

**LAPORAN PENELITIAN**  
*(LIMITED CONTENT)*

**TREND DAN TANTANGAN PENELITIAN KOMUNIKASI PADA  
MAHASISWA SEMESTER AKHIR JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
UK PETRA**



oleh:

Hadi, Ido Priyana

Luik, Jandy E.

Inri Inggrit Indrayani

**PUSAT KAJIAN KOMUNIKASI PETRA (PKKP)  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UK PETRA SURABAYA**

JUNI 2010

## BAB I: PENDAHULUAN

Perkembangan Ilmu Komunikasi di Indonesia dapat dikatakan sangat pesat sejak memasuki tahun 2000. Salah satu parameter yang menandai pesatnya perkembangan ini adalah semakin banyak perguruan tinggi yang membuka program studi Ilmu Komunikasi dari tingkat diploma sampai doktoral. Minat masyarakat sangat menentukan sebuah program studi dibuka, di samping program studi lain yang sudah populer. Sekilas hal ini tentu sangat menggembirakan, karena ditengah meredupnya peminat program studi ilmu-ilmu alam yang selama dasawarsa 80-90an lebih diminati dan dominan.

Menurut asumsi penulis, ada dua hal yang menyebabkan minat masyarakat (calon mahasiswa baru) memilih Jurusan Ilmu Komunikasi. Pertama, adanya trend perkembangan teknologi komunikasi yang begitu pesat, terutama teknologi komputer dan satelit komunikasi yang tidak hanya berhasil meningkatkan aktivitas komunikasi yang telah ada, seperti penerbitan dan penyiaran, tetapi juga berhasil melahirkan berbagai macam keterampilan dan spesialisasi baru dalam bidang komunikasi, termasuk memperluas jaringan informasi di bidang ekonomi, pendidikan, pariwisata, serta mengintegrasikan (*convergence*) komponen pengelolaan informasi menjadi luwes, mudah dan menyedangkan. Kedua, keberhasilan pemerintah Indonesia dalam penyediaan sarana komunikasi tidak jauh berbeda dengan apa yang ada di negara-negara maju.

Ilmu Komunikasi sebenarnya disiplin ilmu yang masih muda, seperti diucapkan Littlejohn (1989) yang dikutip oleh Ibrahim (dalam Hardt, 1992 : ix). "*Communication is still a young discipline, but it is no longer in its inFancy,*". Namun ia bukan lagi di masa kanak-kanaknya. Seperti anak muda yang tengah bergairah mencari identitas diri dan merangkai masa kini untuk menatap masa depan yang belum pasti, ilmu komunikasi pun tengah mengalami persoalan identitasnya untuk tumbuh sebagai disiplin yang matang dan terus ditantang untuk bisa berkiprah dalam menjelaskan perubahan realitas kehidupan yang sedikit banyak dipengaruhi oleh perkembangan teknologi komunikasi dan media dalam masyarakat konsumen kapitalis kontemporer.

Studi sosial ilmiah mengenai komunikasi sendiri sebenarnya baru dimulai pada akhir 1930-an di Amerika Serikat (Delia, 1987). Sementara menurut Rogers (1986:72) komunikasi baru muncul sebagai disiplin akademis tersendiri pada akhir 1940-an. Salah satu momentumnya ditandai oleh pembentukan Institut Penelitian Komunikasi (Institute of

Communication Research) di Universitas Illinois pada 1948 yang dipimpin oleh salah seorang pakar dan perintis ilmu komunikasi terkemuka, Wilbur Schramm (Bapak Ilmu Komunikasi). Tokoh lain, yang disebut-sebut the engineers of communication adalah Claude E. Shannon (Information Theory, 1949) dan Norbert Wiener (Cybernetics, 1948). Sementara para founding fathers ilmu komunikasi adalah Harold D. Laswell (Propaganda Effects, 1902-1980), Kurt Lewin (The Concept of Gatekeeping, 1890-1947), Carl Hovland (Persuasion, 1921-1961), dan Paul F. Lazarfeld (Toolmaker, 1901-1976).

Perkembangan ilmu komunikasi kian pesat baru 1960-an dan 1970-an. Peningkatan dalam teori dan penelitian komunikasi biasanya dipandang merefleksikan tingkat kematangan dan pertumbuhan dalam bidang komunikasi itu sendiri. Sedangkan, perkembangan ilmu komunikasi di Indonesia pada tahun-tahun tersebut menggunakan nama publisistik yang melembaga di beberapa perguruan tinggi di Indonesia. Seperti Fakultas Publisistik (1964) Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Perguruan Tinggi Publisistik (1960) sekarang Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Jakarta. Warna kajian jurnalistiknya (teori dan praktik) begitu kentara, karena memang disiapkan untuk mendidik calon-calon wartawan (media cetak dan elektronik). Pada waktu itu, kondisi media massa belum begitu maju seperti saat ini, surat kabar yang terbit paling banyak terdiri dari delapan halaman, radio telah menjadi primadona informasi tercepat, siaran televisi masih terbatas di Jakarta, dan istilah publisistik lebih banyak dikaitkan dengan aktivitas kewartawanan dan penerangan. Oleh karena itu, pendidikan komunikasi pada awalnya identik dengan kedua bidang ini (Achmad, 1980:3).

Memasuki tahun 1985-an Jurusan Publisistik atau sekolah Publisistik di beberapa perguruan tinggi berganti nama menjadi Ilmu Komunikasi. Mahasiswa yang memilih pendidikan komunikasi waktu itu sebagian bercita-cita menjadi wartawan (media cetak dan radio) atau menjadi pegawai Departemen Penerangan. Jumlah mahasiswa terbatas, sebab pendidikan komunikasi tidak sepopuler pendidikan kedokteran, hukum, farmasi, ekonomi, dan ilmu teknik. Barangkali dosen komunikasi yang mengajar di tahun-tahun itu akan merasa kaget jika 25 tahun kemudian pendidikan komunikasi trend-nya begitu diminati calon mahasiswa hampir di berbagai perguruan tinggi di Indonesia.

Memasuki usia ke sembilan sejak didirikan tahun 2001, Jurusan Ilmu Komunikasi UK Petra telah melakukan perpanjangan Ijin Program Studi Ilmu Komunikasi dari Dikti dengan No.3602/D/T/2008 yang berlaku sampai dengan 18 Januari 2013. Sementara itu, jumlah mahasiswa lulus lokal sampai dengan semester genap 2008/2009 berjumlah 510 orang, dengan rata-rata masa studi 9.13 semester. Jumlah mahasiswa aktif (PRS) sesuai EPSBED 2008/2009-

1 berjumlah 617 orang. Sementara total SKS dalam kurikulum (2007) yang sudah diimplementasikan sebanyak 144 SKS dengan 5 konsentrasi/ peminatan (Corporate Public Relations/ CPR; Marketing Public Relations/ MPR; Penyiaran Televisi; Penyiaran Radio; dan Media Cetak/ Online). Mahasiswa program Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi UK Petra, mengakhiri studi dengan penelitian dalam bentuk skripsi.

Penelitian ilmiah (*scientific research*) dalam bentuk skripsi, merupakan suatu kewajiban bagi mahasiswa sesuai kurikulum dan konsentrasi yang dipilih. Tidak jarang mahasiswa semester akhir (semester 7 dan 8) memandang mata kuliah skripsi sebagai beban tersendiri, dalam mengakhiri kuliahnya. Matakuliah seperti Metode Penelitian Sosial (MPS), Statistik Sosial, Metode Penelitian Komunikasi (MPK), maupun matakuliah Seminar adalah sebagai prasyarat-prasyarat mahasiswa mengambil Skripsi. Namun realitanya, mahasiswa sering mengalami kesulitan dalam praktiknya, mulai dalam ‘menangkap’ fenomena komunikasi untuk ditulis dalam dalam proposal awal skripsi sampai pada metode. Padahal proses pembelajaran di kelas maupun praktik membuat proposal telah mereka dapatkan dalam matakuliah-matakuliah tersebut. Tetapi kebingungan dan ketidaktahuan awal atas apa yang harus mereka tulis dalam proposal untuk mengungkap gejala/ dugaan tersebut merupakan perjuangan tersendiri.

Kelas matakuliah Seminar seringkali menjadi ajang ujicoba mahasiswa untuk sekuat tenaga agar lulus dengan menghasilkan sebuah proposal skripsi yang orisinalitas dan kualitasnya baik. Maka dalam matakuliah Seminar dosen pengampu di kelas dalam pertemuan awal biasanya memberikan flashback mengenai apa itu fenomena komunikasi, teori komunikasi, dan metode penelitian. Dosen juga memberikan jadwal kepada mahasiswa agar mempresentasikan secara bergilir di kelas mengenai ide dan harapan melakukan penelitian dengan topik tertentu berdasarkan masalah komunikasi yang akan diteliti dalam format proposal Skripsi. Mulai latarbelakang masalah, fenomena komunikasi, permasalahan, tujuan penelitian, signifikansi (manfaat), batasan penelitian, tinjauan pustaka/ landasan teori, nisbah antarkonsep, kerangka pemikiran sampai metode penelitian yang digunakan.

Sehingga ketika mahasiswa maju ujian seminar, diharapkan ia telah menguasai topik, teori sampai metode yang akan diterapkan dalam skripsinya. Uji kelayakan proposal Skripsi dalam seminar, sangat penting untuk mengetahui maksud dan tujuan mahasiswa akan melakukan penelitian. Serta menyamakan persepsi secara metodologis, sehingga topik, pendekatan penelitian dan metode yang digunakan benar-benar sesuai. Sampai dengan Galas 2009/2010, Jurusan belum mempunyai data secara rinci tentang data skripsi seperti berapa

persen jumlah mahasiswa yang menggunakan penelitian skripsi menggunakan pendekatan kuantitatif dan kualitatif, data mengenai ragam judul/ tema skripsi terkait konseptual teoritik dan metode, kecenderungan topik/ tema skripsi, dsb. Data tersebut sangat dibutuhkan untuk melihat potret Skripsi mahasiswa (mapping) beserta tantangan dan trend penelitian skripsi ke depan. Sehingga, paling tidak disamping jurusan mempunyai database (borang) yang jelas untuk kepentingan akademik. Maka yang lebih penting adalah Skripsi bisa menunjukkan mengenai perkembangan Ilmu Komunikasi UK Petra sebagai ilmu Ilmiah maupun praktis/ terapan. Oleh karena itu, berdasarkan argumen ini penelitian ini menjadi penting dilakukan.

## **BAB II: LANDASAN TEORI**

Melakukan penelitian merupakan aktivitas yang memerlukan proses berpikir dengan mengasah dan mengembangkan rasa ingin tahu tentang fenomena komunikasi, yakni peristiwa komunikasi yang pernah atau sedang dilihat, didengar, dipikirkan dan dirasakan (diamati). Rasa ingin tahu tentang fenomena tersebut harus jelas diungkap secara singkat. Berpikir dalam hal ini adalah melakukan ekstrapolasi, artinya bagaimana dari pengetahuan (fenomena komunikasi) yang sudah ada dalam pikiran dengan konsep kuncinya, dimunculkan atau dicari konsep lain sebagai pengetahuan baru. Setelah kedua konsep tersebut dihubungkan dalam bentuk sebuah kalimat pertanyaan, maka akan lahirlah suatu permasalahan penelitian sebagai ungkapan rasa ingin tahu tentang fenomena komunikasi tersebut (diadaptasi dari Hamidi, 2004:1).

Manusia adalah makhluk sosial dimana dia selalu memiliki kecenderungan berkomunikasi, berinteraksi, bersosialisasi antara satu dengan yang lain. Kecenderungan tersebut didorong oleh upaya pemenuhan kebutuhan manusia. Disamping itu, manusia memiliki kecenderungan untuk selalu ingin-tahu atas apa yang dilihat, didengar atau diindera. Dengan ungkapan lain manusia selalu ingin mengetahui dan memahami lingkungannya, apalagi dalam dunia akademis pendidikan tinggi. Oleh karena itu, berangkat dari rasa ingin tahu tersebut manusia melakukan penelitian, sehingga menghasilkan pengetahuan berdasarkan pengalaman empirik tentang obyek yang diteliti tersebut.

Penelitian ilmiah membutuhkan penguasaan dan kecakapan yang diperlukan untuk melakukan penyelidikan ilmiah. Penelitian ilmiah juga memiliki suatu sasaran atau tujuan tertentu, yaitu menghadirkan prosedur-prosedur di dalam suatu konteks yang memungkinkan mahasiswa (termasuk dosen) memilih strategi penelitian yang layak, sehingga memberi signifikansi akademik dan praktis. Hal ini penting, karena dari hasil penelitian yang dilakukan selalu memberikan jawaban atas rasa ingin tahu seseorang yang dikemas dalam pertanyaan ilmiah dalam rumusan masalah. Sehingga pada akhirnya tujuan penelitian terpenuhi.

Kajian komunikasi diuraikan sebagai bidang atau ranah riset yang mencakup produksi, dan penggunaan simbol (baik linguistik maupun non-verbal, serta komunikasi tatap muka ataupun termediasi) di dalam konteks sosial dan budaya guna dinamika sistem, sosial serta budaya (Baxter and Babbie, 2007:11). Babbie dan Baxter menguraikan bahwa komunikasi merupakan kajian keilmuan yang luas yang merangkul ilmu sosial serta humanistik. Lantas,

seperti apakah spesifikasi yang digunakan untuk membedakan penelitian komunikasi dengan penelitian ilmiah lainnya ? Penelitian komunikasi harus dapat menangkap (*capture*) sebuah fenomena komunikasi. Ini yang kemudian membedakannya dengan penelitian ilmiah lainnya. Fenomena komunikasi menjadi fenomena inti atau *prime phenomenon* yang nantinya akan membawa peneliti kepada *inquiry* atau rumusan permasalahan. Berbeda dengan kajian ilmu yang lain, yang menggunakan fenomena komunikasi sebagai *secondary phenomenon*, yang sifatnya hanya sebagai penunjang.

Temuan terhadap fenomena komunikasi menjadi tahap awal bagi mahasiswa untuk menajamkan fokus penelitiannya. Dalam latar belakang masalah, mahasiswa wajib memaparkan kekhasan fenomena komunikasi tersebut yang kemudian akan menggiring penelitiannya menuju pada tahap selanjutnya yaitu rumusan permasalahan. Cooper, Potter dan Dupagne (dalam Trumbo, *Journalism and Mass Communication Quarterly*; Summer 2004; 81) menguraikan tentang fokus penelitian komunikasi yang terbagi menjadi Industri media, Personalitas di media, Produksi pesan, Isi pesan atau konten, Analisis audiens serta Distribusi Pesan. Kategorisasi fokus penelitian yang dituangkan oleh Cooper, Potter dan Dupagne ini merunut pada apa yang diungkapkan oleh Laswell tentang “*who says what to whom in what channel to what effect*”.

Dalam skala penelitian komunikasi, terdapat tiga ketertarikan peneliti terhadap penelitian komunikasi. Pertama, peneliti tertarik untuk mengetahui proses dalam produksi pesan, transmisi serta penciptaan makna. Kedua, peneliti komunikasi secara sistematis mempertanyakan isi atau bentuk dari pesan komunikasi. Ketiga, penelitian komunikasi tertarik untuk mengetahui fungsi serta efek dari pesan ( Baxter and Babbie, 2007:11).

Baxter dan Babbie, dalam *The Basic of Communication Research* (2007), mengungkapkan beberapa konteks penelitian komunikasi yang dapat dipilih mahasiswa untuk menjadi topik penelitian, antara lain meliputi : (1) Komunikasi kebijakan dan hukum, (2) Komunikasi dan teknologi, (3) Komparasi sistem media, (4) Komunikasi Lintas Budaya, (5) Komunikasi Pengembangan, (6) Komunikasi keluarga, (7) Komunikasi kelompok, (8) Komunikasi kesehatan, (9) Komunikasi instruksional, (10) Komuniasi antarpribadi, (11) Komunikasi intrapersonal, (12) Bahasa dan Interaksi sosial, (13) Komunikasi legal, (14) Komunikasi massa, (15) Komunikasi organisasi, (16) Komunikasi politik, (17) Komunikasi publik, (18) Komunikasi populer, (19) Relasi publik. Penentuan topik penelitian pada akhirnya dapat mempermudah mahasiswa untuk melakukan klasifikasi terhadap teori atau konsep yang nantinya berperan sebagai pisau analisis. Dengan demikian, akan mempermudah mahasiswa

memilih referensi yang akan digunakan dalam penelitian. Pada tahap ini, topik menjadi ruang lingkup penelitian yang membantu mahasiswa untuk mempertajam *research domain*-nya.

Perumusan masalah yang telah diajukan oleh mahasiswa dalam bab satu akan menentukan pendekatan apa yang digunakan oleh mahasiswa untuk menjawab rumusan permasalahan. Apakah mahasiswa akan menerapkan perspektif teknokratik yang memanfaatkan *reconstructed logic* (kuantitatif) atau perspektif transenden atau *logic in practice* (kualitatif). *Reconstructed logic* berarti logika tentang bagaimana melakukan penelitian yang sangat diatur dan diulang dalam bentuk yang ideal, formal dan sistematis. Logika itu disusun secara logis ke dalam peraturan dan istilah yang konsisten. *Logic in practice* adalah logika tentang bagaimana penelitian benar-benar dilaksanakan. Logika ini didasarkan pada pendapat atau norma bersama di antara para peneliti yang berpengalaman (Sutinah, Jurnal Scriptura Vol. 1 No. 2 Juli 2007).

Setelah menentukan pendekatan penelitian, desain penelitian juga harus memaparkan tentang metode atau prosedur yang akan diaplikasikan oleh peneliti dalam rangka menjawab permasalahan penelitiannya. Ada beberapa metode yang pada umumnya dipakai oleh peneliti, antara lain eksperimen, survey, observasi termasuk pengamatan partisipasi, *social text analysis* yang termasuk di dalamnya analisis wacana, analisis percakapan dan semiotika, analisis teks kuantitatif/analisis isi. (Baxter and Babbie, 2007). Dalam ilmu komunikasi, audit komunikasi merupakan salah satu metode alternatif yang juga digunakan dalam ranah penelitian kehumasan dan organisasi. Audit komunikasi merupakan teknik diagnostik (Hardjana, 2000:22) yang melihat efektivitas sistem komunikasi dalam organisasi. Selain metode di atas, ada beberapa metode lain yang merupakan varian baru dalam pendekatan kualitatif seperti fenomenologi, etnografi, studi kasus serta analisis resepsi.

Format proposal penelitian komunikasi yang universal biasanya menjelaskan beberapa matriks penelitian. Apabila mahasiswa sudah bisa mengisi matriks tersebut dengan lengkap, maka langkah awal mahasiswa akan lebih mudah. Sedangkan untuk lebih meyakinkan dosen pembimbingnya, mahasiswa bisa menarasikan matriks penelitian tersebut dalam proposal penelitian. Kenyataan, sebagai dosen pembimbing ada kesan mahasiswa lebih senang menulis proposal penelitian komunikasi berhalaman-halaman, daripada menulis matriks penelitian dalam selembar kertas. Perilaku seperti ini tentu saja tidak salah. Tetapi, biasanya mahasiswa enggan dipersalahkan oleh dosen pembimbing mengingat dia sudah merealisasikan segala sumber dayanya untuk menulis proposal tersebut.



Sumber : Olahan tim peneliti

Penulisan matriks tersebut akan memudahkan mahasiswa dalam menulis proposal dan melakukan penelitian komunikasi. Mengingat, dengan matriks penelitian mendidik mahasiswa untuk berpikir secara holistik, menghindari mahasiswa berpikir parsial. Misalnya minggu ini memikirkan tema penelitian saja, lalu minggu depan memikirkan obyek penelitian, minggu depannya lagi memikirkan pendekatan penelitian, dsb. Dengan matriks penelitian mendidik para mahasiswa untuk mengkristalkan semua bahan proposal penelitian dalam benaknya. Sehingga apabila ini dilakukan, maka proses menuangkan pikiran tersebut dari proposal sampai penelitian akan berlangsung baik.

Penelitian ini bermaksud akan melihat secara deskriptif tentang trend dan tantangan penelitian komunikasi yang telah dilakukan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi sejak angkatan 2001 sampai terakhir. Hal ini sangat penting bagi jurusan mengingat selama ini mahasiswa sering dihadapkan pada kesulitan-kesulitan ketika mulai dari penulisan proposal. Penelitian ini sekaligus juga untuk menjadi evaluasi sekaligus memotret (memetakan) kecenderungan mahasiswa dalam melakukan penelitian.

### **BAB III: RUMUSAN MASALAH**

Yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tren dan tantangan penelitian komunikasi mahasiswa tingkat akhir di Jurusan Ilmu Komunikasi UK Petra.

### **BAB IV: TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN**

Tujuan dan manfaat dalam melakukan penelitian ini adalah :

Tujuan : untuk mengetahui trend dan tantangan penelitian komunikasi pada mahasiswa semester akhir Jurusan Ilmu Komunikasi UK Petra, sehingga bisa memberikan rekomendasi jurusan untuk dipakai sebagai bahan evaluasi.

Manfaat akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada studi Ilmu Komunikasi terkait dengan fenomena komunikasi dan metodologi penelitian yang digunakan oleh para mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UK Petra dalam penelitian Skripsi.

## BAB V: METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik, pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian deskriptif. Metode yang digunakan untuk mendeskripsikan penelitian mahasiswa tingkat akhir di Jurusan Ilmu Komunikasi UK Petra adalah analisis isi. Analisis isi merupakan sebuah alat untuk melakukan kategorisasi dari manifest teks yang ada. Sehingga, salah satu kunci dari metode ini adalah sebuah panduan untuk melakukan kategorisasi, atau yang biasanya disebut lembar *coding*.

### ***Kategorisasi***

Kategorisasi dari penelitian ini diturunkan berdasarkan apa yang telah dikerjakan oleh Cooper, Potter, dan Dupagne di tahun 1994 serta Baxter dan Babbie tahun 2007. Trumbo juga telah menggunakan kategorisasi yang serupa pada penelitiannya di tahun 2004. Dengan demikian, kategorisasi yang digunakan adalah fokus penelitian, pendekatan, penggunaan teori, sumber data, dan prosedur analisis. Beberapa tambahan kategori yang peneliti gunakan disesuaikan dengan konteks Jurusan Ilmu Komunikasi UK Petra, adalah objek penelitian yang dianalisis, mediumnya, dan daftar pustaka yang digunakan. Kategorisasi yang tidak kalah penting adalah profil responden yaitu angkatan, jenis kelamin, tahun lulus, tahun mengerjakan skripsi, dan periode mengerjakan.

Fokus dari penelitian ini adalah sesuai area berikut ini :

1. *Media Industry* (Industri)
  - a. Kepemilikan Silang Media
  - b. Manajemen Media
  - c. Konvergensi Media
2. *Personalities in the Media* (Personalitas),
  - a. Perempuan dan Media
  - b. Pencitraan
  - c. Media dan Gender
3. *Production of Messages* (Produksi),
  - a. Representasi
  - b. Penerimaan
  - c. Wacana
  - d. Proses Komunikasi Interpersonal

- e. Hambatan komunikasi/ Antar Budaya
- 4. *Message Content* (Konten),
  - a. Objektivitas
  - b. Kekerasan
  - c. Keberpihakan
  - d. Kecenderungan pemberitaan media
- 5. *Audience Analysis* (Audiens),
  - a. Sikap
  - b. Opini
  - c. Persepsi
  - d. Penggunaan dan Kepuasan
  - e. Motif
  - f. Pengaruh tayangan/ terpaan/ program/ pemberitaan
  - g. Hubungan
- 6. *Distribution of Message*
  - a. *Downward & Upward Communication*
  - b. Audit Komunikasi
  - c. Komunikasi Organisasi

Topik penelitian komunikasi lebih kepada *interest* dan kompetensi. Menurut Baxter dan Babbie (2004, p11-13) penelitian komunikasi tertuju pada isu : (1) Kebijakan dan Hukum Komunikasi, (2) Komunikasi dan Teknologi, (3) Komparasi Sistem Media, (4) Komunikasi Lintas Budaya, (5) Komunikasi Pembangunan, (6) Komunikasi Keluarga, (7) Komunikasi Kelompok, (8) Komunikasi Kesehatan, (9) Komunikasi Instruksional, (10) Komunikasi Antar Pribadi, (11) Komunikasi Intrapribadi, (12) Bahasa dan Interaksi Sosial, (13) Komunikasi Legal, (14) Komunikasi Massa, (15) Komunikasi Organisasi, (16) Komunikasi Politik, (17) Komunikasi Populer, (18) Komunikasi Publik, (19) *Public Relations*

Pada pendekatan penelitian, ada dua kategori yaitu:

1. Kuantitatif
2. Kualitatif

Metode penelitian yang dipakai dalam menjawab rumusan masalah, ialah: (1) Eksperimen, (2) Survei, (3) Analisis Isi, (4) Semiotika, (5) Studi Kasus, (6) Analisis Wacana,

(7) *Reception Analysis*, (8) Audit Komunikasi, (9) Analisis Percakapan, (10) Etnografi, (11) Fenomenologi.

Beberapa sumber data penelitian mahasiswa, yaitu ada enam kategori : (1) *Direct contact with people* (Manusia), (2) *Direct contact with media messages* (Pesan Media), (3) *Direct contact with archival data* (Arkais).