



PEMANFAATAN DATA UNTUK PENYEBARAN INFORMASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH BENGKULU KEPADA CALON MAHASISWA BARU MENGGUNAKAN GOOGLE FORM

Gunawan¹, Nanda Natasya², Lola Frecellia Putri Amanda³, Lingga Ransesta⁴, Rezki Titomenrah⁵

Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Indonesia

Email: gunawan@umb.ac.id¹, nanda.natasya74@gmail.com², lola-frecellia0@gmail.com³, lingga-resista666@gmail.com⁴, rezkititomenrah1105@gmail.com⁵

Abstrak

Penyebaran informasi yang efektif kepada calon mahasiswa baru menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya tarik dan aksesibilitas sebuah universitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan data digital dalam penyebaran informasi Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB) kepada calon mahasiswa baru menggunakan Google Form. Dengan adanya platform digital, universitas dapat lebih mudah menyampaikan informasi terkait program studi, jadwal pendaftaran, biaya pendidikan, serta fasilitas kampus. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif dengan analisis data sekunder. Data diperoleh dari sumber-sumber resmi seperti situs web UMB, media sosial, serta dokumentasi hasil survei online yang telah dilakukan sebelumnya. Data yang dikumpulkan dianalisis untuk mengevaluasi efektivitas penyampaian informasi serta minat calon mahasiswa terhadap UMB. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB) telah dikenal oleh calon mahasiswa, dengan media sosial sebagai sumber utama penyebaran informasi. Meskipun sebagian besar responden merasa informasi kampus cukup mudah diakses, masih ada sebagian kecil yang mengalami kesulitan dalam mendapatkan informasi. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan strategi komunikasi digital agar lebih inklusif dan efektif dalam menjangkau calon mahasiswa dari berbagai latar belakang. Untuk meningkatkan aksesibilitas dan efektivitas penyebaran informasi, UMB disarankan untuk memperluas pemanfaatan media sosial dengan strategi yang lebih interaktif, seperti konten video informatif, sesi tanya jawab daring, serta kolaborasi dengan alumni dan mahasiswa aktif.

Kata Kunci: Data, Google Form, Penyebaran Informasi, Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Calon Mahasiswa Baru.

Abstract

Effective information dissemination to prospective new students is an important aspect in increasing the attractiveness and accessibility of a

Article History

Received: March 2025
Reviewed: March 2025
Published: March 2025

Plagiarism Checker No 234
Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/Kohesi.v1i2.365

Copyright : Author
Publish by : Kohesi



This work is licensed
under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)



university. This research aims to analyze the use of digital data in disseminating information from Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB) to prospective new students using Google Form. With the digital platform, universities can more easily convey information related to study programs, registration schedules, tuition fees, and campus facilities. The research method used is a descriptive approach with secondary data analysis. Data was obtained from official sources such as the UMB website, social media, and documentation of previously conducted online survey results. The data collected was analyzed to evaluate the effectiveness of information delivery and prospective students' interest in UMB. The results showed that Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB) has been recognized by prospective students, with social media as the main source of information dissemination. Although most respondents feel that campus information is quite easy to access, there are still a small number who experience difficulties in obtaining information. This suggests the need to improve digital communication strategies to be more inclusive and effective in reaching prospective students from various backgrounds. To improve the accessibility and effectiveness of information dissemination, UMB is advised to expand the use of social media with more interactive strategies, such as informative video content, online question and answer sessions, and collaboration with alumni and active students.

Keywords: *Data, Google Form, Information Dissemination, Universitas Muhammadiyah Bengkulu, Prospective Students.*

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Dalam era digital saat ini, teknologi informasi telah menjadi salah satu elemen utama dalam penyebaran informasi, termasuk dalam dunia pendidikan. Universitas sebagai lembaga pendidikan tinggi dituntut untuk dapat memanfaatkan teknologi dalam menjangkau calon mahasiswa baru dengan lebih efektif dan efisien. Salah satu tantangan yang sering dihadapi adalah bagaimana memastikan bahwa informasi mengenai program studi, biaya pendidikan, jalur pendaftaran, serta fasilitas kampus dapat diakses dengan mudah oleh calon mahasiswa. Jika universitas masih bergantung pada metode konvensional seperti brosur cetak dan kunjungan langsung, cakupan penyebaran informasi menjadi terbatas dan kurang efisien dibandingkan dengan pemanfaatan teknologi digital¹. Oleh karena itu, diperlukan strategi inovatif yang dapat mengoptimalkan penggunaan media digital sebagai alat utama dalam promosi dan komunikasi universitas kepada calon mahasiswa.

Google Form merupakan salah satu platform digital yang dapat dimanfaatkan sebagai media penyebaran informasi kepada calon mahasiswa baru. Platform ini memungkinkan universitas untuk menyajikan informasi yang terstruktur dan interaktif serta mengumpulkan data terkait calon mahasiswa yang menunjukkan minat terhadap program studi yang ditawarkan. Selain itu, Google Form dapat digunakan untuk menyebarkan survei atau formulir pendaftaran awal, sehingga universitas dapat lebih mudah mengelola data calon mahasiswa

¹ Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2020). Principles of Marketing. Pearson Education.



berdasarkan preferensi mereka². Dengan keunggulan yang dimilikinya, Google Form menjadi alat yang praktis dan efisien dalam mendukung kampanye penerimaan mahasiswa baru, terutama bagi universitas yang ingin memaksimalkan jangkauan digital tanpa perlu biaya besar dalam pemasaran konvensional.

Pemanfaatan data yang diperoleh dari Google Form juga dapat membantu universitas dalam melakukan analisis minat dan kecenderungan calon mahasiswa. Dengan mengumpulkan informasi tentang pilihan program studi, pertimbangan dalam memilih universitas, serta kendala yang mungkin dihadapi calon mahasiswa, pihak universitas dapat mengembangkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran. Misalnya, jika sebagian besar calon mahasiswa memilih program studi tertentu, universitas dapat meningkatkan promosi pada program tersebut atau menawarkan program beasiswa yang sesuai untuk menarik lebih banyak peminat³. Selain itu, analisis data juga memungkinkan universitas untuk menyesuaikan strategi komunikasi berdasarkan platform yang paling banyak digunakan oleh calon mahasiswa, seperti media sosial atau situs web resmi universitas.

Dalam konteks Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB), pemanfaatan Google Form dalam penyebaran informasi kepada calon mahasiswa baru dapat menjadi solusi strategis dalam meningkatkan daya saing universitas. Dengan digitalisasi proses penyebaran informasi, UMB dapat lebih mudah menjangkau calon mahasiswa dari berbagai daerah tanpa terkendala oleh jarak dan biaya pemasaran yang tinggi. Selain itu, penerapan Google Form dapat mempercepat pengelolaan data pendaftaran dan memberikan gambaran lebih jelas tentang profil calon mahasiswa yang berminat bergabung dengan universitas⁴. Oleh karena itu, penting bagi UMB untuk mengoptimalkan pemanfaatan data digital dalam mendukung promosi dan komunikasi universitas secara lebih efisien dan terstruktur.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur dan analisis data sekunder. Studi literatur dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber informasi terkait pemanfaatan teknologi digital dalam penyebaran informasi pendidikan tinggi, khususnya penggunaan Google Form sebagai media komunikasi dan pengelolaan data calon mahasiswa. Sumber data yang digunakan berasal dari jurnal akademik, buku referensi, laporan penelitian, serta dokumen resmi yang relevan. Selain itu, data sekunder yang diperoleh dari situs web Universitas Muhammadiyah Bengkulu, media sosial, serta laporan survei online yang telah dilakukan sebelumnya akan digunakan untuk memahami efektivitas metode penyebaran informasi yang telah diterapkan oleh universitas.

Analisis data dilakukan dengan cara mengkaji efektivitas penggunaan Google Form dalam proses penyebaran informasi universitas dan pengelolaan data calon mahasiswa. Data yang terkumpul akan dikategorikan dan dianalisis secara tematik untuk melihat sejauh mana teknologi ini dapat meningkatkan keterjangkauan informasi serta mempermudah pihak universitas dalam mengelola dan memahami kebutuhan calon mahasiswa. Hasil analisis ini

² Brynjolfsson, Erik & McAfee, Andrew. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W.W. Norton & Company.

³ Solomon, Michael R. (2018). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson Education.

⁴ Tapscott, Don. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. McGraw-Hill.



diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai manfaat pemanfaatan Google Form dalam mendukung strategi komunikasi dan promosi universitas secara lebih efisien⁵.

PEMBAHASAN

Penyebaran Informasi Universitas Muhammadiyah Bengkulu Kepada Calon Mahasiswa Baru Melalui Pemanfaatan Teknologi Digital

Penyebaran informasi yang efektif kepada calon mahasiswa merupakan salah satu faktor kunci dalam menarik minat pendaftar dan meningkatkan daya saing universitas. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, metode penyebaran informasi yang sebelumnya mengandalkan media cetak, seperti brosur, spanduk, dan baliho, kini mulai beralih ke platform digital yang lebih efisien dan fleksibel. Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB) sebagai institusi pendidikan tinggi perlu mengadopsi strategi digital untuk memastikan bahwa informasi akademik, prosedur pendaftaran, program studi, serta fasilitas kampus dapat diakses oleh calon mahasiswa secara mudah dan cepat.

Salah satu tantangan utama dalam penyebaran informasi adalah memastikan bahwa calon mahasiswa dapat memperoleh informasi yang lengkap dan akurat mengenai universitas yang akan mereka pilih. Dalam survei yang dilakukan oleh Statista (2021), sekitar 87% calon mahasiswa di Indonesia menggunakan internet sebagai sumber utama dalam mencari informasi tentang universitas sebelum mendaftar⁶. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pergeseran perilaku dalam pencarian informasi, di mana calon mahasiswa lebih memilih mencari informasi melalui platform digital seperti situs web universitas, media sosial, dan formulir online.

Metode konvensional dalam penyebaran informasi, seperti kunjungan ke sekolah-sekolah, pameran pendidikan, dan penggunaan media cetak, memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, metode ini membutuhkan biaya yang relatif besar, baik untuk produksi materi cetak maupun dalam hal logistik untuk menjangkau calon mahasiswa di berbagai wilayah. Kedua, efektivitas metode ini sering kali sulit diukur karena tidak adanya sistem yang dapat secara langsung mengumpulkan data tentang calon mahasiswa yang tertarik dengan informasi yang diberikan. Ketiga, keterbatasan geografis menjadi kendala bagi universitas untuk menjangkau calon mahasiswa yang berada di luar kota atau luar provinsi⁷. Oleh karena itu, pendekatan digital menjadi solusi yang lebih efisien dan relevan dalam mendukung upaya promosi dan komunikasi universitas.

Pemanfaatan Google Form sebagai media penyebaran informasi menawarkan berbagai keuntungan bagi universitas dalam menjangkau calon mahasiswa baru. Google Form merupakan platform berbasis cloud yang memungkinkan pengguna untuk membuat formulir online yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan, termasuk penyebaran informasi akademik dan administrasi. Salah satu keunggulan utama Google Form adalah kemampuannya untuk menyajikan informasi secara interaktif dan terstruktur, di mana universitas dapat menyusun daftar pertanyaan atau informasi yang dapat diakses langsung oleh calon mahasiswa melalui tautan yang dibagikan⁸.

⁵ Creswell, John W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.

⁶ Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). *Tren Digitalisasi Pendidikan di Indonesia*. Jakarta: Kominfo.

⁷ Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education.

⁸ Anderson, Chris. (2018). *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*. Hachette Books.



Selain itu, Google Form memungkinkan universitas untuk mengumpulkan data secara real-time dari calon mahasiswa yang mengakses informasi tersebut. Dengan menggunakan Google Form, UMB dapat menyusun formulir yang berisi informasi tentang program studi, jalur pendaftaran, persyaratan masuk, biaya kuliah, serta fasilitas kampus. Calon mahasiswa yang tertarik dapat mengisi formulir ini dengan informasi kontak mereka, sehingga universitas dapat menghubungi mereka kembali untuk memberikan informasi tambahan atau menindaklanjuti pendaftaran mereka. Hal ini menciptakan sistem komunikasi dua arah yang lebih efektif dibandingkan dengan metode konvensional yang hanya bersifat satu arah⁹.

Dari segi efisiensi, Google Form juga memberikan kemudahan dalam pengelolaan dan analisis data. Dibandingkan dengan metode tradisional yang membutuhkan pencatatan manual, data yang diperoleh dari Google Form dapat langsung diekspor dalam format spreadsheet untuk dianalisis lebih lanjut. Universitas dapat melihat tren pendaftaran, preferensi calon mahasiswa terhadap program studi tertentu, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih universitas. Dengan demikian, strategi pemasaran dan komunikasi dapat disesuaikan berdasarkan data yang diperoleh, sehingga universitas dapat menargetkan promosi mereka dengan lebih tepat sasaran¹⁰.

Selain sebagai alat penyebaran informasi, Google Form juga dapat digunakan untuk mengukur efektivitas strategi promosi yang telah diterapkan oleh universitas. Misalnya, universitas dapat menyebarkan formulir ini melalui berbagai kanal digital, seperti media sosial, email, dan situs web resmi, lalu menganalisis dari kanal mana sebagian besar responden mengakses formulir tersebut. Jika mayoritas responden mengakses informasi melalui media sosial, maka universitas dapat memperkuat strategi pemasaran digital mereka di platform tersebut dengan meningkatkan frekuensi posting atau menggunakan iklan berbayar untuk meningkatkan jangkauan.

Lebih jauh lagi, penggunaan Google Form juga mendukung prinsip ramah lingkungan (paperless), karena seluruh proses dilakukan secara digital tanpa perlu mencetak brosur atau formulir pendaftaran dalam jumlah besar. Hal ini sejalan dengan upaya global dalam mengurangi penggunaan kertas dan mengadopsi teknologi yang lebih berkelanjutan. Dengan memanfaatkan Google Form, universitas tidak hanya menghemat biaya operasional tetapi juga turut berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan.

Dari perspektif calon mahasiswa, Google Form memberikan aksesibilitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan metode penyebaran informasi konvensional. Calon mahasiswa tidak perlu datang langsung ke kampus atau menghadiri pameran pendidikan untuk mendapatkan informasi tentang universitas. Mereka cukup mengakses formulir yang disediakan, mengisi data yang diperlukan, dan mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dalam hitungan menit. Fleksibilitas ini sangat penting, terutama bagi calon mahasiswa yang berada di daerah terpencil atau yang memiliki keterbatasan mobilitas.

Berdasarkan berbagai keunggulan yang telah dijelaskan, optimalisasi penyebaran informasi melalui Google Form menjadi langkah strategis yang dapat meningkatkan efisiensi, efektivitas, serta jangkauan promosi Universitas Muhammadiyah Bengkulu kepada calon mahasiswa baru. Dengan menerapkan strategi ini, universitas tidak hanya dapat menjangkau lebih banyak calon mahasiswa tetapi juga dapat mengumpulkan dan menganalisis data secara

⁹ Prensky, Marc. (2012). *From Digital Natives to Digital Wisdom: Hopeful Essays for 21st Century Learning*. Corwin Press.

¹⁰ Siemens, George. (2019). *Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age*. *International Journal of Instructional Technology*.



lebih sistematis untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat dalam strategi pemasaran pendidikan tinggi.

Pemanfaatan Google Form Dapat Meningkatkan Efektivitas Penyebaran Informasi dan Pengelolaan Data Calon Mahasiswa Baru di Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Dalam dunia pendidikan tinggi, efektivitas penyebaran informasi menjadi salah satu faktor utama yang menentukan jumlah dan kualitas calon mahasiswa yang mendaftar. Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB) sebagai institusi pendidikan tinggi perlu mengembangkan strategi yang tidak hanya dapat menjangkau calon mahasiswa secara luas tetapi juga memungkinkan pengelolaan data yang lebih sistematis. Dalam konteks ini, pemanfaatan teknologi digital seperti Google Form menjadi solusi yang efektif dan efisien dalam mendukung strategi komunikasi universitas.

Google Form merupakan alat berbasis cloud yang menawarkan berbagai fitur untuk membantu universitas menyebarkan informasi secara lebih luas dan terorganisir. Dibandingkan dengan metode konvensional seperti penggunaan brosur cetak atau pameran pendidikan, Google Form memungkinkan universitas untuk mendistribusikan informasi secara langsung ke calon mahasiswa melalui berbagai platform digital seperti email, media sosial, dan situs web resmi universitas¹¹. Dengan hanya membagikan tautan formulir, universitas dapat menjangkau calon mahasiswa yang berada di berbagai wilayah tanpa perlu mengeluarkan biaya besar untuk produksi dan distribusi materi cetak.

Selain sebagai alat penyebaran informasi, Google Form juga memberikan kemudahan dalam pengelolaan data calon mahasiswa. Melalui fitur yang dimilikinya, universitas dapat mengumpulkan informasi seperti identitas calon mahasiswa, program studi yang diminati, sumber informasi tentang universitas, serta kendala yang mereka hadapi dalam proses pendaftaran. Data ini kemudian dapat langsung diekspor ke dalam format spreadsheet yang dapat dianalisis lebih lanjut untuk membantu pihak universitas dalam menyusun strategi pemasaran dan komunikasi yang lebih berbasis data¹².

Salah satu keunggulan utama Google Form dalam penyebaran informasi adalah kemampuannya untuk memberikan informasi yang lebih interaktif dan dinamis. Universitas dapat menyusun formulir dengan berbagai format pertanyaan, seperti pilihan ganda, isian singkat, atau daftar dropdown yang mempermudah calon mahasiswa dalam mengakses informasi sesuai dengan kebutuhan mereka. Misalnya, jika seorang calon mahasiswa memilih program studi tertentu, universitas dapat menyajikan informasi tambahan yang lebih spesifik mengenai kurikulum, prospek kerja, serta fasilitas yang tersedia untuk program studi tersebut¹³.

Dari sisi efektivitas, penggunaan Google Form juga memungkinkan universitas untuk memantau dan mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi mereka. Dengan fitur analitik bawaan yang dimiliki oleh Google Form, universitas dapat melihat berapa banyak calon mahasiswa yang telah mengakses dan mengisi formulir, dari mana mereka mengetahui tentang universitas, serta bagian mana dari informasi yang paling sering diakses atau diabaikan. Dengan demikian, pihak universitas dapat melakukan penyesuaian dalam strategi komunikasi mereka berdasarkan data yang diperoleh¹⁴.

¹¹ Tapscott, Don. (2019). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. McGraw-Hill.

¹² Solomon, Michael R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson Education.

¹³ Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2021). *Principles of Marketing*. Pearson Education.

¹⁴ Brown, John S. & Duguid, Paul. (2017). *The Social Life of Information*. Harvard Business Review Press.



Selain itu, Google Form juga dapat diintegrasikan dengan berbagai alat digital lainnya seperti Google Sheets, Google Data Studio, dan CRM (Customer Relationship Management) untuk membantu universitas dalam pengelolaan data calon mahasiswa. Dengan integrasi ini, universitas dapat melakukan analisis data lebih mendalam, mengidentifikasi pola pendaftaran, serta mengelompokkan calon mahasiswa berdasarkan preferensi atau lokasi geografis mereka. Sebagai contoh, jika terdapat pola bahwa sebagian besar calon mahasiswa berasal dari daerah tertentu, universitas dapat meningkatkan promosi di wilayah tersebut dengan menggunakan strategi pemasaran yang lebih terarah¹⁵.

Dari perspektif calon mahasiswa, Google Form memberikan kemudahan akses terhadap informasi universitas tanpa perlu datang langsung ke kampus. Mereka dapat mengakses formulir kapan saja dan dari mana saja menggunakan perangkat seluler atau komputer. Selain itu, dengan adanya fitur konfirmasi otomatis, calon mahasiswa dapat langsung menerima pemberitahuan setelah mengisi formulir, yang memberikan pengalaman yang lebih responsif dan profesional dalam komunikasi universitas dengan calon mahasiswa.

Dalam konteks Universitas Muhammadiyah Bengkulu, pemanfaatan Google Form dapat membantu universitas dalam meningkatkan efektivitas penyebaran informasi serta pengelolaan data calon mahasiswa secara lebih sistematis dan terukur. Dengan mengadopsi metode ini, universitas tidak hanya dapat menjangkau lebih banyak calon mahasiswa tetapi juga memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai kebutuhan dan preferensi calon mahasiswa. Dengan demikian, strategi komunikasi dan pemasaran universitas dapat lebih disesuaikan untuk mencapai hasil yang optimal dalam menarik minat calon mahasiswa baru.

Kuesioner dalam Google Form

Kuesioner dalam Google Form ini dirancang untuk memahami efektivitas penyebaran informasi Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB) kepada calon mahasiswa baru. Responden diberikan lima pertanyaan utama yang mencakup aksesibilitas informasi, efektivitas informasi yang diperoleh, efektivitas media informasi, serta sumber media sosial yang digunakan untuk mendapatkan informasi tentang UMB. Pertanyaan pertama menilai efektivitas informasi yang diperoleh calon mahasiswa, sementara pertanyaan kedua menggali sejauh mana informasi yang disediakan oleh pihak kampus mudah diakses oleh mereka.

Pertanyaan ketiga menilai efektivitas berbagai media informasi yang digunakan dalam penyebaran informasi kampus. Pertanyaan keempat berfokus pada sumber utama tempat calon mahasiswa mendapatkan informasi tentang UMB, sedangkan pertanyaan kelima menggali lebih dalam mengenai media sosial yang paling sering digunakan oleh calon mahasiswa dalam mencari informasi kampus. Dengan adanya kuesioner ini, pihak universitas dapat memahami pola penyebaran informasi dan melakukan perbaikan strategi komunikasi agar lebih efektif menjangkau calon mahasiswa baru.

¹⁵ Siu, Eric. (2022). *Marketing in the Digital Age: Strategies for Success*. Wiley.



Baranda - Google Drive Formulir tanpa judul - Google Kuesioner Calon Mahasiswa B...

docs.google.com/forms/d/1gMWT5p9bTatL4Zeqw5hGpE24NuefLjyU/edit

Formulir tanpa judul Semua perubahan telah disimpan di Drive Publikasikan

Pertanyaan Jawaban Setelan



Kuesioner Calon Mahasiswa Baru Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Deskripsi formulir

Nama Lengkap *

Baranda - Google Drive Formulir tanpa judul - Google Kuesioner Calon Mahasiswa B...

docs.google.com/forms/d/1gMWT5p9bTatL4Zeqw5hGpE24NuefLjyU/edit

Formulir tanpa judul Semua perubahan telah disimpan di Drive Publikasikan

Pertanyaan Jawaban Setelan

Darimanakah anda mendapatkan informasi tentang pendaftaran kampus Universitas Muhammadiyah Bengkulu?

☐ Sosial media
☐ Brosur
☐ Promosi Kampus
☐ Teman/Saudara
☐ Guru

Dari sosial media manakah anda mendapatkan informasi tentang kampus UMB? *

☐ Instagram
☐ Whatsapp

Baranda - Google Drive Formulir tanpa judul - Google Kuesioner Calon Mahasiswa B...

docs.google.com/forms/d/1gMWT5p9bTatL4Zeqw5hGpE24NuefLjyU/edit

Formulir tanpa judul Semua perubahan telah disimpan di Drive Publikasikan

Pertanyaan Jawaban Setelan

Nama Lengkap *

Teks jawaban singkat

Jenis Kelamin *

Teks jawaban singkat

Agama *

Teks jawaban singkat

Asal Sekolah *

Baranda - Google Drive Formulir tanpa judul - Google Kuesioner Calon Mahasiswa B...

docs.google.com/forms/d/1gMWT5p9bTatL4Zeqw5hGpE24NuefLjyU/edit

Formulir tanpa judul Semua perubahan telah disimpan di Drive Publikasikan

Pertanyaan Jawaban Setelan

Asal Daerah *

Teks jawaban singkat

Seberapa Efektif Menurut Anda Informasi Yang Diperoleh Dari Sumber Tersebut? *

☐ Sangat Tidak Efektif
☐ Tidak Efektif
☐ Cukup Efektif
☐ Efektif
☐ Sangat Efektif



The image displays two screenshots of a Google Form titled "Kuesioner Calon Mahasiswa".

The top screenshot shows the first question: "Apakah informasi yang di sediakan oleh pihak kampus mudah di akses?". The response options are radio buttons: "Sangat tidak mudah", "Tidak Mudah", "Cukup mudah", "Mudah", and "Sangat Mudah". Below this is a second question: "Darimanakah anda mendapatkan informasi tentang pendaftaran kampus Universitas Muhammadiyah Bengkulu?". The response options are radio buttons: "Sosial media" and "Lainnya".

The bottom screenshot shows the same form with the second question selected. The response options are "Sosial media" and "Lainnya". Below this is a third question: "Buat kata sandi yang kuat dan unik.". The response options are text input fields: "Kata sandi baru" (with a strength indicator), "Pilih kata sandi unik dengan minimal 8 karakter. Sertakan setidaknya 1 angka, campuran huruf kecil dan huruf besar, dan 1 simbol agar kata sandi Anda kuat.", "Konfirmasi kata sandi baru", and "Mengatur ulang".

Hasil Kuesioner

Dari total 16 responden yang mengisi kuesioner, hasil jawaban terhadap pertanyaan mengenai aksesibilitas informasi menunjukkan bahwa 12,5% responden merasa informasi yang disediakan oleh pihak kampus sangat tidak mudah diakses, sementara 6,2% menyatakan informasi tidak mudah diakses. Sebanyak 43,8% responden merasa cukup mudah mengakses informasi, sedangkan 25% menganggapnya mudah, dan 25% lainnya menganggapnya sangat mudah. Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar responden merasa informasi kampus cukup mudah hingga sangat mudah diakses, masih ada kelompok kecil yang merasa kesulitan dalam mengakses informasi yang dibutuhkan.

Terkait asal sekolah responden, terdapat variasi latar belakang pendidikan dari peserta yang mengisi kuesioner. Dua orang berasal dari Madrasah Aliyah, satu orang dari SMA Mukomuko, satu orang dari SMA Pasemah Air Keru, satu orang dari SMA Pagar Alam, dan satu orang dari SMA Negeri 5 Kota Bengkulu. Sisanya berasal dari berbagai SMA dan SMK lainnya. Keberagaman asal sekolah ini mencerminkan bahwa informasi tentang UMB telah menjangkau berbagai daerah, namun masih perlu dievaluasi apakah penyebaran informasi tersebut sudah optimal di seluruh wilayah.

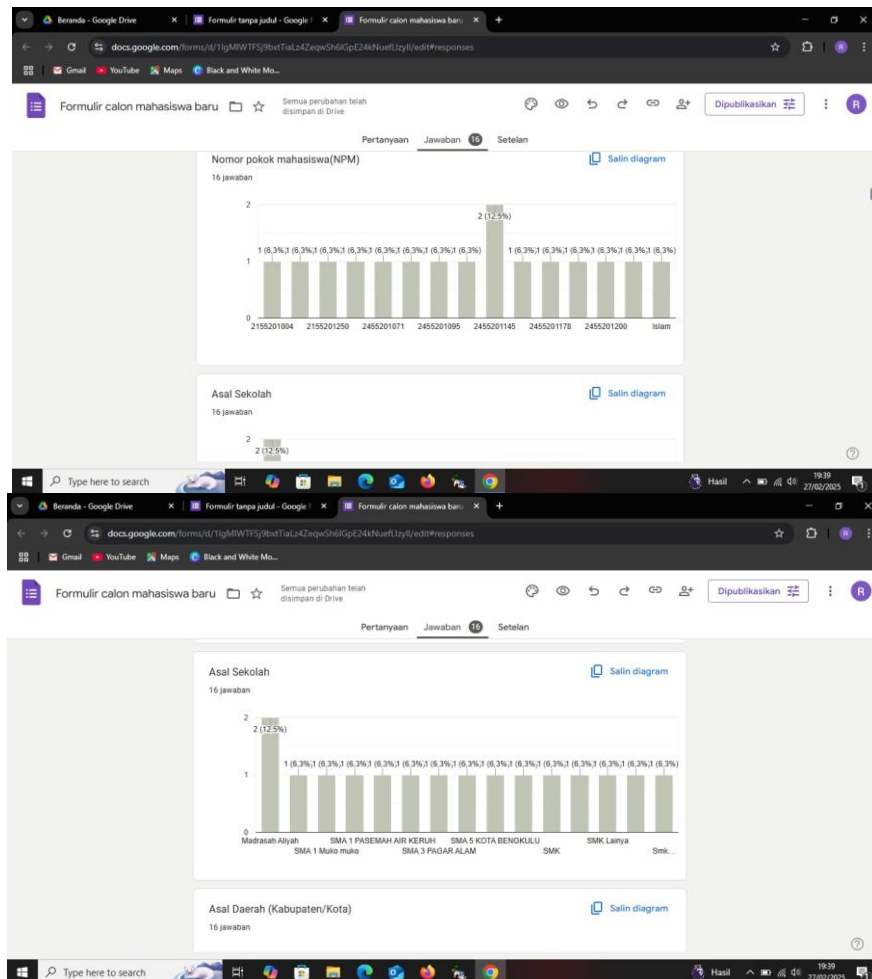
Hasil kuesioner juga menunjukkan bahwa seluruh responden (100%) sudah mengetahui keberadaan Universitas Muhammadiyah Bengkulu sebelum mengisi kuesioner. Hal ini menunjukkan bahwa kampus sudah memiliki tingkat pengenalan yang baik di kalangan calon mahasiswa. Namun, efektivitas media informasi dalam menarik minat calon mahasiswa tetap

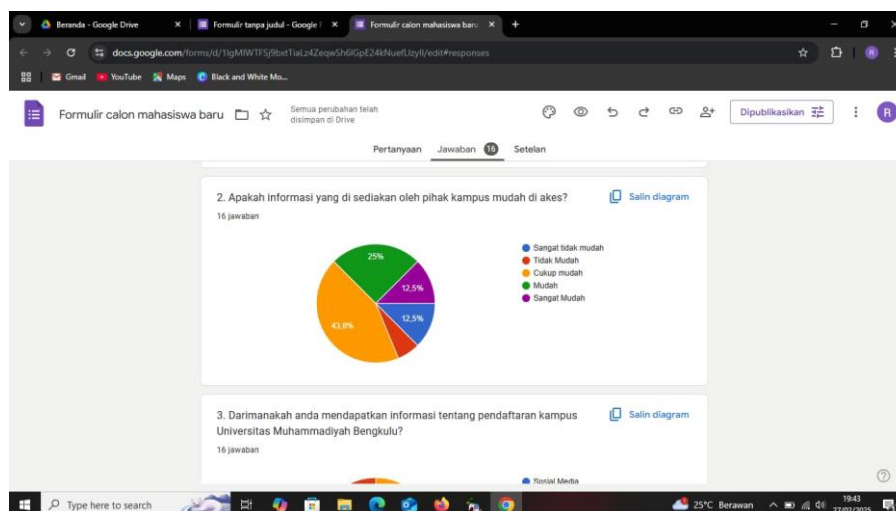


perlu diperhatikan, agar tidak hanya sekadar dikenal, tetapi juga dapat menarik lebih banyak pendaftar yang potensial.

Dalam pertanyaan mengenai sumber informasi kampus, sebagian besar responden mendapatkan informasi tentang UMB dari media sosial, situs web resmi, dan brosur kampus. Dari media sosial yang digunakan, mayoritas responden memperoleh informasi dari Instagram dan Facebook, sementara beberapa lainnya mengakses informasi melalui WhatsApp dan YouTube. Hasil ini menegaskan bahwa media sosial merupakan sarana utama dalam penyebaran informasi kampus, sehingga strategi komunikasi digital harus terus dioptimalkan untuk meningkatkan daya tarik UMB di kalangan calon mahasiswa.

Meskipun mayoritas responden merasa informasi yang diberikan oleh kampus cukup mudah hingga sangat mudah diakses, masih terdapat sekitar 18,7% yang merasa informasi sulit dijangkau. Hal ini menjadi tantangan bagi universitas dalam meningkatkan efektivitas penyebaran informasi. Oleh karena itu, perlu ada upaya untuk memperluas dan memperbaiki sistem penyampaian informasi agar lebih inklusif dan mudah dijangkau oleh semua calon mahasiswa, termasuk mereka yang berada di daerah terpencil atau memiliki keterbatasan akses digital.





Berdasarkan hasil kuesioner, dapat disimpulkan bahwa Universitas Muhammadiyah Bengkulu sudah cukup dikenal oleh calon mahasiswa baru, sebagaimana dibuktikan dengan 100% responden yang telah mengetahui keberadaan kampus ini. Namun, meskipun sebagian besar responden merasa informasi yang diberikan cukup mudah diakses, masih ada sebagian kecil yang mengalami kesulitan dalam mendapatkan informasi. Hal ini mengindikasikan adanya kebutuhan untuk meningkatkan aksesibilitas dan efektivitas penyebaran informasi, terutama bagi calon mahasiswa di daerah tertentu.

Media sosial terbukti menjadi sarana utama dalam memperoleh informasi tentang kampus, dengan Instagram dan Facebook sebagai platform yang paling banyak digunakan oleh calon mahasiswa. Oleh karena itu, universitas perlu terus mengembangkan strategi komunikasi berbasis digital, termasuk optimalisasi konten informatif dan interaktif di media sosial agar lebih menarik dan mudah dipahami oleh calon mahasiswa. Selain itu, perlu adanya diversifikasi media komunikasi agar informasi dapat menjangkau lebih banyak calon mahasiswa dengan berbagai latar belakang dan preferensi.

Secara keseluruhan, pemanfaatan Google Form dalam penelitian ini telah memberikan wawasan yang berguna mengenai pola akses informasi calon mahasiswa terhadap UMB. Dengan hasil yang diperoleh, pihak universitas dapat menggunakan data ini sebagai dasar untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif dan efisien. Peningkatan aksesibilitas informasi serta penguatan promosi digital di berbagai platform menjadi langkah yang dapat diambil untuk memastikan bahwa informasi kampus dapat menjangkau lebih banyak calon mahasiswa dengan cara yang lebih optimal.

PENUTUP

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Universitas Muhammadiyah Bengkulu (UMB) telah dikenal oleh calon mahasiswa, dengan media sosial sebagai sumber utama penyebaran informasi. Meskipun sebagian besar responden merasa informasi kampus cukup mudah diakses, masih ada sebagian kecil yang mengalami kesulitan dalam mendapatkan informasi. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan strategi komunikasi digital agar lebih inklusif dan efektif dalam menjangkau calon mahasiswa dari berbagai latar belakang.

SARAN

Untuk meningkatkan aksesibilitas dan efektivitas penyebaran informasi, UMB disarankan untuk memperluas pemanfaatan media sosial dengan strategi yang lebih interaktif, seperti konten video



informatif, sesi tanya jawab daring, serta kolaborasi dengan alumni dan mahasiswa aktif. Selain itu, kampus dapat mengoptimalkan situs web resmi dengan informasi yang lebih terstruktur dan mudah diakses, serta menyediakan layanan konsultasi daring bagi calon mahasiswa untuk memastikan mereka mendapatkan informasi yang lengkap dan jelas mengenai proses pendaftaran, program studi, serta fasilitas kampus.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, C. (2018). *The Long Tail: Why the Future of Business is Selling Less of More*. Hachette Books.
- Brown, J. S., & Duguid, P. (2017). *The Social Life of Information*. Harvard Business Review Press.
- Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W.W. Norton & Company.
- Creswell, J. W. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). *Tren Digitalisasi Pendidikan di Indonesia*. Jakarta: Kominfo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Prensky, M. (2012). *From Digital Natives to Digital Wisdom: Hopeful Essays for 21st Century Learning*. Corwin Press.
- Siemens, G. (2019). *Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age*. *International Journal of Instructional Technology*.
- Siu, E. (2022). *Marketing in the Digital Age: Strategies for Success*. Wiley.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Pearson Education.
- Tapscott, D. (2019). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. McGraw-Hill.