

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada negara demokrasi partisipasi rakyat sebagai pemilik kekuasaan merupakan hal yang penting untuk didapatkan. Sebagai pemilik kekuasaan tertinggi dalam sistem pemerintahan negara demokrasi, suara rakyat dapat menjadi penentu terwujudnya suatu negara demokrasi. Hal tersebut disesuaikan berdasarkan pemahaman terhadap arti demokrasi itu sendiri. Secara sederhana demokrasi dapat dipahami sebagai pemerintahan dari rakyat, oleh rakyat, dan untuk rakyat (Zuhro, R. Siti, 2019: 70).

Demokrasi juga dipahami sebagai salah satu bentuk (susunan) suatu negara atau konstitusi yang merefleksikan kedudukan rakyat sebagai sumber kekuasaan tertinggi dalam dunia politik di negara yang menganutnya (Seran, Alexander, 2016: 30). Dari kedua pemahaman tersebut dapat disimpulkan bahwa partisipasi rakyat menjadi penting dalam mewujudkan suatu sistem negara demokrasi.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 tahun 2003 tentang Pemilihan Umum Anggota Dewan Perwakilan Rakyat, Dewan Perwakilan Daerah, dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah, juga menjelaskan bahwa pemilihan umum (pemilu) merupakan sarana pelaksanaan kedaulatan rakyat dalam Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Oleh karena itu

pemilihan umum (pemilu) bisa menjadi salah satu bentuk implementasi partisipasi rakyat dalam menjalankan sistem negara demokrasi. Hal tersebut dikarenakan melalui pemilu, rakyat berpartisipasi memberikan suaranya dalam menentukan wakil-wakilnya yang akan menjalankan suatu sistem politik negara demokrasi sekaligus rakyat mendapat kedaulatannya melalui kebebasan menentukan wakil pilihannya.

Pemilu dianggap penting, karena melalui proses pemilu itulah rakyat dapat membentuk suatu sistem politik negara demokrasi. *Journal International Commission of Jurists* yang dikutip oleh Budiardjo, menjelaskan mengenai sistem politik suatu negara demokratis yang dimaksud, yakni

“suatu bentuk pemerintahan di mana hak untuk membuat keputusan-keputusan politik diselenggarakan oleh warga negara melalui wakil-wakil yang dipilih oleh mereka dan bertanggung jawab kepada mereka melalui suatu proses pemilihan yang bebas” (Situmorang, Julita ; Situmorang, Tonny P, 2017: 87).

Maka dapat disimpulkan bahwa pemilu menjadi salah satu instrumen penting dalam proses terwujudnya sistem negara demokrasi, karena melalui pemilu, rakyat sebagai pemilik kekuasaan menentukan wakilnya untuk membentuk suatu sistem politik dalam negara demokrasi yang kemudian wakil-wakil pilihannya bekerja menjalankan sistem negara yang dijalankan dengan mengedepankan kepentingan rakyat diatas segalanya.

Berdasarkan Pasal 1 Undang-Undang Nomor 7 tahun 2017 tentang Pemilihan Umum, pemilu yang digelar di Indonesia beragam macam mulai dari Pemilu Presiden dan Wakil Presiden, Pemilu Kepada Daerah dan Wakil Kepala Daerah, dan juga Pemilu Anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), Dewan

Perwakilan Daerah (DPD), dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Provinsi dan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten/Kota.

Pada tahun 2020, Indonesia menggelar pilkada serentak untuk yang ketiga kalinya. Menurut Komisi Pemilihan Umum (KPU), di tahun 2020 terdapat 270 yang menyelenggarakan pilkada. Yakni 9 wilayah yang menyelenggarakan pemilu tingkat provinsi, 224 wilayah di tingkat kabupaten, dan 37 wilayah menggelar pilkada tingkat kota (KPU, 2020).

Pemilihan Kepala Daerah dan Wakil Kepala Daerah (Pilkada) itu biasanya diikuti oleh berbagai pasangan calon yang memenuhi syarat. Namun, pada pilkada serentak 2020 ada 25 Kabupaten/Kota yang menggelar pilkada dengan hanya 1 pasangan calon tunggal. Hal ini mengalami peningkatan dari tahun 2015 dan 2017. Pada 2015 ada 4 daerah yang menyelenggarakan pilkada dengan hanya satu pasangan calon yaitu; 1. Kabupaten Timor Tengah Utara (NTT), 2. Kabupaten Blitar (Jawa Timur), 3. Kabupaten Tasikmalaya (Jawa Barat) dan 4. Kota Mataram (KPU; Hanan, Djayadi, 2015: 6).

Sedangkan pada 2017 naik menjadi 9 daerah yang menyelenggarakan pilkada dengan hanya satu pasangan calon yaitu; 1. Kota Tebingtinggi, 2. Kabupaten Tulang Bawang Barat, 3. Kabupaten Pati, 4. Kabupaten Landak, 5. Kabupaten Buton, 6. Maluku Tengah, 7. Kota Jayapura, 8. Tambrauw, dan 9. Kota Sorong (KPU, 2016).

Berdasarkan Pasal 14 Peraturan Komisi Pemilihan Umum (PKPU) Nomor 14 tahun 2015 tentang Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota dengan Satu Pasangan

Calon, pasangan calon tunggal yang dimaksud adalah pemilihan Gubernur, dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota yang dilaksanakan dengan hanya melibatkan satu pasangan calon saja dengan syarat harus memenuhi kondisi tertentu yang tertuang dalam Pasal 3 PKPU Nomor 14 tahun 2015.

Adapun 25 Kabupaten/Kota yang menggelar pilkada dengan pasangan calon (paslon) tunggal seperti pada tabel 1.1.

Tabel 1.1. Daftar 25 Kabupaten atau Kota Dengan Pasangan Tunggal di Pilkada 2020

No.	Provinsi	Kabupaten/Kota	Nama Pasangan Calon
1.	Sumatera Utara	Kab. Humbang Hasundutan	Dosmar Banjarnahor - Oloan P. Nababan
2.		Kota Gunungsitoli	Lakhomizaro Zebua - Sowa'a Laoli
3.		Kota Pematangsiantar	Asner Silalahi - Susanti Dewayani
4.	Sumatera Barat	Kab. Pasaman	Benny Utama - Sabar AS
5.	Sumatera Selatan	Kab. Ogan Komering Ulu	Kuryana Azis - Johan Anuar
6.		Kab. Ogan Komering Ulu Selatan	Popo Ali Martopo - Sholehien Abuasir
7.	Bengkulu	Kab. Bengkulu Utara	Mian - Arie Septia Adinata
8.	Jawa Tengah	Kab. Boyolali	Mohammad Said Hidayat - Wahyu Irawan
9.		Kab. Grobogan	Sri Sumarni - Bambang Pujiyanto
10.		Kab. Kebumen	Arif Sugiyanto - Ristawati Purwaningsih
11.		Kota Semarang	Hendrar Prihadi - Hevearita Gunaryanti Rahayu
12.		Kab. Sragen	Kusdinar Untung Yuni Sukowati - Suroto
13.		Kab. Wonosobo	Afif Nurhidayat - Muhammad Albar
14.	Jawa Timur	Kab. Kediri	Hanindhito Himawan Pramana - Dewi Mariya Ulfa
15.		Kab. Ngawi	Ony Anwar Harsono - Dwi Rianto Jatmiko

16.	Bali	Kab. Badung	I Nyoman Giri Prasta - I Ketut Suiasa
17.	Nusa Tenggara Barat	Kab. Sumbawa Barat	W. Musyafirin - Fud Syaifuddin
18.	Kalimantan Timur	Kota Balikpapan	Rahmad Mas'ud - Thohari Aziz
19.		Kab. Kutai Kartanegara	Edi Damansyah - Rendi Solihin
20.	Sulawesi Selatan	Kab. Gowa	Adnan Purichta Ichsan - Abdul Rauf Malaganni
21.		Kab. Soppeng	H. A. Kaswadi Razak - Luthfi Halide
22.	Sulawesi Barat	Kab. Mamuju Tengah	H. M. Aras T - H. Muha Amin Jasa
23.	Papua Barat	Kab. Manokwari Selatan	Markus Waran - Wempie Welly Rengkung
24.		Kab. Pegunungan Arfak	Yosias Saroy - Marinus Mandacan
25.		Kab. Raja Ampat	Abdul Faris Umlati - Orideko I Burdam

Sumber: <https://infopemilu2.kpu.go.id/pilkada2020/penetapan/>, diakses pada 2 Januari 2020

Pada pelaksanaan pilkada tentunya memiliki tahapan dan metode pelaksanaannya. Tahapan dan metode pelaksanaannya tertuang dalam Pasal 5 Undang-Undang Nomor 8 tahun 2015, tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati, Dan Walikota Menjadi Undang-Undang. Pada UU Nomor 8 tahun 2015 Pasal 5, tahapan pilkada dibagi menjadi dua yaitu; (1) Tahapan Persiapan dan (2) Tahapan Pelaksanaan.

Tahapan persiapan meliputi; (a) Perencanaan program dan anggaran, (b) Penyusunan peraturan penyelenggaraan pemilihan, (c) Perencanaan penyelenggaraan yang meliputi penetapan tata cara dan jadwal tahapan pelaksanaan pemilihan, (d) Pembentukan PPK, PPS, dan KPPS, (e) Pembentukan

Panwas Kabupaten/Kota, Panwas Kecamatan, PPL, dan Panwas TPS, (f) Pemberitahuan dan pendaftaran pemantau pemilihan, (g) Penyerahan daftar penduduk potensial pemilih, dan (h) Pemutakhiran dan penyusunan daftar pemilih.

Pada tahapan penyelenggaraan sendiri meliputi; (a) Pengumuman pendaftaran pasangan Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur, pasangan Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati, serta pasangan Calon Walikota dan Calon Wakil Walikota, (b) Pendaftaran pasangan Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur, pasangan Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati, serta pasangan Calon Walikota dan Calon Wakil Walikota, (c) Penelitian persyaratan Calon Gubernur dan Calon Wakil Gubernur, pasangan Calon Bupati dan Calon Wakil Bupati, serta pasangan Calon Walikota dan Calon Wakil Walikota, (d) Pelaksanaan Kampanye, (e) Pelaksanaan pemungutan suara, (f) Penghitungan suara dan rekapitulasi hasil penghitungan suara, (g) Penetapan calon terpilih, (h) Penyelesaian pelanggaran dan sengketa hasil pemilihan, dan (i) Pengusulan pengesahan pengangkatan calon terpilih.

Dari seluruh tahapan pelaksanaan pilkada, kampanye menjadi tahapan yang penting bagi pasangan calon untuk dapat terhubung dengan masyarakat di wilayah pemilihannya. Selain itu, kampanye juga menjadi salah satu sarana komunikasi politik dari pasangan calon dengan pemilih. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2014 Tentang Pemilihan Gubernur, Bupati dan Walikota Menjadi Undang-Undang juga menjelaskan arti kampanye. Pengertian tersebut

dijelaskan dalam Pasal 1 Ayat 21 yang berbunyi bahwa kampanye merupakan kegiatan yang dilakukan untuk meyakinkan Pemilih dengan menawarkan visi, misi, dan program Calon Gubernur, Calon Bupati, dan Calon Walikota. Hal itulah yang membuat kegiatan kampanye pemilu menjadi penting karena dapat dijadikan sebagai sarana pertukaran informasi Peserta Pemilih dengan Pemilih dalam proses pemilu.

Dalam kondisi Covid-19, KPU mengeluarkan peraturan baru mengenai pelaksanaan kampanye dalam pilkada 2020. Peraturan tersebut yakni Peraturan Komisi Pemilihan Umum Nomor 6 tahun 2020 tentang Pelaksanaan Pemilihan Gubernur dan Wakil Gubernur, Bupati dan Wakil Bupati, dan/atau Walikota dan Wakil Walikota Serentak Lanjutan Dalam Kondisi Bencana Non Alam *Coronavirus Disease 2019 (COVID-19)*. PKPU Nomor 6 tahun 2020 mengatur tentang beberapa tahapan atau metode pelaksanaan kampanye pilkada di tahun 2020 yang meliputi; 1. Pertemuan secara terbatas, 2. Pertemuan tatap muka dan dialog, 3. Debat publik atau debat terbuka antar-Pasangan Calon, 4. Penyebaran bahan kampanye kepada umum, 5. Pemasangan, Alat Peraga Kampanye, 6. Penayangan Iklan Kampanye di media massa cetak, media massa elektronik, dan Lembaga Penyiaran Publik atau Lembaga Penyiaran Swasta dan 7. Kegiatan lain yang tidak melanggar larangan Kampanye dan ketentuan perundang-undangan.

Pada metode yang dikeluarkan KPU, ada penekanan metode kampanye yang dilakukan dengan menyarankan untuk menggunakan media massa baik itu elektronik maupun media massa dalam proses komunikasinya. Pelaksanaan kampanye melalui media daring juga ditekankan lagi pada PKPU Nomor 6 tahun

2020 Pasal 63 huruf g bahwa pelaksanaan kampanye melalui media daring menjadi salah satu metode yang tidak melanggar ketentuan kampanye pada PKPU Nomor 6 tahun 2020 Pasal 57.

Tujuan penggunaan media sosial dalam kampanye pilkada 2020 yakni untuk memutus mata rantai penyebaran Covid-19 karena proses penyebaran informasi dalam hal ini adalah kampanye, dilakukan dengan menggunakan jejaring sosial tanpa harus bertemu atau bertatap muka secara langsung yang akan menyebabkan kerumunan dan meningkatkan risiko penularan Covid-19. Selain itu, media sosial juga dapat dijadikan alat kampanye yang lebih efektif dan efisien. Umaimah Wahid (2018 : 99) menjelaskan bahwa media sosial dapat dijadikan sebagai alat kampanye politik yang efisien dan efektif karena biaya yang dikeluarkan relatif lebih murah dibandingkan dengan kampanye tradisional seperti pemasangan iklan di media massa, pembuatan spanduk, pembuatan poster, pembuatan brosur, dan juga atribut kampanye tradisional lainnya yang harus mempertimbangkan biaya produksi, cetak hingga distribusi kepada masyarakat.

Selain efektif dan efisien dari segi biaya dan waktu, kampanye melalui media sosial juga memiliki reputasi yang baik karena mampu berkontribusi dalam kesuksesan pilkada. Douglas Hagar (2014 dalam Ardha, Berliani, 2014 : 108) menuturkan, media sosial bisa berkontribusi pada keberhasilan politik. Ini karena media sosial membuat kandidat dalam sebuah pemilihan bisa berinteraksi dengan para calon pemilih dengan skala dan intensitas yang tak bisa dicapai lewat pola kampanye tradisional seperti kampanye dari pintu ke pintu, brosur, bahkan peliputan di TV.

Kesuksesan kampanye melalui media sosial yang pernah terjadi di Indonesia yakni dalam Pilkada DKI Jakarta 2012. Pada pilkada DKI Jakarta 2012, tim sukses Jokowi-Ahok menggunakan media sosial untuk membangun citra pasangan calonnya dengan tujuan untuk membentuk opini publik terhadap pasangan calon. Tim sukses Jokowi-Ahok juga menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi-interaksi dua arah. Strategi komunikasi-interaksi dua arah inilah yang dipertahankan oleh tim sukses Jokowi-Ahok untuk membentuk opini publik terhadap pasangan calon Gubernur dan Wakil Gubernur. Tak hanya itu, tim sukses Jokowi-Ahok juga menerapkan teori “Marketing Politik dalam Media Sosial” dalam proses kampanye menggunakan media sosial. Teori tersebut digunakan untuk menyajikan informasi yang banyak dan beragam yang dapat membuat pandangan masyarakat terhadap suatu peristiwa berubah. Saat informasi yang disajikan tersebut dilakukan secara berulang-ulang, secara tidak langsung logika masyarakat akan terpengaruh dan nantinya akan mempengaruhi opini yang dilontarkan. Konsistensi itulah yang membuat kampanye politik media sosial Jokowi-Ahok dianggap berhasil, karena pada putaran pertama dapat mengumpulkan sebanyak 1.847.157 (42,60 %) suara pemilih hasil rilis KPUD DKI Jakarta yang kemudian membuat sosok Jokowi menjadi fenomenal berkat branding yang dilakukan di media sosial. (Suhendra, Adi, 2014: 6)

Jumlah pengguna media sosial juga mempengaruhi keberhasilan kampanye media sosial. Hal tersebut dikarenakan proses penyebaran informasi menjadi lebih cepat dan meluas. Banyaknya pengguna media sosial dapat dimanfaatkan untuk mendukung proses penyebaran informasi kampanye oleh

pelaku kampanye politik. Di Indonesia sendiri, berdasarkan laman WeAreSocial 2020 yang dikeluarkan pada bulan Februari, pengguna media sosial di Indonesia mencapai 160 juta pengguna dari total populasi sebanyak 272,1 juta atau sekitar 64% dari populasi, yang artinya setengah dari warga Indonesia sudah menggunakan media sosial sebagai media interaksi dengan orang lain. Jumlah pengguna media sosial di Indonesia pada tahun ini meningkat sebanyak 17% dari tahun lalu yang membuat Indonesia menempati urutan ke 3 dari jumlah peningkatan penggunaan media sosial terbesar tahun 2020 berdasarkan WeAreSocial (WeAreSocial, 2020).

Adapun ranking social media yang digunakan di Indonesia yakni (Kemp, 2020: 43); 1. Youtube (88%), 2. Whatsapp (84%), 3. Facebook (82%), 4. Instagram (79%), 5. Twitter (56%), 6. Line (50%), 7. FB Messenger (50%), 8. Linkedin (35%), 9. Pinterest (34%), 10. WeChat (29%), 11. Snapchat (28%), 12. Skype (25%), 13. Tiktok (25%), 14. Tumblr (22%), 15. Reddit (18%), dan 16. Sna Weibo (17%).

Data kenaikan pengguna media sosial sebagai alat komunikasi dan pertukaran informasi di tahun 2020 bisa dimanfaatkan untuk mendukung proses kampanye online dalam pilkada 2020. Peserta pilkada tahun 2020 juga terlihat antusias dalam memilih media sosial sebagai salah satu alat kampanye. Antusiasme tersebut terlihat dari besarnya jumlah akun media sosial yang didaftarkan ke KPU Republik Indonesia untuk digunakan dalam kampanye online yakni sebanyak 6.375 akun dengan rincian 4.310 akun Facebook, 1.113 akun

Instagram, 287 akun YouTube, 179 akun Twitter, 6 akun TikTok, dan 16 akun media sosial lainnya (Kompas.com, 2020).

Dari rincian tersebut, menunjukkan bahwa akun media sosial Facebook dan Instagram menjadi yang paling banyak digunakan oleh peserta pilkada. Banyaknya akun Facebook dan Instagram menjadi tantangan tersendiri bagi tim kampanye untuk dapat memilih dan menerapkan strategi kampanye yang tepat bagi seluruh akun Facebook dan Instagram yang didaftarkan agar proses kampanye politik dapat memberikan hasil yang memuaskan.

Strategi kampanye menggunakan media sosial bisa didukung dengan pengoptimalan penyampaian pesan kampanye yang terkandung dalam konten yang diunggah. Pesan kampanye yang ada dalam unggahan kampanye online bisa digunakan sebagai strategi menarik minat masyarakat untuk mendukung paslon tersebut. Maka, penelitian ini perlu dilakukan untuk dapat melihat konten atau isi pesan kampanye yang terkandung pada unggahan kampanye online di media sosial Facebook dan Instagram pasangan calon tunggal di 25 Kabupaten/Kota.

Penelitian terhadap pasangan calon tunggal dianggap penting oleh peneliti dengan alasan untuk melihat bagaimana pasangan calon tunggal memanfaatkan media sosial sebagai media kampanye di masa pandemi agar lebih efektif. Tidak hanya itu, penelitian ini juga akan melihat bagaimana pasangan calon tunggal mengkomunikasikan visi, misi, dan program kerja yang telah dibuatnya kepada khalayak atau pemilihnya. Kondisi inilah yang kemudian mendorong penelitian memilih dua media sosial Facebook dan Instagram sebagai fokus analisis pesan media dikarenakan kedua media sosial tersebut merupakan dua media sosial yang

paling banyak didaftarkan untuk digunakan paslon dalam proses kampanye online pilkada serentak 2020. Selain itu, media sosial Facebook dan Instagram dipilih karena terdapat perbedaan karakteristik pada unggahan kontennya. Observasi yang telah dilakukan, kedua media tersebut memperlihatkan perbedaan unggahan, pada media Facebook terdapat konten foto yang lebih banyak diunggah, sedangkan pada media sosial Instagram konten video lebih banyak ditemukan dari pada di Facebook. Maka, peneliti tertarik untuk menemukan dan menganalisis pesan kampanye dari kedua media sosial berbeda dengan karakteristik konten yang berbeda di unggahan media sosial pasangan calon tunggal di 25 Kabupaten/Kota dalam Pilkada Serentak 2020.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana isi pesan kampanye di media sosial Instagram dan Facebook pasangan calon tunggal dalam pemilihan kepala daerah serentak 2020 pada 25 Kabupaten/Kota?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana pesan kampanye yang disampaikan dalam kampanye online yang dilakukan pasangan calon tunggal dalam Pilkada Serentak 2020 melalui media sosial yang digunakan.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam menunjang pembangunan studi komunikasi politik. Serta

penelitian ini dapat menjadi referensi apabila di kemudian hari dijumpai masalah serupa yang ditemui masyarakat.

1.4.2 Secara praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan pengetahuan tentang bagaimana menggunakan media sosial dalam bidang politik yaitu dari segi kampanye atau komunikasi politik. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat membantu masyarakat yang akan terlibat langsung dalam menjalani kegiatan kampanye politik secara online. Sehingga dapat menyusun pesan kampanye yang terkandung dalam kampanye media sosial sesuai dengan tujuannya.

1.5. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara online yaitu dengan melakukan pengamatan terhadap akun media sosial baik yang didaftarkan ataupun yang tidak didaftar pada Komisi Pemilihan Umum (KPU) RI untuk kegiatan kampanye politik media sosial oleh pasangan calon (paslon) ataupun tim kampanye di Pilkada Serentak 2020 untuk mengetahui pesan kampanye yang terkandung dalam kampanye online yang dilakukan.

1.6. Sistematika Penulisan Laporan Akhir

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan dibuat untuk mempermudah pembaca dalam memahami isi dari penelitian ini. Serta sistematika dijadikan sebagai kerangka dan pedoman dalam penulisan penelitian. Penulis membuat laporan penelitian yang terdiri dari lima bab yang menjelaskan tentang:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I terdiri dari latar belakang permasalahan yang mendasari ketertarikan penulis dalam melakukan penelitian ini. Dari latar belakang kemudian muncul rumusan masalah yang akan dibahas, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta lokasi dan tatakala penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM

Bab II berisi penjelasan mengenai teori yang relevan untuk digunakan dalam menjawab rumusan masalah pada Bab I.

BAB III LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan lebih rinci mengenai metode penelitian yang akan digunakan untuk menjawab rumusan permasalahan penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV berisi hasil penelitian dari data yang telah dikumpulkan dan didapatkan penulis selama proses penelitian dengan menggunakan teori yang ada dalam Bab II.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dari keseluruhan hasil yang sudah dibahas pada Bab IV dan juga saran yang penulis berikan.