



Sosialisasi Pendidikan Tinggi dan Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Teknologi Alberth Foenay dalam Meningkatkan Minat Siswa SMA Melanjutkan Studi ke Perguruan Tinggi

Stefanus Neno^{1*}, Betheldo R Foenay², Herlan P.S. Basharie³

^{1,3} Program Studi Teknik Mesin, Institut Teknologi Alberth Foenay, Indonesia

² Program Studi Informatika, Institut Teknologi Alberth Foenay, Indonesia

Email: even.neno@gmail.com^{1*}, theldo90@gmail.com², herlan.bhasarie@gmail.com³

*Penulis Korespondensi: even.neno@gmail.com

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 13 Mei 2026;

Revisi: 14 Juni 2026;

Diterima: 18 Juli 2026;

Terbit: 22 Juli 2026

Keywords: Education Promotion;
Higher Education; Outreach;
Student Interest; Student
Recruitment.

Abstract. *Introducing higher education institutions and promoting new student admissions are strategic efforts to enhance youth participation in pursuing advanced education. The Institut Teknologi Alberth Foenay (ITAF), as a tertiary institution committed to advancing science and technology, has implemented outreach programs aimed at presenting its vision, mission, academic programs namely Mechanical Engineering, Environmental Engineering, and Informatics and its supporting facilities to prospective students. This study aims to describe the implementation of ITAF 2026 student admission outreach activities and assess their effectiveness in enhancing students' awareness and interest in higher education. This community engagement initiative adopts a qualitative descriptive approach, employing data collection methods such as direct observation, in-depth interviews, and documentation of outreach activities conducted in various high schools. The findings indicate that both in-person and digital outreach activities significantly improved prospective students' understanding of ITAF and influenced their decision-making processes in selecting a university. These results highlight the crucial role of well-planned and consistent communication strategies in the student recruitment process.*

Abstrak

Pengenalan perguruan tinggi dan sosialisasi penerimaan mahasiswa baru merupakan langkah strategis dalam meningkatkan partisipasi generasi muda untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi. Institut Teknologi Alberth Foenay (ITAF) sebagai institusi pendidikan tinggi yang berfokus pada pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, melaksanakan program sosialisasi untuk memperkenalkan visi, misi, program studi teknik mesin, teknik lingkungan dan informatika serta berbagai fasilitas yang tersedia kepada calon mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pelaksanaan kegiatan sosialisasi penerimaan mahasiswa baru di Institut Teknologi Alberth Foenay (ITAF) tahun 2026 serta mengevaluasi efektivitasnya dalam membangun pemahaman dan minat siswa terhadap perguruan tinggi. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi kegiatan sosialisasi di berbagai sekolah. Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi yang dilakukan secara langsung maupun digital mampu meningkatkan pengetahuan calon mahasiswa mengenai ITAF dan memengaruhi keputusan mereka dalam memilih perguruan tinggi. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi yang tepat dan berkelanjutan dalam proses rekrutmen mahasiswa baru.

Kata kunci: Minat Mahasiswa; Pendidikan Tinggi; Penjangkauan; Promosi Pendidikan; Rekrutmen Mahasiswa.

1. PENDAHULUAN

Perguruan tinggi swasta di Indonesia menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam memperoleh calon mahasiswa baru. Kondisi tersebut dipengaruhi oleh meningkatnya jumlah institusi pendidikan tinggi, perubahan preferensi generasi muda dalam memperoleh informasi, serta perkembangan teknologi digital yang mengubah pola komunikasi antara institusi pendidikan dan masyarakat. Dalam situasi tersebut, perguruan tinggi dituntut untuk tidak hanya meningkatkan kualitas akademik, tetapi juga membangun strategi promosi yang efektif agar mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat, memperkuat citra institusi, dan menarik minat calon mahasiswa. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa promosi, citra perguruan tinggi (*university image*), dan *brand awareness* merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan siswa dalam memilih perguruan tinggi.

Institut Teknologi Alberth Foenay (ITAF) merupakan salah satu perguruan tinggi swasta di Kota Kupang, Provinsi Nusa Tenggara Timur, yang memiliki komitmen menghasilkan lulusan berkualitas di bidang teknologi, rekayasa, dan sains melalui pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Sebagai institusi yang terus berkembang, ITAF secara konsisten berupaya meningkatkan eksistensi dan daya saing melalui berbagai program promosi akademik, salah satunya melalui kegiatan sosialisasi pendidikan tinggi kepada siswa sekolah menengah atas. Kegiatan tersebut menjadi media komunikasi yang efektif untuk memperkenalkan profil institusi, program studi, kurikulum, fasilitas pembelajaran, peluang beasiswa, serta prospek karier lulusan sehingga calon mahasiswa memperoleh informasi yang komprehensif sebelum menentukan pilihan studi.

Sosialisasi pendidikan tinggi merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang bertujuan menyampaikan informasi sekaligus membangun hubungan antara perguruan tinggi dan masyarakat. Menurut Kotler dan Keller (2016), promosi merupakan bagian dari bauran pemasaran yang berfungsi mengomunikasikan nilai produk atau jasa kepada konsumen sehingga mampu membentuk persepsi dan memengaruhi keputusan. Dalam konteks pendidikan tinggi, strategi promosi tidak hanya berorientasi pada peningkatan jumlah mahasiswa baru, tetapi juga membangun reputasi institusi melalui penyampaian informasi yang akurat, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial, kegiatan sosialisasi di sekolah, akreditasi, prospek program studi, fasilitas pendidikan, dan lokasi kampus berpengaruh signifikan terhadap *brand awareness*, citra perguruan tinggi, serta keputusan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi.

Di Provinsi Nusa Tenggara Timur, tantangan pemerataan akses informasi mengenai pendidikan tinggi masih menjadi permasalahan. Sebagian siswa di wilayah kabupaten maupun pinggiran Kota Kupang masih memiliki keterbatasan informasi mengenai pilihan perguruan tinggi, program studi, peluang beasiswa, maupun prospek kerja lulusan. Kondisi tersebut menyebabkan banyak siswa menentukan pilihan studi hanya berdasarkan informasi yang terbatas atau rekomendasi dari lingkungan sekitar. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi secara langsung di sekolah menjadi strategi yang relevan untuk meningkatkan literasi pendidikan tinggi sekaligus memberikan kesempatan kepada siswa memperoleh informasi secara benar dan menyeluruh mengenai institusi yang akan dipilih.

Berbagai penelitian sebelumnya lebih banyak mengkaji pengaruh promosi, media sosial, *brand image*, dan *brand awareness* terhadap keputusan memilih perguruan tinggi menggunakan pendekatan kuantitatif. Namun, kajian yang mendokumentasikan implementasi kegiatan sosialisasi pendidikan tinggi sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat, khususnya pada perguruan tinggi swasta di wilayah Nusa Tenggara Timur, masih relatif terbatas. Padahal, kegiatan pengabdian melalui sosialisasi di sekolah tidak hanya berfungsi sebagai media promosi institusi, tetapi juga berkontribusi dalam meningkatkan wawasan siswa mengenai pentingnya melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mendeskripsikan pelaksanaan sosialisasi pendidikan tinggi sebagai strategi promosi Institut Teknologi Alberth Foenay kepada siswa sekolah menengah atas di Nusa Tenggara Timur. Melalui kegiatan ini diharapkan siswa memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pilihan pendidikan tinggi, mengenal program studi dan fasilitas yang dimiliki ITAF, serta meningkatkan motivasi untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Selain memberikan manfaat bagi masyarakat sasaran, kegiatan ini juga menjadi salah satu upaya institusi dalam memperkuat citra, memperluas jangkauan informasi, dan meningkatkan daya tarik calon mahasiswa baru.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi pengenalan perguruan tinggi dan promosi Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Institut Teknologi Alberth Foenay (ITAF) Tahun Akademik 2026/2027 dilaksanakan selama lima hari, mulai tanggal 2 Februari 2026 sampai dengan 7 Februari 2026, dengan durasi kegiatan sekitar 8 jam per hari sesuai jadwal yang telah ditetapkan. Kegiatan ini melibatkan tim promosi yang terdiri atas dosen perwakilan dari tiga program studi, yaitu Teknik Mesin, Teknik Lingkungan, dan

Informatika, serta didukung oleh tenaga kependidikan dan perwakilan Yayasan Institut Teknologi Alberth Foenay.

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan di SMKS Kristen Niki-Niki, SMA Negeri 1 Kupang Timur, dan SMA Negeri 9 Kupang. Sasaran kegiatan adalah siswa-siswi kelas XII sebagai calon lulusan sekolah menengah atas yang akan melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi. Selain penyampaian informasi mengenai profil institusi, program studi, fasilitas, beasiswa, dan prospek kerja lulusan, kegiatan ini juga melibatkan guru sebagai mitra sekolah dalam mendukung penyebaran informasi pendidikan tinggi kepada peserta didik. Melalui kegiatan ini diharapkan siswa memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pilihan studi di Institut Teknologi Alberth Foenay sehingga dapat meningkatkan minat untuk melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi.

Teknik Pengumpulan Data dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu:

- a. Observasi dilakukan untuk mengamati proses pelaksanaan kegiatan sosialisasi, antusiasme dan partisipasi siswa, serta interaksi antara tim pelaksana dan siswa.
- b. Wawancara dilakukan dengan siswa peserta kegiatan sosialisasi untuk mengetahui pemahaman mereka tentang perguruan tinggi dan 3 program studi yang ditawarkan oleh Institut Teknologi Alberth Foenay, serta prospek kerja bagi lulusan Teknik.
- c. Wawancara juga dilakukan oleh tim pelaksana untuk mengetahui persiapan, kendala, dan evaluasi kegiatan.
- d. Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data-data terkait, seperti materi presentasi, bahan sosialisasi, foto, dan video kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi di SMA Negeri 1 Kupang Timur berlangsung dengan lancar dan mendapat sambutan yang sangat baik dari pihak sekolah. Kegiatan diawali dengan pembukaan oleh pihak sekolah, dilanjutkan dengan penyampaian materi mengenai profil Institut Teknologi Alberth Foenay (ITAF), visi dan misi institusi, fasilitas pembelajaran, program beasiswa, serta informasi mengenai Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Tahun Akademik 2026/2027. Tim sosialisasi juga memperkenalkan tiga program studi yang dimiliki ITAF, yaitu Program Studi Teknik Mesin, Program Studi Teknik Lingkungan, dan Program Studi Informatika, beserta keunggulan, kurikulum, kegiatan akademik, dan prospek karier lulusannya. Selama kegiatan berlangsung, siswa menunjukkan antusiasme yang tinggi, ditandai dengan keaktifan mereka dalam mengikuti sesi diskusi dan mengajukan berbagai pertanyaan

mengenai persyaratan masuk, biaya kuliah, peluang beasiswa, fasilitas kampus, kegiatan kemahasiswaan, serta peluang kerja setelah lulus.

Kegiatan sosialisasi di SMA Negeri 9 Kupang juga berlangsung secara kondusif dengan dukungan penuh dari kepala sekolah, guru, dan seluruh peserta. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan Institut Teknologi Alberth Foenay sebagai salah satu perguruan tinggi swasta di Kota Kupang, informasi mengenai ketiga program studi yang tersedia, serta peluang pengembangan kompetensi mahasiswa melalui kegiatan penelitian, pengabdian kepada masyarakat, dan kerja sama dengan berbagai mitra. Pada sesi tanya jawab, siswa menunjukkan minat yang tinggi untuk mengetahui prospek kerja lulusan, peluang melanjutkan studi, kompetensi yang akan diperoleh selama perkuliahan, serta kesempatan mengikuti program magang dan kegiatan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Tingginya partisipasi siswa pada kedua sekolah menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi mampu meningkatkan pemahaman dan ketertarikan mereka terhadap pendidikan tinggi, khususnya untuk melanjutkan studi di Institut Teknologi Alberth Foenay.

Selain penyampaian materi, kegiatan juga disertai dengan pembagian brosur dan media informasi sebagai sarana untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap mengenai ITAF kepada para siswa. Tim sosialisasi memberikan motivasi kepada peserta agar terus meningkatkan prestasi akademik serta mempersiapkan diri sejak dini dalam menentukan pilihan pendidikan tinggi sesuai minat dan bakat yang dimiliki. Di akhir kegiatan dilakukan sesi foto bersama sebagai bentuk dokumentasi sekaligus mempererat hubungan kerja sama antara Institut Teknologi Alberth Foenay dengan pihak sekolah. Secara keseluruhan, kegiatan sosialisasi berlangsung efektif, interaktif, dan memberikan dampak positif dalam meningkatkan wawasan siswa mengenai pentingnya melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi.



Gambar 1. Dokumentasi Tim Sosialisasi bersama Guru Dan Siswa Siswi SMA 1 Kupang Timur dan SMA Negeri 9 Kupang.

Pemahaman Siswa dan siswi melalui sosialisasi yang diberikan secara langsung, siswa siswi memperoleh pemahaman yang baik mengenai konsep perguruan tinggi dan peran pentingnya dalam mempersiapkan tenaga kerja terampil yang dibutuhkan oleh industri dan

dunia usaha. Siswa Siswi juga mendapatkan informasi lengkap mengenai persyaratan dan tahapan seleksi penerimaan mahasiswa baru di Institut Teknologi Alberth Foenay tahun 2026.



Gambar 2. Dokumentasi kegiatan sosialisasi tim peneliti bersama guru dan pihak sekolah sebagai bagian dari koordinasi awal pelaksanaan Sosialisasi Kampus di SMKS Kristen Niki-Niki, SMA Negeri 1 Kupang Timur, dan SMA Negeri 1 Kupang.

Adapun Umpan Balik yang diterima dari siswa dan pihak murid sangat positif. Mereka mengapresiasi upaya Institut Teknologi Alberth Foenay dalam sosialisasi Perguruan Tinggi dan memberikan informasi yang berguna bagi siswa dalam merencanakan masa depan mereka setelah lulus dari Sekolah Menengah Atas. Tim Sosialisasi Kampus dan Guru SMA berkolaborasi dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi penerimaan mahasiswa baru dengan dukungan media informasi seperti poster yang berisi profil kampus, program studi, dan jalur pendaftaran.



Gambar 3. Poster Penerimaan Mahasiswa Baru yang dibagikan ke Sekolah.



Gambar 4. Brosur Promosi Kampus yang dibagikan ke siswa siswi SMA PGRI.

Poster dan brosur diserahkan kepada pihak sekolah serta dibagikan kepada siswa sebagai media pendukung kegiatan sosialisasi. Materi yang disajikan dalam media promosi tersebut meliputi informasi mengenai program studi yang tersedia, persyaratan penerimaan mahasiswa baru, jadwal pendaftaran, alamat kampus, serta mekanisme pendaftaran secara daring (*online*). Penyampaian informasi melalui media cetak ini bertujuan agar peserta dapat memperoleh informasi yang lengkap dan dapat dijadikan sebagai referensi setelah kegiatan sosialisasi berlangsung.

Promosi kampus melalui kegiatan sosialisasi pendidikan tinggi merupakan strategi yang penting dalam meningkatkan penyebaran informasi kepada masyarakat, khususnya calon mahasiswa. Selain memperkenalkan profil institusi dan keunggulan program studi, kegiatan ini juga berperan dalam membangun citra positif perguruan tinggi, meningkatkan kepercayaan masyarakat, serta mendorong minat siswa untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi.



Gambar 5. Desain Gambar Postingan Untuk Sisial Media.

Postingan media sosial ini dirancang sebagai media promosi digital Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) Institut Teknologi Alberth Foenay (ITAF) Tahun Akademik 2026/2027. Desain memuat informasi utama mengenai keunggulan kampus, jadwal

pendaftaran, serta ajakan untuk bergabung melalui tampilan visual yang menarik dan komunikatif.

Konten juga dilengkapi dengan QR Code, tautan pendaftaran, informasi kontak, dan media sosial resmi ITAF untuk memudahkan calon mahasiswa mengakses informasi lebih lanjut. Publikasi melalui media sosial diharapkan dapat memperluas jangkauan sosialisasi dan meningkatkan minat masyarakat untuk melanjutkan pendidikan di ITAF.

Pentingnya Sosialisasi Kampus (Perguruan Tinggi)

Meningkatkan Pendaftaran Mahasiswa Baru

Promosi kampus yang efektif dapat menarik perhatian calon mahasiswa baru, baik dari dalam kota kupang maupun luar kota kupang, untuk memilih kampus Institut Teknologi Alberth Foenay sebagai tempat perguruan tinggi untuk melanjutkan pendidikan. Dengan promosi kampus yang tepat, kampus dapat meningkatkan jumlah pendaftaran mahasiswa baru.

Membangun Reputasi Kampus Institut Teknologi Alberth Foenay

Promosi kampus Institut Teknologi Alberth Foenay dapat membantu membangun citra dan reputasi kampus. Melalui sosialisasi yang baik, kampus bisa menunjukkan keunggulan dalam hal fasilitas, program studi, kualitas pengajaran, dan keberhasilan alumni. Reputasi yang baik akan membuat kampus lebih dikenal.

Meningkatkan Kerjasama dan Kolaborasi

Promosi kampus Institut Teknologi Alberth Foenay yang tepat dapat membuka peluang untuk kerjasama dengan institusi lain, baik itu dengan perusahaan, universitas lain, atau lembaga penelitian. Hal ini dapat meningkatkan kualitas pendidikan serta memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa.

Memperkenalkan Fasilitas dan Keunggulan Kampus Institut Teknologi Alberth Foenay

Setiap kampus memiliki fasilitas dan program unggulan yang membedakannya dengan kampus lain. Promosi yang baik dapat memperkenalkan kelebihan ini, seperti laboratorium yang canggih, beasiswa, program internasional, atau kegiatan ekstrakurikuler yang menarik.

Meningkatkan Daya Saing

Di tengah persaingan antar kampus yang semakin ketat, promosi menjadi salah satu strategi untuk membedakan diri. Kampus yang aktif melakukan promosi akan lebih mudah dikenal, memiliki posisi yang lebih baik di pasar pendidikan, dan bisa lebih menarik minat calon mahasiswa baru.

Menarik Investor dan Mitra Kerja

Kampus yang memiliki promosi yang efektif tidak hanya menarik mahasiswa, tetapi juga bisa menarik perhatian investor dan mitra yang ingin berinvestasi atau bekerja sama dalam berbagai proyek pendidikan dan penelitian.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengabdian kepada masyarakat berupa sosialisasi pengenalan pendidikan tinggi dan seleksi penerimaan mahasiswa baru Institut Teknologi Alberth Foenay Tahun 2025 dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kegiatan sosialisasi ini mampu meningkatkan pemahaman siswa-siswa mengenai pendidikan tinggi dan program studi yang ditawarkan, peluang karir, dan prospek kerja bagi lulusan. Adapun Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam tingkat pemahaman siswa, di mana sebelumnya hanya yang memiliki pemahaman baik tentang perguruan tinggi, kurikulum dalam hal ini system pembelajaran dan beasiswa yang ditawarkan, namun setelah mengikuti kegiatan ini, persentasenya meningkat.

Kegiatan ini juga berhasil meningkatkan minat siswa siswi untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi. Peningkatan minat ini disebabkan oleh pemahaman yang lebih baik tentang prospek karir dan peluang kerja bagi lulusan perguruan tinggi.

Hasil pengabdian ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi yang dilakukan secara langsung maupun digital mampu meningkatkan pengetahuan calon mahasiswa mengenai ITAF dan memengaruhi keputusan mereka dalam memilih perguruan tinggi. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi komunikasi yang tepat dan berkelanjutan dalam proses rekrutmen mahasiswa baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., Samsa, S., Richard, Y. F., & Parapaga, F. B. (2024). Strategi promosi kampus dalam meningkatkan minat calon mahasiswa baru. *ECONOMIST: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(4), 74–80. <https://doi.org/10.63545/economist.v1i4.67>
- Azhari As'ad, M. H., & Dewi, M. (2026). Pengaruh digital marketing dan kualitas informasi terhadap minat calon mahasiswa melalui brand awareness. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 10(2), 1266–1274. <https://doi.org/10.31604/jim.v10i2.2026.1266-1274>
- Hajatina. (2024). Strategi promosi media sosial dan pengaruhnya terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih institusi pendidikan tinggi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(3). <https://doi.org/10.36490/jmdb.v2i3.1143>

- Kharisma, A. Y., & Haryono, T. (2024). The role of university image and brand awareness in mediating antecedents of students' decision to choose a university. *OIKOS: Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nurmansyah, A. A. H., & Rizal, K. (2023). Pengaruh word of mouth, social media marketing dan brand image terhadap pilihan perguruan tinggi di Kota Bandung. *Journal of Scientech Research and Development*, 4(2). <https://doi.org/10.56670/jsrd.v4i2.127>
- Nurseno, R., Setiawan, N. M., & Marselinus. (2025). Bauran pemasaran sebagai determinan dalam minat mendaftar mahasiswa baru. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1).
- Pratiwi, F. A. T., Utama, J. W., Dito, A. H., Wulandari, W., Widyaningtyas, D. P., & Maranata, B. H. (2025). Peran digital marketing communication dalam meningkatkan minat berkuliah siswa SMA/SMK di Universitas Nasional Karangturi Semarang. *Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen Nusantara*, 4(3). <https://doi.org/10.55338/jeama.v4i3.593>
- Sriyanto, A., Purwanto, & Muttaqin, Z. (2024). From Instagram to campus: The impact of social media marketing on students' interest through trust and brand recognition. *Kalijaga Journal of Communication*. <https://doi.org/10.14421/kjc.62.02.2024>
- Tresna, I. C., & Sijabat, R. (2023). Analisis pengaruh digital marketing, brand awareness dan campus facilities terhadap enrollment intention pada sebuah perguruan tinggi swasta. *Widyakala Journal: Journal of Pembangunan Jaya University*, 10(2). <https://doi.org/10.36262/widyakala.v10i2.831>