

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) merupakan yayasan pendidikan yang memiliki konsep Sistem Pendidikan Satu Pipa dan telah tersebar ke seluruh Indonesia. YPT bermula dari penggabungan dua yayasan di bidang pendidikan yang dirintis oleh Telkom Indonesia, yaitu Yayasan Sandikala Pendidikan Telkom (YSPT) dan Yayasan Pendidikan Telkom (YPT) Tbk pada tahun 2015. Yayasan Pendidikan Telkom telah aktif menyelenggarakan lembaga-lembaga pendidikan selama lebih dari 35 tahun. Rentang pendidikan yang mereka tawarkan mencakup *daycare*, *playgroup*, taman kanak-kanak, sekolah dasar dan menengah, serta lembaga pendidikan tinggi. Selain itu, Yayasan Pendidikan Telkom juga memiliki berbagai lembaga pendukung seperti lembaga penelitian, lembaga pelatihan dan lembaga sertifikasi profesi.

Telkom University (Universitas Telkom), atau biasa disingkat sebagai Tel-U, merupakan hasil penggabungan empat perguruan tinggi yang berasal dari Yayasan Pendidikan Telkom. Keempat perguruan tinggi tersebut adalah Institut Teknologi Telkom (IT Telkom), Institut Manajemen Telkom (IM Telkom), Politeknik Telkom (Poltek Telkom), serta Institut Seni dan Desain Telkom Indonesia (STISI Telkom). Telkom University didirikan pada tanggal 14 Agustus 2013 berdasarkan Surat Perintah Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan No. 309/E/0/2013. Kampus utama Telkom University berlokasi di kawasan Bandung Technoplex (BT-Plex), tepatnya di Jalan Telekomunikasi No. 1, Terusan Buah Batu, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Selain kampus utama di Bandung, Telkom University juga memiliki lokasi lain di kompleks perkantoran PT Telkom Indonesia di kawasan Gegerkaron Hilir utara Kota Bandung serta kampus di Jakarta, Surabaya dan Purwokerto.

Telkom University terdiri dari 7 fakultas yang menyelenggarakan 82 Program Studi terdiri atas Program Doktorat, Magister, Sarjana, Sarjana Terapan dan Diploma yang telah terakreditasi oleh BAN-PT serta akreditasi internasional. Dengan jumlah mahasiswa mencapai 48.139 dan lebih dari 85.000 alumni, Telkom University merupakan salah satu perguruan tinggi swasta terkemuka di Indonesia yang terus berkembang dan memberikan kontribusi dalam bidang pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia di Indonesia. Visi Telkom University yaitu menjadi *National Excellence Entrepreneurial University* pada tahun 2028, yang berkontribusi pada pemenuhan tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*). Misi Telkom University antara lain

yaitu, Menyelenggarakan dan mengembangkan pendidikan berkelas dunia dan berwawasan kewirausahaan; Mengembangkan dan menyebarluaskan pengetahuan baru dan produk intelektual di bidang teknologi, sains dan seni yang berkontribusi pada pemenuhan tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goal/SDGs*); dan Berkolaborasi dengan industri dan pemangku kepentingan lain dalam pengembangan inovasi yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi bangsa.



GAMBAR 1.1 LOGO TELKOM UNIVERSITY

Sumber: <https://telkomuniversity.ac.id>

(diakses pada 07 Juni 2023)

Telkom University telah menegaskan komitmennya memberi layanan pendidikan yang berkualitas. Hal ini tercermin dari pencapaian akreditasi ‘Unggul’ dari Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi (BAN-PT), serta akreditasi internasional yang diperoleh pada beberapa program studi yang diselenggarakannya. Dengan prestasi tersebut, Telkom University membanggakan diri dengan *branding* sebagai ‘*The Best Private University in Indonesia*’ dengan tagline ‘*Contribute to the Nation and the World*’. Hal ini menjadi komitmen Telkom University untuk memberikan kontribusi yang nyata bagi kemajuan bangsa dan dunia. Sebagai lembaga pendidikan tinggi yang berperan dalam pembangunan nasional, Telkom University tidak hanya terlibat dalam penyelenggaraan pendidikan, tetapi juga dalam penelitian, inovasi dan pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas.

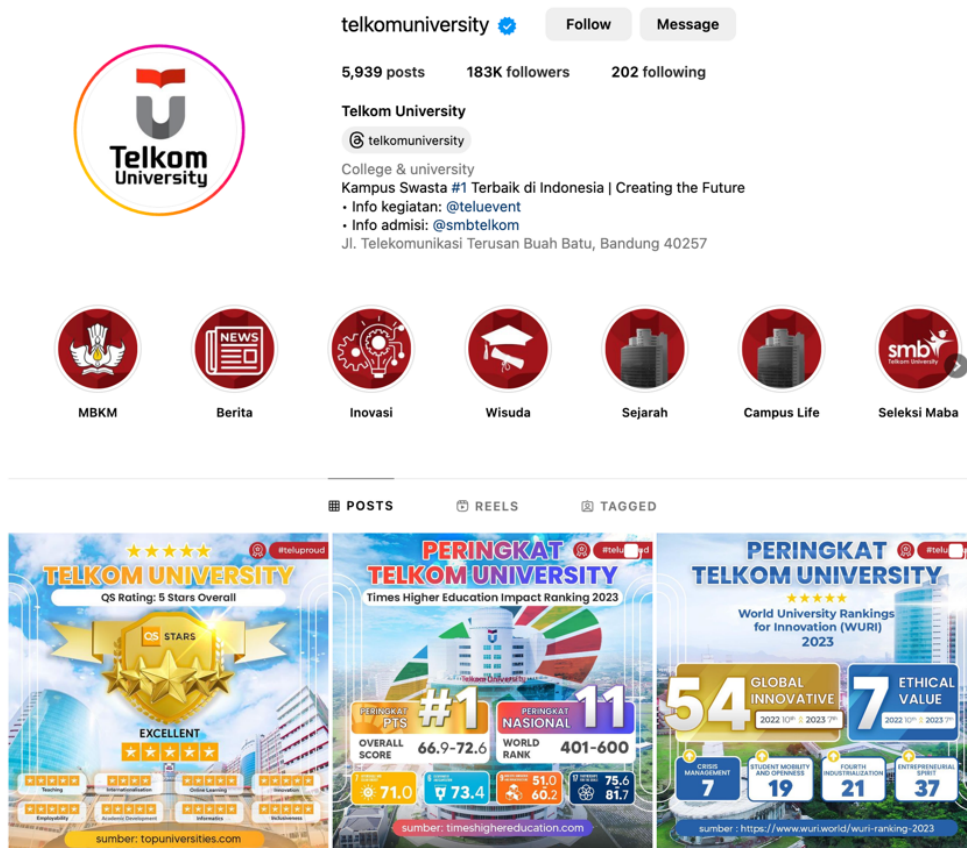
1.2 Latar Belakang

Sebagai bagian dari Yayasan Pendidikan Telkom, Telkom University memanfaatkan *social media* untuk meningkatkan keterlibatan dengan audiensnya, merespons pertanyaan dan masukan dari pengguna serta membangun citra dan reputasi universitas secara *online*. Ini juga memungkinkan Telkom University untuk lebih responsif terhadap tren dan perubahan dalam kebutuhan pengguna *social media*. Dengan memanfaatkan *social media* secara efektif, Telkom University dapat lebih mendekatkan diri dengan komunitasnya, meningkatkan transparansi dan memperkuat hubungan antara universitas dan para pemangku kepentingan. Berdasarkan jumlah data *followers social media* Telkom University, Instagram merupakan *social media* utama yang digunakan dengan *followers* terbanyak yaitu 177.823, sedangkan untuk *social media* lainnya yaitu LinkedIn sebanyak 75.304 *followers*, Youtube sebanyak 25.352 *subscriber*, Facebook 21.704 *followers*, Twitter 16.115 *followers* dan Tiktok 13.892 *followers*.

TABEL 1.1
SOCIAL MEDIA TELKOM UNIVERSITY (PER 2023)

<i>Social Media</i>	Nama Akun	Jumlah <i>Followers</i>
Instagram	@telkomuniversity	177.823
LinkedIn	Telkom University	75.304
Youtube	Telkom University	25.352
Facebook	Telkom University	21.704
X/Twitter	@teluniversity	16.115
Tiktok	@universitastelkom	13.892

Sumber: Diolah Peneliti (2024)



GAMBAR 1.2 INSTAGRAM TELKOM UNIVERSITY

Sumber: <https://www.instagram.com/telkomuniversity/>

(diakses pada: 02 Februari 2024)

Social media milik oleh Telkom University dikelola oleh Unit *Public Relations & Analytics* dibawah Direktorat Sekretariat dan Perencanaan Strategis Telkom University. Telkom University yang dikenal aktif dalam mengembangkan program komunikasi, berhasil masuk nominasi pada kategori Pengelolaan Media Sosial dan meraih peringkat pertama pada kategori Pengelolaan Laman Website dan Pengelolaan Media Sosial. Ajang Anugerah Diktiristek 2023 adalah kompetisi yang diselenggarakan oleh Diktiristek, Kesuksesan Telkom University dalam meraih peringkat pertama dalam kategori manajemen *website* dan *social media* menegaskan dedikasinya dalam memanfaatkan strategi komunikasi untuk membangun citra institusi yang positif dan berinteraksi dengan pemangku kepentingan secara efektif. Kompetisi ini bertujuan untuk mengapresiasi dan memotivasi perguruan tinggi di wilayah tersebut dalam upaya meningkatkan kualitas komunikasi kehumasan dan citra perguruan tinggi.



GAMBAR 1.3 TELKOM UNIVERSITY MERAIH PENGHARGAAN DALAM ANUGERAH DIKTIRISTEK TAHUN 2023

Sumber: https://www.instagram.com/p/C01LvJmvVLP/?img_index=1

(diakses pada: 24 April 2023)

Prestasi Telkom University dalam klasterisasi perguruan tinggi yang dilakukan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) menunjukkan kualitas dan kontribusi yang signifikan dari universitas tersebut dalam dunia pendidikan tinggi di Indonesia. Dengan menduduki peringkat 14 nasional pada tahun 2019 dan peringkat 17 nasional pada tahun 2020, Telkom University menegaskan posisinya sebagai perguruan tinggi swasta terbaik di Indonesia selama dua tahun berturut-turut. Telkom University menunjukkan komitmen dan dedikasinya dalam memberikan pendidikan berkualitas tinggi serta kontribusi yang berarti dalam pembangunan sektor pendidikan di Indonesia. Berdasarkan siaran pers Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, ada dua rumusan tujuan klasterisasi ini. Salah satunya dengan merumuskan ciri-ciri mutu pendidikan tinggi yang tercatat dalam database perguruan tinggi dan yang kedua adalah merumuskan ciri-ciri mutu pendidikan tinggi yang tercatat dalam *database* perguruan tinggi.

TABEL 1.2
KLASTERISASI PERGURUAN TINGGI INDONESIA

2019			2020		
Peringkat	Perguruan Tinggi	Status	Peringkat	Perguruan Tinggi	Status
1	Institut Teknologi Bandung	PTN	1	Institut Pertanian Bogor	PTN
2	Universitas Gadjah Mada	PTN	2	Universitas Indonesia	PTN
3	Institut Pertanian Bogor	PTN	3	Universitas Gadjah Mada	PTN
4	Institut Teknologi Sepuluh Nopember	PTN	4	Universitas Airlangga	PTN
5	Universitas Indonesia	PTN	5	Institut Teknologi Bandung	PTN
6	Universitas Diponegoro	PTN	6	Universitas Hasanuddin	PTN
7	Universitas Airlangga	PTN	7	Institut Teknologi Sepuluh November	PTN
8	Universitas Hasanuddin	PTN	8	Universitas Brawijaya	PTN
9	Universitas Brawijaya	PTN	9	Universitas Diponegoro	PTN
10	Universitas Padjadjaran	PTN	10	Universitas Padjadjaran	PTN
11	Universitas Andalas	PTN	11	Universitas Sebelas Maret	PTN

12	Universitas Sebelas Maret	PTN	12	Universitas Negeri Yogyakarta	PTN
13	Universitas Sumatera Utara	PTN	13	Universitas Andalas	PTN
14	Universitas Telkom	PTS	14	Universitas Sumatera Utara	PTN
15	Universitas Pendidikan Indonesia	PTN	15	Universitas Negeri Malang	PTN
16	Universitas Negeri Yogyakarta	PTN	16	Universitas Pendidikan Indonesia	PTN
17	Universitas Islam Indonesia	PTS	17	Universitas Telkom	PTS
18	Universitas Negeri Semarang	PTN	18	Universitas Negeri Semarang	PTN
19	Universitas Negeri Malang	PTN	19	Universitas Negeri Surabaya	PTN
20	Universitas Bina Nusantara	PTS	20	Universitas Negeri Jakarta	PTN

Sumber: <https://klasterisasi-pt.kemendikbud.go.id>

(diakses pada 4 Juni 2023)

Ciri-ciri khusus yang ditujukan pada pengembangan pendidikan tinggi kedua hal tersebut menjadi landasan bagi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan dan Pendidikan Tinggi untuk melakukan perbaikan berkelanjutan guna meningkatkan kinerja dan kesehatan organisasi. Penilaian tersebut membantu pemerintah dan perguruan tinggi untuk memahami sejauh mana universitas mencapai tujuan pendidikan dan pengembangan masyarakatnya. Pendekatan berbasis *Output* dan *Outcome* ini memberikan cara yang komprehensif untuk menilai dan memahami kualitas serta dampak dari perguruan tinggi di Indonesia. Klasterisasi ini tidak hanya

mengidentifikasi kualitas dan kinerja, tetapi juga memberikan landasan bagi pembinaan dan perbaikan berkelanjutan. Penilaian pada aspek ini antara lain:

TABEL 1.3

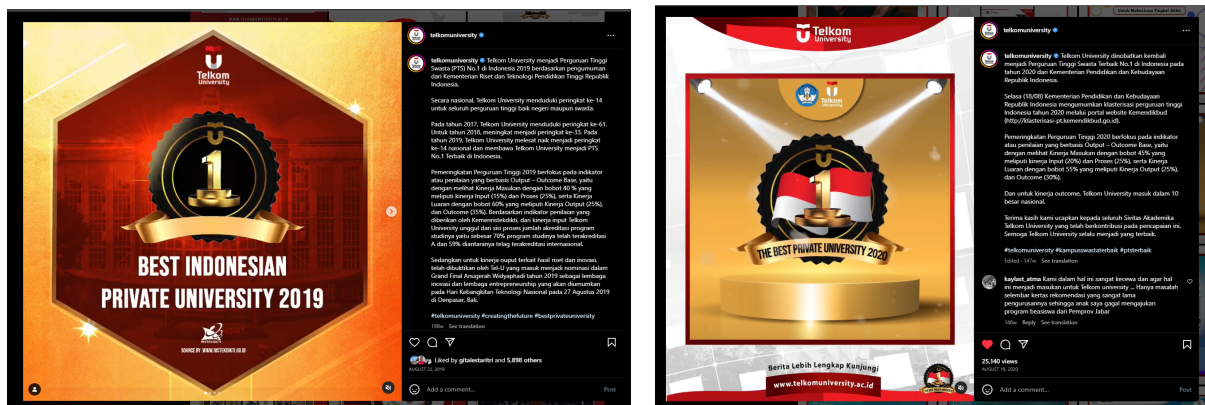
INDIKATOR PENILAIAN KLASTERISASI PERGURUAN TINGGI

<i>Input (20%)</i>	Dosen Berpendidikan S3
	Persentase Dosen dalam Jabatan Lektor Kepala dan Guru Besar
	Rasio Jumlah Dosen terhadap Jumlah Mahasiswa
	Jumlah Mahasiswa Asing
	Jumlah Dosen Bekerja sebagai Praktisi Di Industri Minimum 6 Bulan
<i>Process (25%)</i>	Akreditasi Institusi
	Akreditasi Program Studi
	Pembelajaran Daring
	Kerjasama Perguruan Tinggi
	Kelengkapan Laporan PDDIKTI
	Jumlah Program Studi bekerja sama dengan DUDI, NGO atau QS Top 100 WCU by subject
	Jumlah Program Studi melaksanakan Program Merdeka Belajar
	Jumlah mahasiswa yang Mengikuti Program Merdeka Belajar
<i>Output (25%)</i>	Jumlah Artikel Ilmiah Terindeks Per Dosen
	Kinerja Penelitian
	Kinerja Kemahasiswaan
	Jumlah Program Studi yang Telah Memperoleh Akreditasi atau Sertifikasi International
<i>Outcome (30%)</i>	Kinerja Inovasi
	Jumlah Sitasi Per Dosen
	Jumlah Patent Per Dosen
	Kinerja Pengabdian Masyarakat
	Persentase Lulusan Perguruan Tinggi yang Memperoleh Pekerjaan dalam Waktu 6 Bulan

Sumber: <https://klasterisasi-pt.kemendikbud.go.id>

(diakses pada 4 Juni 2023)

Dinobatkan sebagai Perguruan Tinggi Swasta Terbaik oleh Kemristekdikti menunjukkan bahwa Telkom University telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam pembangunan pendidikan tinggi di Indonesia. Hal ini kemudian digunakan Telkom University sebagai *tagline* ‘*The Best Private University in Indonesia*’ untuk *branding* institusi. Selain memiliki pendidikan yang berkualitas, aspek *branding* menjadi salah satu fokus utama Telkom University yang ditingkatkan secara berkala. Berdasarkan pra-riset yang dilakukan, Telkom University telah mengunggah 37 konten mengenai pemeringkatan perguruan tinggi. Konten-konten tersebut kemudian memunculkan sebanyak 824 komentar.



GAMBAR 1.4 TELKOM UNIVERSITY SEBAGAI BEST PRIVATE UNIVERSITY

Sumber: <https://instagram.com/telkomuniversity> (diakses pada 15 Juni 2023)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, Direktur Sekretariat dan Perencanaan Strategis Telkom University, Dr. Anisah Firli menjelaskan bahwa pembentukan *branding* Telkom University sebagai ‘*The Best Private University in Indonesia*’ didasari dari berbagai capaian prestasi. Capaian-capaian tersebut menunjukkan Telkom University menjadi perguruan tinggi swasta terbaik, seperti klusterisasi perguruan tinggi dari 2020, 2019 bahkan tahun-tahun sebelumnya sudah menjadi perguruan tinggi swasta nomor 1 di Indonesia. Dari pemeringkatan lain seperti *Webometrics*, *Times Higher Education*, QS Kategori, WURI, Anugerah Widya Padi dan berbagai pemeringkatan kinerja lainnya menunjukkan Telkom University sebagai ‘*The Best Private University in Indonesia*’. Dr. Anisah Firli juga mengatakan bahwa tujuan yang ingin dicapai melalui *branding* tersebut yaitu untuk menciptakan citra positif sebagai perguruan tinggi swasta terbaik di Indonesia. Perguruan tinggi terbaik ini sesuai dengan visi Telkom University yaitu Menjadi *National Excellence Entrepreneurial University* pada tahun 2028, yang berkontribusi pada pemenuhan tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*), sehingga

perlu sejalan antara keunggulan bidang akademik, penelitian dan pengabdian masyarakat, harapannya agar tercipta citra positif dibidang tersebut sebagai '*The Best Private University in Indonesia*'.

Dr. Anisah Firli menjelaskan bahwa di masyarakat, perguruan tinggi swasta bukan menjadi pilihan utama karena pilihan utama masyarakat masih pada perguruan tinggi negeri sehingga isu publik tersebut menjadi penting. Perguruan tinggi swasta harus memiliki *positioning* agar masyarakat memilih Telkom University sebagai perguruan tinggi swasta untuk berkuliah. Kemudian, di luar sana perguruan tinggi lain pasti mengunggulkan prestasi. Prestasi-prestasi yang dimiliki selalu diunggulkan, termasuk Telkom University sehingga Telkom University berupaya mengunggulkan prestasinya agar *branding* '*The Best Private University in Indonesia*' menjadi *Top of Mind* di masyarakat. Telkom University melakukan upaya untuk memberikan kualitas pendidikan yang terbaik dan memiliki riset-riset yang berkualitas serta memberikan pengabdian yang berkontribusi kepada masyarakat.

Hingga saat ini Telkom University masih menggunakan *branding* '*The Best Private University in Indonesia*'. *Branding* yang dilakukan Telkom University tentunya menimbulkan respon dari masyarakat terutama yang menjadi *stakeholders* Telkom University. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan, tidak ada aturan khusus dari Kemdikbudristek dalam *branding* pada perguruan tinggi karena strategi *marketing* tergantung kepada perusahaan masing-masing selama perusahaan tersebut memiliki *value* yang sesuai dengan *branding* yang digunakan. Namun Telkom University menduduki peringkat ke satu dalam jajaran perguruan tinggi swasta, maka *branding* tersebut dilakukan hingga saat ini.

Branding yang dilakukan oleh Telkom University kemudian menimbulkan berbagai opini publik, baik positif maupun negatif. Untuk melihat opini tersebut, dapat dilakukan analisis isi komentar pada konten-konten mengenai pemeringkatan perguruan tinggi. Opini publik secara umum dapat dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu opini positif yang mewakili opini baik dan opini negatif yang mewakili opini buruk. Cahyani (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa pengelolaan informasi publik yang proaktif dan responsif merupakan indikator kunci tercapainya tata kelola yang baik dalam konteks tata kelola komunikasi. Dalam era digital saat ini, *social media* telah menjadi salah satu layanan yang paling banyak diakses melalui internet.

Rozi (2012) berfokus pada menganalisis opini masyarakat mengenai pendidikan tinggi. Kemudian berdasarkan temuan-temuan itu ditentukan apakah dokumen itu

merupakan suatu pendapat dan ditentukan pada bagian kalimat mana pendapat itu merujuk. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan sistem *opinion mining* yang dapat mengolah data opini mengenai perguruan tinggi. Analisis terhadap citra perguruan tinggi di Yogyakarta yang dilakukan oleh Marwanta (2023) juga sangat relevan mengingat Yogyakarta adalah salah satu kota di Indonesia dengan jumlah perguruan tinggi negeri dan swasta yang cukup banyak. Data dari LLDIKTI Wilayah V menunjukkan bahwa terdapat 104 perguruan tinggi swasta di Yogyakarta dengan total 744 program studi.

Kehadiran banyaknya perguruan tinggi di Yogyakarta membuatnya menjadi destinasi populer bagi masyarakat Indonesia yang ingin melanjutkan pendidikan tinggi. Minat terhadap pendidikan tinggi di Yogyakarta mendorong masyarakat untuk menggunakan *social media* seperti Instagram, Twitter dan Facebook sebagai *platform* untuk berbagi cerita, opini dan informasi mengenai perguruan tinggi di Yogyakarta. Analisis terhadap citra perguruan tinggi di Yogyakarta dapat memberikan wawasan yang berharga bagi para pemangku kepentingan, termasuk perguruan tinggi itu sendiri, untuk memahami persepsi dan sentimen yang berkembang di masyarakat terkait dengan institusi-institusi pendidikan di kota tersebut.

Analisis opini publik melalui isi komentar juga dapat membantu perguruan tinggi untuk mengidentifikasi area-area yang dapat meningkatkan citra dan reputasi mereka, serta memahami kebutuhan dan harapan dari berbagai pemangku kepentingan. Dengan demikian, analisis opini publik merupakan alat yang sangat berguna dalam memahami dinamika dan persepsi masyarakat terhadap pendidikan tinggi, serta untuk menginformasikan keputusan dan strategi yang diambil oleh perguruan tinggi dan pihak terkait lainnya. Analisis opini publik melalui isi komentar memungkinkan *Public Relations* universitas untuk lebih memahami kebutuhan dan keinginan audiensnya, termasuk arah opini mereka. Opini publik terhadap sebuah lembaga merepresentasikan emosional baik itu reaksi positif maupun negatif dari *multistakeholder* terhadap perguruan tinggi. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka akan dilakukan suatu penelitian yang berjudul: **ANALISIS ISI KOMENTAR PADA KONTEN INSTAGRAM TELKOM UNIVERSITY SEBAGAI ‘THE BEST PRIVATE UNIVERSITY IN INDONESIA’**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan, rumusan masalah pada penelitian ini adalah analisis isi komentar pada konten Instagram Telkom University sebagai *'The Best Private University in Indonesia'*

Terkait dengan hal ini, beberapa pertanyaan penelitian berikut diajukan:

1. Bagaimana pengukuran opini publik mengenai *branding* Telkom University sebagai *'The Best Private University in Indonesia'*?
2. Bagaimana pembentukan opini publik mengenai *branding* Telkom University sebagai *'The Best Private University in Indonesia'*?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan analisis isi komentar pada konten Instagram Telkom University sebagai *'The Best Private University in Indonesia'*

1. Untuk menganalisis pengukuran opini publik mengenai *branding* Telkom University sebagai *'The Best Private University in Indonesia'*.
2. Untuk menganalisis pembentukan opini publik mengenai *branding* Telkom University sebagai *'The Best Private University in Indonesia'*.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan bagi berbagai pihak yang membutuhkan. Dalam penelitian ini, penulis memberikan dua manfaat berupa manfaat teoritis dan praktis, di antaranya sebagai berikut.

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini memiliki beberapa aspek teoritis yang penting dan diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi bidang opini publik melalui analisis isi komentar. Penelitian ini diharapkan dapat mengintegrasikan teori-teori yang ada dalam opini publik dengan konsep-konsep analisis isi komentar. Penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang opini publik yang tercermin dalam teks dan bagaimana hal itu dapat dianalisis secara komputasional. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga sebagai tambahan pengetahuan dan referensi bagi para peneliti dan akademisi yang tertarik dalam bidang opini publik melalui analisis isi komentar. Dengan menyediakan landasan teoritis yang kuat, penelitian ini dapat membantu memperkaya pemahaman tentang metodologi dan konsep-konsep yang digunakan dalam analisis isi komentar.

1.5.2 Aspek Praktis

Aspek praktis dalam penelitian ini sangat penting karena diharapkan memberikan informasi yang berguna dan ilmu yang bermanfaat bagi masyarakat terkait pemanfaatan *social media*, khususnya dalam konteks analisis isi komentar terhadap *branding* perguruan tinggi. Selain itu, hasil penelitian ini dapat berkontribusi terhadap pengembangan *branding* institusi pendidikan di *social media*. Konten *social media* tidak hanya mempengaruhi opini dan sikap individu, tetapi juga dapat memainkan peran penting dalam membentuk sentimen publik secara lebih luas. Penelitian ini juga dapat digunakan untuk bahan pertimbangan institusi pendidikan khususnya Telkom University dalam mengembangkan *branding* sebagai *'The Best Private University in Indonesia'*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian ini sebagai berikut.

A. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran umum tentang penelitian dengan ringkas dan akurat, meliputi beberapa komponen penting meliputi: gambaran umum mengenai objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan. Bab ini membantu pembaca untuk memahami secara keseluruhan konteks dan tujuan dari penelitian yang akan dilakukan serta memberikan kerangka kerja yang diperlukan untuk memahami isi penelitian secara menyeluruh.

B. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini merupakan bagian penting dari sebuah penelitian, yang mencakup pemahaman tentang teori-teori yang relevan, penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian. Hal ini membantu membimbing arah penelitian dan memberikan kerangka kerja yang jelas bagi peneliti dan pembaca.

C. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memberikan gambaran yang jelas tentang penelitian yang akan dilakukan, dari pengumpulan data hingga analisis data. Hal ini membantu memastikan bahwa penelitian dilakukan secara sistematis dan dapat diandalkan dalam menghasilkan temuan yang relevan dengan pertanyaan penelitian yang diajukan. Bab ini meliputi: karakteristik penelitian, operasionalisasi variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, teknik analisis data dan teknik validasi data.

D. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian dan analisis yang mendalam terhadap data yang telah dikumpulkan. Bab ini berfungsi sebagai titik fokus utama untuk menginterpretasikan hasil penelitian dan menghubungkannya dengan literatur yang ada. Ini juga memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menunjukkan pemahaman yang mendalam tentang topik penelitian dan kontribusinya terhadap pengetahuan yang ada dalam bidang tersebut.

E. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan tahap akhir dari sebuah penelitian di mana peneliti menyajikan ringkasan hasil analisis dan menyampaikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan yang kuat dan jelas membantu menegaskan kontribusi penelitian tersebut terhadap pengetahuan yang ada dalam bidang yang diteliti. Kesimpulan dituliskan secara sistematis sesuai urutan rumusan masalah penelitian atau pernyataan penelitian dan dikaitkan dengan temuan dan keterbatasan penelitian. Terakhir, peneliti memberikan saran yang mempengaruhi kesimpulan penelitian dan menyarankan alternatif pemecahan masalah.