

## SURAT - TUGAS

Nomor: 00632/B.7.2/FHK/07/2023

Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi, Universitas Katolik Soegijapranata, dengan ini memberikan tugas kepada :

NAMA	NIM	TUGAS
1. Fidelis Aggiornamento Saintio., S.Fil.,M.I.Kom.	NPP. 058.1.2022.412	Ketua
2. Rotumiar Pasaribu, SS., M.I.Kom.	NPP. 058.1.2014.294	Anggota
3. B. Lenny Setyowati, SS.,M.I.Kom.	NPP. 058.1.2021.392	

Status : Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum dan Komunikasi


Tugas : Penelitian: Analisis Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata

W a k t u : Semester Genap 2022-2023

T e m p a t : Fakultas Hukum dan Komunikasi

Lain – lain : Harap melaksanakan tugas dengan penuh rasa tanggung jawab, dan memberikan laporan setelah tugas selesai.

Demikian surat tugas ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

  
Semarang, 31 Juli 2023  
Dekan  
  
**Dr. Marcella E. Simandjuntak, S.H., C.N., M.Hum.**  
NPP. NPP. 058.1.1994.161

# PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN

1. Judul : Analisis Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata
2. Ketua Tim
  - a. Nama : FIDELIS AGGIORNAMENTO SAINTIO, S.Fil., M.I.Kom
  - b. NPP : 5812022412
  - c. Program Studi : Ilmu Komunikasi
  - d. Perguruan Tinggi : Unika Soegijapranata
  - e. Alamat Kantor/Telp/Faks/surel : fidelis@unika.ac.id
3. Anggota Tim
  - a. Jumlah Anggota : Dosen 3 orang  
Mahasiswa 0 orang
4. Biaya Total : Rp. 0,00

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi,  
  
Dr. MARSELLA ELWINA  
SIMANUNGJUNTAK, S.H., CN., M.Hum.  
NPP : 5811994161

Semarang, Januari 2023  
Ketua Tim Pengusul

  
FIDELIS AGGIORNAMENTO SAINTIO,  
S.Fil., M.I.Kom  
NPP : 5812022412

Menyetujui,  
Kepala LPPM  
  
Dr. Y. TRIHONI NALASTI DEWI, S.H., M.Hum.

**Anggota Dosen:**

[5812014294]ROTUMIAR PASARIBU, S.S., M.I.Kom., [5812021392]LENNY SETYOWATI, S.S., M.I.Kom.,  
[5812022412]FIDELIS AGGIORNAMENTO SAINTIO, S.Fil., M.I.Kom,



**Catatan:**

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 :  
'Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah'
- Dokumen ini telah diberi tanda tangan digital, tidak memerlukan tanda tangan dan cap basah
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan qr code yang telah tersedia

# BERITA ACARA REVIEW

Program Studi Ilmu Komunikasi - Hukum Dan Komunikasi  
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang

Pada hari ini, 19 Oktober 2022 telah diadakan review kegiatan penelitian/pengabdian dengan judul:

## Analisis Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata

Dengan catatan review sebagai berikut:

- 1. Pemilihan program studi apakah untuk semua program studi di lingkungan FHK? Ini terkait konsistensi sampelnya apakah mahasiswa aktif angkatan 2021 dan 2022 juga termasuk mahasiswa Magister Hukes. Kalau hanya mahasiswa S1, pada judul perlu dibatasi nama Program Studinya. 2. Populasi dan sampel perlu didefinisikan jika menggunakan metode Survei. Jika ternyata populasinya adalah mahasiswa S1 aktif angkatan 2021 dan 2022 dan akan menyebarkan kuesioner ke semuanya, maka namanya Sensus. 3. Perlu menarasikan operasionalisasi konsepnya, karena penelitian kuantitatif.
- 1. Cek kembali kesalahan penulisan (penomoran sub bab, ejaan, dsb) 2. Perlu penegasan kesimpulan agar menjawab tujuan penelitian
- 1. Peneliti mengatakan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu mengapa mahasiswa memutuskan untuk belajar ilmu sosial di Fakultas Hukum dan Komunikasi, Universitas Katolik Soegijapranata (FHK Unika). Menurut saya sebaiknya peneliti fokus meneliti mahasiswa Program Studi (Prodi) Komunikasi saja sebab sepertinya Ilmu Hukum bukan termasuk dalam rumpun ilmu-ilmu sosial. 2. Apakah peneliti akan memfokuskan penelitian ini pada alasan mengapa mahasiswa memilih belajar ilmu sosial di perguruan tinggi atau mengapa mahasiswa memilih berkuliah di FHK Unika? Nampaknya keduanya memiliki fokus yang berbeda. 3. Demi mendapatkan gambaran yang tepat mengenai jawaban dari pertanyaan penelitian ini, maka ada baiknya peneliti memberikan batas minimal jumlah mahasiswa yang mengikuti survei. 4. Hasil penelitian ini saya rasa akan sangat berguna bagi pengembangan program studi (dan fakultas) secara praktis karena dapat menjadi landasan bagi promosi di masa yang akan datang. Selain itu saya rasa penelitian ini juga dapat diangkat menjadi bahan diskusi di tingkat universitas agar dapat menjadi model bagi program studi lain yang tidak pernah melakukan kajian serius tentang pengembangan promosi institusinya.

Reviewer 1



Reviewer 2



Catatan:

ABRAHAM WAHYU NUGROHO, S.J.Kom.,

ADRIANUS BINTANG HANTO NUGROHO,

'Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah'

- Dokumen ini telah diberi tanda tangan digital, tidak memerlukan tanda tangan dan cap basah
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan qr code yang telah tersedia

## **Laporan Penelitian**

**Analisis Pengambilan Keputusan Mahasiswa dalam Memilih Program Studi Sarjana  
Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata**



**Disusun oleh**

**Fidelis Agironamento Saintio**

**Rotumiar Pasaribu**

**Lenny Setiowati**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

## **A. RINGKASAN**

Jumlah mahasiswa baru di Fakultas Hukum dan Komunikasi mengalami peningkatan. Selain karena masa pandemi telah berlalu, tren untuk belajar ilmu sosial masih digandrungi oleh kaum muda. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu tentang apa saja yang menjadi alasan bagi para remaja yang telah memutuskan untuk memilih Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata sebagai tempat belajar. Penelitian ini menggunakan konsep lima langkah pengambilan keputusan yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi baik internal maupun eksternal, penilaian alternatif, keputusan pembelian dan pasca pembelian.

Selain bertujuan untuk mencari tahu faktor mahasiswa memilih Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata, penelitian juga menjadi landasan bagi fakultas untuk melakukan promosi yang tepat yang dilandasi oleh data. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan melakukan teknik survei. Kuisisioner yang telah disusun akan dibagikan kepada mahasiswa angkatan 2021 dan 2022. Adapun luaran yang ditargetkan adalah artikel di jurnal nasional yang terindeks SINTA 4.

**Kata Kunci:** Pengambilan Keputusan, Remaja, Kuantitatif, Unika Soegijapranata

## **B. LATAR BELAKANG**

Salah satu bentuk permasalahan yang ditemui pada masa remaja ini adalah kebingungan dalam menentukan jurusan kuliah yang akan diambil. Remaja mengalami kebingungan dalam menentukan pilihan dari berbagai macam jurusan di perguruan tinggi yang menawarkan keahlian tertentu pada tiap-tiap jurusan. Hal ini mengakibatkan beberapa individu memilih jurusan yang tidak sesuai dengan dirinya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Indonesia Career Centre Work (ICCN) yang dilansir dari beritasatu.com mengungkapkan bahwa sebagian besar mahasiswa Indonesia mengalami salah jurusan (Makmun, 2017). Hal senada juga diungkap penelitian yang dilakukan oleh Educational Psychologist dari Integrity Development Flexibility (IDF) menyatakan bahwa sebagian mahasiswa Indonesia masuk jurusan yang tidak sesuai dengan dirinya. Sebagian besar mahasiswa masuk jurusan kuliah akibat menuruti keinginan dari orang tuanya tetapi tidak melihat kemampuan dan keinginan dirinya (Saragih, 2016). Putro (2017), mengatakan bahwa pengambilan keputusan menentukan karir merupakan salah satu tugas perkembangan yang harus dipenuhi oleh remaja. Pengambilan keputusan menentukan jurusan kuliah merupakan salah satu bagian dari penentuan karir di masa depan. Hal ini dikarenakan jurusan kuliah yang dipilih akan

menentukan kehidupan individu di masa depan. Karir akan menentukan tingkat finansial, tempat tinggal, pertemanan, dan kesehatan individu. Santrock (2012) mengemukakan bahwa keputusan memilih karir memiliki hubungan positif dengan pencapaian identitas diri. Karir juga dipandang sebagai penentu kelas sosial dalam masyarakat. Masyarakat akan memberikan penghargaan dan status yang tinggi pada individu yang memiliki jabatan atau kedudukan. [1]

Menurut Masriah (2018) tidak mudahnya dalam memilih jurusan yang sesuai dengan diri, menjadikan banyak mahasiswa yang mengalami salah jurusan. Febriantomo & Suharnan (2015) mengungkapkan bahwa masalah dalam pemilihan keputusan jurusan merupakan proyeksi dari ketidakyakinan terhadap kemampuan diri dalam menentukan bidang/jurusan. Ketidakyakinan tersebut termanifestasikan menjadi kesulitan yang dapat menjadikan individu menyerahkan tanggung jawab pengambilan keputusan pada orang lain, atau menunda dan menghindar dari tugas mengambil keputusan, yang dapat mengakibatkan pengambilan keputusannya tidak optimal. Menurut Setiobudi (2017) keberhasilan karier dimasa depan salah satunya dapat ditandai dari keputusan jurusan yang diambil. Kesesuaian keputusan jurusan yang dibuat berdasarkan kemampuan yang dimiliki akan mempermudah mahasiswa dalam meraih kesuksesan di masa depan. Penelitian yang telah dilakukan selalu konsisten menunjukkan bahwa para peserta didik yang telah membuat pilihan jurusan/bidang masa depan yang tepat memiliki kualitas hidup yang lebih baik daripada yang belum memutuskan (Dewi, 2017). Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, jurusan merupakan bagian dari suatu fakultas atau sekolah tinggi yang mengembangkan suatu bidang studi atau pengkajian ilmu secara khusus dan terbagi menjadi macam-macam bidang. [2]

### **C. TINJAUAN PUSTAKA**

#### *Remaja*

Menurut WHO, remaja adalah penduduk dalam rentang usia 10-19 tahun, menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25 tahun 2014, remaja adalah penduduk dalam rentang usia 10-18 tahun dan menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN) rentang usia remaja adalah 10-24 tahun dan belum menikah. Masa remaja adalah masa peralihan atau masa transisi dari anak menuju masa dewasa. Pada masa ini begitu pesat mengalami pertumbuhan dan perkembangan baik itu fisik maupun mental. [3]

Pada tahap Remaja Lanjut (17-20 atau 21 tahun) Dirinya ingin menjadi pusat perhatian; ia ingin menonjolkan dirinya; caranya lain dengan remaja awal. Ia idealis, mempunyai cita-cita tinggi, bersemangat dan mempunyai energi yang besar. Ia berusaha memantapkana identitas diri, dan ingin mencapai ketidaktergantungan emosional.

### *Universitas*

Dalam pemilihan jurusan/Program studi, banyak siswa kelas XII mengalami kesulitan menetapkan ke jurusan/prodi apa yang akan dipilihnya, hal ini berdampak pada :

1. Prestasi akademik mereka tatkala kuliah di perguruan tinggi, dimana sebagian besar dari mereka mendapat indeks prestasi akademik (IPK) di bawah 2 (dua)
2. Umumnya mereka yang salah memilih jurusan/prodi mengalami drop out (DO) atau paling tidak menjadi mahasiswa abadi.
3. Usulan mendapatkan beasiswa dan bantuan studi lainnya menjadi terkendala.

Berdasarkan hal tersebut sangat penting dilakukan pengenalan dan pemahaman kepada siswa kelas XII yang akan segera memasuki jenjang Perguruan Tinggi, agar tidak keliru di dalam memilih jurusan/Prodi yang tepat dengan minat, bakat dan cita-cita mereka. [4]

Selain itu, intensi studi ke perguruan tinggi juga bisa dikaitkan dengan pilihan universitas (university choice). Studi Zain, Jan, dan Ibrahim (2013) terhadap hampir 500 institusi perguruan tinggi swasta di Malaysia menunjukkan efek positif yang substansial dari persepsi (perception) dan promosi terhadap pilihan siswa atas institusi perguruan tinggi. Demikian pula, banyak studi lain yang menyebut peran penting reputasi dalam menarik mahasiswa baru. Berger dan Wallingford (1996), misalnya, menemukan bahwa “reputation” dan “academics” merupakan dua kriteria seleksi terpenting dalam memilih sebuah universitas. Mazzarol dan Soutar (2012) menyebut “strong reputation” sebagai satu kompetensi kunci bagi institusi pendidikan untuk sukses bersaing di pasar global.

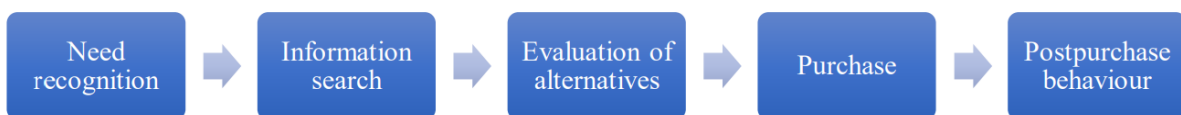
Selanjutnya, studi Mazzarol dan Soutar (2001) dan Mullins, Quintrell, dan Hancock (1995) menemukan bahwa reputasi sebuah universitas merupakan faktor penentu penting siswa internasional saat memilih untuk studi di luar negeri. Pengelola universitas dapat menangani kepuasan orangtua untuk mencapai reputasi universitas yang baik. Sebuah program yang dibuat hati-hati dan diimplementasikan untuk meningkatkan kepuasan orangtua dan reputasi sekolah akan menjadi alat yang penting untuk menarik murid di masa depan (Skallerud, 2011). [5]

### **Pengambilan Keputusan**

Kotler & Keller (2008:27) pemasaran adalah tentang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi terbaik dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan secara

menguntungkan. Dalam teori lain Beckman et al. (1962:42) mengatakan pemasaran pada dasarnya adalah proses seperti pertanian, manufaktur, pertambangan atau konstruksi. Dengan demikian pada dasarnya bersifat fungsional dan oleh karena itu dapat didefinisikan sebagai kinerja semua aktivitas kemampuan yang diperlukan, yang mempengaruhi pemindahan kepemilikan produk, menyediakan distribusi fisiknya, dan memfasilitasi seluruh proses pemasaran. Berdasarkan peneliti ini dapat didefinisikan bahwa Pemasaran adalah mendapatkan produk atau jasa yang tepat dalam jumlah yang tepat, ke tempat yang tepat, pada waktu yang tepat dan menghasilkan keuntungan dalam proses, memahami pelanggan dan memberikan apa yang mereka inginkan. [6]

Model pengambilan keputusan konsumen dalam literatur memiliki tiga tahap berikut yang sama: Tahap pra-pembelian, pembelian dan pasca-pembelian (Murphy, 1998; Rayport dan Jaworski, 2003). Namun, yang paling banyak dikutip dari model ini adalah model proses pengambilan keputusan konsumen yang dikembangkan oleh Engel et al. (1968) sebagaimana dikutip dalam Blackwell et al. (2006). Dalam model tersebut, mereka merekomendasikan bahwa konsumen harus melalui lima tahap utama pengambilan keputusan sebelum membuat keputusan akhir ketika membeli suatu barang. Ini adalah pengenalan kebutuhan, pencarian informasi baik secara internal maupun eksternal, penilaian alternatif, keputusan pembelian dan pasca pembelian. [7]



**Figure 2:** Five-stage model of the consumer buying process

Gambar1: Alina Stankevich (2017) [6]

### ***Need Recognition***

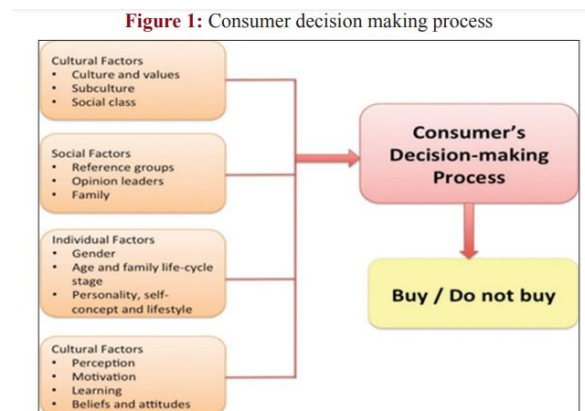
Ini telah ditetapkan sebagai tahap pertama dalam proses pengambilan keputusan. Ini adalah tahap di mana konsumen dihadapkan dengan perbedaan antara persepsi dan tingkat kepuasan nyata (Solomon et al., 2006). Penulis memperkuat bahwa proses keputusan pembelian konsumen akan



dimulai ketika kebutuhan seseorang yang tidak terpuaskan dikenali. Kebutuhan yang tidak terpuaskan ini dapat dibagi lagi menjadi kebutuhan fungsional dan kebutuhan psikologis. Sementara yang pertama mengacu pada kinerja produk atau layanan, yang terakhir berkaitan dengan perasaan konsumen tentang produk atau layanan yang mereka beli.

### ***Information Search***

Information search consist of Internal and external information search



Source: Lamb et al. (2004)

### ***Evaluation of alternatives***

Tahap tiga penekanan pada evaluasi alternatif. Kolter dkk. (2005) mengemukakan bahwa periode evaluasi pra-pembelian adalah ketika konsumen membuat penilaian antara produk dan merek yang berbeda sebelum mereka membuat pilihan pembelian. Umumnya, proses pengambilan keputusan mereka didasarkan pada kualitas yang terkait dengan kebutuhan mereka. Kotler dkk. (2005) berpendapat bahwa keputusan pembelian pelanggan didasarkan pada beberapa kualitas seperti ukuran, jumlah, kualitas, dan harga. Porter (2004) lebih lanjut menekankan bahwa perusahaan membangun nilainya dengan menawarkan harga yang lebih rendah serta memiliki karakter yang berbeda untuk bersaing dengan pesaingnya.

### ***Purchase decision***

Tahap empat didasarkan pada keputusan pembelian. Biasanya dimulai setelah konsumen mengevaluasi berbagai produk atau layanan yang ditawarkan oleh semua pengecer yang diharapkan. Oh (2003) berpendapat bahwa pemilihan pengecer dan di dalam toko ini adalah faktor utama yang digunakan pelanggan untuk membuat keputusan pembelian akhir mereka. Blackwell dkk. (2006) mengemukakan bahwa setelah tahap ini, langkah selanjutnya adalah ketika pelanggan memutuskan dari pengecer mana mereka ingin membeli barang tersebut. Mereka akan

mendasarkan keputusan mereka pada atribut produk dari tahap sebelumnya. Asisten pelanggan, pameran visual barang dagangan, dan titik pembelian juga dapat memengaruhi proses keputusan pembelian konsumen.

### ***Post-purchase***

Tahap akhir dari model proses keputusan konsumen dapat dibagi menjadi tiga langkah. Langkah pertama, pelanggan mengkonsumsi produk atau jasa. Langkah kedua, pelanggan akan mengevaluasi konsumsi mereka dan mungkin diperhatikan di sini bahwa tingkat kepuasan pelanggan bisa lebih tinggi dari kinerja yang mereka rasakan dan sebaliknya (Aaker, 1996; Blackwell et al., 2006). Pada langkah terakhir, divestasi terjadi. Pada titik ini, konsumen cenderung membuang atau mendaur ulang produk. Ini adalah poin yang sebagian besar organisasi sekarang perhatikan dan akibatnya mereka sekarang peduli dengan ramah lingkungan karena fakta bahwa mereka merasa hampir semua pelanggan mungkin dapat melakukan pembelian ulang jika mereka puas dengan tahap penguatan (Rayport dan Jaworski, 2003).

## **METODE**

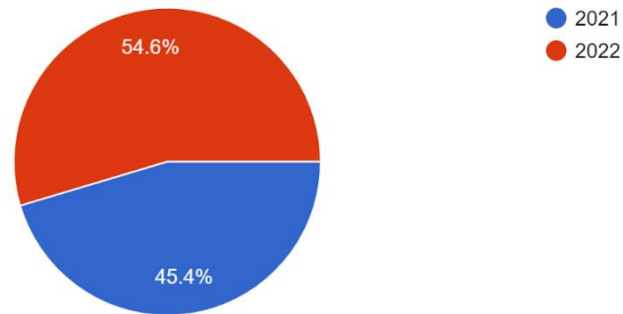
Dalam penelitian ini metode penelitian yang akan digunakan adalah dengan pendekatan kuantitatif. Desain penelitian merupakan rencana dan struktur penelitian untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan penelitian. Rencana ini merupakan skema atau program secara keseluruhan dari penelitian (Cooper dan Schindler, 2012: 139). Studi ini menerapkan metodologi kuantitatif untuk memperoleh temuan dan kesimpulan secara keseluruhan.

Teknik pengumpulan data adalah dengan metode survei. Survei akan disebarkan kepada mahasiswa Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata. Mahasiswa yang akan menjadi responden adalah mahasiswa aktif angkatan 2021 dan angkatan 2022.

## **D. HASIL PELAKSANAAN PENELITIAN**

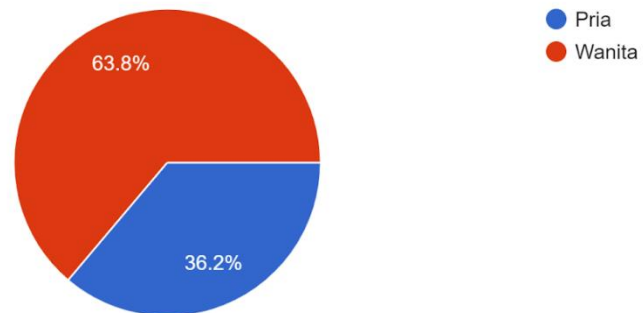
Pada penelitian ini jumlah data yang didapat adalah 141 angket yaitu diartikan bahwa terdapat 141 mahasiswa dari Fakultas Hukum dan Komunikasi dengan angkatan 2021 dan 2022 yang telah mengisi. Angkatan yang merespon dan menjadi target sasaran penelitian ini adalah 2021 sebanyak 45,4 % sedangkan 2022 adalah 54,6%.

Angkatan  
141 responses



Berikutnya, data menunjukkan bahwa dari 141 jumlah mahasiswa yang mengisi terdapat 63,8% berjenis kelamin perempuan dan 36,2% berjenis kelamin laki-laki.

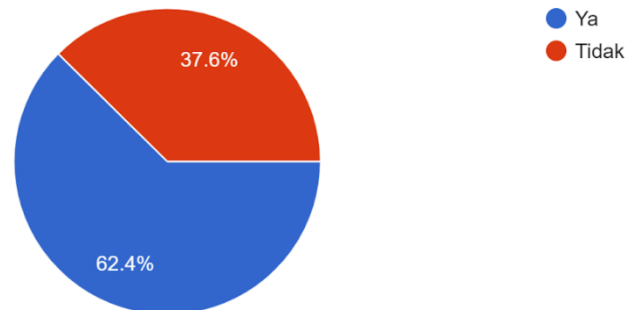
Jenis kelamin  
141 responses



## 1. Need Recognition

Apakah Anda mengikuti proses penerimaan universitas negeri seperti SNMPTN, SBMPTN, Jalur UM dan Jalur Kemitraan.

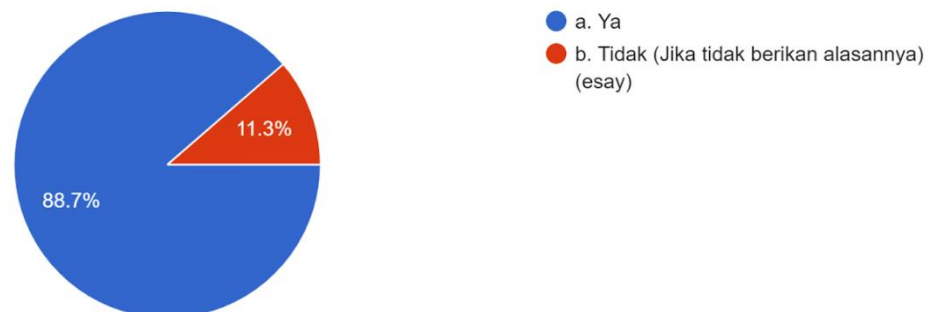
141 responses



Berdasarkan hasil diagram tersebut menunjukkan bahwa sebanyak 62,4 % mahasiswa fakultas hukum dan komunikasi tertarik untuk mengikuti penerimaan universitas negeri. Mereka bahkan mencoba beberapa proses seleksi mahasiswa baru yang dipersiapkan oleh kampus negeri seperti SNMPTN, SBMTTN, Jalur UM dan Jalur Kemitraan. Sedangkan 37% menyatakan bahwa mereka tidak mengikuti program penerimaan mahasiswa baru di kampus negeri. Data tersebut dapat disimpulkan bahwa kampus negeri terutama yang memiliki program ilmu hukum dan program ilmu komunikasi masih lebih diminati daripada memutuskan belajar dan menerima gelar sarjana di Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata. Calom mahasiswa di era pandemi dengan ekonomi kritis ditunjukkan dari data tersebut bahwa anggapan dan harapan bahwa kampus negeri yang lebih murah menjadi tujuan utama untuk tetap dapat melanjutkan jenjang pendidikan.

Apakah setelah lulus Anda langsung mendaftar kuliah?

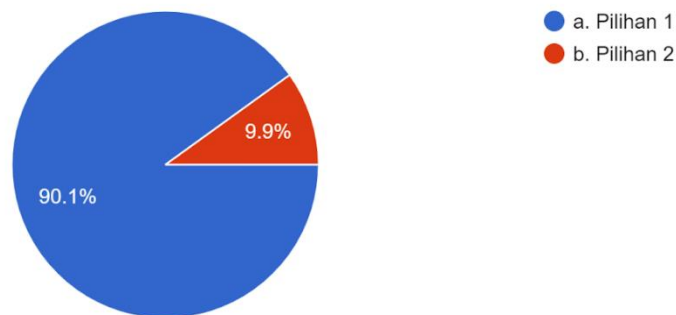
141 responses



Berikutnya adalah informasi mengenai kebutuhan para mahasiswa untuk melanjutkan pendidikan di jenjang yang lebih tinggi paska lulus dari seragam putih abu-abu. Data tersebut menunjukkan bahwa 88.7 % mahasiswa angkatan 2021 dan angkatan 2022 langsung mendaftar kuliah setelah dinyatakan lulus dari bangku SMA, sedangkan 11,3 % tidak. Data tersebut membuktikan bahwa ada angkatan 2021 dan 2022 yang menunda untuk melanjutkan pendidikan yang mungkin akibat pandemi sebanyak 11.3%.

## 2. Information Search

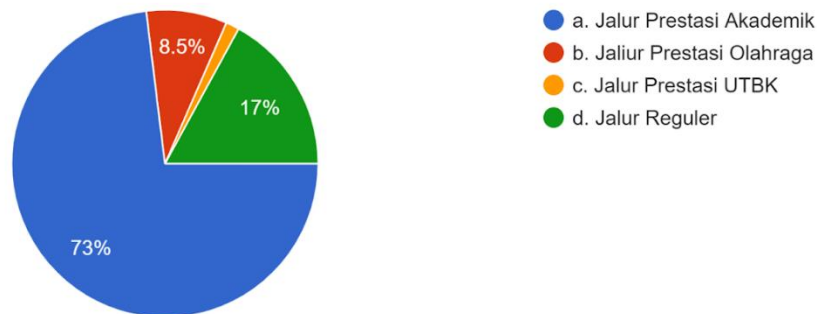
Menjadi pilihan nomor berapakah prodi yang Anda pilih saat ini pada saat melakukan pendaftaran?  
141 responses



Merujuk dari data tersebut menunjukkan bahwa program ilmu hukum dan program ilmu komunikasi memang menjadi pilihan utama dan sangat diminati karena jumlah prosentase yang muncul adalah 90,1 %. Akan tetapi angka 9,9% memang tampak kecil namun memiliki peluang bahwa fakultas hukum dan komunikasi masih menjadi pilihan cadangan.

Anda masuk melalui jalur apa?

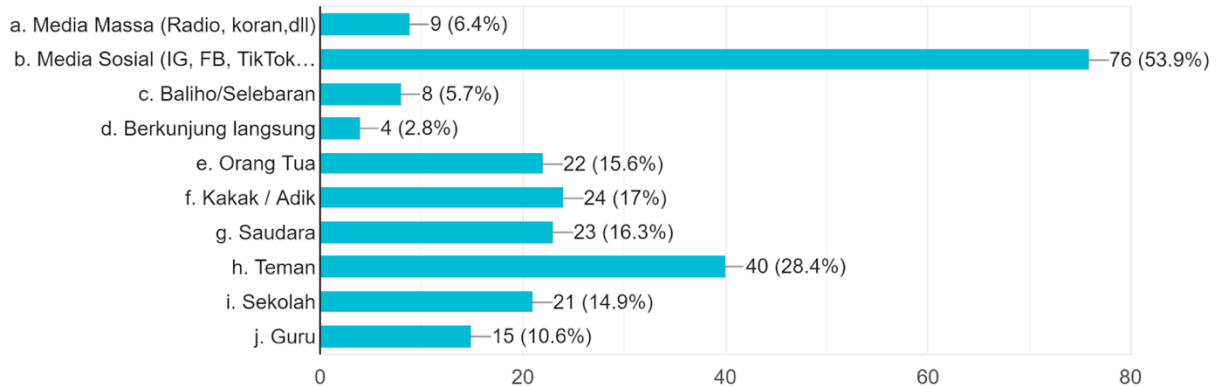
141 responses



Secara prosentase untuk 2 angkatan dan 2 program pilihan, mahasiswa strata 1 fakultas hukum dan komunikasi garis besarnya merupakan mahasiswa hasil penerimaan Jalur Prestasi Akademik yaitu sebanyak 73%. Data tersebut dapat diartikan bahwa sebagian besar mahasiswa fakultas hukum dan komunikasi melakukan pendaftaran pada saat awal pembukaan pendaftaran. Hal tersebut dikarenakan penerimaan Jalur Prestasi termasuk Prestasi Akademik dilakukan diawal program penerimaan. Berikutnya diikuti 17% mahasiswa yang mendaftar saat jalur reguler. Yang dilogkaan pendaftaran jalur reguler banyak dibuka setelah program penerimaan mahasiswa baru di kampus negeri jalur SBMPTN dan SNMPTN telah berakhir. Berikutnya sebanyak 8,5% mahasiswa fakultas hukum dan komunikasi merupakan mahasiswa yang diterima karena jalur Prestasi Olahraga. Hal tersebut terbukti karena beberapa mahasiswa fakultas hukum dan komunikasi merupakan atlit olahraga bahkan ditingkat nasional.

Dari mana Anda Tahu Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata? (Pilihan boleh lebih dari 1)

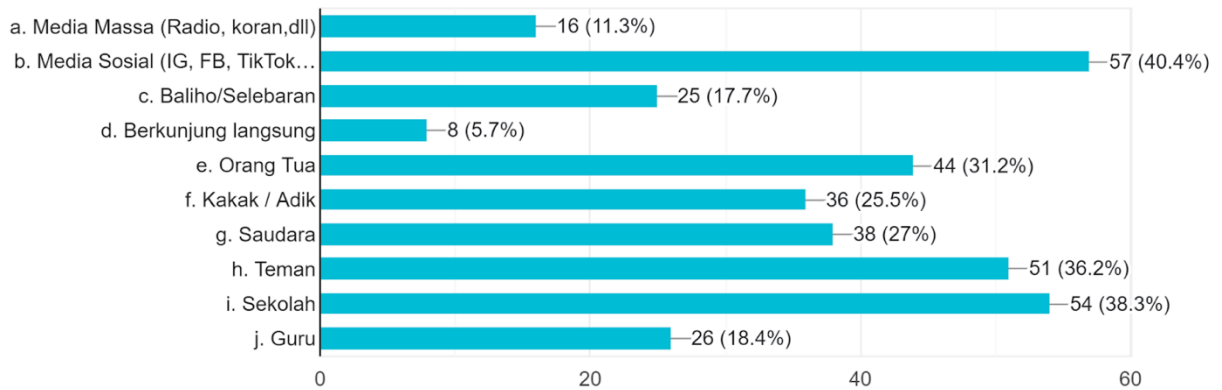
141 responses



Mahasiswa Fakultas Hukum dan Komunikasi angkatan 2021 dan 2022 adalah mahasiswa yang masuk di generasi Z dimana teknologi adalah jendela dunia media sosial adalah ruang publik. Hal tersebut Nampak dalam data di atas bahwa mereka mencari tahu mengenai fakultas hukum dan komunikasi melalui media sosial sebanyak 53,9%. Hal ini menjadi menarik dan menjadi informasi penting bahwa media sosial fakultas hukum dan komunikasi penting untuk dikembangkan terkait alat promosi dan komunikasi kepada calon mahasiswa baru. Berikutnya poin yang cukup tinggi adalah teman yaitu 28,4%. Masa remaja adalah masa pencarian jati diri dimana teman adalah yang utama. Kepercayaan akan pertemanan dan keputusan untuk selalu bersama-sama dengan teman serta keputusan pertemanan adalah keputusan bersama menjadi hal yang menarik bagi mahasiswa saat mengambil keputusan untuk menentukan pilihan perkuliahan. Dilanjutkan dengan data tentang pengaruh kakak/adik sebesar 17%, saudara 16,3% dan orang tua sebesar 15,6 % menjadi informasi menarik bahwa lingkup keluarga yang menjadi testimony atau rekan diskusi penentuan perkuliahan menjadi pertimbangan yang cukup tinggi. Terakhir adalah peran sekolah juga memiliki nilai yang tinggi saat mahasiswa akan mengambil keputusan untuk tempat perkuliahan. Dari data tersebut diperoleh 14,9% yang menunjukkan bahwa sekolah menjadi agen penyalur informasi dari fakultas hukum dan komunikasi yang memiliki poin tersendiri. Data-data tersebut sebaiknya menjadi masukan dan evaluasi program perencanaan promosi fakultas hukum dan komunikasi dalam melakukan pendekatan kepada calon mahasiswa baru.

### Dari mana Anda tahu Unika Soegijapranata? (Pilihan boleh lebih dari 1)

141 responses

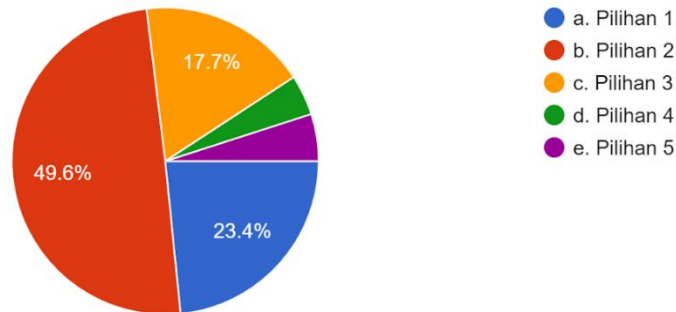


Secara garis besar ketika membicarakan secara institusional, mahasiswa fakultas hukum dan komunikasi mengetahui Unika soegijapranata yang paling besar adalah melalui media sosial. Generasi Z yang aktif menggunakan teknologi ini memanfaatkan media sosial saat mencari informasi mengenai kampus tempat kuliah sebesar 40,4%. Berikutnya poin yang cukup besar adalah sekolah yaitu sebesar 38,3% menjadi wadah penyalur informasi tempat perkuliahan bagi mahasiswa fakultas hukum dan komunikasi. Kemudian peran particular other seperti teman yaitu 36,2%, orang tua 31,2%, saudara 27% dan kakak/adik 25,5% memiliki peran yang cukup besar pula saat mahasiswa membutuhkan pertimbangan, masukan dan saran saat akan mengambil keputusan untuk melanjutkan di jenjang perkuliahan untuk memilih unika soegijapranata sebagai pilihan. Informasi mengenai data Berkunjung Langsung menjadi pilihan yang paling kecil yaitu 5,7% saat akan mencari informasi. Hal tersebut dimungkinkan karena masa pandemi menjadi kendala tersendiri untuk melakukan kunjungan langsung ke unika soegijapranata.



Menjadi Pilihan nomor berapakah Unika Soegijapranata sebagai tempat kuliah Anda?

141 responses



Informasi tersebut menjelaskan bahwa sebageian mahasiswa fakultas hukum dan komunikasi paling banyak memilih unika soegijapranata sebagai tempat perkuliahan adalah menjadi pilihan no 2 yaitu 49,6%. Sebanyak 23,4% mahasiswa yang menjadikan unika soegijapranata sebagai pilihan pertamanya. Bahkan 17,7% mahasiswa memutuskan unika soegijapranata menjadi pilihan ketiga. Dari data tersebut perlu diperhatikan bahwa unika soegijapranata belum menjadi pilihan pertama dan bahkan banyak yang menetapkan sebagai pilihan ketiga. Perlu perhatian khusus dalam membuat program promosi agar Unika Soegijapranata menjadi plihan pertama dan tertanam di ingatan para calon mahasiswa.

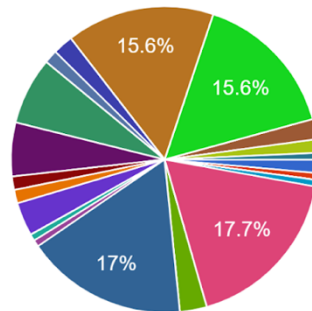
### 3. Evaluation of alternative

Mahasiswa Fakultas hukum dan komunikasi menjadikan program studi ilmu hukum dan ilmu komunikasi sebagai pilihan pertama, akan tetapi tidak sedikit juga yang menjadikannya sebagai pilihan kedua saat menentukan program studi apa yang mereka minati saat akan masuk dibangku perkuliahan di unika soegijapranata. Berikut merupakan datanya:

--

Jika menjadi Pilihan pertama (1), maka apa yang menjadi pilihan kedua (2)? Demikian pula sebaliknya: Jika menjadi pilihan kedua (2), apa yang menjadi pilihan pertama (1) Anda?

141 responses



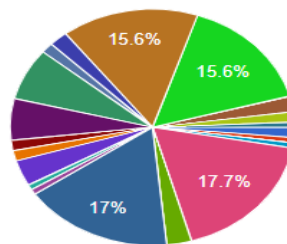
- a. Teknologi Pangan
- b. Nutrisi & Teknologi Kuliner
- c. Food for Beauty & Wellness
- d. Digital Accounting
- e. Artificial Intelligence & Big Data
- f. Arsitektur
- g. Psikologi
- h. Akuntansi

▲ 1/4 ▼

Jika menjadi Pilihan pertama (1), maka apa yang menjadi pilihan kedua (2)?

Demikian pula sebaliknya: Jika menjadi pilihan kedua (2), apa yang menjadi pilihan pertama (1) Anda?

141 responses



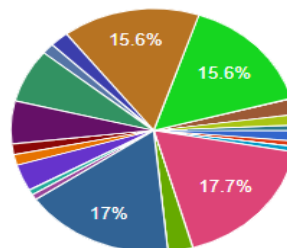
- i. Akuntansi Sore (lanjut studi/lulusan...)
- j. Manajemen
- k. Teknik Sipil
- l. Rekayasa Infrastruktur & Lingkungan
- m. Teknik Informatika
- n. Sistem Informasi
- o. Game Tehnology
- p. E-Commerce

▲ 2/4 ▼

Jika menjadi Pilihan pertama (1), maka apa yang menjadi pilihan kedua (2)?

Demikian pula sebaliknya: Jika menjadi pilihan kedua (2), apa yang menjadi pilihan pertama (1) Anda?

141 responses



- q. Desain Komunikasi Visual
- r. Sastra Inggris
- s. Englishpreneurship
- t. Digital Performing Arts
- u. Ilmu Hukum
- v. Ilmu Komunikasi
- w. Teknik Elektro
- x. Teknologi Energi

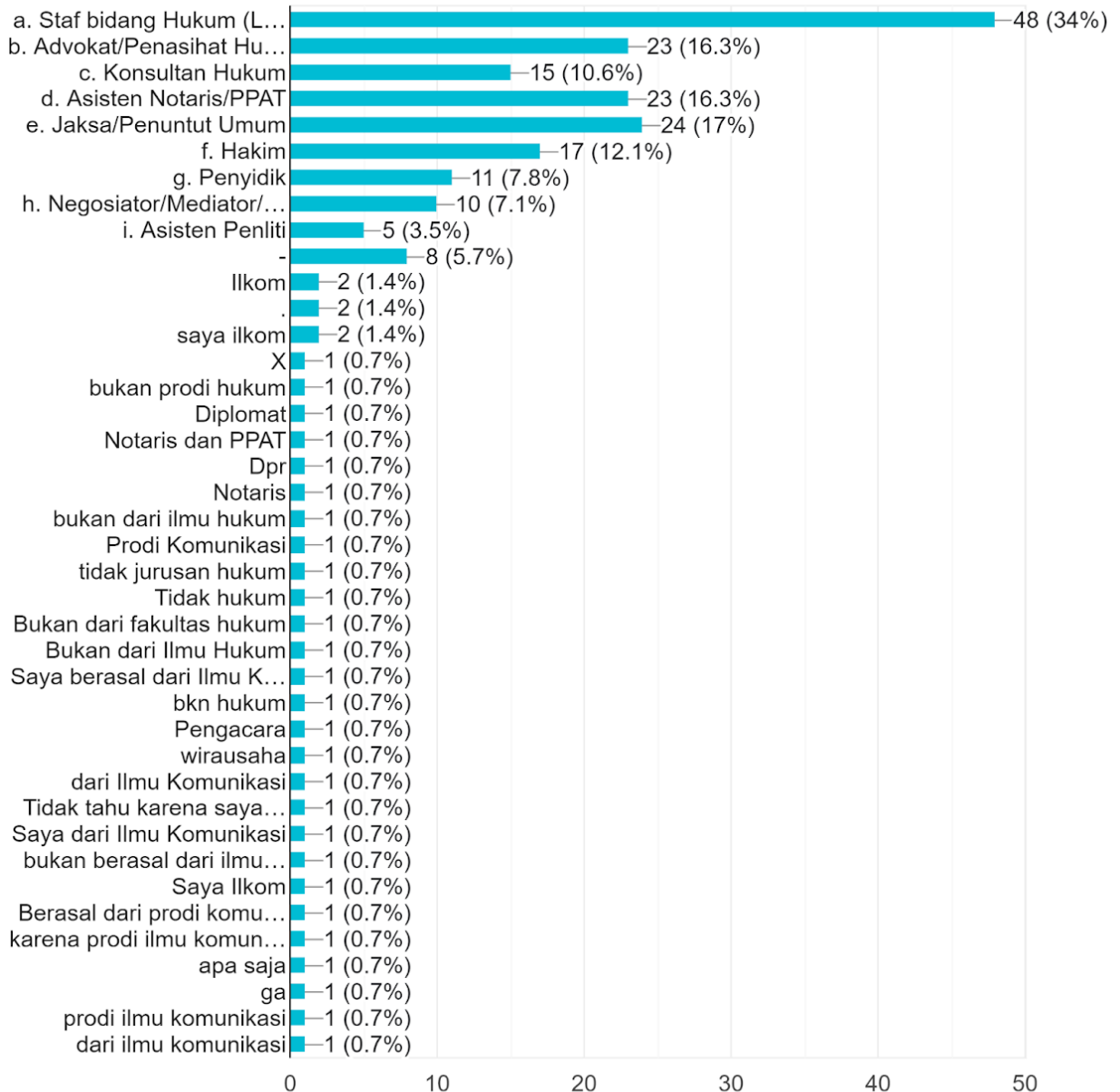
▲ 3/4 ▼



Dari data tersebut didapatkan bahwa pilihan lain yang mahasiswa inginkan adalah pada psikologi, manajemen, ilmu hukum dan ilmu komunikasi. Hal tersebut membuktikan bahwa fakulta hukum dan komunikasi juga masih tinggi peminat dan memiliki pilihan pasti karena sebagian besar tetap memilih prodi ilmu hukum dan prodi ilmu komunikasi sebagai pilihan pertama atau kedua. Mahasiswa fakultas hukum dan komunikasi sudah memiliki keinginan awal yang sesuai dengan tujuan perkuliahan. Meskipun paling banyak ada pada psikologi kemudian manajemen, akan tetapi prosentase ilmu hukum dan ilmu komunikasi adalah 31,2% secara total.

Jika Anda berasal dari Program Studi Ilmu Hukum, Apa yang Anda cita-citakan setelah lulus kuliah? (Pilihan boleh lebih dari 1)

141 responses

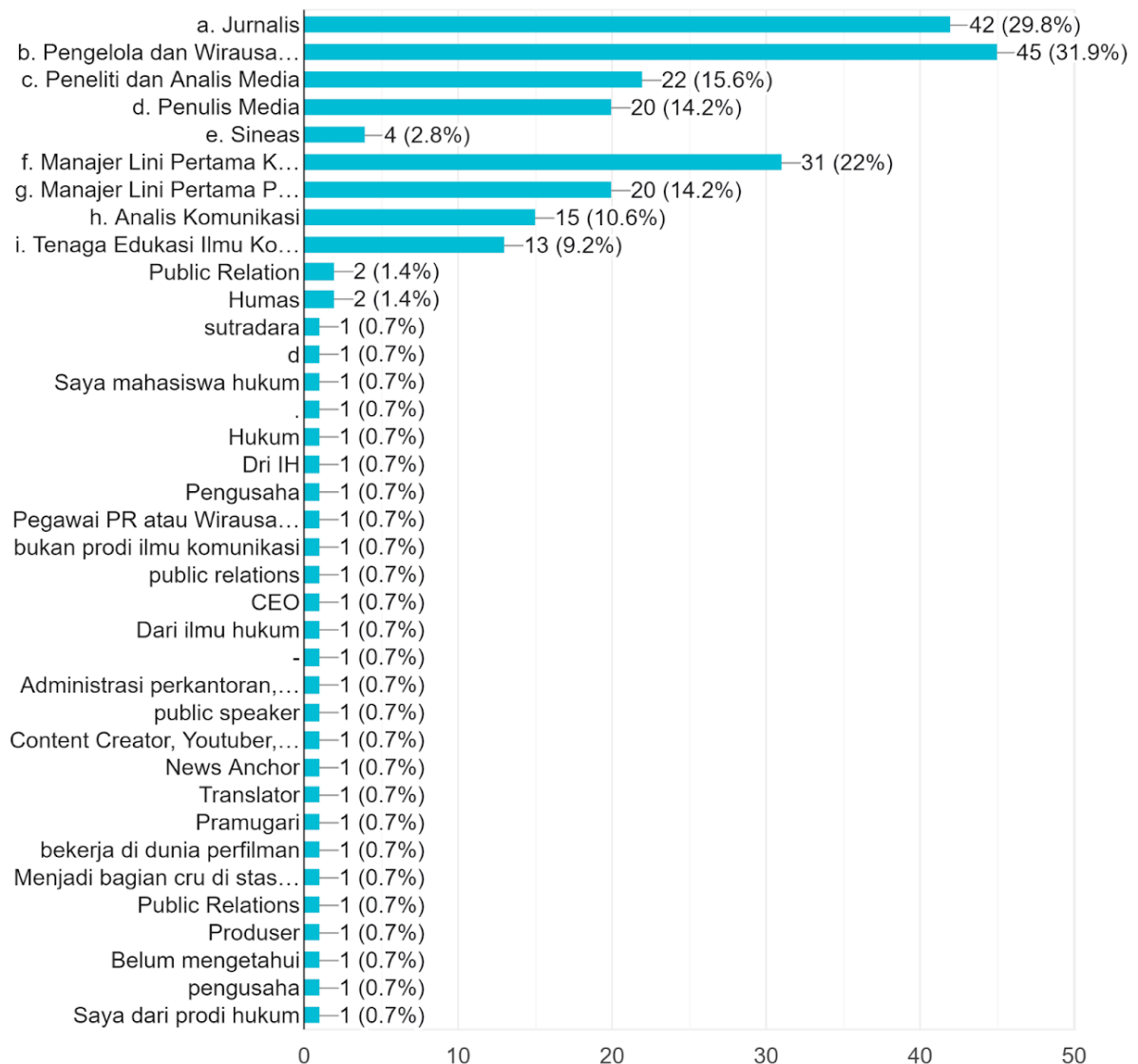


Berdasarkan data mengenai harapan yang dicita-citakan saat ingin mengambil prodi ilmu hukum, para mahasiswa sebelumnya sudah memiliki bayangan. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa mencita-citakan menjadi staf bidang hukum yaitu Staf Bidang Hukum

(Legal Officer) pada instansi pemerintah, BUMN, dan swasta. Remaja kini mulai bergeser cita-cita bidang hukum yang pada umumnya ingin menjadi hakim, jaksa dan notaris. Meskipun Jaksa/Penuntut Umum (17%), Asisten Notaris/PPAT (16,3%) dan Advokat/Penasihat Hukum (16,3%) berada di urutan selanjutnya. Maka penyesuaian dan evaluasi mengenai kebutuhan pelanggan perlu untuk dipertimbangkan dalam lingkup promosi.

Jika Anda berasal dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Apa yang Anda cita-citakan setelah lulus kuliah? (Pilihan boleh lebih dari 1)

141 responses

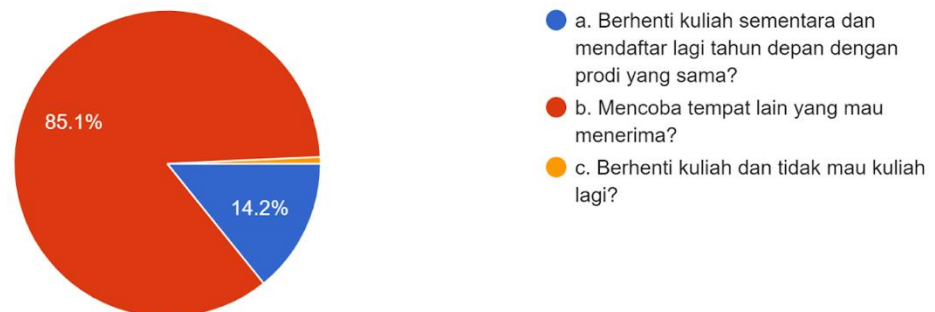


Di bagian lain, pada prodi ilmu komunikasi sebagian besar mahasiswa mencita-citakan menjadi Pengelolaan dan Wirausaha Media yaitu sebanyak 31.9%, berikutnya diikuti oleh Jurnalis sebanyak 29,8%, berikutnya juga diikuti oleh Manajer Lini Pertama komunikasi korporat sebanyak 22%. Hal ini juga menjadi bahan evaluasi sebagai landasan dalam skema promosi pada periode berikutnya.

#### 4. Purchase Decision

Apa yang Anda lakukan jika pilihan prodi Anda tidak diterima pada saat Anda mendaftar?

141 responses



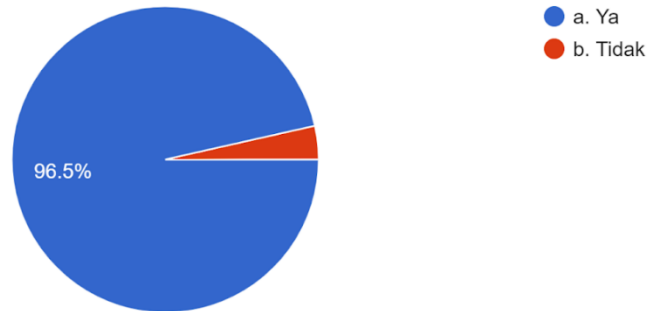
Melihat pengambilan keputusan yang dilalui oleh mahasiswa Fakultas Hukum dan Komunikasi, tampak bahwa sebagian besar adalah 85,1% lebih memutuskan untuk mencoba tempat lain jika saja mereka tidak diterima di tempat lain. Berikutnya 14,2% mahasiswa percaya diri untuk berhenti kuliah sementara dan mendaftar lagi tahun depan dengan prodi yang sama. Artinya ada 14,2% mahasiswa memang menginginkan untuk mengambil prodi Ilmu Hukum dan Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata sebagai tempat menimba ilmu.

#### 5. Post-Purchase

Evaluasi yang di peroleh setelah mahasiswa baik angkatan 2021 dan 2022 yang telah berdinamika dan berproses bersama pada fakultas hukum dan komunikasi menyatakan respon positif. Informasi tersebut dinyatakan bahwa sebanyak 96,5 % mahasiswa sudah sesuai dengan apa yang mereka harapkan dengan keputusan yang mereka ambil yaitu berkuliah di Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata.

Setelah menjadi mahasiswa Fakultas Hukum dan Komunikasi, apakah yang Anda dapatkan sudah sesuai dengan harapan Anda?

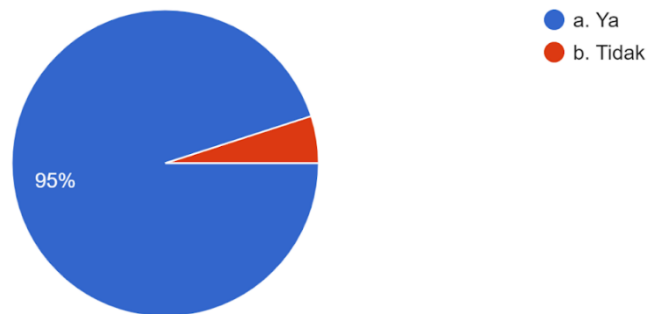
141 responses



Hal positif itu semakin nyata ditunjukkan karena sebagian besar mahasiswa yang menyatakan sudah sesuai dengan harapan mereka juga telah menjawab sebanyak 95% untuk merekomendasikan pilihan mereka kepada keluarga, teman dan kerabat.

Apakah setelah Anda merasakan dinamika perkuliahan dan suasana di kampus, Anda akan merekomendasikan pilihan Anda kepada pihak lain seperti keluarga, teman dan kerabat?

141 responses



No.	Dimensi	Indikator
1.	<b><i>Need Recognition</i></b>	<p>1. Apakah Anda mengikuti proses penerimaan universitas negeri seperti SNMPTN, SBMPTN, Jalur UM dan Jalur Kemitraan.</p> <p>2. Apakah setelah lulus Anda langsung mendaftar kuliah?</p>
2.	<b><i>Information Search</i></b>	<p>1. Menjadi pilihan nomor berapakah prodi yang Anda pilih saat ini pada saat melakukan pendaftaran?</p> <p>2. Anda masuk melalui jalur apa?</p> <p>3. Dari mana Anda Tahu Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata? (Pilihan boleh lebih dari 1)</p> <p>4. Menjadi Pilihan nomor berapakah Unika Soegiapranata sebagai tempat kuliah Anda?</p> <p>5. Dari mana Anda tahu Unika Soegijapranata? (Pilihan boleh lebih dari 1)</p>
3.	<b><i>Evaluation of alternatives</i></b>	<p>1. Jika menjadi Pilihan pertama (1), maka apa yang menjadi pilihan kedua (2)? Demikian pula sebaliknya: Jika menjadi pilihan kedua (2), apa yang menjadi pilihan pertama (1) Anda?</p> <p>2. Jika Anda berasal dari Program Studi Ilmu Hukum, Apa yang Anda cita-citakan setelah lulus kuliah? (Pilihan boleh lebih dari 1)</p>



		3. Jika Anda berasal dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Apa yang Anda cita-citakan setelah lulus kuliah? (Pilihan boleh lebih dari 1)
4.	<b><i>Purchase decision</i></b>	1. Apa yang Anda lakukan jika pilihan prodi Anda tidak diterima pada saat Anda mendaftar?
5.	<b><i>Post-purchase</i></b>	1. Setelah menjadi mahasiswa Fakultas Hukum dan Komunikasi, apakah yang Anda dapatkan sudah sesuai dengan harapan Anda?  2. Apakah setelah Anda merasakan dinamika perkuliahan dan suasana di kampus, Anda akan merekomendasikan pilihan Anda kepada pihak lain seperti keluarga, teman dan kerabat?

## REFERENSI

- [1] R. Setyowati, W. Prabowo, and M. Yusuf, "Pengambilan Keputusan Menentukan Jurusan Kuliah Ditinjau Dari Student Self Efficacy Dan Persepsi Terhadap Harapan Orang Tua," *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Konseling: Jurnal Kajian Psikologi Pendidikan dan Bimbingan Konseling*, vol. 5, no. 1, Jun. 2019, doi: 10.26858/jppk.v5i1.7460.
- [2] R. Saragih, "Ternyata 87% mahasiswa di Indonesia salah memilih jurusan," <https://tanyakarir.com/2016/06/28/ternyata-87-mahasiswa-di-indonesia-salah-memilih-jurusan/>, 2016.
- [3] J. Santrock, *Life Span Development : Thirteenth Edition*, 13th ed. Dallas: University of Texas, 2012.
- [4] Soesandirejo, "Dikotomi Timur dan Barat; Orang Tua, Anak, dan Keluarga," <http://www.wacana.co/2017/01/dikotomi-timur-dan-barat-orang-tua-anak-dan-keluarga/>, 2017.
- [5] Z. Putro, "Memahami Ciri dan Tugas perkembangan Masa Remaja," *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, vol. 17, no. 1, pp. 25–32, 2017.

- [6] W. Prabowo, "Pengambilan Keputusan Menentukan Jurusan Kuliah Ditinjau Dari Student Self Efficacy Dan Persepsi Terhadap Harapan Orang Tua," *Jurnal Psikologi Pendidikan & Konseling*, vol. 5, no. 1, pp. 42–48, 2019.
- [7] Z. Masriah, M. Malay, and A. Fitriani, "Persepsi Mahasiswa Terhadap Jurusan Perguruan Tinggi Dan Konsep Diri Dengan Kesesuaian Minat Memilih," *Anfusina: Journal of Psychology*, vol. 1, no. 1, pp. 61–76, 2018, doi: <https://doi.org/10.24042/ajp.v1i1.3639>.
- [8] E. Febriantomo and Suharman, "Training Effect Of Self Efficacy Of Career Decision Making Self Efficacy (CDMSE) And N-Ach On Student SMAN 01 Pasuruan East Java," 2015. doi: <https://doi.org/10.30996/persona.v4i1.491>.
- [9] J. Setiobudi, "engaruh efikasi diri terhadap pengambilan keputusan karir pada siswa kelas XII SMA Negeri 1 Kalasan," *E-Journal Bimbingan Dan Konseling*, vol. 1, no. 1, 2017.
- [10] R. Dewi, "Hubungan efikasi diri dengan pengambilan keputusan karir pada mahasiswa tingkat akhir fakultas psikologi Univeritas Mercu Buana Yogyakarta," *Insight*, vol. 19, no. 2, pp. 87–99, 2017.
- [11] A. Diananda, "Psikologi Remaja dan Permasalahannya," *Istighna*, vol. 1, no. 1, 2018.
- [12] O. Zain, A. Ibrahim, and M. Jan, "Factors Influencing Students' Decisions In Choosing Private Institutions Of Higher Education In Malaysia: A Structural Equation Modelling Approach," *Asian Academy of Management Journal*, vol. 18, no. 1, pp. 75–90, 2013.
- [13] K. A. Berger and H. P. Wallingford, "Developing Advertising and Promotion Strategies for Higher Education," *Journal of Marketing for Higher Education*, vol. 7, no. 4, pp. 61–72, Feb. 1997, doi: 10.1300/J050v07n04\_05.
- [14] T. Mazzarol and G. Soutar, "Push-pull factors influencing international student destination choice," *International Journal of Education Management*, vol. 16, no. 2, pp. 82–90, 2002.
- [15] G. P. Mullins, N. Quintrell, and L. Hancock, "The Experiences of International and Local Students at Three Australian Universities.," *Higher Education Research & Development*, vol. 14, pp. 201–231, 1995.
- [16] K. Skallerud, "School reputation and its relation to parents' satisfaction and loyalty," *International Journal of Educational Management*, vol. 25, no. 7, pp. 671–686, Jan. 2011, doi: 10.1108/09513541111172081.
- [17] P. Kotler and Keller, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2008.
- [18] T. Beckman, *Marketing*, 7th ed. New York: The Ronald Press Company, 1962.
- [19] W. Rambli, "The influence of consumer behavior on purchase decision xiaomi cellphone in Manado," *Jurnal EMBA*, vol. 3, no. 2, pp. 917–927, 2015.
- [20] J. Rayport and B. Jaworski, *Introduction to E-commerce*. Singapore: McGraw- Hill, 2003.
- [21] R. Blackwell and P. Miniard, *Consumer Behaviour*. Mason: Thomson, 2006.
- [22] A. Oke, "Consumer Behavior towards Decision Making and Loyalty to Particular Brands," *International Review of Management and Marketing*, vol. 6, no. 4, 2015.

- [23] A. Stankevich, "Explaining the Consumer Decision-Making Process: Critical Literature Review," *Journal of International Business Research and Marketing*, vol. 2, no. 6, 2017.
- [24] M. Porter, *Competitive Advantage*. New York: Free Press, 2004.
- [25] D. Aaker, *Managing Brand Equity Capitalizing on The Value of A Brand Name*. New York: Free Press, 1996.
- [26] D. Cooper and S. Pamela, *Metode Penelitian Bisnis*, vol. 1. Jakarta: Salemba Empat, 2017.

## Lampiran Kuisisioner

### Analisis Pengambilan Keputusan Mahasiswa Angkatan 2021 dan 2022

Syalom, salam sejahtera! Bersama ini kami TIm Promosi Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata bermaksud meminta kesediaan teman-teman sekalian untuk mengisi kuisisioner berikut ini. Hasil jawaban teman-teman akan kami gunakan sebagai bahan evaluasi dan penerapan strategi untuk meningkatkan kualitas Fakultas Hukum dan Komunikasi.

Terima kasih

Email\*

Your email

Nama\*

NIM\*

Angkatan\*

2021

2022

Tempat dan tanggal lahir\*

Your answer

Jenis kelamin\*

Pria

Wanita

Asal sekolah (SMA)\*

Your answer

Apakah setelah lulus Anda langsung mendaftarkan kuliah?

\*

a. Ya

b. Tidak (Jika tidak berikan alasannya) (essay)

Domisili\*

Your answer

Dari mana Anda tahu Unika Soegijapranata? (Pilihan boleh lebih dari 1)

\*

- a. Media Massa (Radio, koran,dll)
- b. Media Sosial (IG, FB, TikTok, WA, Website)
- c. Baliho/Selebaran
- d. Berkunjung langsung
- e. Orang Tua
- f. Kakak / Adik
- g. Saudara
- h. Teman
- i. Sekolah
- j. Guru

Menjadi Pilihan nomor berapakah Unika Soegiapranata sebagai tempat kuliah Anda?

\*

- a. Pilihan 1
- b. Pilihan 2
- c. Pilihan 3
- d. Pilihan 4
- e. Pilihan 5

Dari mana Anda Tahu Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata? (Pilihan boleh lebih dari 1)

\*

- a. Media Massa (Radio, koran,dll)
- b. Media Sosial (IG, FB, TikTok, WA, Website)
- c. Baliho/Selebaran
- d. Berkunjung langsung
- e. Orang Tua
- f. Kakak / Adik
- g. Saudara
- h. Teman
- i. Sekolah
- j. Guru

Anda masuk melalui jalur apa?

\*

- a. Jalur Prestasi Akademik
- b. Jalur Prestasi Olahraga
- c. Jalur Prestasi UTBK
- d. Jalur Reguler

Menjadi pilihan nomor berapakah prodi yang Anda pilih saat ini pada saat melakukan pendaftaran?

\*

- a. Pilihan 1
- b. Pilihan 2

Jika menjadi Pilihan pertama (1), maka apa yang menjadi pilihan kedua (2)?

Demikian pula sebaliknya: Jika menjadi pilihan kedua (2), apa yang menjadi pilihan pertama (1) Anda?

\*

- a. Teknologi Pangan
- b. Nutrisi & Teknologi Kuliner
- c. Food for Beauty & Wellness
- d. Digital Accounting
- e. Artificial Intelligence & Big Data
- f. Arsitektur
- g. Psikologi
- h. Akuntansi
- i. Akuntansi Sore (lanjut studi/lulusan D3)
- j. Manajemen
- k. Teknik Sipil
- l. Rekayasa Infrastruktur & Lingkungan
- m. Teknik Informatika
- n. Sistem Informasi
- o. Game Tehnology
- p. E-Commerce
- q. Desain Komunikasi Visual
- r. Sastra Inggris
- s. Englishpreneurship
- t. Digital Performing Arts
- u. Ilmu Hukum
- v. Ilmu Komunikasi
- w. Teknik Elektro
- x. Teknologi Energi
- y. D3 Perpajakan
- z. Akuntansi + Sistem Informasi

aa. Kedokteran

Jika Anda berasal dari Program Studi Ilmu Hukum, Apa yang Anda cita-citakan setelah lulus kuliah? (Pilihan boleh lebih dari 1)

\*

- a. Staf bidang Hukum (Legal Officer) pada instansi pemerintah, BUMN, dan Swasta
- b. Advokat/Penasihat Hukum
- c. Konsultan Hukum
- d. Asisten Notaris/PPAT
- e. Jaksa/Penuntut Umum
- f. Hakim
- g. Penyidik
- h. Negosiator/Mediator/Arbiter/Konsiliator
- i. Asisten Peneliti

Other:

Jika Anda berasal dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Apa yang Anda cita-citakan setelah lulus kuliah? (Pilihan boleh lebih dari 1)

\*

- a. Jurnalis
- b. Pengelola dan Wirausaha Media
- c. Peneliti dan Analis Media
- d. Penulis Media
- e. Sineas
- f. Manajer Lini Pertama Komunikasi Korporate
- g. Manajer Lini Pertama Periklanan
- h. Analis Komunikasi
- i. Tenaga Edukasi Ilmu Komunikasi

Other:

Apakah Anda mengikuti proses penerimaan universitas negeri seperti SNMPTN, SBMPTN, Jalur UM dan Jalur Kemitraan.

\*

Ya  
Tidak

Apa yang Anda lakukan jika pilihan prodi Anda tidak diterima pada saat Anda mendaftar?

\*

- a. Berhenti kuliah sementara dan mendaftar lagi tahun depan dengan prodi yang sama?

- b. Mencoba tempat lain yang mau menerima?
- c. Berhenti kuliah dan tidak mau kuliah lagi?

Setelah menjadi mahasiswa Fakultas Hukum dan Komunikasi, apakah yang Anda dapatkan sudah sesuai dengan harapan Anda?

\*

- a. Ya
- b. Tidak

Apakah setelah Anda merasakan dinamika perkuliahan dan suasana di kampus, Anda akan merekomendasikan pilihan Anda kepada pihak lain seperti keluarga, teman dan kerabat?

\*

- a. Ya
- b. Tidak