humas UNJ sebagai pihak yang berwenang menjalin hubungan dengan media massa. Hal ini penting untuk memastikan bahwa isi berita tidak hanya tepat secara data, tetapi juga selaras dengan citra institusi yang ingin dibangun oleh UNJ.

Semua taktik promosi yang digunakan oleh Tim Admisi Universitas Negeri Jakarta (UNJ) disatukan dalam sebuah program komunikasi terpadu yang konsisten dengan tujuan utama menjangkau dan meyakinkan calon mahasiswa. Konsistensi program ini terwujud melalui penyusunan pesan inti yang seragam menyoroti keunggulan UNJ, jalur penerimaan, dan pengalaman positif sebagai mahasiswa yang disampaikan melalui berbagai saluran komunikasi dengan penyesuaian gaya dan pendekatan sesuai karakter masing-masing media.

Dalam evaluasi keberhasilan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Kantor Admisi Universitas Negeri Jakarta (UNJ) untuk meningkatkan jumlah pendaftar seleksi mandiri, digunakan beberapa metode evaluasi yang komprehensif. Metode utama yang diterapkan meliputi survei digital, observasi lapangan, dan pengumpulan umpan balik langsung dari calon mahasiswa. Observasi langsung dilakukan selama kegiatan sosialisasi, baik yang berlangsung secara daring maupun luring, untuk mengamati interaksi antara tim Admisi dengan calon pendaftar serta respons audiens terhadap informasi yang disampaikan. Selain itu, data kuantitatif seperti jumlah pendaftar, tingkat keterlibatan di media sosial, dan volume pertanyaan yang masuk melalui helpdesk WhatsApp dan direct message Instagram menjadi indikator penting dalam mengukur minat dan perhatian calon mahasiswa. Umpan balik yang dikumpulkan melalui formulir singkat saat sosialisasi juga memberikan gambaran mengenai sejauh mana informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan jelas oleh peserta.

Survei informal melalui percakapan daring dan komentar di media sosial turut melengkapi data evaluasi, meskipun evaluasi ini menghadapi kendala seperti rendahnya partisipasi dalam pengisian umpan balik formal dan kesulitan dalam mengukur dampak jangka panjang dari strategi komunikasi yang dijalankan. Selain itu, peningkatan jumlah pendaftar tidak sepenuhnya dapat diatribusikan pada kegiatan sosialisasi semata karena terdapat faktor eksternal lain seperti tren pemilihan jurusan, pengaruh alumni, dan kondisi ekonomi.

Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, Kantor Admisi UNJ merencanakan beberapa langkah strategis untuk meningkatkan efektivitas komunikasi kedepannya, antara lain dengan mengembangkan sistem monitoring digital yang lebih terintegrasi berbasis data interaksi audiens, menyusun laporan evaluasi yang komprehensif pasca setiap kegiatan sosialisasi, menyesuaikan konten promosi berdasarkan pertanyaan yang paling sering diajukan, serta membangun sistem umpan balik yang lebih user-friendly agar lebih banyak calon mahasiswa bersedia memberikan tanggapan secara sukarela dan aktif. Pendekatan evaluatif ini diharapkan dapat memperkuat strategi komunikasi sehingga mampu meningkatkan pemahaman dan minat calon pendaftar secara lebih optimal serta mendukung pencapaian target jumlah mahasiswa baru yang diinginkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perencanaan strategis yang diterapkan oleh Admisi UNJ dalam meningkatkan jumlah pendaftar seleksi mandiri PENMABA 2025 telah berjalan secara sistematis dan adaptif. Admisi UNJ berhasil mengidentifikasi tantangan eksternal dan internal melalui analisis situasi, organisasi, serta publik, yang kemudian dijadikan dasar dalam merumuskan kebijakan dan strategi komunikasi yang efektif. Inovasi kebijakan pada jalur prestasi dan model ujian tulis mandiri, serta optimalisasi promosi melalui media sosial, WhatsApp Blast, dan sosialisasi ke sekolah-sekolah, menjadi faktor kunci dalam menarik minat calon mahasiswa. Kendati demikian, upaya tersebut masih memerlukan evaluasi dan penguatan, khususnya dalam aspek kolaborasi lintas unit dan pemanfaatan teknologi informasi, agar target peningkatan jumlah pendaftar dapat tercapai secara optimal di masa mendatang.

DAFTAR REFERENSI

- Aisyah, J. N., Aulia, M. A., Ayuni, Q., & Mualimin, M. (2024). Perencanaan Strategis Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam*, 2(4), 147-155.
- BSKAP. (2022). Kajian Akademik Penerimaan Mahasiswa Baru Program Diploma dan Program Sarjana pada Perguruan Tinggi Negeri.
- Dewi, R., Suseno, A., & Adhi, M. W. (2021). Analisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada counter handphone “venus cellular” tangerang. *Syntax Idea*, 3(2), 377-382. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v3i2.928>
- Dolok, E. (2024). Siaran Pers Peluncuran Seleksi Nasional Penerimaan Mahasiswa Baru (SNPMB) Tahun 2025. [Snpmb.Bppp.Kemdikbud.Go.Id. https://snpmb.bppp.kemdikbud.go.id/blog/siaran-pers-peluncuran-seleksi-nasional-penerimaan-mahasiswa-baru-snpmb-tahun-2025](https://snpmb.bppp.kemdikbud.go.id/blog/siaran-pers-peluncuran-seleksi-nasional-penerimaan-mahasiswa-baru-snpmb-tahun-2025)
- Faridah, S. (2020). Strategi Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Meningkatkan Citra Publik Lembaga Pendidikan Pada Masa Pandemic Covid-19. *EDUSIANA: Jurnal Manajemen dan Pendidikan Islam*, 7(2)
- Gulo, E. (2022). Inovasi IPTEK dan Mutu Pendidikan Perguruan Tinggi yang Modern, Kompeten, dan Berintegritas (Science and Technology Innovation and the Quality of Modern, Competent, and Integrity Higher Education). In *Seminar Nasional Hukum Universitas Negeri Semarang* (Vol. 7, No. 2, p. 2021).
- Haris, Y. Y. (2022) Strategi Humas Kementerian Agama Provinsi Banten Dalam Mensosialisasikan Program Moderasi Beragama (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Ibnu, S. (2022). Metodologi Penelitian. *Widina Bhakti Persada Bandung*, 12–26.
- Izulhaq, T. I., & Adawiyah, S. (2024). Strategi Humas Politeknik Kesehatan Palu Dalam Menarik Calon Mahasiswa Baru. *Concept: Journal of Social Humanities and Education*, 3(1), 182–191. <https://doi.org/10.55606/concept.v3i1.994>
- Jamal, A. (2025). Strategi pengambilan keputusan dalam menanggulangi penyalahgunaan narkoba pada remaja di kota Surabaya. *Journal Ilmu Sosial, Politik dan Pemerintahan*, 14(1), 557-572.
- Juwita Nur Aisyah, M Alfi Aulia, Qurotul Ayuni, & Mualimin Mualimin. (2024). Perencanaan Strategis Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi. *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan*

-
- Agama Islam, 2(4), 147–155. <https://doi.org/10.61132/jmpai.v2i4.392>
- Lestari, R. W. S., Ma'rufah, A., Prihantono, H., & Laila, W. N. (2023). Keutamaan Manajemen Pendidikan Dalam Pergerakan Dunia Pendidikan. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(6), 1285-1291.
- Meilany, S. (2021). *Manajemen Humas Dalam Membangun Citra Positif Madrasah* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. PENMABA Universitas Negeri Jakarta. (2025). PORTAL RESMI PENERIMAAN MAHASISWA BARU UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA. [Penmaba.Universitas Negeri Jakarta.Ac.Id](https://penmaba.UniversitasNegeriJakarta.Ac.Id). [https://penmaba.Universitas Negeri Jakarta.ac.id/](https://penmaba.UniversitasNegeriJakarta.ac.id/)
- Putra, E. H. (2023). Rencana strategis pengembangan pendidikan Islam di Indonesia. *Al-Marsus: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 83.
- Putra, I. P. (2025). Terbanyak Sepanjang Sejarah, Pendaftar UTBK-SNBT 2025 Capai 829.199 Klik untuk baca: <https://www.medcom.id/pendidikan/news-pendidikan/GbmD8OON-terbanyak-sepanjang-sejarah-pendaftar-utbk-snbt-2025-capai-829-199>
- Rudhianto, H., Utami, T., & Widarjo, W. (2022). Perbandingan model pola pengelolaan keuangan Perguruan Tinggi Negeri. *Monex: Journal of Accounting Research*, 11(01), 104-118.
- Sanjaya, W., Febriati, F., & Monoarfa, M. (2025). ANALISIS PELAKSANAAN TRI DHARMA PERGURUAN TINGGI DOSEN TEKNOLOGI PENDIDIKAN TAHUN 2019-2024. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(01), 234-245.
- Sari, W. P., Putriana, M., Ramadhani, A. D., Pratiwi, F. A., Prifta, L., Nursafitri, N., Alfat, R. R., & Sekar, F. (2024). Efektivitas Sosialisasi Penerimaan Mahasiswa Baru Universitas Negeri Jakarta Terhadap Peningkatan Pengetahuan Guru (Survei Terhadap Peserta Sosialisasi Penerimaan Mahasiswa Baru Pada 27 Februari 2024). *Jurnal Lentera*, 6(2), 101–110.
- Sari, W. P., & Soegiarto, A. FUNGSI DAN PERAN HUMAS DI LEMBAGA PENDIDIKAN.
- Sholekah, N. (2022). *Strategi Komunikasi Supervisor Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Butik Ninetynine* (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).
- Sitasari, N. W. (2022). Mengenal analisa konten dan analisa tematik dalam penelitian kualitatif. *Forum Ilmiah*, 19(1), 80-81. https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Journal-23188-11_2248.pdf
- Smith, R. D. (2002). *Strategic Planning for Public Relations* (R. D. Smith, Ed.). Lawrence Erlbaum Associates.
- SNPMB. (2025). Informasi Umum Penerimaan Mahasiswa Baru Tahun 2025. <https://snpmb.bppp.kemdikbud.go.id/unduh>
- SNPMB. (2025). Siaran Pers Nomor: 03/sipers/snpmb/II/2025 Penutupan Pendaftaran SNBP 2025. [Snpmb.Bppp.Kemdikbud.Go.Id](https://snpmb.bppp.kemdikbud.go.id/blog/siaran-pers-penutupan-pendaftaran-snpb-2025). <https://snpmb.bppp.kemdikbud.go.id/blog/siaran-pers-penutupan-pendaftaran-snpb-2025>
- Sudaryono. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Mix Method*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiarto, A. and Ramadania, R. K. (2024). Manajemen lahan bantaran sungai deli untuk pembangunan kota yang berkelanjutan berdasar peraturan daerah (rtrw/rdrtr) (studi kasus :bantaran sungai deli, kecamatan medan maimun). *Jesya*, 7(1), 618-626. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1378>
- Terbanyak Sepanjang Sejarah, Pendaftar UTBK-S. Medcom.Id.

<https://www.medcom.id/pendidikan/news-pendidikan/GbmD8OON-terbanyak-sepanjang-sejarah-pendaftar-utbk-snbt-2025-capai-829-199>

- Republik Indonesia. (1989, Pasal 16 Ayat 1). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1989 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1989 Nomor 6.
- Republik Indonesia. (1990). Peraturan Pemerintah Nomor 30 Tahun 1990 tentang Pendidikan Tinggi. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1990 Nomor 47.
- Republik Indonesia. (2003, Pasal 19 Ayat 1). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 78.
- Republik Indonesia. (2012, Pasal 1 Ayat 1). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158.
- Republik Indonesia. (2012, Pasal 4). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158.