

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet telah menjadi sebuah bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan kita sehari-hari. Penggunaan Internet yang tepat membuat hidup lebih mudah dan lebih cepat bagi sebagian orang. Internet membantu orang menemukan informasi dan pengetahuan, bahkan menjadi alat sosial dan ekonomi. Kehadiran internet yang semakin terikat dengan kehidupan manusia membuat individu bergantung pada penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari.

Dilansir dari Website resmi kamus Britannica yang diakses pada 5 oktober 2021, definisi dari *Internet Service Provider* (ISP) merupakan perusahaan yang menyediakan koneksi layanan Internet pada individu maupun organisasi. ISP juga dapat menyediakan kebutuhan perangkat lunak lainnya seperti browser, akun email, dan situs web. ISP dapat mengelola situs web perusahaan dan juga membuat situs web mereka sendiri. ISP saling terkoneksi satu sama lain melalui titik akses jaringan, fasilitas jaringan publik koneksi yang terhubung inilah yang menjadi tulang punggung internet (Britannica, 2021).

Kehadiran jaringan internet dapat membebaskan individu dari belenggu geografis dan menyatukan individu dari seluruh penjuru dunia. *Internet Service Provider* juga memegang peranan yang cukup penting di Indonesia, karena berbagai aktivitas saat ini dilakukan secara digital. *Internet Service Provider* menyediakan akses jaringan telekomunikasi untuk mendukung kebutuhan komunikasi digital masyarakat. Kegiatan pembelajaran, bekerja, dan komunikasi antar individu saat ini dilakukan secara *online* yang membutuhkan penggunaan gadget, dan melalui jaringan yang disediakan oleh ISP dapat memberikan akses telekomunikasi sehingga dapat saling terhubung melalui jaringan yang disediakan.

Pemanfaatan internet di Indonesia pun digunakan di berbagai bidang diantaranya bisnis dan usaha yaitu sebagai transaksi antar penjual dan pembeli

secara *online*, di bidang pendidikan yaitu dimana segala administrasi akademik dan sistem pembelajaran sudah dilakukan secara *online*. Penggunaan internet juga digunakan sebagai sarana media hiburan yaitu dimana saat ini masyarakat bisa saling terhubung dan bertukar informasi melalui media sosial.

Menurut *Ghana Medical Journal* melalui artikel websitenya yang diakses pada 5 Oktober 2021 menyebutkan, penggunaan internet juga semakin meningkat sehingga menjadi suatu bagian tidak terpisahkan dari masyarakat setelah adanya pandemi Covid-19. Dijelaskan pada akhir Mei 2020, lebih dari 200 wilayah negara di dunia terkena dampak dari pandemi virus Covid-19. Efek dari merebaknya pandemi ini, mengakibatkan hampir semua wilayah di dunia telah menerapkan *lockdown*. (Kenu, Frimpong & Koram, 2020)

Adanya *lockdown* ini pun menanggukkan berbagai kegiatan yang membutuhkan pertemuan dan interaksi manusia secara langsung seperti kegiatan diluar rumah yang mengharuskan individu bertatap muka. Pertemuan dan aktivitas yang terdapat pada universitas, sekolah, pusat perbelanjaan, tempat ibadah, kantor, dan bandara pun dibatasi. *Lockdown* membuat individu tidak bisa berinteraksi secara langsung sehingga interaksi harus dilakukan secara *online*.

Interaksi yang dilakukan secara *online* membuat sejumlah besar orang menggunakan layanan berbasis Internet untuk saling berinteraksi berkomunikasi, dan melakukan pekerjaan mereka dari rumah. Pada *International Journal of Information Management* disebutkan bahwa, penggunaan layanan internet telah meningkat dari 40% menjadi 100% dibandingkan dengan tarif pra-*lockdown*. Layanan konferensi video seperti Zoom telah mengalami peningkatan sepuluh kali lipat dalam penggunaannya. (De, Pandey & Pal, 2020). Indonesia pun juga termasuk negara yang terkena dampak dari pandemi Covid-19 dan dalam kehidupan sehari hari masyarakatnya tidak terlepas dalam penggunaan internet.

Dilansir melalui berita Tekno Kompas yang diakses pada 29 September 2021 dalam artikel “Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2021 Tembus 202 Juta”, dilakukan survei oleh *HootSuite* dan *We Are Social* yang merupakan

agensi pemasaran media sosial dalam laporannya yang bertajuk "Digital 2021" didapatkan data pengguna internet di Indonesia pada awal tahun 2021 telah mencapai sebesar 202,6 juta jiwa. Jumlah angka tersebut terdapat peningkatan 15,5 persen atau sekitar 27 jiwa dibandingkan dari Januari 2020 lalu. Melalui laporan *HootSuite* disebutkan bahwa pengguna layanan internet berusia 16-64 tahun dan memiliki beberapa perangkat elektronik yang berbeda diantaranya adalah perangkat ponsel baik yang *smartphone* maupun yang *non-smartphone*, tablet, PC (laptop), *smartwatch*, dll. Beragam jenis perangkat ini, *smartphone* adalah yang paling populer. Survei menemukan bahwa ponsel merupakan menjadi perangkat pilihan bagi pengguna Internet untuk mengakses Internet. Survei tersebut juga menemukan bahwa 96,4 persen atau sekitar 195, 3 juta orang Indonesia mengakses internet melalui perangkat ponsel mereka. (Putri, 2021)

Individu tentu memerlukan kualitas layanan internet yang bagus dan cepat karena hampir semua aktivitas pada masa pandemi Covid-19 dilakukan secara *online*. Kualitas layanan ISP tentu mempengaruhi tingkat kecepatan individu dan keberhasilan individu dalam melakukan aktivitas sehari-hari secara daring. Pandemi Covid-19 telah menyoroiti betapa pentingnya akses layanan internet dan teknologi digital bagi semua masyarakat, terlepas dari keadaan ekonomi, politik, sosial, atau geografis. Ketersediaan infrastruktur dan layanan Internet yang baik merupakan kebutuhan dasar bagi masyarakat untuk melakukan aktivitasnya secara *online*.

Indonesia pun memiliki beragam *Internet Service Provider* diantaranya adalah First Media, IndiHome, MNC Play, Biznet, My Republic, dan lain-lain. *Internet Service Provider* ini pun digunakan masyarakat sebagai alat untuk mengakses layanan internet untuk memenuhi kebutuhan mereka, terutama pada masa pandemi Covid-19. Adanya keberagaman *Internet Service Provider* pun membuat perusahaan penyedia layanan internet selalu berusaha menjadi pilihan bagi masyarakat.

Dilansir dari *Databoks* yang diakses pada 9 Oktober 2021 dalam artikel "Proporsi Jumlah Pelanggan Internet Fixed Broadband Indonesia", menurut data *World Bank* pada bulan Juli 2021, sebesar 87% pengguna *fixed*

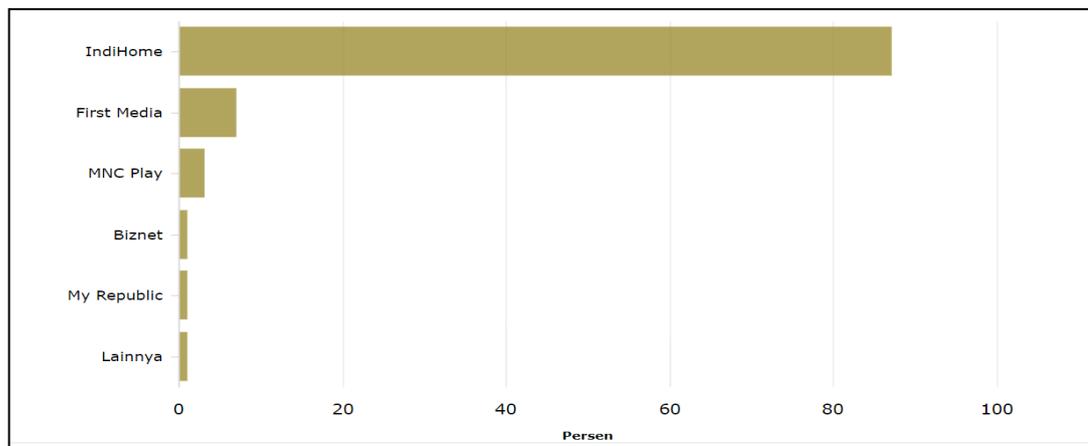
Annisa Lastania Ayuning Pramesti, 2023

PENGARUH TERPAAN INFORMASI PROBLEM LAYANAN INDIHOME TERHADAP SENTIMEN OPINI PUBLIK (STUDI EKSPLANATIF KHALAYAK DALAM MENANGGAPI LAYANAN INDIHOME)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

broadband di Indonesia memakai layanan IndiHome yang merupakan ISP milik PT Telkom Indonesia. First Media (PT. Link Net) menduduki peringkat kedua dengan proporsi sejumlah 7% pelanggan *Internet fixed broadband*. MNC Play yang dimiliki oleh PT Media Nusantara Citra (MNC) memiliki sekitar 3% proporsi pelanggan. My Republic (PT. DSSA Mas Sejahtera) dan Biznet (PT. Biznet Gio Nusantara) memiliki proporsi pelanggan *internet fixed broadband* yang paling kecil di Indonesia dimana masing-masing hanya 1%. (Annur, 2021)

Gambar 1. Grafik fixed broadband Indonesia via (Annur, 2021.)



Sumber: (Kata data, 2021)

Indihome beberapa kali mengalami masalah dalam pemberian layanannya. Kebanyakan masalah tersebut terkait dengan gangguan koneksi internet yang lambat. Pada akhir September 2021, Indihome menjadi *trending topic* di berbagai media sosial dikarenakan gangguan koneksi yang tak kunjung pulih. Hal ini dijelaskan oleh salah satu pengguna *twitter* dengan cuitannya yang menyampaikan bahwa kecepatan internet IndiHome hanya mencapai 20 Mbps berdasarkan uji kecepatan internet yang dilakukannya. Banyaknya pengguna *twitter* yang membahas masalah jaringan internet IndiHome yang lambat ini membuat IndiHome menjadi topik perbincangan hangat pada situs media sosial tersebut.

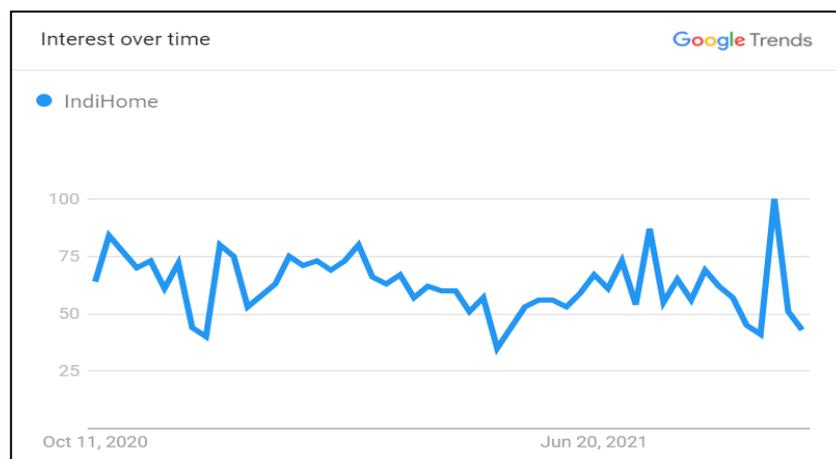
Telkom Indonesia yang merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia merupakan perusahaan penyedia layanan Indihome, dan Indihome yang dimiliki oleh BUMN menjadi ISP terbesar di

Indonesia pertama dengan mencapai 8,9 juta pelanggan per tahun 2022. Sebagai ISP dengan pelanggan terbesar di Indonesia tentunya Indihome diharapkan memiliki kualitas layanan yang stabil dan baik karena masyarakat Indonesia baik individu maupun korporasi sangat bergantung pada kualitas layanan internet dalam kegiatan sehari-hari diberbagai bidang.

Keluhan yang disampaikan oleh para pengguna jasa layanan internet IndiHome ini adalah terhambatnya aktivitas harian mereka karena gangguan tersebut. Para pengguna merasa kebetatan karena dengan lambatnya koneksi internet ini menyebabkan kegiatan sehari-hari mereka terkendala karena adanya gangguan. Ada beberapa pengguna yang mengeluhkan *Work From Home (WFH)* maupun kegiatan sekolah *daring*-nya terganggu. Pada kasus pengguna lainnya adalah gangguan pada saat menggunakan internet untuk menikmati sarana hiburan dan menyaksikan siaran langsung pertandingan bola yang sedang berlangsung pada saat itu. Gangguan yang terjadi secara berulang ini menimbulkan keresahan terhadap pelanggan IndiHome.

Ditelurusi via *Google Trends* topik “IndiHome” pada kategori *Internet&Telecom*, topik IndiHome memang memiliki kenaikan yang drastis pada bulan september yaitu dimana grafik mencapai skala titik tertinggi yaitu 100. Dibandingkan bulan-bulan sebelumnya yang skala grafik tidak pernah melampaui nilai diatas 60. Hal ini tentu membuktikan bahwa gangguan koneksi yang terjadi saat itu memang menjadi perbincangan yang hangat dan ramai dibicarakan oleh masyarakat.

Gambar 2. Grafik topik “IndiHome” via (Google Trends, 2021)

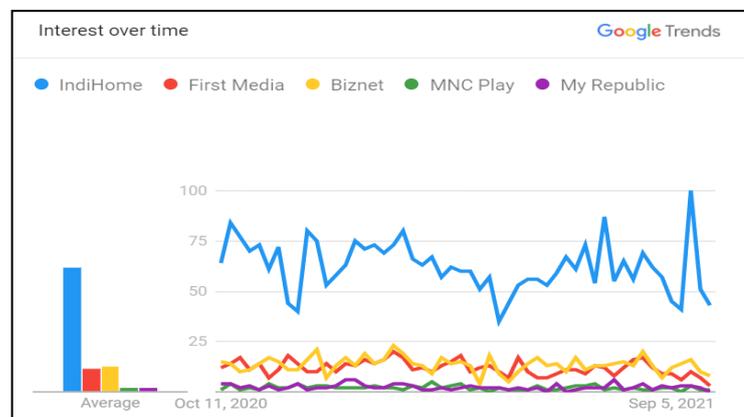


Sumber: (Google Trends, 2021)

Peneliti juga membandingkan topik IndiHome dengan beberapa merk *Internet Service Provider* lainnya yaitu First Media, Biznet dan MNC Play dan didapatkan hasil yang cukup signifikan perbandingannya. Dilihat pada grafik, topik pencarian *fixed broadband* lain tidak pernah menyentuh nilai diatas 25 selama 12 bulan terakhir. Perbandingan pada bulan September 2021 yang rata-rata *fixed broadband* lain memperoleh rata-rata dibawah nilai 25, sedangkan IndiHome menyentuh nilai 100 semakin memperkuat bahwa memang topik tersebut ramai diperbincangkan.

Adanya perbandingan signifikan antara provider lain dengan provider IndiHome dalam topik *google trends* membuktikan bahwa ada suatu hal yang membuat masyarakat mengeluarkan opini-nya terhadap layanan IndiHome. Opini publik tentu sangat berpengaruh terhadap citra merek brand itu sendiri. Suatu *brand image* dapat dikatakan baik jika memiliki reputasi yang baik didalam khalayak.

Gambar 3. Perbandingan topik Indihome dengan fixed broadband lain, via Google Trends



Sumber: (Google Trends, 2021)

IndiHome dan Telkomsel yang merupakan produk Telkom Indonesia mengalami gangguan selama kurang lebih 4 hari terhitung sejak 19 September 2021. Pelanggan mengeluhkan terputusnya akses internet yang mengganggu aktivitas mereka. Beberapa pengguna lain juga membagikan *screenshot* yang

berisikan grafik tes kecepatan internet melalui provider Aon Tri. Hal itu dilakukan lantaran kekecewaan mereka pada layanan IndiHome yang tak kunjung pulih. Beberapa pengguna juga meminta IndiHome untuk mengganti kerugian akibat gangguan internet tersebut, hal itu diungkapkan karena IndiHome kerap memberikan sanksi kepada konsumen yang melewati batas waktu pembayaran layanan Internet.

Terkait *problem* yang terjadi Indihome melalui akun sosial media *Instagram*-nya @Indihome menjelaskan bahwa gangguan yang tak kunjung pulih disebabkan oleh gangguan yang terjadi dalam sistem komunikasi yang berada pada Laut Jawa, Sumatera, dan Kalimantan ruas Batam – Pontianak pada tanggal 19 September 2021. IndiHome juga mengungkapkan bahwa akan terus berusaha memperbaiki kualitas layanannya. Gangguan koneksi internet pada layanan Indihome sudah cukup sering terjadi sehingga banyak pihak yang merasa dirugikan.

Terkait dengan adanya gangguan layanan IndiHome maka muncul beragam terpaan informasi di media massa terkait gangguan tersebut dan beberapa sikap publik yang kurang baik menanggapi hal tersebut. Dilansir *Nextren* yang diakses pada 3 November 2021, pada saat gangguan layanan tersebut kurang lebih terdapat sekitar 2,8 ribu cuitan di twitter yang bisa ditemukan dengan tagar #IndiHomedown. Salah satunya cuitan dari akun @ZonaPopuler yang lewat postingan foto di salah satu tweetnya mengungkapkan:

“Kok bisa ya Indihome tu telat bayar internet langsung di putus. Kalo ada trouble gak dikasih ganti rugi”

Tweet tersebut di retweet oleh 161 pengguna twitter dan mendapatkan 1300 likes dari pengguna twitter. (Bagas, 2021)

Pada 21 Desember 2022, Indihome pun kembali menjadi trending di twitter karena gangguan layanan yang dialaminya. Dilansir *bisnis.com* yang diakses pada 25 Desember 2022 dalam artikel *“Trending di Twitter, Indihome Gangguan Hari Ini”* dikatakan bahwa adanya gangguan Indihome yang terjadi membuat situs *downdetector* mengumumkan bahwa dalam kurun waktu 2 jam

yaitu pukul 16.00-18.00 WIB diperoleh 500 laporan lebih terkait adanya gangguan layanan Indihome yang terjadi.

Konsumen tidak hanya melihat suatu layanan dari harga yang ditawarkan tetapi juga melihat dari kualitas layanan. Konsumen IndiHome pun mengharapkan kualitas layanan yang ditawarkan, jika kualitas layanan yang ditawarkan dengan implementasi nya tidak sejalan dengan yang diharapkan tentu menimbulkan beragam reaksi dari konsumen. Pengguna IndiHome saat ini mencapai 8,9 juta pengguna maka reaksi dari konsumen dapat menimbulkan beragam opini publik dan bentuk reaksi dari khalayak. Melalui urgensi diatas, Indihome sebagai ISP terbesar di Indonesia seringkali mengalami gangguan yang berulang dan adanya gangguan tersebut menimbulkan trending di media sosial salah satunya twitter yang tidak hanya sekali terjadi.

Opini publik dapat sangat mempengaruhi reputasi suatu *brand* karena opini publik dikemukakan oleh banyak orang. Individu cenderung mengamati beragam pendapat disekitarnya untuk menemukan suatu ide atau pengambilan keputusan. Teori *Uses and Effects* mengungkapkan pengetahuan tentang penggunaan media, memberikan jalan dan pemahaman perkiraan hasil dari suatu proses komunikasi massa. Tagar #IndiHomedown, terpaan berita dan beragam cuitan di media sosial ini membuktikan bahwa banyak individu yang mengemukakan pendapatnya dan melayangkan keluhan terkait *problem* layanan IndiHome merasakan hal yang sama atau berada di pihak yang sama dalam *problem* yang dialami dan merasa dirugikan dengan layanan Indihome.

Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Novianti (2020) tentang “Pengaruh kualitas jaringan terhadap kepuasan pelanggan di PT Telkom Masamba”, menemukan fakta bahwa kualitas internet memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Komunitas pelanggan IndiHome tertarik untuk berlangganan atau menggunakan produk IndiHome tergantung dari kualitas jaringan internetnya. Semakin tinggi kualitas internet yang dirasakan oleh pelanggan Indihome, maka semakin puas masyarakat dalam menggunakan produk Indihome.

Putri (2020) pada penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan Wifi Indihome di Surabaya*” juga menemukan sebuah hasil bahwa kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Indihome di Surabaya. Studi ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas layanan pelanggan, kepuasan dan kepercayaan dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat loyalitas pelanggan terhadap layanan IndiHome.

Penelitian yang dilakukan oleh Soedardji & Febrina (2018) yang berjudul “*Analisis Deskriptif Tingkat Kepercayaan Pelanggan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Berdasarkan Dimensi Integrity (Studi pada Pendukung Petisi Online IndiHome di Change.org)*” mengungkapkan bahwa petisi online yang diluncurkan dan tanggapan terkait kebijakan Telkom dapat berdampak pada masing-masing pihak, salah satunya adalah hasil yang ditemukan bahwa tingkat kepercayaan pengguna terhadap Telkom jika digabungkan dengan indikator integritas adalah memiliki tingkatan sedang. Indeks kejujuran memiliki skor negatif tertinggi dibandingkan dengan indeks pemenuhan informasi dan kehandalan.

(Roos et al., 2021) dalam penelitiannya mengungkapkan teori *uses and effect* menjelaskan cara penggunaan media dapat memberi dampak terhadap pengguna media. Apabila suatu isi dalam media menimbulkan efek tertentu, maka penggunaan media pun akan menghasilkan suatu konsekuensi tertentu. Selanjutnya, apabila keduanya terjadi dalam bersamaan dimana isi media dan penggunaan media maka dapat menghasilkan *consequence* yaitu hasil sebagian media menghasilkan pembelajaran (efek) dan hasil sebagian lainnya dari penggunaan media mengakumulasikan dan menyimpan pengetahuan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Kholisoh, 2018) dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Terpaan Informasi Vlog di Media terhadap Sikap Guru dan Dampaknya terhadap Persepsi Siswa*” mendapati adanya hubungan antara terpaan informasi dengan media massa yang dapat mempengaruhi persepsi dan perilaku. Hasil penelitian menunjukkan bahwa

terpaan informasi yang diperoleh dari sosial media berpengaruh terhadap perbedaan persepsi siswa SMA terhadap konten *vlog* yang terdapat pada sosial media. Hal ini membuktikan adanya pengaruh yang kuat dari media massa terhadap suatu persepsi (kognitif) maupun sikap (afektif) pada khalayak, yang sejalan dengan teori tentang dampak media yang dikemukakan oleh McQuail.

(Azizah et al., 2021) dalam penelitiannya yang berjudul “*Pengaruh Terpaan Berita Pelecehan Seksual di Radarbogor.id Terhadap Tingkat Kecemasan Masyarakat DKI Jakarta*” mengkaji tentang efek yang ditimbulkan dari terpaan berita menggunakan analisa teori *uses & effect*. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan dari hasil wawancara kepada beberapa responden masyarakat DKI Jakarta, pengguna media massa akan mendapatkan suatu efek setelah menggunakan media massa dan terpaan berita pelecehan seksual membuat masyarakat khususnya orang-orang yang mengkonsumsi berita cenderung mengalami perubahan sikap. Khalayak yang mendapatkan terpaan berita pelecehan seksual cenderung mengkhawatirkan keamanan dirinya dari bahaya di luar.

Penelitian oleh (M. N. Putri & Widodo, 2016) dengan judul “*Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Indihome pada wilayah kota Antapani Bandung*” mengkaji tentang kualitas pelayanan yang diberikan Indihome dan pengaruhnya dengan kepuasan pelanggan. Dalam hasil penelitian tersebut didapati hasil bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan masih belum memenuhi ekspektasi dan sesuai dengan harapan pelanggan. Hal ini dikarenakan pegawai Indihome masih kurang memperhatikan pelanggan saat pelanggan mengajukan *complain* dan masih terdapat jaringan serta *device* yang harus dibuat serta diperlukan *monitoring device* pada peralatan yang pelanggan gunakan.

Melihat fenomena yang terjadi dan setelah mendapatkan informasi mengenai layanan Indihome, maka peneliti memiliki sebuah ketertarikan untuk dapat memperdalam penelitian terkait pengaruh dari terpaan informasi problem layanan IndiHome serta kaitannya dengan sentiment opini publik yang terjadi dengan melakukan survei khalayak pada pengguna Indihome. Peneliti

berencana meneliti menggunakan teori *Uses and Effects* dalam penelitian ini yaitu merupakan teori sintesis pendekatan teori *Uses and Gratifications* dan teori tradisional mengenai efek. Teori ini berkaitan dengan keterkaitan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa dapat memunculkan suatu efek (*effects*) bagi pengguna media massa. Penelitian ini juga ingin mengetahui terpaan informasi mengenai problem layanan Indihome dapat mempengaruhi opini publik dan menimbulkan suatu efek pada pengguna layanan.

1.2 Rumusan Masalah

Melalui latar belakang yang sudah dijelaskan oleh peneliti, maka rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana terpaan informasi mengenai problem layanan Indihome dapat mempengaruhi opini publik dan menimbulkan suatu efek pada pengguna layanan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk membuktikan dan menganalisis bagaimana terpaan informasi terkait problem layanan Indihome dapat mempengaruhi pembentukan opini publik dan menimbulkan suatu efek pada pengguna layanan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang terdapat dalam penelitian ini dibagi menjadi dua yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, diantaranya:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil dalam penelitian ini diharapkan peneliti bisa memberikan sebuah gambaran bagaimana terpaan informasi suatu problem layanan dapat mempengaruhi pembentukan opini publik dan menimbulkan suatu efek pada pengguna layanan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil yang terdapat dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan informasi bagi perusahaan mengenai opini publik terhadap suatu

produk atau layanan. Dan sebagai bahan pertimbangan untuk bisa meningkatkan pelayanan agar kedepannya dapat memenuhi ekspektasi pelanggan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pengurutan proses penelitian dan penulisan, peneliti membuat kerangka penulisan yang sistematis. Adapun sistematika penulisan yang terdapat dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika dalam penulisan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini mencakup penelitian-penelitian terdahulu, konsep-konsep penelitian, teori penelitian, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan uraian mengenai metode penelitian, populasi serta sampel, metode pengumpulan data, metode analisis data, serta mencakup waktu dan lokasi dimana penelitian dilakukan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini mencakup hasil penelitian yang sudah diteliti yaitu data analisa dari variabel X dan variabel Y yang menggunakan teknik analisis data.

BAB V

PENUTUP

Bab ini mencakup penjelasan mengenai kesimpulan dan saran yang didapat dari hasil penelitian analisis dan pembahasan penelitian yang sudah diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

Berisikan sumber-sumber referensi terpercaya yang peneliti gunakan dalam melengkapi pengumpulan berbagai data selama proses pengerjaan penelitian.

Annisa Lastania Ayuning Pramesti, 2023

PENGARUH TERPAAN INFORMASI PROBLEM LAYANAN INDIHOME TERHADAP SENTIMEN OPINI PUBLIK (STUDI EKSPLOANATIF KHALAYAK DALAM MENANGGAPI LAYANAN INDIHOME)

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, S1 Ilmu Komunikasi
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

LAMPIRAN

Berisikan beragam hal yang berkaitan dengan data-data pendukung atau data tambahan untuk penelitian yang berkaitan.