

**ANALISIS KECENDERUNGAN TEMA DAN METODE RISET
SKRIPSI SARJANA (S1) DAN TESIS MAGISTER (S2)
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN TAHUN 2007 - 2011**

*Themes and Trends Analysis Research Methods of Undergraduate and
Master's Thesis Communication Studies, Faculty of Social and Political Science,
Hasanuddin University Year 2007 to 2011*

Hafied Cangara, Andi Alimuddin Unde,

Tuti Bahfiarti, Murniati Muhtar

Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Hasanuddin Makassar

Cangara_hafied@yahoo.com

Abstrak

Fokus dan tujuan penelitian ini adalah mengetahui tema dan metode riset yang digunakan para mahasiswa program Sarjana (S1) dan Magister (S2) Ilmu Komunikasi dalam penulisan tesis dan skripsi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin dalam 5 tahun terakhir (2007 – 2011). Penetapan batas waktu 5 tahun terakhir atas pertimbangan bahwa 5 tahun dipandang masih baru, dan bisa dilihat *trend* atau kecenderungannya untuk melakukan proyeksi ke depan. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan mengumpulkan semua tesis dan skripsi yang di perpustakaan, kemudian di analisis tema dan metode riset yang digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua strata (S1 dan S2) dalam pemilihan tema atau isu nampaknya keduanya memiliki kecenderungan yang hampir sama, yakni cukup variatif dan mengangkat masalah yang relevan dengan konsentrasi bidang studi yang mereka pilih, yakni untuk S1 cenderung pada isu Film dan Televisi, Pemasaran, Internal Public, Komunikasi Interpersonal, sedangkan mahasiswa S2 cenderung pada isu Etika dan Perundang-undangan Media Massa, Kampanye Politik dan Pencitraan Kandidat, Media Pembelajaran, dan Efek Media dan Opini Publik. Dalam hal metode Penelitian, mahasiswa S1 dan S2 cenderung memiliki kesamaan, yakni masih didominasi oleh metode survey. Sementara untuk metode Analisis data mahasiswa S1 cenderung memakai analisis Isi dengan pendekatan kualitatif pada tataran praktis, sedangkan mahasiswa S2 cenderung memakai survey dengan analisis kuantitatif pada tataran konseptual.

Kata kunci: tema, metode riset, skripsi, tesis.

Abstract

The focus and goal of this study was to determine themes and research methods used by the students of Bachelor (S1) and Master (S2) Science Communication in thesis writing and thesis at the Faculty of Social and Political Sciences Universitas Hasanuddin in the last 5 years (2007-2011). Determination of 5-year time limit on the consideration that the last 5 years is still considered new, and can be seen trend or propensity for forward projections. The research method used was a survey to collect all the theses and thesis in the library, then in the theme analysis and research methods used. Results of this study indicate that both strata (S1 and S2) in the selection of themes or issues that seem to both have almost the same trend, ie quite varied and relevant issues raised by the concentration of their chosen field of study, ie, the issue tends to S1 film and television, marketing, internal public, interpersonal communication, while the S2 students tend to be on the issue of ethics and mass media legislation, political campaigns and candidates imaging, instructional media, and media effects and public opinion. In the case study method, students S1 and S2 tend to have in common, which is still dominated by the survey method. While the data for analysis method S1 students tend to use content analysis with a qualitative approach on a practical level, while the S2 students tend to use survey with quantitative analysis at the conceptual level.

Keywords: themes, research methods, thesis.

PENDAHULUAN

Usaha Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI untuk mewajibkan setiap mahasiswa program Sarjana (S1) dan Magister (S2), serta program Doktor (S3) dengan mensyaratkan untuk menulis artikel dalam jurnal perlu diapresiasi. Tantangan ini sebenarnya harus dipandang sebagai motivasi dalam mendorong peningkatan publikasi ilmiah kalangan kampus, dan sekaligus mendorong peringkat Negara dalam publikasi yang relatif rendah dibandingkan dengan negara-negara ASEAN lainnya, baik pada tingkat publikasi dalam jurnal ilmiah dalam negeri, apalagi dalam jurnal ilmiah internasional.

Ide untuk mewajibkan kalangan kampus untuk meningkatkan publikasi tentu saja memiliki nilai positif selain peningkatan jumlah publikasi, juga tulisan-tulisan yang dimuat dalam jurnal bisa menarik kalangan stakeholder atau usahawan sebagai ide dalam mengembangkan dunia bisnis dan industri berkat hasil temuan para peneliti, sehingga hasil penelitian tidak hanya menjadi bahan pustaka melainkan dapat diaplikasikan untuk meningkatkan dunia usaha dalam rangka peningkatan kesejahteraan bangsa. Selain dari itu, usaha untuk membuat karya ilmiah bisa mendorong para mahasiswa memompa potensi keilmuannya (*capacity building*) untuk lebih kreatif, sekaligus hasil penelitian mereka menjadi laporan pertanggungjawaban ilmiah dalam rangka penyelesaian studi mereka pada jenjang tertentu.

Dalam kaitan ini, penulisan tesis dan skripsi sangat penting bagi seorang mahasiswa untuk menunjukkan kapasitas keintelektualannya, sampai sejauhmana penguasaan ilmu dan kemampuan untuk menuangkan hasil pikirannya dalam bentuk karya tulis. Selama ini skripsi seringkali dipandang sebelah mata oleh kalangan awam sebagai komoditi bisnis kalangan intelektual

yang dilaksanakan melalui kampus-kampus. Skripsi atau tesis menjadi barang rongsokan yang ditumpuk dalam perpustakaan dan kurang dijamah untuk dibaca, bahkan menjadi sumber penjiplakan untuk skripsi lainnya.

Fenomena ini tidak bisa dilepaskan karena penulisan tesis dan skripsi seringkali dipandang sebagai sekadar untuk memenuhi persyaratan penyelesaian studi untuk jenjang tertentu, apakah itu untuk memperoleh gelar sarjana S1 atau gelar Magister S2. Padahal skripsi atau tesis menjadi cermin kapasitas suatu lembaga pendidikan. Artinya bobot skripsi menjadi ukuran berkualitas tidaknya lembaga pendidikan itu, notebene kualitas dari mahasiswa dan dosen yang membimbingnya. Selain dari itu tesis dan skripsi menjadi tolak ukur aktualitas dan kemampuan suatu lembaga pendidikan untuk membaca dan mengikuti perkembangan situasi, baik pada perkembangan ilmu pengetahuan, teknologi, dan juga dinamika masyarakat.

Karena itu penelitian ini mencobamengkaji tema tesis dan skripsi mahasiswa program S2 dan S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin 5 tahun terakhir ini, dari tahun 2007 sampai tahun 2011. Tema merupakan ide dasar sebuah tulisan. Tanpa tema, sebuah tulisan tidak ada artinya sama sekali. Selain itu, tema juga merupakan tujuan, atau ide pokok di dalam suatu tulisan yang merupakan patokan untuk membangun suatu tulisan. Dengan kata lain, tema adalah suatu unsur yang memandu seorang penulis sebagai ide utama atau pemikiran pokok, ke mana sebuah tulisan diarahkan. Robert Stanton menempatkan tema sebagai sebuah arti pusat dalam tulisan. Stanton lebih jauh menyatakan bahwa tema berhubungan dengan makna pengalaman hidupnya. Oleh karena itu, tema menjadi salah satu unsur dari suatu tulisan yang memberikan kekuatan dan sekaligus sebagai unsur pemersatu kepada sebuah fakta dan alat-alat pembahasan, yang mengungkapkan tentang fenomena yang dibahas.

Tema tidak dapat dipisahkan dari permasalahan-permasalahan yang dikemukakan penulis dalam karyanya sebab tema selalu berkaitan dengan masalah (kehidupan) yang dikemukakan dalam tulisan. Akan tetapi tema tidak sama dengan masalah. Tema adalah suatu (hal) yang berkaitan dengan pandangan, pendapat, ataupun sikap penulis tentang suatu masalah, sedangkan masalah adalah sesuatu hal yang harus diselesaikan. Sebuah tema pada dasarnya merupakan abstraksi dari suatu masalah. Oleh karena itu, tema sebuah tulisan haruslah diabstraksikan dari masalah utama yang diungkapkan oleh penulis.

Selain tema, juga metode riset sangat penting di tengah perdebatan antara kualitatif dan kuantitatif untuk diteliti. Tipe penelitian mana yang mendominasi penelitian skripsi dan tesis yang dilaksanakan oleh para mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi selama 5 tahun terakhir ini. Tipe penelitian perlu diketahui untuk melihat kecenderungan-kecenderungan peralatan ilmiah yang selama ini digunakan, apakah mengalami kemajuan, stagnasi atau ada perkembangan baru di bidang metodologi riset yang bisa diaplikasikan oleh para mahasiswa. Penggunaan metode riset sangat penting bukan saja untuk kepentingan hasil riset itu sendiri, tetapi juga untuk pengembangan studi metodologi riset sebagai kajian atau disiplin ilmu yang perlu dikembangkan.

Oleh karena tema dan metode riset tesis dan skripsi menjadi landasan pokok untuk pembahasan karya ilmiah, dan juga sekaligus menjadi tolak ukur kemampuan suatu lembaga pendidikan tinggi melihat, membaca, dan menganalisis situasi terkini dan dinamika suatu permasalahan, apakah itu dalam bidang ilmu pengetahuan, teknologi dan dinamika masyarakat, maka pembahasan masalah tema skripsi dan tesis ini dipandang perlu bagi Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin dengan tujuan tertentu. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan : (1) Untuk mengetahui tema dan

metode riset yang digunakan para mahasiswa program Sarjana (S1) dan Magister (S2) Ilmu Komunikasi dalam penulisan tesis dan skripsi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin dalam 5 tahun terakhir (2007 – 2011). (2) Sejauh mana perbedaan pengungkapan tema dan penggunaan metode riset dalam penulisan Skripsi dan Tesis antara mahasiswa program Sarjana (S1) dan Magister (S2) Ilmu Komunikasi Fisip Unhas dalam 5 tahun terakhir (2007 – 2011).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan dengan mengambil tempat di Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin, Perpustakaan Pusat Universitas Hasanuddin.

Objek penelitian ini adalah semua Skripsi Mahasiswa Program Sarjana (S1) dan Program magister (S2) yang telah dipertahankan di depan Komisi Penguji dalam 5 tahun terakhir, dalam kurun waktu 2007 sampai 2011. Penetapan batas waktu 5 tahun terakhir atas pertimbangan bahwa 5 tahun dipandang masih baru, dan bisa dilihat trend atau kecenderungannya untuk melakukan proyeksi ke depan.

Skripsi dan Tesis yang telah dibaca dikelompokkan menurut kategori Tema dan Tipe Penelitian.

1. Kategori Tema
2. Kategori Metode Riset

HASIL PENELITIAN

Mahasiswa dan Alumni Ilmu Komunikasi

Sampai pada tahun 2011 jumlah mahasiswa program studi ilmu komunikasi yang terdaftar (aktif mengikuti kegiatan akademik) adalah sebanyak 483 orang, yakni 323 orang untuk program S1 dan 160 orang mahasiswa program Magister (S2).

Perlu diketahui bahwa jumlah mahasiswa ilmu komunikasi yang diterima baik program sarjana (S1) maupun program Magister (S2) berfluktuasi dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan karena kebijakan dari Universitas Hasanuddin untuk melihat daya tampung yang tersedia. Misalnya untuk program S1 jumlah pelamar yang masuk berkisar antara 800 sampai 1100 orang per tahun, tapi yang diterima rata-rata di bawah 100 orang. Ini berarti tingkat keketatan untuk diterima pada program S1 komunikasi cukup tinggi. Demikian pula untuk program Magister (S2) jumlah yang melamar rata-rata 60 orang pertahun, namun yang diterima hanya dibawah 50 orang. Dengan demikian pelamar untuk program S2 ada beberapa yang tidak bisa tertampung, selain karena daya tampung yang tersedia juga karena kualitas masukan yang dijadikan standar tidak bisa terpenuhi, misalnya kemampuan TPA dan bahasa Inggris yang menjadi persyaratan utama.

Sebagian besar mahasiswa program studi ilmu komunikasi berasal dari Provinsi Sulawesi Selatan, dan kawasan Indonesia bagian Timur, misalnya Sulawesi Barat, Sulawesi Tenggara, Sulawesi Tengah, Maluku, Papua, NTT, NTB, Kalimantan Timur, Kalimantan Selatan, Papua. Tapi ada juga beberapa mahasiswa yang berasal dari Jawa dan.

Sumatra, khususnya yang mengikuti program pasca sarjana. Selama 5 tahun terakhir jumlah alumni yang berhasil diluluskan adalah 322 orang untuk S1 dan 114 orang untuk program S2. Belum termasuk angkatan mulai angkatan 2007 – 2011 untuk S1 dan angkatan 2010-2011 untuk S2 yang sementara dalam proses penyelesaian. Karena itu semestinya jumlah skripsi dan tesis yang dijadikan unit analisis adalah $S1 = 322 \text{ buah} + S2 = 114 \text{ buah} = 436 \text{ buah}$. Tapi yang berhasil ditemukan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah Skripsi dan Tesis yang dijadikan Unit Analisis dari 2007 s/d 2011

Jenjang	Skripsi	Tesis	Jumlah (%)
Sarjana (S1)	274	-	274 (71.7%)
Magister (S2)	-	108	108 (28.3%)
Jumlah	274 (71.7%)	108 (28.3%)	382 (100.00%)

Sumber: Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unhas.

Catatan: S1 = 274 skripsi dari 322 alumni (85,09%) dari tahun 2007 s/d 2011

S2 = 108 tesis dari 114 alumni (94.73%) dari tahun 2007 s/d 2011

Tema Pokok

Tema sebagai satu gagasan, pikiran atau persoalan utama yang mendasari sesebuah karya sastra dan terungkap secara langsung (eksplisit) atau tidak langsung (implisit). Tema dalam sesebuah cerita tidak dapat dilihat sepenuhnya sehingga cerita itu selesai dibaca. Selain itu, tema dapat dikesan melalui: perwatakan watak-watak dalam sesebuah cerita, peristiwa, kisah, suasana dan unsur lain seperti nilai-nilai kemanusiaan dan kemasyarakatan yang terdapat dalam cerita. Persoalan-persoalan yang disinggulkan dan kemudian mendapatkan pokok persoalannya secara keseluruhan. cerita diselesaikan, semuanya menentukan rupa tema yang dikemukakan oleh pengarang.

Tema skripsi merupakan satu ide gagasan yang membahas tentang persoalan utama suatu karya ilmiah sebagai syarat memperoleh kesarjanaan di bidang ilmu komunikasi pada tahun 2007. Tema komunikasi mencakup gagasan menyeluruh tentang proses pertukaran pesan atau informasi. Informasi secara sederhana merupakan isi dari proses komunikasi, isi komunikasi itu bisa bersifat informasi-sosial, budaya, pengetahuan, hiburan, dan sebagainya.

Proses itu berlangsung dalam tujuh komponen yang berurutan, oleh Schramm

(1982) yang dikutip Straubhaar dan LaRose (1997:7) terdiri dari : sumber (*source*) ; pemula komunikasi, pesan (*message*) ; isi komunikasi atau informasi yang dipertukarkan, penyandi (*encoder*) ; penerjemah pesan dalam bentuk yang dapat dikomunikasikan, saluran (*channel*) ; medium atau sistem transmisi sejumlah pesan dari suatu tempat ke tempat lain, penyandi-balik (*decoder*) ; proses penerjemahan balik, penerima (*reciever*) ; sasaran komunikasi, dan umpan balik (*feedback*) ; mekanisme antara sumber dan penerima yang digunakan untuk mengatur alur komunikasi, dan gangguan/hambatan (*noise*) ; kesalahan atau gangguan yang tidak diinginkan di kenal sejak pertukaran informasi.

Tema Pokok Penelitian Skripsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi mulai 2007 s/d 2011 diatas, diperoleh gambaran bahwa dari 12 kategori tema pokok yang berbasis pada kajian komunikasi, maka yang paling tinggi persentasenya adalah Komunikasi Massa/Jurnalistik, yakni 27.7 persen, disusul dengan komunikasi interpersonal sebanyak 22.6 persen.

Tabel 2. Distribusi Tema Pokok Penelitian Skripsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi mulai 2007 s/d 2011

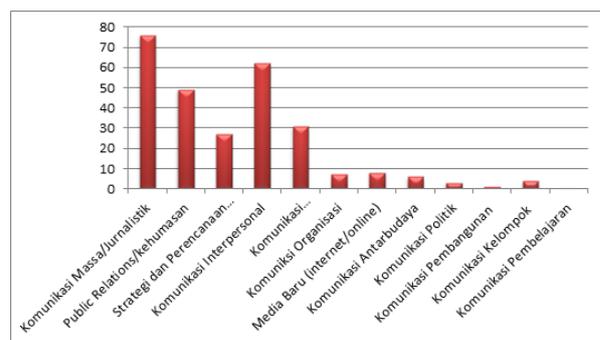
No.	Tema Skripsi	Jumlah (F)	Persentase (%)
1	Komunikasi Massa/Jurnalistik	76	27.7
2	Public Relations/kehumasan	49	17.9
3	Strategi dan Perencanaan Komunikasi	27	9.8
4	Komunikasi Interpersonal	62	22.6
5	Komunikasi Pemasaran/Periklanan	31	11.3
6	Komunikasi Organisasi	7	2.6
7	Media Baru (internet/online)	8	2.9

8	Komunikasi Antarbudaya	6	2.2
9	Komunikasi Politik	3	1.1
10	Komunikasi Pembangunan	1	0.4
11	Komunikasi Kelompok	4	1.5
12	Komunikasi Pembelajaran	-	-
Total		274	100.0

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2012)

Tema lainnya yang mendapat perhatian dari mahasiswa S1 adalah Public Relations atau kehumasan sebanyak 17.9 persen, disusul dengan komunikasi pemasaran/periklanan sebesar 11.3 persen, dan Perencanaan dan Strategi Komunikasi sebesar 9.8 persen. Selebihnya dibawah 5 persen.

Tema lainnya yang mendapat perhatian dari mahasiswa S1 adalah tema di bidang Public Relations atau kehumasan sebanyak 17.9 persen, disusul dengan komunikasi pemasaran/periklanan sebesar 11.3 persen, dan Perencanaan dan Strategi Komunikasi sebesar 9.8 persen. Selebihnya dibawah 5 persen.

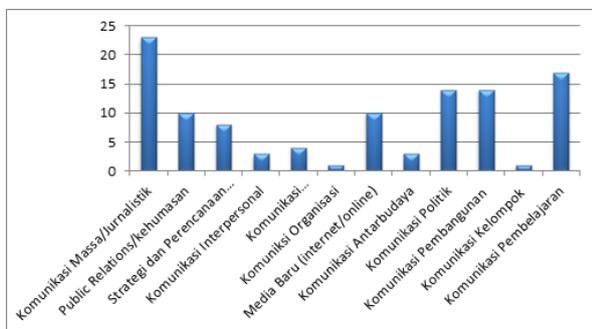


Gambar 1. Grafik Distribusi Tema Pokok Penelitian Skripsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi mulai 2007 s/d 2011

Tabel 3. Distribusi Tema Pokok Penelitian Tesis (S2) Mahasiswa Ilmu Komunikasi mulai 2007 s/d 2011

No.	Tema Skripsi	Jumlah (F)	Persentase (%)
1	Komunikasi Massa/Jurnalistik	23	21.3
2	Public Relations/kehumasan	10	9.3
3	Strategi dan Perencanaan Komunikasi	8	7.4
4	Komunikasi Interpersonal	3	2.8
5	Komunikasi Pemasaran/Periklanan	4	3.7
6	Komunikasi Organisasi	1	0.9
7	Media Baru (internet/online)	10	9.3
8	Komunikasi Antarbudaya	3	2.8
9	Komunikasi Politik	14	13.0
10	Komunikasi Pembangunan	14	13.0
11	Komunikasi Kelompok	1	0.9
12	Komunikasi Pembelajaran	17	15.6
	Total	108	100.00

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2012)

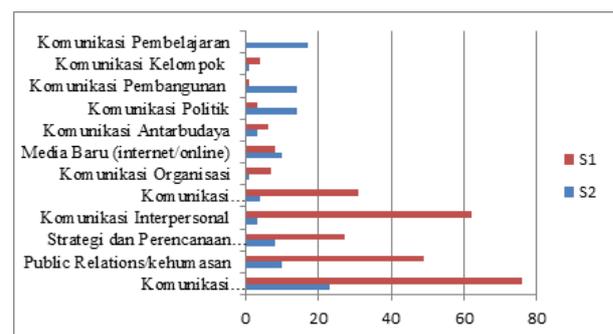


Gambar 2. Grafik Distribusi Tema Pokok Penelitian Tesis (S2) Mahasiswa Ilmu Komunikasi mulai 2007 s/d 2011

Hampir sama dengan tema pokok yang dilakukan oleh mahasiswa S1, maka mahasiswa

program Magister (S2) juga memiliki kecenderungan yang sama, yakni selama 5 tahun terakhir sebagian besar didominasi penelitian di bidang Komunikasi massa/Jurnalistik dengan persentase sebesar 21.3 persen. Selanjutnya tema Komunikasi Politik dan Komunikasi Pembangunan memiliki persentase yang sama yakni masing-masing 13.0 persen, disusul tema public relations/kehumasan dan media baru (internet) juga memiliki persentase yang sama yakni 9,3 persen. Selebihnya rata-rata dibawah 5 persen, kecuali tema perencanaan dan strategi komunikasi memperoleh nilai 7.4 persen.

Untuk melihat perbandingan rekapitulasi tema skripsi Strata I (S1) dan tesis mahasiswa strata 2 (S2) yang telah menyelesaikan studi antara tahun 2007-2011, seperti terangkum pada tabel dan diagram berikut :



Gambar 3. Grafik Distribusi Tema Pokok Penelitian Skripsi (S1) dan Tesis (S2) Mahasiswa Ilmu Komunikasi mulai 2007 s/d 2011

Sub Tema (Isu)

Dari data yang berhasil dikumpulkan tentang sub-tema (Isu) yang diangkat para mahasiswa S1 prodi Ilmu Komunikasi untuk penulisan skripsinya, diperoleh gambaran bahwa isu yang paling menonjol adalah:

1. Analisis Film dan Televisi (23)
2. Promosi Pemasaran (22)
3. Internal Public (19)
4. Konsep diri (Self Disclosure) (19)
5. Perilaku Komunikasi Interperso-nal (17)
6. Efek Media Massa (16)
7. Strategi Komunikasi (16)
8. Eksternal Public (16)

Dari 8 isu yang menonjol dalam penulisan skripsi mahasiswa S1, ada 5 isu yang menunjukkan frekuensi yang sama, yakni antara Internal Public dan Konsep diri masing-masing 19 orang mahasiswa, dan Efek Media Massa, Strategi Komunikasi, dan Eksternal Publik masing-masing 16 orang.

Berbeda dengan mahasiswa program strata 1 (S1), maka tema yang banyak diangkat oleh mahasiswa program magister (S2) I sesuai dengan sajian data dalam tabel 46 ternyata lebih banyak pada isu:

1. Etika dan Perundang-undangan Media Massa (Sensor Diri – Kontrol Pers - Ombudsman media – Hak Jawab) - (7)
2. Kampanye Politik dan Pencitraan Kandidat (7)
3. Media Pembelajaran (Multi Media) dan Prestasi Belajar (7)
4. Efek Media dan Opini Publik (5)
5. Pariwisata (5)

Dilihat dari trend waktu dari tahun 2007 sampai tahun 2011, boleh dikata dari 5 isu yang diangkat itu, rata-rata memperoleh frekuensi yang sama, artinya tidak ada penonjolan yang tajam tentang adanya kecenderungan, karena interval nomilanya hanya berkisar antara frekuensi 1, 2, dan 3.

Tetapi yang cukup menarik bahwa isu yang diangkat oleh mereka cukup variatif, misalnya pers dan teroris, pornografi dan etika media dalam kajian media massa. Dalam kajian Public Relation/Kehumasan yang diangkat misalnya PR korporasi, CSR dan gerakan Separatisme di Maluku. Dalam kajian Perencanaan dan Strategi Komunikasi tema isu konflik dalam hubungannya dengan pemekaran daerah, demikian pula dalam kajian media baru tema seperti kebebasan berpendapat dalam jejaring sosial dan *human trafficking*, serta perilaku komunikasi antara manajer Tionghoa dan karyawan pribumi dalam perusahaan. Hanya saja karena jumlah mahasiswa S2 relatif kecil yakni hanya (sampel 108) maka frekuensinya juga tidak terlalu tinggi.

Metode Riset

Dari Tabel 4 diperoleh gambaran bahwa selama tahun 2007 sampai 2011, mahasiswa program studi Ilmu komunikasi Strata 1 (S1) pada umumnya memakai metode survey sebagai metode penelitian yang paling mendominasi dalam penulisan skripsinya, sebesar 52.9 persen. Selanjutnya disusul dengan studi kasus sebanyak 22.6 persen. Sedangkan Analisis Isi sebanyak 20.8 persen. Dari analisis ini maka yang terbanyak digunakan adalah semiotika (9.1 persen), dan studi wacana (6.9 persen).

Tabel 4. Distribusi Kecenderungan Metode Riset Skripsi (S1) Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas mulai 2007 s/d 2011

Metode Riset	2007	2008	2009	2010	2011	Jml	%
Eksperimen	-	-	-	-	1	1	0.4
Survey (Field Research)	36	52	18	17	22	145	52.9
Analisis Isi							
a. Semiotika	8	3	8	1	5	25	9.1
b. Analisis Framing	1	2	2	2	6	13	4.8
c. Studi Wacana (Tekstual)	2	5	1	3	8	19	6.9
d. Analisis Wacana Kritis	-	-	-	-	-	-	-
e. Analisis Retorika	-	-	-	-	-	-	-
f. Analisis Ideologi	-	-	-	-	-	-	-

Studi Kasus	17	11	17	8	9	62	22.6
Etnografi							
Karya Produk Media (Televisi, Radio, dan Majalah.	-	3	1	3	2	9	3.3
Total	64	76	47	34	53	274	100.0

Mengenai metode penelitian yang digunakan oleh mahasiswa program magister (S2) dapat dilihat dalam tabel berikut:

masih didominasi metode kualitatif dengan persentase sebanyak 77.38, sementara yang memakai analisis kuantitatif hanya 22.62 persen.

**Tabel 5. Distribusi Penggunaan Metode Riset Tesis (S2)
Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas Tahun 2007 s/d 2011**

Metode Riset	2007	2008	2009	2010	2011	Jml	%
Eksperimen	2	4	7	-		13	12.0
Survey (Field Research)	10	10	21	20	13	74	68.5
Analisis Isi							
a. Semiotika	-	1	1	2	-	4	3.7
b. Analisis Framing	1	-	1	4	-	6	5.6
c. Studi Wacana (Tekstual)	2	1	4	1	2	10	9.3
d. Analisis Wacana Kritis	1	-	-	-		1	0.9
e. Analisis Retorika	-	-	-	-			
f. Analisis Ideologi	-	-	-	-			
Studi Kasus							

Dari data rekapitulasi yang dihimpun sejak tahun 2007 sampai 2011 terlihat bahwa dari 4 metode riset yang ada, maka metode analisis yang paling banyak digunakan oleh para mahasiswa program S2 Ilmu Komunikasi adalah metode riset Survei yakni 68.5 persen, menyusul metode analisis isi sebanyak 19.5 persen, dan untuk eksperimen sebanyak 12.0 persen. Dari analisis isi, maka metode wacana (discourse analysis) yang paling tinggi, yakni 9.3 persen, lalu analisis framing sebanyak 5.6 persen.

Metode Analisis Data

Mengenai metode analisis data, dari tabel diatas diperoleh gambaran bahwa metode analisis data yang digunakan mahasiswa program S1 Ilmu Komunikasi Fisip Unhas,

**Tabel 6. Distribusi Metode Analisis
Skripsi S1 Mahasiswa Ilmu Komunikasi
dari 2007 s/d 2011**

No.	Metode Analisis	Jumlah (F)	Persentase (%)
1.	Metode Kuantitatif	62	22.62
2.	Metode Kualitatif	212	77.38
Total		274	100.00

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2012)

Tabel 7. Distribusi Penggunaan Metode Analisis Tesis (S2) Mahasiswa Ilmu Komunikasi Pascasarjana Tahun 2007 s/d 2011

No.	Metode Analisis	Jumlah (F)	Persentase (%)
1.	Metode Kuantitatif	36	33.3
2.	Metode Kualitatif	72	66.7
Total		108	100.0

Sumber : Hasil Olahan Data Primer (2012)

Keadaan yang sama juga ditemukan pada mahasiswa program magister (S2) ilmu komunikasi, dimana persentase yang paling tinggi adalah mereka yang memakai metode analisis data kualitatif sebanyak 66.7 persen, dan hanya 33.3 persen yang memakai metode analisis data kuantitatif.

PEMBAHASAN

Tema

Tema sebagai satu gagasan, pikiran atau persoalan utama yang mendasari sesebuah karya sastra dan terungkap secara langsung (eksplisit) atau tidak langsung (implisit). Tema dalam sesebuah cerita tidak dapat dilihat sepenuhnya sehingga cerita itu selesai dibaca. Selain itu, tema dapat dikesan melalui: perwatakan watak-watak dalam sesebuah cerita, peristiwa, kisah, suasana dan unsur lain seperti nilai-nilai kemanusiaan dan kemasyarakatan yang terdapat dalam cerita. Persoalan-persoalan yang disinggulkan dan kemudian mendapatkan pokok persoalannya secara keseluruhan. cerita diselesaikan, semuanya menentukan rupa tema yang dikemukakan oleh pengarang.

Tema skripsi merupakan satu ide gagasan yang membahas tentang persoalan utama suatu karya ilmiah sebagai syarat memperoleh kesarjanaan di bidang ilmu komunikasi pada tahun 2007. Tema komunikasi mencakup gagasan menyeluruh tentang proses pertukaran pesan atau informasi. Informasi secara sederhana merupakan isi dari proses komunikasi, isi

komunikasi itu bisa bersifat informasi-sosial, budaya, pengetahuan, hiburan, dan sebagainya.

Proses itu berlangsung dalam tujuh komponen yang berurutan, oleh Schramm (1982) yang dikutip Straubhaar dan LaRose (1997:7) terdiri dari : sumber (*source*) ; pemula komunikasi, pesan (*massage*) ; isi komunikasi atau informasi yang dipertukarkan, penyandi (*encoder*) ; penerjemah pesan dalam bentuk yang dapat dikomunikasikan, saluran (*channel*) ; medium atau sistem transmisi sejumlah pesan dari suatu tempat ke tempat lain, penyandi-balik (*decoder*) ; proses penerjemahan balik, penerima (*reciever*) ; sasaran komunikasi, dan umpan balik (*feedback*) ; mekanisme antara sumber dan penerima yang digunakan untuk mengatur alur komunikasi, dan gangguan/hambatan (*noise*) ; kesalahan atau gangguan yang tidak diinginkan di kenal sejak pertukaran informasi.

Tema Pokok

Jika kita memperhatikan sajian data yang terdapat pada rekapitulasi tema pokok (Gambar 3) kedua strata, yakni Strata 1 (S1) dan Strata 2 (S2) alumni program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin selama 5 tahun (2007 s/d 2011) , terlihat dari 12 kajian/genre ilmu komunikasi maka ada 4 tema pokok yang paling menonjol, yakni :

1. Komunikasi Massa/Jurnalistik (27.7 %)
2. Komunikasi Interpersonal (22.6 %)
3. Public Relations/Kehumasan (17.9 %)
4. Komunikasi Pemasaran (11.3 %)

Menonjolnya ke 4 tema pokok ini dalam pengambilan topik skripsi sarjana S1 Ilmu Komunikasi di Fisip Unhas, disebabkan karena memang ada 3 konsentrasi studi selama ini yang menjadi trademark, yakni Komunikasi Massa/Jurnalistik, Public Relations, dan Komunikasi Pemasaran. Hal itu bisa dilihat bahwa arah kurikulum program S1 Ilmu Komunikasi selama ini didesain untuk memenuhi ketiga konsentrasi itu.

Cukup mengherankan adalah cukup besarnya persentase Komunikasi Interpersonal, meski tidak menjadi salah satu konsentrasi studi dalam prodi ilmu komunikasi, tapi bisa memperoleh persentase kedua setelah komunikasi massa. Hal ini ada kemungkinan daya tarik mahasiswa untuk mengangkat topik komunikasi interpersonal makin disadarinya bahwa komunikasi interpersonal sebagai landasan yang sangat mendasar dalam hubungan antar manusia, atau bisa juga selama ini materi yang diberikan dalam mata pelajaran komunikasi interpersonal banyak menyentuh nurani para mahasiswa atau kemampuan dosen mata kuliah tersebut mampu menggugah mahasiswa.

Beda dengan tema pokok yang diangkat oleh para mahasiswa program Magister (S2) dalam penulisan tesisnya, justru menunjukkan trend yang lain dengan menampilkan urutan, yakni :

1. Komunikasi Massa/Jurnalistik (21.3%)
2. Komunikasi Politik (13.0%)
3. Komunikasi Pembangunan (13.0%)
4. Public Relations/Kehumasan (9.3%)
5. Media Baru (Internet-online) (9.3%).

Dari 5 tema pokok ini, Komunikasi Politik dan Komunikasi Pembangunan memiliki persentase yang sama (13.0%) dan Public Relations/Kehumasan dan Media Baru (internet-online) sebanyak 9.3%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pengambilan tema oleh mahasiswa program magister (S2) cukup variatif, dengan penekanan yang hampir sama pada 5 tema pokok, kecuali komunikasi massa/jurnalistik yang cukup menonjol (21.3 %).

Menonjolnya tema pokok Komunikasi Massa, Komunikasi Politik dan Komunikasi Pembangunan pada strata 2 karenan kurikulum selama ini didesain pada 3 konsentrasi yakni : (1) Komunikasi Massa yang kemudian diubah menjadi Kajian Media dan Dinamika Politik, (2) Komunikasi Pembangunan yang kemudian diubah menjadi Manajemen dan Perencanaan Komunikasi, termasuk didalamnya studi Public

Relations dan Kehumasan, dan (3) Komunikasi Pendidikan dan Teknologi Media Pembelajaran.

Menarik untuk disimak adalah tema pokok Media Baru berupa internet atau media on-line, nampaknya sudah menempati tempat dalam menarik perhatian para mahasiswa program magister. Mahasiswa program magister sudah mencoba memasuki genre media ini dengan segala keunikannya, baik sebagai e-newspaper maupun sebagai e-learning.

Jika kedua program ini dibandingkan, yakni antara S1 dan S2, maka kedua-duanya memiliki trend yang hampir sama, yakni pengambilan tema utama dalam penulisan skripsi maupun tesis ada hubungannya dengan arah konsentrasi studi (keahlian) yang mereka masuki dengan kurikulum yang ditawarkan pada masing-masing konsentrasi studi, tapi tidak terlepas juga adanya kebebasan untuk mengikuti perkembangan (trend baru) yang berkembang dalam masyarakat, misalnya usaha untuk mengangkat media baru, komunikasi politik, dan komunikasi interpersonal dan komunikasi pemasaran. Sedangkan dominasi komunikasi massa pada kedua program studi (S1 dan S2) karena memang program studi didesain dari awalnya sebagai kajian Komunikasi Massa.

Berkembangnya tema-tema lain sebagai kajian studi tentu saja tidak bisa dilepaskan bahwa perkembangan ilmu komunikasi makin kompleks dengan munculnya kajian-kajian baru, sehingga program studi ilmu komunikasi yang selama ini diberi trademark sebagai kajian Komunikasi Massa juga membuka diri dengan menerima kehadiran kajian-kajian baru tersebut seperti komunikasi politik, media baru, perencanaan komunikasi, komunikasi pemasaran dalam rangka memperkaya wahana ilmu komunikasi itu sendiri.

Sub Tema (Isu)

Menonjolnya isu film dan televisi yang diangkat oleh mahasiswa tentu saja ada kecenderungan makin trendnya media ini,

terutama dalam produksi media TV dan film yang menarik para mahasiswa S1. Demikian juga halnya daya tarik mereka dalam promosi pemasaran (22) yang kian marak sekarang, terutama dengan berkembang-nya dunia bisnis baik untuk pemasaran barang maupun untuk pemasaran jasa yang bersifat komersial.

Isu tentang konsep diri dan perilaku komunikasi dalam kajian komunikasi interpersonal cukup menonjol dengan frekuensi (19 dan 17) melebihi isu lainnya. Sedangkan isu lainnya yakni eksternal public, strategi komunikasi dan efek media massa masing-masing memiliki frekuensi 16.

Tak kalah pentingnya untuk diangkat dalam pembahasan ini adalah isu tentang penyiaran radio dan studi wacana isi pemberitaan juga diangkat oleh mahasiswa program S1 sebagai tema dalam penulisan skripsi, yakni dengan frekuensi 13 dan 14 orang mahasiswa.

Jika dilihat dari trend waktu, maka yang menonjol pada tahun 2007 adalah analisis film untuk media massa, dan perilaku komunikasi untuk komunikasi interpersonal. Tahun 2008 adalah isu promosi pemasaran dalam hubungannya dengan peningkatan penjualan (10) dan analisis film dan TV (8). Tahun 2009 cukup merata pada semua isu yang diangkat, tidak ada diatas frekuensi 5, sedangkan tahun 2010 isu eksternal public (6) dan konsep diri (5). Sedangkan tahun 2011 yang menarik mahasiswa adalah studi wacana isi pemberitaan media, strategi komunikasi dan perilaku komunikasi masing-masing 6 orang mahasiswa.

Berbeda dengan mahasiswa program strata 1 (S1), maka tema yang banyak diangkat oleh mahasiswa program magister (S2) ternyata lebih banyak pada isu :

1. Etika dan Perundang-undangan Media Massa (Sensor Diri – Kontrol Pers - Ombudsman media – Hak Jawab) - (7)
2. Kampanye Politik dan Pencitraan Kandidat (7)

3. Media Pembelajaran (Multi Media) dan Prestasi Belajar (7)
4. Efek Media dan Opini Publik (5)
5. Pariwisata (5)

Dilihat dari trend waktu dari tahun 2007 sampai tahun 2011, boleh dikata dari 5 isu yang diangkat itu, rata-rata memperoleh frekuensi yang sama, artinya tidak ada penonjolan yang tajam tentang adanya kecenderungan, karena interval nomilanya hanya berkisar antara frekuensi 1, 2, dan 3.

Tetapi yang cukup menarik bahwa isu yang diangkat oleh mereka cukup variatif, misalnya pers dan teroris, pornografi dan etika media dalam kajian media massa. Dalam kajian Public Relation/Kehumasan yang diangkat misalnya PR korporasi, CSR dan gerakan Separatisme di Maluku. Dalam kajian Perencanaan dan Strategi Komunikasi tema isu konflik dalam hubungannya dengan pemekaran daerah, demikian pula dalam kajian media baru tema seperti kebebasan berpendapat dalam jejaring sosial dan *human trafficking*, serta perilaku komunikasi antara manajer Tionghoa dan karyawan pribumi dalam perusahaan. Hanya saja karena jumlah mahasiswa S2 relatif kecil yakni hanya (sampel 108) maka frekuensinya juga tidak terlalu tinggi.

Jika kedua strata (S1 dan S2) dibandingkan dalam pemilihan sub-tema atau isu, maka nampaknya keduanya memiliki kecenderungan yang hampir sama, yakni mengangkat masalah yang relevan dengan konsentrasi bidang studi yang mereka pilih, yakni untuk program S1 cenderung pada studi Komunikasi Massa, public Relations dan Komunikasi Pemasaran, sedangkan pada program S2 pada bidang studi atau konsentrasi media massa dan dinamika politik, Manajemen dan perencanaan Komunikasi, serta Komunikasi Pendidikan dan Teknologi Media Pembelajaran.

Namun ada yang menarik, bahwa mahasiswa S1 cenderung pada hal-hal yang sifatnya praktis, misalnya film, TV, radio,

dan isi pemberitaan media, sedangkan pada mahasiswa S2 pada hal-hal yang berkaitan dengan etika media massa. Demikian pula dalam hal internal dan eksternal public untuk kajian public relations dan self disclosure untuk kajian komunikasi interpersonal, maka dalam pengambilan sub tema-atau isu untuk program S2 mengarah pada tataran konseptual misalnya kampanye politik dan pencitraan kandidat, serta penggunaan multi media dalam hubungannya dengan pengingatan prestasi belajar siswa.

Jadi kedua program strata (S1 dan S2) masing-masing cukup variatif dalam memilih tema, hanya nampak bahwa pada S1 cenderung pada tataran praktis sedangkan pada program S2 pada tataran konseptual. Hal ini bisa dilihat pada kajian-kajian yang mereka angkat dalam tema dan sub-tema (isu).

Metode Penelitian

Tuckman mendefinisikan penelitian (*research*) “*a systematic attempt to provide answer to question*” yaitu penelitian merupakan suatu usaha yang sistematis untuk menemukan jawaban ilmiah terhadap suatu masalah. Sistematis artinya mengikuti prosedur atau langkah-langkah tertentu. Jawaban ilmiah adalah rumusan pengetahuan, generalisasi, baik berupa teori, prinsip baik yang bersifat abstrak maupun konkret yang dirumuskan melalui alat-primernya, yaitu empiris dan analisis. Penelitian itu sendiri bekerja atas dasar asumsi, teknik dan metode.

Penelitian adalah penerapan pendekatan ilmiah dalam mengkaji suatu masalah. Ini adalah salah satu cara manusia untuk memperoleh pengetahuan (menjadi tahu tentang sesuatu). Cara lain yang lebih tradisional adalah: melalui pengalaman (orang menjadi tahu setelah mengalami sendiri), otoritas (diberi tahu oleh orang yang memiliki otoritas di bidang itu), cara berfikir deduktif (proses berfikir yang bertolak dari pernyataan yang bersifat umum ke pernyataan yang bersifat khusus/ spesifik), dan cara berfiki induktif (proses berfikir yang

beangkat dari pengamatan hal-hal yang spesifik untuk kemudian menarik kesimpulan yang bersifat umum).

Metode Riset

Sebagaimana telah digambarkan pada Bab III bahwa metode Riset yang digunakan dalam penelitian ini mencakup:

1. Metode Eksperimen
2. Metode Survei (field research)
3. Metode Analisis Isi
 - Analisis Semiotik
 - Analisis Framing
 - Analisis wacana/Tekstual
 - Analisis Wacana Kritis
 - Analisis Retorika
 - Analisis Ideologi
4. Studi Kasus
5. Etnografi
6. Karya Produk Media (Televisi, Radio, dan Majalah).

Dari enam tipe atau genre metode riset, maka untuk mahasiswa program S1 Ilmu Komunikasi dalam menyelesaikan penulisan skripsinya sejak tahun 2007 sampai tahun 2011 masih didominasi dengan metode risert survey, yakni 52.9 persen. Dan itu terutama dalam tahun 2007 sampai 2008. Demikian pula halnya dengan pemakaian metode Studi kasus menempati posisi kedua setelah survey dengan nilai 22.6 persen. Tapi sejak tahun 2009 ada kecenderungan mahasiswa S1 memakai metode analisis isi, yakni 20.8 perse, terutama dengan memakai pisau analisis semiotika dan analisis wacana (*discourse analysis*).

Pada program S1 juga sejak tahun 2008 sudah dimulai dilakukan Karya Produk Media (Televisi, Radio, dan Majalah) sebagai salah satu prasyarat untuk penyelesaian studi yang dibahas dalam skripsi mereka. Hanya saja jumlahnya masih relative kecil yakni hanya 3.3 persen.

Hasil rekapitulasi metode riset yang digunakan mahasiswa program magister (S2)

Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin dari tahun 2007 sampai tahun 2011, terlihat bahwa mayoritas mereka masih menggunakan metode survey (68.5%), selebihnya adalah metode Analisis Isi (19.5%) dan Metode Eksperimen sebanyak 12.0%. Analisis Isi pada umumnya memakai metode analisis wacana (*Discourse Analysis*) dan studi semiotika, tapi masih relative kecil jumlahnya.

Jika dibandingkan antara mahasiswa program S1 dan S2 dalam penggunaan metode Riset, maka kecenderungannya ada kesamaan karena masih didominasi oleh metode survey, bahkan program S2 lebih banyak di bandingkan dengan program S1. Sementara untuk metode Analisis Isi, mahasiswa S1 lebih variatif dan lebih tinggi persentasenya dibandingkan dengan mahasiswa S2. Hanya saja ada pada program S2 cukup tinggi persentase mahasiswa yang memakai metode eksperimen (12.0%) dibanding dengan mahasiswa program S1 (0.4%).

Dalam penulisan Skripsi S1 juga ditemui masih tingginya persentase yang memakai studi kasus (22.6%) yang tidak ditemui lagi dalam program S2. Juga cukup khas adalah munculnya karya-karya (produk) media yang ditampilkan oleh program S1 dalam penyelesaian studi, terutama dalam kaitannya dengan produk film, program siaran TV atau produk media cetak lainnya.

Tingginya persentase pemakaian metode survey baik pada program S1 maupun program S2, tentu saja tidak lepas dari pengaruh studi Metodologi Penelitian Sosial (MPS) yang selama ini masih mendominasi studi-studi ilmu social, termasuk ilmu komunikasi. Hanya saja bahwa penelitian komunikasi selama ini juga sudah mengembangkan paradigma SMCRE (Arboleda, 1996), yakni Penelitian Sumber (kendali Informasi) yang biasa disebut *Control Analysis*, Penelitian Media, Penelitian Isi (*Content Analysis*), Penelitian Khalayak (*Audience Research*), dan Analisis Dampak (*Effect Analysis*). Penelitian komunikasi dengan

format seperti ini sedapat mungkin dikedepankan sedangkan analisis- analisis lainnya seperti survey, semiotika, framing, analisis retorika, analisis fenomenologi, analisis ideology, studi kasus, etnografi dan sebagainya sebaiknya tetap mengacu pada paradigma SMCRE yang menjadi peta atau pohon penelitian komunikasi.

Metode Analisis

Metode penelitian komunikasi adalah cara pengumpulan manifestasi isi pesan komunikasi. Metode yang digunakan untuk karya ilmiah mahasiswa ilmu komunikasi meliputi dua metode besar yaitu metode kualitatif dan metode kuantitatif. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan kecenderungan bahwa metode yang digunakan antara periode 2007-2011 adalah metode kualitatif. Metode kualitatif mengutamakan pada keluasan (*Breadth*) dan kedalaman (*depth*) dan memungkinkan peneliti mempelajari isu-isu tertentu secara mendalam dan mendetail karena pengumpulan data tidak dibatasi pada kategori-kategori tertentu saja.

Demikian pula bahwa metode penelitian kualitatif merupakan metode yang menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas (*natural setting*) yang realistis, kompleks dan holistik. Seperti dijelaskan Mason, J. (1996) yang dikutip Denzin dan Lincoln (1994:72) berikut ini:

“a process of inquiry with the goal of understanding a social or human problem from multiple perspectives: conducted in a natural setting with a goal of building a complex and holistic picture of the phenomenon of interest”

Di tengah perdebatan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif yang tidak berkesudahan selama kurang lebih 30 tahun terakhir ini, nampaknya kedua kubu tetap berjalan dengan pengaruhnya masing-masing, baik secara sendiri-sendiri maupun secara integratif (kombinasi) antara metode analisis kualitatif maupun kuantitatif.

Karena itu gambaran penggunaan kedua

analisis ini masih mendominasi pada penulisan skripsi mahasiswa S1, yakni mereka yang memakai metode analisis kualitatif sebanyak 77.4 persen dan yang memakai pendekatan analisis kuantitatif sebanyak 22.6 persen.

Gambaran ini juga tercermin pada mahasiswa program Magister (S2) ilmu Komunikasi, dimana pendekatan analisis kualitatif juga masih dominan dengan 66.7 persen, sedangkan mereka yang memakai pendekatan kuantitatif sebanyak 33.3 persen.

Jika kedua program ini dibandingkan antara mahasiswa S1 dan S2 maka selama lima tahun terakhir sejak tahun 2007 sampai tahun 2011, maka terlihat bahwa Mahasiswa S1 lebih banyak menggunakan metode kualitatif dibanding dengan mahasiswa S2, atau dengan kata lain mahasiswa S2 lebih tinggi persentasenya yang memakai pendekatan analisis kuantitatif daripada mahasiswa S1.

KESIMPULAN

1. Ada 11 kajian komunikasi yang dijadikan tema pokok para mahasiswa program S1 Ilmu Komunikasi Fisip Unhas selama 5 tahun terakhir (2007 s/d 2011), 4 diantaranya yang paling menonjol yakni; (a) Komunikasi Massa/Jurnalistik, (b) Komunikasi Interpersonal, (c) Public Relations/ Kehumasan, dan Komunikasi Pemasaran. Sedangkan untuk mahasiswa Program Magister (S2) adalah 12 tema, 5 diantaranya yang menonjol, yakni : (a) Komunikasi Massa/ Jurnalistik, (b) Komunikasi Politik, (c) Komunikasi Pembangunan, (d) Public Relations/ Kehumasan, (e) Media Baru (Internet-online).
2. Ada 33 Isu atau sub-tema yang diangkat para mahasiswa S1, 7 diantaranya yang menonjol, yakni : (a) Analisis Film dan Televisi, (b) Promosi Pemasaran, (c) Internal Public, (d) Konsep diri/Self Disclosure, (e) Perilaku Komunikasi

Interpersonal, (f) Efek Media Massa, (g) Strategi Komunikasi, (h) Eksternal Public. Sedangkan untuk mahasiswa program Magister (S2) ada 36 isu, diantaranya 5 yang paling menonjol yakni : (a) Etika dan Perundang-undangan Media Massa (Sensor Diri – Kontrol Pers - Ombudsman media – Hak Jawab) (b) Kampanye Politik dan Pencitraan Kandidat, (c) Media Pembelajaran (Multi Media) dan Prestasi Belajar, (d) Efek Media dan Opini Publik, (e) Pariwisata.

3. Jika kedua strata (S1 dan S2) dibandingkan dalam pemilihan sub-tema atau isu, maka nampaknya keduanya memiliki kecenderungan yang hampir sama, yakni cukup variatif dan mengangkat masalah yang relevan dengan konsentrasi bidang studi yang mereka pilih. Bagi mahasiswa S1 cenderung pada tataran praktis sedangkan pada program S2 pada tataran konseptual. Hal ini bisa dilihat pada kajian-kajian yang mereka angkat dalam tema dan sub-tema (isu). Misalnya mahasiswa S1 cenderung pada mengangkat isu film, TV, radio, dan isi pemberitaan media, sedangkan pada mahasiswa S2 pada hal-hal yang berkaitan dengan etika media massa, kampanye politik dan pencitraan kandidat, serta penggunaan multi media dalam hubungannya dengan pengingatan prestasi belajar siswa.
4. Dominasi tema pokok komunikasi massa pada kedua program studi (S1 dan S2) Ilmu komunikasi, karena memang program studi ini pada awalnya didesain sebagai kajian Komunikasi Massa. Tapi ada kecenderungan untuk mengikuti perkembangan (trend) dengan mengangkat tema-tema baru yang berkaitan dengan pers dan teroris, komunikasi politik, media baru, ideology isi pemberitaan, PR Korporasi, CSR, konflik dalam hubungannya dengan pemekaran daerah, kebebasan berpendapat dalam jaring

social dan human trafficking, serta perilaku komunikasi antara manajer Tionghoa dan karyawan pribumi dalam perusahaan. Ini membuktikan bahwa tema-tema dan sub-tema yang diangkat dalam skripsi dan tesis mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi cukup aktual.

5. Dalam hal penggunaan metode Penelitian, mahasiswa program S1 dan S2 cenderung memiliki kesamaan, yakni masih didominasi oleh metode survey. Bahkan untuk pemakaian metode survei program S2 lebih tinggi persentasenya di bandingkan dengan program S1. Sementara untuk metode Analisis Isi, mahasiswa S1 lebih variatif dan lebih tinggi persentasenya dibandingkan dengan mahasiswa S2. Hanya saja ada pada program S2 cukup tinggi persentase mahasiswa yang memakai metode eksperimen (12.0%) dibanding dengan mahasiswa program S1 (0.4%).
6. Selama lima tahun terakhir, yakni dari tahun 2007 sampai 2011, Mahasiswa S1 lebih banyak menggunakan metode kualitatif dalam penelitian skripsinya dibanding dengan mahasiswa S2, dengan kata lain mahasiswa S2 lebih tinggi persentasenya yang memakai pendekatan analisis kuantitatif daripada mahasiswa S1.
7. Mengingat pendekatan pendidikan komunikasi untuk program Sarjana (S1) diarahkan pada tataran praktis, karena itu disarankan agar penelitian untuk penulisan skripsi sebaiknya disertai dengan karya produksi untuk dianalisis dalam rangka peningkatan mutu produk (karya-karya komunikasi), sedangkan untuk program Magister (S2) disarankan agar analisis kritis lebih banyak dilakukan, bukan saja untuk hal-hal yang bersifat tekstual, tetapi juga hal-hal yang berkaitan dengan ideologi dan perilaku komunikasi yang berkembang dalam masyarakat.
8. Masih minimnya penggunaan metode analisis kuantitatif dibanding dengan metode kualitatif yang digunakan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi, baik pada program S1 maupun S2, maka disarankan agar pendekatan kuantitatif tetap dilakukan dengan menimbang masalah yang diangkat relevan untuk dilakukan dengan pengukuran secara kuantitatif.
9. Oleh karena penelitian komunikasi memiliki ciri dan karakteristik sesuai dengan hakekat keilmuannya, maka penelitian komunikasi diharapkan tetap mengacu pada paradigma keilmuan komunikasi sebagai suatu proses pengoperan dan penerimaan lambang (informasi), serta dampaknya. Karena itu paradigma SMCRE senantiasa dikedepankan yakni Penelitian Sumber (kendali Informasi) yang biasa disebut Control Analisis, Penelitian Media (Media Analysis), Penelitian Isi (Content Analysis), Penelitian Khalayak (Audience Research), dan Analisis Dampak (Effect Analysis). Analisis lainnya seperti survei, semiotika, framing, analisis retorika, analisis fenomenologi, analisis ideology, studi kasus, etnografi, fenomenologi dan sebagainya tetap pada paradigma SMCRE sebagai acuan penelitian komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arboleda, Cora R. 1991. *Communication Research*. CFA. Media Group. Manila.
- Best, John W and James V. Kahn. 1989. *Research in Education*. Prentice Hall Inc. Englewood Cliffs. New Jersey 07632
- Creswell, John W. 1994. *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. Sage Publications Inc. Thousand Oaks, California :

- _____. 1998. *Qualitative Inquiry and Research Design : Choosing Among Five Traditions*. USA : Sage Publications Inc.
- Dissanayake, Wimal and Abdul Rahman B. Mohd Said. 1981. *Communication Research and Cultural Value*. AMIC Singapore.
- Denzin, Norman K. and Yvonna, Lincoln. 1994. *Handbook of Qualitative Research*. SAGE Publications, Inc. California.
- Hammersley, Martyn. 1989. *The Dilemma of Qualitative Methods*. Routledge, London
- Jensen, Klaus Bruhn and N. W. Jankowski. 1991. *A Handbook of Qualitative Methodologies For Mass Communication Research*. Routledge. London
- Kidder, Louise, cs. 1981. *Research Methods in Social Relations*. Holth, Rinehart, and Winston. New York.
- Marshall, Catherine and Gretchen B. Rossman. 1995. *Designing Qualitative Research*. Sage Publication, Inc. California 91320
- Neuman, W. Lawrence. 1991. *Social Research Methods*. Allyn and Bacon. Massachusetts 02194
- Tan, Alexis S. 1981. *Mass Communication Theories and Research*. Grid Publishing Inc. Columbus Ohio.