

Nama: Sinthia Wardani

NPM: 2313031063

Case Study Pertemuan 5

Sebuah universitas mengalami penurunan jumlah mahasiswa baru dalam tiga tahun terakhir, meskipun telah melakukan promosi besar-besaran melalui media sosial, pameran pendidikan, dan kerja sama dengan sekolah-sekolah menengah atas. Rektor meminta tim peneliti internal universitas untuk menyelidiki penyebab penurunan tersebut dan memberikan rekomendasi strategis ke depan.

Pertanyaan untuk Mahasiswa:

1. Identifikasi masalah penelitian yang relevan dari kasus di atas?
2. Jelaskan minimal dua variabel yang dapat dikaji dalam penelitian ini. Sebutkan jenis variabelnya (independen, dependen, atau lainnya)?
3. Tentukan paradigma penelitian yang paling tepat untuk mengkaji kasus tersebut (positivisme, interpretif, atau kritis). Jelaskan alasan pemilihan paradigma tersebut?
4. Buat satu rumusan masalah dan satu pertanyaan penelitian berdasarkan kasus di atas?

Jawaban:

1. Masalah penelitian yang relevan dari kasus tersebut adalah penyebab terjadinya penurunan jumlah mahasiswa baru di universitas, meskipun promosi telah dilakukan secara intensif melalui berbagai media. Artinya, terdapat ketidaksesuaian antara upaya promosi dan hasil penerimaan mahasiswa baru. Penelitian perlu menggali faktor-faktor internal maupun eksternal yang mungkin menyebabkan penurunan minat calon mahasiswa terhadap universitas tersebut.

2. Variabel yang dapat dikaji dan jenisnya

a. Efektivitas Promosi Universitas (Variabel Independen / X)

Variabel ini menilai sejauh mana kegiatan promosi seperti media sosial, pameran pendidikan, dan kerja sama sekolah mampu menjangkau dan memengaruhi calon mahasiswa. Sebagai variabel independen, faktor ini diasumsikan memengaruhi keputusan calon mahasiswa dalam memilih universitas.

b. Keputusan Memilih Universitas (Variabel Dependental / Y)

Variabel ini menggambarkan minat dan keputusan calon mahasiswa untuk mendaftar di universitas tersebut. Ini menjadi variabel utama yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk promosi, reputasi universitas, biaya kuliah, atau fasilitas.

3. Paradigma penelitian yang paling tepat adalah paradigma interpretif. Paradigma ini dipilih karena penelitian perlu memahami makna, persepsi, dan pengalaman calon mahasiswa terkait promosi, reputasi universitas, kualitas layanan, dan faktor lain yang memengaruhi keputusan mereka. Paradigma interpretif memfokuskan pada penggalian pandangan subjektif, sehingga peneliti dapat memahami alasan mendalam mengapa promosi besar-besaran tidak menghasilkan peningkatan jumlah mahasiswa. Pendekatan ini tepat karena masalahnya bersifat kompleks dan dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, dan persepsi individu.

4. Rumusan Masalah

“Terjadi penurunan jumlah mahasiswa baru dalam tiga tahun terakhir di universitas tersebut meskipun promosi telah dilakukan secara intensif, sehingga perlu dilakukan penelitian untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan penurunan minat calon mahasiswa.”

Pertanyaan Penelitian

“Apa saja faktor yang memengaruhi penurunan jumlah mahasiswa baru di universitas selama tiga tahun terakhir, dan bagaimana calon mahasiswa memaknai efektivitas promosi yang telah dilakukan universitas?”