

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat memudahkan masyarakat untuk berinteraksi serta berkomunikasi tanpa adanya batas antara ruang dan waktu. Menurut *rogers dan kincald*, komunikasi adalah proses yang dilakukan individu-individu dengan melakukan pertukaran informasi dan membentuk informasi tersebut sehingga akan tercipta suatu rasa saling pengertian yang mendalam.¹ Dengan demikian, semakin pesatnya perkembangan teknologi akan menimbulkan suatu ikatan yang mendalam dari masing-masing individu walaupun dari jarak jauh.

Hal ini juga membawa perubahan bagi dunia digital yang merupakan sebuah peralihan dari media konvensional ke era internet. Peralihan dari media konvensional ke era internet yaitu salah satunya adalah konten audio. Dahulu, konten audio hanya tersedia di radio melalui gelombang Frekuensi baik itu *AM (Amplitudo Modulation)* dan *FM (Frequency Modulation)*.² Namun dengan kehadiran internet kini banyak pilihan yang tersedia untuk mendengarkan konten audio dengan lebih leluasa dan juga dapat dijangkau dari mana saja. Podcast adalah

¹ Oktavianti Riswita, Bella Chitra, *Strategi Digital Public Relations Pegiat Podcast dalam Membangun Brand Engagement (Studi Kasus dalam Podcast Duo Budjang)*, Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanegara, 2019, hal. 538. (Diakses pada tanggal 18 November 2022, pukul 23.32)

² Efi Fadilah, Pandan Yudhapramesti, Nindi Aristi, *Podcast Sebagai Alternatif Distribusi Konten Audio*, Bandung: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjajaran, 2017, hal. 90. (Diakses pada tanggal 18 November 2022, pukul 23.33)

bentuk kehadiran dari perkembangan internet yang saat ini digandrungi oleh masyarakat. Secara singkat, podcast adalah sebuah konten audio atau video yang di distribusi melalui internet dan dapat ditonton secara gratis ataupun berlangganan oleh siapapun.

Kepopularitasan podcast di Amerika Serikat semakin meningkat. Hal ini dilihat pada laporan *PEW Research Institue* yang melaporkan bahwa ketertarikan podcast cenderung berkembang walaupun dalam sekelompok khalayak kecil. Selain itu, pada tahun 2016 *Edison Research* mendata bahwa anak-anak usia 12 tahun keatas sudah mendengarkan podcast dalam satu bulan terakhir. Data tersebut menyatakan bahwa adanya kenaikan engagement sampai dengan 21% pendengar podcast dibanding tahun 2013 yang hanya menyentuh 12%. Sedangkan data dari *Reuters Institue* pendengar podcast secara aktif menyentuh angka 17% pada tahun 2016. Hal tersebut diiringi oleh konten yang memiliki kualitas yang baik dan juga tersedia platform podcast yang dapat memudahkan masyarakat untuk mendengarkan konten podcast audio tersebut.³ Dilansir dari *Kompas.com*, Indonesia adalah Negara terbanyak ke dua di dunia dalam mendengar podcast dengan jumlah 39% pengguna internet. Pada bulan Januari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia yaitu 204,7 Juta. Jika dihitung berdasarkan jumlah pendengar podcast di Indonesia, maka setiap minggunya terdapat 73 juta jiwa orang yang mendengarkan podcast di

³ Ibid, hal. 91

Indonesia.⁴

Dengan perkembangannya yang semakin meningkat, maka podcast audio bisa menjadi peluang bagi masyarakat dengan melihat keunggulannya yang dapat diakses dari manapun dan dapat dikontrol secara langsung oleh konsumen. Survei dari *dailySocial* dan *Jakpat Mobile Survey* membuktikan bahwa 65.00% masyarakat tertarik dengan konten podcast dan 62,69% podcast adalah sebuah konten yang memiliki fleksibilitas dalam mengaksesnya.⁵

Seiring perkembangan podcast di Indonesia, maka semakin banyaknya platform yang menyediakan podcast sebagai salah satu media hiburan dan informasi. Berbagai perusahaan berlomba-lomba untuk mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat untuk konten audio yang disediakan. Spotify adalah salah satu perusahaan yang serius dalam menjalani bisnis konten audio ini. Keseriusannya dapat dilihat dari ia mengakuisisi podcast ternama di Amerika Serikat yaitu *Anchor*. Dengan diakuisisinya *Anchor* sebagai milik Spotify, maka para konten kreator semakin dimudahkan dalam mengupload file audionya ke dalam spotify. Data dari global menyatakan bahwa pengguna pada tahun 2020 spotify mengalami peningkatan 200% dari setiap tahunnya.

Laporan terakhir pada tahun 2020 pada Kuartal-III, Spotify

⁴ Bill Clinton "Jumlah Pendengar Podcast di Indonesia terbesar kedua di Dunia"
<https://tekno.kompas.com/read/2022/05/17/09000067/jumlah-pendengar-podcast-diindonesia-terbesar-kedua-di-dunia?page=all> (Diakses pada tanggal 10 Oktober 2022, pukul 15.40)

⁵ Aprinta Gita, *Strategi Cyber Public Relations dalam Pembentukan Citra Institusi Pendidikan Tinggi Swasta*, 2014, Semarang: Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Semarang, hal. 1. (Diakses pada tanggal 18 November 2022, pukul 23.34)

mengalami pertumbuhan dari sisi engagement jumlah pendengar dengan menyentuh angka 50% lebih besar dibanding kuartal sebelumnya.⁶ Indonesia adalah salah satu pendengar podcast terbanayak pada aplikasi spotify dari 78 negara yang tersebar di dunia. Selain itu, Indonesia juga masuk negara terbanyak di Asia Tenggara dengan jumlah angka mencapai 20% pengguna setiap harinya dan jumlah ini adalah presentase tertinggi dari seluruh dunia.



Gambar 1. 1 Data pendengar podcast di Indonesia

Dengan eksistensi Spotify yang semakin melambung tinggi di Indonesia, namun hal tersebut tidak menjadikan Spotify sebagai aplikasi monopoli pada bidang konten audio. Banyak pesaing perusahaan yang memulai bisnis audio ini untuk menyaingi spotify dalam menyajikan konten audio berbasis on-demand.

Salah satunya yaitu NOICE yang di bawah naungan PT Mahaka Radio Integra (MARI) yang memulai melebarkan pasarnya di dunia podcast. Pada awalnya NOICE adalah sebuah aplikasi layanan streaming Radio diantaranya yaitu MUSTANG 88 fm, MOST radio 105.8 fm, GEN 98,7 fm Jakarta, GEN 103.1 fm Surabaya, dan JAK

⁶ Alfandy Dafa Zein, *Strategi Program Podkesmas dalam Meningkatkan Jumlah Pendengar di Spotify tahun 2020*, Yogyakarta: Universitas Muhamadiyah Yogyakarta, 2021, hal. 4 (Diakses pada tanggal 18 November 2022, pukul 23.35)

101 fm.⁷ Namun melihat perkembangan konten audio yang bersifat *on-demand*, Noice melakukan inovasi untuk menciptakan layanan audio berbasis on-demand yang dapat diputar setiap waktu. Seiring berjalannya waktu Noice berdiri sendiri dengan mendirikan sebuah perusahaan yang di khsususkan untuk menaungi Noice dan berdirinya PT. Mahaka Radio Digital yang sekarang membawahi Noice.

Dalam membangun eksistensi konten audio yang diinginkan, Noice membuat sebuah konten dengan beragam Topik pembahasan namun di balut dengan komedi guna menarik pendengar di masyarakat. Maka dari itu, sebuah inovasi yang dilakukan oleh Noice dengan menggaet beberapa Stand Up Komedian sebagai pengisi Konten Audio di Aplikasi Noice. Selain itu, Noice juga memiliki beberapa Produser di beberapa konten podcastnya supaya Podcast tersebut berjalan dengan baik dengan arah yang telah ditentukan dari Produser tersebut. Hal ini membawa dampak positif bagi Noice, Data menyatakan bahwa pada tahun 2020 Noice mengalami total play yang signifikan mencapai 200% engagement pendengar pada bulan Maret&April 2020.⁸ Noice juga mengklaim bahwa tahun ini terdapat 2 miliar menit yang diputar pendengar di Aplikasi Noice dan angka tersebut melebihi tahun sebelumnya sekitar 1 miliar menit.⁹

⁷ Velantin Valiant, *Strategi Komunikasi Konten Podcast di Aplikasi Noice*, 2020, Jakarta: Universitas Persada Indonesia, hal. 11 (Diakses pada tanggal 18 November 2022, pukul 23.36)

⁸ Alfandy Dafa Zein, *Op.Cit*, hal. 3

⁹ Fathurrozak, "Berebut Massa Lewat Konten Suara"

<https://mediaindonesia.com/weekend/521701/berebut-massa-lewat-konten-suara> (Diakses pada 01 Oktober 2022, pukul 23.00)



Gambar 1. 2 Data pendengar podcast di noice



Gambar 1.3 Pertanyaan tentang Noice dan Spotify pada website Quora.com

Sebuah poling dilakukan pada sebuah Website *Quora.com* dengan pertanyaan membandingkan aplikasi mana yang terbaik dalam mendengarkan sebuah podcast. Jawaban dari poling tersebut berbeda - berbeda, ada yang beranggapan bahwa Spotify lebih baik dibanding Noice dan juga sebaliknya.¹⁰ Pada tahun 2020, sebagian besar konten di platform Noice didominasi oleh podcast. Tidak seperti saingannya Spotify yang telah bermitra dengan pembuat konten podcast di Indonesia yang bekerja sama dengan *Anchor*, Noice membangun seluruh bisnis podcastnya dengan kaki sendiri yang mengandalkan genre komedi dan horor. Dengan konten yang lebih mengandalkan

¹⁰ Quora.com "Dalam mendengarkan podcast mana yang lebih baik antara Noice dengan Spotify" <https://id.quora.com/Dalam-mendengarkan-podcast-mana-yang-lebih-baik-antara-Noicedengan-Spotify> (Diakses pada 07 Oktober 2022, Pukul 15.00)

kelokalan konten kreatornya, Noice akan menjadi penantang Spotify di Indonesia.¹¹

Tabel 1. 1 perbandingan podcast di Noice dan Spotify

Karakteristik Podcast	Noice	Spotify
No. Genre Podcast	39	15
Original Podcast	44	26
Genre yang paling populer	Komedi	Pembicaraan Umum
Total genre podcast original	25%	38%
Durasi rata-rata dari 10 podcast yang paling banyak di stream	47.5	24.1

Melihat beberapa temuan diatas, maka identifikasi masalah yang diciptakan yaitu masing-masing platform harus berlomba dalam menyusun strategi supaya pendengar dapat memilih konten yang nyaman untuk di dengarkan. Spotify dan Noice sebagai penyedia platform podcast harus merencanakan sebuah konten yang menarik dan dapat diminati oleh pendengarnya dengan cara konten yang disediakan harus disusun atau direncanakan dengan tujuan dapat mempertahankan engagement pendengarnya.

¹¹ Cindy Silviana "Indonesian newcomer audio app Noice prepares roadmap to take on Spotify" <https://www.dealstreetasia.com/stories/Noice-competing-with-spotify-235489> (Diakses pada tanggal 07 Oktober 2022, pukul 15.30)

Noice sebagai perusahaan yang membuat podcast harus mempercayai seseorang yang bisa memproduksi sebuah konten podcast demi meraih serta mempertahankan eksistensinya di kalangan pendengarnya. Maka dari itu, Noice memiliki Produser di masing-masing konten yang ada di Aplikasi Noice, sehingga Produser ini yang mengatur jalannya sebuah Podcast dan juga dapat menyusun sebuah strategi komunikasi yang dilakukan dan akan di perankan oleh Pengisi Podcast tersebut menjadi sebuah satu kesatuan konten audio yang berkualitas. Pada dasarnya, sebuah strategi komunikasi ditujukan untuk sebuah perusahaan mencapai tujuan yang diinginkan. Menurut *Triartanto*, strategi adalah cara guna mencapai sebuah tujuan yang ingin dibutuhkan. Sedangkan menurut *Marthin-Anderson* yang tertuang pada bukunya *Perencanaan dan Strategi Komunikasi* menganggap bahwa strategi adalah sebuah karya atau seni yang melibatkan inteligensi dalam sebuah pikiran guna memaksimalkan serta mengefisienkan suatu strategi sehingga memperoleh tujuan yang membawa keuntungan.¹²

Dalam melakukan sebuah komunikasi, erat hubungannya dengan sumber daya yang melimpah untuk mencapai tujuan yang ingin diraih. Menurut *Rogers*, dalam merancang sebuah strategi komunikasi perlunya adanya batasan pengertian apa itu strategi komunikasi, karena dengan batasan tersebut dapat mengubah tingkah laku manusia dan memunculkan terobosan ide-ide baru. Kombinasi terbaik dari strategi

¹² Velantin Valiant. Op.Cit, hal. 13

komunikasi diungkapkan oleh *Middleton* sebagai seorang pakar komunikasi, ia mendefinisikan bahwa komunikator, pesan, saluran (media), sampai penerima pesan dapat memberikan tujuan komunikasi yang maksimal.¹³

Tidak hanya strategi komunikasi saja, namun penelitian ini juga berfokus kepada cara mempertahankan engagement pendengar sebuah podcast. Engagement adalah timbal balik yang diberikan dari pendengar kepada podcastnya berupa like, kometar, dan juga views. Berkenaan dengan hal tersebut, berzik menyusun sebuah strategi komunikasi guna mempertahankan engagement pendengarnya di aplikasi noice.

Keterlibatan engagement pada sebuah podcast sangat penting untuk keberlangsungan podcast dapat bertahan di industri. Berikut beberapa definisi tentang engagement pendengar yaitu:¹⁴

- Membuat narasi interaktif dengan pendengar untuk menciptakan hasil yang diinginkan.
- Mengaduk keterlibatan emosional dan komitmen penonton
- Membantu pendengar untuk berinteraksi dengan subjek pembicara dan peserta lainnya.
- Menyusun strategi dengan sengaja bagaimana dapat mengubah pendengar menjadi pendengar aktif

¹³ Ibid, hal. 5

¹⁴ Virtasktic.com, "15 Strategies to Increase Podcast Audience Engagement", <https://www.virtasktic.com/increase-podcast-audience-engagement/>, (Di akses pada tanggal 19 Februari 2023, pukul 11.23)

Ada beberapa strategi guna mempertahankan dan juga meningkatkan engagement pendengar yaitu:¹⁵

- Kenali pendengar

Ketahui pasar yang ingin dituju lebih spesifik. Podcast yang tidak memiliki spesifik dan ciri khas tidak akan di dengarkan oleh siapapun.identifikasi pendengarnya dan buat podcast secara aktif. Sehingga akan mengetahui siapa pendengar podcastnya.

- Kenali keinginan pendengar

Keterlibatan berarti menarik perhatian mereka dan menarik mereka masuk. Topik apa yang menarik bagi mereka? Pertanyaan apa yang mereka miliki tentang tema ini? Masalah apa yang mereka hadapi dan bagaimana menyelesaikannya? Apa impian mereka? Sasaran? Ketakutan?

Tanyakan pendengar secara langsung atau lakukan riset online untuk mendapatkan jawaban. Salah satu idenya adalah memeriksa bagan podcast untuk melihat podcast apa yang sedang tren dengan topik episode terbaru.

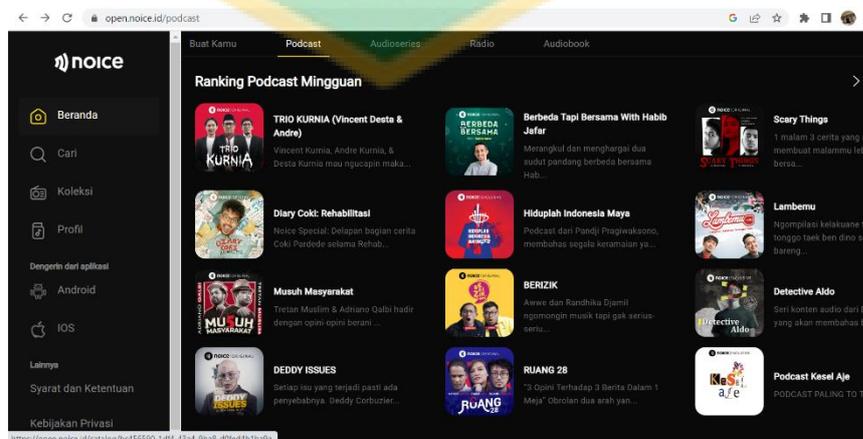
- Mengatur episode dan juga tema

Salah satu cara untuk membuat pendengar tertarik dan

¹⁵ Ibid.

menghargai waktu mereka adalah mengatur episode berdasarkan tema. Pilih tema dan tetap pada topik sepanjang pertunjukan dengan asumsi memilih tema yang menjadi perhatian pendengar, sehingga pendengar akan lebih bersemangat untuk mendengarkan.

Noice mempercayakan Produser di beberapa Programnya guna menciptakan sebuah konten podcast yang berkualitas sesuai dengan rencana yang telah dipersiapkan. Data yang didapatkan di Aplikasi Noice yaitu terdapat 46 program konten podcast yang diisi oleh beberapa produser diantaranya, Podcast berizik di Produseri oleh Ramadhan Suwandana, Podcast Cerita Kampung halaman di Produseri Dicki Mahardika, Podcast Berbeda Tapi Bersama di Produseri oleh Alfonsus, Podcast Happy Broken Family di Produseri oleh Shaviera Melia, Podcast Diary Coki: Rehabilitasi di Produseri oleh Abe Adzka, Alfonsus, dan Shaviera Melia, Podcast Kena Mental di Produseri oleh Wandani Putra dan Abe Adzka, dan masih banyak yang lainnya.



Gambar 1.4 Podcast di Noice

Dengan adanya Produser pada program konten podcast di Noice, diharapkan produser – produser tersebut dapat menciptakan strategi komunikasi yang baik dan dapat dijalankan oleh para Podcaster sehingga Program Konten Podcast tersebut dapat mempertahankan *engagement* pendengar di Aplikasi Noice.

Dalam penelitian ini, penulis ingin meneliti salah satu Program Podcast yang berada di Noice yaitu Podcast Berizik yang diisi oleh Randhika Djamil dan Awwa. Podcast Berizik adalah podcast original pertama yang berada di aplikasi Noice yang di produseri oleh Ramadhan Suwandana yang tayang pada hari rabu dan Jumat dengan membahas tema musik namun dengan pembawaan yang santai dan dibumbui komedi.

Jumlah episode Podcast Berizik saat ini yang telah tayang di aplikasi Noice yaitu 364 episode dengan jumlah Subscribers 43 ribu. Pada bulan Oktober 2022, jumlah Engagement yang diraih dari Podcaster Berizik ini yang dilihat dari jumlah Like dan Komentar yang terbanyak dengan judul “Soundtrack Game Grand Theft Auto” dengan jumlah 206 Komentar, 322 Like, dan 9 Unlike yang tayang pada tanggal 5 Oktober 2022



Gambar 1. 5 Jumlah Komentar dan Like Berizik pada 5 Oktober 2022



Gambar 1. 6 Jumlah Subscribes Berizik di Aplikasi Noice

Dibanding dengan podcast lain, berizik adalah satu-satunya podcast yang bertema genre komedi dengan membahas musik. Terdapat podcast lain yang bergenre komedi namun tidak membahas musik, salah satunya yaitu podcast agak laen yang ada di spotify. Podcast agak laen yang diisi oleh Boris Bokir, Bene Dion, Oki Rengga, dan Indra Jegel adalah podcast yang membahas tentang kejadian-kejadian di masa muda yang agak lain di dibandingkan zaman sekarang.¹⁶ Pembahasannya yang komedi, maka podcast ini memiliki banyak pendengar di spotify. Podcast yang membahas musik ada juga yaitu podcast kekorean.

¹⁶ Yohanes Wenggar Harususilo, "4 Podcast Komedi yang Bisa Mengocok Perut", <https://www.kompas.com/tren/read/2022/09/15/180000665/4-podcast-komedi-yang-bisa-mengocok-perut?page=all> (Di akses pada tanggal 19 Februari 2023, pukul 10.18 WIB)

Podcast ini dipandu oleh Ron dan Dita dengan membahas seluk beluk musik kpop dengan dalam.¹⁷ Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat dilihat bahwa berizik adalah podcast satu-satunya yang membahas musik dengan genre komedi dari berbagai macam podcast musik dan komedi yang ada di Indonesia.

Mengenal lebih dalam dari Podcast Berizik yang di isi oleh Randhika Djamil dan Awwe serta Produsernya Ramadhan Suwandana, ketiganya memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Randhika Djamil dan Awwe adalah Stand Up Komedian profesional yang sering mengisi beberapa acara Komedi di Film ataupun Televisi. Program acara Televisi yang pernah dibawakan oleh Randhika Djamil diantaranya Stand Up Comedy Indonesia, sebagai peserta pada tahun 2012 (Kompas TV), Stand up Comedy Show (Metro TV), Comic Action (Kompas TV), Komedi Spesial (Kompas TV), SUPER (Kompas TV), Duel Super (Trans 7) dan beberapa membintangi Film di Indonesia diantaranya Manusia Setengah Salmon, Bajaj Bajuri the Movie, Relationshit, Sweet 20, Aku Thaun Kapan Kamu Mati, Ghost Writer 2, serta beberapa series yaitu Cek Toko Sebelah: Babak Baru, Imperfect the Series, dan Susah Sinyal the Series. Sedangkan Awwe juga pernah mengisi beberapa program Televisi dan film diantaranya Stand Up Comedy Show (Metro TV), Stand Up Seru (Kompas TV), Newshow (Metro

¹⁷ Dyah Paramita Saraswati, "Rekomendasi Podcast Musik yang Bisa Kamu Dengar", <https://hot.detik.com/music/d-4697755/rekomendasi-podcast-musik-yang-bisa-kamu-dengar> (Di akses pada tanggal 19 Februari 2023, pukul 10.21 WIB)

TV), Stand Up Comedy Indonesia (Kompas TV), Stand Up Comedy Academy (Indosiar), Kos Kosan Me-Me (Trans TV), Anak Sekolah (Trans 7). Walaupun terlihat sama latar belakang dari Randhika Djamil dan Awwe, namun keduanya memiliki perbedaan yaitu Randhika Djamil pernah menjadi penyiar Radio di Trax 101,4 FM dan juga memiliki latar belakang pendidikan D-3 Hubungan Masyarakat di Universitas Padjajaran. Setelah mengenal lebih dalam dari kedua Podcaster Berizik, selanjutnya yaitu dari Produser Berizik Ramadhan Suwandana. Ia adalah produser berizik yang sebelumnya menjadi asistant produser berizik. Selain itu, ia adalah seorang stand up komedian dari bogor sehingga cukup kenal dengan Randhika Djamil dan Andi Wijaya karena satu profesi sebagai komedian.

Dengan demikian, Noice berupaya menjadi salah satu Aplikasi Penyedia Podcast yang bersaing dari berbagai pesaing yang ada sehingga Noice Mempercayakan sebuah Produser dalam menyusun Strategi Komunikasi guna mempertahankan *engagement* pendengarnya. Maka dari itu, berdasarkan pemaparan permasalahan yang sudah dijelaskan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Pengelola Podcast dalam Mempertahankan *Engagement* Pendengar (Studi Kasus pada Program Berizik di Aplikasi Noice).

1.2 Rumusan Masalah

Dalam Penelitian ini rumusan masalah nya ialah **“Bagaimana Strategi Komunikasi Pengelola Podcast dalam Mempertahankan *Engagement* Pendengar (Studi Kasus pada Program Berizik di Aplikasi Noice)?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini ingin mengetahui Strategi Komunikasi Pengelola Podcast dalam Mempertahankan *Engagement* Pendengar (Studi pada Program Berizik di Aplikasi Noice).

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari tujuan di atas, maka hasil penelitian akan memiliki kegunaan bagi penulis maupun pembaca, kegunaan penelitian sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan keilmuan tentang media podcast serta mempertahankan *engagement* pendengar atas konten yang telah dibuat di podcast dengan cara strategi komunikasi yang menjadi fokus penelitian.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini adalah sebagai media referensi dan tukar pikiran kepada podcast-podcast lain baik yang ada di Noice ataupun dari platform lainnya dalam membuat podcast supaya *engagement* pendengar bertahan melalui tahapan-tahapan strategi komunikasi yang dilakukan

3. Kegunaan Akademis

Sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan persyaratan kelulusan program S1 studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Politik dan Ilmu Sosial Universitas Nasional

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BABB II

KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi uraian mengenai penelitian terdahulu, kajian pustaka, kerangka pemikiran.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi uraian pendekatan penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data dan analisis data, lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian Hasil Penelitian (Sejarah singkat dan

profil Perusahaan), dan Pembahasan penelitian

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi uraian Kesimpulan dan Saran

