

SOSIALISASI DAN PROMOSI (SOSPRO) SELEKSI PENERIMAAN MAHASISWA BARU TAHUN 2024 PADA SMK NEGERI 2 KENDARI

Bahdin Ahad Badia¹, Mardis Darwis², Sry Defi³, Feliks Eldad Larobu⁴, Angga Asteriasti Aji⁵

^{1,5} Prodi Teknologi Metalurgi Industri Logam, Politeknik Tridaya Viru Morosi, Indonesia

² Prodi Teknologi Sipil, Politeknik Tridaya Viru Morosi, Indonesia

^{3,4} Prodi Teknologi Listrik Industri Logam, Politeknik Tridaya Viru Morosi, Indonesia

bahdin.kdi@gmail.com, mardisdarwis88@gmail.com, srydefi96@gmail.com, kendari.robotik@gmail.com, anggaasteriastiaji@gmail.com

Diterima 7 Mei 2024, Direvisi 2 Juli 2024, Disetujui 2 Juli 2024

ABSTRAK

Sosialisasi dan promosi penerimaan mahasiswa baru merupakan langkah penting dalam menarik minat calon mahasiswa. Kegiatan ini bertujuan untuk memperkenalkan Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru Politeknik Tridaya Virtu Morosi tahun 2024 kepada siswa dan siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Kendari, Kota Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara. Metode yang digunakan meliputi presentasi, wawancara, distribusi brosur, dan diskusi interaktif dengan siswa dan guru di sekolah-sekolah terkait. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan informasi lengkap mengenai proses seleksi, program studi yang ditawarkan, persyaratan pendaftaran, dan prospek karir lulusan Politeknik Tridaya Virtu Morosi. Mitra sasaran dari kegiatan ini adalah siswa kelas 12 yang akan segera lulus dan guru-guru yang terlibat dalam proses bimbingan karir di SMK Negeri 2 Kendari, dengan jumlah peserta mencapai 150 siswa dan 10 guru. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa informasi mengenai seleksi penerimaan dan program studi dapat disampaikan dengan baik. Respon positif dari pihak sekolah dan siswa terlihat dari antusiasme yang tinggi dan banyaknya pertanyaan yang diajukan. Kegiatan sosialisasi ini diharapkan dapat meningkatkan jumlah pendaftar dan membantu siswa dalam memilih perguruan tinggi yang sesuai dengan minat dan bakat mereka.

Kata kunci: *sosialisasi dan promosi, penerimaan mahasiswa baru, SMK, efektivitas program, pendidikan tinggi*

ABSTRACT

The purpose of this activity is to conduct outreach and promotion related to the 2024 New Student Admission Selection for Politeknik Tridaya Virtu Morosi to students of Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Kendari, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara Province. The implementation methods used include presentations, interviews, brochure distribution, and interactive discussions with students and teachers at the related schools. The results achieved are the successful dissemination of information regarding the New Student Admission Selection, the study programs offered, registration requirements, and career prospects for graduates of Politeknik Tridaya Virtu Morosi to prospective new students. This outreach activity received positive responses from the schools and students, as evidenced by the enthusiasm and numerous questions raised. The target partners for this activity are 150 twelfth-grade students who will soon graduate and 10 teachers involved in career guidance at SMK Negeri 2 Kendari. The results indicate that the information on the admission selection and study programs was well conveyed. The positive response from the schools and students is demonstrated by the high enthusiasm and many questions asked. This outreach activity is expected to increase the number of applicants and help students choose the right higher education institution according to their interests and talents.

Keywords: *socialization and promotion, new student admission, vocational high school, program effectiveness, higher education*

PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, promosi dan sosialisasi Penerimaan Mahasiswa Baru menjadi sangat penting untuk menjangkau calon peserta didik secara luas. Penggunaan media sosial, website, dan platform online lainnya menjadi sarana yang efektif untuk mempromosikan Penerimaan Mahasiswa Baru dan menyebarkan informasi terkait (Sofyan Hakim et al., 2022). Namun, strategi promosi dan sosialisasi yang tepat harus direncanakan dan diimplementasikan dengan baik agar dapat mencapai target audiens yang diinginkan.

Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) merupakan jenjang pendidikan menengah yang mempersiapkan peserta didik untuk memiliki keterampilan dan keahlian di bidang tertentu. Salah satu aspek penting dalam pengelolaan SMK adalah penerimaan mahasiswa baru (PMB) setiap tahunnya. Proses penerimaan mahasiswa baru (PMB) yang efektif dan tepat sasaran menjadi faktor kunci dalam menjaring calon peserta didik yang potensial dan berkualitas (Abdullah & Lubis, 2018; Jeni Wardi, Gusmarila Eka Putri, 2022; Sofyan Hakim et al., 2022).

Pendidikan tinggi memiliki peran strategis dalam mengembangkan sumber daya manusia berkualitas dan berdaya saing global. Salah satu tahapan penting dalam proses pendidikan tinggi adalah Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) yang menjadi pintu gerbang bagi calon mahasiswa untuk mewujudkan cita-cita mereka (Amir, 2018). Proses Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru yang transparan, adil, dan berkualitas sangat penting untuk memastikan perguruan tinggi menerima calon mahasiswa potensial dengan motivasi tinggi dalam menempuh pendidikan (Pati et al., 2022).

SMK Negeri 2 Kendari merupakan salah satu SMK unggulan di Kota Kendari yang setiap tahunnya meluluskan siswa dan siswi yang sangat banyak.

Oleh karena itu, sosialisasi dan promosi Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) menjadi kegiatan penting yang harus dilakukan oleh setiap perguruan tinggi, termasuk Politeknik Tridaya Virtu Morosi, Provinsi Sulawesi Tenggara. Kegiatan ini bertujuan menyampaikan informasi lengkap dan jelas tentang Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) kepada calon mahasiswa, khususnya siswa SMK Negeri 2 Kendari di wilayah sekitar (Pati et al., 2022). Melalui sosialisasi dan promosi, calon mahasiswa dapat memperoleh gambaran menyeluruh mengenai program studi yang ditawarkan, fasilitas pendidikan, prospek karir lulusan, serta persyaratan dan jadwal SPMB (Malarangan et al., 2020). Informasi ini sangat penting untuk membantu calon mahasiswa memilih

program studi yang sesuai dengan minat dan bakat mereka.

Selain itu, kegiatan sosialisasi dan promosi Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) juga menjadi sarana bagi Politeknik Tridaya Virtu Morosi untuk menjalin hubungan yang lebih erat dengan masyarakat, khususnya di wilayah Kota Kendari dan sekitarnya. Dengan melibatkan pihak sekolah, orang tua, dan masyarakat, perguruan tinggi dapat membangun kepercayaan dan dukungan yang lebih kuat dari masyarakat (Dharmawansyah et al., 2014; Tara Elimar, Anggia Ayu Lestari, Susyanti, Mida Rama Fitri, 2024). Hal ini juga menjadi peluang bagi Politeknik Tridaya Virtu Morosi untuk mempromosikan program-program studi yang ditawarkan dan merekrut calon mahasiswa berkualitas dari wilayah sekitar.

Pentingnya kegiatan sosialisasi dan promosi Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) juga didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya. (Hajatina, 2024) menyatakan bahwa strategi promosi yang efektif dapat meningkatkan minat calon mahasiswa baru di perguruan tinggi. Sementara itu, (Hajatina, 2024; Jeni Wardi, Gusmarila Eka Putri, 2022) menekankan bahwa sosialisasi yang baik dapat membantu meningkatkan minat calon mahasiswa baru. Penelitian lain oleh (Abdullah & Lubis, 2018; Pati et al., 2022; Rizaldi & Aliyyah, 2024) juga menggarisbawahi pentingnya strategi promosi yang tepat dalam menarik minat calon mahasiswa baru di perguruan tinggi.

Kegiatan sosialisasi dan promosi Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) juga memberikan manfaat bagi calon mahasiswa sendiri. Melalui kegiatan ini, mereka dapat memperoleh informasi akurat dan terkini mengenai proses SPMB, serta mendapatkan gambaran jelas tentang program studi yang diminati (Elen, 2023; Hajatina, 2024; Sarofah et al., 2021). Dengan demikian, calon mahasiswa dapat mempersiapkan diri dengan lebih baik, baik secara akademis maupun non-akademis, untuk menghadapi proses seleksi dan mewujudkan cita-cita mereka di Politeknik Tridaya Virtu Morosi.

Dalam konteks tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk mensosialisasikan dan mempromosikan Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) Tahun 2024 Politeknik Tridaya Virtu Morosi kepada siswa SMK Negeri 2 Kendari di wilayah Kota Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara. Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat meningkatkan minat dan partisipasi siswa dalam mengikuti Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) Politeknik Tridaya Virtu Morosi, serta membantu mereka dalam mempersiapkan diri

dengan baik. Selain itu, kegiatan ini juga diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia di wilayah Kota Kendari dan sekitarnya, serta membangun hubungan yang lebih erat antara Politeknik Tridaya Virtu Morosi dengan masyarakat.

Dalam upaya menjangkau calon mahasiswa secara luas, kegiatan sosialisasi dan promosi ini akan dilakukan di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Kendari di wilayah Kota Kendari. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa Kota Kendari merupakan ibu kota Provinsi Sulawesi Tenggara dan memiliki potensi yang besar dalam menyediakan calon mahasiswa baru yang berkualitas.

Kegiatan sosialisasi dan promosi ini diharapkan dapat memberikan informasi yang komprehensif mengenai program studi, fasilitas, dan keunggulan yang dimiliki oleh Politeknik Tridaya Virtu Morosi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Fitriani et al., 2021) yang menyatakan bahwa informasi yang lengkap dan jelas mengenai suatu institusi pendidikan tinggi dapat mempengaruhi keputusan calon mahasiswa dalam memilih institusi tersebut.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

1. Lokasi dan Waktu Kegiatan

Lokasi kegiatan pengabdian dilaksanakan di SMK Negeri 2 Kendari pada tanggal 19 Maret 2024

2. Metode pelaksanaan kegiatan

Metode pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan promosi (sospro) dilaksanakan melalui beberapa metode diantaranya presentasi, wawancara, distribusi brosur/poster, dan diskusi interaktif dengan siswa dan guru. Teknik evaluasi yang digunakan yang digunakan pada kegiatan ini yaitu menggunakan metode wawancara dan diskusi.

3. Sasaran kegiatan

SMK Negeri 2 Kendari, sebagai salah satu lembaga pendidikan menengah kejuruan terkemuka di Sulawesi Tenggara, menjadi target strategis untuk kegiatan sospro penerimaan mahasiswa baru. Sasaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan kepada calon Mahasiswa Baru yaitu siswa dan siswa di SMK Negeri 2 Kendari yang masih berada pada Tingkat III atau pada kelas XII dengan jumlah peserta 150 siswa dan siswa Kelas XII yang menjadi perwakilan setiap jurusan.



Gambar 1. SMK Negeri 2 Kendari Sebagai Mitra

4. Langkah-langkah pelaksanaan

Langkah Pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Kunjungan ke SMK Negeri 2 Kendari, Metode utama yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi dan promosi (Sospro) ini adalah kunjungan langsung ke SMK Negeri 2 Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara. Kunjungan ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi dan promosi secara langsung kepada calon mahasiswa di lingkungan sekolah mereka. Metode ini dipilih karena dapat menjangkau secara efektif target audiens yang diinginkan, yaitu siswa kelas XII yang sedang mempersiapkan diri untuk melanjutkan studi ke perguruan tinggi.
2. Presentasi dan Diskusi Selama kunjungan ke sekolah-sekolah, tim Sospro melakukan presentasi untuk memberikan informasi mengenai Politeknik Tridaya Virtu Morosi, program studi yang ditawarkan, fasilitas, serta keunggulan lainnya. Presentasi ini dilengkapi dengan media visual seperti slide presentasi, video, dan brosur untuk menarik minat calon mahasiswa. Setelah presentasi, dibuka sesi diskusi dan tanya jawab untuk memberikan kesempatan kepada calon mahasiswa untuk menggali informasi lebih lanjut dan menjawab keraguan mereka.
3. Media Sosial dan Website Untuk memperluas jangkauan promosi, tim Sospro juga memanfaatkan media sosial dan website Politeknik Tridaya Virtu Morosi. Melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, tim Sospro dapat membagikan informasi terkini mengenai kegiatan Sospro, jadwal

kunjungan ke sekolah, dan informasi penting lainnya. Selain itu, website Politeknik Tridaya Virtu Morosi juga dioptimalkan untuk memberikan informasi lebih lengkap tentang program studi, fasilitas, dan kegiatan kampus.

4. Kolaborasi dengan Guru dan Pihak Sekolah Untuk memastikan efektivitas kegiatan Sospro, tim Sospro juga melakukan kolaborasi dengan guru dan pihak sekolah. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan dukungan dan masukan dari pihak sekolah terkait metode promosi yang paling tepat untuk calon mahasiswa mereka. Selain itu, kolaborasi ini juga membantu tim Sospro dalam mengatur jadwal kunjungan dan mempromosikan kegiatan sosialisasi dan promosi (Sospro) kepada siswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi dan promosi (sospro) seleksi penerimaan mahasiswa baru tahun 2024 pada SMK Negeri 2 Kendari berhasil melibatkan 150 siswa kelas XII. Tingkat kehadiran mencapai 98%, menunjukkan antusiasme tinggi dari peserta. Hal ini sejalan dengan temuan (Sopandi, 2011; Wijaya, 2014) yang menyatakan bahwa siswa SMK memiliki ketertarikan tinggi terhadap informasi pendidikan lanjutan.



Gambar 2. Pemberian materi dan tanya jawab oleh tim Sosialisasi dan Promosi di SMK Negeri 2 kendari

Pemberian materi dan tanya jawab oleh tim Sosialisasi dan Promosi di SMK Negeri 2 Kendari merupakan komponen kunci dalam upaya menarik minat calon mahasiswa baru. Kegiatan ini diawali dengan penyampaian materi komprehensif yang mencakup profil politeknik triday virtu morosi, program studi yang ditawarkan, proses seleksi penerimaan mahasiswa baru, serta informasi tentang beasiswa dan bantuan finansial. Tim Sospro

menyajikan informasi dengan metode yang beragam, termasuk presentasi visual menggunakan PowerPoint, pemutaran video profil politeknik triday virtu morosi, dan demonstrasi langsung proses pendaftaran online.

Setelah penyampaian materi, sesi tanya jawab memberi kesempatan kepada siswa SMK Negeri 2 Kendari untuk mengajukan pertanyaan lebih lanjut. Pertanyaan yang diajukan beragam, mulai dari biaya kuliah, fasilitas kampus, hingga prospek karir lulusan. Tim Sospro juga menjawab pertanyaan spesifik terkait program studi tertentu, seperti mata kuliah unggulan, peluang magang, dan kerjasama dengan industri. Selain itu, siswa juga menunjukkan ketertarikan terhadap kehidupan kampus, termasuk akomodasi mahasiswa dan kegiatan ekstrakurikuler.

Untuk memastikan efektivitas kegiatan, tim Sospro melakukan evaluasi melalui survei kepuasan peserta. Survei ini mengukur tingkat pemahaman siswa terhadap materi yang disampaikan dan kejelasan informasi yang diberikan. Sebagai tindak lanjut, tim menyediakan materi tambahan berupa brosur dan leaflet, serta tautan ke website universitas untuk informasi lebih lanjut. Program mentoring juga ditawarkan, di mana siswa dapat berkonsultasi dengan mahasiswa aktif atau tim Sospro setelah kegiatan berakhir.



Gambar 3. Peserta kegiatan sosialisasi dan Promosi di SMK 2 Negeri Kendari



Gambar 4. Tanya jawab antara peserta dan pemateri

Kegiatan pemberian materi dan tanya jawab ini tidak hanya bertujuan untuk menyampaikan informasi, tetapi juga untuk membangun hubungan

yang baik dengan calon mahasiswa. Dengan pendekatan yang interaktif dan komprehensif, tim Sospro berupaya memberikan gambaran yang jelas tentang kehidupan perkuliahan dan peluang yang dapat diraih di universitas. Melalui kegiatan ini, diharapkan siswa SMK Negeri 2 Kendari memiliki pemahaman yang lebih baik dan minat yang lebih tinggi untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi.



Gambar 5. Pemasangan dan Penempelan Pamflet di SMK Negeri 2 Kendari oleh Tim Dosen

Pemasangan dan penempelan pamflet di SMK Negeri 2 Kendari oleh Tim Dosen merupakan salah satu strategi kunci dalam upaya sosialisasi dan promosi penerimaan mahasiswa baru. Kegiatan ini dilaksanakan dengan cermat dan terencana, bertujuan untuk menyebarkan informasi penting secara visual kepada siswa, guru, dan seluruh warga sekolah. Tim Dosen, mengambil peran aktif dalam proses ini, memastikan bahwa setiap pamflet ditempatkan di lokasi strategis yang mudah dilihat dan dibaca oleh target audiens.

Pamflet-pamflet yang dipasang memuat berbagai informasi penting, termasuk profil singkat universitas, program studi unggulan, jadwal dan persyaratan pendaftaran, serta informasi beasiswa yang tersedia. Lokasi pemasangan dipilih dengan hati-hati, mencakup area-area dengan lalu lintas siswa yang tinggi seperti papan pengumuman utama, koridor kelas, kantin sekolah, dan perpustakaan.

Selama proses pemasangan, Tim Dosen juga memanfaatkan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan siswa dan staf sekolah yang kebetulan lewat. Mereka menjawab pertanyaan singkat, memberikan penjelasan tambahan, dan bahkan mendorong siswa untuk mengunjungi stand informasi yang didirikan sebagai bagian dari kegiatan sosialisasi yang lebih luas. Interaksi informal ini terbukti efektif dalam membangun

hubungan positif dan meningkatkan minat siswa terhadap politeknik triday virtu morose.

Kegiatan pemasangan pamflet ini tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai pengingat visual yang terus-menerus bagi siswa tentang peluang pendidikan tinggi yang tersedia. Dengan kehadiran pamflet-pamflet ini di lingkungan sekolah, diharapkan dapat memicu diskusi di antara siswa, mendorong mereka untuk mencari informasi lebih lanjut, dan pada akhirnya meningkatkan jumlah pendaftar dari SMK Negeri 2 Kendari. Tim Dosen juga berkoordinasi dengan pihak sekolah untuk memastikan bahwa pamflet tetap terpasang dan dalam kondisi baik selama periode waktu yang disepakati, memaksimalkan dampak jangka panjang dari upaya sosialisasi ini.

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan, sebagian besar siswa tertarik dengan program studi yang ditawarkan Politeknik Tridaya Virtu Morosi, terutama program studi yang terkait dengan bidang teknologi dan vokasi. Mereka juga tertarik dengan prospek karir lulusan yang disampaikan oleh tim Sospro. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aziz, 2013) yang mengungkapkan bahwa sosialisasi dan promosi yang baik dapat meningkatkan jumlah pendaftar di sebuah perguruan tinggi. Melalui kegiatan Sospro SPMB ini, informasi mengenai Politeknik Tridaya Virtu Morosi dan program studi yang ditawarkan dapat tersampaikan dengan baik kepada calon mahasiswa baru, sehingga dapat menarik minat mereka untuk mendaftar.

Selain itu, pihak sekolah juga mengapresiasi kegiatan Sospro SPMB ini. Menurut mereka, kegiatan ini sangat bermanfaat bagi siswa dalam memperoleh informasi mengenai perguruan tinggi dan program studi yang diminati. Kegiatan ini juga membantu siswa dalam mempersiapkan diri untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rizki et al., 2023) yang menyatakan bahwa kegiatan sosialisasi dan promosi bertujuan untuk memberikan informasi mengenai program studi yang ditawarkan, persyaratan pendaftaran, dan prospek karir lulusan kepada calon mahasiswa.

Hasil positif dari kegiatan Sospro SPMB ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwati dan (Bahdin Ahad Badia, Fachrizal Cesar Putra, Mardis Darwis, 2012; Rizki et al., 2023; Sugeng, 2022) yang menyatakan bahwa promosi merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Dengan adanya kegiatan Sospro SPMB ini, Politeknik Tridaya Virtu Morosi dapat mempromosikan program studi dan prospek karir

lulusannya kepada calon mahasiswa baru secara langsung. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Selvi Diliyanti Rizki, An Najjar Madjiani Thahir & Waode Maratun Shaleha, Muhammad Sofian Maksar, 2024) yang menemukan bahwa promosi melalui kegiatan sosialisasi di sekolah-sekolah dapat meningkatkan minat calon mahasiswa untuk mendaftar di suatu perguruan tinggi.

Selain itu, kegiatan ini juga memberikan kesempatan bagi siswa untuk berinteraksi langsung dengan tim Sospro dan mengajukan pertanyaan terkait SPMB, program studi, dan prospek karir lulusan Politeknik Tridaya Virtu Morosi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rizki et al., 2023) yang menyatakan bahwa interaksi langsung dengan pihak perguruan tinggi dapat membantu calon mahasiswa dalam memperoleh informasi yang lebih lengkap dan akurat. Interaksi langsung ini juga memungkinkan calon mahasiswa untuk mendapatkan jawaban yang lebih spesifik dan sesuai dengan minat serta kebutuhan mereka.

Dengan demikian, kegiatan Sospro Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru Politeknik Tridaya Virtu Morosi tahun 2024 pada SMK Negeri 2 Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara, telah mencapai tujuannya dalam mempromosikan program studi dan prospek karir lulusan kepada calon mahasiswa baru. Kegiatan ini juga memberikan informasi yang dibutuhkan oleh calon mahasiswa dalam mempersiapkan diri untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. (Inayah Abdillah Rabbani, Nisrina Hamid, Muhammad Sofian Maksar, Yuan Swastika, 2024) Respon positif dari pihak sekolah dan antusiasme siswa menunjukkan bahwa kegiatan Sospro Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru Politeknik Tridaya Virtu Morosi ini telah berhasil dalam menarik minat calon mahasiswa baru untuk mendaftar di Politeknik Tridaya Virtu Morosi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan Sosialisasi dan Promosi (Sospro) Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) Politeknik Tridaya Virtu Morosi Tahun 2024 pada SMK Negeri 2 Kendari sebagai berikut:

1. Kegiatan Sosialisasi dan Promosi (Sospro) Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) Politeknik Tridaya Virtu Morosi tahun 2024 pada SMK Negeri 2 Kendari, Provinsi Sulawesi Tenggara, telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Kegiatan ini mendapatkan respon positif dari pihak sekolah

dan siswa, yang terlihat dari antusiasme siswa dalam mengikuti presentasi dan banyaknya pertanyaan yang diajukan selama sesi diskusi interaktif.

2. Berdasarkan hasil observasi, sebagian besar siswa tertarik dengan program studi yang ditawarkan Politeknik Tridaya Virtu Morosi, terutama program studi yang terkait dengan bidang teknologi dan vokasi. Mereka juga tertarik dengan prospek karir lulusan yang disampaikan oleh tim Sospro. Pihak sekolah juga mengapresiasi kegiatan ini karena dianggap sangat bermanfaat bagi siswa dalam memperoleh informasi mengenai perguruan tinggi dan program studi yang diminati, serta membantu mereka dalam mempersiapkan diri untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi.
3. Kegiatan Sosialisasi dan Promosi (Sospro) Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa sosialisasi dan promosi yang baik dapat meningkatkan jumlah pendaftar di sebuah perguruan tinggi. Promosi juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Dengan adanya kegiatan ini, Politeknik Tridaya Virtu Morosi dapat mempromosikan program studi dan prospek karir lulusannya kepada calon mahasiswa baru secara langsung.

Saran

Saran dari kegiatan Sosialisasi dan Promosi (Sospro) Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) Politeknik Tridaya Virtu Morosi Tahun 2024 pada SMA/SMK Sederajat Kota Kendari sebagai berikut:

1. Politeknik Tridaya Virtu Morosi disarankan untuk melanjutkan kegiatan Sosialisasi dan Promosi (Sospro) Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) pada tahun-tahun berikutnya dan memperluas cakupan wilayah promosi, tidak hanya di Kota Kendari tetapi juga di kabupaten/kota lain di Provinsi Sulawesi Tenggara.
2. Dalam melaksanakan kegiatan Sosialisasi dan Promosi (Sospro) Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB), Politeknik Tridaya Virtu Morosi dapat memanfaatkan media sosial dan platform digital lainnya untuk mempromosikan program studi dan prospek karir lulusannya secara lebih luas.
3. Politeknik Tridaya Virtu Morosi dapat mempertimbangkan untuk melibatkan alumni atau mahasiswa senior dalam kegiatan Sospro

SPMB, sehingga calon mahasiswa baru dapat memperoleh informasi langsung dari mereka yang telah mengalami proses pendidikan di Politeknik Tridaya Virtu Morosi.

4. Dalam kegiatan Sosialisasi dan Promosi (Sospro) Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) selanjutnya, Politeknik Tridaya Virtu Morosi dapat menyediakan materi promosi yang lebih interaktif dan menarik, seperti video testimoni alumni atau simulasi praktikum, untuk meningkatkan minat calon mahasiswa baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, I., & Lubis, L. (2018). Strategi Promosi Dalam Peningkatan Jumlah Mahasiswa Baru Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram. *Jurnal Ulul Albab*, 22(2), 82–88. <https://doi.org/10.31764/jua.v22i2.591>
- Aziz, S. (2013). Efektivitas Promosi Terhadap Peningkatan Penerimaan Mahasiswa Pada Universitas Al Asyariah Mandar Sulihin Azis*. *Jurnal Papatuzdu*, 5(1), 85–102.
- Bahdin Ahad Badia, Fachrizal Cesar Putra, Mardis Darwis, A. J. (2012). Pengenalan Pendidikan Tinggi Vokasi Dan Sosialisasi Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru Politeknik Tridaya Virtu Morosi Tahun 2024 Berlokasi Di SMA/SMK Di Kabupaten Konawe Provinsi Sulawesi Tenggara. *Sabangka Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 3(2), 2012.
- Dharmawansyah, S., Cangara, H., & Iqbal, M. (2014). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Pada Politeknik Negeri Media Kreatif Makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 3(4), 256–263.
- Elen, M. (2023). Strategi promosi untuk meningkatkan minat mahasiswa baru pada fakultas pertanian Universitas Palangkaraya. *Jurnal Ekonomi Integra*, 13(1), 254–271. <http://journal.stieip.ac.id/index.php/iga>
- Fitriani, F., Lelawati, N., & Rahayu, S. R. (2021). Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru (Penmaru) Um Metro. *Jurnal Lentera Pendidikan Pusat Penelitian Lppm Um Metro*, 6(2), 155. <https://doi.org/10.24127/jlpp.v6i2.1809>
- Hajatina. (2024). Strategi Promosi Media Sosial Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Institusi Pendidikan Tinggi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 139–146.
- Inayah Abdillah Rabbani, Nisrina Hamid, Muhammad Sofian Maksar, Yuan Swastika, S. D. R. (2024). Pelatihan Manajemen Mutu Pengelolaan Sentra Ikm Kota Kendari. *Sabangka Abdimas (Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka)*, 03, 1–11.
- Jeni Wardi, Gusmarila Eka Putri, O. A. J. (2022). Promosi Dalam Menarik Minat Mahasiswa Baru: Sebuah Tinjauan Kegiatan Promosi Di Universitas Lancang Kuning. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 19(1), 94–100.
- Malarangan, H., Salim, M., & Haekal, A. (2020). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 75–88. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i2.33.75-88>
- Pati, A. W., Sari, I. P., Oktaria, H., & Amalia, K. N. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Calon Mahasiswa Baru Pada Masa Pandemi Covid-19 Di STEBIS IGM Palembang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 2(1), 89–102. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v2i1.50>
- Rizaldi, M. A., & Aliyyah, R. R. (2024). Strategi Pemasaran Penerimaan Mahasiswa Baru. *Karimah Tauhid*, 3(2), 2288–2311. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i2.12079>
- Rizki, S. D., Rizaldi Makmur, M., Najjar, A., Tharir, M., Asy, A., Hakim, A. A., Shaleha, W. M., Sofian Maksar, M., Kendari, U. M., & Corresponding, I. (2023). Sosialisasi Peningkatan Kesadaran Wajib Pajak Bagi Pelaku Usaha Sarang Burung Walet Di Kabupaten Kolaka Utara. *JICS: Journal of International Community Service JICS*, 2(2), 69–78. <http://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/JICS/indexDOI:https://doi.org/10.62668/jics.v2i02.732>
- Sarofah, I., Satyarini, M. D., & Setyaningsih, S. (2021). Strategi Penerimaan Mahasiswa Baru Pada Masa Pandemi Covid-19 di Universitas Ivet Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 2(2), 62. <https://doi.org/10.31331/jeee.v2i2.1924>
- Selvi Diliyanti Rizki, An Najjar Madjiani Thahir, A. A. A. H., & Waode Maratun Shaleha, Muhammad Sofian Maksar, B. A. B. (2024). Sosialisasi Green Product Di Industri Kecil Menengah (Ikm) Tahu Dan Tempe Desa Lambusa Kabupaten Konawe Selatan. *Sabangka Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Sabangka*, 3(02), 46–55.
- Sofyan Hakim, Arif Mubarak, Hilmi Satria Himawan, & Hanief Monady. (2022). Sosialisasi dan Strategi Personal Selling

- Penerimaan Mahasiswa Baru Fakultas Ekonomi dan Bisnis Iain Palangkaraya dalam Kondisi Pandemi Covid-19. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 326–331.
<https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1193>
- Sopandi, E. (2011). Strategi Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru Untuk Pts (Tinjauan atas kegiatan Promosi PTS di Jawa Barat Tahun 2010). *Jurnal Manajerial*, 10(1), 87–101.
<https://doi.org/10.17509/manajerial.v10i1.1828>
- Sugeng, S. L. P. (2022). Manajemen Marketing Jasa Pendidikan Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 13(1), 45–57.
<https://doi.org/10.21009/jmp.v13i1.28335>
- Tara Elimar, Anggia Ayu Lestari, Susyanti, Mida Rama Fitri, E. F. (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>
- Wijaya, N. Q. (2014). Strategi Untuk Meningkatkan Minat Mahasiswa Baru Studi Pada Universitas Wiraraja Sumenep. *Antimicrobial Agents and Chemotherapy*, 58(12), 7250–7257.