

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Film termasuk sebagai salah satu industri ekonomi kreatif yang berpotensi untuk terus dikembangkan, Sheila Timothy selaku produser dari LifeLike Pictures sekaligus ketua Asosiasi Produser Film Indonesia (Aprofi), mengatakan bahwa film merupakan budaya yang memiliki nilai ekonomi, film terlihat seperti *soft power* namun *super power* (Rulianto, 2015). Ada banyak alasan mengapa film menjadi industri ekonomi kreatif yang menjanjikan, film sudah menjadi bagian dari kehidupan modern karena menyajikan pengalaman yang mengasyikkan dengan pengemasan pengalaman hidup secara menarik, dengan film pula seseorang dapat memperkaya nilai batin dan memperoleh pemahaman baru terhadap dunia (Sumarno, 2017). Oleh karena itu masyarakat masih sangat senang untuk melakukan kegiatan menonton film yang menyita waktu dua sampai tiga jam per film. Dikutip dari kompas.com, Angela Tanoesoedibjo selaku Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyampaikan bahwa jumlah penonton film di bioskop Indonesia mulai meningkat. Pada tahun 2022 ada 21.212.199 penonton yang mengunjungi bioskop untuk menonton film, sedangkan pada tahun 2021 hanya ada 4.226.025 penonton (Dirgantara, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa industri perfilman Indonesia mengalami kemajuan setelah bangkit dari pandemi Covid-19 yang diikuti oleh motivasi dan ekspektasi tinggi dari masyarakat.

Pada tahun 2022, film dengan genre horor masih mendominasi layar kaca Indonesia yang ditunjukkan dari perolehan jumlah penonton pada tahun 2022 dimana dari 15 film Indonesia peringkat teratas yang memperoleh penonton terbanyak, sepuluh diantaranya merupakan film dengan genre horor.

15 Film Indonesia peringkat teratas dalam perolehan jumlah penonton pada tahun 2022 berdasarkan tahun edar film		
#	Judul	Penonton
1	KKN Desa Penari	10.013.459
2	Pengabdian Setan 2: Communion	6.390.970
3	Miracle in Cell No 7	5.852.916
4	Ngeri-nger Sedap	2.886.121
5	Ivanna	2.793.775
6	Sayap-Sayap Patah	2.426.084
7	Mencuri Raden Saleh	2.350.741
8	Kukira Kau Rumah	2.220.180
9	The Doll 3	1.764.077
10	Qodrat	1.751.637
11	Jailangkung: Sandekala	1.546.295
12	Qorin	1.320.600
13	Kuntilanak 3	1.313.304
14	Keramat 2: Caruban Larang	918.099
15	Pamali	880.618

GAMBAR 1.1 PERINGKAT FILM DENGAN JUMLAH PENONTON TERBANYAK
TAHUN 2022

Sumber: Film Indonesia (2022)

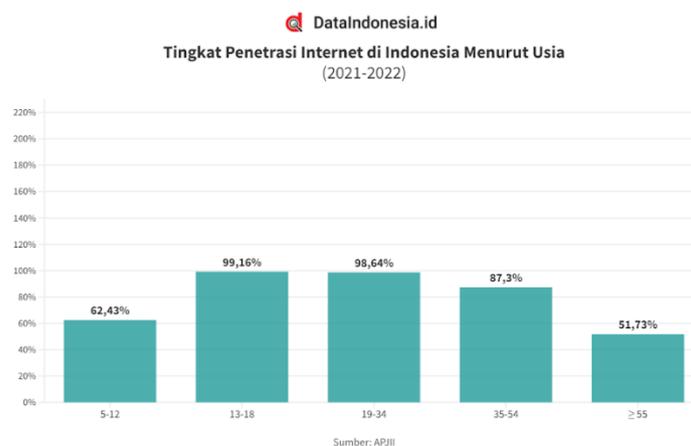
Pada tahun 2022 muncul pula genre film yang bervariasi mulai dari drama, pahlawan wanita, hingga *heist* (perampokan). Salah satu genre baru yang muncul dalam layar kaca Indonesia pada tahun 2022 adalah *heist* atau perampokan. Dikutip dari liputan6.com genre *heist* adalah perampokan yang menempatkan sang penjahat sebagai pemeran utama dan menampilkan keterampilan, kecerdikan, dan keberanian dalam melakukan aksi kejahatan (Sabandar, 2022). Film genre *heist* dengan judul Mencuri Raden Saleh membuat masyarakat menaruh perhatian pada film yang digarap oleh sutradara Angga Dwimas Sasongko.

Film Mencuri Raden Saleh merupakan film Indonesia pertama yang muncul dengan genre *heist* (Wowkeren, 2022). Film ini menyajikan cerita tentang sekelompok remaja yang cerdas dan memiliki berbagai macam keterampilan dengan niat melakukan pencurian terhadap lukisan bersejarah “Penangkapan Pangeran Diponegoro” yang berada di istana negara dan dijaga dengan ketat diiming-imingi hadiah uang tunai dalam jumlah yang besar. Berbagai macam rencana kejahatan pun dimulai, pemalsuan lukisan, peretasan sistem komputer, pertarungan, hingga manipulasi dilakukan oleh para pemeran utama. Pelaksanaan rencana perampokan disiapkan dengan matang dan mereka dihadapkan dengan berbagai rintangan yang sangat beresiko, adapun penyajian hubungan percintaan, persahabatan dan keluarga juga disajikan di dalam film Mencuri Raden Saleh ini dengan berbagai *plot twist* cerita. Film Mencuri Raden Saleh diperankan oleh 6 pemeran utama yang dibintangi oleh aktor dan aktris muda berbakat, yaitu Iqbaal Ramadhan memerankan Piko sebagai *The Forger*, Aghniny Haque memerankan Sarah sebagai *The Brute*, Rachel Amanda memerankan

Fella sebagai *The Negotiator*, Angga Yunanda memerankan Ucup sebagai *The Hacker*, Ari Irham memerankan Tuktuk sebagai *The Driver*, dan Umay Shahab memerankan Gofar sebagai *The Handyman*. Dengan alur cerita baru dan menarik juga para pemeran segudang talenta hal ini menjadi nilai jual dari Film Mencuri Raden Saleh.

Munculnya film Indonesia pertama dengan genre *heist* dengan menampilkan aktor dan aktris muda berbakat membuat masyarakat tertarik dan penasaran dengan alur yang ditawarkan oleh Film Mencuri Raden Saleh. Antusias masyarakat terhadap film ini ditunjukkan dengan jumlah penonton yang menembus 2,3 juta penonton dan menempati posisi ke 7 besar dalam daftar yang paling banyak ditonton di bioskop tahun 2022 dengan berbagai ulasan yang ditunjukkan melalui rating IMDb 7.3/10 (IMDb, 2023).

Adapun hasil survei mengenai tingkat penetrasi internet di Indonesia yang dibagikan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yaitu di Indonesia, proporsi penduduk yang memiliki akses internet terbesar pada usia 13 - 18 tahun (99,16%) dan terendah pada usia 19 - 34 tahun (87,30%) pada tahun berikutnya (2021-2022). (Bayu, 2022).



GAMBAR 1.2 TINGKAT PENETRASI INTERNET DI INDONESIA

Sumber: Data Indonesia (2022)

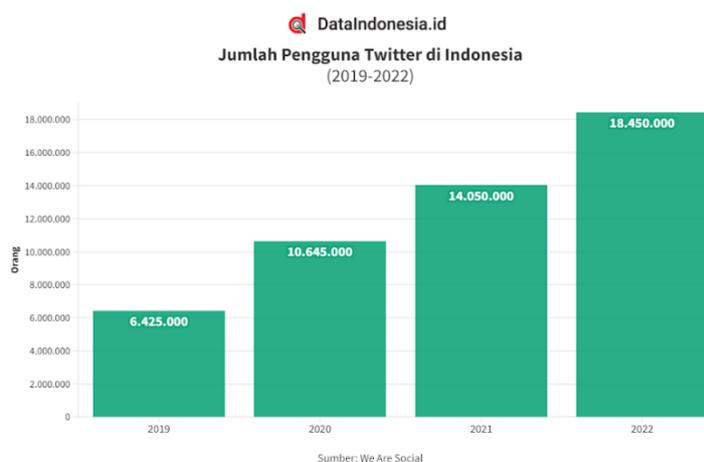
Dalam penelitian ini peneliti mengambil topik penelitian di media sosial Twitter. Di antara semua pengguna media sosial, Twitter memiliki pengikut terbanyak kelima di seluruh dunia. Berdasarkan statistik dari Goodstats, Twitter menjadi platform media sosial terpopuler keenam di Indonesia pada tahun 2022 (GoodStats, 2022).



GAMBAR 1.3 SOSIAL MEDIA PALING BANYAK DIGUNAKAN DI INDONESIA

Sumber: GoodStats (2022)

Twitter merupakan *platform* media sosial yang digunakan untuk berkomunikasi dan media penyampaian informasi juga hiburan berupa *microblog*, Twitter menyediakan beberapa fitur menarik kepada penggunaannya selain dapat berbagi informasi selain melalui teks, foto, dan video dimana postingan tersebut disebut sebagai kicauan atau *tweet* adapun fitur baru Twitter yang diperkenalkan pada 2020 yaitu *voice note* dan fitur terbaru Twitter tahun 2021 yaitu *space*. Berdasarkan laporan dari We Are Sosial tahun 2022, jumlah pengguna Twitter di Indonesia menyentuh angka 18,45 juta pengguna dengan peningkatan pengguna setiap tahun (Rizaty, 2022).



GAMBAR 1.4 JUMLAH PENGGUNA TWITTER DI INDONESIA

Sumber: Data Indonesia (2022)

Dikutip dalam acara Media Briefing #ShopWithTwitter pada 26 November 2022, Dwi Ardiansyah selaku *Country Industry Head* Twitter Indonesia menyatakan bahwa pengguna Twitter di Indonesia paling banyak berusia dibawah usia 35 tahun dengan persentase 73% khususnya pada rentang usia 18-24 tahun (Nisriyana, 2022).

Selama proses promosi, Film Mencuri Raden Saleh melakukan berbagai macam promosi yang massif dan unik dalam di media sosial resminya mulai dari Instagram, TikTok, dan Twitter (Thinkway, 2023). Meskipun Twitter tidak menjadi media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak di Indonesia, Film Mencuri Raden Saleh aktif melakukan promosi di Twitter melalui akun resmi dengan nama pengguna atau *username* @mrs_film serta menggunakan tagar Film #MencuriRadenSaleh dengan memanfaatkan *microblogging* Twitter. Menurut (Java et al., 2007) *Microblogging* adalah bentuk *blogging* dimana para penggunanya dapat menulis *update* teks singkat (biasanya kurang dari 200 karakter) kepada teman atau relasi yang diinginkan melalui pesan teks, *instant messaging* (IM), *email*, atau *web*. *Microblogging* menyediakan alat untuk para penggunanya melakukan penyebaran informasi mengenai aktivitas, opini, dan status. Memanfaatkan Twitter sebagai media promosi merupakan media promosi yang mudah, dengan sedikit waktu dapat membuat sebuah topik menjadi “buah bibir” kemudian dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan pengetahuan konsumen terhadap produk yang ingin diperkenalkan. Perusahaan dapat memanfaatkan Twitter untuk menyampaikan sebuah informasi atau menyampaikan tawaran untuk mempromosikan berbagai postingan terbaru di blog atau menghubungkan para audiens dengan tautan yang berisi berita-berita penting yang bersangkutan (Zarella, 2010).

Melakukan promosi melalui Twitter memberikan kesempatan besar kepada perusahaan untuk terhubung dengan khalayak yang besar untuk membangun sebuah hubungan (Gunelius, 2011). Untuk Menyusun promosi di media sosial Twitter dibutuhkan strategi promosi yang terencana agar dapat bersaing dengan film-film lain. Menurut (Alma, 2007) promosi merupakan bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran untuk menyebarkan informasi, memengaruhi, dan meningkatkan khalayak sasaran atas produk yang ditawarkan. Maka promosi yang dilakukan di Twitter melalui akun @mrs_film harus tepat agar tersampaikan dan diterima dengan baik serta dapat meningkatkan minat menonton khalayak terhadap Film Mencuri Raden Saleh. Akun @mrs_film memanfaatkan aktivitas *microblogging* yang membuat tingginya intensitas komunikasi di Twitter, hal ini juga menyebabkan film Mencuri Raden Saleh mendapatkan banyak pengikut di Twitter.

TABEL 1.1 JUMLAH PENGIKUT AKUN OFFICIAL FILM DI TWITTER

Nama Film	Akun Twitter	Jumlah Pengikut
KKN Desa Penari	@KKNMovie	3.369
Pengabdi Setan 2	-	-
Miracle in Cell No 7	-	-
Ngeri-ngeri Sedap	@ngeri2sedapfilm	30
Ivanna	@DANURMovie	4.161
Sayap-Sayap Patah	-	-
Mencuri Raden Saleh	@mrs_film	33.900
Kukira Kau Rumah	-	-
The Doll 3	-	-
Qodrat	@QodratMovie	235

Sumber: Twitter; Data Olahan Peneliti (2023)

Melalui data tersebut yang diurutkan dari 10 film dengan penonton terbanyak di bioskop tahun 2022, lima film tidak memiliki akun Twitter resmi dan akun resmi film Mencuri Raden Saleh @mrs_film memiliki pengikut terbanyak yaitu mencapai 33.9 ribu pengikut dan 17.8 ribu cuitan atau *tweets*, film Mencuri Raden Saleh aktif melakukan promosi dengan memanfaatkan berbagai macam fitur di Twitter yang *up to date*. Menurut Zarella (2010) keberhasilan Twitter sebagai media promosi dapat dilihat dari jumlah pengikut sebuah akun. Jumlah pengikut akan merepresentasikan potensi jangkauan dan menunjukkan daftar pengguna teratas. Jumlah pengikut untuk tujuan pemasaran akan menguntungkan, namun jumlah pengikut bukanlah satu-satunya yang akan menentukan keberhasilan. Percakapan yang terjalin dalam akun tersebut juga penting. Ketika khalayak aktif dalam menanggapi percakapan maka *username* akun akan disebut dalam *tweet* orang lain dan hal ini dapat menjadi data untuk memahami kedekatan-kedekatan hubungan di Twitter. Maka penting untuk memperhatikan konten yang dibagikan dan terlibat dalam percakapan untuk menambah nilai bagi khalayak yang melihat konten atau interaksi tersebut. Jika konten dipenuhi dengan hal yang tidak penting dan tidak berkaitan dengan produk yang dipromosikan, maka akun tersebut tidak akan membantu perusahaan dan produk yang ditawarkan. Sebaliknya, jika konten yang dibagikan menarik dan akun tersebut bergabung dengan percakapan para khalayak maka akan membantu produk untuk dikenali oleh khalayak (Gurnelius, 2011). Penelitian ini dilakukan kepada para *followers* akun @mrs_film,

berdasarkan artikel yang dilabgikan oleh Twitter (2019), dengan cara mengikuti sebuah akun maka akan mudah untuk membentuk *feed* Twitter dan mengetahui berbagai hal seputar orang atau topik yang diminati. Dengan mengikuti sebuah akun, maka informasi yang dibagikan oleh akun tersebut akan lebih cepat sampai kepada para pengikutnya.



GAMBAR 1.5 PROFIL AKUN FILM MENCURI RADEN SALEH @MRS_FILM
DI TWITTER

Sumber: Twitter (2022)

Pencarian informasi melalui Twitter dapat dilakukan dengan mudah, karena semua informasi dapat dicari melalui fitur *search bar* adapun Twitter dapat mengidentifikasi topik-topik populer yang sedang ramai diperbincangkan dalam *section Trending Topic*. Film Mencuri Raden Saleh memulai promosinya sejak meluncurkan video *final trailer* Mencuri Raden Saleh pada 13 Agustus 2022 dan berhasil menempati *Trending* Twitter. Kemudian pada acara *Gala Premiere* Film Mencuri Raden Saleh tanggal 19 Agustus 2022, kembali mencuri perhatian dan menempati *section trending topic* Twitter (Getdaytrends, 2022). Akun Twitter @mrs_film rutin melakukan komunikasi dengan *copywriting* yang interaktif sehingga topik Mencuri Raden Saleh terus muncul pada *timeline* pengguna Twitter. Adapun penayangan hari pertama Film Mencuri Raden Saleh berhasil meraih 120 ribu penonton di seluruh bioskop di Indonesia dan membuat film ini kembali berada di *section trending topic* Twitter untuk kesekian kalinya (WowKeren, 2022). Berikut merupakan data mengenai *section trending hashtag* Film Mencuri Raden Saleh dengan #MencuriRadenSaleh yang mencapai 14.4 ribu *tweets* selama masa promosi dilakukan.



GAMBAR 1.6 AKUMULASI JUMLAH *TWEET* DENGAN *HASTAG* #MENCURIRADENSALEH
Sumber: Getdaytrends (2023)

Selain *hashtag* adapun topik Film Mencuri Raden Saleh yang ikut naik ke *section trending topic*, berdasarkan data dari getdaytrends.com (2023) topik ‘Mencuri Raden Saleh’ lebih sering memuncaki *trending topic* karena pengguna Twitter sering membicarakan topik ini.



GAMBAR 1.7 AKUMULASI JUMLAH *TWEET* DALAM TOPIK MENCURI RADEN SALEH
Sumber: Getdaytrends (2023)

Dalam aktivitas media sosial terlihat bahwa akun @mrs_film aktif dalam berinteraksi dengan para pengikutnya yang juga melibatkan konten mengenai para pemeran utama.

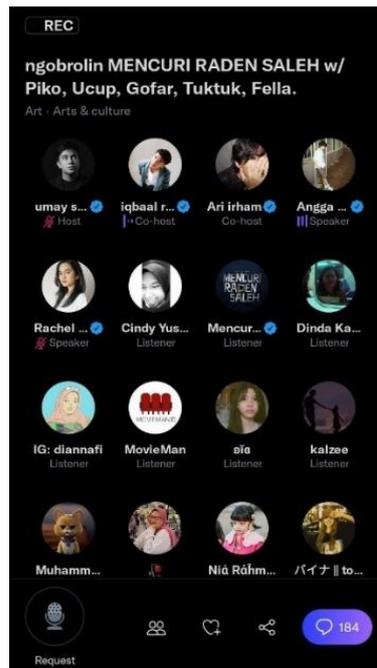


GAMBAR 1.8 INTERAKSI AKUN TWITTER @MRS_FILM DENGAN AUDIENS
DI TWITTER

Sumber: Twitter (2022)

Twitter akan menghubungkan satu pengguna dengan pengguna lain melalui fitur *follow*. Ketika pengguna mengikuti akun lain di Twitter, *tweet* yang dibagikan oleh akun tersebut akan muncul pada *home* atau beranda Twitter, sehingga mudah untuk membaca *tweet* yang dibagikan oleh akun yang diikuti. Fitur *reply*, *like*, dan *retweet* pada Twitter menjadi jendela untuk meningkatkan tingkat pengaruh akun dan jangkauan karena ketika khalayak melakukan aktivitas *reply*, *like*, atau *retweet* pada konten yang dibagikan maka konten tersebut akan diakui bernilai dan penting untuk disebarluaskan (Zarella, 2010). Aktivitas *retweet* yang dilakukan oleh khalayak hanya dilakukan pada *tweet* yang menarik, hal ini merupakan jenis paparan yang sangat berharga untuk membangun kesadaran merek dan mengembangkan hubungan dengan khalayak secara meluas di media sosial (Gurnelius, 2011).

Selain menggunakan *tweet*, akun @mrs_film juga memanfaatkan fitur *space* yang disediakan oleh twitter. *Space* merupakan percakapan audio langsung di Twitter dimana kreator *space* akan disebut sebagai host dan dapat menambahkan batas maksimal hingga 13 orang sebagai pembicara dalam sebuah sesi *space* dan dapat didengarkan oleh semua orang di Twitter tanpa batas maksimum pendengar.



GAMBAR 1.9 INTERAKSI AKUN @MRS_FILM DENGAN PEMERAN UTAMA
DI *SPACE* TWITTER
Sumber: Twitter (2022)

Adapun pemilihan objek penelitian pada Film Mencuri Raden Saleh dilakukan karena film ini merupakan film genre *heist* pertama di Indonesia (Wowkeren, 2022) dan menjadi akun film resmi yang paling banyak diikuti di Twitter berdasarkan urutan sepuluh film terbanyak di tonton tahun 2022. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian pada Pengaruh Promosi Film Mencuri Raden Saleh Terhadap Minat Menonton *Followers* Twitter @mrs_film.

Beberapa penelitian mutakhir serupa juga menyoroti variabel X yang berpengaruh kepada variabel Y, seperti penelitian dari Fahmil Hakim dan Syah Anggraini (2022) dengan judul penelitian Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Akun Instagram @lrtjkt Terhadap Minat Beli Jasa yang menunjukkan hasil bahwa Instagram @lrtjkt berpengaruh sebesar 26% secara positif terhadap minat beli jasa transportasi public LRT Jakarta; Kemudian penelitian oleh Noviawan Rasyid Ohorella, et al. (2022) dengan judul penelitian Pengaruh Akun Instagram @sumbar_rancak Terhadap Minat Berkunjung *Followers* ke Suatu Destinasi Hal ini dibuktikan dengan uji t atau analisis regresi sederhana bahwa terdapat pengaruh yang cukup besar antara variabel Postingan Instagram @sumbar_rancak dengan minat berkunjung *Followers* dengan tingkat korelasi 0,05 atau 5%.

Kemudian penelitian oleh Remares Rizqia Luthfia (2023) dengan judul penelitian Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Sosial Media* Instagram @npureofficial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Npure yang menunjukkan hasil penelitian 61,3% keputusan pembelian produk Npure dipengaruhi oleh *brand ambassador* dan *social media* sedangkan sisa 38,7% keputusan pembelian disebabkan oleh kontribusi dari variabel diluar penelitian; Kemudian penelitian oleh Hartini Stella Putri Pardede dan Evvy Silalahi (2021) dengan judul penelitian Pengaruh Program “Jejak Petualang” Terhadap Minat Belajar Budaya Siswa SMAN 80 Jakarta yang menunjukkan hasil penelitian bahwa Program Jejak Petualang memperoleh koefisien determinasi 71,0% dimana hasil ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat dimana program Jejak Petualang berpengaruh terhadap pengetahuan budaya siswa; Kemudian penelitian oleh Salsabila Azhar (2019) dengan judul penelitian Pengaruh Terpaan Pemberitaan Terorisme di Media *Online* Terhadap Persepsi Mahasiswa pada Pakaian Syar'i yang menunjukkan bahwa keterpaparan siswa terhadap berita teroris di media sosial memiliki efek yang dapat diabaikan terhadap pendapat mereka tentang pakaian syariah (nilai R-Square sebesar 2,1%);

Studi mutakhir di atas menggunakan teori SOR (*Stimulus, Organism, Response*) untuk mengungkapkan pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Teori SOR dikemukakan oleh Houland, et. al pada tahun 1953 yang dapat difungsikan untuk mengungkapkan penyebab perubahan sikap yang bergantung pada kualitas rangsangan. Penelitian ini melanjutkannya dengan menguji teori SOR pada fenomena promosi Film Mencuri Raden Saleh yang dilakukan oleh akun @mrs_film di Twitter terhadap Minat Menonton *Followers* Twitter @mrs_film. Peneliti berargumentasi bahwa teori SOR dapat diujikan dalam promosi Film Mencuri Raden Saleh yang dilakukan oleh akun @mrs_film di Twitter dimana aksi dari promosi Film Mencuri Raden Saleh di Twitter pada akun @mrs_film menghasilkan reaksi minat menonton oleh *Followers* akun tersebut. Untuk mengungkapkan hal tersebut peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Oleh karena itu, penelitian ini mengajukan judul “Pengaruh Promosi Film Mencuri Raden Saleh Terhadap Minat Menonton *Followers* Twitter @mrs_film”.

1.2 Identifikasi Masalah

Penelitian ini berfokus kepada pengaruh promosi Film Mencuri Raden Saleh melalui media sosial Twitter resmi Film Mencuri Raden Saleh yaitu @mrs_film terhadap Minat Menonton *Followers* Twitter @mrs_film.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian berupa, “Seberapa Pengaruh Promosi Film Mencuri Raden Saleh Terhadap Minat Menonton *Followers* Twitter @mrs_film?”.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini berdasarkan fokus penelitian dan identifikasi yang telah diuraikan adalah untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Promosi Film Mencuri Raden Saleh Terhadap Minat Menonton *Followers* Twitter @mrs_film.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perkembangan ilmu komunikasi khususnya di bidang komunikasi di media sosial dalam menyampaikan informasi mengenai suatu produk atau jasa.
2. Memberikan pengetahuan mengenai pentingnya memilih media promosi dan target yang tepat.
3. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan rujukan atau perbandingan oleh peneliti selanjutnya.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan kepada rumah produksi di bidang hiburan untuk menemukan kegiatan promosi dan target promosi yang tepat atas produk atau jasa yang ditawarkan.
2. Memberikan kesadaran mengenai pentingnya melakukan promosi yang dapat memengaruhi minat target audiens.

1.6 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan antara bulan Maret hingga bulan Agustus dengan alokasi berikut:

TABEL 1.2 TAHAPAN DAN WAKTU PENELITIAN

NO	JENIS KEGIATAN	BULAN					
		MAR	APR	MEI	JUN	JUL	AGS
1	Penelitian Pendahuluan	■					
2	Seminar Judul	■					
3	Penyusunan Proposal		■	■	■		
4	Seminar Proposal				■		
5	Pengumpulan Data				■	■	
6	Pengolahan dan Analisis Data					■	
7	Ujian Skripsi						■

Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)

1.7 Sistematika Penulisan

Berikut adalah bagian-bagian yang ada dalam skripsi ini secara terstruktur:

BAB 1 PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Identifikasi Masalah
- 1.3 Tujuan Penelitian
- 1.4 Kegunaan Penelitian
- 1.5 Waktu dan Periode Penelitian
- 1.6 Sistematika Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

- 2.1 Rangkuman Teori
- 2.2 Penelitian Terdahulu

- 2.3 Kerangka Penelitian
- 2.4 Hipotesis Penelitian
- 2.5 Ruang Lingkup Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

- 3.1 Jenis Penelitian
- 3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran
- 3.3 Populasi dan Sampel
- 3.4 Teknik Pengumpulan Data
- 3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas
- 3.6 Teknik Analisis Data

BAB IV

- 4.1 Karakteristik Responden
- 4.2 Hasil Penelitian
- 4.3 Pembahasan Penelitian

BAB V

- 5.1 Kesimpulan
- 5.2 Saran