

NAMA : MAYA LISNAWATI

NPM : 2413031043

KELAS : 2024 B

Jawaban Studi Kasus Metodologi Penelitian

1. Identifikasi Masalah Penelitian

Masalah penelitian yang relevan adalah penurunan jumlah mahasiswa baru selama tiga tahun terakhir meskipun universitas telah melakukan berbagai upaya promosi melalui media sosial, pameran pendidikan, dan kerja sama dengan SMA. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan belum mampu meningkatkan jumlah mahasiswa baru sesuai harapan. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan penurunan jumlah mahasiswa baru, mengevaluasi efektivitas promosi, serta menemukan strategi yang tepat untuk meningkatkan minat calon mahasiswa.

2. Variabel yang Dapat Dikaji

Dua variabel yang dapat dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Efektivitas promosi (variabel independen/X), yaitu tingkat keberhasilan promosi melalui media sosial, pameran pendidikan, dan kerja sama dengan SMA dalam menarik minat calon mahasiswa.
2. Jumlah mahasiswa baru (variabel dependen/Y), yaitu jumlah mahasiswa yang mendaftar atau diterima di universitas setiap tahun.

Selain itu, penelitian juga dapat mempertimbangkan variabel lain, seperti citra universitas, biaya pendidikan, kualitas fasilitas, dan minat calon mahasiswa.

3. Paradigma Penelitian yang Tepat

Paradigma yang paling tepat adalah paradigma positivisme.

Paradigma positivisme dipilih karena penelitian bertujuan mengidentifikasi faktor penyebab penurunan jumlah mahasiswa baru dan menguji hubungan antara variabel yang diteliti. Peneliti dapat menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data jumlah pendaftar selama tiga tahun terakhir, menyebarkan kuesioner kepada calon mahasiswa, serta menganalisis efektivitas promosi secara statistik. Melalui paradigma ini, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran berdasarkan data yang terukur sehingga universitas dapat menentukan strategi promosi yang lebih efektif.

4. Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Rumusan masalah:

Apakah efektivitas promosi berpengaruh terhadap jumlah mahasiswa baru di universitas?

Pertanyaan penelitian:

Seberapa besar pengaruh efektivitas promosi melalui media sosial, pameran pendidikan, dan kerja sama dengan SMA terhadap jumlah mahasiswa baru di universitas?