

Pelayanan Publik di Untidar Penuhi Standar KIP



Rektor Untidar saat menerima penghargaan.

MAGELANG (KR) - Status sebagai Badan Publik Informatif berhasil dipertahankan Universitas Tidar (Untidar) Magelang. Hal ini dikukuhkan dalam Malam Anugerah Keterbukaan Informasi Publik 2024 yang diselenggarakan Komisi Informasi Pusat (KIP) di Jakarta, Selasa (17/12) malam lalu.

Penghargaan diterima Rektor Untidar, yang sekaligus sebagai atasan Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID), Prof Dr Sugiyarto MSi. Status Badan Publik Informatif ini menjelaskan, pelayanan publik PPID Untidar telah memenuhi standar yang ditetapkan KIP.

Keterangan dari Humas Untidar, Rabu (18/12), menyebutkan, selain dihadiri Komisioner KIP, malam penghargaan juga dihadiri pejabat di lingkungan pemerintahan setingkat Kementerian, BUMN, Pemerintah Provinsi dan pimpinan Perguruan Tinggi yang memperoleh status sebagai Badan Publik Informatif.

Untidar awal mengikuti kegiatan ini pada tahun 2019 dan memperoleh status kurang informatif. Di tahun 2020, status Untidar naik menjadi cukup informatif. Kemudian semenjak 2021 hingga 2024 ini, status Untidar menjadi Badan Publik Informatif.

Rektor Untidar menyampaikan apresiasi atas pengelolaan PPID Untidar yang telah memberikan pelayanan informasi publik optimal sepanjang 4 tahun ini. "Kualitas ini harus terus dipertahankan. Bila perlu, terus menciptakan inovasi pelayanan yang berorientasi kemudahan bagi pengguna," katanya.

Oleh karena itu, sinergi antar lini di PPID semenjak dari atasan, hingga pelayanan helpdesknya harus dikuatkan.

Ketua Tim Kerja Bidang Humas Untidar Danu Wiratmoko mengharapkan, masyarakat dapat memanfaatkan fitur yang disediakan untuk mengakses semua informasi yang masuk dalam Daftar Informasi Publik dan mengetahui informasi mana saja yang tidak dapat diakses. Sebab, bisa jadi masih masuk dalam Daftar Informasi Publik yang dicekualikan. (Tha)-d

TINGKATKAN KEMAMPUAN PEMAHAMAN SISWA

Pendidikan Politik Berbasis Gender di Sekolah

JAKARTA (KR) - Kepala Pusat Riset Pendidikan Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) Trina Fizzanty menyebut perlunya penguatan pendidikan politik berbasis gender untuk meningkatkan kemampuan pemahaman siswa terkait isu di sekitarnya yang menyebabkan ketimpangan gender.

"Pendidikan politik berbasis gender ini perlu diperkuat sebabnya di sekolah untuk menumbuhkan pengetahuan, yang kita lihat masih rendah, kesadaran dan keterampilannya juga," kata Trina dalam diskusi jelang Hari Ibu yang diadakan BRIN secara daring di Jakarta, Rabu (18/12). Ia menyebutkan, menilik isu

gender dan pendidikan politik lewat Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila (P5) yang masuk di dalam Kurikulum Merdeka ditemukan, dalam salah satu tema yaitu suara demokrasi, siswa dapat diajak belajar pentingnya representasi setara dalam pengambilan keputusan. Pendidikan politik itu kemudi-

an dilakukan untuk membuka ruang diskusi terkait hak memilih dan dipilih oleh semua gender, pentingnya keterlibatan perempuan dalam pengambilan keputusan serta membangun relasi antargender untuk mendorong kolaborasi dan bukan kompetisi.

Dengan demikian, jelasnya, budaya dan kebijakan sekolah kemudian menjadi pondasi untuk menentukan bagaimana nilai kesetaraan dan keadilan gender dapat dipahami, diterima dan dipraktikkan siswa. "Hal yang penting di sekolah itu soal guru, peningkatan kesadaran guru, bagaimana guru kita dorong dapat merefleksikan

dalam praktik mengajarnya, apakah sudah paham apa yang disebut gender, kenapa gender dalam pendidikan penting, sehingga dalam pembelajaran tidak ada perbedaan," jelasnya.

Persoalan bias gender dalam pendidikan, tidak hanya soal proses pembelajaran tapi juga materi dan bahan pendukungnya untuk materi pembelajaran. Untuk itu, upaya yang dilakukan dalam mendukung budaya sekolah termasuk pelibatan peserta didik untuk meningkatkan kesadaran dan orang tua serta komunitas demi menciptakan lingkungan yang lebih luas mendukung nilai kesetaraan gender. (Ant)-d

SISWA MTSN 6 BANTUL RAIH PRESTASI

Rasyid Juara 1 Poster Antikorupsi

BANTUL (KR) - Rasyid Athaya Ramadhan, siswa MTs Negeri 6 Bantul meraih juara 1 Lomba Poster memperingati Hari Antikorupsi Sedunia (Hakordia). Dalam lomba yang diselenggarakan Pembak Bantul dengan tema antikorupsi ini Rasyid menyuguhkan poster dengan kalimat persuasif "Stop Kotori Dunia! Tumbangkan Korupsi. Jadikan Dunia Lebih Baik, Ayo Menjadi Bagian Bersih dari Bebas Bebas Korupsi".

Setelah melalui penilaian dan penjurian oleh dewan juri, Rasyid berhasil keluar sebagai juara 1 bersaing bersama 100 siswa yang berasal dari SMP dan MTs se-Kabupaten Bantul. Peraih juara lomba terdiri, juara 1 Rasyid Athaya Ramadhan (MTsN 6 Bantul), juara 2 Asiva Sidney Noi Sashi (Kirana SMPN 3 Jetis) dan juara 3 Fadil Najib Muzaki (SMP



Rasyid Athaya Ramadhan (kiri) bersama juara 2 dan 3.

Muhammadiyah Kretek). "Alhamdulillah, akhirnya juara 1 bisa teraih setelah tahun lalu ikut dan belum berhasil menjuarai," tutur Rasyid, seraya berterimakasih kepada guru pembimbing yang sudah memberi masukan untuk posternya ketika sedang berproses.

Beberapa waktu sebelumnya, Rasyid memperoleh kejuaraan serupa di tingkat provinsi yang diselenggarakan MAN 1 Sleman. Kali ini prestasi ber-

gensi berhasil diraihnya. "Rasyid Athaya sudah beberapa kali memenangkan lomba poster. Ia anak yang telaten dan imajinatif untuk menyusun kalimat persuasif poster," kata Mafrudah, Kepala MTs Negeri 6 Bantul.

Atas prestasi yang diraihnya, Rasyid mendapatkan piagam penghargaan dan uang pembinaan Rp 750.000,00. Wali kelas IXC, Fauka Nurul turut mengapresiasi kejuaraan yang diraih oleh Rasyid. (Fie)-d

PENGUATAN PEMBELAJARAN AI DI SMK

Manusia Tetap Pengendali Teknologi

JAKARTA (KR) - Dalam upaya meningkatkan kualitas sumberdaya manusia di era digital, Kementerian Pendidikan Dasar dan Menengah (Kemendikdasmen) melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Vokasi menyelenggarakan Diskusi Kelompok Terpumpun (DKT) Pengembangan Pembelajaran Artificial Intelligence (AI) dan Coding di jenjang sekolah menengah kejuruan (SMK). Kegiatan ini berlangsung 16-18 Desember 2024 di Jakarta.

Saat ini, integrasi AI dan coding ke dalam kurikulum merupakan salah satu program pemerintah untuk memperkuat pendidikan STEM (*Science, Technology, Engineering and Mathematics*). Namun demikian, Wakil Menteri Pendidikan Dasar dan Menengah, Fajar Riza Ul Haq, menekankan, AI dan coding bukan hanya tentang keterampilan teknis (*hard skill*) dalam mengoperasikan teknologi, tetapi juga *soft skill* peserta didik.

"Bagi saya, hal mendasar adalah bagaimana membekali *soft skill* para siswa. Penting untuk melatih anak-anak agar terbiasa dengan satu proses tekun, sehingga mereka bisa mencari solusi dari persoalan secara efektif dan efisien," ucap Wamen Fajar dalam sambutannya di Jakarta.

Wamen Fajar juga menyampaikan penguatan kewarganegaraan digital. "Kewarganegaraan digital adalah kemampuan menggunakan teknologi secara etis, aman dan bertanggung jawab. Kita mengapresiasi perkembangan teknologi. Namun, kita juga harus memastikan manusia tetap menjadi pengendali teknologi. Pendidikan harus memperkuat mentalitas dan nilai etika siswa dalam menggunakan teknologi," tandasnya. (Ari)-d

EKONOMI

Menyiasati Peluang

Digital Marketing: Social Media Marketing (2)

PEMASARAN media sosial adalah penggunaan platform dan situs web media sosial untuk mempromosikan suatu produk atau layanan. Meskipun istilah e-marketing dan pemasaran digital masih dominan di dunia akademis, pemasaran media sosial menjadi semakin populer bagi para praktisi dan peneliti. Sebagian besar platform media sosial seperti Facebook, Youtube, WhatsApp, Instagram, WeChat, TikTok, Telegram, Snapchat, LinkedIn dan lain sebagainya, memiliki alat analisis data bawaan, yang memungkinkan perusahaan untuk melacak kemajuan, keberhasilan dan keterlibatan kampanye pemasaran media sosial.

Perusahaan menjangkau berbagai pemangku kepentingan melalui pemasaran media sosial, termasuk pelanggan saat ini dan calon pelanggan, karyawan saat ini dan calon pelanggan, jurnalis, blogger, dan masyarakat umum. Pada tingkat strategis, pemasaran media sosial mencakup pengelolaan kampanye pemasaran, tata kelola, pengaturan cakupan (misalnya penggunaan yang lebih aktif atau pasif) dan pembentukan "budaya" dan "nada" media sosial yang diinginkan perusahaan.

Saat menggunakan pemasaran media sosial, perusahaan dapat mengizinkan pelanggan dan pengguna internet untuk mengirim konten yang dibuat pengguna (misalnya, komentar daring, ulasan produk, dsb), yang juga dikenal sebagai "media yang diperoleh", daripada menggunakan saluran iklan yang disiapkan pemasar.

Situs web jejaring sosial memungkinkan individu, bisnis, dan organisasi lain untuk berinteraksi satu sama lain dan membangun hubungan serta komunitas daring. Ketika perusahaan bergabung dengan saluran sosial ini, konsumen dapat berinteraksi dengan mereka secara langsung. Interaksi tersebut dapat lebih personal bagi pengguna daripada metode pemasaran dan periklanan tradisional.

Situs jejaring sosial bertindak sebagai promosi dari mulut ke mulut atau lebih tepatnya, promosi dari mulut ke mulut se-

cara elektronik. Kemampuan internet untuk menjangkau miliaran orang di seluruh dunia telah memberikan promosi dari mulut ke mulut daring suara yang kuat dan jangkauan yang luas. Kemampuan untuk mengubah pola pembelian dan perolehan serta aktivitas produk atau layanan dengan cepat kepada semakin banyak konsumen didefinisikan sebagai jaringan pengaruh.

Situs jejaring sosial dan blog memungkinkan pengikut untuk "re-tweet" atau "memposting ulang" komentar yang dibuat oleh orang lain tentang suatu produk yang dipromosikan, yang cukup sering terjadi di beberapa situs media sosial. Dengan mengulang pesan, koneksi pengguna dapat melihatnya, sehingga menjangkau lebih banyak orang. Karena informasi tentang produk disebarkan dan diulang-ulang, lebih banyak lalu lintas yang dibawa ke produk/perusahaan. Situs jejaring sosial didasarkan pada pembangunan komunitas virtual yang memungkinkan konsumen mengekspresikan kebutuhan, keinginan, dan nilai mereka secara daring. Pemasaran media sosial kemudian menghubungkan konsumen dan audiens ini dengan bisnis yang memiliki kebutuhan, keinginan, dan nilai yang sama. Melalui situs jejaring sosial, perusahaan dapat tetap berhubungan dengan pengikut individu.

Interaksi pribadi ini dapat menanamkan rasa loyalitas kepada pengikut dan calon pelanggan. Selain itu, dengan memilih siapa yang akan diikuti di situs ini, produk dapat menjangkau audiens target yang sangat sempit. Situs jejaring sosial juga menyertakan banyak informasi tentang produk dan layanan apa yang mungkin diminati calon klien. Melalui penggunaan teknologi analisis semantik baru, pemasar dapat mendeteksi sinyal pembelian, seperti konten yang dibagikan oleh orang-orang dan pertanyaan yang diposting daring. Pemahaman tentang sinyal pembelian dapat membantu staf penjualan menargetkan prospek yang relevan dan pemasar menjalankan kampanye yang ditargetkan secara mikro.

Prof Dr M Suyanto
Rektor Universitas Amikom Yogyakarta

HASIL RISET LPS TERKINI

Indeks Menabung Konsumen Sedikit Menurun

JAKARTA (KR) - Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) meluncurkan hasil riset terbaru mengenai Indeks Menabung Konsumen (IMK) dan Indeks Kepercayaan Konsumen (IKK). Data tersebut berdasarkan Survei Indeks Menabung Konsumen (SKP) melibatkan lebih dari 1.700 responden di berbagai wilayah di Indonesia menggunakan metode stratified random sampling dan wawancara tatap muka.

"Berdasarkan survei pada November 2024, nilai IMK mencapai level 77,0, sedikit menurun dari bulan sebelumnya. Penurunan terjadi pada Indeks Waktu Menabung (IWM), sebesar 1,9 poin dari bulan sebelumnya ke level 81,5. Banyak responden yang masih berpandangan saat ini maupun tiga bulan mendatang merupakan waktu yang tepat untuk menabung," ungkap Ketua Dewan Komisioner LPS Purbaya Yudhi Sadewa dalam LPS Morning Talks di Jakarta, Selasa (17/12).

Sementara itu, lanjut Purbaya, Indeks Intensitas Menabung (IIM) sedikit meningkat 0,6 poin dari bulan sebelumnya ke level 72,4 pada November 2024. Hal ini menunjukkan terdapat peningkatan jumlah responden yang menyatakan sering menabung, meskipun banyak pula responden yang menilai jumlah yang ditabung lebih kecil dari yang direncanakan.

Selanjutnya, dari SKP oleh LPS dihasilkan output



Purbaya Yudhi Sadewa

lain, yaitu IKK yang mengukur tingkat optimisme atau pesimisme rumah tangga terhadap kondisi ekonomi saat ini dan pandangan mereka mengenai prospeknya di masa yang akan datang.

"Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat menangkap gambaran nyata tentang persepsi dan perilaku konsumen dari berbagai lapisan masyarakat di berbagai wilayah. Pelaksanaan survei tersebut memperluas

kapabilitas LPS dalam mendapatkan gambaran terkini mengenai persepsi konsumen atas kegiatan menabung dan kondisi ekonomi saat ini," kata Purbaya Yudhi Sadewa.

Purbaya menjelaskan, output utama SKP adalah Indeks Menabung Konsumen (IMK) yang mengukur kecenderungan serta kemampuan konsumen dalam mengalokasikan pendapatannya untuk ditabung. (San)-d

GENERALI INDONESIA KOMITMEN

Gaungkan Diversity, Equity dan Inclusion

JAKARTA (KR) - Sebagai bagian dari salah satu grup asuransi terbesar dan terpercaya terkemuka di dunia, PT Asuransi Jiwa Generali Indonesia ("Generali Indonesia") terus mengedepankan aspek keberlanjutan (*sustainability*) yang menjadi pencetus dari strategi besar Generali. Beroperasi di 50 negara di dunia, Generali Group terdiri dari berbagai ragam budaya, suku, karakteristik dan latar belakang. Untuk itu DEI atau Diversity, Equity dan Inclusion menjadi salah satu fokus yang terus digaungkan.

Mengambil momentum Hari Penyanggah Disabilitas Internasional 2024,

Generali Indonesia kembali mengedukasi tentang pentingnya menghormati setiap orang, terlebih para penyandang disabilitas, melalui sesi talkshow interaktif dengan tema 'Inclusion in Every Sip, Brewing Diversity with Sunyi Coffee'. Kegiatan tersebut merupakan hasil kolaborasi Generali Indonesia dengan Sunyi Coffee, sebuah konsep cafe kopi unik dan inklusif yang berfokus pada pemberdayaan komunitas penyandang disabilitas, terutama tuna rungu.

Vivin Arbianti Gautama, Chief Marketing and Partnership Distribution Generali Indonesia mengungkapkan, Diversity, Equity

dan Inclusion merupakan aspek yang terus digaungkan karena merupakan perusahaan global yang menjunjung tinggi inklusivitas diantara berbagai keragaman yang ada.

"Kami meyakini setiap orang itu unik dan memiliki kemampuan dan keahlian yang berbeda-beda, termasuk para penyandang disabilitas. Di Generali, kami menyebutnya dengan 'DiversAbility' untuk mengubah pandangan tentang disabilitas dan mempromosikan lingkungan yang ramah, penuh hormat, aman, dan mendukung, di mana setiap orang bisa merasa bebas untuk mengekspre-

sikan diri dan mengoptimalkan potensi mereka," katanya.

Komitmen ini merupakan bagian dari langkah kami dalam mencapai visi Lifetime Partner, yang memungkinkan menciptakan value jangka panjang bagi para karyawan, klien, mitra, serta komunitas di sekitar.

Selain sesi sharing bersama yang juga menghadirkan CEO Sunyi Coffee, Mario Gultom, dan salah satu Deaf barista, Della, para peserta juga diedukasi tentang bagaimana cara berinteraksi, berempati dan mengenal kebutuhan dasar teman-teman tuli untuk dihargai. (Rsv)-d