

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi (TIK) membuat informasi semakin mudah untuk disampaikan. Hal ini menyebabkan berita yang muncul pada satu tempat dapat dengan mudah menyebar ke tempat lain. Hal ini membuat kita menjadi lebih mudah mendapat informasi yang dibutuhkan. Namun, hal ini membuat informasi yang tidak kita perlukan atau minati datang tanpa kita bisa redam kemunculannya. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sendiri memiliki dampak pada munculnya berbagai sarana penyebaran informasi, seperti kehadiran telegram, radio, televisi, komputer, hingga internet. Internet atau *Interconnected Network* saat ini menjadi sarana yang paling sering digunakan dalam menyebarkan sebuah informasi oleh pengguna. Adanya internet membuat berbagai inovasi dari bidang lain berkembang dan bermunculan dengan pesat, Contohnya di bidang ekonomi muncul berbagai inovasi yang memiliki ketergantungan terhadap internet dengan munculnya ATM, M-Banking, hingga pembayaran dengan non-tunai. Selain contoh tersebut, inovasi dan konsep baru mulai bermunculan berkat kehadiran internet, salah satunya adalah media sosial.

Media sosial merupakan sebuah platform komunikasi melalui internet yang menghubungkan satu pengguna dengan pengguna lain. Saat ini, media sosial merupakan media komunikasi yang banyak digunakan oleh masyarakat. Salah satu alasan dari penggunaan media sosial saat ini adalah mudahnya akses dan pengoperasian media sosial, selama memiliki komputer atau *smartphone*. Media sosial sebagai layanan komunikasi memberikan pengguna kesempatan untuk melakukan komunikasi dengan orang lain lebih cepat (dalam hal kecepatan pengiriman informasi) dari mengirimkan pesan melalui surat atau telegram yang dikirim melalui telegraf, informasi yang disampaikan menjadi lebih interaktif. Selain itu, media sosial dapat membuat komunikasi atau penyebaran informasi terjadi dalam dua arah, tidak seperti televisi atau radio yang hanya memberikan informasi saja kepada penerima pesan. Media sosial juga tidak memiliki batasan kapan atau pada waktu apa pengiriman pesan dapat dilakukan karena pengguna

dapat mengirimkan pesan langsung pada saat diperlukan dan dapat langsung mendapatkan balasan pesan dari orang yang dikirim pesan.

Sebagai alat penyebar informasi, media sosial berbeda dengan media massa. Media sosial pada dasarnya tidak memiliki izin/legalitas apabila dijadikan sebagai media penyebaran informasi (Azman, 2018). Kurangnya tingkat kontrol yang dimiliki pemerintah dan pengembang media sosial mengenai keaslian informasi data pengguna menyebabkan media sosial memiliki faktor ketidakjelasan mengenai siapa pemilik akun yang menyebarkan suatu informasi. Hal ini dapat menjadi celah yang dapat dimanfaatkan seseorang dalam menyebarkan misinformasi, disinformasi, atau berita palsu (*hoax*), baik itu dilakukan secara sadar atau tidak sadar/tidak disengaja. Meskipun begitu, media sosial memiliki keunggulan tersendiri daripada media massa dimana tingkat pengguna media sosial yang tinggi menyebabkan penyebaran informasi menjadi lebih mudah dibandingkan media massa konvensional seperti koran atau televisi yang memiliki batasan dalam hal pengguna atau penerima informasi. Ditambah dengan sifatnya yang informal, media sosial saat ini digunakan oleh pengguna tertentu untuk memberikan pengetahuan atau berita dengan pembawaan yang mudah dimengerti sehingga informasi lebih dapat dipahami pengguna yang mendapatkan informasi tersebut dan tujuan dari penyebaran informasi, misal memberikan pemahaman kepada masyarakat, lebih mudah dicapai.

Banyak platform media sosial yang bertebaran di internet. Media sosial ini masing-masing memiliki fungsi dan kekhasannya tersendiri. Katakanlah Facebook, media sosial yang sedang dalam proses transisi branding di bawah nama Meta pasca pengumuman yang disampaikan oleh Mark Zuckerberg (Meta, 2021; Rodriguez, 2021) ini awalnya merupakan sebuah media sosial yang memiliki untuk menghubungkan mahasiswa Harvard University secara online, mulai meluas ke universitas lain seperti Stanford, Yale, Columbia (Syahputra, 2018). Facebook sendiri pada tahun 2010-an merupakan media sosial yang aktif digunakan oleh masyarakat, terutama remaja. Selain Meta, saat ini terdapat media sosial lain yang dapat digunakan oleh masyarakat seperti Instagram, Whatsapp, Discord, Twitch, dan sebagainya.

Berbicara mengenai media sosial, salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah bagaimana pengguna media sosial dapat dengan mudah memiliki kontribusi dalam proses pembuatan informasi (*creation Information*). Hal ini yang dikenal dengan istilah *user-generated content* (UGC). Istilah lain yang digunakan adalah *user-created content*. Bahia & Simintiras (2016) memberikan pemahaman mengenai *user-generated content* dimana dalam konsep ini, sebuah konten yang dibuat di dalam web tidak hanya secara pasif dikonsumsi oleh pengguna internet, namun konten tersebut nyatanya dibuat, dibagikan, dan dikonsumsi oleh pengguna internet yang secara aktif menciptakan atau membuat sebuah konten. Mudah-mudahan pengguna media sosial dalam membuat informasi baru melalui media sosial merupakan salah satu penyebab semakin banyaknya pengguna media sosial yang berkontribusi dalam pembuatan informasi baru. Informasi yang dibuat akan dengan mudah sampai ke audiens yang ditargetkan dengan bantuan algoritma yang dimiliki media sosial. Salah satu media sosial yang digunakan aktif dalam membagikan informasi oleh pengguna di Indonesia adalah Twitter.

Twitter merupakan sebuah situs *microblogging*, yang pada awalnya dikembangkan untuk gawai dan didesain untuk memberikan kemudahan kepada pengguna untuk membuat unggahan pendek (Marwick & Boyd, 2011). Twitter diluncurkan pada tahun 2006 oleh 3 *programmer* yang bekerja untuk Odeo, Inc., sebuah perusahaan *podcast*. Pada awalnya, Twitter hanya memiliki 8 pegawai pada tahun 2008 yang kemudian mulai berkembang hingga memiliki lebih dari 400 pegawai pada bulan Maret 2011 (Warf, 2018). Berdasarkan laman *about* yang disediakan, Twitter memberikan sekilas mengenai bagaimana dampak yang Twitter miliki kepada penggunanya melalui slogan yang ada, yaitu “*what’s happening and what people are talking about right now*”. Maksudnya adalah Twitter sebagai media sosial memberikan ruang bagi pengguna untuk dapat memberitakan sesuatu yang terjadi di sekitar secara cepat dan aktual melalui fitur “*tweet*” yang dimiliki. *Tweet* sendiri merupakan sebuah fitur tulisan yang diunggah ke laman *timeline* pengguna yang memiliki batas karakter tulisan sebanyak 280 huruf. Selain dalam bentuk teks, *tweet* juga dapat memuat media dalam bentuk gambar dan video serta emoji dan fitur jajak pendapat.

Tabel 1.1

Pengguna Twitter di Dunia Menurut Statista (2022)

No	Negara	Jumlah Pengguna (Juta)
1	Amerika Serikat	76,9
2	Japan	58,95
3	India	23,6
4	Brazil	19,05
5	Indonesia	18,45
6	Britania Raya (UK)	18,4
7	Turki	16,1
8	Arab Saudi	14,1
9	Mexico	13,9
10	Thailand	11,45

Sumber: statista.com (2022)

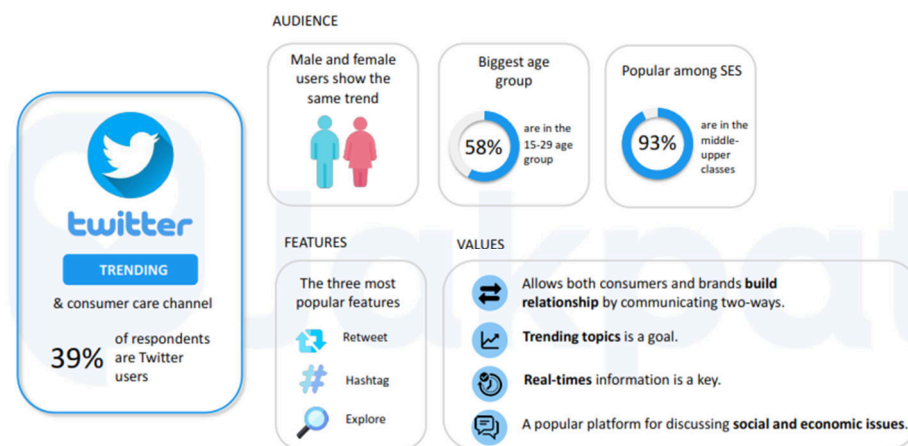
Di Indonesia, Twitter merupakan salah satu media sosial yang digunakan masyarakat. Menurut hasil laporan Statista per Januari 2022, terdapat 18,45 juta pengguna Twitter di Indonesia. Angka tersebut menjadikan Indonesia sebagai negara yang warganya menggunakan Twitter terbanyak ke-5 di dunia setelah Amerika Serikat yang menempati posisi pertama, disusul Jepang, India, dan Brazil. Data laporan tersebut didapat berdasarkan pemirsa iklan yang dapat dialamatkan (Statista, 2022). Selain hasil laporan berdasarkan survey yang dilakukan oleh Statista, JakPat, sebuah perusahaan *marketing research* yang berasal dari Indonesia, melakukan survey mengenai tren penggunaan media sosial di Indonesia yang dilakukan pada rentang waktu 30 Desember 2021 hingga 2 Januari 2022. Survey ini didistribusikan melalui aplikasi JakPat dan berhasil mengumpulkan responden sebanyak 2405 orang yang diantaranya sebanyak 2387 responden merupakan pengguna aktif media sosial selama 3 bulan terakhir. Survey ini mendapatkan hasil dimana 39% responden merupakan pengguna Twitter dimana 58% pengguna Twitter diantaranya berusia 15-29 tahun. Berdasarkan survey tersebut, terdapat 3 fitur Twitter yang diminati oleh para responden, antara lain *Retweet*, *Hashtag*, dan *Explore*. Selain fitur yang diminati, responden diberikan kesempatan untuk mengemukakan pendapat mengenai *values* yang dimiliki oleh Twitter. Hasil yang

Luthfi Nur Hakim, 2023

PERSEPSI MAHASISWA UPI TERHADAP FENOMENA INFORMATION ENCOUNTERING DALAM PENGGUNAAN TWITTER

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

didapat mengenai *values* yang dimiliki Twitter adalah Twitter sebagai sebuah media sosial memberikan ruang bagi pelanggan atau konsumen dan *brand* untuk melakukan komunikasi dan hubungan dua arah serta menjadi media populer untuk melakukan diskusi publik mengenai permasalahan sosial dan ekonomi. Selain itu, pengguna Twitter dapat melihat topik apa yang sedang populer atau tren terkini dan informasi yang aktual dan terkini merupakan keunggulan yang dimiliki Twitter (JakPat, 2022).



Gambar 1.1 Laporan Mengenai Twitter

(Sumber: JakPat, 2022)

Dalam pernyataan yang dikeluarkan JakPat mengenai *values* yang dimiliki oleh Twitter salah satu hal yang menarik perhatian adalah mengenai fitur topik populer terkini atau *trending topics*. Twitter memiliki sebuah fitur bernama topik populer atau *trending topics* untuk membantu pengguna Twitter menemukan topik mana yang sedang hangat diperbincangkan di Twitter. Berkat algoritma yang disusun, informasi yang diminati oleh pengguna Twitter akan muncul ke laman beranda atau *timeline* berdasarkan informasi mengenai perilaku penggunaan Twitter oleh pengguna, seperti siapa yang diikuti oleh pengguna, minat pengguna dan lokasi pengguna Twitter.

Melalui keterangan yang diberikan Twitter dalam *Help Center* (Twitter, t.t.), algoritma *trending topics* diatur untuk mengidentifikasi topik yang sedang populer

saat ini, bukan topik yang sudah populer selama beberapa waktu yang lalu atau topik yang populer dalam basis harian, hal ini diperuntukan untuk membantu pengguna menemukan topik yang sedang hangat didiskusikan di Twitter. Asur dkk. (2011) memberikan tambahan mengenai algoritma yang ada, dimana dari hasil penelitian yang mereka lakukan, faktor seperti aktivitas pengguna dan jumlah pengikut yang dimiliki tidak berkontribusi kuat dalam menciptakan dan merembaknya sebuah tren, namun *retweet* yang dilakukan oleh pengguna lain yang atributnya lebih berhubungan kepada konten yang dibuat daripada atribut dari pengguna yang membuat informasi. Lebih lanjut lagi, Hendrickson, Kolb, Lehman, & Montague, *data scientist* dari GNIP, perusahaan yang saat ini sudah diakuisisi oleh Twitter pada tahun 2014, membuat sebuah *white paper* yang menjelaskan mekanisme algoritma kemunculan topik sebagai bagian dari *trending topics*.

Mari kita kembali lagi ke pembahasan mengenai *trending topics* sebagai salah satu fitur yang mendeteksi topik apakah yang sedang berkembang di Twitter saat itu. Peneliti berpendapat bahwa algoritma yang mendeteksi topik yang sedang hangat di Twitter ini menarik. Selain itu, *trending topics* sendiri dapat menginformasikan topik terhangat apa yang sedang ramai diperbincangkan di ranah Twitter oleh pengguna lain. Berdasarkan penjelasan diatas, aktivitas pengguna lain seperti pembuatan *tweet* baru mengenai topik dan aktivitas *retweet* mengenai konten yang dibuat pengguna lain menjadi faktor dalam meningkatnya sebuah topik ke dalam *trending topics*. Semakin banyak sebuah *tweet* disukai (*like*) atau di-*retweet*, semakin meluas *tweet* tersebut ditemukan orang lain. Apabila *tweet* yang ditemukan oleh pengguna lain dapat berguna baginya, maka mereka akan mencoba untuk menggali lebih dalam informasi yang ada dan berkaitan dengan *tweet* tersebut yang dalam hal ini, apabila dihubungkan dengan keilmuan informasi, merupakan salah satu bentuk dari perilaku pencarian informasi. Pengguna dapat memutuskan untuk menggunakan atau menyimpan informasi tersebut apabila sudah selesai melakukan pencarian informasi. Seringkali pengguna twitter menemukan *tweet* yang ternyata dapat berguna baginya dalam kehidupan sehari-hari. Ketika penemuan dan akuisisi terhadap informasi yang didapat dari *tweet* itu dilakukan tanpa direncanakan atau diantisipasi oleh pengguna yang menemukannya, maka hal

tersebut dapat disebut dengan istilah *information encountering* atau jumpa informasi.

Information Encountering atau jumpa informasi merupakan sebuah teori yang membahas keadaan atau kondisi dimana seseorang menemukan/ melakukan akuisisi terhadap informasi atau pengetahuan secara tidak sengaja atau kebetulan yang orang tersebut anggap sebagai sebuah informasi yang berharga atau menarik. Teori ini dicetuskan oleh Sanda Erdelez dalam penelitian mengenai penemuan informasi secara kebetulan atau tidak disengaja. *Information encountering* terjadi apabila seseorang memiliki ekspektasi rendah atau tidak secara aktif mencari informasi tersebut. Selain itu, teori ini dapat diaplikasikan tidak hanya dalam kegiatan pencarian informasi saja, tetapi dapat dilakukan dalam kegiatan sehari-hari (Erdelez, 1999). Erdelez (1997) memberikan contoh mengenai teori ini dalam fenomena sains atau teknologi yang secara tidak sengaja ditemukan dan berguna bagi masyarakat sekarang, seperti penemuan *X-Ray* dan *Post-It* atau *Sticky Notes*.

Sebagai media sosial, Twitter dapat dimanfaatkan oleh pengguna untuk berbagai hal. Pemanfaatannya beragam, mulai dari keperluan resmi hingga yang sifatnya personal. Kebebasan (dengan beberapa syarat sebagai perlindungan bagi pengguna) yang dimiliki dalam Twitter dimanfaatkan penggunanya untuk menyebarkan berbagai informasi melalui akun yang dibuat pengguna. Pengguna dapat membuat *tweet* baru yang berisi informasi berita sekitar yang aktual, pengetahuan yang bermanfaat, ataupun pengalaman yang dialami pengguna. *Tweet* tersebut nantinya akan diberi metadata oleh sistem yang nantinya dapat ditemukan oleh pengguna lain. Pengguna yang menemukan *tweet* tersebut memiliki atau mendapat sebuah pengalaman yang menarik atau berguna dari *tweet* yang ditemukan dan dapat menyimpan informasi yang didapat untuk digunakan ketika diperlukan. Hal ini sendiri merupakan salah satu dari banyak penggambaran dari teori *information encountering* yang dibincangkan oleh Erdelez. Selain ilustrasi bagaimana teori *information encountering* bekerja, gambaran diatas juga menjadi bukti bahwa media sosial seperti Twitter dapat dimanfaatkan sebagai sumber informasi.

Peranan media sosial sebagai media komunikasi, baik itu sifatnya pribadi maupun massal membuat media sosial menjadi sebuah wadah yang mencakup berbagai informasi yang tersebar atau disebarakan didalamnya. Pemanfaatan media sosial oleh pengguna sebagai sumber informasi pun memiliki beragam tujuan. Pengguna dapat menggunakan media sosial sebagai sumber informasi dalam proses pengambilan keputusan (*decision making*), seperti dalam proses penentuan pemilihan sekolah/universitas (Fourie, 2015; Roberts-Lombard & Immelman, 2017), penentuan sikap terhadap kebijakan dan lain sebagainya. Media sosial saat ini menjadi media yang dapat menggantikan media massa konvensional lain sebagai sumber informasi. Meskipun begitu, masih sedikit penelitian khusus *information encountering* yang secara spesifik membahas mengenai media sosial tertentu yang ramai digunakan saat ini oleh masyarakat dunia. Penelitian *information encountering* terhadap media sosial tertentu memang ada, namun umumnya peneliti lebih meneliti media sosial secara umum, atau membahas mengenai layanan *microblogging*. Hal ini merupakan salah satu dorongan bagi peneliti untuk meneliti mengenai *information encountering* di Twitter.

Sebagai seorang mahasiswa yang mempelajari bidang keilmuan perpustakaan dan sains informasi, fenomena yang telah disebutkan diatas ini merupakan sesuatu yang menarik untuk diteliti. Kemajuan teknologi informasi yang ada memungkinkan sebuah terobosan yang ada untuk berdampak dalam masyarakat dan melahirkan sebuah fenomena baru yang perlu diteliti lebih lanjut. Fenomena pengguna twitter yang mengalami fenomena *information encountering* ketika menggunakan fasilitas yang dimiliki twitter merupakan contoh objek yang dapat diteliti lebih lanjut oleh peneliti dalam untuk mengetahui bagaimana perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di dunia memiliki dampak terhadap proses perilaku pencarian informasi terhadap informasi yang ditemukan secara tidak sengaja. Topik ini peneliti pilih untuk diteliti lebih lanjut untuk dapat mengetahui dan menjelaskan apa yang kedua subjek ini bawa terhadap kehidupan lingkungan mahasiswa dan persepsi mahasiswa terhadap kedua fenomena ini kedalam sebuah penelitian. Penelitian ini diusung dengan judul “Persepsi Mahasiswa UPI Terhadap Fenomena Information Encountering Dalam Penggunaan Twitter”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, perumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.2.1 Rumusan Masalah Umum

Bagaimana tingkat persepsi yang dimiliki mahasiswa UPI terhadap fenomena *information encountering* dalam penggunaan Twitter?

1.2.2 Rumusan Masalah Khusus

- 1) Bagaimana tingkat interpretasi mahasiswa UPI sebelum menjumpai informasi secara insidental (*information encountering*) dalam penggunaan Twitter?
- 2) Bagaimana tingkat interpretasi mahasiswa UPI ketika menjumpai informasi secara insidental (*information encountering*) dalam penggunaan Twitter?
- 3) Bagaimana tingkat interpretasi mahasiswa UPI terhadap sesudah menjumpai informasi secara insidental (*information encountering*) dalam penggunaan Twitter?
- 4) Bagaimana tingkat interpretasi yang dimiliki mahasiswa UPI terhadap faktor pengguna/pelaku (*user*) yang mempengaruhi terjadinya *information encountering* ketika menggunakan Twitter?
- 5) Bagaimana tingkat interpretasi yang dimiliki mahasiswa UPI terhadap faktor informasi (*information*) yang mempengaruhi terjadinya *information encountering* ketika menggunakan Twitter?
- 6) Bagaimana tingkat interpretasi yang dimiliki mahasiswa UPI terhadap faktor lingkungan (*environment*) yang mempengaruhi terjadinya *information encountering* ketika menggunakan Twitter?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut.

1.3.1 Tujuan Penelitian Umum

Untuk mengetahui tingkat persepsi yang dimiliki mahasiswa UPI terhadap fenomena *information encountering* ketika menggunakan twitter.

1.3.2 Tujuan Penelitian Khusus

- 1) Untuk mengetahui tingkat interpretasi yang dimiliki mahasiswa UPI sebelum menjumpai informasi secara insidental (*information encountering*) di Twitter.
- 2) Untuk mengetahui tingkat interpretasi yang dimiliki mahasiswa UPI ketika menjumpai informasi secara insidental (*information encountering*) di Twitter.
- 3) Untuk mengetahui tingkat interpretasi yang dimiliki mahasiswa UPI sesudah menjumpai informasi secara insidental (*information encountering*) di Twitter.
- 4) Untuk mengetahui tingkat interpretasi yang dimiliki mahasiswa UPI terhadap faktor pengguna/pelaku (*user*) yang mempengaruhi terjadinya *information encountering* di Twitter ketika menggunakan layanan tersebut.
- 5) Untuk mengetahui tingkat interpretasi yang dimiliki mahasiswa UPI terhadap faktor informasi (*information*) yang mempengaruhi terjadinya *information encountering* di Twitter ketika menggunakan layanan tersebut.
- 6) Untuk mengetahui tingkat interpretasi yang dimiliki mahasiswa UPI terhadap faktor lingkungan (*environment*) yang mempengaruhi terjadinya *information encountering* di Twitter ketika menggunakan layanan tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam hal teoritis maupun praktis, untuk spesifiknya manfaat dari penelitian yang dilakukan ini antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan keilmuan di bidang perilaku informasi. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bentuk pandangan mengenai akuisisi informasi yang terjadi secara insidental atau yang para ilmuwan namakan *information encountering* atau *information serendipity* ketika menggunakan media sosial Twitter.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti berharap bahwa penelitian yang dilakukan dapat memberikan kesempatan atau momentum bagi peneliti lain untuk memberikan perhatian kepada penelitian dengan topik *information encountering*, *information serendipity*, atau penelitian sejenis lainnya. Peneliti sendiri berpandangan bahwa apabila penelitian ini dapat dilirik oleh peneliti lain untuk dijadikan sebagai bahan atau topik penelitian, maka tingkat pemahaman seseorang mengenai penemuan informasi, baik itu dilakukan secara sengaja maupun insidental, meningkat dan mampu untuk diaplikasikan oleh orang tersebut untuk membuat pengalaman pencarian informasi yang dimiliki menjadi lebih baik lagi, baik itu dalam hal kualitas maupun kuantitas.
2. Bagi Mahasiswa, yang dalam penelitian ini memiliki posisi sebagai objek penelitian, peneliti memiliki tujuan untuk mengenalkan dan memberikan pengetahuan mengenai teori *information encountering* atau *information serendipity* serta persepsi yang dimiliki terhadap teori tersebut dengan tujuan utama untuk memberikan mahasiswa sebuah wawasan mengenai salah satu fenomena yang dialami masyarakat, yaitu bagaimana sebuah informasi yang berguna atau menarik dapat ditemukan secara insidental oleh seseorang ketika melakukan pencarian informasi. Wawasan yang diberikan dalam penelitian ini diharapkan dapat membantu mahasiswa untuk dapat meningkatkan frekuensi jumpa informasi yang ada yang dapat membuat mahasiswa menjadi lebih mudah untuk menjumpai informasi yang bermanfaat atau menarik, baik yang dapat memiliki nilai pada saat ditemukan, maupun untuk masa depan.
3. Bagi Pengguna Twitter, peneliti berharap penelitian ini memberikan dampak terhadap peningkatan kualitas perilaku informasi yang dimiliki pengguna dalam menggunakan Twitter. Twitter sendiri merupakan sumber informasi yang digunakan secara global yang membuat banyak sekali

informasi yang bermanfaat dan menarik yang dapat diambil oleh penggunaannya dari sumber tersebut.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Dalam penulisan skripsi ini memiliki lima bab struktur organisasi yang berurut yang disusun secara sistematis. Berikut merupakan struktur organisasi skripsi yang tercantum dalam penelitian, antara lain:

BAB I Pendahuluan, bab ini akan menjelaskan mengenai latar belakang penelitian dilakukan, rumusan masalah dari penelitian yang dilakukan, tujuan penelitian ini dilakukan, manfaat yang dimiliki penelitian, dan sistematika penulisan atau struktur organisasi penelitian.

BAB II Kajian Teori, dalam bab ini berisi kajian-kajian pustaka yang mendukung penelitian yang dilakukan, termasuk beberapa penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini. Dalam bab ini juga tercantum kerangka berpikir dari penelitian yang dilaksanakan.

BAB III Metode Penelitian, bab ini akan memaparkan sistematika penelitian dilakukan, seperti desain penelitian, populasi dan sampel yang digunakan untuk penelitian, instrumen penelitian, prosedur penelitian, dan bagaimana data yang didapat dalam penelitian dianalisis.

BAB IV Temuan dan Pembahasan, bab ini berisi pemaparan temuan penelitian yang telah berdasarkan data yang telah diolah dan dianalisis. Temuan data ini selanjutnya akan memberikan jawaban terhadap rumusan masalah yang dimiliki penelitian ini.

BAB V Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi, dalam bab ini peneliti memberikan pemaknaan berdasarkan hasil penelitian yang didapat. Dalam bab ini pun peneliti memberikan implikasi dan rekomendasi bagaimana penelitian ini dapat dimanfaatkan dan dikembangkan kepada pihak yang dituju dalam penelitian ini.