

**PERSEPSI MAHASISWA BARU MEMILIH PTN ATAU PTS: STUDI
NETNOGRAFI DI JAWA TENGAH-DIY**

***NEW STUDENTS' PERCEPTIONS IN CHOOSING PTN OR PTS:
A NETNOGRAPHIC STUDY IN CENTRAL JAVA-DIY***

**Nana Noviada Kwartawati¹, Albertus Setyo Sumargo², Swanny Trihajanti
Widyaatmadja³**

^{1,3}Program Studi S1 Fisioterapi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Teknologi dan Sosial
Humaniora, Universitas Telogorejo Semarang, Indonesia

²Program Studi S1 Kewirausahaan, Fakultas Ilmu Kesehatan, Teknologi dan Sosial
Humaniora, Universitas Telogorejo Semarang, Indonesia

E-mail: nana_noviada@universitastelogorejo.ac.id¹, setyo@universitastelogorejo.ac.id²,
swanny_trihajanti@universitastelogorejo.ac.id³

ABSTRACT

Social media presently functions as the principal medium for prospective students to evaluate and compare their choices between public and private colleges. This study employs the netnography approach to investigate the attitudes and concerns of new students in Central Java and Yogyakarta regarding their choice between public and private colleges. Data featuring prominent hashtags such #UTBK, #SNBT, #PTSUnggulan, and #PejuangPTN were gathered from public engagements on Twitter, Instagram, and TikTok spanning the years 2023 to 2025. The primary themes in digital interactions were discerned through qualitative content analysis. This study found six primary factors affecting prospective students' decisions: tuition fees, accreditation and quality, employment prospects, prestige, location, and college amenities. PTS seeks to emphasize its contemporary, adaptable facilities and specific attributes through digital marketing tactics, whereas PTN is generally regarded as superior regarding cost, prestige, and employment opportunities. The findings demonstrate that social media significantly influences the collective perceptions of students commencing university. This study indicates that public universities (PTN) must uphold quality despite expanded capacity, but private universities (PTS) should enhance their scholarship initiatives and quality perception. The practical implications are aimed at policymakers to establish a higher education environment that equilibrates public and private universities.

Keywords: Netnography, PTN, PTS, Freshmen Students, Social Media, Central Java, Yogyakarta.

ABSTRAK

Media sosial saat ini berfungsi sebagai platform utama bagi calon siswa untuk memeriksa dan mempertimbangkan pilihan mereka antara perguruan tinggi negeri dan swasta. Dengan menggunakan metode netnografi, penelitian ini meneliti persepsi dan pertimbangan mahasiswa baru di Jawa Tengah dan DIY ketika mereka memilih antara PTN atau PTS. Data dengan tagar populer seperti #UTBK, #SNBT, #PTSUnggulan, dan #PejuangPTN dikumpulkan dari interaksi publik di Twitter, Instagram, dan TikTok dari tahun 2023 hingga 2025. Tema-tema utama dalam percakapan digital diidentifikasi melalui analisis isi kualitatif. Studi ini menemukan enam komponen utama yang memengaruhi pertimbangan mahasiswa baru: biaya kuliah, akreditasi dan kualitas, prospek kerja, prestise, lokasi, dan fasilitas kampus. PTS berusaha untuk menonjolkan fasilitas modern, fleksibel, dan kualitas tertentu melalui strategi promosi digital, sedangkan PTN biasanya dianggap lebih baik dalam hal biaya, prestise, dan prospek karir. Hasilnya menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membentuk persepsi kolektif siswa yang akan masuk universitas. PTN harus mempertahankan kualitas meskipun ada peningkatan daya tampung, sementara PTS harus memperkuat strategi beasiswa dan citra kualitas, menurut penelitian ini. Implikasi praktis ditujukan kepada pembuat kebijakan untuk membuat ekosistem pendidikan tinggi yang mengimbangi PTN dan PTS.

Kata Kunci: Netnografi, PTN, PTS, Mahasiswa Baru, Media Sosial, Jawa Tengah, DIY.

PENDAHULUAN

Media sosial berfungsi sebagai platform utama bagi calon mahasiswa dalam menentukan pilihan perguruan tinggi. Di Indonesia, platform media sosial seperti Twitter, TikTok, dan Instagram sering dimanfaatkan untuk mendistribusikan informasi dan pendapat mengenai seleksi penerimaan perguruan tinggi (Kurniati et al., 2023). Misalnya, menjelang dan setelah pengumuman hasil Ujian Tulis Berbasis Komputer (UTBK) Seleksi Nasional Bersama Masuk Perguruan Tinggi (SNBT, sebelumnya SBMPTN) 2023, topik tersebut mendominasi trending di Twitter (Kurniati et al., 2023). Dalam diskusi online ini, kita akan membahas perbandingan antara Perguruan Tinggi Negeri (PTN) dan Perguruan Tinggi Swasta (PTS). Hal-hal yang dibahas termasuk kualitas pendidikan, biaya kuliah, prospek kerja lulusan, dan gengsi atau prestise institusi.

Secara tradisional, PTN kerap dipandang lebih bergengsi daripada PTS oleh sebagian masyarakat (Sidharta, 2024). Hal ini tidak terlepas dari beberapa faktor historis, seperti reputasi PTN yang sudah lama berdiri, jaringan alumni yang luas, dan dukungan dari pemerintah. Biaya kuliah juga menjadi pertimbangan penting: PTN mendapatkan subsidi pemerintah, sehingga biaya studinya relatif terjangkau dengan sistem Uang Kuliah Tunggal (UKT) (Lusia Amelia, 2025). Sementara itu, PTS mengandalkan pendanaan mandiri sehingga biaya kuliah umumnya lebih tinggi (Lusia Amelia, 2025). Akibat perbedaan biaya ini, PTS dianggap mahal dan hanya dipilih oleh mereka yang mampu, sedangkan PTN sering dianggap sebagai pilihan "unggul" yang luar biasa karena harganya terjangkau sehingga masuknya sangat kompetitif (Base SBMPTNFESS,

2023). Stereotip bahwa "PTN lebih baik daripada PTS" masih ditemukan dalam percakapan di media sosial: beberapa calon mahasiswa merasa gengsi jika harus kuliah di PTS karena menganggap kualitas PTS lebih rendah (Base SBMPTNFESS, 2023). Namun, pandangan ini mulai dipertanyakan dan dikritisi oleh netizen sendiri, yang menyebut stereotip tersebut sudah ketinggalan jaman (Base SBMPTNFESS, 2023).

Kenyataannya, saat ini banyak PTS berkualitas yang mampu bersaing dengan PTN dalam hal fasilitas dan kurikulum (Lusia Amelia, 2025). Beberapa PTS unggulan bahkan menawarkan program internasional dan fasilitas modern yang tidak kalah dari PTN (Lusia Amelia, 2025). Meski demikian, PTS sering menjadi pilihan cadangan bagi calon mahasiswa yang tidak lolos seleksi PTN (Lusia Amelia, 2025). Diskusi di media sosial Twitter dengan tagar #SBMPTN atau #UTBK kerap diwarnai curahan hati "pejuang PTN" yang menghadapi dilemma: apakah mencoba lagi tahun depan, memilih PTS, atau mengambil jalur mandiri PTN (Deni Purbowati, 2023). Di sisi lain, akun-akun informasi pendidikan di Instagram dan TikTok gencar mempromosikan PTS unggulan dengan menekankan kelebihan PTS, seperti kelas yang lebih kecil, jadwal fleksibel, atau beasiswa khusus (Lusia Amelia, 2025) (Deni Purbowati, 2023).

Media sosial semakin populer sebagai sumber informasi pendidikan tinggi; studi terbaru menunjukkan bahwa mayoritas siswa lebih suka menggunakan media sosial daripada media lain untuk mencari informasi tentang perguruan tinggi. Selain itu, informasi yang dibagikan oleh institusi pendidikan di media sosial dapat berdampak pada keputusan 55% calon

mahasiswa untuk masuk ke universitas (Elsie Oktivera et al., 2024). Jadi, percakapan dan konten di media sosial mencerminkan persepsi kolektif calon mahasiswa baru tentang PTN vs. PTS, terutama di Jawa Tengah dan DIY, yang memiliki banyak PTN dan PTS. Penelitian ini akan menggunakan penelitian netnografi untuk mengupas faktor-faktor utama yang diperdebatkan siswa baru saat memilih antara PTN atau PTS, menggunakan data media sosial aktual dari tahun 2023–2025. Hasil ini diharapkan dapat membantu perguruan tinggi dan pemangku kepentingan pendidikan tinggi membuat kebijakan dan strategi yang lebih sesuai dengan persepsi dan kebutuhan siswa.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *netnografi*. Netnografi adalah adaptasi metode etnografi untuk meneliti komunitas daring atau budaya pengguna media (Robert V. Kozinets, 2010) yang memperkenalkan netnografi menjelaskan bahwa metode ini memungkinkan peneliti melakukan observasi partisipatif secara mendalam pada interaksi sosial di interne (Yoga Sidharta, 2024). Dalam penelitian ini, netnografi sangat sesuai karena fokusnya adalah percakapan mahasiswa baru di media sosial tentang pilihan PTN atau PTS. Berbagai studi komunikasi digital telah menggunakan pendekatan serupa untuk memahami dinamika interaksi dan diskusi di platform online. (Vinatalia & Abadi, 2024)

Sumber data utama adalah konten media sosial, termasuk tagar seperti #UTBK, #SNBT (sebelumnya #SBMPTN), #PTN, #PTS, #PTSUnggulan, #MasukPTN, #PejuangPTN, dan #PejuangUTBK, yang diposting dari tahun 2023 hingga 2025. Instagram, Twitter (kini dikenal

sebagai X), dan TikTok adalah situs web yang diamati karena ketiganya populer di kalangan siswa potensial. Data dikumpulkan melalui observasi non-partisipasi: peneliti memantau arus percakapan di tagar-tag ar tersebut selama periode puncak (misalnya, saat pengumuman SNBT 2023 dan 2024 untuk Twitter) serta konten viral terkait topik PTN vs PTS di TikTok dan Instagram. Sebagai contoh, tagar #UTBK/#SNBT 2023 di Twitter, peneliti menggunakan *tool* Netlytic yang melakukan *crawling* hingga 10.000 tweet selama seminggu pasca pengumuman hasil SNBT 2023 (Kurniati et al., 2023). Demikian pula, tren #SNBT 2024 dipantau melalui layanan tren harian Twitter, di mana tagar SNBT sempat mencapai hamper 28,9 ribu cuitan dalam satu hari di pertengahan Juni 2024 (getdaytrends, 2024). Dari Instagram, data jumlah postingan dengan tagar terkait diperoleh melalui pencarian tagar; misalnya tagar #SBMPTN (SNBT) memiliki sekitar 433 ribu postingan, dan tagar #PTS sekitar 399 ribu postingan hingga awal 2025 (best-hashtags.com, 2024). Selain itu, peneliti juga mengumpulkan konten dari akun-akun *base* pendidikan (seperti akun “fess” di Twitter untuk curhat SBMPTN) dan video TikTok populer yang membahas pilihan kampus.

Analisis dilakukan melalui analisis isi kualitatif. Mula-mula, data mentah, termasuk komentar dan posting yang terkumpul, disortir untuk menghilangkan konten yang tidak relevan. Selanjutnya, peneliti mengkodekan teks postingan dan komentar dengan coding terbuka untuk menentukan tema-tema utama yang muncul. Proses pengkodean ini mengikuti model analisis tematik oleh Miles & Huberman, yang mencakup tahapan pengkodean, pengelompokan tema, dan penarikan kesimpulan.

triangulasi sumber (misalnya, membandingkan hasil dari Twitter, Instagram, dan TikTok) dan member check online (misalnya, melihat tanggapan netizen lain terhadap pendapat tertentu untuk menemukan kesepakatan atau perbedaan) menjamin validitas data. Peneliti juga menggunakan literatur sebelumnya tentang faktor-faktor pemilihan perguruan tinggi sebagai kerangka awal, tetapi mereka tetap terbuka untuk kategori baru dari data baru.

Fokus analisis ditujukan untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu: **faktor apa saja yang dominan dalam diskusi digital mahasiswa baru tentang PTN vs PTS, dan bagaimana persepsi mereka terhadap kedua jenis institusi tersebut?** Kualitas akademik, akreditasi, prospek karir, lokasi kampus, fasilitas, dan aspek gengsi dan reputasi adalah komponen yang sudah diprediksi. Untuk meningkatkan reliabilitas kategorisasi, hasil coding diverifikasi ulang oleh dua asisten peneliti. Akhirnya, hasil utama disajikan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel frekuensi/insiden tema, dan map persepsi. Tabel ini membandingkan citra PTN dan PTS di mata mahasiswa baru. Untuk mematuhi etika penelitian, semua kutipan atau contoh postingan yang digunakan dalam laporan ini menyamar sebagai identitas pengunanya.

Fokus Analisis: Faktor Dominan dalam Diskusi Digital (Media Sosial) PTN vs PTS

Berdasarkan hasil netnografi, teridentifikasi beberapa **faktor dominan** yang senantiasa muncul dalam diskusi online terkait pemilihan rencana studi di PTN atau PTS oleh calon mahasiswa baru. Faktor-faktor utama tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- **Biaya Kuliah:** Pertimbangan kemampuan keuangan sangat

menonjol dalam percakapan. Banyak calon mahasiswa menanggapi bahwa **biaya kuliah PTN lebih murah** berkat subsidi pemerintah dan menggunakan sistem Uang Kuliah Tunggal (UKT) (Lusia Amelia, 2025). Keadaan sebaliknya, **PTS dianggap mahal**, apalagi beberapa PTS memungut uang pangkal atau uang gedung relatif besar di awal (Lusia Amelia, 2025). Akibatnya, meski tertarik dengan kualitas suatu PTS, tidak sedikit yang akhirnya ragu memilih PTS karena keterbatasan biaya. Ada juga percakapan yang menggambarkan bahwa “PTN terlihat wow karena lebih murah, jadi daya saingnya tinggi, sedangkan banyak orang terkendala biaya kalau ke PTS” (Base SBMPTNFESS, 2023). Faktor biaya seringkali menjadi alasan utama memilih PTN sebagai pilihan pertama.

- **Kualitas Pendidikan dan Akreditasi:** Faktor kualitas akademik kampus (dalam hal ini termasuk akreditasi program studi dan institusi pendidikan) sering didiskusikan. Calon mahasiswa secara digital membandingkan reputasi dosen, kurikulum, dan prestasi akademik antara PTN vs PTS. **PTN terkenal umumnya sudah terakreditasi Unggul/A dan dipandang memiliki kualitas yang tinggi**, sehingga memberikan rasa aman bagi calon mahasiswa (Lusia Amelia, 2025). Di sisi lain, ada pengakuan juga bahwa **sejumlah PTS memiliki kualitas tidak kalah bersaing** – terutama PTS unggulan yang telah terakreditasi Unggul / A dan berprestasi, misalnya: universitas swasta berperingkat atas di Yogyakarta atau Jawa Tengah. Namun, untuk PTS yang kurang dikenal masyarakat, calon mahasiswa seringkali mempertanyakan kualitas mutu dan akreditasinya. Reputasi institusi menjadi proxy: nama besar

PTN (seperti: UGM, UNDIP, UNS, dll.) cenderung dianggap berkualitas baik, sementara PTS harus menunjukkan akreditasi dan prestasi terlebih dahulu untuk meyakinkan calon pendaftar (Lusia Amelia, 2025). Sehingga, **kualitas & akreditasi** merupakan faktor dominan yang kedua setelah biaya.

- **Prospek Karier dan Jaminan Kerja:** Diskusi di media sosial (digital) menunjukkan perhatian besar pada **peluang kerja setelah lulus**. Banyak orang percaya bahwa lulusan PTN lebih mudah mendapatkan pekerjaan, terutama di sektor pemerintahan dan BUMN karena mereka dianggap sebagai "negeri" dan memiliki jaringan luas. Pendapat ini sejalan dengan pertanyaan populer "Benarkah peluang kerja lulusan PTN lebih besar daripada PTS?" yang pernah dibahas dalam literatur (Sidharta, 2024). Meskipun ada beberapa calon mahasiswa yang percaya bahwa mendapatkan gelar PTN memberi lebih banyak nilai bagi perusahaan, ada juga yang menolak gagasan ini. Alumni PTS yang berprestasi sering digambarkan sebagai contoh untuk memerangi stigma di media sosial. Meskipun demikian, faktor prospek karier tetap muncul dominan: program studi dengan koneksi industri, kurikulum link-and-match, serta memiliki **jaringan alumni** yang kuat di perusahaan menjadi nilai jual yang tinggi. PTN dengan alumni yang menjadi pejabat/pegawai BUMN terkemuka kerap dipuja (Lusia Amelia, 2025), sementara PTS menonjolkan karir alumninya di sektor swasta atau wirausaha sebagai bukti kualitas.
- **Prestise dan Pengaruh Lingkungan:** Gengsi kuliah di PTN versus PTS juga ramai

diperbincangkan. Banyak netizen muda mengakui adanya tekanan sosial — orang tua, guru, atau teman — yang mendorong memilih PTN demi prestise (Kurnia & Deviyantoro, 2023). PTN dianggap "lebih bergengsi" karena sulit masuknya dan identik dengan siswa pintar (Sidharta, 2024). Sedangkan PTS di masa lalu selalu dicap sebagai pilihan "cadangan" bagi calon mahasiswa yang tidak dapat menembus PTN. Namun, tren terbaru di media sosial menunjukkan bahwa gerakan opini melawan stigma/stereotip ini. Misalnya, sebuah tweet viral dari akun *SBMPTNfess* mengatakan agar tidak perlu gengsi ke PTS karena stereotip PTN > PTS sudah ketinggalan zaman (Base SBMPTNFESS, 2023). Generasi sekarang cenderung lebih terbuka dan melihat bahwa sukses tidak ditentukan oleh PTN atau PTS semata (Adindaap, 2024). Meski demikian, faktor prestise masih memengaruhi Keputusan pemilihan perguruan tinggi, terutama dalam keluarga yang selalu memandang PTN sebagai pilihan yang favorit (contoh: UGM) sebagai simbol status baik pendidikan maupun sosial.

- **Lokasi dan Lingkungan Kampus:** Faktor lokasi geografis kampus juga muncul, terutama dalam percakapan tentang memilih merantau ke PTN unggulan di luar daerah daripada kuliah di PTS lokal. Banyak mahasiswa baru di Jawa Tengah dan DIY yang bimbang tentang tinggal di dekat rumah atau memiliki kesempatan studi di kota lain. PTN favorit di Yogyakarta, Solo, dan Semarang menarik pendaftar dari seluruh Indonesia, sehingga PTN ini juga dicari oleh penduduk lokal. Namun, jika ingin tetap di kota asal atau jika orang tua ingin anaknya

tinggal dekat, PTS lokal, seperti di Semarang atau Yogyakarta, mungkin merupakan pilihan yang lebih baik. Selain itu, orang yang ingin menjadi mahasiswa harus mempertimbangkan biaya hidup di dekat kampus—Yogyakarta terkenal memiliki harga yang lebih murah, yang menarik bagi mereka yang tinggal di daerah itu. Lokasi juga berkaitan dengan kenyamanan: kampus di lingkungan kota pelajar (seperti Jogja) memiliki daya tarik tersendiri. Diskusi online menyinggung akses transportasi, keamanan kota, hingga budaya belajar di lokasi tersebut journal (Vivi et al., 2024). Jadi lokasi walau tidak sebesar faktor biaya maupun kualitas, tetap menjadi hal yang dominan dalam benak sebagian calon mahasiswa.

- **Fasilitas dan Suasana Kampus:** Calon mahasiswa juga mempertimbangkan fasilitas kampus. Tampilan kampus kontemporer dapat menjadi menarik di era media sosial visual (Instagram/TikTok). Ini adalah taktik yang digunakan beberapa PTS untuk mengiklankan kampus baru, lab canggih, atau gedung ber-AC. Percakapan dengan tagar seperti #KampusCeria atau #KuliahBerkualitas di TikTok menunjukkan ketertarikan calon mahasiswa baru pada fasilitas keren di PTS (Kuliah Berkualitas, 2024). Sementara, PTN secara umum diasosiasikan dengan fasilitas memadai berkat dana pemerintah, meski ada keluhan kelas terlalu besar atau birokrasi lambat di PTN besar (Lusia Amelia, 2025). Faktor fasilitas menjadi yang paling penting ketika calon mahasiswa membandingkan dua atau tiga kampus khusus yang mereka minati. Misalnya, pertanyaan seperti "kampus mana yang lab komputernya paling lengkap?" atau

"asrama mahasiswa PTN vs PTS" muncul di forum online. Pada dasarnya, fasilitas pendukung seperti lab, wifi, perpustakaan, UKM, dan lainnya sangat penting untuk pengalaman akademik. Ini juga dipertimbangkan dalam diskusi digital.

Dalam sebuah utas diskusi, semua elemen di atas sering muncul pada saat yang sama. Sebagai contoh, seorang pengguna Twitter mungkin bertanya: "Mending UGM (PTN) atau Univ X (PTS)? "Pertimbangannya apa saja ya selain biaya?" Kemudian akan ada diskusi tentang hal-hal seperti biaya (UKT versus beasiswa PTS), kualitas (ranking akreditasi), prospek kerja (alumni UGM versus alumni Univ X), gengsi (UGM versus PTS), dan fasilitas (kampus luas versus kampus baru). Oleh karena itu, pandangan calon mahasiswa dipengaruhi oleh keenam faktor utama: kualitas/akreditasi, prospek karir, prestise, lokasi, dan fasilitas. Keenam faktor ini saling berkorelasi satu sama lain. Berikutnya, data yang diperoleh dari observasi netnografis disajikan. Rangkuman percakapan di media sosial dengan tagar yang relevan menunjukkan frekuensi dan konteks munculnya komponen tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data: Diskusi di Media Sosial dengan Tagar #UTBK, #SBMPTN, #PTSUnggulan, dll

Sebagai bagian dari penelitian ini, peneliti mengumpulkan posting dan komentar dari berbagai platform media sosial yang mengandung tagar populer tentang masuk perguruan tinggi. Ringkasan data media sosial dari tahun 2023–2025 ditunjukkan di bawah ini, yang mencakup perkiraan volume percakapan dan tema utama untuk setiap tagar yang diamati:

Tabel 1. Rangkuman data percakapan media sosial dengan tagar terkait PTN vs PTS (2023–2025).

Tagar	Platform & Periode	Volume Postingan	Gambaran Utama	Konten
#UTBK / #SNBT	Twitter (Mei–Juni 2023 & 2024)	±10.000 tweet/minggu saat puncak SNBT 2023 (Kurniati et al., 2023); trending ±28,9 ribu tweet pada Juni 2024 (getdaytrends, 2024)		Curhat peserta ujian masuk PTN: pengalaman try out, kesulitan soal, tips lolos, serta diskusi cadangan kuliah jika gagal PTN. Banyak yang membahas opsi PTS atau jalur mandiri PTN setelah pengumuman hasil (Deni Purbowati, 2023).
#SBMPTN (atau #SNBT)	Instagram (2023–2025)	> 433.000 postingan (best-hashtags.com, 2024)(posts publik hingga awal 2025). Juga banyak digunakan di Twitter bersamaan dengan #UTBK.		Konten informatif dan selebrasi: infografis tips lolos seleksi, pengumuman hasil kelulusan (dengan ucapan selamat bagi yang lolos PTN), serta motivasi bagi yang belum berhasil. Institusi pendidikan dan bimbingan belajar memanfaatkan tagar ini untuk promosi. Diskusi faktor: euforia kelulusan PTN vs kekecewaan gagal (serta saran mencoba PTS).
#PTSUnggulan	TikTok & Instagram (2023–2025)	TikTok: tagar muncul di ratusan video promosi kampus (beberapa video mendapat puluhan ribu views). Instagram: dipakai di postingan resmi kampus (misal pengumuman akreditasi unggul) (fastikomunsiq, 2025)		Mayoritas konten berisi promosi universitas swasta unggulan: testimoni mahasiswa berprestasi, showcase fasilitas kampus, info beasiswa PTS. Tagar ini belum menjadi tren organik dari pengguna, melainkan didorong oleh akun resmi dan konten marketing. Namun, membantu membentuk persepsi bahwa ada banyak PTS “unggulan” yang layak dipertimbangkan.
#MasukPTN & #PejuangPTN	Twitter & Instagram	Twitter: sering dipakai di akun base curhat SBMPTN. Instagram:		Ungkapan semangat dan perjuangan calon mahasiswa untuk

Tagar	Platform & Periode	Volume Postingan	Gambaran Utama	Konten
	(2023–2025)	termasuk dalam 10 besar tagar edukasi, contoh #MasukPTN muncul $\pm 6\%$ di antara topik #ptn (best-hastags.com, 2024)	menembus PTN. Banyak konten meme, quote motivasi “pejuang PTN”, hingga cerita doa orang tua. Diskusi faktor: usaha ekstra demi PTN (les, belajar), kadang disertai perbandingan “jika akhirnya ke PTS”. Tagar ini mencerminkan tingginya minat terhadap PTN dan tekanan persaingan masuk.	
#PejuangUTBK	TikTok (2023)	Ribuan video (tagar #pejuangUTBK trending tiap menjelang UTBK dengan total views jutaan). Contoh, konten persiapan UTBK 2023 ramai di FYP TikTok.	Video pendek berisi tips belajar, rutinitas harian siswa menjelang UTBK, serta pengalaman emosional menghadapi ujian. Sering diiringi musik populer untuk menyemangati. Komentar pada video-video ini menyinggung target PTN favorit dan rencana cadangan jika skor UTBK tidak mencukupi, menunjukkan calon mahasiswa baru menimbang opsi PTS juga.	
#KuliahBerkualitas & terkait	TikTok & Instagram (2024)	Digunakan dalam kampanye 10 kampus swasta terbaik (Kuliah Berkualitas, 2024) dan konten edukasi lainnya. Belum masif (> beberapa ribu posting).	Tagar umum yang dipakai untuk menekankan kualitas kuliah, sering kali oleh PTS yang ingin mengubah persepsi. Konten menyoroti keunggulan program studi, dosen praktisi, fasilitas modern, dan pencapaian alumni, baik di PTN maupun PTS. Tujuannya membentuk mindset bahwa kuliah yang berkualitas tidak eksklusif milik PTN.	

Sumber: Diolah dari hasil crawling Twitter dengan Netlytic (2023), (Kurniati et al., 2023), data tren Twitter Indonesia (getdaytrends, 2024), pencarian tagar Instagram (best-hastags.com, 2024), dan observasi manual konten TikTok/Instagram 2023–2025. (fastikomunsiq, 2025)

Dari Tabel 1 di atas, terlihat bahwa topik UTBK/SNBT di media sosial: Twitter dan Instagram menghasilkan volume percakapan terbesar. Tagar #UTBK dan #SNBT (d/h #SBMPTN) menjadi ajang diskusi paling ramai, terutama pada saat masa ujian dan pengumuman. Percakapan di sana kerap menyinggung faktor **biaya** dan **prospek** secara implisit: misalnya, banyak pengguna yang gagal SNBT 2023 mengungkapkan kekecewaan namun kemudian saling berbagi info tentang **beasiswa PTS** atau **jalur mandiri PTN** sebagai alternatif (Deni Purbowati, 2023). Ini menunjukkan faktor biaya dan kesempatan (prospek masuk) langsung muncul begitu hasil PTN keluar.

Institusi berupaya lebih keras untuk mengubah cerita melalui tag seperti #PTSUnggulan dan #KuliahBerkualitas. Meskipun tidak sepopuler seperti #PTN atau #UTBK, kemunculannya menunjukkan upaya PTS untuk memperbaiki citra melalui media sosial. Hal ini sejalan dengan temuan **Oktivera et al. (2024)** bahwa informasi perguruan tinggi di media sosial kampus dapat signifikan memengaruhi minat calon mahasiswa (Elsie Oktivera et al., 2024). Untuk menandingi dominasi pembicaraan PTN, institusi PTS unggulan di Jateng/DIY (seperti Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Universitas Islam Indonesia, dll.) tampaknya aktif mendorong akreditasi unggul dan prestasi mereka dengan tagar ini.

Sementara itu, tagar berbasis persona seperti #PejuangPTN dan #PejuangUTBK memberikan gambaran tentang perasaan dan motivasi mahasiswa yang akan datang. Banyak posting dengan tagar ini menampilkan semangat harapan dan perjuangan, menunjukkan keyakinan bahwa PTN adalah tujuan ideal. Namun, ada juga kekhawatiran di sela-sela itu. Ini dapat dilihat dari komentar "Kalau ga lolos PTN, masih ada jalan lain guys" di TikTok dengan tagar #PejuangUTBK, yang menunjukkan bahwa siswa mulai membicarakan opsi PTS secara publik. Budaya *fess* di Twitter (akun anonym untuk curhat) juga menyediakan ruang bagi diskusi jujur: dari sanalah kutipan tentang “jangan gengsi ke PTS” muncul dan disebarakan ribuan kali (Base SBMPTNFESS, 2023), menandakan adanya perubahan pola pikir di sebagian calon mahasiswa.

Secara keseluruhan, data media sosial menunjukkan betapa besarnya arus informasi informal yang memengaruhi persepsi calon mahasiswa. Faktor-faktor utama yang diperdebatkan, seperti yang diuraikan sebelumnya, akan diungkapkan dalam diskusi online ini. Peta persepsi digital mahasiswa baru yang membandingkan PTN dan PTS di Jawa Tengah dan DIY berikut memberikan gambaran tentang bagaimana masing-masing elemen dilihat oleh mahasiswa baru terhadap PTN dan PTS. Peta ini membantu merangkum temuan penelitian ini.

Keluaran: Peta Persepsi Digital Mahasiswa Baru tentang PTN vs PTS di Jawa Tengah & DIY

Peneliti membuat tabel yang memetakan persepsi umum mahasiswa baru tentang PTN dan PTS untuk masing-masing faktor dominan berdasarkan analisis netnografi. Tabel berikut berfungsi sebagai "peta persepsi"

bagi pemangku kepentingan pendidikan tinggi karena mewakili insight kolektif dari diskusi digital di wilayah Jawa

Tengah dan DIY dari tahun 2023 hingga 2025:

Tabel 2. Peta persepsi mahasiswa baru terhadap PTN vs PTS di Jawa Tengah & DIY untuk tiap faktor utama (hasil studi 2023–2025).

Faktor	Persepsi terhadap PTN	Persepsi terhadap PTS
Biaya Kuliah	Biaya relatif terjangkau berkat subsidi pemerintah; sistem UKT membuat kuliah di PTN dapat menyesuaikan kemampuan ekonomi (Lusia Amelia, 2025). PTN dipandang pilihan ekonomis, sehingga sangat diminati banyak calon mahasiswa (kompetisi tinggi masuk) (Base SBMPTNFESS, 2023). Hampir tidak ada uang pangkal kecuali pada jalur mandiri, ini meringankan beban orang tua.	Biaya kuliah lebih mahal karena pendanaan mandiri (Lusia Amelia, 2025). Banyak PTS menetapkan uang pangkal & SPP tinggi, sehingga dianggap hanya terjangkau bagi kalangan mampu. Meskipun begitu, beberapa PTS menawarkan beasiswa untuk menarik mahasiswa berprestasi atau yang kurang mampu. Namun secara umum, isu biaya jadi kendala utama memilih PTS bagi calon mahasiswa berbudget terbatas.
Kualitas & Akreditasi	Reputasi akademik tinggi terutama di PTN favorit (banyak yang terakreditasi Unggul/A) (Lusia Amelia, 2025). Dosen berkualifikasi tinggi (banyak profesor, ASN), riset lebih aktif, dan standar seleksi mahasiswa baru ketat, dianggap menjamin kualitas lulusan. PTN lama punya tradisi akademik kuat. Dalam persepsi mahasiswa baru, PTN = “kualitas terjamin”.	Bervariasi; “bermutu tapi tergantung kampusnya”. Ada PTS unggulan dengan akreditasi A dan kualitas mendekati PTN top (Lusia Amelia, 2025), tapi banyak PTS lain akreditasinya masih B atau C. Persepsi mahasiswa baru cenderung skeptis: harus cek akreditasi dulu sebelum pilih PTS. Meski demikian, cerita keberhasilan PTS unggulan (misal Tel-U, Binus) membuat calon mahasiswa baru mengakui PTS tertentu juga kualitasnya tinggi. PTS perlu bukti konkret (akreditasi, ranking, kerjasama internasional) untuk diakui setara.
Prospek Karier	Jaringan alumni luas PTN (terutama kampus negeri besar) dianggap membantu lulusan cari kerja (Lusia Amelia, 2025). Juga terdapat anggapan bahwa gelar PTN lebih dihargai oleh pemberi kerja, khususnya instansi pemerintah/BUMN. Prospek karier	Mulai diakui meski masih ada stigma. Lulusan PTS bisa sukses di karier, terutama di sektor swasta dan startup, tapi mahasiswa baru khawatir perusahaan besar pilih lulusan PTN. PTS unggulan membangun <i>career center</i> kuat,

Faktor	Persepsi terhadap PTN	Persepsi terhadap PTS
	bidang tertentu (misal kedokteran, hukum) dinilai lebih bagus jika dari PTN ternama. Meski tak selalu benar, persepsi ini mendorong mahasiswa baru memilih PTN demi “aman di karier”.	menggandeng industri, dan menonjolkan alumni sukses untuk mengubah persepsi. Beberapa kampus swasta menyediakan program magang & penyaluran kerja yang menjamin lulusan cepat kerja (Kurnia & Deviyantoro, 2023). Persepsi mulai bergeser: “yang penting skill, bukan PTN/PTS-nya”, namun di lapisan awam, jaminan karier PTN masih dianggap lebih baik.
Prestise (Gengsi)	Sangat tinggi. PTN (apalagi yang top nasional) = prestise akademik. Lulus PTN dipandang “membanggakan” bagi diri sendiri dan keluarga. Gelar PTN membawa kebanggaan sosial, sering dikaitkan dengan status siswa pintar. Persepsi ini diperkuat tradisi: guru dan orang tua cenderung lebih mengapresiasi anak masuk PTN. Banyak mahasiswa baru mengejar PTN demi gengsi meski tersedia opsi PTS lebih cocok.	Mulai membaik tapi masih kalah gengsi. Selama ini PTS dicitrakan sebagai “cadangan”, sehingga gengsinya rendah. Beberapa PTS berupaya branding sebagai “World Class University” untuk naik prestise, dan di kalangan tertentu PTS unggulan sudah bergengsi (contoh: reputasi UII atau Atma Jaya di DIY cukup terpandang). Kampanye di medsos mengajak jangan gengsi ke PTS (Base SBMPTNFESS, 2023)membantu, namun butuh waktu mengubah mindset. Masih ada stereotip masuk PTS = “tidak lolos PTN” yang mempengaruhi ego calon mahasiswa.
Lokasi Kampus	PTN negeri biasanya tersebar di kota-kota besar. Bagi calon mahasiswa baru di Jawa Tengah & DIY, PTN lokal seperti UNDIP, UNS, UGM adalah incaran karena dekat dan berkualitas. PTN favorit luar daerah (UI, ITB) juga dipilih meski harus merantau, karena dianggap sepadan dengan reputasi. Jadi, lokasi PTN dilihat dari daya tarik kota pendidikan (Jogja, Solo) atau pusat karier (Jakarta, Bandung). Keputusan merantau ke	PTS menawarkan opsi lebih dekat rumah bagi yang tidak ingin jauh. Di setiap kota ada PTS, jadi mahasiswa baru bisa kuliah tanpa pindah domisili (faktor kenyamanan & hemat biaya hidup). Namun, jika PTS lokal dianggap kualitas kurang, mahasiswa baru bersedia merantau ke kota lain untuk PTS unggulan. Contoh, mahasiswa Jawa Tengah bisa memilih PTS Yogyakarta yang lebih bonafide daripada PTS di kota asalnya.

Faktor	Persepsi terhadap PTN	Persepsi terhadap PTS
	PTN populer kerap didukung keluarga demi masa depan.	Faktor lokasi PTS jadi pertimbangan kompleks: antara keinginan tetap dekat (zona nyaman) vs mengejar kampus terbaik dimanapun.
Fasilitas & Lingkungan	Fasilitas memadai tapi tergantung kampus. PTN besar punya lahan kampus luas, perpustakaan besar, banyak unit kegiatan mahasiswa, tapi terkadang gedung tua atau peralatan lab terbatas karena dana terbagi banyak mahasiswa. Namun kelebihan PTN: asrama/hunian mahasiswa sekitar kampus negeri biasanya terbentuk komunitas kuat (lingkungan “kampus negeri” hidup). Suasana akademik PTN dinilai kondusif meski birokrasi kaku jadi keluhan kecil (Lusia Amelia, 2025).	Fasilitas boleh jadi lebih modern di PTS mapan: gedung baru ber-AC, lab berteknologi tinggi, akses internet cepat, hingga kampus <i>mall-like</i> yang nyaman. PTS sadar fasilitas adalah daya tarik, sehingga berlomba investasi infrastruktur kampus (Lusia Amelia, 2025). Lingkungan pergaulan di PTS cenderung lebih heterogen (mahasiswa dari berbagai latar belakang ekonomi, beberapa sambil kerja). Kelas cenderung lebih kecil sehingga interaksi dengan dosen lebih intensif (Lusia Amelia, 2025). Dalam persepsi mahasiswa baru, PTS unggulan= fasilitas keren, PTS kecil= fasilitas pas-pasan, sedangkan PTN= fasilitas standar yang penting ada.

Tabel 2 di atas menggambarkan perbandingan persepsi yang berhasil ditangkap dari diskusi digital di media sosial. Dapat dilihat bahwa **PTN unggul dalam hal biaya, prestise, dan (dipersepsikan) prospek karier**, sementara **PTS berusaha mengedepankan fasilitas, fleksibilitas, dan kualitas tertentu** untuk mengimbangi kekurangan pada aspek biaya dan gengsi. Misalnya, pada faktor biaya, jelas bahwa hampir semua komentar mengakui PTN lebih murah dan hal ini menjadi alasan kuat memilih PTN (Lusia Amelia, 2025). Sebaliknya, di kolom PTS tercatat anggapan “mahal namun ada beasiswa” – artinya PTS harus menawarkan insentif finansial untuk menarik minat calon mahasiswa.

Pada faktor kualitas, meskipun banyak yang masih mengunggulkan PTN, namun terdapat kesadaran bahwa **tidak semua PTS itu buruk**. Ungkapan seperti “kualitas tergantung kampusnya” mencerminkan kedewasaan pandangan: calon mahasiswa makin selektif menilai tiap perguruan tinggi secara individual, tak lagi sekedar membedakan negeri ataupun swasta. Demikian pula soal prospek kerja, persepsi mulai berimbang di kalangan yang lebih informed. Namun, untuk **prestise/gengsi**, jurang persepsi masih terlihat nyata – inilah yang menjadi tantangan terbesar bagi PTS.

Hasil ini selaras dengan penelitian faktor pemilihan perguruan tinggi tahun 2023 di Banten, yang

menemukan **reputasi (termasuk prestise), kualitas, serta biaya** sebagai faktor paling berpengaruh dalam keputusan memilih kampus (Kurnia & Deviyantoro, 2023). Sehingga apabila kualitas PTS belum terbukti unggul dan biayanya masih tinggi, reputasi atau PTN tetap menjadi prioritas utama, seperti yang terlihat di media sosial.

Implikasi dan Rekomendasi Kebijakan

Bagi Perguruan Tinggi Negeri (PTN): Temuan ini mengindikasikan PTN tetap menjadi pilihan utama karena faktor biaya terjangkau dan prestise. Namun, seiring meningkatnya daya tampung dan agresivitas penerimaan (misalnya PTN-BH memperbesar kuota mandiri), PTN menghadapi tantangan menjaga kualitas layanan akademik (Ilham Pratama Putra, 2024). **Kebijakan** yang disarankan untuk PTN antara lain: mempertahankan kualitas dengan mengontrol rasio dosen terhadap mahasiswa meski menerima banyak mahasiswa baru, serta meningkatkan fasilitas agar tidak kalah dengan PTS. Selain itu PTN juga perlu transparan dalam seleksi mandiri (agar citra tidak komersial murni). Di sisi lain, PTN dapat bermitra dengan PTS dalam program tertentu (pertukaran mahasiswa atau konsorsium riset) sebagai upaya kolaboratif mencerdaskan bangsa tanpa memandang status negeri-swasta (Ilham Pratama Putra, 2024). Terakhir, pemerintah dan PTN harus memastikan bahwa informasi mengenai subsidi, beasiswa KIP, dan jalur masuk disebarakan merata lewat media sosial resmi, mengimbangi informasi *word of mouth* yang mungkin kurang tepat di kalangan calon mahasiswa.

Bagi Perguruan Tinggi Swasta (PTS): Peta persepsi menunjukkan PTS menghadapi dua isu kunci, yaitu: **biaya dan kepercayaan kualitas**. Oleh karena

itu, PTS di Jawa Tengah dan DIY perlu melakukan strategi ganda. Pertama, **strategi finansial:** menawarkan skema beasiswa, cicilan, atau harga khusus (misal diskon bagi peraih skor UTBK tinggi, seperti yang sudah dilakukan beberapa PTS (Nia Heppy, 2023) untuk mengurangi hambatan biaya dan menarik siswa berprestasi. Kedua, **strategi peningkatan citra kualitas:** PTS harus terus meningkatkan akreditasi dan memastikan informasi tersebut tersosialisasi kepada masyarakat. Promosi PTS hendaknya menekankan bukti kualitas (baik itu: akreditasi Unggul, alumni sukses, kompetisi/lomba dimenangkan mahasiswa PTS, dosen tamatan luar negeri, dll.). Pemerintah melalui LLDIKTI dapat membantu dengan memberikan spotlight kepada PTS agar berkinerja baik, sehingga persepsi publik dapat bergeser. Selain itu, PTS bisa memanfaatkan media sosial secara lebih kreatif: misalnya mengajak influencer pendidikan atau alumni untuk testimoni, karena studi menunjukkan informasi di medsos kampus sangat berpengaruh (Elsie Oktivera et al., 2024). Dari sisi kebijakan, perlu dipertimbangkan **insentif pemerintah untuk PTS** (misal hibah fasilitas atau bantuan beasiswa) agar kesenjangan dengan PTN berkurang – hal ini juga diharapkan oleh para pimpinan PTS. (Ilham Pratama Putra, 2024)

Bagi Calon Mahasiswa dan Orang Tua: Penting untuk mengambil pelajaran dari diskusi online yang ada. Jika calon mahasiswa ingin mendapatkan informasi, mereka harus berhati-hati saat menggunakan media sosial; mereka harus tetap melakukan verifikasi formal, seperti mengunjungi website BAN-PT atau bertanya langsung ke kampus. Orang tua harus mendukung keputusan anak mereka berdasarkan minat dan kemampuan daripada gengsi. Untuk "mematahkan" stigma negatif

PTS, kampanye di media sosial harus terus dilakukan, dengan memasukkan kisah sukses dari siswa yang lulus.

Pembuat Kebijakan Pendidikan Tinggi: Kemenristekdikti dan pihak terkait dapat menggunakan informasi dari penelitian ini untuk membantu merumuskan kebijakan yang lebih adil untuk PTN dan PTS. Misalnya, kebijakan pemerataan kualitas antara PTN dan PTS, seperti program asistensi atau kolaborasi PTN-PTS, akan meningkatkan kepercayaan masyarakat pada PTN. Selain itu, sistem informasi terintegrasi tentang perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta, harus dibuat agar masyarakat dapat menghindari informasi yang tidak benar di media sosial. Selain itu, regulator dapat mengawasi agar persaingan penerimaan mahasiswa baru berlangsung sehat; kekhawatiran PTS tentang PTN yang terlalu ekspansif menerima mahasiswa (Ilham Pratama Putra, 2024) perlu direspon dengan dialog dan penyesuaian aturan, agar ekosistem pendidikan tinggi tumbuh seimbang.

SIMPULAN

Studi netnografi ini menemukan bahwa enam faktor dominan yang saling terkait memengaruhi pilihan mahasiswa baru di Jawa Tengah dan DIY untuk PTN atau PTS: biaya, kualitas (termasuk akreditasi), prospek karir, prestise, lokasi, dan fasilitas. Media sosial sebagai ruang diskusi publik telah menegaskan kembali bahwa PTN masih dianggap lebih murah, terutama dalam hal harga. Sebaliknya, PTS berjuang untuk membuktikan kualitasnya dan menawarkan fasilitas dan keuntungan khusus untuk menarik perhatian orang. Meskipun stereotip "PTN lebih baik dari PTS" masih ada, generasi muda mulai melihat perguruan tinggi dengan cara yang lebih adil dan terbuka.

Hasil ini memiliki beberapa konsekuensi yang signifikan: PTN harus mempertahankan kualitas di tengah peningkatan akses, PTS harus meningkatkan kredibilitas dan mengurangi biaya, dan pembuat kebijakan harus memastikan lingkungan yang menguntungkan keduanya. Agar PTN dan PTS dapat bekerja sama untuk meningkatkan kehidupan bangsa tanpa memilih antara satu sama lain, rekomendasi kebijakan telah disusun dengan menekankan kerja sama dan pemerataan. Seiring dengan kualitas PTN dan kesadaran publik yang meningkat tentang PTS, diharapkan perbedaan persepsi antara PTN dan PTS akan semakin mengecil ke depan. Analisis sentimen otomatis atau perluasan cakupan wilayah dapat digunakan untuk melakukan penelitian lanjutan untuk mengetahui apakah tren persepsi serupa terjadi di seluruh negeri. Fokus utama saat memilih PTN atau PTS adalah menemukan bagaimana mahasiswa cocok dengan program studi dan kampus.

DAFTAR PUSTAKA

- Adindaap. (2024, March). *Instagram*. Instagram.
https://www.instagram.com/reel/C5A5V71Bo_J/
- Base SBMPTNFESS. (2023, May). *Base SBMPTNFESS on X: "Yang masih suka bimbang dan gengsi ke PTS karena stereotip PTN>PTS, plis tinggalin stereotip itu. Ketinggalan jaman asli dah. PTN! tuh keliatan 'waw' karena lebih murah, jadi daya saingnya tinggi, sedangkan banyak orang terkendala biaya kalau ke PTS, itulah mengapa (cont..) https://t.co/NQW6bIE2w8" / X.Com.*
<https://x.com/sbmptnfess/status/1298933365240782849>

- Deni Purbowati. (2023). *Setelah Gagal UTBK, Harus Bagaimana? Ini 5 Alternatifnya*. Akupintar.Id. <https://akupintar.id/info-pintar/-/blogs/setelah-gagal-utbk-harus-bagaimana-ini-5-alternatifnya>
- Elsie Oktivera, FA. Wisnu Wirawan, & Amelia Surya Jaya. (2024). Pemilihan Media Sosial Dalam Pemenuhan Informasi Memilih Perguruan Tinggi. *Jurnal Audiens*, 5(1), 127–139. <https://doi.org/10.18196/JAS.V5I1.347>
- fastikomunsiq. (2025). *Instagram*. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/DJTdO64RZ20/>
- getdaytrends. (2024, June). *Indonesia • Jun 15, 2024 02:00 • Twitter Trending Hashtags and Topics*. Getdaytrends. <https://getdaytrends.com/indonesia/2024-06-15/2/>
- Kuliah Berkualitas. (2024). (6)#kuliahberkualitas | TikTok. TikTok. <https://www.tiktok.com/tag/kuliahberkualitas?lang=en>
- Kurnia, D., & Deviyantoro. (2023). Analisis Faktor-Faktor Pada Perguruan Tinggi Yang Diminati Masyarakat. *Jurnal Akuntansi Manajemen (JAKMEN)*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.30656/jakmen.v2i1.6683>
- Kurniati, K., Kusmiati, H., & Rahmi, N. (2023). Analisis Hashtag UTBK-SNBT di Twitter Menggunakan Netlytic Tools. *Journal Computer Science and Information Systems : J-Cosys*, 3(1), 44–48. <https://doi.org/10.53514/JCO.V3I1.383>
- Nia Heppy. (2023, June). *5 PTS yang Beri Beasiswa dengan Tunjukkan Nilai UTBK 2023* | tempo.co. Tempo.Co. <https://www.tempo.co/politik/5-pts-yang-beri-beasiswa-dengan-tunjukkan-nilai-utbk-2023-174410>
- Robert V. Kozinets. (2010). (PDF) *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*. SAGE. https://www.researchgate.net/publication/267922181_Netnography_Doing_Ethnographic_Research_Online
- Sidharta, Y. (2024). Analisis Persepsi Calon Mahasiswa terhadap Universitas Sanata Dharma. *Journal of Humanities Education and Social Humanities*, 2(4), 258–276. <https://doi.org/10.59581/JIPSOSHUM-WIDYAKARYA.V2I4.4318>
- Vinatalia, V., & Abadi, T. W. (2024). Studi Netnografi pada Akun Tiktok Fujianti Utami Putri sebagai Media Promosi Jasa Influencers. *Jurnal Riset Jurnalistik Dan Media Digital*, 163–170. <https://doi.org/10.29313/JRJMD.V4I2.4425>
- Vivi, W., Wibowo, R. P., Manajemen, M., Pascasarjana, F., & Sumatera Utara, U. (2024). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Dalam Memilih Universitas Negeri di Indonesia (Studi Pada Siswa-siswi SMA Kelas XII Sumatera Utara). *Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7).
- Yoga Sidharta. (2024). STUDI NETNOGRAFI BUDAYA NETIZEN DALAM KONTEN HUMOR DAKWAH DI INSTAGRAM @HUSEIN_HADAR. *Jurnal Insan Pendidikan Dan Sosial Humaniora*.