

1. Identifikasi Masalah Penelitian

Masalah utama yang dapat diidentifikasi dari kasus tersebut adalah:

“Terjadinya penurunan jumlah mahasiswa baru di universitas dalam tiga tahun terakhir meskipun berbagai strategi promosi telah dilakukan.”

Masalah ini menunjukkan adanya kesenjangan antara upaya promosi dan hasil penerimaan mahasiswa baru. Artinya, strategi promosi yang dilakukan universitas belum memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan minat calon mahasiswa. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti efektivitas media promosi, citra universitas, kualitas layanan informasi, faktor ekonomi calon mahasiswa, atau daya saing dengan universitas lain.

Dengan demikian, masalah penelitian yang relevan adalah:

“Mengapa promosi besar-besaran yang dilakukan universitas belum mampu meningkatkan jumlah mahasiswa baru secara signifikan?”

2. Variabel yang Dapat Dikaji dalam Penelitian

a. Efektivitas Promosi (Variabel Independen / X)

- Menunjukkan sejauh mana kegiatan promosi universitas melalui media sosial, pameran pendidikan, dan kerja sama sekolah mampu menjangkau, menarik, serta memengaruhi calon mahasiswa.
- Indikatornya bisa meliputi: intensitas promosi, daya tarik konten, kejelasan informasi, dan respon calon mahasiswa.

b. Minat Calon Mahasiswa terhadap Universitas (Variabel Dependen / Y)

- Menunjukkan tingkat ketertarikan calon mahasiswa untuk mendaftar ke universitas tersebut.
- Indikatornya: keinginan untuk mencari informasi lebih lanjut, niat mendaftar, dan rekomendasi dari orang lain.

3. Paradigma Penelitian yang Paling Tepat

Paradigma yang paling sesuai untuk mengkaji kasus ini adalah paradigma interpretif.

- Paradigma interpretif bertujuan memahami makna di balik fenomena sosial berdasarkan perspektif pelaku, bukan sekadar mengukur hubungan antar variabel secara statistik.
- Dalam kasus ini, tim peneliti tidak hanya perlu mengetahui seberapa besar pengaruh promosi terhadap minat mahasiswa, tetapi juga mengapa dan bagaimana calon

mahasiswa memaknai promosi tersebut, apa persepsi mereka tentang universitas, serta faktor nonteknis lain yang memengaruhi keputusan mendaftar.

- Pendekatan ini memungkinkan peneliti melakukan wawancara mendalam dengan calon mahasiswa, alumni, guru BK sekolah, atau staf humas untuk menemukan insight kualitatif yang lebih komprehensif.

4. Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

- Rumusan Masalah:

Mengapa jumlah mahasiswa baru di universitas mengalami penurunan dalam tiga tahun terakhir meskipun promosi telah dilakukan secara intensif melalui berbagai media dan kerja sama pendidikan?

- Pertanyaan Penelitian:

Bagaimana persepsi calon mahasiswa terhadap efektivitas promosi yang dilakukan oleh universitas dan faktor-faktor apa saja yang memengaruhi keputusan mereka untuk mendaftar?