

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komunikasi merupakan unsur penting yang melandasi kehidupan manusia. Hal ini sesuai dengan hakikat manusia sebagai makhluk sosial yang tidak dapat hidup tanpa keberadaan manusia lainnya. Komunikasi yang terjadi dapat berupa antar individu ataupun kelompok yang bertujuan untuk menyampaikan sesuatu hal. Komunikasi dibutuhkan dalam setiap elemen kehidupan, baik kehidupan keluarga, lingkungan sosial, pertemanan, pendidikan, maupun dalam lingkungan kerja. Dengan demikian, komunikasi adalah faktor penting dalam kehidupan manusia.

Dalam setiap aspek kehidupan, baik itu dalam kehidupan keluarga, lingkungan sosial, pertemanan, pendidikan, maupun lingkungan kerja, komunikasi memegang peranan penting. Keluarga menggunakan komunikasi untuk membangun kedekatan dan memahami satu sama lain. Di lingkungan sosial, komunikasi membentuk norma dan nilai-nilai yang mengikat masyarakat. Pertemanan didasarkan pada komunikasi yang membentuk hubungan emosional. Dalam pendidikan, komunikasi menjadi media untuk menyampaikan pengetahuan dan membentuk pola pikir. Begitu juga di lingkungan kerja, di mana komunikasi memfasilitasi kolaborasi dan pencapaian tujuan bersama.

Seiring dengan kompleksitas kehidupan manusia, pentingnya komunikasi juga meluas ke dalam konteks organisasi. Interaksi internal antar individu di dalam organisasi merupakan pondasi bagi kerja sama dan produktivitas. Namun, tidak hanya itu, hubungan dengan lingkungan eksternal seperti masyarakat dan pemangku kepentingan (stakeholder) juga memerlukan perhatian khusus.

Komunikasi merupakan elemen yang sangat vital dalam konteks organisasi, tidak hanya sebatas interaksi internal antar individu, tetapi juga

mencakup hubungan dengan lingkungan eksternal seperti masyarakat dan pemangku kepentingan. Dalam konteks ini, peranan komunikasi menjadi sangat signifikan, terutama melalui fungsi khusus yang dikenal sebagai public relations (PR). PR memiliki peran penting dalam mengelola dan memelihara hubungan antara suatu organisasi atau perusahaan dengan masyarakatnya.

Public relations dapat diartikan sebagai serangkaian fungsi khusus yang terfokus pada aspek manajemen, dengan tujuan mendukung proses pembentukan dan pemeliharaan garis komunikasi dua arah antara organisasi dan masyarakat atau pemangku kepentingan. Lebih dari sekadar menyampaikan informasi, PR juga berusaha menciptakan sikap saling menerima, saling mengerti, dan kerjasama yang positif di antara kedua belah pihak.

Tugas utama manajemen dalam ranah PR melibatkan pemecahan masalah informasi, tanggapan terhadap pendapat umum, definisi, dan penekanan terhadap tanggung jawab organisasi dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada masyarakat. Ini mencakup manajemen responsif terhadap isu-isu yang berkembang di masyarakat, serta pembentukan citra positif yang berkelanjutan.

Dengan demikian, PR bukan hanya tentang menyampaikan pesan, tetapi juga tentang membina dan memelihara hubungan yang sehat antara organisasi dan lingkungan eksternalnya. Sejalan dengan perkembangan zaman, keberhasilan suatu organisasi tidak hanya diukur dari segi finansial, tetapi juga dari sejauh mana organisasi mampu menjalankan fungsi PR secara efektif, membangun kepercayaan, dan mendukung keberlanjutan hubungan positif dengan masyarakatnya. PR menjadi sebuah alat strategis yang tak terpisahkan dari upaya manajemen untuk menjaga reputasi, mengatasi tantangan komunikasi, dan menciptakan dampak positif dalam lingkungan eksternal organisasi. Salah satu perusahaan yang mengaplikasikan kegiatan public relations adalah Perusahaan Badan Usaha Logistik.

Bulog sebagai menerapkan public relations dengan prinsip manajemen. Manajemen yang dimaksudkan dalam hal ini berupa proses pengidentifikasian, penetapan, dan pembinaan hubungan yang saling mendukung antara perusahaan Bulog dengan publik luas. Tidak hanya itu saja, praktik kehumasan juga dibutuhkan untuk mengembangkan komunikasi yang terbuka, yang dapat diindikasikan melalui terwujudnya sikap saling pengertian dan saling memahami antara organisasi dengan publik atas dasar ide bahwa pihak perusahaan akan melaksanakan suatu perubahan yang tidak hanya sebagai sasaran publik semata.

Perusahaan Bulog ini menerapkan fungsi kehumasan dalam kegiatan operasionalnya dalam mengupayakan ketahanan pangan yang merata bagi masyarakat Indonesia. Hal ini dikarenakan pangan sudah menjadi kebutuhan pokok yang wajib terpenuhi oleh semua orang. Namun, persoalan pangan sudah menjadi isu yang umum ditemukan dalam setiap pemerintahan. Persoalan ini dapat berkaitan dengan swasembada, impor, maupun ekspor. Bahkan pada saat pemilihan atau kampanye presiden tahun 2019 lalu, isu ketahanan pangan merupakan isu yang paling banyak diangkat oleh pasangan calon presiden tersebut, mulai dari rencana impor beras, jagung, maupun berbicara terkait harga pangan yang terus fluktuatif.

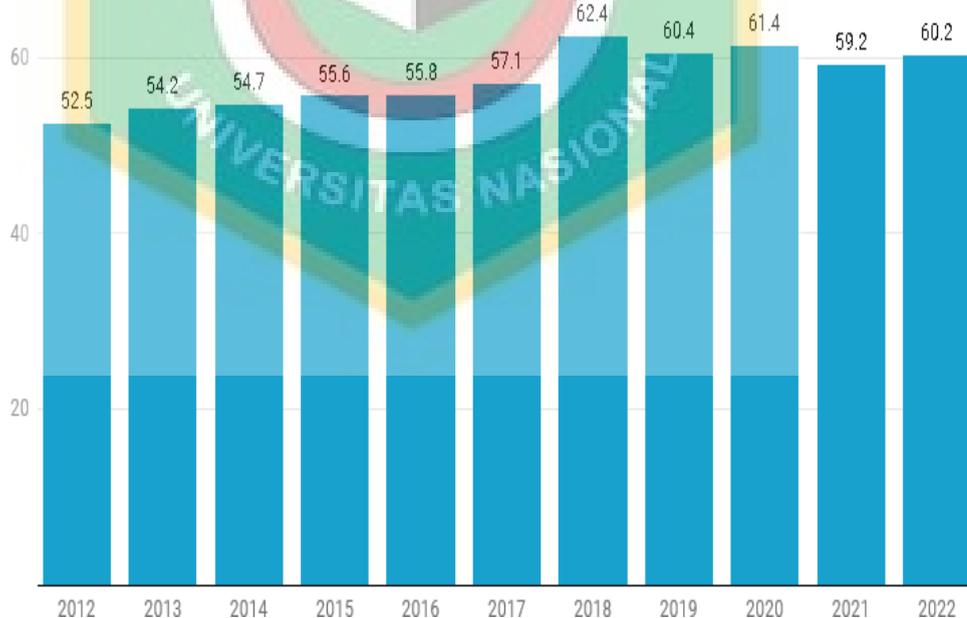
Dalam kerangka ini, Perusahaan Bulog, melalui fungsi kehumasannya, memiliki tanggung jawab untuk menjembatani informasi antara organisasi dan masyarakat. Komunikasi yang efektif dari pihak Bulog menjadi kunci untuk memberikan pemahaman yang tepat kepada masyarakat mengenai langkah-langkah konkret yang diambil untuk menjaga ketahanan pangan. Informasi yang jelas dan akurat akan membantu menciptakan pemahaman bersama dan mengurangi ketidakpastian di kalangan masyarakat.

Lebih dari sekadar menyampaikan informasi, fungsi kehumasan di Perusahaan Bulog juga berkaitan erat dengan membangun dan memelihara hubungan positif dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk petani, pedagang, konsumen, dan pemerintah. Kolaborasi yang

baik dengan semua pihak ini menjadi landasan kuat untuk menjaga keberlanjutan dan keberhasilan langkah-langkah strategis yang diambil oleh perusahaan dalam mendukung ketahanan pangan. Dengan demikian, fungsi kehumasan dalam operasional Perusahaan Bulog tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pembentuk pemahaman, pengelola hubungan, dan jembatan komunikasi yang membantu membangun kepercayaan dan dukungan luas di tengah-tengah masyarakat.

Hal ini sesuai dengan kondisi ketahanan Pangan Indonesia yang masih termasuk dalam kategori rendah. Meskipun mengalami sedikit kenaikan dari tahun 2021 yang sebesar 59.2%, ketahanan pangan Indonesia pada tahun 2022 masih berada di urutan ke 69 dari 113 negara, dengan persentase sebesar 62,2%. Hal ini masih lebih rendah dibandingkan nilai rata-rata Asia Pasifik yang sebesar 63,4%. Artinya, isu ketahanan pangan di Indonesia merupakan isu yang cukup serius dan membutuhkan penanganan yang segera. Asmemare, Kartika; Nitibaskara, Unu; Lidiawati, Ina. (2015)

Indeks Ketahanan Pangan Indonesia



Gambar 1.1 Indeks Ketahanan Pangan Indonesia 2012-2022

Dalam hal ini, peneliti tertarik untuk mengangkat objek penelitian berupa perusahaan Bulog, yang berkaitan dengan upaya menjalankan tugasnya dibidang ketahanan pangan, yang diusulkan strateginya oleh divisi Humas. Masalah pangan ini menyangkut kehidupan masyarakat luas, dan dapat memberikan pengaruh signifikan bagi perekonomian negara. Tidak hanya itu saja, persoalan pangan juga dapat merujuk pada daya beli dan tingkat inflasi perekonomian. Oleh karena itu, Perusahaan Bulog yang memastikan bahwa ketersediaan pangan tersebut sudah mencukupi. Adapun Indonesia menganut konsep ketahanan pangan, sebagaimana terdapat pada Undang-Undang (UU) No.18/2012 mengenai pangan.

Disebutkan dalam peraturan perundang-undangan tersebut bahwa ketahanan pangan mengacu pada kondisi ketika pangan tercukupi bagi kebutuhan negara hingga perorangan, yang mana menandakan bahwa pangan tersedia dalam kuantitas yang cukup beserta dengan kualitas/mutunya yang tetap terjaga, bergizi, beragam, dan terjangkau. Hal ini untuk merealisasikan kehidupan manusia yang sehat, produktif, aktif, dan berkelanjutan.

Inti dari paparan tersebut adalah bahwa perusahaan Bulog memiliki peran sentral dalam menjalankan tugasnya sebagai distributor pangan untuk mendukung ketahanan pangan di Indonesia. Ini melibatkan keterlibatan perusahaan dalam aspek-aspek penting, seperti kedaulatan pangan, kemandirian, pemenuhan kebutuhan, dan manajemen stok ketersediaan. Selain itu, perusahaan Bulog juga diharapkan dapat berkontribusi pada stabilitas nasional melalui upaya menjaga ketahanan pangan yang dapat mencegah gejolak sosial dan politik akibat gangguan dalam penyediaan pangan. Sebagai inti, perusahaan Bulog memiliki tanggung jawab strategis dalam mendukung kebijakan pangan nasional dan memastikan ketersediaan pangan yang memadai dan merata bagi seluruh masyarakat Indonesia.

Selain itu, UU pangan tidak hanya berbicara mengenai pangan, melainkan juga berkaitan dengan tugas perusahaan Bulog untuk memperkuat dan mendukung pencapaian ketahanan pangan dalam perwujudan kedaulatan pangan (*food sovereignty*) dengan kemandirian pangan serta keamanan pangan. Hal ini untuk mewujudkan kedaulatan pangan sebagai hak negara dalam menentukan kebijakan pangan secara mandiri dan menjamin terpenuhinya hak atas pangan bagi masyarakat secara merata.

Ketahanan pangan menjadi aspek yang crucial untuk dijaga dan dioptimalkan karena jika ketahanan pangan terganggu, maka dapat menimbulkan berbagai gejolak sosial serta politik. Kondisi kritis tersebut dapat menimbulkan bahaya pada stabilitas nasional yang dapat meruntuhkan pemerintahan. Misalnya gangguan ketahanan pangan seperti kenaikan harga beras pada waktu krisis moneter, dapat mengakibatkan kerawanan sosial yang membahayakan stabilitas nasional dan ekonomi. Oleh karena itu, pemenuhan kebutuhan pangan dan upaya menjaga ketahanan pangan menjadi suatu urgensi yang harus diterapkan pemerintah Indonesia untuk menyediakan pangan bagi jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar maupun mencakup skala geografis yang luas. Oleh sebabnya, pangan Indonesia dibutuhkan dalam jumlah yang perlu mencukupi dan tersebar untuk memenuhi kriteria konsumsi maupun logistik; yang mudah diakses oleh setiap orang; dan untuk menyediakan stok ketersediaan di kemudian hari.

Inti dari paparan tersebut adalah bahwa perusahaan Bulog memiliki peran sentral dalam menjalankan tugasnya sebagai distributor pangan untuk mendukung ketahanan pangan di Indonesia. Ini melibatkan keterlibatan perusahaan dalam aspek-aspek penting, seperti kedaulatan pangan, kemandirian, pemenuhan kebutuhan, dan manajemen stok ketersediaan. Selain itu, perusahaan Bulog juga diharapkan dapat berkontribusi pada stabilitas nasional melalui upaya menjaga ketahanan pangan yang dapat mencegah gejolak sosial dan politik akibat gangguan

dalam penyediaan pangan. Sebagai inti, perusahaan Bulog memiliki tanggung jawab strategis dalam mendukung kebijakan pangan nasional dan memastikan ketersediaan pangan yang memadai dan merata bagi seluruh masyarakat Indonesia.

Isu yang paling umum ditemukan di perusahaan Bulog berupa masalah ketahananpangan Indonesia yang tidak lepas dari sifat produksi komoditi pangan yang cenderung musiman dan berfluktuasi dikarenakan cenderung mudah dipengaruhi oleh pergantian iklim. Perilaku produksi yang dipengaruhi iklim tersebut dinilai berpengaruh signifikan terhadap tingkat ketersediaan pangan nasional. Hal ini karena jika perilaku produksi yang rentan terhadap perubahan iklim tersebut tidak dilengkapi dengan kebijakan pangan yang tangguh maka dapat menimbulkan kerugian, baik untuk produsen ataupun konsumen, khususnya produsen berskala produksi kecil maupun konsumen yang berpeenghasilan rendah. Selanjutnya, isu lainnya berupa karakteristik komoditi pangan yang cenderung mudah rusak, lahan produksi yang terbatas, sarana dan prasarana yang kurang memadai, maupun lemahnya penanganan panen serta pasca panen. Kemunculan isu tersebut mendorong pemerintah untuk segera melakukan intervensi dengan cara perwujudan kebijakan ketahanan pangan, salah satunya melalui optimalisasi kinerja Bulog.

Suatu berita yang tidak bisa dimasukkan dalam kategori benar atau fakta ditemukan di perusahaan Bulog berupa masalah ketahananpangan Indonesia yang tidak lepas dalam produksi komoditi pangan yang cenderung hanya pada waktu tertentu sehingga hal ini menjadi suatu pembicaraan yang akan menunjang pangan di Indonesia terbilang menunggu pada musim dan beriklim yang menentu. Dalam hal ini perilaku produksi yang dapat dipengaruhi dinilai berpengaruh signifikan terhadap tingkat ketersediaan pangan nasional. Hal ini karena pada perilaku produksi yang sangat rentan akan adanya pangan yang kuat dan tangguh maka dapat menimbulkan kerugian. Dalam hal ini pada dasarnya musim atau iklim sangat mempengaruhi, namun dengan adanya hal itu juga pasti

ada memiliki dampak yang baik dan buruk dalam setiap pengkondisiannya.

Selain itu, permasalahan juga muncul dalam kegiatan distribusi. Dalam konteks ini, ketersediaan pangan di sebagian besar daerah produksi harus disalurkan antar daerah maupun antar pulau. Tetapi tidak jarang ada sarana dan prasarana distribusi yang cenderung terbatas dan mempunyai harga yang lebih mahal dibandingkan distribusi dari luar negeri misalnya kasus pengiriman sapi dari Nusa Tenggara ke Jakarta yang lebih mahal daripada dari Australia ke Jakarta; atau biaya pengiriman beras dari Surabaya ke Medan yang lebih mahal dari pada pengiriman dari Vietnam ke Jakarta. Berkaitan dengan aspek tataniaga, masalah panjangnya rantai pasokan mengakibatkan perbedaan harga tingkat produsen dan konsumen yang cukup besar dengan penguasaan perdagangan pangan pada kelompok tertentu.

Dalam konteks ini, ketersediaan pangan di sebagian besar daerah produksi harus disalurkan antar daerah maupun antar pulau. Tetapi tidak jarang ada sarana dan prasarana distribusi yang cenderung terbatas dan mempunyai harga yang lebih mahal dibandingkan distribusi dari luar negeri misalnya kasus pengiriman sapi dari Nusa Tenggara ke Jakarta yang lebih mahal daripada dari Australia ke Jakarta; atau biaya pengiriman beras dari Surabaya ke Medan yang lebih mahal dari pada pengiriman dari Vietnam ke Jakarta. Berkaitan dengan aspek tataniaga, masalah panjangnya rantai pasokan mengakibatkan perbedaan harga tingkat produsen dan konsumen yang cukup besar dengan penguasaan perdagangan pangan pada kelompok tertentu.

Dalam upaya mengatasi tantangan ketahanan pangan di Indonesia, Perusahaan BULOG mengambil langkah-langkah konkret untuk meningkatkan infrastruktur yang dibutuhkan untuk menjalankan tugas pemerintah di bidang ini. Peningkatan jumlah infrastruktur ini bertujuan untuk memastikan kelancaran dan efektivitas pelaksanaan program ketahanan pangan yang menjadi prioritas nasional. Pihak Humas

Perusahaan BULOG juga memainkan peran kunci dalam menyosialisasikan dan mengedukasi masyarakat mengenai urgensi isu ketahanan pangan di Indonesia. Dalam konteks ini, mereka tidak hanya berfokus pada tingkat nasional, tetapi juga berusaha menciptakan dampak global. Pihak Humas turut mengajak partisipasi pihak G20 dalam kegiatan Presidensi yang diselenggarakan pada tahun 2022. Salah satu pendekatan yang diambil adalah dengan memberitakan informasi mengenai urgensi isu ketahanan pangan Indonesia. Pihak Humas berperan sebagai fasilitator komunikasi, menyoroti tantangan dan kebijakan yang telah diimplementasikan oleh pemerintah dalam memastikan ketahanan pangan di tanah air. Dengan demikian, masyarakat dapat lebih memahami peran dan pentingnya ketahanan pangan sebagai pondasi pembangunan yang berkelanjutan.

Lebih jauh lagi, Pihak Humas Perusahaan BULOG tidak hanya memfokuskan pada tingkat domestik, tetapi juga berupaya untuk membentuk solidaritas global. Mereka mengajak pihak G20, sebuah forum yang melibatkan negara-negara maju dan berkembang, untuk bekerja sama dalam memecahkan masalah ketahanan pangan secara bersama-sama. Dengan melibatkan komunitas internasional, diharapkan dapat tercipta sinergi dan kolaborasi yang kuat untuk mengatasi tantangan global terkait pasokan pangan.

Langkah ini mencerminkan komitmen Perusahaan BULOG dalam membangun hubungan yang lebih luas dan memberikan kontribusi positif dalam mencapai ketahanan pangan tidak hanya di tingkat nasional, tetapi juga di tingkat global. Dengan demikian, Perusahaan BULOG tidak hanya berperan sebagai pelaksana tugas pemerintah, tetapi juga sebagai agen perubahan yang proaktif dalam menangani isu-isu kritis yang melibatkan ketahanan pangan.

Oleh sebabnya, peranan perusahaan Bulog dalam mengelola ketahanan pangan ini merupakan unsur penting yang perlu diterapkan, salah satunya berkaitan dengan peranan divisi humas, salah satunya

melalui pemanfaatan teknologi internet dan mediasosial seperti Instagram, Facebook, serta Twitter. Dalam hal ini, pihak kehumasan Perusahaan Bulog dapat memanfaatkan aset penting berupa internet, untuk melaksanakan berbagai program melalui media sosial ataupun *website* perusahaan. Hal ini dibarengi dengan usaha untuk mendapatkan opini atau pendapat yang positif dari pihak masyarakat publik, yang dapat memberikan dampak positif maupun manfaat bagi perusahaan.

Untuk mengupayakan hal ini, para pihak praktisi humas dituntut untuk bersikap terbuka dan simpatik dalam menerima segala masukan dan kritik yang membangun dari publik. Dalam konteks ini, pihak publik akan cenderung bergantung pada humas sebagai penyedia informasi di media massa maupun surat kabar. Kehadiran media sosial ditandai dapat menjadi langkah yang efisien dan efektif bagi para praktisi humas karena sangat mudah untuk diakses, serta prosesnya cepat dan tidak membutuhkan banyak biaya. Terlebih lagi, pelaksanaan kegiatan penyampaian informasi dapat lebih cepat dan tepat ke sasaran, sehingga perusahaan atau organisasi juga dapat memperoleh respons atau masukan secara langsung dalam bentuk komentar maupun dari chat yang masuk ke akun organisasi.

Dilansir dari informasi terkini pada Desember 2021, pencapaian gemilang Perusahaan BULOG dalam Jambore PR Indonesia mengukuhkan peran strategis Divisi Humas dalam membangun dan memelihara reputasi perusahaan. Penghargaan Pencapaian "The Most Popular Leader in Social Media 2021" yang diberikan kepada Direktur Utama BULOG, Budi Waseso, mencerminkan peran penting media sosial dalam membangun citra pemimpin organisasi. Divisi Humas berhasil menciptakan dan mengelola konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik bagi masyarakat. Kesuksesan ini menunjukkan bahwa komunikasi media sosial yang transparan dan berdaya tarik dapat meningkatkan kepercayaan dan dukungan publik terhadap pemimpin perusahaan.

Penghargaan kedua diberikan untuk Kepala Bagian Humas dan Kelembagaan: Penghargaan "Pemimpin Humas (PR) Berpengaruh 2021" yang diberikan kepada Kepala Bagian Humas dan Kelembagaan, Tomi Wijaya, menandakan kontribusi yang signifikan dalam merancang dan melaksanakan strategi komunikasi yang mempengaruhi pandangan masyarakat. Keterlibatan aktif dalam membangun hubungan positif dengan media dan pemangku kepentingan eksternal lainnya mencerminkan keberhasilan dalam menjalankan tugas humas dengan efektif.

Relevansi dengan Prinsip Transparansi dan Kebijakan Pemimpin Penerimaan penghargaan ini menggambarkan bahwa prinsip-prinsip transparansi dan kebijakan yang diterapkan oleh pemimpin BULOG, khususnya Direktur Utama dan Kepala Bagian Humas, dianggap berhasil. Komunikasi yang tepat, akurat, dan terbuka kepada publik melalui berbagai platform, termasuk media sosial, telah membantu membentuk persepsi positif terhadap perusahaan. Kesuksesan ini mengonfirmasi bahwa strategi komunikasi yang dijalankan oleh Divisi Humas telah mendukung pencapaian tujuan perusahaan dalam memberikan layanan dan informasi yang tepat kepada masyarakat luas.

Prestasi ini bukan hanya sebagai penghargaan bagi individu-individu tersebut, tetapi juga mencerminkan keberhasilan Divisi Humas BULOG dalam menjalankan peran kritisnya. Pencapaian ini tentu memberikan dorongan moral dan mengukuhkan peran penting humas dalam membangun dan memelihara citra perusahaan di mata publik. Dalam hal ini prinsip transparansi dan kebijakan pemimpin Bulog kepada publik dianggap berhasil dalam mewujudkan tujuan perusahaan dengan memberikan layanan dan informasi yang tepat kepada masyarakat luas.”.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan judul dari penelitian ini berjudul, **“Strategi Divisi Humas Perusahaan Bulog Dalam Mengelola Informasi Ketahanan Pangan”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi Divisi Humas Perusahaan Bulog dalam mengelolainformasi ketahanan pangan?

1.3. Tujuan Penelitian

Atas dasar rumusan masalah yang telah diajukan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi Divisi Humas Perusahaan Bulog dalam mengelolainformasi ketahanan pangan.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan dari penelitian diatas maka hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan suatu manfaat, baik manfaat secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian yang diharapkan sesuai dengan fenomena yang diangkat adalah sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Teoretis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang akan membahas topik penelitian yang relevan, yakni mengenai strategi kehumasan. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat mendukung atau memperkuat temuan penelitian sebelumnya yang sejalan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada perkembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan ilmu kehumasan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk Divisi Humas Perusahaan Bulog dalam meningkatkan kemampuan pengelolaan ketahanan pangan.

2. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan wawasan yang telah diperoleh selama proses pembelajaran di kampus khususnya mengenai Strategi Humas Perusahaan Bulog dalam mengelola ketahanan pangan.

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut ini berupa rincian sistematika dari setiap bab penelitian:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan segmen awal penggabahan di mana menggambarkan latarbelakang, beserta dengan rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan penelitian terdahulu yang relevan, kajian kepustakaan, serta kerangka pemikiran yang akan mendukung pelaksanaan penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mencakup pendekatan yang digunakan, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data serta lokasi dan jadwal penelitian.