

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN MINAT CALON
MAHASISWA UNTUK KULIAH DI UIN PALOPO
(STUDI KASUS MAHASISWA BARU UIN PALOPO TAHUN 2025)**

***THE USE OF SOCIAL MEDIA IN INCREASING PROSPECTIVE STUDENTS'
INTEREST IN ENROLLING AT UIN PALOPO
(A CASE STUDY OF NEW STUDENTS AT UIN PALOPO)***

Andi Eka Sapitri^{1*}, Akbar², Firman Patawari³, Abdul Pirol⁴, Ahmad Munawir⁵

^{1*,2,3,4,5} Universitas Islam Negeri Palopo

andiekasafitri564@gmail.com, akbarakbar@uinpalopo.ac.id,
firman_patawari@uinpalopo.ac.id, abdulpirol@uinpalopo.ac.id,
ahmadmunawir@uinpalopo.ac.id

Abstract

This thesis examines the use of social media in increasing prospective students' interest in studying at UIN Palopo, with a case study of new students at UIN Palopo. The study aims to describe the use of social media, students' interest in studying at UIN Palopo, and the influence of social media on students' interest. This research employed a quantitative approach using a survey method involving 263 respondents selected through simple random sampling. Data were collected using a questionnaire and analyzed through descriptive and inferential statistics with the assistance of SPSS version 26. The findings indicate that both the use of UIN Palopo's social media and students' interest in studying at UIN Palopo were categorized as good. The hypothesis testing revealed that social media had a positive and significant effect on students' interest in studying at UIN Palopo ($t = 10.630$; $p < 0.001$). The coefficient of determination (R Square) was 0.302, indicating that social media contributed 30.2% to students' interest, while the remaining 69.8% was influenced by other factors outside the scope of this study. Therefore, social media is an important factor in increasing prospective students' interest, and its management should continue to be optimized as a higher education promotional medium.

Keywords: Social Media, Student Interest, UIN Palopo.

Abstrak

Artikel ini membahas penggunaan media sosial dalam meningkatkan minat calon mahasiswa untuk kuliah di UIN Palopo dengan studi kasus pada mahasiswa baru UIN Palopo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran penggunaan media sosial, minat mahasiswa untuk kuliah di UIN Palopo, serta pengaruh media sosial terhadap minat tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 263 responden yang dipilih melalui teknik *simple random sampling*. Data dikumpulkan menggunakan angket dan dianalisis dengan statistik deskriptif dan inferensial menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial UIN Palopo dan minat mahasiswa untuk kuliah di UIN Palopo berada pada kategori baik. Uji hipotesis menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk kuliah di UIN Palopo ($t = 10,630$; $p < 0,001$). Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,302 menunjukkan bahwa media sosial memberikan kontribusi sebesar 30,2% terhadap minat mahasiswa, sedangkan 69,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan demikian, media sosial menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan minat calon mahasiswa sehingga pengelolaannya perlu terus dioptimalkan sebagai media promosi perguruan tinggi.

Kata Kunci: Media Sosial, Minat Mahasiswa, UIN Palopo.

Article History:

Submitted	Accepted	Published
April 18 th 2026	June 10 th 2026	June 15 th 2026

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam bidang pendidikan tinggi. Kemajuan internet dan teknologi digital mendorong perubahan pola komunikasi dari media konvensional menuju media digital yang lebih cepat, interaktif, dan mudah diakses. Salah satu bentuk perkembangan tersebut adalah meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi, promosi, serta komunikasi antara institusi dengan masyarakat. Bagi perguruan tinggi, media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai media publikasi kegiatan kampus, tetapi juga menjadi strategi pemasaran yang mampu membangun citra institusi sekaligus menarik minat calon mahasiswa (Laudon, Kenneth C., & Laudon, 2022).

Media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, WhatsApp, dan X (Twitter) telah menjadi sumber informasi utama bagi generasi muda dalam memperoleh informasi mengenai perguruan tinggi. Informasi yang disajikan melalui media sosial mampu membentuk persepsi, meningkatkan ketertarikan, serta memengaruhi minat calon mahasiswa dalam menentukan pilihan perguruan tinggi. Semakin berkualitas konten yang disampaikan, semakin besar peluang media sosial dalam meningkatkan daya tarik institusi pendidikan (Sari, D. P., & Nugroho, 2021).

Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif terhadap minat maupun keputusan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Penelitian (Anggarani Asih, 2025) menunjukkan bahwa Instagram dan TikTok merupakan media sosial yang paling efektif dalam meningkatkan minat calon mahasiswa. Penelitian (Prakasa et al., 2025) juga membuktikan bahwa media sosial sebagai sumber informasi pendidikan berpengaruh signifikan terhadap minat melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Selain itu, penelitian (Adam et al., 2025), (Yusuf et al., 2024), serta (Eka Hendrayani et al., 2024) menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial mampu meningkatkan ketertarikan dan keputusan mahasiswa dalam memilih institusi pendidikan tinggi. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan pada perguruan tinggi umum, perguruan tinggi swasta, maupun sekolah vokasi, sedangkan penelitian mengenai efektivitas media sosial pada Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Negeri (PTKIN), khususnya UIN Palopo, masih sangat terbatas.

UIN Palopo sebagai salah satu perguruan tinggi keagamaan negeri telah memanfaatkan berbagai platform media sosial sebagai media penyampaian informasi akademik, promosi penerimaan mahasiswa baru, publikasi prestasi, dan berbagai kegiatan kampus. Namun demikian, efektivitas penggunaan media sosial tersebut dalam meningkatkan minat calon mahasiswa belum banyak dibuktikan melalui penelitian empiris. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian (research gap) yang perlu dikaji sehingga dapat memberikan informasi mengenai sejauh mana media sosial mampu memengaruhi minat calon mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan di UIN Palopo.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa baru UIN Palopo Tahun 2025 yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferensial untuk mengetahui gambaran penggunaan media sosial, tingkat minat calon mahasiswa, serta pengaruh media sosial terhadap minat calon mahasiswa untuk kuliah di UIN Palopo.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap minat mahasiswa untuk kuliah di UIN Palopo. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi linear sederhana. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel media sosial maupun minat mahasiswa berada pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial UIN Palopo telah dimanfaatkan sebagai media penyebaran informasi yang mampu menarik perhatian calon mahasiswa, sedangkan minat mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan di UIN Palopo juga tergolong tinggi.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std. Deviation
X TOTAL	263	18	45	34.18	35	4.369
Y TOTAL	263	17	36	25.83	26	3.413
Valid N (listwise)	263					

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 1, variabel media sosial memperoleh nilai rata-rata sebesar 34,18, sedangkan variabel minat mahasiswa memperoleh nilai rata-rata sebesar 25,83. Hasil tersebut menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap penggunaan media sosial UIN Palopo sebagai media informasi sekaligus promosi kampus.

Selanjutnya, untuk mengetahui besarnya pengaruh media sosial terhadap minat mahasiswa dilakukan analisis regresi linear sederhana. Hasil pengujian menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat positif dengan tingkat hubungan sedang.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana (Model Summary)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.550 ^a	0.302	0.229	2.85668

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Media Sosial (X)
b. Dependent Variabel: Minat Mahasiswa (Y)

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,550, yang menunjukkan adanya hubungan positif antara media sosial dan minat mahasiswa. Nilai R Square sebesar 0,302 menunjukkan bahwa media sosial memberikan kontribusi sebesar 30,2% terhadap minat mahasiswa untuk kuliah di UIN Palopo, sedangkan sisanya sebesar 69,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Untuk menguji hipotesis penelitian dilakukan uji t melalui analisis koefisien regresi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa.

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.162	1.392		8.021	<0.001
Penggunaan Media Sosial (X)	0.429	0.040	0.550	10.630	<0.001

a. Dependent Variable: Minat Mahasiswa (Y)

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2026

Berdasarkan Tabel 3 diketahui bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0,429 dengan nilai t hitung sebesar 10,630 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 (<0,05). Selain itu, hasil uji ANOVA menunjukkan nilai F hitung sebesar 112,988 dengan signifikansi 0,000, sehingga model regresi

dinyatakan layak digunakan. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima, yaitu media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk kuliah di UIN Palopo.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk kuliah di UIN Palopo. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin baik pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh UIN Palopo, semakin tinggi pula minat calon mahasiswa untuk memilih UIN Palopo sebagai tempat melanjutkan pendidikan. Media sosial menjadi sarana yang efektif dalam menyampaikan informasi mengenai program studi, kegiatan akademik, fasilitas, prestasi, dan penerimaan mahasiswa baru sehingga mampu meningkatkan pengetahuan serta ketertarikan calon mahasiswa terhadap institusi.

Kontribusi media sosial sebesar 30,2% menunjukkan bahwa media sosial merupakan salah satu faktor yang memengaruhi minat mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Namun demikian, masih terdapat 69,8% faktor lain yang turut memengaruhi minat tersebut, seperti reputasi perguruan tinggi, kualitas program studi, akreditasi, biaya pendidikan, dukungan keluarga, maupun lingkungan sosial. Oleh karena itu, media sosial perlu dipadukan dengan strategi promosi dan peningkatan kualitas institusi agar mampu meningkatkan daya tarik UIN Palopo secara lebih optimal.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Asih Anggarani dan Herlin Hidayat (2026) yang menyatakan bahwa media sosial berperan penting dalam meningkatkan minat calon mahasiswa melalui penyampaian informasi yang menarik dan mudah diakses. Temuan ini juga mendukung penelitian Bagas Putra Prakasa, Ratna Nurdiana, dan Ninies Eryadini (2025), yang menunjukkan bahwa media sosial sebagai sumber informasi pendidikan berpengaruh signifikan terhadap minat melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Selain itu, hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Maryam Yusuf, Haeruddin Saleh, dan Lukman Setiawan (2024) yang menyimpulkan bahwa media sosial mampu meningkatkan minat sekaligus keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi.

Temuan penelitian ini juga mendukung Teori Uses and Gratifications yang menjelaskan bahwa individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Dalam konteks penelitian ini, media sosial UIN Palopo menjadi sumber informasi yang membantu calon mahasiswa memperoleh informasi mengenai kampus secara cepat, mudah, dan lengkap. Terpenuhinya kebutuhan informasi tersebut membentuk persepsi positif terhadap UIN Palopo sehingga mendorong meningkatnya minat untuk melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh media sosial terhadap minat mahasiswa untuk kuliah di UIN Palopo, dapat disimpulkan bahwa:

1. Penggunaan media sosial UIN Palopo berada pada kategori baik, yang menunjukkan bahwa media sosial telah dimanfaatkan secara efektif sebagai sarana penyebaran informasi dan promosi kepada calon mahasiswa.
2. Minat mahasiswa untuk kuliah di UIN Palopo berada pada kategori baik, yang menunjukkan tingginya ketertarikan, keinginan, dan keyakinan responden untuk memilih UIN Palopo sebagai tempat melanjutkan pendidikan.
3. Media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat mahasiswa untuk kuliah di UIN Palopo. Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,550 dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,302, yang berarti media sosial memberikan kontribusi sebesar 30,2% terhadap minat mahasiswa, sedangkan 69,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil uji hipotesis juga menunjukkan nilai signifikansi 0,000 ($<0,05$), sehingga hipotesis penelitian diterima.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. UIN Palopo diharapkan terus mengoptimalkan pemanfaatan media sosial melalui penyajian konten yang informatif, kreatif, menarik, dan konsisten, khususnya mengenai program studi, prestasi, fasilitas, kegiatan akademik, serta informasi penerimaan mahasiswa baru.
2. Pengelolaan media sosial perlu ditingkatkan melalui interaksi yang lebih aktif dengan calon mahasiswa serta penyampaian informasi yang cepat dan akurat agar mampu meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat terhadap UIN Palopo.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang diduga memengaruhi minat mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi, seperti citra institusi, kualitas layanan, biaya pendidikan, akreditasi, kualitas program studi, maupun faktor sosial, sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, A. B., Haryanti, I., Manajemen, P. S., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2025). *Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Event Marketing Terhadap Minat Mahasiswa Baru Memilih Kampus STIE Bima*. 2(2), 4663–4675.
- Anggarani Asih, H. H. (2025). Peran Media Sosial Sebagai Strategi Meningkatkan Minat Calon Mahasiswa Melanjutkan Pendidikan Di Unika Atma Jaya Tahun Ajaran 2025 – 2026. *E.Journal.Atmajaya*, 17(2), 16.
- Eka Hendrayani, Rudy Irwansyah, Hadiansyah Ma'sum, Olivia Tahalele, & Zunan Setiawan. (2024). Analisis Strategi Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Institusi Pendidikan Tinggi. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 136–146. <https://doi.org/10.47467/Elmal.V5i7.4304>
- Laudon, Kenneth C., & Laudon, J. P. (2022). *Management Information Systems: Managing The Digital Firm (17th Ed.)*.
- Prakasa, B. P., Nurdiana, R., Eryadini, N., & Ekonomi, P. P. (2025). *Pengaruh Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Pendidikan Terhadap Minat Melanjutkan Pendidikan Ke*

Perguruan Tinggi. 9, 291–300.

Sari, D. P., & Nugroho, A. (2021). Peran Media Sosial dalam Pendidikan Tinggi: Strategi Komunikasi dan Pengaruhnya terhadap Calon Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi (JPTI)*, 5(2).

Yusuf, M., Saleh, H., & Setiawan, L. (2024). Pengaruh Media Sosial Dan Citra Institusi Terhadap Minat Pada Keputusan Memilih Kuliah Pada Jurusan Perjalanan Politeknik Pariwisata Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*, 7(1), 152–159. <https://doi.org/10.35965/jbm.v7i1.5125>