

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang paling efektif saat ini, karena teknologi komunikasi modern telah memungkinkan manusia untuk saling terhubung dan berinteraksi secara *virtual*¹. Melalui berbagai *platform*, media sosial mengubah masyarakat dari masyarakat lokal menjadi masyarakat global atau lebih luas.

Media sosial yang kerap dikenal sebagai *medsos* ini merupakan sebuah media yang diakses secara *online* yang memiliki berbagai fungsi, diantaranya yaitu membantu manusia berinteraksi satu sama lain dari jarak jauh dengan menggunakan teknologi baru yang membuat komunikasi lebih interaktif.² Selain mempermudah interaksi, *medsos* juga berfungsi sebagai objek hiburan, bertukar informasi, personal branding, menjalin pertemanan dalam lingkup global atau membangun komunitas dan juga sebagai media menyampaikan pesan dakwah.³

Di media sosial ada yang baik dan ada yang tidak baik. Bagi yang cerdas, akan menggunakannya dengan baik, dan orang yang lebih cerdas akan

¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial* (Bandung: Remeja Rosdakarya, 2015) h.13.

² Tongkotow Liedfray, dkk, "Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara", *Jurnal Ilmiah Society*, Volume 2, No. 1, (2022), h. 2. 1-13.

³ Andi Saputra, "Survei Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses And Gratifications", *Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, (Desember, 2019), Vol. 40, No. 2, DOI 10.14203, 213. hal. 213. 207-216

menggunakannya untuk hal yang bermanfaat seperti kepentingan politik, ekonomi, dan bisnis, terkadang juga berpoles dengan bahas agama.⁴

Dengan kemudahan akses internet dizaman sekarang, masyarakat cenderung menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, berkontribusi, mencari informasi atau mempelajari sesuatu, ada yang memilah dulu informasi melalui konten di media sosial tersebut ada pula yang menelan mentah-mentah informasi yang di dapat melalui berbagai *platform* di media sosial.

Pernyataan tersebut juga terdapat dalam Undang-Undang Nomor 11 Republik Indonesia Tahun 2008 tentang Informasi dan Acara Elektronik bahwa pertumbuhan teknologi informasi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat di berbagai bidang, sehingga dapat dikatakan media sosial sebagai jenis perkembangan teknologi informasi yang mempengaruhi kehidupan manusia.⁵

Dengan perkembangan teknologi komunikasi saat ini, manusia dapat menjelajahi langit dan bumi hanya dengan kekuatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang diberikan Allah. Hal ini terkandung didalam Al-qur'an Surat Ar-Rahman ayat 33 yaitu:

يَا مَعْشَرَ الْجِنِّ وَالْإِنسِ إِنِ اسْتَطَعْتُمْ أَنْ تَنْفُذُوا مِنْ أَقْطَارِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ فَانْفُذُوا لَا تَنْفُذُونَ إِلَّا بِسُلْطَانٍ

Artinya: “Wahai golongan jin dan manusia, jika kamu sanggup menembus (melintasi) penjuru langit dan bumi, maka tembuslah; kamu tidak akan mampu menembusnya kecuali dengan kekuatan (dari Allah)”. (Surat Ar-Rahman: 33)

⁴ Abdullah Khusairi, *TEOLOGI INFORMASI_ Refleksi wacana dan Literasi Media*, (Yogyakarta: 2020)

⁵ Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tanggal 21 April 2008, hlm. 26

Berdasarkan ayat diatas dalam tafsir Muhammad Quraish Shihab menjelaskan Surah Ar-Rahman ayat 33 sebagai berikut: "Hai jin dan manusia, jika kalian sanggup menembus penjuru langit dan bumi, maka tembuslah! Kalian tidak akan mampu menembusnya kecuali dengan kekuatan dan kekuatan. Dan kalian sekali-kali tidak akan mampu melakukannya." Hingga saat ini, telah terbukti betapa besarnya upaya dan energi yang dibutuhkan untuk menembus medan gravitasi Bumi. Keberhasilan eksperimen perjalanan ruang angkasa, bahkan untuk waktu yang begitu singkat dan terbatas dibandingkan dengan luasnya alam semesta, membutuhkan upaya luar biasa dalam sains dan semua cabangnya: teknik, matematika, seni, geologi, dan sebagainya. Hal ini, selain biaya yang sangat besar, juga merupakan faktor yang signifikan. Maka dari itu ini jelas membuktikan bahwa upaya untuk menembus langit dan bumi, jutaan tahun cahaya jauhnya, mustahil bagi jin dan manusia.⁶

manusia dapat menjelajahi langit dan bumi hanya atas izin Allah dengan kekuatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang diberikan Allah, dan untuk itulah media sosial dapat menjadi sarana partisipasi umat manusia dalam menyebarkan ilmu dan menjaga eksistensi manusia dalam mengeksplorasi dan memahami nikmat-nikmat Allah. Dengan ilmu tersebut, partisipasi manusia di media sosial dapat bersifat konstruktif, yaitu menyebarkan ilmu pengetahuan, meningkatkan kualitas informasi, serta menjaga hubungan sosial yang positif.

⁶ Shihab, M. Q. (2004). *Tafsir Al-Misbah* (Vol. 13, hlm. 530) Jakarta: Lentera Hati

Media sosial kini mempunyai berbagai macam *platform* yang terkenal, diantaranya yaitu *Youtube*, *Facebook*, *X* atau *Twitter*, *TikTok* *WhatsApp* dan *Instagram*. Dari beberapa platform media sosial yang terkenal tersebut tentu memiliki berbagai kegunaan yang berbeda pula perbedaannya terletak pada fokus konten dan demografi usia.

Youtube ditujukan bagi mereka yang ingin mencari informasi dalam bentuk video. Selain mencari video, pengguna juga dapat mengunggah video sendiri ke *Youtube* dan menyebarkannya ke lebih banyak orang secara universal.⁷ *Facebook* merupakan situs jejaring sosial yang memungkinkan pengguna dapat berinteraksi dan berbagi informasi keseluruhan dunia sehingga banyak yang menggunakannya⁸. Sedangkan *Twitter* atau kini disebut *X* sering digunakan sebagai sumber informasi cepat, dan *platform* untuk diskusi public. *TikTok* merupakan platform hiburan atau trend dalam bentuk video pendek. Disisi lain *Instagram* digunakan oleh individu sebagai media sosial yang memiliki fungsi membagikan informasi berupa foto, video, atau dengan caption.⁹

Instagram, sebagai salah satu *platform* berbasis visual, kini berkembang menjadi ruang yang mendukung interaksi sosial, promosi, hingga pengorganisasian komunitas daring. Dengan fitur-fitur seperti *story*, *live*, *reels*

⁷ Putra, A., & Patmaningrum, D. A. (2018). Pengaruh YouTube di smartphone terhadap perkembangan komunikasi interpersonal anak. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2), 159–172. <https://doi.org/10.20422/jpk.v21i2.589>

⁸ Ulfah Nur Aini Ningrum, Pengaruh Tautan Berita Pada Facebook Terhadap Minat Membaca Beritanya (Studi pada Buruh Pabrik PT Gajah Tunggal Tbk Tangerang), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lampung, 2017, h. 3.

⁹ Atmoko, D. B. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita. h.

dan saluran, *Instagram* memungkinkan komunitas untuk menyampaikan pesan, membangun branding, dan memperkuat partisipasi anggotanya secara real-time. Perkembangan ini mencerminkan transformasi dari komunikasi tradisional ke arah komunikasi yang lebih interaktif dan partisipatif secara digital.

Platform ini umumnya digunakan individu untuk personal branding namun sekarang tidak hanya digunakan oleh individu, tetapi juga oleh berbagai komunitas sosial dan keagamaan dalam menyebarkan nilai, informasi, dan ajakan sosial secara luas. Dalam konteks ini, komunitas berbasis nilai dakwah seperti akun @laskardakwahmilenial_ dan @sahabatfisabilillah memanfaatkan Instagram untuk menjangkau generasi muda.

Instagram adalah salah satu *platform* populer dikalangan Gen Z atau remaja¹⁰. *Instagram* berhasil mencapai posisi ke tiga sebagai media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Hasil survei *We Are Social*¹¹ menyebutkan bahwa aplikasi *Instagram* dilihat dari penggunaan bulanan mencapai 86,6%.¹² Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa jumlah penduduk terkoneksi internet pada tahun 2024 yaitu sekitar 221.563.479 jiwa dari total populasi, tingkat penetrasi internet di Indonesia mengalami kenaikan dari tahun-tahun sebelumnya yaitu

¹⁰ Nasrullah, Rulli. *Media Sosial (Perspektif komunikasi, budaya dan sosioteknologi)*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015).

¹¹ We Are Social. *Global Digital Report 2024*. Januari 2024. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>

¹² Conney Stephanie, —Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia ‘Melek’ Media Sosial, | Kompas.com, 24 Februari 2021,

79,5.¹³ Sedangkan menurut laporan Datareportal pada tahun 2024, pengguna *Instagram* di Indonesia mencapai 104 juta orang, menempatkannya sebagai negara dengan pengguna *Instagram* terbesar keempat di dunia.¹⁴

Instagram dianggap sebagai media sosial dengan potensi yang luar biasa. Di Indonesia saat ini memiliki 22 juta pengguna aktif dan didominasi umur 18-34 tahun dengan presentase 89%.¹⁵ Dari data tersebut menjadi bukti bahwa sebagian besar kalangan yang menggunakan *Instagram* adalah generasi muda. Di sisi lain berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menyebutkan bahwa 88,2% rumah tangga di Indonesia telah mengakses internet¹⁶ yang mengindikasikan bahwa keterhubungan digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Namun, meskipun keterjangkauan akses meningkat, belum semua komunitas mampu mengelola partisipasi anggotanya secara optimal di media sosial.

Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas strategi digital yang digunakan komunitas dalam membangun partisipasi anggota melalui media sosial *Instagram*. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk melihat lebih dalam sejauh mana pengaruh penggunaan *Instagram* mampu

¹³ Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), diakses pada 07 februari 2024. (<https://survei.apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>)

¹⁴ Datareportal. (2024). "*Digital 2024: Indonesia*". di akses pada 21 Februari 2024. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

¹⁵ Putu Hendika Permana, dkk, Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Media Pemasaran Bisnis Kuliner pada Komunitas Online, *Journal of Sustainable Business and Managemen*, Vol. 1 nomor 1, April 2021: 12-18

¹⁶ Badan Pusat Statistik. (2023). *Indeks pembangunan teknologi informasi dan komunikasi (IP-TIK) 2023*. Jakarta : Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/publication/2023/12/29/1b2f3f52b7a3a34df0a6b2c0/indeks-pembangunan-teknologi-informasi-dan-komunikasi--ip-tik--2023>.

meningkatkan keterlibatan dan kontribusi anggota komunitas. Komunitas sebagaimana di landaskan pada Alqur'an Surat Al-Hujurat ayat 13:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ

Artinya: "Hai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling takwa di antara kamu. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal." (Surat Al-Hujurat ayat 13)

Berdasarkan ayat tersebut menurut tafsir M. Quraish Shihab menjelaskan bahwa ayat ini menekankan tentang pentingnya saling mengenal antar manusia yang berbeda suku dan bangsa.¹⁷ Ayat ini juga menegaskan bahwa kedudukan semua manusia sama di hadapan Allah SWT, dan yang paling mulia adalah yang paling bertakwa.

Dalam agama Islam, umat Islam diharuskan untuk berdakwah dengan menyampaikan seruan kebaikan tanpa memandang siapa pelakunya, maka dari itu terealisasi gerakan dan keinginan dari para anak muda untuk membangun komunitas virtual dengan mendorong pengikutnya berbuat amar ma'ruf nahi mungkar terutama dikalangan anak-anak muda yang belum mengenal islam lebih jauh agar sekaligus mendapat dukungan serta.¹⁸

Apalagi dizaman serba digital saat sekarang ini minat anak muda untuk belajar agama melalui platform media sosial Instagram pun ikut meningkat,

¹⁷ Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*. Vol. 12. (Jakarta: Lentera Hati, 2005).

¹⁸ Fauzi Patahilah H. (2022) Sampaikan Dariku Walau Satu Ayat : Analisis Konten Dakwah Islam Dan Komunitas Virtual Dalam Akun Instagram @pejuangsubuhberiman

praktik keagamaan bertransformasi masuk ke dunia maya. Meskipun media sosial memiliki potensi besar dalam menjadikan pembelajaran agama lebih menarik dan kontekstual, walau tantangan masih muncul, seperti disinformasi, penyederhanaan ajaran, dan munculnya pseudo-otoritas berbasis popularitas. Oleh karena itu, literasi digital dan keagamaan yang kuat diperlukan agar masyarakat mampu memilah informasi secara kritis dan bijaksana.

Dalam konteks keagamaan, internet menyediakan platform bagi umat untuk memberikan akses lebih mudah dan cepat terhadap ajaran agama, dan membentuk komunitas keagamaan atas antusiasme anak muda terciptalah suatu komunitas dakwah, seperti komunitas Sahabat Fisabilillah dan komunitas Laskar Dakwah Milenial.

Komunitas Sahabat Fisabilillah dengan nama akun @sahabatfisabilillah adalah salah satu komunitas online di *Instagram* yang bergerak untuk dakwah Islam. Komunitas ini aktif sejak 2020 di *Instagram* dengan 19,2 ribu jumlah followers, memiliki kegiatan rutin setiap minggunya dengan nama kegiatan KARMEL (Kajian Rutin Milenial) kajian rutin pada waktu ba'da isya hingga selesai dilakukan secara Online via google meet yang dihadiri para influencer, ustad muda. Tidak hanya untuk dakwah saja namun kegiatan KARMEL ini juga membuat program amal dakwah perbulannya bagi kaum dhuafa dan yatim piatu.

Kegiatan KARMEL ini bukan hanya sebagai forum untuk membahas program kegiatan saja, tetapi juga sebagai moment untuk memperkuat hubungan antar anggota dalam komunitas dan merumuskan strategi dakwah

bersama, karna selalu ada evaluasi bersama anggota setiap kegiatan selesai dilaksanakan.¹⁹

Komunitas dakwah *online* ini memiliki keunikan dan strategi yang tersendiri untuk menarik pengikut atau partisipasi masyarakat. Masing-masing memiliki program tersendiri namun tujuannya tetap sama untuk berdakwah sesuai dengan ajaran Islam bersama narasumber seperti ustad muda atau influencer sehingga menarik banyak anak muda untuk ikut berpartisipasi.

Komunitas Laskar Dakwah Milenial dengan nama akun @laskardakwahmilenial_ adalah komunitas yang aktif di *Instagram* sejak tahun 2021. Komunitas ini sampai sekarang masih aktif menyebarkan dakwah Islam dengan memposting foto, atau video motivasi bertujuan untuk dakwah Islam. Setiap minggunya juga komunitas ini mengadakan kegiatan podcast menggunakan fitur *live* di *Instagram* dengan para influencer yang di pandu oleh anggota moderator dari komunitas. Penonton dari kegiatan yang di adakan berasal dari anggota komunitas Laskar Dakwah Milenial ini juga bahkan dari pengguna *Instagram* lainnya yang tertarik pada dakwah Islam.²⁰

Dakwah Islam pada hakikatnya yaitu amar ma'ruf nahi mungkar yang diterapkan di kehidupan sehari-hari sebagai umat Islam dan disalurkan melalui berbagai media untuk menunjang aktifitas dakwah.²¹ Jadi media mempunyai peranan penting disaat perkembangan teknologi digital saat ini apalagi dengan

¹⁹ Peneliti, wawancara melalui chat pribadi dengan admin komunitas Sahabat Fisabilillah pada tanggal 20 Januari 2025

²⁰ Peneliti, wawancara langsung melalui chat dengan komunitas Laskar Dakwah Milenial pada tanggal 1 Januari 2025

²¹ Ahmad Rofiq (2023), Efektivitas Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Mahasiswa Anggota Organisasi GEMARI), Fakultas Dakwah dan ilmu komunikasi, UIN Raden Intan Lampung

adanya keinginan anak muda untuk membentuk komunitas dakwah ini untuk menciptakan lingkungan positif.

Komunitas Sahabat Fisabilillah dan Laskar Dakwah Milenial ini telah menjadi tempat bagi orang-orang yang memiliki tujuan yang sama untuk berkolaborasi, berbagi informasi, dan bekerja sama. Dengan keberadaan komunitas *online*, anggota dapat terhubung tanpa batasan waktu atau lokasi. Untuk menjaga eksistensi dan perkembangan komunitas *online*, partisipasi aktif anggota sangat penting.

Penelitian ini sangat relevan untuk memahami dinamika partisipasi anggota komunitas *online* di era digital, khususnya dalam konteks penggunaan *Instagram*, di mana interaksi antara anggota dapat mempengaruhi keterlibatan dan partisipasi mereka. Partisipasi anggota sangat penting untuk menciptakan dinamika yang aktif dan produktif dalam komunitas *online*, *Instagram* digunakan oleh komunitas Laskar Dakwah Milenial dan Sahabat Fisabilillah untuk menyebarkan nilai-nilai sosial dan keagamaan. Penelitian ini penting secara akademik karena akan memperkaya literatur mengenai komunikasi komunitas di era digital serta memberikan pemahaman baru terkait keterlibatan anggota dalam komunitas daring. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pengelola komunitas dakwah, pegiat sosial digital, dan praktisi komunikasi untuk merancang strategi komunikasi yang lebih inklusif dan partisipatif.

Dari uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian lebih lanjut guna mengungkapkan sejauh mana pengaruh

penggunaan media sosial *Instagram* terhadap partisipasi anggota aktif komunitas *online*. Dengan melihat permasalahan di atas, Penulis mengangkat judul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Partisipasi Anggota Komunitas Online (Studi pada komunitas @laskardakwahmilennial_ dan @sahabatfisabilillah)”**

B. Rumusan dan Batasan Masalah

Berdasarkan pembahasan pada latar belakang, maka penulis mengambil rumusan masalah yaitu, apakah terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap partisipasi anggota komunitas @laskardakwahmilennial_ dan komunitas @sahabatfisabilillah ?

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan, maka perlu adanya pembatasan masalah yang akan dibahas. Adapun batasan masalah dalam penelitian saya adalah :

1. Berapa kategorisasi tingkat penggunaan media sosial *Instagram* terhadap anggota komunitas @laskardakwahmilennial_ & @sahabatfisabilillah.
2. Berapa kategorisasi tingkat partisipasi anggota dalam komunitas @laskardakwahmilennial_ & @sahabatfisabilillah.

C. Tujuan Penelitian

Sebagaimana gambaran dalam rumusan dan batasan masalah, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji berapa kategorisasi tingkat penggunaan media sosial oleh anggota komunitas.

2. Untuk menguji berapa kategorisasi tingkat partisipasi anggota dalam komunitas @laskardakwahmienial_ & @sahabatfisabilillah.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari adanya penelitian ini antara lain adalah:

1. Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan khazanah bacaan dan keilmuan baru dalam ruang lingkup Komunikasi dan Penyiaran Islam, karena akan memperkaya literatur mengenai komunikasi komunitas di era digital serta memberikan pemahaman baru terkait keterlibatan anggota dalam komunitas daring terutama dalam kajian media sosial yang mencoba mengkaji terkait pengaruh penggunaan media sosial dengan partisipasi anggota komunitas *online*
2. Secara praktik penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pengguna media sosial dan pengelola komunitas online dalam memanfaatkan *platform* ini secara efektif serta memberi informasi kepada masyarakat bahwa komunitas atau kelompok bukan hanya ada di dunia nyata melainkan juga ada di media sosial atau bisa di sebut dengan kelompok masyarakat maya (*cybercommunity*).

E. Penjelasan Judul

1. Media Sosial : Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), media sosial adalah situs web atau aplikasi yang memungkinkan orang untuk terlibat dalam jaringan sosial dan membuat dan berbagi konten. Istilah "media sosial" adalah terjemahan yang tepat dari kata

"social media". Media baru atau *platform* digital yang dapat diakses dengan menggunakan internet yang memudahkan individu berinteraksi, menjalin relasi serta membangun komunitas.

2. Partisipasi Anggota : Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI),

partisipasi anggota adalah perihal turut berperan serta, keikutsertaan, atau peran serta dalam suatu kegiatan, terutama keanggotaan dalam sebuah organisasi atau kelompok. Partisipasi anggota juga mencakup kesediaan untuk memenuhi hak dan kewajiban yang diberikan kepada mereka sebagai anggota. Keterlibatan aktif individu dalam suatu kelompok atau komunitas dalam berbagai kegiatan sebagai bentuk kepedulian atau tanggung jawab untuk mencapai tujuan bersama.

3. Komunitas online : Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI),

Komunitas online atau komunitas virtual, adalah kelompok orang yang berinteraksi secara online melalui media digital, seperti internet atau platform online lainnya, dan biasanya memiliki minat, tujuan, atau kepentingan yang sama dan menggunakan wadah interaksi virtual untuk saling mendukung dan berinteraksi satu sama lain. Kelompok sosial yang

terbentuk dan saling berinteraksi melalui *platform* digital seperti media sosial. Individu saling terhubung hanya dengan menggunakan internet tanpa dibatasi ruang dan waktu, namun mereka memiliki kepentingan yang sama dan tujuan tertentu.

F. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari 5 bab sebagai berikut:

BAB I :Pendahuluan, meliputi Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian,Manfaat Penelitian, Penjelasan Judul dan Sistematika Penulisan.

BAB II :Landasan Teori, Berisikan tentang landasan teoritik yang terdiri dari beberapa sub bab, dan juga berisi teori yang sesuai dengan konteks penelitian ini.

BAB III :Metodologi penelitian, menjelaskan secara rinci pendekatan penelitian yang digunakan, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data (seperti kuesioner atau wawancara), teknis analisis data, serta populasi dan sampel penelitian, dan juga prosedur pengambilan sampel.

BAB IV :Hasil penelitian dan pembahasan, menjelaskan hasil pengolahan data, berupa statistik deskriptif ataupun analisis inferensial. Selain itu, dilakukan pembahasan untuk menginterpretasikan

hasil penelitian dengan mengaitkannya dengan teori penelitian dan hasil temuan penelitian.

BAB V :Penutup, meliputi kesimpulan yang di ambil dari pembahasan sebelumnya serta saran.

