

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

*Zero waste* adalah sebuah gaya hidup yang mendorong masyarakat untuk dapat lebih bijak dalam menjalani kehidupan sumber daya sehingga produk-produk yang telah digunakan dapat digunakan kembali (Imron, 2019). Tujuannya agar menjaga sumber daya dan dapat melestarikan alam agar sampah tidak hanya berakhir di TPA (Tempat Penampungan Akhir). Ada macam-macam metode di dalam *zero waste* yaitu *refuse* (menolak), *reduce* (mengurangi), *reuse* (menggunakan kembali), *recycle* (mendaur ulang) dan *rot* (membusukan sampah). Metode-metode ini bisa menjadi titik fokus untuk membentuk gaya hidup tanpa sampah dalam menggunakan sumber daya alam secara bijaksana. *Zero waste* sudah mulai dikenal oleh masyarakat Indonesia yaitu dengan menerapkannya di kehidupan sehari-hari yang disebut *zero waste lifestyle* atau pola gaya hidup bebas sampah. *Zero waste lifestyle* juga membantu mengevaluasi gaya hidup dan melihat seperti apa sesuatu yang telah dikonsumsi bisa mempengaruhi lingkungan sekitar. Namun, saat ini masih banyak masyarakat yang hanya memfokuskan bahwa menerapkan *zero waste lifestyle* itu hanya tentang pengurangan sampah plastik sekali pakai saja (Ningtyas, 2021). Terdapat berbagai jenis sampah lainnya yang dihasilkan masyarakat setiap harinya, salah satunya adalah limbah tekstil atau limbah pakaian. Tanpa disadari, pakaian yang digunakan setiap hari pun dapat berbahaya bagi lingkungan. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan, PDB (Produk Domestik Bruto) industri tekstil dan pakaian naik menjadi sebesar Rp35,17 triliun pada kuartal II/2022. Jumlah itu meningkat 13,74% secara tahunan (Rizaty, 2022). *Fashion Industry Waste Statistics* Edge Expo menyatakan bahwa industri pakaian dan tekstil termasuk pencemar terbesar di dunia (Zero Waste Indonesia, 2019).

Di era saat ini masyarakat hidup dalam ekonomi linier dimana sumber daya alam diubah menjadi sebuah produk kemudian diproses dan sampahnya tidak didaur ulang atau digunakan kembali. Akhirnya tumpukan sampah pun menjadi bertambah sehingga kehidupan ekonomi linier juga memiliki dampak yang besar (Kejar mimpi, 2018). Gaya hidup yang modern juga menyebabkan masyarakat membutuhkan banyak barang dengan menghasilkan sampah. Kegiatan masyarakat juga semakin beragam

dari hari ke hari, dan semakin banyak barang dan produk yang dibeli, sehingga menciptakan lebih banyak sampah dan melebihi kemampuan alam untuk menyerapnya. Menyadari bahwa sistem pengelolaan sampah tekstil di Indonesia masih belum maksimal dan gaya hidup konsumtif masyarakat yang tinggi juga sangat berbahaya bagi alam, pada akhirnya kita sudah tiba dalam kondisi dimana *zero waste* sangat diperlukan untuk menyelamatkan bumi (kejar mimpi , 2018). Penerapan gaya hidup *zero waste* secara tidak langsung mendukung peraturan presiden nomor 97 tahun 2017 tentang Kebijakan Strategis Nasional Pengelolaan Sampah Rumah Tangga dan Sampah Rumah Tangga. Pemerintah telah menetapkan target pengurangan sampah rumah tangga dan sejenis sampah rumah tangga sebesar 30% dan pembuangan sampah rumah tangga dan sejenisnya sebesar 70% pada tahun 2025 (Aliansi Zero Waste Indonesia , 2021). Gaya hidup *zero waste* adalah salah satu cara untuk menginvestasikan waktu dalam menjaga lingkungan dengan mudah, sederhana dan hemat biaya. Contohnya seperti membeli kebutuhan sehari-hari dari toko yang sudah menerapkan konsep *zero waste* (Bulk Store), membawa wadah dari rumah, mengurangi pembelian produk yang berbentuk kemasan dan membeli pakaian dari toko pakaian bekas (Aliansi Zero Waste Indonesia , 2021).

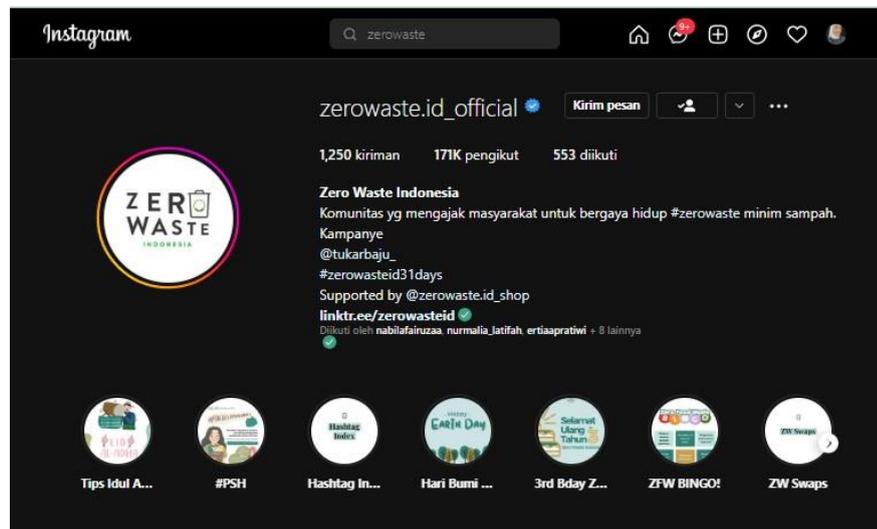
Belakangan ini tren *fashion* di Indonesia semakin berkembang dengan memunculkan berbagai tren baru yang mempengaruhi gaya berpakaian masyarakat (Kompasiana , 2019). Secara tidak langsung kondisi ini sejalan dengan kesadaran masyarakat bahwa *fashion* menjadi bagian penting dari gaya hidup seseorang. Menurut salah satu penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi *Zero waste* Indonesia Dalam Kampanye #Tukarbaju ” hal ini mendorong orang untuk mengikuti tren baru dan mengikuti gaya hidup dengan membeli jenis *fashion* terbaru dan tetap *up to date* (Deasastika & Nugrahani, 2021). Menurut data Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (Kemenperin) mencatat laju pertumbuhan industri pakaian mencapai output tertinggi sebesar 15,08%. Hal ini menunjukkan bahwa industri pakaian berkembang pesat seiring dengan perubahan zaman dan tren yang ada. (Putrinda, 2020). Adanya media sosial dan *online store* yang menyediakan banyak jenis *fashion* yang menjadi tren sebagai platform dalam memberikan kemudahan untuk diakses, itu menjadi hal yang dapat mempermudah siapapun untuk berbelanja secara *online*. Dengan mudahnya hal ini tentunya mendorong masyarakat untuk mengkonsumsi produk

*fashion*. Tingginya ketertarikan masyarakat Indonesia terhadap *fashion* menimbulkan dampak yang negatif bagi lingkungan karena menimbulkan sampah atau limbah tekstil yang menumpuk. Pembelian pakaian pun meningkat dan menjadi banyak pakaian yang tidak digunakan kembali oleh para konsumen. Hal tersebut yang membuat sampah pakaian bekas semakin bertambah ditempat pembuangan sampah dan berdampak buruk pada lingkungan (Kompas, 2021).

Salah satu komunitas di Indonesia yang berfokus pada tujuan menerapkan kehidupan nol sampah adalah komunitas yang disebut *Zero waste* Indonesia (ZWID). *Zero waste* Indonesia (ZWID) adalah sebuah komunitas berbasis *online* pertama di Indonesia yang bertujuan untuk mengajak masyarakat Indonesia dalam menjalani gaya hidup nol sampah (*zero waste lifestyle*). Komunitas ini didirikan sejak tahun 2018 oleh Maurilla Imron dan Kirana Agustina. *Zero waste lifestyle* adalah sebuah gaya hidup yang dapat meminimalisir sampah yang dihasilkan oleh masyarakat untuk menjaga lingkungan. Melalui komunitas ini, Maurilla menyediakan media untuk gaya hidup minim sampah. Mulai dari mencegah hingga mengolah tentunya dengan bahasa yang mudah dimengerti. *Zero waste* Indonesia (ZWID) senantiasa menyebarkan kesadaran akan pentingnya tentang pengelolaan sampah dengan memberikan tips dan informasi bermanfaat tentang gaya hidup *zero waste* melalui penerapan metode-metode yang ada seperti *refuse, reduce, reuse, recycle, and rot* hingga tips-tips gaya hidup nol sampah yang bermanfaat dan informasi seputar isu penanganan limbah yang berhubungan dengan keberlangsungan lingkungan hidup. *Zero waste* Indonesia (ZWID) juga memberikan kesempatan bekerja sama dengan berbagai pihak yang memiliki tujuan yang sama dengan tujuannya untuk dapat menjaga kelestarian alam dan lingkungan Indonesia (Imron, 2019).

Sebagai komunitas berbasis *online*, komunitas ini melakukan kegiatannya melalui sosial media. Komunitas *Zero waste* Indonesia (ZWID) juga menggunakan beberapa media sosial untuk dijadikan media komunikasi dalam berinteraksi dengan para pengikutnya seperti *fanpage* facebook dan media sosial yang banyak digunakan dikalangan masyarakat yaitu instagram. Akun *fanpage* facebook dari *Zero waste* Indonesia (ZWID) telah memiliki hampir 850 orang menyukai akun *fanpage* tersebut (Zero Waste Indonesia, 2019). Sedangkan untuk akun Instagram komunitas ini kini

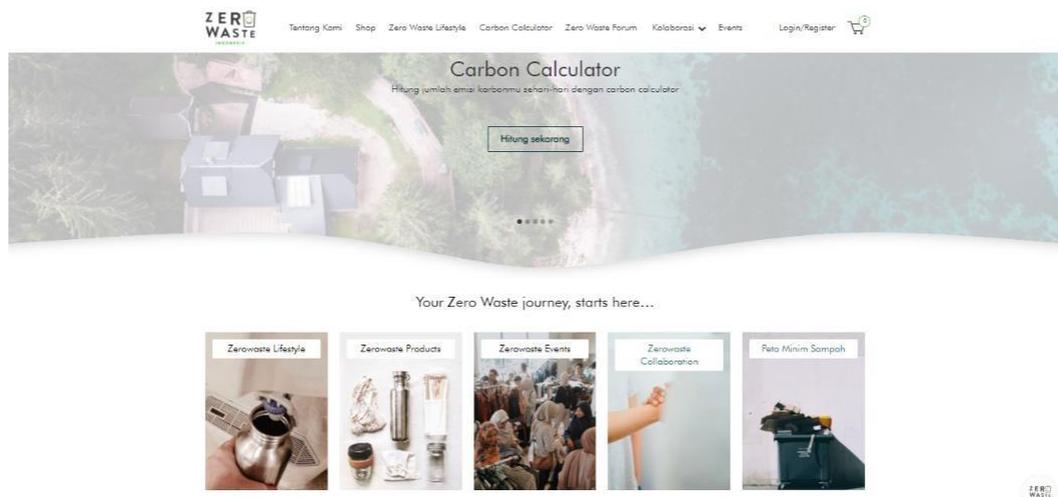
sudah memiliki 171.000 pengikut. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak orang-orang yang tertarik untuk bertumbuh bersama dalam mencintai bumi dan lingkungan.



**Gambar 1. 1 Tampilan Profile Instagram Komunitas ZWID**

Sumber : Instagram Zero Waste Indonesia

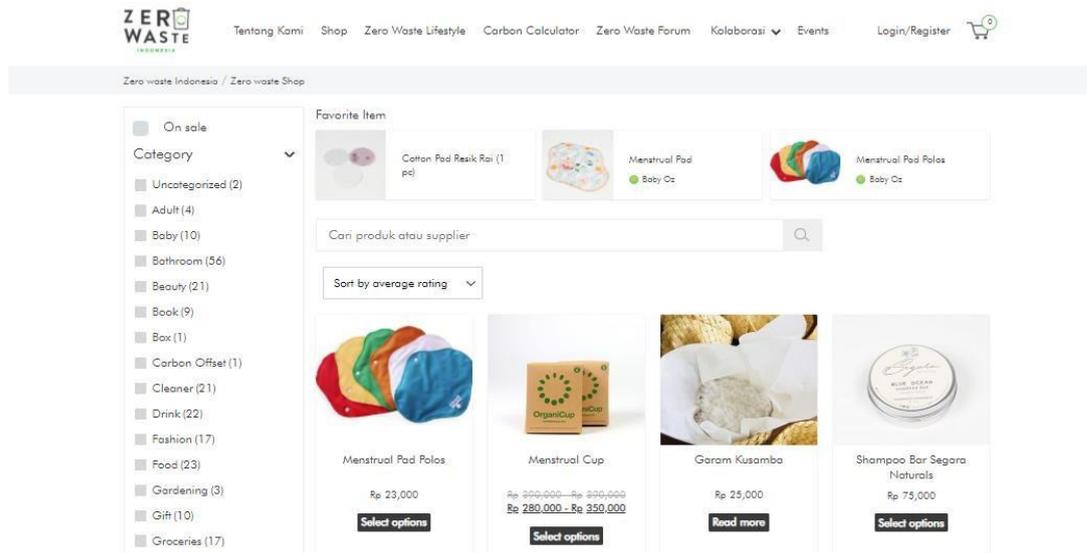
Selain menggunakan media sosial *fanpage* facebook dan instagram, komunitas Zero waste Indonesia (ZWID) juga menyediakan *Official Website*. Di dalam *Official Website* tersebut juga terdapat *Web-Store* dari ZWID.



**Gambar 1. 2 Tampilan Website Komunitas ZWID**

Sumber : Website Zero Waste Indonesia

Adanya *Web-Store* tersebut bertujuan untuk memfasilitasi benda pendukung gaya hidup *zero waste*, mulai dari peralatan makan hingga perlengkapan mandi. Contohnya termasuk sedotan *stainless steel*, kapas yang terbuat dari kain yang dapat digunakan kembali, sabun organik, dan banyak alat lainnya.



**Gambar 1.3 Tampilan Web-Store Komunitas ZWID**

Sumber : Website Zero Waste Indonesia

Komunitas *Zero waste* Indonesia (ZWID) melihat persoalan sampah lain, yaitu tentang limbah pakaian yang juga sulit terurai. Banyaknya muncul tren *fashion*, tanpa sadar telah mempengaruhi gaya *fashion* terutama dikalangan wanita. Dari latar belakang ini, *zero waste* Indonesia (ZWID) meluncurkan kampanye yang mendukung program *zero waste fashion* yaitu #Tukarbaju. Solusi hemat dan ramah lingkungan untuk dapat mengubah gaya pakaian tanpa mengeluarkan biaya untuk membeli baju baru. Kampanye #Tukarbaju ini dibuat untuk membantu memberikan dan menyebarkan informasi serta edukasi mengenai lingkungan yang tercemar akibat sampah tekstil yang terus bertambah. Kampanye ini telah mulai sejak Mei 2019 (Zero Waste Indonesia, 2019). Sejak terbentuk hingga saat ini, kampanye #Tukarbaju telah beberapa kali dilaksanakan secara *online* maupun *offline* di beberapa kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Yogyakarta, Tangerang, Bandung, dan Bali sebagai implementasi dari kampanye tersebut. Hal itu menunjukkan bahwa antusiasme masyarakat Indonesia sangat besar terhadap kegiatan kampanye #Tukarbaju ini.

Kampanye #Tukarbaju memiliki tujuan untuk dapat mendukung penggunaan atau pembelian pakaian dengan meminimalisir dampak yang terjadi terhadap lingkungan melalui sebuah kampanye dan acara media sosial. Kampanye ini juga dapat digunakan sebagai cara untuk mengaplikasikannya konsep *zero waste fashion* di dalam kehidupan sehari-hari. *Zero waste fashion* dapat didefinisikan sebagai cara merancang pakaian yang menghasilkan sedikit limbah tekstil, mengurangi pembuangan limbah, atau tidak menghasilkan limbah sama sekali. *Zero waste fashion* merupakan konsep desain *fashion* yang memiliki tujuan untuk meminimalisir limbah dari produksi pakaian agar tidak menghasilkan limbah atau sisa limbah yang dapat mencemari lingkungan dan berdampak negatif terhadap kelestarian lingkungan (Fitinline, 2021). Metode *zero waste fashion* dipopulerkan oleh Holly McQuillan dan Timo Rissanen. Tujuan dengan adanya *zero waste fashion* yaitu untuk menciptakan produk pakaian yang menjadi solusi masalah pencemaran limbah *fashion* dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan dampak buruk sampah pada industri *fashion*. Hal ini akan membuat masyarakat lebih tanggap dan terlibat dalam pelestarian lingkungan di masa mendatang. Menurut Timo & Rissanen (2016), industri *fashion* menghasilkan 400 miliar m<sup>2</sup> kain pada tahun 2015, dengan sekitar 60 miliar m<sup>2</sup> limbah kain yang dihasilkan. Ini sesuai dengan 15% dari total kain.

Teknik *zero waste fashion* biasanya dapat dilakukan dengan mendesain pakaian sederhana tapi tetap terlihat menarik dengan pola jahitan yang dirancang sedemikian rupa. Bahan yang digunakan pada pakaian tersebut digunakan semaksimal mungkin untuk meminimalisir sampah sisa material. Kualitas produk *fashion* yang dihasilkan bahkan lebih tinggi dari kualitas pakaian pada umumnya. Sebab produk *zero waste fashion* sendiri merupakan produk *slow fashion* berbasis konsep *sustainable fashion* yang dapat dijadikan salah satu contoh usaha meminimalisir dampak negatif pada lingkungan. *Zero waste fashion* dalam penerapannya, memiliki dua macam pendekatan yaitu *Pre-consumption zero waste fashion* dan *Post-consumption zero waste fashion*. *Pre-consumption zero waste fashion* mengacu pada upaya menciptakan yang meminimalisir limbah. Usaha tersebut termasuk membuat pola dan desain kain, dengan menggunakan bahan tekstil yang ramah lingkungan. *Post-consumption zero waste fashion* mengacu pada usaha-usaha pemanfaatan pakaian setelah usai dipakai. *Post-consumption zero waste fashion* diusahakan

melalui pemanfaatan *second hand fashion* dan pemanfaatan limbah tekstil sebagai bahan baku berbagai seni kerajinan. Masyarakat bisa berkontribusi untuk mengurangi limbah *fashion* dengan membeli pakaian di toko barang bekas seperti *thrift shop* dan *preloved*. *Thrift shop* dan *preloved* dapat diartikan sebagai kegiatan belanja yang menghindari pemborosan karena barang-barang yang dijual adalah barang bekas. Oleh karena itu, harga yang ditawarkan pun jauh lebih murah dibandingkan harga pasar. Kegiatan ini juga termasuk dalam *zero waste fashion*.



Gambar 1. 4 Instagram @tukarbaju\_



Gambar 1. 5 Logo #Tukarbaju

Sumber : Instagram Tukar Baju

Hingga saat ini @tukarbaju\_ memiliki jumlah pengikut sejumlah 33.900 orang yang bisa diasumsikan cukup banyak orang yang tertarik terhadap isu ini (Imron, 2019). Sistem dari kampanye ini yaitu melakukan pertukaran baju layak pakai untuk ditukarkan dengan pakaian yang dibawa oleh peserta lain disaat bersamaan. Sehingga, peserta tersebut dapat memiliki pakaian baru tanpa harus membeli pakaian baru. Platform ini melibatkan pengikutnya untuk secara langsung mengubah sudut pandang dalam berpakaian dengan bentuk acara yang sangat tidak umum dan menarik bagi masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, kampanye ini mendorong masyarakat dengan tujuan menjadi individu yang lebih bertanggung jawab yang mampu mengendalikan keinginannya sendiri sesuai dengan kebutuhannya serta mampu memberikan dampak positif bagi orang-orang di sekitarnya. Kampanye #Tukarbaju melakukan upaya dengan memberikan solusi mulai dari wawasan yang dapat menyadarkan pengikutnya hingga bentuk kampanye yang berbentuk ajakan partisipasi. Banyak dukungan yang masuk dan diterima dari masyarakat untuk kegiatan kampanye ini. Seperti dari para

kolaborator, relawan dan tentunya masyarakat yang mengikuti segala kegiatan yang telah dibuat oleh #Tukarbaju . Sejak satu tahun pertama berdiri, kampanye ini sudah berhasil dilaksanakan lebih dari 4 kota, berkolaborasi dengan 100 kolaborator, mendapatkan 280 relawan, dan menghasilkan lebih dari 13.000 baju yang berhasil ditukar (Zero Waste Indonesia , 2019).

Kampanye ini termasuk gerakan yang memberikan dampak positif kepada masyarakat. Namun pada awal tahun 2020 terjadi wabah pandemi COVID-19 yang merugikan banyak orang. Selain itu, semua aktifitas yang biasa dilakukan diluar rumah harus terpaksa dirumahkan. Hal ini tidak membuat komunitas ini berhenti melakukan kegiatan yang cukup mendorong masyarakatnya untuk lebih peduli kepada lingkungan. Komunitas ini membuat sesuatu yang tetap dapat berjalan dalam situasi pandemi dan dapat diterapkan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Pada mei 2020, *Zero Waste* Indonesia (ZWID) meluncurkan satu sub-kampanye dari kampanye #Tukarbaju yaitu #MulaidariLemari. #MulaidariLemari (MDL) merupakan sebuah sub-kampanye #Tukarbaju yang dibentuk oleh Komunitas *Zero Waste* Indonesia (ZWID). Cara melakukannya juga cukup sederhana yaitu dengan berkomitmen untuk tidak membeli pakaian baru selama 3 bulan (periode 1 musim) sebagai cara untuk berkontribusi dalam mengurangi sampah *fashion* dan limbah tekstil. Periode mulai-berakhirnya dapat diatur oleh masing-masing individu. Dalam periode ini masyarakat dapat mendapatkan baju baru dengan cara meminjam, menyewa, bertukar, menjahit sendiri, membeli *preloved* (baju bekas), membeli baru dari brand kecil lokal (terutama untuk mendukung usaha mereka yang terkena dampak pandemi COVID-19). Dengan ini diyakini masyarakat dapat berkontribusi memperpanjang umur pakaian hingga 9 bulan dan dapat mengurangi emisi karbon global hingga 30%. Dengan memberikan komitmen sederhana seperti ini adalah salah satu upaya bersama sebagai konsumen untuk belajar membatasi diri agar terhindar dari konsumerisme dan tentunya untuk melatih agar menjadi konsumen yang lebih bijak. Sampai saat ini, sub-kampanye ini telah diikuti oleh kurang lebih sampai 4000 orang (Zero Waste Indonesia , 2019).

Selain meluncurkan kampanye dan sub-kampanye, *zero waste* Indonesia (ZWID) juga membuat kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan secara online lainnya. Tujuannya agar tetap dapat berinteraksi dengan pengikutnya. Akun instagram

@tukarbaju\_ kerap memberikan konten seputar informasi, fakta, DIY, serta informasi bermanfaat lainnya mengenai *fashion* berkelanjutan. Tukar baju juga seringkali mengadakan *event* ataupun kampanye *online* di instagram mereka, terutama di saat pandemi seperti ini. *Event* yang seringkali diadakan oleh tukar baju yaitu melakukan siaran langsung bersama para bintang tamu dari aktivis *Zero waste* ataupun aktivis *fashion* dengan membahas topik-topik menarik seputar *fashion* berkelanjutan. Sesuai data yang diambil penulis melalui Instagram @tukarbaju\_ mendapatkan 435 post terhitung mulai dari bulan April 2019 – Desember 2022. Kegiatan itu berbentuk konten dan sub-konten kampanye seperti ; Edukasi, Sejarah, Donasi, Data & Fakta persebaran dan dampak sampah *fashion*, Rekomendasi buku, Film, dan Usaha bisnis yang mendukung *fashion* keberlanjutan, OOTD, Seminar dan Diskusi, dan Tantangan #MulaiDariLemari.



Gambar 1. 6 Konten Edukasi



Gambar 1. 7 Konten Rekomendasi



Gambar 1. 8 Seminar



Gambar 1. 9 Konten Edukasi



Gambar 1. 10 Diskusi



Gambar 1. 11 Donasi



Gambar 1. 12 OOTD #Tukarbaju

Sumber : Instagram Tukar Baju

Kampanye #Tukarbaju ini dilakukan bukan untuk kepetingan bisnis tapi dibentuk untuk melakukan kegiatan pendekatan sosial. Sehingga kampanye #Tukarbaju tidak perlu lagi membutuhkan kompetitor karena ini bukan kegiatan bisnis. Kampanye #Tukarbaju terlihat lebih menarik untuk diteliti karena upaya dalam mensosialisasikan pemanfaatan baju-baju itu sekarang menjadi hal yang penting dalam isu lingkungan.

Sebelum penelitian ini dilakukan, sudah ada penelitian sebelumnya yang membahas mengenai pengaruh kampanye terhadap kegiatan *zero waste* yang berjudul “Pengaruh Kampanye #PantangPlastik terhadap Sikap Ramah Lingkungan (Survei pada Pengikut Instagram @GreenpeaceID)”. Penelitian tersebut dilakukan untuk meneliti pengaruh kampanye #PantangPlastik di instagram @Greenpeaceid terhadap sikap ramah lingkungan dengan metode penelitian kuantitatif. Penelitian tersebut juga dilakukan untuk melihat seberapa besar kampanye #PantangPlastik di instagram @Greenpeaceid mampu berperan dalam menciptakan sikap ramah lingkungan pada followers-nya (Krisyantia, 2020 ). Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa isi pesan, struktur pesan, aktor kampanye, dan saluran kampanye berperan sebanyak 51%

dalam mendukung aspek kognisi, afeksi, dan membangun sikap ramah lingkungan followers instagram @Greenpeaceid. Kampanye #PantangPlastik secara bertahap mampu membentuk sikap ramah lingkungan pada followers instagram @Greenpeaceid. Selanjutnya adapula penelitian yang pernah meneliti hal serupa dengan penelitian ini. Penelitian tersebut berjudul “Pengaruh Hashtag Media Sosial #Tukarbaju Terhadap Sikap Dukungan pada Slow Fashion”. Penelitian tersebut dilakukan untuk meneliti pengaruh hastag media sosial #Tukarbaju terhadap sikap dukungan slow fashion (Putrinda, 2020). Penelitian tersebut menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara hashtag media sosial #Tukarbaju terhadap sikap. Pengaruh hashtag media sosial terhadap sikap sebesar 47,5%. Sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini berdasarkan penjelasan yang telah penulis paparkan di latar belakang, maka penulis akan melakukan penelitian yang berkaitan dengan bagaimana pengaruh kampanye #Tukarbaju terhadap penerapan *zero waste fashion* pada kampanye #Tukarbaju dengan fokus penelitian pada kampanye *online* pada akun instagram @tukarbaju\_.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan oleh penulis, maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh dari kampanye #Tukarbaju terhadap penerapan *zero waste fashion* pada *followers* instagram @tukarbaju\_?
2. Seberapa besar pengaruh kampanye #Tukarbaju terhadap penerapan *zero waste fashion* pada *followers* instagram @tukarbaju\_?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kampanye #Tukarbaju terhadap penerapan *zero waste fashion* pada *followers* instagram @tukarbaju\_.
2. Untuk mengetahui besar pengaruh kampanye #Tukarbaju terhadap penerapan *zero waste fashion* pada *followers* instagram @tukarbaju\_.

#### 1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini dapat memberi manfaat dilihat dari aspek teoritis dan aspek praktisnya, yaitu:

##### 1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini berharap mampu menjadi pedoman dan memberikan manfaat dan menambah pemahaman dalam bidang ilmu komunikasi khususnya yang terkait dengan *zero waste fashion* dalam upaya pemanfaatan limbah pakaian.

##### 1.4.2 Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan dan pertimbangan serta membantu bagi peneliti selanjutnya dalam melakukan penelitian mengenai penerapan *Zero waste* khususnya yang terkait dengan *Zero waste fashion*.

#### 1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dimulai dari bulan Oktober 2021 hingga Januari 2023

**Tabel 1. 1 Tahap dan Rencana Penelitian**

No	Tahapan Kegiatan	2021			2022												2023	
		10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	1	
1.	Pencarian data dan																	

	pengajuan topik																
2.	Penyusunan Proposal Bab 1 – 3																
3.	Persiapan dan Pengajuan Desk Evaluation																
4.	Pengumpulan data primer dengan melakukan penyebaran kuisioner																
5.	Penyusunan Bab 4 dan Bab 5																
6.	Pendaftaran Sidang Skripsi																
7.	Sidang Skripsi																

## 1.6 Sistematika Penulisan

### BAB I : Pendahuluan

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat tentang isi penelitian. Isi bab ini meliputi: latar belakang penelitian, identifikasi masalah

penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, waktu dan periode penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II : Tinjauan Pustaka**

Pada BAB II, penelitian ini membahas teori-teori yang berhubungan dengan penelitian, penelitian terdahulu, kerangka penelitian, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

## **BAB III : Metode Penelitian**

Metode penelitian pada penelitian ini membahas karakteristik penelitian yang dibahas pada jenis penelitian, operasional variabel dan skala pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data dan uji hipotesis.

## **BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada BAB ini, penulis memaparkan pengumpulan data, karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

## **BAB V : Kesimpulan dan Saran**

Bagian ini memaparkan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran dari penulis.