

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Proses pemilihan Presiden adalah momen sangat penting dalam kerangka demokrasi, di mana setiap warga negara memiliki hak untuk menentukan siapa yang akan memimpin negara mereka. Berdasarkan Pasal 167 ayat (1) Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2017 dan Pasal 201 ayat (8) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2016, pada dasarnya, menetapkan bahwa secara prinsip Pemilihan Umum dan Pemilihan serentak nasional akan diadakan pada tahun 2024. Mendekati Pemilihan Umum Presiden Indonesia pada tahun 2024, merupakan suatu proses demokrasi untuk menentukan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia untuk periode 2024–2029, pesta demokrasi ini yang akan mencakup pemilihan presiden pada tahun 2024, dianggap sebagai persaingan yang menarik oleh sejumlah pengamat politik (Aryadillah & Fitriansyah, 2022). Hal ini tercermin dari strategi beragam yang diadopsi oleh masing-masing kandidat partai untuk memperoleh dukungan publik, dengan contohnya adalah upaya calon presiden Anies Baswedan, Ganjar Pranowo dan Prabowo Subianto dengan perbedaan strategi kampanye mereka di media sosial Instagram.

Seiring perkembangan zaman, peran media sosial semakin menjadi elemen kunci dalam kampanye politik modern. Awalnya hanya dianggap sebagai sarana sosialisasi dan interaksi antar individu, media sosial, terutama Instagram, kini telah berkembang menjadi platform penting untuk pertukaran informasi antara individu dan institusi. Mendekati Pemilihan Presiden 2024, perhatian media massa terfokus pada calon-calon pemimpin potensial. Semua individu memiliki kebebasan untuk terlibat dalam kegiatan politik dan menyuarakan pendapat mereka. Sementara itu lahirnya Undang-Undang nomor 9 tahun 1998 tentang kemerdekaan menyampaikan pendapat di muka umum sehingga memberikan semangat dan mendorong kebebasan berpendapat masyarakat (Indonesia, 1998).

Untuk memperoleh dukungan dari masyarakat dalam suatu kompetisi politik, dibutuhkan kerja keras dari seluruh relawan, salah satu taktik politik yang efektif adalah melaksanakan kampanye politik melalui media. Saat ini, media massa sering dimanfaatkan sebagai alat untuk membangun citra dengan

menyampaikan iklan-iklan berisi pesan politik (Maulina & Muttaqin, 2020). Seiring berjalannya waktu menjadi perkembangan partai politik dan kandidat dengan memperkenalkan dirinya melalui Instagram. Instagram telah mengubah secara signifikan bagaimana pasangan calon menyediakan dan mengakses informasi. Sebagai bagian dari media sosial, khususnya Instagram, platform ini memainkan peran penting dalam membentuk opini publik, menggalang dukungan, dan menyampaikan pesan politik. Pertumbuhan jumlah pengguna Instagram yang terus meningkat di Indonesia menjadikannya sebagai platform media sosial yang memiliki dampak besar dalam kampanye politik. Instagram menjadi saluran komunikasi yang sangat efektif bagi berbagai partai politik untuk memanfaatkan citra partai melalui konten-konten yang diunggah di platform ini.

Dalam penyebaran informasi, Instagram berfungsi sebagai wadah komunikasi di mana partai-partai politik memanfaatkan unggahan untuk membangun citra diri dan menunjukkan loyalitas partai kepada masyarakat. Strategi ini bertujuan untuk menegaskan integritas partai dan kesiapan mereka dalam mewakili kepentingan masyarakat dalam pemilihan calon presiden. Penulis memilih platform Instagram sebagai pembanding kampanye antar calon presiden, sebab dari banyaknya media social, respon yang paling beragam dan banyak berada di Instagram, dari usia remaja hingga dewasa memiliki akun social media Instagram untuk membaca informasi politik maupun informasi lainnya. Menurut laporan dari Napoleon Cat, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai 90,41 juta pada bulan Maret 2024, mengalami peningkatan sebesar 1,74% dari bulan sebelumnya (Data Indonesia.id, 2024).

Proses kampanye politik memiliki peran sentral dalam pemilihan presiden (Pilpres) dan demokrasi secara menyeluruh. Kampanye politik menjadi sarana bagi calon untuk berinteraksi dengan pemilih, menyajikan visi, program, serta citra diri mereka, dan berupaya mempengaruhi pemilih agar memberikan dukungan. Melalui kampanye politik, kandidat memiliki kesempatan untuk memperkenalkan diri kepada pemilih dengan menguraikan latar belakang, pengalaman, dan visi mereka. Tujuan utama dari kampanye politik adalah meraih dukungan pemilih, dan kandidat berupaya menggerakkan pemilih untuk berpartisipasi dalam pemilihan dan memberikan suara kepada mereka. Kampanye politik adalah bentuk komunikasi

politik yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang atau organisasi politik dalam waktu tertentu untuk memperoleh dukungan politik dari masyarakat (Setiawan, 2018).

Monitoring dan evaluasi yang berkelanjutan diperlukan dalam kampanye politik untuk memastikan efektivitas strategi yang digunakan. Selama berlangsungnya kampanye, perubahan strategi mungkin diperlukan untuk meningkatkan hasil. Kampanye politik merupakan suatu proses di mana informasi dalam berbagai bentuk pesan politik disampaikan kepada masyarakat melalui saluran dan media komunikasi tertentu, dengan tujuan mempengaruhi dan membentuk opini public (Kamaruddin, 2015). Strategi kampanye adalah rencana terperinci yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu, terutama dalam konteks politik, dengan menggunakan berbagai teknik komunikasi dan pemasaran. Strategi ini melibatkan pemahaman mendalam tentang audiens target, penentuan pesan utama yang akan disampaikan, serta pemilihan media dan saluran komunikasi yang paling efektif untuk menjangkau audiens tersebut. Kotler menekankan pentingnya memahami segmen pasar, memilih target yang tepat, dan memposisikan produk atau pesan kampanye dengan jelas untuk audiens yang dituju. Dalam konteks kampanye politik, ini berarti mengenali kelompok pemilih yang berbeda, menargetkan pesan yang sesuai untuk setiap kelompok, dan membangun citra kandidat yang sesuai dengan harapan dan nilai-nilai pemilih tersebut (Kotler P, 1994).

Dalam praktiknya, strategi kampanye yang sukses mengintegrasikan berbagai elemen, termasuk narasi yang kuat, kolaborasi dengan influencer, serta pemanfaatan media sosial untuk membangun keterlibatan dan interaksi yang lebih dalam dengan pemilih. Semua elemen ini bekerja bersama untuk membangun citra kandidat yang positif dan mendorong partisipasi serta dukungan pemilih. Menurut Kotler, strategi kampanye digital adalah bagian dari pemasaran digital yang menggunakan saluran online untuk menjangkau konsumen dan mempengaruhi mereka melalui konten yang relevan dan menarik. Strategi ini melibatkan penggunaan berbagai platform media sosial untuk membangun hubungan dengan audiens dan mempromosikan merek atau pesan secara efektif. Peneliti

menggunakan 4 strategi kampanye dengan menganalisa video reels, foto, hashtag dan bekerjasama dengan influencer.

Mendekati Pemilihan Umum Presiden Indonesia tahun 2024, suatu proses demokrasi yang menentukan pemilihan Presiden dan Wakil Presiden Republik Indonesia periode 2024–2029, dianggap sebagai tahapan penting dalam perkembangan demokrasi. Kompetisi dalam pesta demokrasi ini dianggap menarik oleh sejumlah pengamat politik, terlihat dari strategi beragam yang diadopsi oleh setiap kandidat partai untuk mendapatkan dukungan publik. Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo, sebagai tiga tokoh kunci dalam politik Indonesia, diharapkan bersaing untuk memperebutkan jabatan presiden.

Indo Barometer baru-baru ini mengeluarkan hasil survei terkini mengenai tingkat dukungan calon presiden (capres) dalam Pemilihan Presiden 2024 sebelum menjelang debat pertama, menurut hasil tersebut, Prabowo Subianto memimpin dalam elektabilitas jika dibandingkan dengan dua capres lainnya, yaitu Ganjar Pranowo dan Anies Baswedan, dalam simulasi menggunakan pertanyaan tertutup dengan tiga nama calon presiden, Prabowo Subianto menduduki posisi teratas dengan perolehan suara sebesar 35,8%, Ganjar Pranowo berada di posisi kedua dengan 26,0%, sementara Anies Baswedan berada di posisi ketiga dengan 18,5%, sebanyak 19,7% responden menyatakan belum memutuskan, merahasiakan pilihan, atau tidak tahu/tidak menjawab (Detik.com, 2023). Dalam simulasi pertarungan langsung antara Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo, Prabowo Subianto juga unggul. Anies Baswedan, dalam kedua simulasi tersebut, mendapatkan persentase dukungan yang lebih rendah jika dibandingkan dengan Prabowo Subianto maupun Ganjar Pranowo.

Sesuai dengan data yang ada, perubahan hasil elektabilitas setiap calon presiden akan berubah-ubah setiap saat sesuai pilihan dari masyarakat. Elektabilitas calon presiden (Capres) mengalami prediksi perubahan yang signifikan setelah debat pertama pada tanggal 12 Desember 2023 dan hasil survei terbaru Calon Presiden dan Calon Wakil Presiden (Cawapres) 2024. Berbicara mengenai elektabilitas Capres pasca-debat dan hasil survei terbaru, beberapa aspek menarik akan terungkap. Menurut para pengamat, hasil debat Capres pada hari Selasa, 12 Desember 2023, berpotensi mengubah hasil survei yang telah banyak

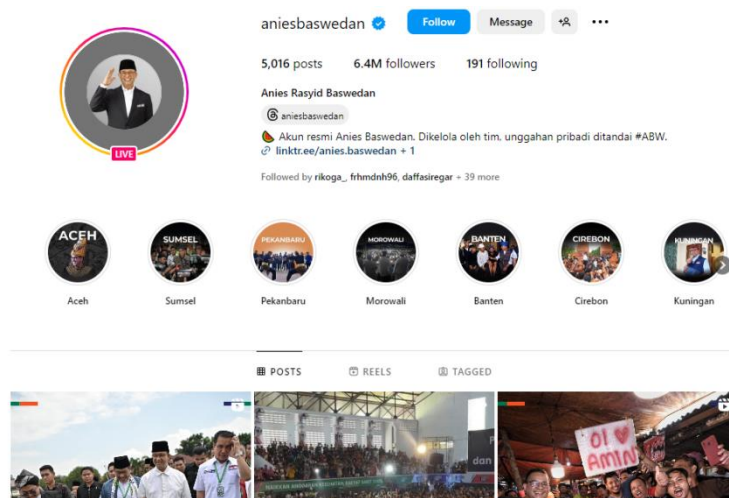
beredar. Data dari hasil survei Litbang Kompas Desember 2023 menunjukkan bahwa pasangan Calon Presiden (Capres) dan Calon Wakil Presiden (Cawapres) nomor urut 2, yaitu Prabowo Subianto dan Gibran Rakabuming Raka, menempati posisi paling atas dalam hal elektabilitas. Menurut hasil survei yang dilakukan pada rentang waktu 29 November hingga 4 Desember 2023, pasangan Prabowo-Gibran berhasil meraih tingkat elektabilitas sebesar 39,3 persen. Sementara itu, elektabilitas pasangan Capres-Cawapres nomor urut 1, Anies Baswedan dan Muhaimin Iskandar, mencapai 16,7 persen. Adapun tingkat dukungan elektoral untuk pasangan Capres-Cawapres nomor urut 3, yaitu Ganjar Pranowo dan Mahfud MD, mencapai 15,3 persen. Survei ini melibatkan 1.364 responden yang dipilih secara acak dengan menerapkan metode pencuplikan sistematis bertingkat di 38 provinsi di Indonesia. Metode tersebut memiliki tingkat kepercayaan sekitar 95 persen, dengan margin of error sekitar 2,65 persen dalam kondisi penarikan sampel acak sederhana (kaltim.tribunnews.com, 2023).

Berdasarkan data di atas hasil debat Capres pada tanggal 12 Desember 2023 dianggap memiliki potensi untuk mengubah hasil survei yang telah beredar. Ini menunjukkan bahwa momen debat dapat memiliki dampak signifikan terhadap persepsi dan preferensi pemilih. Perbandingan elektabilitas antara pasangan Capres-Cawapres memberikan gambaran distribusi dukungan masyarakat terhadap kandidat. Analisis perbandingan ini penting untuk memahami dinamika persaingan di antara kandidat dan melihat pergeseran dukungan seiring berjalannya waktu dan peristiwa kampanye. Dengan menggabungkan informasi ini, analisis menyeluruh dapat memberikan wawasan lebih lanjut tentang dinamika politik, dampak debat Capres, serta tren elektoral yang dapat mempengaruhi hasil pemilihan presiden.

Untuk membentuk strategi kampanye yang baik di kalangan masyarakat, setiap calon presiden memiliki ciri khas nya tersendiri untuk menyebarluaskan dan mengenalkan dirinya di media social khususnya Instagram. Anies Baswedan sangat aktif dalam media sosial Instagram, dalam akun instagram nya Anies Baswedan memiliki unggahan sebanyak 5.016 gambar dan saat ini diikuti oleh 6,4 juta pengikut. Dalam media social Instagram Anies Baswedan membangun citra politik yang sangat baik. Pada awalnya Anies Baswedan adalah mantan pemimpin tertinggi di DKI Jakarta ini berhasil membangun reputasi yang positif selama masa

kepemimpinannya sebagai gubernur, terutama melalui berbagai program kerja yang diimplementasikan. Meskipun dalam kurun waktu tersebut, beliau menerima kritikan yang tajam terkait Formula E. Dengan berbagai inisiatif, Anies Baswedan telah membangun citra politiknya melalui program-program Pemprov DKI Jakarta. Langkah-langkah tersebut termasuk kerja sama dalam pengadaan pangan, dialog dengan sejumlah kepala daerah, pembangunan Jakarta International Stadium (JIS), dan program Formula E (Azmi, et al., 2022).

Gambar I.1 Tampilan Instagram Anies Baswedan



Sumber: Instagram.com

Menyongsong Pemilihan Presiden 2024, Anies Baswedan perlu mengambil langkah-langkah strategis untuk memperkuat citranya sebagai calon presiden yang dapat dipercayai oleh masyarakat Indonesia. Dalam ranah komunikasi politik, salah satu strategi esensial adalah membangun pandangan positif dari opini publik, yang merupakan langkah krusial bagi pejabat publik guna membentuk citra yang positif dan dapat diterima oleh masyarakat. Anies Baswedan, yang dikenal sebagai tokoh pendidikan, menunjukkan ketenangan dan kemampuan komunikasi yang baik dalam berbagai situasi, meraih dukungan dari berbagai kalangan. Pada Pilkada Serentak 2017, Provinsi DKI Jakarta, di mana Anies terlibat, menjadi indikator politik nasional karena statusnya sebagai ibu kota negara, dukungan dari beberapa partai politik, seperti NasDem, PPP, dan PAN, memberikan modal yang kuat bagi Anies untuk potensial bertarung dalam Pilpres 2024 (Azmi, et al., 2022). Citra

politiknnya yang positif semakin terbentuk melalui kepemimpinannya sebagai Gubernur DKI Jakarta dan implementasi program-program Pemprov DKI Jakarta.

Berbeda dengan Ganjar Pranowo sebagai mantan Gubernur Jawa Tengah, kepemimpinan Ganjar Pranowo selama ini berlangsung dengan sukses, khususnya dalam hal reformasi birokrasi dan pelayanan, sektor kesehatan, dan bidang pendidikan, selain itu, Ganjar Pranowo juga menikmati tingkat elektabilitas dan popularitas yang paling tinggi di wilayah Jawa Tengah (Adhi, 2017). Ganjar Pranowo mengawali langkah politiknnya dengan dicalonkan sebagai anggota DPR RI oleh PDI perjuangan, karir politiknnya dimulai sebagai anggota DPR selama periode 2004-2009 melalui PDI-P. Ketika menjabat sebagai legislator pada periode tersebut, ia menempati posisi sebagai anggota Komisi IV DPR yang mengurus urusan pertanian, perkebunan, kehutanan, kelautan, perikanan, dan pangan. Pada periode selanjutnya, Ganjar Pranowo kembali dipilih sebagai wakil rakyat di Senayan, namun, dalam periode keduanya sebagai anggota DPR, Ganjar tidak lagi menjadi bagian dari Komisi IV, Pada periode tersebut, tugasnya berada di Komisi II DPR yang mengurus urusan pemerintahan dalam negeri (Detik.com 2023).

Selain itu, ia menjabat sebagai Wakil Ketua Komisi II DPR. Selama masa jabatannya yang kedua sebagai anggota DPR, Ganjar juga terlibat sebagai anggota Panitia Khusus (Pansus) Century. Selama menjabat pada periode pertamanya, Ganjar Pranowo juga pernah mengepalai Panitia Khusus (Pansus) untuk Rancangan Undang-Undang (RUU) Pemilu, dengan fokus pengawasan pada sektor perkebunan, pertanian, kehutanan, perikanan, dan pangan. Dalam menjalankan tugasnya sebagai wakil rakyat, Ganjar Pranowo tidak melanjutkan keanggotaannya di DPR RI karena terpilih sebagai Gubernur Jawa Tengah pada periode kedua dan dilantik pada 5 September 2018. Pemilihan Presiden 2024 di Indonesia diantisipasi sebagai peristiwa politik yang menentukan arah masa depan negara (Detik.com, 2023). Dalam konteks ini, salah satu figur yang mencuat dalam panggung politik adalah Ganjar Pranowo. Sebagai politisi yang telah mengemban berbagai jabatan penting, termasuk Gubernur Jawa Tengah, Ganjar Pranowo telah menarik perhatian publik dengan kinerjanya yang dianggap sukses di tingkat provinsi. Ganjar Pranowo juga dikenal sangat aktif dalam media social Instagram, dalam akun instagram nya Ganjar Pranowo memiliki unggahan sebanyak 7.730 gambar dan saat

ini diikuti oleh 6,4 juta pengikut. Dalam media social Instagram Ganjar Pranowo juga membangun citra politik yang sangat baik.

Gambar I.2 Tampilan Instagram Ganjar Pranowo



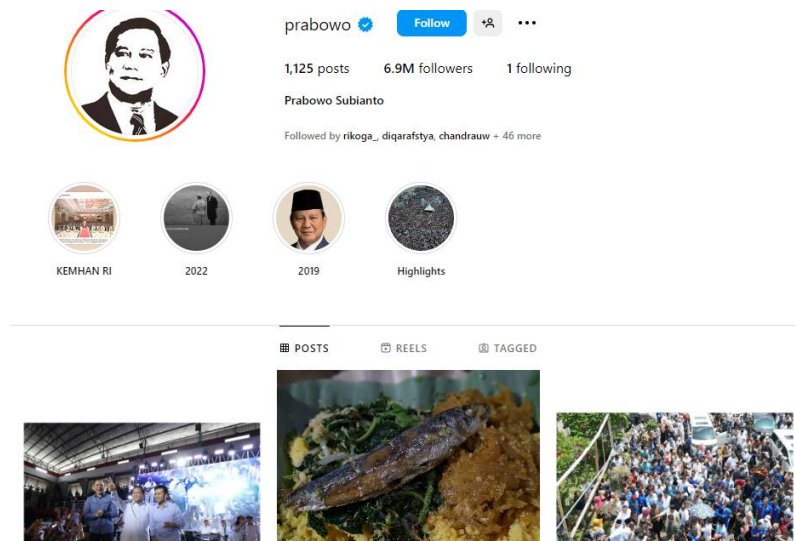
Sumber: Instagram.com

Prabowo Subianto Djojohadikusumo dari Partai Gerindra, sebagai pengguna aktif Instagram berikutnya, juga rajin membagikan kegiatan dirinya dan kegiatan partainya. Melalui berbagai unggahan di Instagram, Prabowo menampilkan citra politiknya menjelang pemilihan calon presiden. Jumlah unggahan Prabowo Subianto mencapai 1.125 gambar dan memiliki 6,9 juta pengikut saat ini. Postingannya diakses dengan bijak untuk membawa partainya ke panggung politik utama di Indonesia. Pada akun Instagram pribadinya, ketiga calon presiden tersebut memuat banyak unggahan yang menyoroti informasi terkini menjelang pemilihan calon presiden. Selain itu, terdapat informasi yang beragam dengan tujuan untuk menarik perhatian pengguna lain agar dapat memahami pesan yang ingin disampaikan.

Prabowo Subianto adalah pemimpin Partai Gerakan Indonesia Raya (Gerindra), yang telah menjadi salah satu kekuatan politik utama di Indonesia. Gerindra merupakan salah satu partai yang mendukung Prabowo dalam pemilihan sebelumnya dan mungkin akan memainkan peran penting dalam kampanyenya. Kampanye Prabowo Subianto mungkin didasarkan pada isu-isu yang dianggapnya sebagai prioritas nasional, ini bisa termasuk isu-isu ekonomi, pertahanan,

keamanan, kesejahteraan sosial, dan lain-lain. Isu-isu ini akan mencerminkan visinya tentang masa depan Indonesia (Rizky, et al., 2023). Dalam pemilihan sebelumnya, Prabowo Subianto mendirikan koalisi dengan partai-partai politik lainnya untuk mendukung kampanyenya. Koalisi politik yang dibentuknya dalam Pilpres 2024 dapat memiliki dampak signifikan pada strategi kampanyenya.

Gambar I.3 Tampilan Instagram Prabowo Subianto



Sumber: Instagram.com

Prabowo Subianto mengalami tantangan dalam karir politiknya saat mencalonkan diri dalam pemilihan presiden. Awalnya, ia kembali memulai karir politik dengan mencalonkan diri sebagai calon presiden dari Partai Golkar pada Konferensi Calon Presiden Golkar tahun 2004 meskipun berhasil mencapai tahap akhir, Prabowo mengalami kegagalan di tengah jalan, kalah suara dari Wiranto, pada tahun 2009, ia mencalonkan diri bersama Megawati Soekarnoputri dengan slogan Mega-Pro, namun kalah dalam pemilihan suara dari Susilo Bambang Yudhoyono & Boediono, pada tahun 2014, Prabowo kembali mencalonkan diri, kali ini melawan Hatta Rajasa, tetapi kembali mengalami kekalahan dengan perolehan suara sebesar 46,85%, terakhir, pada tahun 2019, Prabowo Subianto dan Sandiaga Uno dari Koalisi Indonesia AdilMakmur Indonesia mengalami kekalahan dengan perolehan suara sebesar 44,5% (Rizky, et al., 2023).

Penelitian mengenai kampanye Pilpres 2024 dilaksanakan melalui media sosial Instagram. Keberadaan Instagram memperluas cakupan komunikasi dan memberikan arah yang lebih terfokus. Selain itu, Instagram berperan dalam mengintegrasikan kehidupan individu dan kelompok. Fitur seperti kolom suka (likes) atau kolom lainnya disediakan khusus untuk mendapatkan respons dan umpan balik dari pengguna lain, jika suatu informasi atau isu menjadi viral di Instagram, pengguna dapat memberikan kontribusi melalui kolom tersebut (Aryadillah & Fitriansyah, 2022). Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, dan Prabowo Subianto termasuk di antara pengguna Instagram yang aktif. Aktivitas ini terlihat dari variasi dan daya tarik postingan di akun Instagram masing-masing. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian pengguna dan memudahkan pemahaman serta penerimaan oleh masyarakat. Ketiganya memanfaatkan Instagram sebagai sarana komunikasi dengan masyarakat, sebagaimana terlihat pada akun Instagram pribadi masing-masing. Dalam Instagram milik ketiga kader tersebut, terdapat beberapa konten unggahan yang mengarah pada kampanye politik menjelang Pemilu Presiden 2024 dan penulis akan meneliti masing-masing 5 sampel postingan dari ketiga Instagram kader tersebut dimulai dari jadwal kampanye 28 November 2023 – 10 Februari 2024.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dengan identifikasi masalah diatas, maka penulis memutuskan untuk menganalisa sekiranya:

Bagaimana studi komparatif konten analisis dari strategi kampanye penggunaan media sosial Instagram Anies Baswedan, Prabowo Subianto, dan Ganjar Pranowo dalam Pilpres 2024?

I.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah penelitian, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memahami studi komparatif strategi kampanye yang digunakan oleh Anies Baswedan, Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo melalui media sosial Instagram dalam Pilpres 2024.

2. Untuk mengetahui analisis konten dari kampanye yang dilakukan oleh ketiga capres di media social Instagram.
3. Untuk mengukur sejauh mana kampanye politik di media sosial berdampak pada elektabilitas kandidat dalam pemilu di Indonesia.

I.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan nantinya dapat bermanfaat secara teoritis dan juga praktis, yakni sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengetahuan akademis dalam bidang politik, komunikasi, dan media sosial. Ini akan membantu memahami peran media sosial dalam politik kontemporer.
 - b. Melalui perbandingan kampanye Anies Baswedan, Prabowo Subianto dan Ganjar Pranowo, penelitian ini dapat memberikan wawasan yang berharga tentang perbedaan strategi kampanye dan isu-isu yang diangkat oleh kandidat berbeda.

2. Manfaat Praktis
 - a. Penelitian ini dapat memberikan informasi penting kepada pemilih tentang cara media social digunakan dalam politik dan bagaimana mereka dapat mengkritisi informasi yang mereka konsumsi di platform ini.
 - b. Hasil penelitian ini dapat membantu pengambil keputusan politik, analis politik, dan pemerintah dalam memahami peran media sosial dalam politik dan merancang kebijakan yang lebih efektif terkait dengan penggunaan media social selama kampanye politik.

I.5 Sistematika Penelitian

Dalam rangka memberikan pemahaman yang lebih jelas mengenai penelitian ini, sistematika penulisan dalam tugas akhir ini sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam BAB ini akan menguraikan perihal latar belakang, penelitian terdahulu, rumusan masalah, tujuan penelitian serta manfaat penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam BAB ini penulis akan menjelaskan mengenai teori dan konsep yang digunakan serta kerangka pemikiran dari penelitian ini

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam BAB ini peneliti menjelaskan mengenai metode penelitian diantaranya, objek penelitian, jenis penelitian, teknik pengumpulan data, sumber data, teknik analisis data serta tabel rencana waktu penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam BAB ini penulis akan menjelaskan hasil analisis serta temuan data-data terkait penelitian sehingga mampu menjawab pertanyaan dalam penelitian ini.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam BAB ini penulis akan menjelaskan dan merangkum kesimpulan dari hasil penelitian ini dan usulan saran dari temuan penelitian untuk pengembangan dunia akademis maupun praktis.