

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi ini, penyebaran budaya sangatlah masif. Hal ini didukung berkat kemajuan teknologi informasi dan komunikasi seperti media sosial serta media massa yang semakin canggih, memudahkan migrasi informasi antar daerah maupun negara semakin cepat. Hal ini menandakan bahwa pengaruh globalisasi ini sangat besar dalam kehidupan di masa ini berkat pertukaran informasi yang sangat cepat, termasuk pertukaran budaya antar negara juga terjadi begitu cepat dan dinamis dengan mudahnya. Dengan begitu, maka tidak menutup kemungkinan akan terjadi pula globalisasi budaya. Globalisasi budaya menjadi sorotan utama dalam hal globalisasi yang dapat membuat gerakan baru dalam sejarah kebudayaan dunia. Globalisasi budaya ini dapat melahirkan sebuah budaya baru yang disebut dengan budaya populer, yang mana merupakan budaya yang lahir karena adanya penyebaran nilai-nilai budaya suatu negara kepada negara lain di seluruh dunia. Budaya pop merupakan salah satu implikasi dampak invasif dari teknologi karena menempati banyak institusi yang memberikan dasar untuk menghasilkan makna baru dan ungkapan budaya baru (Menurut McRobbie, 1994 dalam Istiqomah, 2020, hal. 49).

Salah satu negara yang berhasil memanfaatkan globalisasi budaya ini adalah Korea Selatan dengan *Hallyu*-nya yang berhasil masuk ke seluruh negara di dunia. Gelombang budaya Korea / *Korean Wave* atau dalam Bahasa Korea dikenal dengan istilah *Hallyu* (한류) merupakan istilah yang diberikan untuk menyebut fenomena meningkatnya popularitas budaya Korea yang luar biasa di negara Tiongkok. Saat ini istilah tersebut digunakan untuk menyebutkan popularitas budaya Korea yang luar biasa juga di negara lain. *Hallyu* ini mengacu pada setiap aspek kebudayaan Korea mulai dari drama televisi (*K-drama*), film (*K-film*), musik (*K-Pop*), *fashion*, *skincare*, kosmetik hingga gaya rambut yang berhasil menyebar ke seluruh dunia. *Hallyu* dimanfaatkan oleh Pemerintah Korea Selatan sebagai salah satu upaya untuk

membangun citra negaranya atau *nation branding* di kancah internasional (Kumalaningrum, 2021, hal. 142).

Menurut GO, perluasan *Hallyu* ini berkembang melalui 4 tahapan. Tahap pertama merupakan tahap perluasan budaya populer Korea Selatan melalui program TV, Film dan music K-Pop. Tahap kedua merupakan tahap di mana orang-orang akan mulai membeli produk yang berhubungan budaya populer Korea seperti *soundtrack* drama, *make up* dan perhiasan yang dikenakan aktris hingga tiket liburan ke Korea Selatan. Tahap ketiga merupakan tahap di mana orang-orang akan membeli produk Korea Selatan yang lainnya karena sudah mulai terpesona dengan budaya populer Korea Selatan ini. Tahap keempat merupakan tahap di mana seseorang telah memiliki kesan yang baik tentang Korea sehingga orang-orang akan mulai mengadopsi apa hal yang dia rasa baik dan menguntungkan dan memunculkan perspektif baru mengenai gaya hidup seperti masyarakat Korea serta mulai mempelajari bahasa Korea (Go, 2005 (dalam Millim, 2011))

Rank	Country	2021p	2022	2023	2024	2025	2026	2021-2026 Average annual growth rate (%)
1	 US	9,798	10,573	11,120	11,588	11,965	12,307	4.67
2	 China	4,461	4,837	5,209	5,566	5,920	6,273	7.05
3	 Japan	2,082	2,175	2,238	2,297	2,351	2,403	2.91
4	 UK	1,203	1,309	1,392	1,457	1,514	1,566	5.41
5	 Germany	1,130	1,209	1,272	1,316	1,348	1,377	4.04
6	 France	773	834	871	903	925	944	4.08
7	 Korea	702	753	791	819	843	864	4.26
8	 Canada	662	721	763	798	828	852	5.19
9	 Italy	438	476	499	517	531	544	4.46
10	 Australia	422	457	482	502	516	527	4.55

Gambar 1. 1 Data Ukuran Pasar dan Prospek Konten Budaya Global (Size of the Global Cultural Content Market and Prospect)

Sumber: (Korea Creative Content Agency (KOCCA), 2022)

Rian Juniawan, 2024

ANALISIS SIKAP NASIONALISME HALLYU ENTHUSIAST PADA GENERASI Z DI KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Menurut data dari *Korea Creative Content Agency (KOCCA)*, industri hiburan Korea semakin populer di seluruh dunia. Pasar untuk konten budaya Korea nilainya diperkirakan mencapai USD 79,1 miliar pada tahun 2023 sehingga menjadikannya sebagai salah satu pasar terbesar dunia walaupun saat ini masih ada di peringkat ketujuh. Di masa yang akan datang, pasar konten budaya Korea diperkirakan akan terus bertumbuh dengan kenaikan rata-rata sebesar 4,26% selama enam tahun dari 2021 hingga 2026 diproyeksikan akan mencapai nilai sekitar USD 86,4 miliar pada tahun 2026 (Invest Korea, 2024). Meningkatnya permintaan pasar atas produk budaya Korea Selatan ini dimanfaatkan dengan baik oleh pemerintah Korea Selatan dalam melancarkan langkah diplomasi publik dan *soft power* serta meningkatkan citra Korea Selatan di mata dunia sehingga memberikan efek *spillover* yang positif bagi negaranya (Oktaviani & Pramadya, 2021, hal. 88)

Salah satu bukti Korea Selatan berhasil membangun citra baiknya di kancah internasional bisa dibuktikan dengan keberhasilan Film *Parasite* yang disutradai oleh Bong Joon Ho berhasil memenangkan empat penghargaan di *American Academy Awards* atau *Oscar* pada tahun 2020 sekaligus untuk kategori *Best Picture*, *Best Director*, *Best Original Screenplay*, dan *Best International Feature Film*. Dengan keberhasilannya tersebut, hal ini membawa dampak positif bagi industri kreatif di Korea Selatan seperti musik, film, drama, animasi, *games*, dan lain-lain (Bicker, 2020).

Indonesia menjadi salah satu dari banyak negara di seluruh dunia yang merasakan dampak dari *Hallyu* ini. Popularitas dari masuknya konten-konten Korea Selatan seperti *K-Pop*, *K-Drama*, *Korean street food*, dan lain sebagainya sudah menyebar luas di kalangan masyarakat Indonesia khususnya pada kalangan Generasi Z. Indonesia tercatat sebagai negara dengan jumlah penggemar *K-Pop* terbesar dua dunia maya pada 2021 berdasarkan laporan Twitter dan didasarkan menurut *unique authors*. Selain sebagai negara dengan jumlah penggemar *K-Pop* terbanyak, Indonesia juga tercatat sebagai negara yang paling banyak membicarakan *K-Pop* di media sosial Twitter, disusul oleh Filipina, Korea Selatan, Thailand dan Amerika Serikat (GoodStats, 2022)



Gambar 1. 2 Data 20 Negara dengan Jumlah Fans K-Pop Terbanyak di Dunia

Sumber: (GoodStats, 2022)

Mulai dari tahun 2017 hingga saat ini, sudah banyak sekali produk dalam negeri kita yang melakukan hubungan kerja sama dengan para aktor serta *idol* Korea untuk menjadi *brand ambassador* produk tersebut. Beberapa diantaranya seperti Lee Min Ho yang menjadi *brand ambassador* produk Luwak *White Coffee*, Choi Siwon sebagai *brand ambassador* Mie Sedaap varian *Korean Spicy Chicken*, Song Joong Ki sebagai *brand ambassador* produk Scarlett sebagai *skincare* lokal Indonesia, hingga personel *Boygroup K-Pop* NCT sebagai *brand ambassador* untuk Tokopedia. Dengan adanya keterlibatan bintang Korea ini diharapkan dapat meningkatkan citra merek dari produk lokal (Nurhablisyah & Susanti, 2020, hal. 553).

Kota Bandung sebagai salah satu kota besar di Indonesia juga tidak luput dari pengaruh *Hallyu* ini. Bahkan bisa dikatakan bahwa fenomena *Hallyu* di kota ini sangatlah masif. Hal ini bisa dilihat dari maraknya *street food* Korea, *fashion* hingga gaya rambut masyarakat Kota Bandung saat ini yang sudah mulai berkiblat ke Korea Selatan. Lalu bermunculan juga tempat wisata yang

Rian Juniawan, 2024

ANALISIS SIKAP NASIONALISME HALLYU ENTHUSIAST PADA GENERASI Z DI KOTA BANDUNG

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

bernuansa Korea serta komunitas-komunitas pecinta Korea di Kota Bandung. Selain itu, Bandung juga sudah memiliki hubungan kerja sama yang baik dengan kota di Korea Selatan, yaitu Kota Suwon dalam hal ikatan *sister city*. Hubungan kerja sama antara Suwon-Bandung maupun Bandung-Suwon dilakukan secara setara melalui kegiatan berupa pertukaran pemuda, budaya, bantuan, pelatihan dan kerjasama lainnya yang lazim dilakukan. Dengan adanya kerja sama *sister city* tersebut, Suwon memperoleh manfaat berupa persahabatan dengan pemerintah serta masyarakat dan komunitas yang ada di Kota Bandung serta memperoleh reputasi internasional yang baik dari negara lain (Alam & Sudirman, 2020, hal. 47–48). Semua hal tersebut menjadi bukti nyata akan daya tarik budaya Korea serta pengaruhnya pada kehidupan masyarakat Kota Bandung sangat terasa.

Fenomena berkembangnya *Korean Wave (Hallyu)* selain memberikan dampak positif yang bisa kita rasakan saat ini, dikhawatirkan fenomena ini juga dapat menimbulkan dampak negatif berupa sikap fanatisme yang membentuk sebuah gaya hidup penggemar budaya Korea (*hallyu enthusiast*) yang mana mayoritas penggemarnya salah satunya adalah kalangan Generasi Z (K. A. Putri et al., 2019, hal. 126). Generasi Z seperti yang diketahui merupakan satu generasi yang hidup berdampingan dengan kemajuan teknologi. Generasi ini adalah generasi yang lahir sekitar tahun 1997 hingga tahun 2012 yang dalam kehidupannya tidak bisa lepas dari perkembangan teknologi. Generasi ini cenderung memiliki pemikiran yang lebih terbuka sehingga dapat dengan mudah menerima pengaruh baru seperti pandangan, gaya hidup, perbedaan dan lainnya (Susanti & Sari, 2023, hal. 773). Pada tahun 2020, penduduk Indonesia tercatat didominasi oleh generasi Z dan milenial dengan total penduduk generasi Z mencapai 74,93 juta jiwa atau 27,94% dari total populasi (Badan Pusat Statistika, 2020). Globalisasi tidak dapat dipungkiri memberi pengaruh yang cukup signifikan khususnya pada Generasi Z yang ditunjukkan dengan sikap Generasi Z yang cenderung apatis, lebih menyukai budaya luar, menggeser nilai ketimuran menjadi kebarat-baratan dan lain sebagainya (Wulandari et al., 2021, hal. 7256)



Gambar 1. 3 Data Dominasi Penduduk Gen Z dan Milenial di Indonesia 2020

Sumber: (Badan Pusat Statistika, 2020)

Fanatisme para *hallyu enthusiast* ini tentunya mengkhawatirkan karena dapat menyebabkan masalah baru, yakni perilaku konsumtif atau konsumerisme. Perilaku konsumerisme ini bisa muncul diawali dengan timbulnya kebutuhan seseorang akan hiburan bernuansa Korea ini, seperti membeli *merchandise*, tiket konser *idol Kpop*, dan lain sebagainya semata-mata untuk memenuhi keinginannya saja. Perilaku ini tentunya tidak menutup kemungkinan dapat mengubah cara pandang atau pola pikir seseorang khususnya Generasi Z untuk menjadikan *Hallyu* sebagai tolak ukur kehidupannya merupakan ancaman bagi kita. Dengan terjadinya hal tersebut, maka tidak menutup kemungkinan hal tersebut dapat menurunkan minat generasi muda akan mencintai budaya lokal Indonesia sehingga menurunkan rasa cinta tanah air. Sifat fanatisme dan perilaku konsumtif ini tentunya merupakan bentuk dari lunturnya rasa nasionalisme seseorang terhadap bangsanya. Ketika sebuah generasi tidak memiliki sikap nasionalisme terhadap negaranya tentunya ini menjadi sebuah petaka bagi negara tersebut. Dampak yang sangat tidak diharapkan dari hal ini adalah perilaku apatis terhadap budaya Indonesia dan lebih mencintai budaya Korea dengan melupakan budayanya sendiri (Susanti & Sari, 2023, hal. 775).

Rian Juniawan, 2024

ANALISIS SIKAP NASIONALISME HALLYU ENTHUSIAST PADA GENERASI Z DI KOTA BANDUNG
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Nasionalisme merupakan suatu paham yang mengajarkan seseorang untuk dapat mencintai bangsa dan negaranya sendiri, dalam hal ini negara Indonesia. Nasionalisme harus dipahami sebagai suatu hal yang terciptanya kedaulatan sebuah negara serta mempertahankan kedaulatan dari negara tersebut. Hal tersebut diwujudkan melalui suatu konsep identitas bersama untuk sekelompok manusia yang memiliki tujuan dan cita-cita yang sama dalam mewujudkan kepentingan nasional. Identitas bersama itu disebut juga sebagai identitas nasional. Lahirnya sikap nasionalisme di Indonesia dipengaruhi oleh faktor penderitaan yang dialami bangsa Indonesia selama masa penjajahan mulai dari penderitaan di bidang ekonomi, sosial, pendidikan, hukum dan politik yang kemudian dari penderitaan tersebut memunculkan perasaan senasib sepenanggungan dari seluruh masyarakat Indonesia yang dijajah di masa itu (Nurnazhiifa & Dewi, 2021, hal. 73). Terdapat lima indikator yang dapat mencerminkan sikap nasionalisme dalam diri seseorang, yaitu mencintai tanah air, menghargai jasa para pahlawan, rela berkorban, mengutamakan persatuan dan kesatuan, dan memiliki sikap tenggang rasa (Aman, 2011).

Lebih lanjut, meskipun fenomena *Hallyu* ini memberikan dampak yang positif, namun tidak dapat dipungkiri bahwa akan ada dampak negatif dari potensi terjadinya ketidakseimbangan antara pengaruh *Hallyu* yang sangat besar ini dengan sikap nasionalisme masyarakat khususnya Generasi Z, sehingga hal ini perlu diteliti lebih lanjut untuk memahami secara mendalam terkait pengaruh *Hallyu* ini terhadap nasionalisme Generasi Z khususnya yang merupakan bagian dari *Hallyu Enthusiast*. Jika hal ini tidak diteliti secara mendalam, maka akan sangat disayangkan sekali tidak akan adanya pembuktian secara ilmiah terkait pengaruh dari *Hallyu* terhadap sikap nasionalisme Gen Z khususnya yang merupakan bagian dari *Hallyu Enthusiast* yang menyebabkan hipotesis pengaruh *hallyu* terhadap sikap nasionalisme ini menjadi asumsi belaka. Dengan begitu, maka akan menyebabkan terjadinya kesenjangan antara identitas nasional dan identifikasi budaya luar yang mengakibatkan kurangnya kebanggaan dan pemahaman seseorang akan budaya lokal dan nasional yang semakin parah.

Dengan mengetahui dampak dari *Hallyu* terhadap sikap nasionalisme warga negara diharapkan dengan pengetahuan tersebut kita selaku warga negara dapat senantiasa berupaya menjaga keutuhan identitas budaya nasional kita melalui berbagai upaya dan strategi pendidikan yang sesuai. Maka dengan upaya tersebut diharapkan hal ini dapat menjadi upaya dalam mempertahankan identitas budaya nasional, meningkatkan rasa kebangsaan serta memperkukuh integrasi sosial masyarakat Indonesia di tengah-tengah perkembangan budaya global yang terjadi saat ini.

Maka dari itu, berdasarkan apa yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti merasa tertarik untuk meneliti masalah ini. Benar tidaknya *Hallyu* ini dapat mempengaruhi sikap nasionalisme Generasi Z Kota Bandung dirasa penting untuk diteliti demi mengetahui serta menjelaskan situasi dari para *Hallyu Enthusiast* yang didominasi oleh orang-orang yang berada pada rentang kelahiran 1997 – 2012 atau yang kita kenal dengan istilah Generasi Z atau Gen Z. Hasil penelitian tersebut nantinya dapat digunakan sebagai acuan dalam melakukan pencegahan serta meminimalisir dampak-dampak buruk yang merugikan masyarakat serta kebudayaan lokal Indonesia.

Adapun teori yang dijadikan sebagai pisau analisis dalam penelitian ini adalah teori karakter yang dikemukakan oleh Thomas Lickona yang mana menurut teori ini, karakter yang baik terbentuk melalui tiga komponen yang saling berkaitan satu sama lain yaitu Pengetahuan moral (*Moral Knowing*), Perasaan Moral (*Moral Feeling*) dan Tindakan Moral (*Moral Action*). Dalam hal ini, *moral knowing* dan *moral feeling* akan mempengaruhi *moral action* atau tindakan moral seseorang. Namun terkadang ketiga komponen ini tidak berjalan seperti yang seharusnya disebabkan oleh faktor-faktor lain di luar kuasa mereka (Lickona, 2012, hal. 84).

Selain itu, teori kebangsaan atau nasionalisme yang dikemukakan oleh Ernest Renan (dalam Samsiyah, 2019, hal. 5) yang mana menurut teori ini nasionalisme adalah *le desire d'entre ensemble* atau kemauan untuk bersatu dan bernegara. Dalam hal ini kemauan untuk bersatu ini tanpa adanya paksaan dalam semangat persamaan dan kewarganegaraan. Semangat untuk rela bersatu demi kepentingan masa depan merupakan esensi dari suatu bangsa yang

menimbulkan cita-cita bersama untuk memiliki rasa persatuan yang tak terpisahkan. Selain itu, teori kebangsaan atau nasionalisme menurut Hans Kohn juga digunakan dalam penelitian ini. Menurut Hans Kohn (dalam Wardhana & Samsiyah, 2019, hal. 58), nasionalisme merupakan suatu paham yang berpendapat bahwa kesetiaan tertinggi individu harus diserahkan kepada negara. Perasaan yang mendalam itu berkaitan dengan adanya suatu ikatan yang erat dengan tanah kelahirannya yang mana merupakan sikap patriotisme, jiwa seseorang yang mencintai atau membela tanah air, menjadi seorang pejuang yang sehat dan merupakan suatu kerelaan untuk mengorbankan segala jiwa dan hartanya.

Publik figur merupakan seorang *entertainer*, atlet, dan publik figur yang banyak diketahui oleh banyak orang untuk keberhasilan suatu produk yang didukung. (Arif et al., 2020, hal. 13). Publik figur merupakan seseorang yang diketahui oleh masyarakat secara luas yang dicirikan dengan seseorang yang beraktifitas di dunia hiburan, pejabat maupun kepala daerah (Ridwan, 2023, hal. 2500).

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian yang telah disebutkan, maka dari itu saya tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Analisis Sikap Nasionalisme *Hallyu Enthusiast* pada Generasi Z di Kota Bandung.**” Maka dari itu peneliti merumuskan beberapa rumusan masalah dalam pertanyaan-pertanyaan berikut ini:

- 1) Bagaimana pandangan *Hallyu Enthusiast* Generasi Z Kota Bandung terhadap fenomena Gelombang Korea atau *Korean Wave/Hallyu* yang terjadi saat ini?
- 2) Apa saja faktor penyebab Generasi Z terpengaruh fenomena *Korean Wave/Hallyu*?
- 3) Bagaimana pengaruh dari fenomena *Korean Wave/Hallyu* terhadap sikap nasionalisme Gen Z *Hallyu Enthusiast* Kota Bandung?
- 4) Sikap nasionalisme apa yang paling terpengaruh oleh fenomena *Korean Wave/Hallyu* pada Generasi Z *Hallyu Enthusiast* Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Tujuan Umum

Secara umum penelitian yang berjudul “Analisis Sikap Nasionalisme *Hallyu Enthusiast* pada Generasi Z di Kota Bandung” ini bertujuan menganalisis pengaruh dari fenomena Gelombang Korea (*Hallyu*) terhadap sikap nasionalisme Generasi Z di Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Khusus

Secara khusus penelitian ini memiliki beberapa tujuan antara lain:

- 1) Mendeskripsikan pandangan Generasi Z khususnya yang menyukai budaya Korea (*Hallyu Enthusiast*) terhadap fenomena gelombang Korea (*Korean Wave/Hallyu*) yang terjadi saat ini.
- 2) Menganalisis berbagai alasan dan faktor yang menyebabkan Generasi Z di Kota Bandung menyukai *Hallyu*.
- 3) Menganalisis pengaruh dari fenomena gelombang budaya Korea (*Hallyu*) terhadap sikap nasionalisme Generasi Z Kota Bandung.
- 4) Mengidentifikasi sikap nasionalisme Generasi Z yang paling terpengaruh oleh fenomena *Hallyu*.

1.4 Manfaat/Signifikasi Penelitian

Manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini terbagi ke dalam dua manfaat, yakni secara teoritis dan praktis. Beberapa manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat dari segi teoritis yang dihasilkan dari penelitian ini berupa pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam hal fenomena *Hallyu* sebagai salah satu fenomena sosial yang terjadi di masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi pada perkembangan bidang keilmuan pendidikan kewarganegaraan khususnya dalam hal sikap nasionalisme sebagai dimensi yang berkaitan erat dengan karakter atau sikap warga negara.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat dari segi praktis bagi para akademisi, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai rujukan untuk penelitian selanjutnya yang membahas fenomena *Hallyu* melalui sudut pandang keilmuan kewarganegaraan dan

disiplin ilmu lainnya yang selaras dengan penelitian ini. Selanjutnya, bagi pengambil kebijakan, penelitian ini dapat digunakan sebagai rujukan agar dapat mengintegrasikan pendidikan nasionalisme yang inovatif dalam kurikulum. Selanjutnya bagi keluarga, penelitian ini dapat digunakan sebagai dorongan untuk mulai menanamkan nilai-nilai nasionalisme sejak dini, mendorong partisipasi dalam kegiatan lokal, serta mengawasi akses anak terhadap konten budaya asing. Terakhir untuk penelitian selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar kajian yang lebih mendalam dan multidisiplin mengenai fenomena *hallyu* dalam konteks kewarganegaraan.

1.4.3 Manfaat dari Segi Kebijakan

Manfaat dari segi kebijakan khususnya bagi pemerintah dan lembaga terkait, diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan pendidikan kebangsaan khususnya penguatan pendidikan kewarganegaraan di persekolahan maupun di luar sekolah menciptakan generasi penerus bangsa yang memiliki kecakapan nasionalisme yang baik sehingga mampu mempertahankan dirinya dari melawan dampak negatif dari globalisasi yang marak terjadi saat ini.

1.4.4 Manfaat Isu dan Aksi Sosial

Manfaat dari segi Isu dan Aksi Sosial diharapkan penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran kewarganegaraan, keterampilan sosial serta pemahaman nilai-nilai kebangsaan di kalangan siswa. Melalui program-program baik itu pendidikan informal, diskusi publik serta partisipasi dalam kegiatan sosial, generasi penerus bangsa dapat memperkuat identitas nasional, mampu mengembangkannya sikap kritis terhadap isu-isu global dan aktif berpartisipasi dalam kehidupan mengembangkan demokrasi sehingga mampu melawan dampak negatif dari globalisasi yang terjadi saat ini.

1.5 Struktur Organisasi Skripsi

Sistematika penulisan skripsi ini disesuaikan dengan Peraturan Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Nomor 7867/UN40/HK/2021 tentang Pedoman Penelitian Karya Ilmiah Universitas Pendidikan Indonesia Tahun 2021. Oleh sebab itu, peneliti menyusun skripsi ini berdasarkan struktur organisasi skripsi berikut:

- 1) **BAB 1: PENDAHULUAN:** Bagian ini berisi latar belakang masalah dari penelitian ini, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat/signifikasi penelitian serta struktur organisasi penelitian skripsi yang merupakan sistematika dalam penyusunan skripsi.
- 2) **BAB 2: KAJIAN PUSTAKA:** Bagian ini berisi konsep, teori serta pendapat para ahli yang relevan dengan bidang yang dikaji, penelitian terdahulu yang sesuai dengan permasalahan yang sedang dikaji serta posisi teoritis peneliti yang berkaitan dengan masalah yang sedang diteliti.
- 3) **BAB 3: METODE PENELITIAN:** Bagian ini berisi desain penelitian yang digunakan rincian mengenai lokasi penelitian, objek dan subjek penelitian, pengumpulan data, analisis data, dan isu etik.
- 4) **BAB 4: HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN:** Bagian ini berisi temuan penelitian yang didasarkan pada hasil olah data dan analisis data dengan berbagai kemungkinan disesuaikan dengan urutan penelitian dan pembahasan temuan penelitian yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.
- 5) **BAB V: SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI:** Bagian ini berisi penyampaian penafsiran yang dimaknai peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian yang telah dilakukan sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari penelitian tersebut.