

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi hal yang sangat berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Banyak dampak positif yang dapat dirasakan dari adanya kemajuan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK), seperti kemudahan dalam mengakses informasi dan komunikasi, sarana transportasi yang semakin beragam dan mudah diakses, dan berbagai hal lainnya dalam bidang kehidupan manusia. Seiring dengan kemudahan yang banyak didapatkan, disisi lain banyak pula dampak negatif yang secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap kehidupan manusia. Misalnya dengan kemudahan dalam mengakses informasi dimana saja dan kapan saja, seseorang dapat dengan mudah termakan informasi yang belum jelas akan kebenarannya atau dikenal dengan “*hoax*”.*Hoax* sendiri memiliki arti tipuan, menipu, berita bohong, berita palsu atau kabar burung. Pengaruh *hoax* bisa sangat merugikan baik secara materiil maupun non materiil untuk individu itu sendiri maupun bagi orang lain.

Pada kenyataannya perkembangan IPTEK ini sangat berpengaruh pada semua segi kehidupan manusia, salah satunya dalam bidang komunikasi dan informasi, yang semakin berkembang pesat. Kemunculan internet menjadi salah satu faktor penting dalam perkembangan media komunikasi dan informasi. Internet merupakan indikator penting dalam menjalankan segala bentuk teknologi pada masa sekarang ini, tidak bisa dipungkiri lagi bahwa banyak hal menggunakan bantuan internet termasuk dalam kegiatan sehari-hari. Internet sendiri menyediakan akses layanan telekomunikasi dan jaringan informasi untuk penggunaanya yang tersebar diseluruh dunia.

Seiringan dengan berkembangnya penggunaan internet terutama dalam hal berkomunikasi dan mencari informasi, munculah beragam media sosial yang menawarkan jasa berkirim pesan dengan cepat dan praktis serta kemudahan dalam mengakses informasi. Media sosial sendiri merupakan suatu wadah yang di

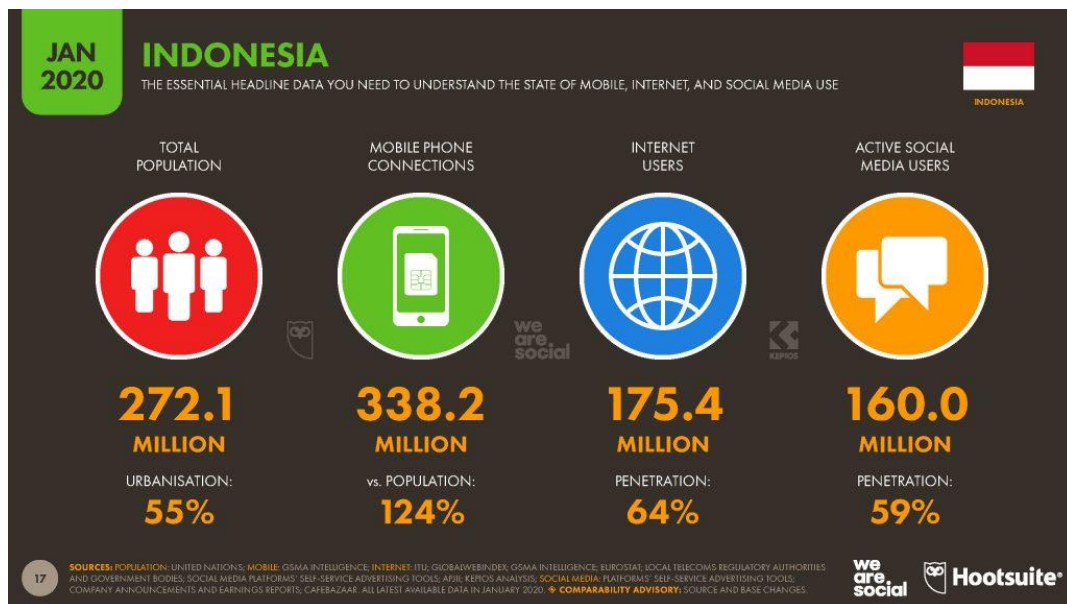
dalamnya memfasilitasi individu untuk berkomunikasi dengan individu lain serta mendapatkan dan menyebarkan informasi kepada pengguna lainnya. Menurut Laughey (dalam Mulawarman dan Nurfitri, 2017, hlm.37) pengertian media sosial terdiri dari dua kata, yakni media dan sosial. Media sendiri yaitu alat komunikasi. Sedangkan kata sosial diartikan sebagai suatu keadaan dimana setiap individu melakukan suatu kegiatan yang dapat memberikan kontribusi kepada masyarakat.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum dan lain-lain. Blog, jejaring sosial dan Wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Van Dijk (dalam Nasrullah, 2015, hlm.11) menjelaskan bahwa media sosial merupakan *platform* media yang berfokus dalam proses eksistensi dan memfasilitasi penggunanya dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Selain itu menurut Philip dan Kevin Keller (dalam Aditiawarman dkk, 2019, hlm.50) media sosial merupakan sarana bagi individu untuk berbagi informasi dalam jenis teks, gambar, video dan audio dengan satu sama lain maupun dengan perusahaan dan sebaliknya.

Pada saat ini banyak media sosial yang sangat disenangi oleh berbagai masyarakat dari berbagai kalangan seperti *facebook*, *whatapps*, *Instagram*, *twitter* dan masih banyak lainnya. Media sosial sendiri saat ini sudah seperti sesuatu yang harus dimiliki oleh masyarakat modern, baik itu untuk orang dewasa, remaja bahkan anak-anak. Media sosial hadir untuk merubah paradigma komunikasi di masyarakat. Komunikasi saat ini dapat diakses kapan saja, di mana saja tak terhalang oleh jarak dan waktu begitu pula dengan informasi.

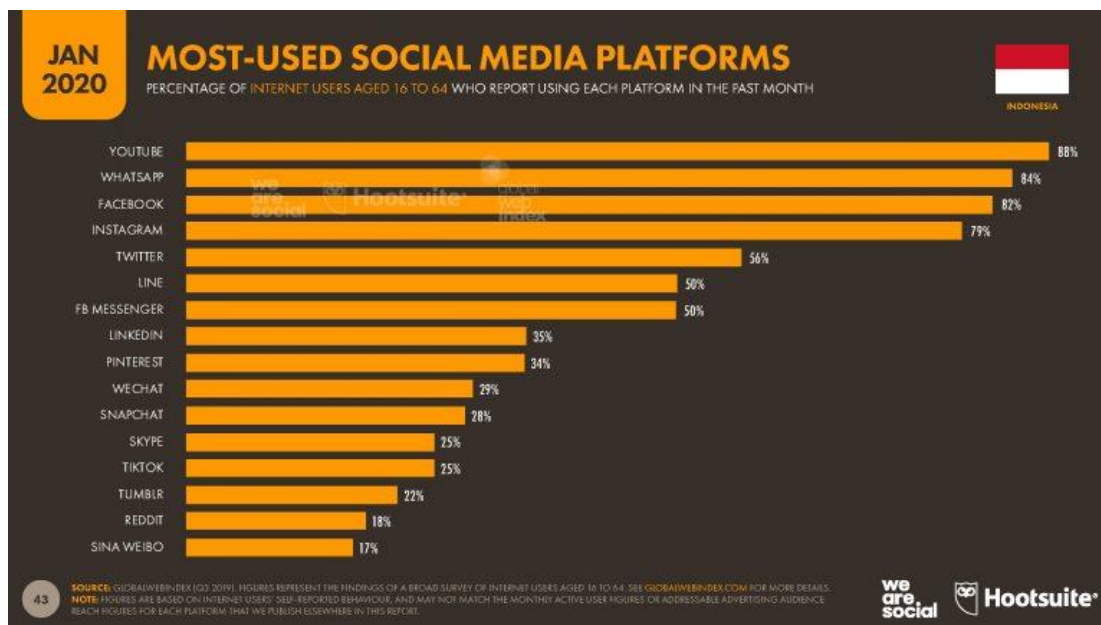
Dikutip dari lama web *Wearesosial* yang bekerjasama dengan *Hootsuite* mengungkapkan bahwa lebih dari 4,5 miliar orang sekarang menggunakan internet, sementara pengguna media sosial telah melampaui angka 3,8 miliar. Dan lebih dari 5,19 miliar orang menggunakan telepon genggam Maka hampir 60

persen populasi dunia sudah online dan menunjukkan bahwa lebih dari setengah populasi dunia akan menggunakan media sosial pada pertengahan tahun 2020.



Gambar 1. 1 We are Social

Selain itu dari halaman web databoks, menurut hasil riset *Wearesocial Hootsuite* yang dirilis Januari 2020, pengguna internet di Indonesia mencapai 175,4 juta atau sebesar 64% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 5% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial pada tahun 2020 mencapai 160 juta atau 59% dari populasi.



Linda Puspita Sari, 2021  
**HUBUNGAN KUALITAS INFORMASI PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU FEAR OF MISSING OUT (FOMO).**  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

## Gambar 1. 2 We are Social

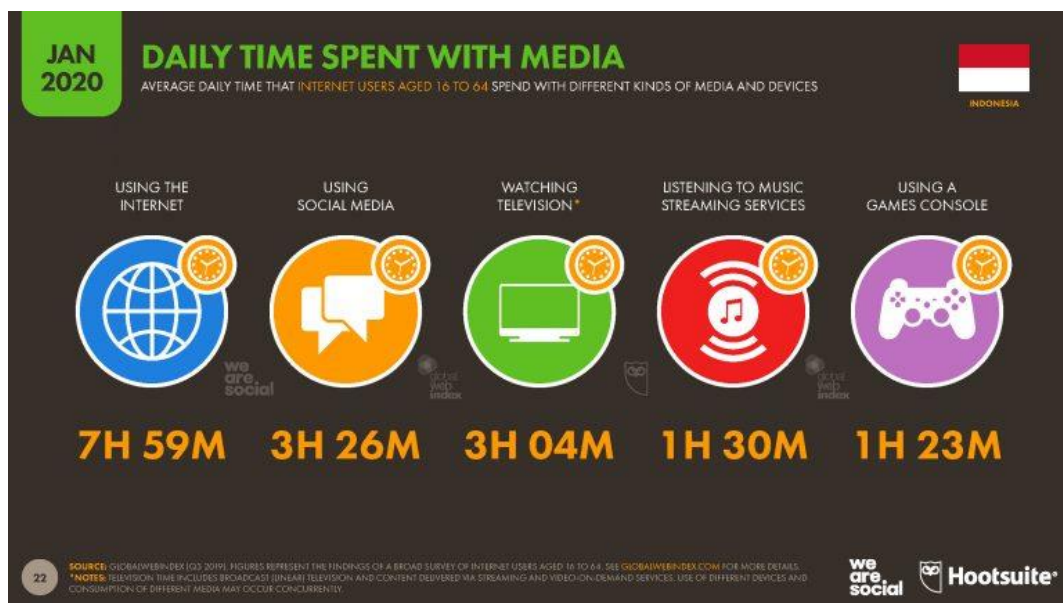
Sedangkan menurut hasil riset *wearesocial hootsuite*, untuk *platforms* media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, pada posisi pertama yaitu *Youtube* sebesar 88%, kedua adalah *Whatsapp* dengan persentase sebesar 84%, ketiga adalah *Facebook* dengan persentase sebesar 82% dan keempat adalah *Instagram* dengan persentase sebesar 79% dari jumlah populasi

Dilihat dari presentase diatas, dapat digambarkan bahwa pengguna menyukai dan menikmati dalam menggunakan media sosial. Terlebih saat menemukan informasi yang berguna atau bernilai bagi si pengguna. Informasi merupakan hasil dari pengolahan data, namun tidak semua hasil pengolahan data bisa menjadi informasi, hasil pengolahan data yang tidak bermanfaat dan mempunyai makna bukan merupakan informasi (Darmawan,2016, hlm.2). Sedangkan menurut Shannon dan Weaver mendefinisikan informasi sebagai energi yang terpolakan, yang dapat mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan dari segala kemungkinan pilihan yang ada (Severin dan Tankard, 2005, hlm.16)

Melihat penjelasan yang diberikan oleh Shannon dan Weaver mengenai informasi digunakan untuk mengambil keputusan, maka informasi tersebut harus memiliki kualitas yang sangat baik sebelum dijadikan acuan dalam mengambil keputusan. Berbicara mengenai kualitas informasi menurut O'Brien, 2005 dalam Rukmiati dan Budiarta (2016, hlm 122) kualitas informasi memiliki karakteristik isi, bentuk, dan waktu yang memberikannya nilai untuk para pemakai tertentu, hal ini berkaitan dengan kepuasan penggunaannya dalam memperoleh suatu informasi. Kualitas informasi memiliki beberapa indikator yang menjadikan informasi tersebut berkualitas, misalnya keakuratan informasi, ketepatan waktu kelengkapan informasi, relevansi informasi dan lain-lain. Seperti yang dijelaskan oleh McLeod (Darmawan,2016, hlm:2). informasi yang berkualitas harus akurat, tepat waktu, relevan dan lengkap. Melihat indikator tersebut apakah kualitas informasi dari media sosial terutama *Instagram* bisa memenuhi semua hal tersebut.

Tidak hanya pengguna diseluruh dunia, masyarakat Indonesia juga merupakan pengguna media sosial aktif. Untuk media sosial lima besar di Indonesia diduduki oleh *Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat* dan *LinkedIn*.

Selain itu, untuk data pengguna Instagram di Indonesia berdasarkan usia pada bulan Januari 2020 yang dikutip dari laman *napoleoncat.com* pengguna *Instagram* paling besar berusia 18-24 dengan total persentase 37% atau sekitar 23 juta pengguna . Pengguna terbesar kedua berada pada rentang usia 25-34 tahun, dengan persentase 33.7% . Menurut data dari *WeareSocial* dan *Hootsuite* tentang lanskap digital dunia menunjukkan bahwa intensitas waktu penggunaan internet pada tahun 2020 memiliki durasi 7 jam 59 menit dan sepertiga penggunaan waktu *online* tersebut yaitu 3 jam 26 menit digunakan untuk mengakses media sosial.



**Gambar 1. 3 We are Social**

*Instagram* yang saat ini menjadi *platform* media sosial dengan jumlah pengguna terbesar keempat di Indonesia, merupakan sebuah aplikasi yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi cerita dengan para pengikutnya. Menawarkan berbagai fitur menarik serta biaya pembelian gratis dan juga mudah digunakan, menjadikan *Instagram* berada pada posisi kedua sebagai media sosial yang digemari masyarakat Indonesia. Berawal dari perusahaan bernama *Burbn Inc*, yang befokus pada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam yang

Linda Puspita Sari, 2021

**HUBUNGAN KUALITAS INFORMASI PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU FEAR OF MISSING OUT (FOMO).**

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

didirikan pada tahun 2010. Kedua, CEO Kevin Systrom dan Mike Krieger membuat versi pertama dari *Burbn*, namun ada beberapa hal yang masih belum sempurna dalam versi pertama ini. Pada akhirnya mereka memutuskan untuk berfokus pada bagaian foto, komentar dan kemampuan menyukai sebuah foto yang pada akhirnya menjadi *Instagram*. *Instagram* sendiri berasal dari dua kata yaitu ‘insta’ dan ‘gram’. Insta berasal dari kata instan yang kemudahan dalam mengambil dan melihat foto. Sedangkan Gram berasal dari kata telegram yang berarti dapat mengirimkan sesuatu kepada orang lain dengan cepat (Aditiawarman dkk, 2019, hlm.62).

Pada aplikasi *Instagram*, memungkinkan penggunanya untuk mengunggah foto atau video kedalam *feed* atau *Instagram stories*, dengan menggunakan berbagai *filter* dan dapat ditambahkan dengan *tag* ataupun informasi lokasi. Unggahan itu sendiri dapat dibagikan secara publik atau hanya pada pengikut yang sebelumnya disetujui. Pengguna juga dapat menjelajahi konten yang dimiliki pengguna lainnya, selain itu setiap pengguna dapat mengikuti pengguna lain serta menyukai dan memberikan komentar pada foto atau video yang diunggah.

Belakangan ini *Instagram* juga menjadi salah satu sarana promosi akan suatu produk dan jasa. Hal ini membawa keberuntungan bagi banyak pihak terutama Selebgram. Selebgram sendiri merupakan singkatan dari Selebriti *Instagram*, yaitu seseorang yang memiliki jumlah pengikut yang banyak pada akunnya. Selain itu selebgram juga memiliki pengaruh cukup kuat untuk membuat pengikutnya membeli barang yang dipromosikan. Sehingga seorang selebgram akan mendapatkan keuntungan tertentu dari hasil mempromosikan (*endors*) suatu produk. Melihat kenyataan ini banyak kalangan muda yang ingin berprofesi sebagai Selebgram. Dengan banyaknya media sosial seperti *Instagram*, memberikan banyak dampak positif bagi kehidupan seseorang, namun tidak dapat dipungkiri ada pula dampak negatif yang ditimbulkan bahkan dapat berakibat pada kesehatan mental seseorang. Terlebih setelah melihat dari intensitas waktu penggunaan media sosial yang berlebihan, bisa memberikan dampak negatif dari segi kesehatan. Salah satu fenomena yang sekarang muncul akibat adanya media sosial adalah *Fear of Missing Out* atau *FoMO*.

*Fear of Missing Out* sendiri merupakan suatu kondisi pada diri seseorang dimana orang tersebut merasakan kecemasan tidak menggunakan media sosial. Menurut Przybylski, et al (2013, hlm.1841). *FoMO* sendiri merupakan suatu ketakutan saat kehilangan suatu moment pada individu atau kelompok lain dimana individu tersebut tidak ada dalam momen tersebut. Sedangkan menurut Wortham (2011) *FoMO* “*is comprised of irritability, anxiety, and feelings of inadequacy, with these feeling tenting to worsen when an individual logas on in to social media website*” (Abel, J.P, Buff C.L, Burr S.A, 2016, hlm 35) *FoMO* sendiri terlihat dari adanya keinginan untuk terus terhubung dengan dunia maya.

Fenomena ini semakin hangat diperbincangkan setelah *JWT Intellegence* mengeluarkan laporan penelitian mengenai *FoMO* pada tahun 2011. Dalam penelitiannya disebutkan bahwa *FoMO* diartikan sebagai perasaan gelisah dan takut bahwa seseorang tertinggal, apabila teman-temannya sedang melakukan atau merasakan sesuatu yang lebih baik atau lebih menyenangkan dibandingkan apa yang sedang ia lakukan. Perasaan dimana seseorang merasa begitu khawatir jika melewatkan tren yang sedang terjadi di kehidupan sosialnya. Sedangkan menurut Hato (2013), Gokler et al (2016) dan Przybylski et al (2013) dalam Gezgin et al (2017, hlm.157) mengemukakan bahwa “*It is argued that frequently checking smartphones is linked to the development of Fear of Missing Out, or FOMO, whereby individuals have a tendency to continuously follow other individuals, groups and news they are curious about to see whether they have shared anything new*”

*Fear of Missing Out* ini banyak terjadi pada generasi millennial, dibandingkan dengan generasi yang lain. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian yang meneliti mengenai fenomena *Fear of Missing Out* lebih banyak terjadi pada kaum millennial. Menurut survei yang dilakukan oleh *Visa Study* dengan judul ‘*Connecting with Millenials* (2012) Ini dikarenakan generasi millennial merupakan “*always connected generation*” yang berarti generasi yang terus terhubung satu sama lain. lebih dari tiga perempat generasi millennial mengaku ketergantungan terhadap ponsel dan komputer mereka. Bahkan delapan dari sepuluh genarasi millennial ini mengakui mereka tidur bersama ponsel yang terus menyala

disampingnya dan siap untuk membalas pesan singkat, panggilan telfon, email atau berita apapun yang muncul pada ponsel. Dalam fenomena *Fear of Missing Out* sendiri, mereka merasa tertinggal ketika melihat teman-teman mereka melakukan sesuatu yang tidak mereka lakukan, memiliki sesuatu yang tidak mereka miliki bahkan mengetahui sesuatu yang tidak mereka ketahui. Tingginya tingkat ketergantungan generasi milenial untuk tetap saling terhubung membuat *FoMO* telah dianggap sebagai sebuah gangguan psikologis murni yang disebabkan oleh kemajuan teknologi yang ada.

Melihat dari pengertian-pengertian diatas sebagian masyarakat mungkin beranggapan ini bukanlah hal yang serius, namun siapa sangka jika hal ini dapat mempengaruhi kesehatan mental pada seseorang. Menurut Al-Menayes (2016, hlm.41-42)) individu yang mengalami FoMO, akan selalu tertarik untuk menggunakan internet, sehingga cenderung mengalami kecanduan menggunakan internet ataupun media sosial. Adanya penggunaan media sosial atau internet berlebih pula dapat menimbulkan perasaan gelisah, murung, depresi atau cepat marah (Young,2010). Selain itu muncul juga rasa cemburu terhadap individu lainnya. *FoMO* terkait dengan kecemburuan sosial dan pengucilan sosial. Individu akan lebih-lebihkan pengalaman emosional positif dan meremehkan pengalaman emosional negatif yang dihadapi oleh individu lainnya dari pada apa yang mereka alami sendiri (Jordan et al, 2011, hlm.123).

Menurut Pyrzybylski et al (2013, hlm.1847) menganggap bahwa *Fear of Missing Out* merupakan keadaan situasional saat tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *self* dan *relatedness*. Adapun *self* dan *relatedness* sendiri yaitu:

#### 1.1.1 Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *Relatedness*

*Relatedness* (kedekatan atau keinginan untuk berhubungan dengan orang lain) adalah kebutuhan seseorang untuk merasakan perasaan tergabung, terhubung, dan kebersamaan dengan orang lain. Sebuah kondisi yang terjalin dengan baik, kuat dan peduli dapat memuaskan kebutuhan akan suatu hubungan, sehingga dapat membuat individu memiliki rasa ingin berinteraksi dengan orang-orang yang dianggap penting dan terus mengembangkan kompetensi sosialnya.



Apabila kebutuhan psikologis ini tidak terpenuhi dapat menyebabkan individu merasa cemas dan mencari pengalaman apa yang dilakukan oleh orang lain, salah satunya melalui internet.

#### 1.1.2 Tidak Terpenuhinya kebutuhan psikologis akan *Self*

Kebutuhan psikologis akan *self* (diri sendiri) berkaitan dengan *competence* dan *autonomy*. *Competence* adalah keinginan yang melekat pada individu untuk beradaptasi dan berinteraksi dengan lingkungannya guna melatih kemampuan untuk mencapai tantangan. Sementara *autonomy* adalah individu bebas melakukan apa yang akan dilakukan oleh dirinya tanpa ada dorongan dari orang lain.

Melihat fenomena ini menimbulkan banyak pertanyaan mengenai bagaimana generasi milenial ini bisa memiliki kecenderungan mengidap *FoMO*. Selain semakin banyaknya media sosial yang ada dan juga keadaan yang memungkinkan mereka untuk terus mengakses media sosial, faktor-faktor apa saja yang dapat membuat seseorang memiliki *FoMO*. Misalnya informasi seperti apa yang mereka dapatkan di media sosial terutama instagram sehingga mereka merasa cemas dan tidak bisa jauh dari media sosial. Berkaitan dengan informasi, apakah kualitas dari informasi tersebut berhubungan dengan perilaku *FoMO*.

Dalam beberapa penelitian mengemukakan bahwa individu yang rentan mengalami *FoMO* berada dalam fase *emerging adulthood*. Menurut Arnett dalam (Kahfi dan Hamidah, 2017, hlm.20) pada fase *emerging adulthood* individu berada pada usia antara 18-25 tahun. Fase ini merupakan suatu periode transisi ketika individu tidak lagi disebut remaja (*adolescence*), namun belum dapat pula disebut sebagai dewasa awal (*young adulthood*). Menurut Arnett pula ciri khas dari fase ini adalah eksplorasi, yang memberikan dampak perubahan pada kehidupan mereka mulai dari segi percintaan, kerja serta *worldview*. Namun terkadang perubahan tersebut tidak semua memberikan dampak yang baik, adapula dampak berupa ketidakstabilan. Ketidakstabilan ini terkadang menyebabkan beberapa *emerging adult* menjadi depresi apabila tidak ditindaklanjuti. Melihat dari kisaran umur fase *emerging adult*, mahasiswa termasuk kedalam kategori tersebut.

Penelitian ini akan berfokus pada hubungan antara kualitas informasi yang didapatkan pada media sosial *Instagram* dan kecenderungan terhadap *Fear of Missing Out* pada Mahasiswa Perpustakaan dan Sains Informasi 2019. Mahasiswa Perpustakaan dan Sains Informasi 2019, harus mampu menjadi seorang ahli informasi yang mampu mengelola informasi baik untuk dirinya sendiri atau untuk orang lain. Informasi yang berkualitas akan sangat berpengaruh pada langkah selanjutnya dalam mengambil keputusan. Melihat bahwa seberapa besar mahasiswa memiliki media sosial, terutama *Instagram* pada setiap telepon genggam masing-masing, apakah informasi yang mereka terima di media sosial berpengaruh terhadap kehidupan pribadinya.

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk meneliti perihal hubungan kualitas informasi dari media sosial *instagram* terhadap perilaku *Fear of Missing Out*. Sehingga dapat dilihat kualitas informasi seperti apa yang dapat mempengaruhi seseorang terutama pada generasi milenial. Peneliti mengangkat dan merefleksikan penelitian ini dengan memilih judul “**HUBUNGAN KUALITAS INFORMASI PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU *FEAR OF MISSING OUT* FOMO.**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dirumuskan dalam dua bentuk rumusan masalah yaitu rumusan masalah umum dan rumusan masalah khusus. Rumusan masalah secara umum pada penelitian ini yaitu “Apakah Terdapat Hubungan Antara Kualitas Informasi pada Media Sosial *Instagram* Terhadap Perilaku *Fear of Missing Out (FoMO)*?”. Kemudian rumusan masalah khusus apabila dipaparkan sebagai berikut:

1.2.1 Apakah Terdapat Hubungan Antara Keakuratan Informasi Pada Media Sosial *Instagram* Dengan Perilaku *Fear Of Missing Out* ?

1.2.2 Apakah Terdapat Hubungan Antara Ketepatan Waktu Informasi Pada Media Sosial *Instagram* Dengan Perilaku *Fear Of Missing Out*?

1.2.3 Apakah Terdapat Hubungan Antara Relevansi Informasi Pada Media Sosial *Instagram* Dengan Perilaku *Fear Of Missing Out*?

1.2.4 Apakah Terdapat Hubungan Antara Kelengkapan Informasi Pada Media Sosial *Instagram* Dengan Perilaku *Fear Of Missing Out*?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah yang umum yang telah dipaparkan adalah untuk mengetahui Hubungan Kualitas Informasi pada Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku *Fear of Missing Out (FoMO)*. Adapun tujuan khusus diantaranya:

1.3.1 Untuk mengetahui hubungan keakuratan informasi pada media sosial *Instagram* terhadap perilaku *Fear of Missing Out*

1.3.2 Untuk mengetahui hubungan ketepatan waktu informasi pada media sosial *Instagram* terhadap perilaku *Fear of Missing Out*

1.3.3 Untuk mengetahui hubungan relevansi informasi pada media sosial *Instagram* terhadap *Fear of Missing Out*

1.3.4 untuk mengetahui hubungan kelengkapan informasi pada media sosial Instagram terhadap *Fear of Missing Out*

### **1.4 Manfaat Penelitian**

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebuah pengetahuan serta wawasan, terhadap kualitas informasi yang diperoleh dari media sosial dan juga mengetahui lebih jauh tentang *Fear of Missing Out* khususnya bagi mahasiswa. Sehingga mahasiswa dapat lebih bijak dalam menggunakan media sosial

## 1.4.2 Manfaat Praktis

### 1.4.2.1 Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan sarana implementasi atas ilmu pengetahuan dan juga pengalaman yang telah peneliti peroleh selama kegiatan perkuliahan.

### 1.4.2.2 Bagi Mahasiswa Perpustakaan dan Sains Informasi

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan renungan dan evaluasi diri dalam menggunakan media sosial dan dalam memperoleh informasi. Mahasiswa diharapkan dapat membatasi diri dalam menggunakan media sosial agar terhindar dari perilaku *Fear of Missing Out (FoMO)*

### 1.4.2.3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat menjadi acuan dan rujukan bagi peneliti selanjutnya dengan topik penelitian yang berkaitan dengan kualitas informasi ataupun perilaku *Fear of Missing Out (FoMO)*

## 1.5 Struktur Organisasi Penelitian

Struktur organisasi skripsi terdiri dari lima bab yaitu, pendahuluan, kajian teoritis, metode penelitian, hasil penelitian dan pembahasan dan penutup. Adapun struktur organisasi dalam penelitian ini terdiri dari lima bab yang disusun secara sistematis sebagai berikut:

BAB I pendahuluan, yaitu uraian mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika pembahasan atau struktur organisasi penelitian.

BAB II kajian pustaka, berisikan tentang kajian-kajian pustaka yang mendukung dan berkaitan dengan masalah yang diteliti, beberapa hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan masalah yang diangkat dalam penelitian, serta uraian kerangka berpikir penelitian.

BAB III metode penelitian, pada pembahasan bab ini penulis memaparkan metode penelitian yang digunakan peneliti yaitu seperti desain penelitian partisipasi, populasi dan sampel, instrument penelitian, prosedur penelitian, dan analisis data.

BAB IV temuan dan pembahasan, dalam bab ini penulis akan memaparkan hasil temuan yang telah diteliti berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai dengan rumusan masalah penelitian serta menguraikannya secara deskriptif.

BAB V simpulan, implikasi dan rekomendasi, pada bab ini penulis memaparkan penafsiran dan pemaknaan terhadap hasil analisis temuan penelitian serta mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian.