

Implikasi Peningkatan Kualifikasi Pendidikan Masyarakat Sulawesi Selatan melalui Program Perguruan Tinggi Jarak Jauh Universitas Terbuka

Muin^{1*}, I Bandong², Muhammad Ali Alimuddin³, Juhardi⁴

^{1, 2, 3, 4} Universitas Terbuka, Indonesia

* muin@ecampus.ut.ac.id

Abstract

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji implikasi Universitas Terbuka dalam peningkatan kualifikasi pendidikan masyarakat Sulawesi Selatan. Populasi penelitian dua puluh empat kabupaten dan kota. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data digunakan teknik dokumentasi dan kuesioner tertutup. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat lulusan sekolah menengah atas atau sederajat memanfaatkan Universitas Terbuka untuk studi lanjut sebanyak 932 atau capaian persentasinya sebesar 62.6 % dari target rekrutmen mahasiswa baru sebesar 1500 untuk 24 kabupaten dan kota di Sulawesi Selatan. Masyarakat memilih kuliah atau studi lanjut ke Universitas Terbuka memperoleh informasi dari mulut ke mulut 59,23%, website Universitas Terbuka 31,84%, dan media sosial (Instagram) 7,64%. Perolehan angka partisipasi masyarakat tidak terlepas dengan peran serta sosial media, seperti youtube, instagram, facebook, twitter, TikTok, dan tumblr berbasis blog. Kemudian media massa, seperti harian fajar, harian tribun timur, dan inti.com. Media face to face atau media dari mulut kemulut memanfaatkan alumni dan alumni ini dapat menyebarkan informasi Universitas Terbuka kepada para keluarganya, tetangganya, dan masyarakat sekitarnya.

Keywords: *Implikasi; Kualifikasi Pendidikan; Pendidikan Jarak Jauh; Universitas Terbuka*

Pendahuluan

Peluang masyarakat untuk meningkatkan kualifikasi pendidikan semakin terbuka dan terjangkau hingga ke pelosok desa. Hal ini terjadi karena digitalisasi memberikan ruang gerak yang mendekatkan masyarakat lebih fokus kepada peningkatan kualitas sesuai kebutuhannya. Kemudian masyarakat diperhadapkan pada pilihan perguruan tinggi yang representatif sesuai tingkat fleksibilitas, aksesibilitas, dan visibilitas. Universitas Terbuka memiliki daya fleksibilitas, aksesibilitas, dan visibilitas sehingga masyarakat Sulawesi Selatan berpeluang kuliah atau studi lanjutan pameninggalkan pekerjaan, tugas, dan kampung halaman.

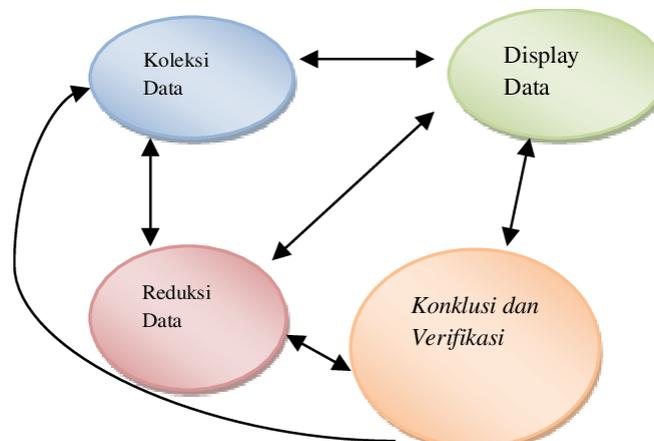
Hal ini terkait dengan misi Universitas Terbuka, yakni mengembangkan dan mengkaji perguruan tinggi terbuka dan jarak jauh (PTTJJ) untuk mendukung pelaksanaan sistem pembelajaran jarak jauh di Indonesia; menyediakan akses pendidikan tinggi yang berkualitas tinggi bagi semua lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan berbagai program perguruan tinggi jarak jauh. Misi ini sangat mendukung para anggota masyarakat untuk menjadikan Universitas Terbuka sebagai pilihan kuliah atau studi lanjut dan misi ini pula tidak terlepas dengan

peran serta informasi yang dapat diakses oleh masyarakat. Sumber informasi yang dimaksud adalah informasi dari mulut kemulut, media sosial, media cetak dan non cetak, serta media laman Universitas Terbuka. Salah satu bagian dari media sosial, yakni instagram dan facebook menjadi sesuatu yang banyak digunakan oleh masyarakat dalam menyampaikan pesan kepada seseorang atau ke public. Instagram dan facebook merupakan media sosial yang sangat digandrungi oleh masyarakat. Instagram dan facebook memiliki fitur-fitur menarik. Instagram dan facebook memberikan kemudahan bagi pelaku bisnis untuk memasarkan produknya melalui internet (Sihotang et al, 2019).

Hasil penelitian memberikan kesimpulan bahwa word of mouth marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan. Studi ini menunjukkan bahwa tipe kepribadian dan komunikasi dari mulut ke mulut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensi perpindahan merek. Kesimpulannya, perusahaan kosmetik dapat menggunakan komunikasi dari mulut ke mulut yang positif untuk menarik pelanggan baru (Hendrizal et al, 2024). Pemasaran dari mulut ke mulut di Paviliun Padjadjaran RSGM Unpad terhadap layanan yang diberikan kepada pasien, keluarga pasien, dan penunggu dinilai cukup efektif dengan 67,5%. Kebangkitan Facebook yang meroket ketika para ilmuwan sosial menilai dampak facebook pada kehidupan sosial. Selain itu, para peneliti telah mengakui kegunaan facebook sebagai alat baru untuk mengamati perilaku dalam pengaturan naturalistik, menguji hipotesis, dan merekrut peserta. Sudah 61% pengguna facebook secara sukarela menggunakan situs pada satu waktu atau lainnya dan 27% berencana untuk menghabiskan lebih sedikit waktu di situs tahun mendatang. Meski begitu, dua pertiga orang dewasa online sekarang menjadi pengguna facebook (Fadillah et al, 2024).

Metode

Dalam penelitian ini, penelitian kualitatif deskriptif analisis digunakan untuk meneliti kondisi objek alamiah, dengan peneliti sebagai instrumen kunci (Sugiyono, 2011). Populasi 24 kabupaten di Sulawesi Selatan dengan prediksi rekrut menangkap partisipasi kasar 1500 mahasiswa baru. Teknik pengumpulan data yang digunakan teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi akan memperlihatkan jumlah mahasiswa baru setiap kabupaten masa registrasi 2022.



Gambar 1. Penelitian Kualitatif Deskriptif

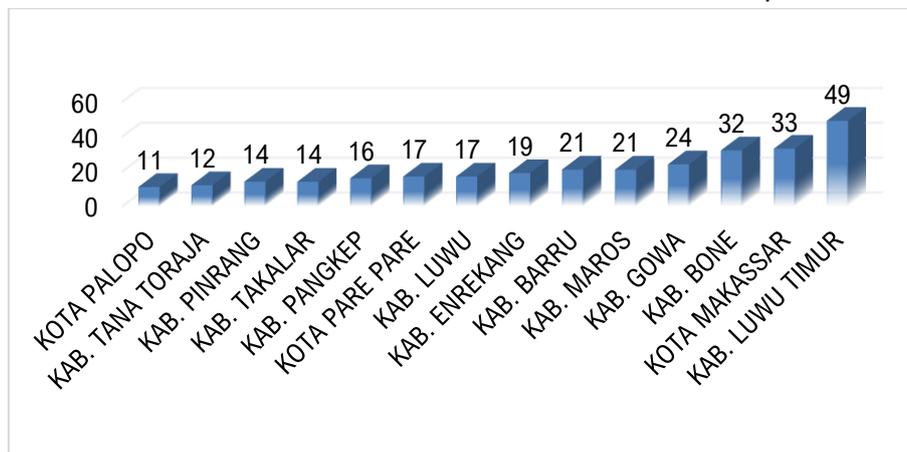
Teknik analisis data kualitatif Teknik analisis kualitatif fokus pada kegiatan, reduksi data, penyiapan data, dan pengambilan keputusan (Mahsun, 2017). Reduksi data merupakan bentuk analisis untuk mempertajam, memiliki, memfokuskan, membuat, dan menyusun data kearah pengambilan keputusan. Penyajian data dilakukan setelah reduksi data dan dilakukan dalam bentuk ikhtisar, bagan, tabel, grafik, dan hubungan antar kategori. Setelah penyajian data, peneliti mengambil kesimpulan.

Hasil dan Pembahasan

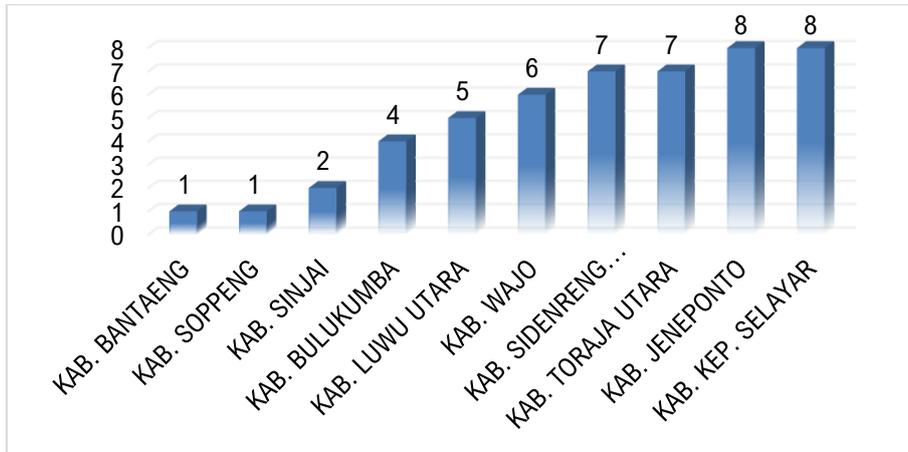
Provinsi Sulawesi Selatan terletak di belahan timur Indonesia. Ini adalah ibu kota provinsi Makassar dan terletak di bagian selatan Pulau Sulawesi. Ini berbatasan dengan Teluk Bone dan Sulawesi Tenggara di sebelah timur, Sulawesi Tengah dan Sulawesi Barat di sebelah utara, dan Selat Makassar di sebelah barat. Di sebelah selatan adalah laut Flores. Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perpu) Nomor 47 Tahun 1960 menetapkan tanggal 13 Desember 1960 sebagai tanggal pembentukan Provinsi Sulawesi Selatan dan Tenggara. Setelah empat tahun, melalui UU Nomor 13 Tahun 1964, pemerintah pusat memisahkan Provinsi Sulawesi Tenggara dari Provinsi Sulawesi Selatan. Terakhir, pemerintah memecah Provinsi Sulawesi Selatan menjadi dua wilayah berdasarkan Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2004. Kabupaten Majene, Mamasa, Mamuju, Mamuju Utara, dan Polewali Mandar dibentuk menjadi kabupaten Sulawesi Barat pada tanggal 5 Oktober 2004 melalui Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2004. Kabupaten-kabupaten ini sebelumnya berada di bawah yurisdiksi Provinsi Sulawesi Selatan.

Provinsi ini terdiri dari 21 kabupaten, 3 kota, 305 kecamatan, 792 kelurahan, dan 2.255 desa, dan terkenal dengan lagu daerah Angin Mamiri. Provinsi Sulawesi Selatan memiliki luas 45.764,53 km². Provinsi Sulawesi Selatan memiliki 8,82 juta penduduk, dengan laju pertumbuhan sebesar 0,94 persen, dan ibu kota, Kota Makassar, memiliki populasi terbesar dengan 1.526.677 orang, menurut data BPS tahun 2019. (<https://localisesdgs-indonesia.org/profil-tpb/profil-daerah/20>). Data Mahasiswa Pendidikan Dasar dan Non Pendidikan Dasar Per Kabupaten dan Kota sebagai berikut

Tabel 1. Data Mahasiswa Pendidikan Dasar Per Kabupaten

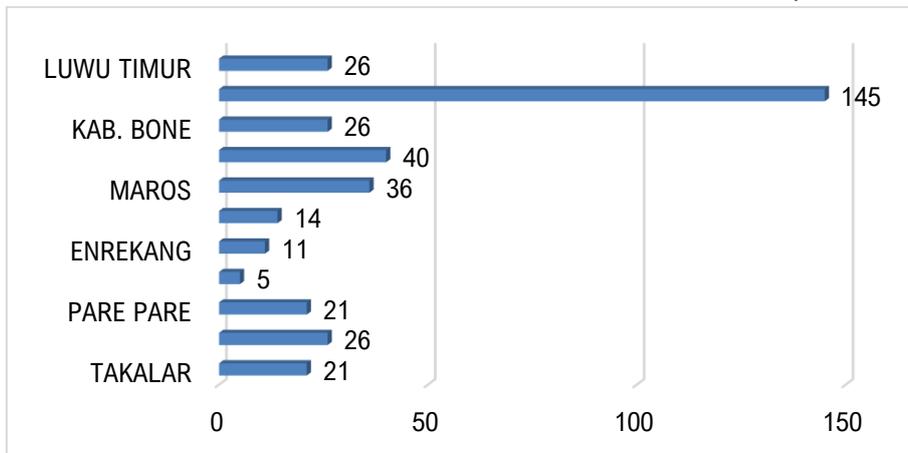


Tabel 2. Data Mahasiswa Pendidikan Dasar Per Kabupaten

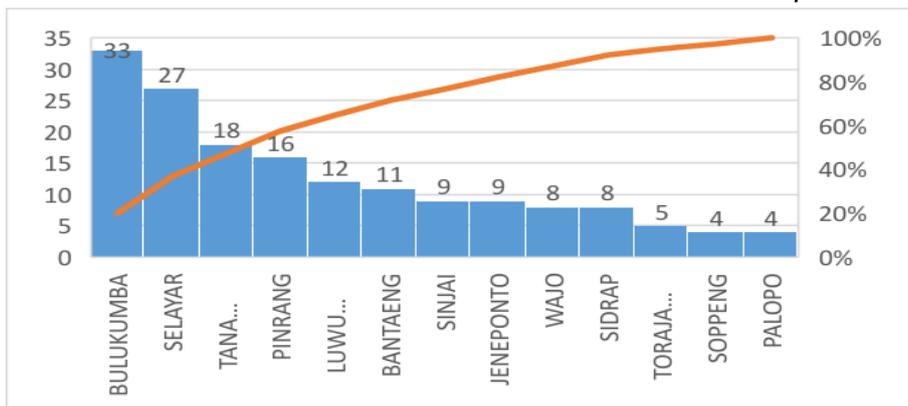


Memperhatikan chart title 01 & 02 program pendidikan dasar dapat diketahui bahwa implikasi Universitas Terbuka dalam memberikan kesempatan atau peluang masyarakat Sulawesi Selatan khususnya program pendidikan dasar masih sangat di bawah rata-rata. Target rekrutmen untuk 2022.1 untuk program Pendidikan Dasar Dasar sebesar 450 mahasiswa baru. Capaian mahasiswa baru Unit program Belajar Jarak Jauh Universitas Terbuka sebesar 78.66%.

Tabel 3. Data Mahasiswa Non Pendidikan Dasar Per Kabupaten



Tabel 4. Data Mahasiswa Non Pendidikan Dasar Per Kabupaten



Sesuai dengan chart title 3 & 4 menunjukkan bahwa implikasi Universitas Terbuka terhadap peluang masyarakat Sulawesi Selatan untuk kuliah atau studi lanjut persentasenya di bawah rata-rata. Target rekrut menuntuk 2022.1 untuk program Pendidikan Dasar sebesar 1050 mahasiswa baru. Capaian mahasiswa baru Unit program Belajar Jarak Jauh Universitas Terbuka sebesar 55.52%%.

Tabel 5. Data Mahasiswa Pendidikan Dasar & Non Pendidikan Dasar Per Kabupaten

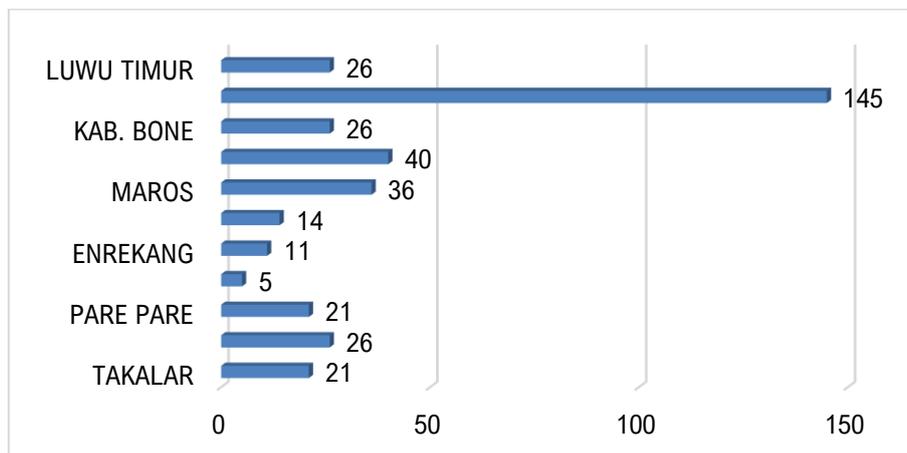


Chart title 06 menunjukkan bahwa implikasi Universitas Terbuka Unit Program Belajar jauh Makassar dalam kuliah atau studi lanjut masyarakat masih di bawah batast oleransi yang diharapkan. Artinya, masyarakat Sulawesi Selatan dalam memilih Universitas Terbuka dalam kuliah atau studi lanjut masih sangat kecil jumlah per kabupaten dan kotabaik Program Pendidikan Dasar maupun Non Pendidikan Dasar, yakni 937 orang dari jumlah yang diharapkan sebanyak 1500 mahasiswa baru masa registrasi 2022.1.

Sumber Informasi Registrasi

Peluang masyarakat Sulawesi Selatan memanfaatkan Universitas Terbuka untuk kuliah atau studi lanjut melalui beberapa sumber layanan, seperti *word of mouth* (dari mulut ke mulut), Instagram, dan laman Universitas Terbuka.

Word of mouth (dari mulut ke mulut):

Masyarakat Sulawesi Selatan mendaftarkan dirinya untuk melanjutkan pendidikannya pada strata satu memperoleh informasi tentang Universitas Terbuka melalui mulut ke mulut (*word of mouth*). Artinya, mereka kuliah atau studi lanjut di Universitas Terbuka karena orang tuanya, saudaranya, keluarganya, sahabatnya adalah lulusan Universitas Terbuka. Mahasiswa yang kuliah atau studi lanjut di Universitas Terbuka karena sudah melihat orang tuanya, saudaranya, sahabatnya, dan keluarganya adalah lulusan atau alumni Universitas Terbuka. Persentasi pengakuan kuliah atau studi lanjut dari mulut ke mulut (*word of mouth*) sebesar 59,23%.

Ide dasar dari istilah mulut ini adalah bahwa barang, jasa, toko, perusahaan, dan sebagainya dapat berpindah dari satu pelanggan ke pelanggan lain. Dalam arti luas, ini menunjukkan bahwa komunikasi mulut-ke-mulut ini mencakup komunikasi tentang objek, seperti merek atau

perusahaan, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media komunikasi lain (Nurkholidah et al, 2022). Pelanggan sering menceritakan pengalaman mereka dengan barang dan jasa kepada pelanggan potensial lainnya. Pendapat dari mulut ke mulut adalah fenomena percakapan satu sama lain atau komunikasi berantai yang menyebar dengan cepat. Bisa dianggap sebagai promosi gratis dan juga mendatangkan hasil yang baik karena metode pemasaran ini memberi kepercayaan kepada pelanggan setelah mereka melihat apa yang telah mereka lakukan dan bagaimana orang lain melihatnya.

Rekomendasi produk atau jasa kepada individu atau kelompok dengan tujuan memberikan informasi secara personal dikenal sebagai komunikasi dari mulut ke mulut. Selain itu, dikatakan bahwa saluran komunikasi dari mulut ke mulut tidak membutuhkan biaya yang besar karena melalui pelanggan yang puas, perusahaan dapat memberikan referensi atau rujukan terhadap produk yang mereka produksi. Komunikasi mulut ke mulut adalah proses natural; pelanggan mulai dengan berbicara tentang merek yang mereka gunakan kepada orang lain. Konsumen memilih produk secara signifikan berdasarkan kualitasnya. Satu fitur yang ada pada produk disebut mutu produk. Mutu memiliki dampak yang signifikan terhadap tingkat penjualan yang tinggi atau rendah, yang pada akhirnya berkontribusi pada tingkat perolehan laba. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayar untuk mendapatkan hak untuk menggunakan suatu produk (Marannu, 2019).

Salah satu jenis promosi bisnis unik adalah komunikasi mulut ke mulut, yang merupakan komunikasi dari mulut ke mulut. Pelanggan sering memperhatikan bagaimana jasa diberikan dan kemudian berbagi pengalaman mereka dengan pelanggan potensial lainnya. Beberapa indikator Komunikasi Mulut ke Mulut adalah sebagai berikut (Khairunnisa et al, 2021) yaitu (1) Kemauan konsumen untuk memberi tahu orang lain tentang kualitas produk dan layanan perusahaan, (2) Merekomendasikan produk dan jasa perusahaan kepada orang lain, dan (3) Mendorong teman atau kenalan untuk membeli barang dan jasa perusahaan.

Word of mouth, juga dikenal sebagai informasi dari mulut ke mulut, adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan komunikasi antara orang yang mengirimkan pesan dan orang yang menerima pesan dengan cara yang tidak bersifat komersial tentang barang, jasa, atau merek tertentu. *Word of mouth* pelanggan, karena mereka mendapatkan informasi langsung dari orang yang telah menggunakan layanan tersebut mengenai seberapa baik atau buruk layanan tersebut. Rekomendasi dan komentar pelanggan tentang pengalaman mereka dengan layanan dan produk yang tepat sangat mempengaruhi keputusan pelanggan dan perilaku pembelian mereka. *Word of mouth* dapat membentuk kepercayaan pelanggan (Hayudiyani et al, 2020).

Laman Universitas Terbuka

Universitas Terbuka mempunyai laman penelusuran informasi yang dapat dimanfaatkan calon mahasiswa atau masyarakat untuk mendaftarkan diri menjadi mahasiswa Universitas Terbuka, yakni laman: <https://www.ut.ac.id>. Persentase pengakuan kuliah atau studi lanjut dengan memanfaatkan laman Universitas Terbuka sebesar 31.84%. Masyarakat yaitu warga negara yang bukan pemilik di dalam proses pemerintahan dan bernegara. (Ansori et al, 2023). Masyarakat

yang dimaksud adalah para lulusan Sekolah Lanjutan Tingkat Atas atau sederajat baik lulusan yang baru maupun lulusan yang lama untuk program non guru dan para guru sekolah dasar, guru pendidikan usia dini dan para guru Sekolah Lanjutan Pertama dan guru Sekolah Lanjutan Tingkat Atas untuk program pendidikan dasar serta lulusan strata satu untuk program pascasarjana.

Media Sosial

Masyarakat atau calon mahasiswa dapat memanfaatkan media sosial, misalnya Instagram untuk mendaftarkan diri menjadi mahasiswa Universitas Terbuka. Persentasi pengakuan kuliah atau studi lanjut dengan memanfaatkan instagram sebesar 7.64%. Media sosial adalah wadah informasi yang tersebar secara online dalam bentuk foto, tulisan, audio, dan video. Media social merupakan platform interaksi dua arah (Ismail et al, 2021). Pemasaran dipengaruhi paling banyak oleh media sosial. Saat ini, banyak bisnis menggunakan media sosial untuk memasarkan barang dan jasa mereka untuk berinteraksi langsung dengan pelanggan dan menawarkan fitur yang dapat mendorong keterlibatan e-WoM.

Selain menyediakan data konsumen untuk memvalidasi segmentasi, targeting, dan positioning, Facebook membantu riset dalam menentukan produksi konten pemasaran. Untuk menarik pelanggan dan membangun hubungan dengan mereka, internet adalah alat yang sangat berguna. Hal ini disebabkan oleh akses tanpa batas yang diberikan oleh alat-alat yang sebagian besar dimiliki oleh masyarakat, serta jumlah pengguna internet yang akan terus meningkat. Strategi komunikasi bertujuan untuk mengubah tingkah laku manusia secara keseluruhan melalui penyebaran gagasan baru. Untuk alasan ini, pemilihan strategi harus dilakukan dengan hati-hati, karena kesalahan dalam memilih strategi dapat mengakibatkan kerugian besar dalam hal waktu, materi, dan tenaga (Fadhli, 2017). Facebook telah menjadi media sosial yang paling populer, iklan yang dapat dipersonalisasi menjadi lebih relevan bagi pengguna (Ambarwati, 2022). Facebook adalah situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna memposting foto, memberikan komentar, dan membagikan konten menarik lainnya. Banyak pengguna Facebook dari berbagai kalangan diharapkan dapat meningkatkan penjualan. Ini karena layanan iklan Facebook dapat membantu penggiat bisnis online atau pelaku usaha memasarkan produk yang sedang mereka cari (Nasution et al, 2023).

TikTok adalah media sosial baru berdasarkan video buatan pengguna, di mana konten terutama diekspresikan dalam bentuk challenges. Tiktok merupakan aplikasi media sosial yang menjadi populer di Indonesia mulai tahun 2020. Tiktok sendiri dalam pengucapan bahasa Mandarin disebut Douyin yang merupakan aplikasi musik video yang awalnya dibuat untuk hiburan lagu-lagu Lipsinc oleh penggunanya. Aplikasi ini dibuat oleh Byte Dance pada tahun 2016 yang merupakan perusahaan platform digital asal China. Aplikasi Tiktok sendiri telah menjadi populer karena beberapa alasan, yaitu dekat dengan kenyataan dan situasi umum, video pendek yang sederhana, ramah sehingga mudah digunakan, konten membahas tren saat ini dan tentunya efek selebriti (Riyadi et al, 2023). Kesimpulan: 90% responden setuju bahwa Tiktok dianggap sebagai alat pemasaran yang efektif, terutama karena platform media sosial baru yang naik daun selama Pandemi 2020. Hampir remaja mengunduh aplikasi untuk bergabung dengan

tren, dan sampai hari ini, semua mantan influencer di Instagram pindah ke Tiktok untuk membuat konten iklan produk. Menurut survei Sensor Tower, Tiktok adalah aplikasi non-gaming terpopuler selama tahun 2020. Aplikasi media sosial seperti Facebook dan Instagram telah mengunggulinya (Mesiono et al, 2020). Tiktok sangat disukai oleh para profesional dari berbagai usia untuk pembuatan konten dan promosi mereka. Tiktok tidak seperti platform media sosial sebelumnya seperti Facebook dan Instagram, di mana pengguna hanya dapat berbagi foto, memberikan komentar, dan memberikan reaksi, atau membuat "status".

Media cetak merupakan media sederhana dan mudah diperoleh kapan dan di mana saja. Media cetak adalah media yang dibuat dengan memakai bahasa dasar kertas yang bertujuan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak umum. Media cetak adalah media yang dibuat untuk menyampaikan informasi secara tertulis dengan bahan dasar kertas. Unsur-unsur utama dari media cetak adalah teks dan gambar visualisasi. Koran, buku, atau majalah adalah media cetak yang memiliki kelebihan yang tidak dimiliki oleh media lain (Khosiyono et al, 2022). Media cetak, yang tidak bergerak dan berfokus pada pesan visual, menyampaikan pesan melalui lembaran yang berisi kata-kata, gambar, atau foto, dengan tata warna dan halaman putih. Koran, majalah, Tabloid, hingga baliho memiliki fungsi pemberi informasi dan sarana hiburan. Iklan Media Cetak adalah cara yang sangat cerdas karena media cetak merupakan media utama mayoritas untuk menyampaikan informasi produk. MC lebih murah, lebih mudah dilakukan, dan memungkinkan pemasang iklan membidik sasaran yang tepat. Pemilihan media cetak sebaiknya memilih segmen pasar sesuai dengan pemasang iklan (Nurjani et al, 2024).

Surat kabar adalah jenis media massa yang berbasis cetak; oleh karena itu, koran, majalah, dan tabloid adalah contoh media cetak, dan televisi adalah jenis media elektronik. Istilah "surat kabar", juga dikenal sebagai media cetak, berasal dari benua Eropa, di mana para pedagang saling tukar harga pasar yang ditulis pada kulit kayu atau kulit ternak. Pada tahun 1450, Johannes Gutenberg dan Janszoon Koster, dua pemuda Belanda yang tinggal di tepisungai Mainz, menemukan huruf-huruf cetak, dan kemudian informasi itu diabadikan melalui percetakan. Surat kabar, juga dikenal sebagai koran, adalah salah satu jenis media massa yang mencakup tugas jurnalis mencetak. Seperti bentuk fisiknya, surat kabar adalah lembaran tercetak yang memuat laporan tentang peristiwa yang terjadi di masyarakat. Surat kabar terbit secara rutin dan umum, dan isinya aktual dan dapat diakses pembaca di mana pun di dunia (Pertiwi, 2017). Surat kabar sangat penting karena mereka dapat menyampaikan berita dan ide-ide tentang kemajuan masyarakat, yang dapat memengaruhi kehidupan modern. Akibatnya, surat kabar akan menjadi bagian dari masyarakat, dan masyarakat akan bergantung padanya untuk mendapatkan informasi. Surat kabar memenuhi tiga kriteria: a) publisitas, yang berarti diterbitkan untuk umum; b) periodisitas, yang berarti terbit secara teratur pada waktu yang telah ditentukan sebelumnya; dan c) aktualitas, yang berarti berisi informasi yang aktual atau belum. Yang menarik dari surat kabar adalah sifatnya yang tidak dapat dibatalkan. Sekali pesan, termasuk penjurukan, disampaikan kepada khalayak, sangat sulit bagi siapa pun untuk menghilangkan pengaruhnya sama sekali. Jadi, jika seseorang diberitahu secara negatif, misalnya karena fitnah, pemberitaan sulit untuk mengembalikan reputasi korban secara keseluruhan, terlepas dari apakah media atau stasiun televisi meminta maaf atas kesalahan mereka (Maulana et al, 2022).

Pada dasarnya, Instagram adalah aplikasi berbasis seluler yang memungkinkan pengguna mengambil gambar atau foto, menggunakan berbagai alat untuk mengubah tampilan gambar, dan membagikannya dengan teman-teman di berbagai situs jejaring sosial secara instan (Wijaya, 2020). Instagram pertama kali didirikan pada tahun 2010. Ini adalah aplikasi seluler yang tersedia secara gratis di Google Play dan Application Store (Zuhraina et al, 2022). Instagram, yang terutama merupakan aplikasi berbagi foto, telah berkembang menjadi alat yang luar biasa untuk komunikasi dan pemasaran, menawarkan deskripsi visual untuk produk. Instagram adalah platform yang berpusat pada pengunggahan dan berbagi gambar dan video yang mungkin atau mungkin tidak ditandai secara tekstual dengan keterangan di mana pengikut mungkin atau mungkin tidak berkomentar. Di Instagram, peran pengguna dibagi menjadi poster dan pengikut. Poster adalah pemilik akun Instagram dan hanya poster yang dapat mempublikasikan gambar atau video baru di akun mereka. Pada dasarnya, Instagram adalah aplikasi berbasis seluler yang memungkinkan pengguna mengambil foto dan gambar, menggunakan berbagai alat untuk mengubah tampilan gambar, dan membagikannya secara instan dengan teman-teman di berbagai situs jejaring social (Disas, 2017). Instagram menjangkau generasi muda, dan menarik bagi masyarakat yang beragam lebih berlaku dari pada layanan jejaring sosial lainnya. Telah dilaporkan bahwa anak-anak muda saat ini menghabiskan lebih banyak waktu di Instagram dari pada Facebook. Instagram juga telah ditemukan berguna di bidang lain, seperti akademisi, dan industri media (Ernawati et al, 2023).

Kesimpulan

Implikasi Peningkatan Kualifikasi Pendidikan Masyarakat Sulawesi Selatan melalui Program Perguruan Tinggi Jarak Jauh Universitas Terbuka masih sangat terbatas baik pada program pendidikan dasar maupun non pendidikan dasar. Perolehan angka partisipasi masyarakat tidak terlepas dengan peran serta sosial media, seperti youtube, instagram, facebook, twitter, TikTok, dan tumblr berbasis blog. Kemudian media massa, seperti harian fajar, harian tribun timur, dan inti.com. Media face to face atau media dari mulut kemulut memanfaatkan alumni dan alumni ini dapat menyebarkan informasi Universitas Terbuka kepada para keluarganya, tetangganya, dan masyarakat sekitarnya. Media ini sangat efektif, karena alumni telah memiliki pemahaman apa dan bagaimana studi lanjut sampai selesai studi di Universitas Terbuka. Selanjutnya, kunjungan ke sekolah lanjutan atas di 24 kabupaten dan kota berbasis potensi survei dari pengurus kelompok belajars kema baru, juga kunjungan ke kantor-kantor dinas-dinas pemerintah di 24 kabupaten, serta kunjungan ke perusahaan milik negara., komunitas kepala sekolah lanjutan atas, pengawas sekolah lanjutan atas dan pendidikan dasar. Komunitas berperan melakukan pendataan lulusan yang kemampuan ekonomi kurang dan mengarahkannya lanjut studi ke Universitas Terbuka. Sedangkan kunjungan ke koordinator wilayah pendidikan dasar kecamatan di beberapa kabupaten berperan membangun komunikasi kepada para guru pendidikan yang belum strata satu, para sarjana yang tidak relevan dengan ijazah dan profesinya.

Acknowledgment

References

- Ambarwati, L. (2022). Implikasi Revolusi Mental di Dunia Pendidikan Indonesia: Mendidik Para (Calon) Pendidik. *Jurnal Teologi Rahmat*, 8(1).
- Ansori, A., Supangat, S., & Us, K. A. (2023). Mutu pendidikan dalam perspektif Islam. *Journal of Educational Administration and Leadership*, 4(2), 39-45. <https://doi.org/10.24036/jeal.v4i2.467>
- Disas, E. P. (2017). Analisis kebijakan pendidikan mengenai pengembangan dan peningkatan profesi guru. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 17(2). <https://doi.org/10.17509/jpp.v17i2.8251>
- Ernawati, E., Efendi, I., & Ulfah, M. (2023). Implementasi Fungsi Manajemen Keuangan Sekolah Dan Penerapannya Pada Kualitas Pendidikan. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 6(4), 3027-3027. <https://doi.org/10.31004/jrpp.v6i4.22445>
- Fadhli, M. (2017). Manajemen peningkatan mutu pendidikan. *Tadbir: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, 1(2), 215-240. doi: <https://doi.org/10.29240/jsmp.v1i2.295>
- Fadillah, I., Pratiwi, Y., Ramadani, I., Artha, N., & Sadriani, A. (2024). Implikasi Teori Sosiologi dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan. *Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Pembelajaran*, 6(1), 64-69. <https://doi.org/10.31970/pendidikan.v6i1.986>
- Hayudiyani, M., Saputra, B. R., Adha, M. A., & Ariyanti, N. S. (2020). Strategi kepala sekolah meningkatkan mutu pendidikan melalui program unggulan sekolah. *Jurnal Akuntabilitas Manajemen Pendidikan*, 8(1), 89-95. <http://dx.doi.org/10.21831/jamp.v8i1.30131>
- Hendrizal, H., Joni, M., Hijrat, K., Wandu, J. I., & Afrita, N. (2024). Pendidikan sebagai Investasi dalam Meningkatkan Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat. *El-Kahfi Journal of Islamic Economics*, 5(01), 81-90. <https://doi.org/10.58958/elkahfi.v5i01.232>
- Ismail, A., & Irwan, A. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Pada Manajemen Pendidikan Tinggi. *Nas Media Pustaka*.
- Khairunnisa, R., Imansyah, M. H., & Rahayu, D. (2021). Dampak Pengeluaran Pemerintah Sektor Pendidikan, Kesehatan, Dan Infrastruktur. *Syntax Idea*, 3(12), 2748-2757. <https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v3i12.1678>
- Khosiyono, B. H. C., Fajarudin, M., Jayanti, E. D., Sari, R. V., Srikonita, R., Isnaini, L., ... & Astuti, D. (2022). Teori dan pengembangan pembelajaran berbasis teknologi digital di sekolah dasar. Deepublish.
- Mahsun, M. (2017). Metode Penelitian Bahasa. Tahapan, Strategi, Metode, dan Tekniknya. Rajawali Press.
- Marannu, B. (2019). Dampak sertifikasi guru terhadap peningkatan kualitas pendidikan di madrasah. *Educandum*, 5(1), 109-126.
- Margaretha, E., & Simanjuntak, R. A. (2020). Dampak Belanja Sektor Pendidikan Terhadap Kualitas Pendidikan Di Indonesia. *Info Artha*, 4(2), 155-166. <https://doi.org/10.31092/jia.v4i2.816>
- Maulana, A., Oktaviyanti, D., Wahyuni, D., Sasono, N., & Sakti, G. (2022). Implikasi Kebijakan Atas Terbitnya Travel & Tourism Development Index 2021 Terhadap Upaya Peningkatan Daya Saing Kepariwisata Indonesia di Pasar Global. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*:

- Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia, 16(2), 149-162.
<https://doi.org/10.47608/jki.v16i22022.149-162>
- Mesiono, M., & Haidir, H. (2020). Manajemen Pembiayaan Pendidikan (Analisis Konsep dan Implikasinya Terhadap Peningkatan Mutu Pendidikan). Hikmah, 17(2), 61-73.
<https://doi.org/10.53802/hikmah.v17i2.88>
- Nasution, O. B., & Primandaru, N. (2023). Kajian Dampak Pariwisata Berbasis Masyarakat sebagai Pendukung Sustainable Development terhadap Peningkatan Wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Indonesian Journal of Tourism and Leisure, 4(2), 173-183. <https://doi.org/10.36256/ijtl.v4i2.362>
- Nurjani, Y. Y., & Mustopa, E. F. A. (2024). Implikasi Kualifikasi Akademik Guru Terhadap Pembelajaran Motorik Halus Anak Usia Dini Di KB Miftahul Huda Cisurupan. Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini (Anaking), 2(2), 9-23.
<https://doi.org/10.37968/anaking.v2i2.594>
- Nurkholidah, A. F., & Pratiwi, P. H. (2020). Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Bandara Internasional Yogyakarta Bagi Masyarakat Purworejo. E-Societas, 9(5).
- Pertiwi, A. S. (2017). Implikasi Kebijakan Sertifikasi Terhadap Profesionalisme Guru di Kecamatan Rengat. Jurnal Mitra Manajemen, 1(2), 164-177.
<https://doi.org/10.52160/ejmm.v1i2.21>
- Prihatiningsih, T. S. (2023). Kurikulum Berbasis Kompetensi (Capaian Pembelajaran) untuk Pendidikan Kedokteran dan Profesi Kesehatan: Implikasi Kebijakan dan Tantangan Implementasi. UGM PRESS.
- Riyadi, S., Nuswantoro, P., Merakati, I., Sihombing, I., Isma, A., & Abidin, D. (2023). Optimalisasi Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Konteks Pendidikan Inklusif Di Sekolah. Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (Jrpp), 6(3), 130-137.
<https://doi.org/10.31004/jrpp.v6i3.18731>
- Sihotang, H., Limbong, M., Simbolon, B. R., Tampubolon, H., & Silalahi, M. (2019). Peningkatan kompetensi guru dalam mengimplementasikan kurikulum 2013 dalam education 4.0. JURNAL ComunitÃ Servizio: Jurnal Terkait Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat, terkhusus bidang Teknologi, Kewirausahaan dan Sosial Kemasyarakatan, 1(2), 223-234. <https://doi.org/10.33541/cs.v1i2.1305>
- Sugiyono. (2011). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta
- Susanti, H. (2021). Manajemen pendidikan, tenaga kependidikan, standar pendidik, dan mutu pendidikan. Asatiza: Jurnal Pendidikan, 2(1), 33-48.
<https://doi.org/10.46963/asatiza.v2i1.254>
- Widodo, A. P., Zuhri, S., & Djani, D. (2020). Implementasi Gaya Kepemimpinan Transformatif Dalam Peningkatkan Daya Saing Pendidikan. Ta'allum: Jurnal Pendidikan Islam, 8(2), 309-332. <https://doi.org/10.21274/taalum.2020.8.2.309-332>
- Wijaya, M. (2020). Revolusi Industri 4.0: Implikasi terhadap Manajemen Sumberdaya Manusia. Media Informatika, 19(2), 51-60. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v19i2.41>
- Zuhraina, C., & Husna, R. (2022). Pengembangan Profesionalisme Guru Menurut Standar Regulasi: Upaya Meningkatkan Mutu Pendidikan. Al-Musannif, 4(2), 91-100.
<https://doi.org/10.56324/al-musannif.v4i2.68>