

Nama : Khoirun Nisa

Npm : 2313031005

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.

Jawab :

1. Masalah penelitian muncul karena ada perbedaan antara harapan dan kenyataan. Dalam kasus ini, universitas tentu berharap jumlah mahasiswa baru meningkat atau minimal stabil setelah melakukan promosi besar-besaran melalui media sosial, pameran pendidikan, maupun kerja sama dengan sekolah menengah atas. Akan tetapi, kenyataan yang terjadi justru sebaliknya: jumlah mahasiswa baru terus menurun selama tiga tahun terakhir. Dengan demikian, masalah penelitian yang bisa dirumuskan adalah adanya ketidaksesuaian antara usaha promosi yang dilakukan universitas dengan hasil yang diperoleh berupa jumlah mahasiswa baru yang diterima.

2. Dalam penelitian, variabel merupakan komponen penting yang menjadi fokus pengamatan (Ridha, 2017). Dari kasus ini, variabel independen yang dapat ditetapkan adalah efektivitas strategi promosi yang dilakukan universitas melalui media sosial, pameran pendidikan, maupun kerja sama dengan sekolah. Variabel dependen adalah jumlah mahasiswa baru atau jumlah pendaftar yang berhasil diterima setiap tahun. Selain itu, terdapat variabel intervening (mediasi) seperti citra universitas atau minat calon mahasiswa yang dapat menjadi faktor perantara mengapa promosi yang gencar tidak serta-merta meningkatkan jumlah mahasiswa baru. Peneliti juga perlu mempertimbangkan variabel moderator berupa faktor eksternal seperti kondisi ekonomi keluarga calon mahasiswa, biaya kuliah, dan reputasi universitas pesaing, karena hal ini dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara strategi promosi dan keputusan mendaftar. Di samping itu, variabel kontrol seperti akreditasi program studi, lokasi kampus, dan fasilitas pendidikan yang tersedia juga penting diperhitungkan agar penelitian dapat memberikan hasil yang lebih objektif dan terarah.
3. Pemilihan paradigma sangat menentukan arah penelitian, dan meskipun paradigma positivisme dapat digunakan untuk mengukur secara kuantitatif hubungan antara promosi dan jumlah mahasiswa melalui data statistik penerimaan, kasus ini lebih kompleks karena menyangkut persepsi, motivasi, dan alasan subjektif calon mahasiswa maupun orang tua dalam memilih universitas. Oleh karena itu, paradigma yang paling tepat digunakan adalah paradigma interpretif, karena berfokus pada pemahaman makna dari pengalaman manusia dalam konteks sosialnya (Kivunja & Kuyini, 2017). Melalui pendekatan interpretif, peneliti dapat menggali faktor-faktor yang tidak dapat dijelaskan hanya dengan angka, misalnya bagaimana citra kampus dilihat oleh calon mahasiswa, seberapa besar pengaruh kompetisi dengan universitas lain, atau bahkan faktor ekonomi keluarga yang memengaruhi keputusan memilih perguruan tinggi. Paradigma interpretif memungkinkan peneliti memahami makna sosial dan pengalaman subjektif yang lebih mendalam, sehingga metode penelitian yang sesuai adalah pendekatan kualitatif dengan teknik seperti wawancara mendalam kepada calon mahasiswa, orang tua, guru BK di sekolah menengah, maupun pihak universitas, serta didukung focus group discussion (FGD) dan analisis dokumen promosi untuk memperkaya data. Paradigma kritis memang bisa dipertimbangkan jika fokus penelitian ingin mengungkap faktor struktural seperti ketidakmerataan akses pendidikan atau persaingan antarperguruan tinggi, namun untuk

memahami lebih dalam keputusan calon mahasiswa, paradigma interpretif tetap menjadi pilihan yang paling tepat.

4. Dari uraian di atas, rumusan masalah yang dapat dibuat adalah:

“Mengapa jumlah mahasiswa baru universitas terus mengalami penurunan selama tiga tahun terakhir meskipun promosi telah dilakukan secara besar-besaran?”

Adapun pertanyaan penelitian yang sejalan dengan rumusan masalah tersebut adalah:

“Faktor-faktor apa saja yang menyebabkan penurunan jumlah mahasiswa baru di universitas, dan sejauh mana strategi promosi yang dilakukan efektif dalam menarik minat calon mahasiswa?”

Dengan mengacu pada pemahaman masalah, variabel, dan paradigma penelitian sebagaimana dijelaskan oleh Ridha (2017) serta Kivunja & Kuyini (2017), penelitian ini dapat dirancang secara sistematis untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai efektivitas promosi serta faktor-faktor yang memengaruhi penurunan jumlah mahasiswa baru. Hasil penelitian diharapkan tidak hanya menjadi bahan evaluasi efektivitas promosi, tetapi juga menjadi dasar strategis bagi universitas dalam merumuskan kebijakan rekrutmen mahasiswa di masa mendatang. Melalui pemahaman yang lebih mendalam mengenai persepsi calon mahasiswa dan faktor eksternal yang memengaruhi keputusan memilih perguruan tinggi, penelitian ini akan membantu pihak universitas menyusun strategi rekrutmen yang lebih tepat sasaran. Dengan demikian, universitas tidak hanya berfokus pada intensitas promosi, tetapi juga memperhatikan kualitas citra, daya saing, reputasi, serta kebutuhan calon mahasiswa dan keluarganya agar strategi pemasaran pendidikan lebih efektif dan berkelanjutan.

Referensi :

Kivunja, C., & Kuyini, A. B. (2017). *Understanding and applying research paradigms in educational contexts*. International Journal of Higher Education, 6(5), 26–41. Tersedia di ERIC: <https://eric.ed.gov/?id=EJ1154775>

Ridha, M. (2017). *Variabel Penelitian: Pengertian, Jenis, dan Contoh*. [Sumber daring: https://sosiologiku.com/variabel-independen-dependen-moderating-dan-intervening](https://sosiologiku.com/variabel-independen-dependen-moderating-dan-intervening)