

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pilihan perguruan tinggi adalah keputusan penting bagi calon mahasiswa karena memengaruhi masa depan karir dan pendidikan mereka. Banyak faktor dapat memengaruhi keputusan ini, termasuk reputasi institusi, biaya pendidikan, program studi yang tersedia, dan pengaruh keluarga dan lingkungan sekitar.

Namun, di era digital saat ini, sumber informasi semakin berperan dalam membentuk persepsi dan keputusan siswa. Calon mahasiswa sekarang tidak hanya mengandalkan informasi dari orang tua atau guru, mereka sekarang menggunakan berbagai saluran informasi digital, termasuk media sosial, situs web resmi kampus, brosur elektronik, testimoni alumni, dan orang-orang yang terlibat dalam pendidikan. Hal ini menunjukkan bahwa sumber informasi sangat penting dalam proses yang dilakukan oleh calon mahasiswa untuk memilih institusi pendidikan tinggi. Sebagaimana Firman Allah Swt. dalam surah Al-Hujurat ayat 6 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا
فَعَلْتُمْ نُدْمِينَ

Ayat ini relevan dengan penelitian ini karena berkaitan dengan informasi, yang mana dalam ayat ini menekankan pentingnya memverifikasi informasi sebelum mengambil keputusan, yang sangat relevan dengan keputusan dalam memilih perguruan tinggi, siswa perlu kritis dalam menilai informasi yang

diperoleh dari berbagai sumber informasi, sehingga keputusan yang diambil tidak hanya berdasarkan opini orang lain, tetapi juga berdasarkan data yang akurat dan terpercaya.

Salah satu perguruan tinggi keagamaan Islam negeri di Indonesia, Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin, bersaing dengan banyak perguruan tinggi lain untuk menarik siswa baru. Informasi yang disampaikan melalui berbagai media, seperti testimoni alumni, situs web resmi, dan media sosial, dapat memengaruhi reputasi institusi dan minat calon mahasiswa. Penting untuk menjangkau generasi muda yang melek digital dengan menggunakan teknologi informasi.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sumber informasi memengaruhi cara calon siswa melihat dunia. Misalnya, rekomendasi dari guru, orang tua, dan teman sebaya memiliki efek psikologis yang signifikan, sementara konten dan narasi positif di media sosial dapat membentuk citra institusi.¹ Selain itu, keputusan untuk memilih perguruan tinggi dapat dipengaruhi langsung oleh citra institusi yang dibentuk dari informasi yang diterima.²

Hingga saat ini, hanya ada beberapa penelitian yang secara khusus menyelidiki hubungan antara sumber informasi dan alasan mengapa mahasiswa baru memilih UIN Antasari Banjarmasin. Berdasarkan Laporan Akhir Survei Minat Bakat Mahasiswa Baru Angkatan 2022 UIN Antasari Banjarmasin, motivasi utama mahasiswa untuk memilih UIN Antasari Banjarmasin adalah

¹Rifa Nurafifah Syabaniah, "Pengaruh Antara Media Sosial dan Sosialisasi Informasi terhadap Minat Memilih Perguruan Tinggi," Sukabumi, vol. 1, no. 1, 2021

²Muhammad Roestian Fahmi Nasution et al., "Strategi Memenangkan Hati Calon Mahasiswa: Pengaruh Kualitas Informasi, Fasilitas dan Alumni Terhadap Keputusan Memilih Perguruan Tinggi," YUME: Journal of Management, vol. 7, no. 2, 2024

biaya kuliah yang terjangkau (24,2%), reputasi sebagai perguruan tinggi Islam terkemuka (14,8%), dan visi pendidikan yang luar biasa.³

Selain itu, UIN Antasari Banjarmasin telah menerima akreditasi "Unggul" dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT), yang meningkatkan reputasi institusi di mata calon mahasiswa.⁴ Menurut situs resmi UIN Antasari Banjarmasin tercatat sekitar 1.972 mahasiswa baru UIN Antasari Banjarmasin tahun akademik 2023/2024 dari 5 fakultas dan 30 program studi yang menggambarkan bahwa UIN Antasari Banjarmasin ramai peminat.⁵ Kerja sama dengan berbagai perguruan tinggi di dalam dan luar negeri, serta program unggulan seperti pertukaran mahasiswa, juga menjadi daya tarik tersendiri bagi calon mahasiswa.⁶

Dengan demikian karena pentingnya peran sumber informasi dalam memengaruhi keputusan calon mahasiswa untuk kuliah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki pengaruh sumber informasi terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan calon mahasiswa untuk kuliah di UIN Antasari Banjarmasin pada tahun akademik 2023/2024. Penelitian ini diharapkan dapat membantu kampus mengevaluasi dan membuat keputusan untuk membuat strategi komunikasi yang lebih baik khususnya dibidang pemasaran jasa pendidikan.

³Laporan Akhir Survei Minat Bakat Mahasiswa Baru Angkatan 2022 UIN Antasari Banjarmasin, 2022

⁴"UIN Antasari Banjarmasin Raih Akreditasi Unggul," Program Studi Sarjana Ekonomi Syariah UIN Antsari Banjarmasin, 2025

⁵Website Resmi UIN Antasari, 2025, <https://uin-antasari.ac.id>.

⁶"Mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin Ada Kesempatan 1 Semester Kuliah di Jakarta, Peserta PBAK Antusias Ikuti Materi Rektor," Situs Resmi UIN Antasari, 2023

B. Definisi Operasional

Untuk menghindari terjadinya kekeliruan atau kesalahpahaman dalam memahami judul “Pengaruh Sumber Informasi terhadap Faktor Memilih Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin pada Mahasiswa Baru Tahun Akademik 2023/2024”, maka peneliti memberikan penegasan istilah sebagai berikut:

1. Sumber Informasi

Sumber informasi adalah media yang berperan penting dalam menentukan sikap dan keputusan bertindak. Sumber informasi juga dipahami sebagai segala yang menjadi perantara media informasi komunikasi massa. Informasi yang berasal dari berbagai sumber mempengaruhi tingkat pengetahuan dan pengambilan keputusan seseorang. Sehingga keberadaan satu sumber informasi memudahkan pengambilan keputusan.

Sumber informasi diukur berdasarkan pada frekuensi akses, kepercayaan terhadap informasi yang diterima dan seberapa besar pengaruhnya terhadap keputusan memilih kampus.⁷ Secara operasional pada penelitian ini sumber informasi merujuk pada media atau saluran yang digunakan oleh calon mahasiswa untuk memperoleh pengetahuan atau gambaran mengenai UIN Antasari Banjarmasin sebelum mengambil keputusan untuk mendaftar.⁸

⁷Suryani, Tatik. Perilaku Konsumen: implikasi untuk Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008

⁸Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. Marketing Management. 15th ed Pearson, 2016.

2. Faktor Memilih

Menurut KBBI, faktor didefinisikan sebagai hal-hal yang memberikan kontribusi (pengaruh) terhadap sesuatu yang terjadi.⁹ Faktor berperan dalam memberi pengaruh pada proses memilih dan pengambilan keputusan. Maka dari itu, faktor memilih bisa diartikan sebagai segala yang menjadi sebab atau yang mempengaruhi dalam memilih sesuatu. Adapun dalam penelitian ini, faktor memilih perguruan tinggi didefinisikan sebagai pertimbangan atau alasan yang memengaruhi mahasiswa baru dalam menentukan pilihan institusi perguruan tinggi.¹⁰

3. Universitas Islam Negeri Antasari

Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin secara operasional didefinisikan sebagai objek institusi yang menjadi tempat penelitian dan sekaligus perguruan tinggi yang dipilih oleh responden dalam penelitian ini. UIN Antasari Banjarmasin menjadi perguruan tinggi keagamaan Islam yang terletak di Banjarmasin, Kalimantan Selatan dan berada dibawah naungan Kementerian Agama Republik Indonesia. Dengan status akreditasi "Unggul" dari BAN-PT dan reputasi sebagai lembaga pendidikan Islam yang mengintegrasikan nilai-nilai akademik dengan religius, kampus ini telah menarik minat ribuan calon mahasiswa dari berbagai daerah.

Dalam penelitian ini, UIN Antasari Banjarmasin diposisikan sebagai institusi yang citranya terbentuk dan dipengaruhi oleh berbagai sumber

⁹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Kamus Pusat Bahasa: 2008)

¹⁰Maringe, Felix. "Univercity and course: Implication for Potisioning, Requitmen and Marketing." *International Journal of Education Management*, vol.20, no. 6, 2006

informasi yang diterima oleh mahasiswa baru dan bagaimana persepsi terhadap informasi tersebut berkontribusi terhadap keputusan mereka untuk memilih kampus ini sebagai tempat melanjutkan pendidikan tinggi.¹¹

C. Rumusan Masalah

Penelitian ini mencari jawaban dari pertanyaan,

1. Berapa banyak sumber informasi tentang Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin tahun akademik 2023/2024?
2. Berapa persentase jumlah pemilih dari fakultas dan program studi Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin tahun akademik 2023/2024?
3. Apakah ada pengaruh yang signifikan antara sumber informasi dengan faktor memilih Universitas Islam Negeri antasari Banjarmasin tahun akademik 2023/2024?

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan mengetahui ada berapa banyak dan apa saja yang menjadi sumber informasi tentang UIN Antasari Banjarmasin dan mengetahui berapa jumlah pemilih persentase dari fakultas maupun program studi UIN Antasari Banjarmasin. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan menganalisis pengaruh dari sumber informasi tersebut terhadap faktor memilih UIN Antasari Banjarmasin. Dengan mengambil data dari mahasiswa baru UIN Antasari Banjarmasin tahun akademik 2023/2024.

¹¹Direktorat Jendral Pendidikan Islam, Statistik PTKIN 2022/2023, Kementerian Agama RI

E. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberi kontribusi yang bermakna baik secara teoritis maupun praktis dalam bidang komunikasi pendidikan dan pemasaran jasa pendidikan, terkhusus di lingkungan perguruan tinggi keagamaan Islam.

Secara teoritis, penelitian ini akan menambah sumber literatur mengenai pengaruh sumber informasi dalam konteks pengambil keputusan dalam memilih perguruan tinggi. Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat memperkuat teori tentang komunikasi pemasaran, perilaku konsumen dan pengambilan keputusan dalam konteks pemilihan perguruan tinggi.

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi perguruan tinggi keagamaan Islam, khususnya UIN Antasari Banjarmasin baik bagian humas, biro akademik, dan tim promosi penerimaan mahasiswa baru. Informasi mengenai jenis sumber informasi yang paling berpengaruh terhadap keputusan mahasiswa baru akan sangat membantu dalam merancang strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran dan efektif. Kampus dalam meningkatkan kemajuan teknologi seperti penggunaan media sosial, meningkatkan digitalisasi, serta membina hubungan dengan para alumni dan sekolah mitra sebagai bagian dari strategi dan promosi yang berdampak.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi awal dan pembanding dan mengkaji fenomena sejenis, baik dengan memperluas variabel maupun metode yang berbeda maupun pada lingkungan perguruan tinggi lain yang memiliki karakteristik berbeda.

Adapun bagi bagi mahasiswa dan calon mahasiswa, hasil dari penelitian ini dapat menjadi bahan informasi reflektif untuk menilai bagaimana keputusan mereka dipengaruhi oleh informasi yang diterima, sehingga dapat mengambil keputusan yang lebih rasional dan sesuai dengan tujuan akademik dan nilai individual.

F. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Kajian penelitian sebelumnya yang relevan diperlukan untuk memperkuat landasan teori dan menganalisis hubungan antara variabel yang diteliti. Studi ini menunjukkan bagaimana sumber informasi dapat memengaruhi keputusan siswa tentang perguruan tinggi yang mereka pilih. Dengan mempelajari penelitian sebelumnya, diharapkan dapat ditemukan celah penelitian atau gap penelitian yang mendukung perlunya melakukan penelitian tentang pengaruh sumber informasi terhadap faktor pemilihan mahasiswa UIN Antasari Banjarmasin untuk tahun akademik 2023/2024.

1. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Osin Jentia Rosni Manulang dan Mariana Simanjuntak tahun 2024 Institut Teknologi Del yang berjudul “Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Persepsi Calon Mahasiswa terhadap Keputusan Pemilihan Perguruan tinggi”. Tujuan dari penelitian Osin adalah untuk menganalisis pengaruh pemasaran media sosial dan persepsi calon mahasiswa baru terhadap keputusan pemilihan perguruan tinggi. Penelitian Osin menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif korelasional dengan variabel pemasaran media sosial, persepsi calon mahasiswa dan keputusan memilih perguruan tinggi. Adapun hasil atau temuan dari penelitian Osin

menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan dari media sosial dan persepsi calon mahasiswa terhadap keputusan mereka memilih perguruan tinggi. Penelitian Osin relevan dengan penelitian ini karena menguatkan bahwa persepsi calon mahasiswa terhadap informasi yang mereka terima melalui media digital sangat menentukan keputusan pendidikan mereka.¹² Persamaan Osin dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pengaruh media sosial sebagai sumber informasi dalam pengambilan keputusan pendidikan tinggi. Perbedaannya dengan ini adalah studi ini berfokus pada satu institusi swasta dan hanya dua variabel, sedangkan penelitian ini lebih luas dalam jenis sumber informasi dan berbasis pada institusi islam negeri.

2. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rustiana Setyowati tahun 2023 Universitas Negeri Surabaya yang berjudul “Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Siswa SMA dalam Memilih Perguruan Tinggi”. Penelitian Rustiana bertujuan untuk menganalisis pengaruh digital marketing terhadap keputusan siswa SMA dalam memilih perguruan tinggi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian Rustiana menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Variabel yang diteliti adalah digital marketing dan keputusan memilih perguruan tinggi. Hasil atau temuan dari penelitian Rustiana mendapatkan kesimpulan bahwa adanya pengaruh positif dan signifikan antara digital marketing (konten menarik, komunikasi interaktif dan deskripsi program) terhadap keputusan siswa SMA dalam memilih perguruan tinggi. Penelitian

¹²Osin Jentia Rosni Manulang dan Mariana Simanjuntak, *Pengaruh Pemasaran Media Sosial dan Persepsi Calon Mahasiswa terhadap Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi* (Toba: Institut Teknologi Del, 2024)

Rustiana relevans dengan penelitian ini karena menunjukkan pentingnya peran strategi digital sebagai sumber informasi yang memengaruhi pilihan siswa.¹³

Persamaan penelitian Rustiana dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pengaruh sumber informasi berbasis digital terhadap keputusan memilih perguruan tinggi. Perbedaannya, penelitian Rustiana berfokus pada strategi pemasaran digital, sedangkan penelitian ini lebih menekankan pada berbagai sumber informasi, termasuk interpersonal.

3. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Said tahun 2023 Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar yang berjudul “Penggunaan Media Sosial dalam Peningkatan Pendaftar Mahasiswa Baru”. Penelitian Said bertujuan untuk mengetahui bagaimana media sosial digunakan dalam menarik pendaftar mahasiswa baru. Penelitian yang dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif ini menjadikan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi untuk menjadi variabel yang diteliti. Adapun hasil dari penelitian Said menyatakan bahwa media sosial efektif dalam menyampaikan informasi dan menarik calon mahasiswa baru. Penelitian Said relevan dengan penelitian ini karena mengonfirmasi bahwa media sosial merupakan sumber informasi yang kuat dalam menarik minat mahasiswa.¹⁴ Persamaan penelitian Said dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas pengaruh media sosial terhadap ketertarikan calon mahasiswa. Perbedaan dari penelitian Said dengan penelitian ini adalah pada metode penelitiannya yang bersifat

¹³Rustiana Setyowati, *Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Siswa SMA dalam Memilih Perguruan Tinggi* (Surabaya: Universitas Negeri Surabaya, 2023)

¹⁴Muhammad Said, *Penggunaan Media Sosial dalam Peningkatan Pendaftar Mahasiswa Baru* (Makassar: UIN Alauddin Makassar, 2023)

deskriptif dan berfokus pada media sosial, sedangkan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan mencakup berbagai sumber informasi.

4. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Laila Mega Puspita tahun 2022 STIE PGRI Dewantara Jombang yang berjudul “Pengaruh Promosi di Media Sosial Instram dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Memilih pada Perguruan Tinggi STIE PGRI Dewantara Jombang”. Penelitian yang dilakukan Laila bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh promosi di media sosial Instagram dan *word of mouth* terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian Laila adalah kuantitatif dengan pendekatan survei dan teknik analisis regresi linier berganda dan variabelnya adalah promosi di Instagram, *word of mouth* dan keputusan memilih perguruan tinggi. Adapun hasil atau temuan dari penelitian Laila menyatakan bahwa promosi di media sosial dan *word of mouth* secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan memilih perguruan tinggi. Penelitian Laila relevan dengan penelitian ini karena menunjukkan bahwa sumber informasi seperti media sosial dan rekomendasi dari orang lain memiliki pengaruh besar dalam pengambilan keputusan pendidikan tinggi.¹⁵ Persamaan penelitian Laila dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti pengaruh sumber informasi dalam bentuk promosi dan komunikasi interpersonal. Perbedaan penelitian Laila dengan penelitian ini adalah terletak pada fokus penelitian Laila yang hanya berfokus pada promosi

¹⁵Laila Mega Puspita, *Pengaruh Promosi di Media Sosial Instram dan Word of Mouth terhadap Keputusan Memilih pada Perguruan Tinggi STIE PGRI Dewantara Jombang* (Jombang: STIE Dewantara Jombang, 2022)

di Instagram dan *word of mouth*, sedangkan penelitian ini mencakup lebih banyak jenis sumber informasi dan berfokus pada UIN Antasari Banjarmasin.

5. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rifa Nurafifah Syabaniah tahun 2021 Universitas Pendidikan Indonesia yang berjudul “Pengaruh Sosialisasi Informasi dan Media Sosial terhadap Minat Memilih Perguruan Tinggi”. Penelitian yang dilakukan Rifa ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sosialisasi informasi dan media sosial terhadap minat siswa dalam memilih perguruan tinggi. Metode penelitian yang dipilih dalam penelitian Rifa adalah kuantitatif dengan pendekatan survei dan variabel yang diteliti adalah sosialisasi informasi, media sosial dan minat memilih perguruan tinggi. Hasil dari penelitian Rifa menyatakan bahwa sosialisasi informasi lebih dominan pengaruhnya dibandingkan media sosial terhadap minat memilih. Penelitian Rifa relevan dengan penelitian ini karena memberikan bukti bahwa komunikasi interpersonal (seperti guru, keluarga dan teman) sebagai sumber informasi memiliki peran penting dalam keputusan pendidikan.¹⁶ Persamaan penelitian Rifa dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas pengaruh informasi dari media sosial dan interpersonal dalam keputusan pendidikan tinggi. Perbedaan penelitian Rifa dengan penelitian ini terletak pada fokus penelitian Rifa yang berfokus pada minat memilih, sedangkan penelitian ini fokus pada keputusan aktual memilih UIN Antasari Banjarmasin.

Penelitian-penelitian di atas menunjukkan bahwa sumber informasi, terutama melalui media sosial dan komunikasi interpersonal memiliki pengaruh

¹⁶Rifa Nurafifah Syabaniah, *Pengaruh Sosialisasi Informasi dan Media Sosial terhadap Minat Memilih Perguruan Tinggi* (Sukabumi: Universitas Pendidikan Indonesia, 2021)

signifikan terhadap keputusan calon mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Hasil dan temuan yang ada pada penelitian di atas relevan dengan konteks UIN Antasari Banjarmasin yang dapat memanfaatkan strategi komunikasi yang efektif untuk menarik minat mahasiswa baru.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah suatu dugaan sementara yang menjadi titik tolak penelitian. Hipotesis yang terkandung dalam paradigma, perspektif dan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian.¹⁷ Penelitian ini tentunya dibangun atas dasar beberapa hipotesis yang mendasar dan menjadi pijakan teoritis terhadap hubungan informasi dan faktor memilih perguruan tinggi, khususnya UIN Antasari Banjarmasin.

1. Sumber informasi memainkan peran penting dalam membentuk cara calon mahasiswa melihat suatu perguruan tinggi. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi pemasaran yang mengatakan bahwa informasi yang diterima oleh seseorang memengaruhi proses pengambilan keputusan, terutama dalam hal memilih sekolah tinggi.¹⁸ Media sosial, promosi, umpan balik dari orang tua, teman, dan alumni, serta media massa, memainkan peran penting dalam mengomunikasikan citra perguruan tinggi.
2. Calon mahasiswa adalah individu rasional dan mempertimbangkan berbagai faktor sebelum mengambil keputusan dalam memilih perguruan tinggi.

¹⁷Eko Budi Prasetyo, Nanat Fatah Natsir, and Erni Haryanti, "Asumsi Dasar pada Ilmu Pengetahuan yang menjadi Basis Penelitian Pendidikan Islam," *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan* 5, no. 2 (February 1, 2022): 383, <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i2.435>.

¹⁸Philip Kotler dan Kevin Keller, *Marketing Management* (New Jersey: Pearson Education, 2016), hlm. 276.

Akreditasi, reputasi, lokasi, biaya, visi, program studi menjadi beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan tersebut.¹⁹ Maka dari itu, informasi yang akurat dan positif akan meningkatkan kemungkinan calon mahasiswa memilih UIN Antasari Banjarmasin sebagai pilihan pendidikan tinggi.

3. Pengaruh dari sumber informasi bersifat relatif berdasarkan pada karakteristik calon mahasiswa, seperti jenis kelamin, latar belakang pendidikan dan wilayah tempat tinggal. Pada penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial sangat berpengaruh bagi siswa di daerah perkotaan, sementara bagi siswa yang tinggal di daerah pedesaan, komunikasi interpersonal berpengaruh lebih dominan.²⁰
4. Lingkungan sosial dan nilai-nilai keagamaan juga diasumsikan menjadi bagian penting dalam pemilihan perguruan tinggi, mengingat UIN Antasari Banjarmasin adalah perguruan tinggi keagamaan Islam. Dengan demikian, informasi yang berkaitan dengan visi keislaman kampus, program keagamaan dan kegiatan spiritual menjadi kekuatan penting yang dapat berpengaruh dalam pengambilan keputusan.²¹

Berdasarkan dari indikator-indikator yang telah diambil sesuai teori yang digunakan, peneliti mengasumsikan bahwa sumber informasi dan faktor memilih PKTI merupakan sesuatu yang mempengaruhi pengambilan keputusan calon mahasiswa dalam memilih PTKI.

¹⁹Nurfadillah, *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa dalam Memilih Perguruan Tinggi di Kota Makassar* (Makassar: Universitas Negeri Makassar, 2021), hlm. 33.

²⁰ Rustiana Setyowati, *Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Siswa SMA dalam Memilih Perguruan Tinggi* (Surabaya: Universitas Negeri Surabaya, 2023), hlm.40.

²¹ Muhammad Said, *Penggunaan Media Sosial dalam Peningkatan Pendaftar Mahasiswa Baru* (Makassar: Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2023), hlm. 41.

H. Sistematika Penulisan

Agar pembahasan penelitian ini tersusun secara sistematis dan mempermudah dalam pengolahan data dan penyajian data, maka peneliti membagi sistematika penulisan menjadi lima bab dengan susunan sebagai berikut;

BAB I Pendahuluan, yang berisikan latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, penelitian terdahulu yang relevan, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan teori, yang berisikan tentang proses pencarian informasi, proses memilih perguruan tinggi, dan faktor yang mempengaruhi pemilihan perguruan tinggi.

BAB III Metode penelitian, berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, populasi dan sampel penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data serta prosedur penelitian.

BAB VI Laporan hasil penelitian, berisikan hasil penelitian, penyajian data dan analisis data.

BAB V Penutup, berisikan simpulan dan saran.