

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pesat informasi dalam media sosial telah mengubah gaya komunikasi secara global. Seiring berkembangnya zaman, masyarakat Indonesia sudah mengenali adanya, *internet* dan media sosial yang mengarah kepada kemudahan masyarakat Indonesia dalam mengakses berbagai jenis informasi. Media Sosial, Berdasarkan laporan yang dirilis oleh *We Are Social* pada bulan Januari 2024, menurut data tersebut bahwa di Indonesia terdapat 139 juta identitas pengguna media sosial. Angka tersebut setara dengan 49,9% total populasi nasional. Majunya teknologi dengan berbasis media sosial menjadikan masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai sumber informasi. Facebook, whatsapp, instagaram, tiktok, dan media sosial lainnya yang merupakan bentuk dari media sosial yang paling umum di gunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Berdasarkan Datareportal bulan Januari 2024 bahwa Indonesia masuk urutan ke-4 dunia sebagai pengguna instagram melaporkan bahwa pengguna *internet* saat ini sebesar 5.35 M atau setara dengan 66.2% dari jumlah populasi dunia sebesar 8.08 M. Sedangkan pengguna media sosial sebesar 5.04 M setara dengan 62.3% dari populasi dunia pada bulan Januari 2024. Media sosial menjadi peran yang besar dalam menyampaikan informasi mulai dari informasi terkini, Pendidikan, politik, budaya , dan lain lain

hingga informasi seputar pribadi dan gaya hidup. Dapat diambil contoh, media sosial yang saat ini sering sekali di gunakan adalah Instagram

Instagram berasal dari kata “*instan*” atau “*insta*”, sejenis dengan Kamera *polaroid* yang sebelumnya di kenal dengan “*foto instan*”. Instagram juga memungkinkan kita untuk langsung melihat foto kita di layar. Sedangkan dengan kata “*gram*” berasal dari kata “*telegram*” dan fungsi telegram sendiri adalah dapat mengirimkan informasi dengan cepat kepada orang lain. Demikian pula dengan Instagram dapat menggunakan untuk mengunggah foto maupun video melalui jaringan *internet* sehingga dapat dengan cepat menerima informasi yang di kirim. Oleh karena itu Instagram berasal dari kata “*telegram instan*”. Instagram juga dapat disebut dengan singkatan IG. Instagram adalah salah satu media sosial yang populer saat ini di Indonesia setelah Youtube, Whatsapp, dan Facebook. Data tersebut dapat di lihat dari jumlah pengguna Instagram pada bulan Juli tahun 2025 , jumlah pengguna istagram pada bulan juli tahun 2025 mencapai 99,4 pengguna Instagram di Indonesia¹.

Video, sebagai salah satu format konten yang paling populer, memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk opini publik. Video berasal dari bahasa latin yaitu dari kata “*vidi*” atau “*visum*” yang artinya melihat atau mempunyai penglihatan. Video sebagai *media digital* yang menunjukkan susunan atau urutan gambar-gambar dan memberikan ilusi, gambaran serta fantasi pada gambar bergerak. Fenomena viralitas di media sosial

¹ Scott, S. (2025, Januari 30). 70+ Social Media Stats for 2025. Retrieved from Meltwater: <https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics?utm>

memungkinkan sebuah video menyebar dengan cepat dan mencapai *audiens* yang sangat luas dalam waktu singkat². Video merupakan media penyampai pesan yang bersifat *fakta* maupun *fiktif*, *inforamatif*, *edukatif* maupun *instruksional*³.

Dilihat dari aspek positif, media sosial menjadi sebuah wadah bagi masyarakat untuk menyampaikan kritiknya, sejalan dengan perkembangan teknologi dan komunikasi sebagai sebuah wadah untuk media dan menyampaikan pesan komunikasi membuat banyak tokoh-tokoh atau orang yang berpengaruh atau mempunyai *power* untuk berpendapat atau mengkritik pemerintah menggunakan konten di media sosial. Salah satu tokoh inspiratif yang dapat dijadikan sebagai contoh terang terangan mengkritik pemerintah adalah Najwa Shihab atau kerap di panggil dengan Nana dengan akun instagramnya yaitu @najwashihab. Najwa Shihab Lahir pada tanggal 16 September 1997 di Ujung Pandang Sulawesi Selatan, Najwa Shihab adalah anak dari Quraish Shihab dan Fatmawati Assegaf. Najwa Shihab adalah lulusan dari Universitas Indonesia, jurusan yang di ambil Ketika menempuh pendidikannya di Universitas Indonesia adalah jurusan hukum dan pada tahun 2000, Najwa Shihab telah menyelesaikan studinya dan mendapatkan gelar Sarjana Hukum. Lalu setelah lulus dari Universitas Indonesia, Najwa Shihab memilih karirnya

² Kallerman, A. &. (2020). PENGEMBANGAN MEDIA PEMBELAJARAN VIDEO BERBASIS ANIMASI MATA KULIAH ILMU BAHAN BANGUNAN DI PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK BANGUNAN FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA. Jurnal Pendidikan Teknik Sipil (Jpensil), 8-18.

³ Ni Ketut Sri Purniawati, G. N. (2024). Multimedia Interaktif Berbasis Pendekatan Kontekstual Materi Nama dan Lambang Bilangan bagi Siswa Kelas III Sekolah Dasar. *INDONESIAN JOURNAL OF INSTRUCTION*, 263-273.

menjadi seorang jurnalis. Setelah lama bekerja di jurnalistik membuat Najwa Shihab semakin jatuh hati di dunia jurnalistik yang membuat dia ingin melanjutkan ke Pendidikan magister. Ditahun 2008, Najwa Shihab mendapatkan beasiswa magister dari pemerintah Australia dan Lembaga Pendidikan yang ia pilih yaitu *Melbourne Law School*. Ketika menempuh pendidikan magister di *Melbourne Law School*, Najwa Shihab memilih jurusan Hukum Media.

Najwa Shihab merupakan seorang jurnalis, reportase, dan juga Founder dari Narasi TV yang memiliki pengaruh besar dalam politik khususnya bagi 24,2 Juta *Followers* nya. Najwa Shihab sendiri juga masuk urutan pertama dalam daftar Wanita paling di kagumi di Indonesia, data tersebut dapat dilihat dari survey *YouGov* pada tanggal 25 september 2020 dengan hasil survey berjudul “Indonesia’s Most Admired 2020” dengan perolehan skor sekitar 18,52%

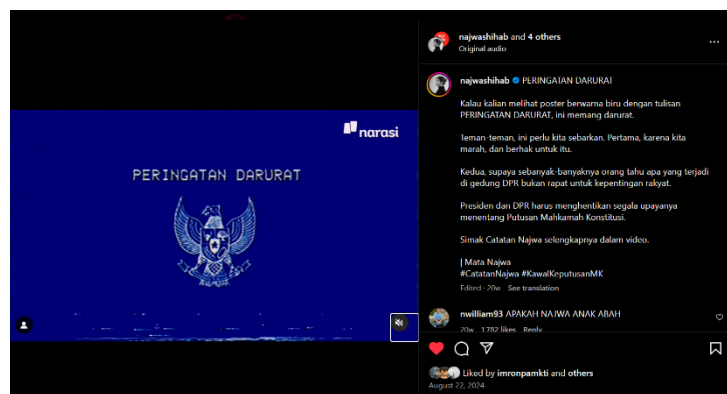
Gambar 1. 1 (Data Indonesia’s Most Admired oleh YouGov)



Sumber : YouGov

Salah satu fenomena yang terjadi di media sosial pada tahun kemarin adalah Video Peringatan Darurat, tepatnya pada tanggal 21 Agustus 2024 , Dilansir dari Detik.com oleh (Aisyah, 2024), gambar burung garuda berwarna biru tersebut, pertama kali diunggah oleh akun kolaborasi @najwashihab, @matanajwa, dan @narasitv di Instagram. Narasi.tv menjelaskan bahwa poster bertuliskan “Peringatan Darurat” tersebut merupakan penggalan dari sebuah video lama yang diunggah oleh akun YouTube EAS Indonesia *Concept* pada 22 Oktober 2022 lalu. EAS Indonesia *Concept* merupakan sebuah akun YouTube yang membuat video dengan konsep *The Emergency Alert System (EAS)* versi Indonesia. *EAS* adalah sistem peringatan kedaruratan nasional Amerika yang didesain untuk menyebarkan pesan darurat di tengah siaran televisi dan radio.

Gambar 1. 2 (Data Postingan Peringatan Darurat Catatan Najwa.)



Sumber : Postingan Instagram @najwashihab yang berkolaborasi dengan akun Instagram

@narasi.tv, @matanajwa, @narasinewsroom, dan @komunitasnarasi .

Fenomena Video Peringatan Darurat mendadak viral di media sosial karena Badan Legislatif DPR RI mengakali putusan Mahkamah Konstitusi, Putusan tersebut terkait perubahan ambang batasan pencalonan untuk semua partai

politik peserta pemilu. Putusan MK Nomor 60/PUU-XXII/2024 menurunkan ambang batas yang sebelumnya adalah 20%. Badan Legislatif mengakali putusan tersebut hanya berlaku untuk partai politik yang tidak memiliki kursi di DPRD, keputusan Badan Legislatif tersebut memicu kekecewaan masyarakat Indonesia. Muncul lah video Peringatan Darurat dengan tagar #KawalKeputusanMK yang mencuat di media sosial yang disinyalir adalah bentuk kekecewaan masyarakat Indonesia kepada putusan Badan Legislatif DPR RI tersebut.

Viralitas adalah kemampuan konten untuk menyebar dengan cepat dan luas di antara pengguna media sosial. Konten viral seringkali mempunyai karakteristik tertentu yang dapat menarik perhatian penonton , membangkitkan emosi penonton , ataupun memberikan informasi yang relevan dan menghibur penonton konten tersebut. Dalam era digital saat ini , media sosial berperan penting dalam memfasilitasi dan mempercepat penyebaran pada konten viral. Istilah “viral” seringkali di kaitkan dengan penggunaan media sosial dan juga istilah “viral” juga sering di gunakan di interaksi media lainnya untuk menggambarkan sebuah fenomena atau konten yang sedang ramai di bicarakan banyak orang dalam suatu waktu tertentu ⁴.

Influencer merupakan seseorang yang memiliki *power* besar terhadap orang lain melalui media sosial, mereka memiliki kemampuan untuk memperngaruhi

⁴ Karmila Pare Allo, W. W. (2025). Dampak Konten Viral di Platform Instagram: Tantangan dan Konsekuensi. Literatify : Trends in Library Developments, 2722-1571 (p-ISSN)2723-0953 (e-ISSN).

atau menggerakkan perilaku dan keputusan orang lain terkait suatu produk, permasalahan, layanan, dan gaya hidup. Dalam hal ini media sosial Instagram merupakan media yang paling sering digunakan oleh para *Influencer*, karena dalam media sosial Instagram para *Influencer* dapat langsung berinteraksi dengan pengikutnya melalui *likes* ataupun kolom komentar, atau yang biasa dikenal dengan *mass-self communication* ⁵. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil 3 komentar dari *Influencer* dan komentar yang beranak pada komentar *Influencer* tersebut dalam postingan peringatan darurat pada akun @najwashihab, dalam penelitian ini peneliti mengambil komentar dari *Influencer* @riaricis1795, @itsrossa910, dan @jeromepolin.

Netizen adalah orang yang selalu aktif di media sosial, yang mempunyai kebebasan dalam menyampaikan sesuatu pada media yang digunakan. Sehingga tak jarang bahwa semua orang dapat dikatakan sebagai *Netizen*. Hal itu dibuktikan dari setiap akun yang dibuat oleh seseorang yang suka berselancar dengan menggunakan *media internet* ⁶.

Opini *Netizen* ada beberapa unsur yang terkandung dalam suatu opini publik. Pertama, memungkinkan terjadinya pro dan kontra, terutama sebelum tercapainya suatu konsensus. Kedua, melibatkan lebih dari seorang, atau dalam istilah *Hennessy* disebut ukuran publik. Ketiga, dinyatakan, yakni opini yang dikomunikasikan secara terbuka. Dan keempat, memungkinkan atau

⁵ Rico, D. S. (2024). KOMUNIKASI SEBAGAI ALAT KONTROL SOSIAL: ANALISIS KRITIS . Jurnal Terapung : Ilmu – Ilmu Sosial, 2656-2928.

⁶ Hariyanto. (2017). Analisis penggunaan gaya bahasa sarkasme netizen di media sosial. . Bersatu: Jurnal Ilmiah Komunikasi, 136–145.

mengundang adanya tanggapan⁷. Teori spiral kesunyian menyatakan bahwa individu mempunyai organ indra yang hampir sama dengan statistik yang digunakan untuk menentukan opini dan cara perilaku mana yang disetujui atau tidak disetujui oleh lingkungan mereka, serta opini dan bentuk perilaku mana yang memperoleh atau kehilangan kekuatan⁸. Media penyebaran informasi berkembang menjadi bentuk media baru, Wahid mengatakan media baru menawarkan kapasitas untuk memperluas *volume* informasi yang memungkinkan individu memegang kontrol lebih besar dan kapasitas menyeleksi informasi tertentu yang mereka harapkan dapat diterima⁹.

Penelitian ini berjudul “Pemetaan Opini *Netizen* Terpengaruh *Influencer* dalam Video Peringatan Darurat Pada Akun Instagram @najwashihab” Penelitian ini membahas pengaruh *Influencer* dalam membentuk opini *Netizen* terhadap isu sosial, khususnya melalui konten video Peringatan Darurat di akun Instagram @najwashihab. Dengan fokus pada dua hal, yaitu isi pesan yang disampaikan dalam video dan respon *Netizen* terhadap komentar *Influencer*, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana *Influencer* dapat memengaruhi opini publik dalam isu penting yang bersifat politis atau kritis serta menganalisis isi dari video peringatan darurat.

⁷ Indrawan. (2017). Opini publik netizen terhadap pencemaran nama baik di media online. Jurnal Komunikasi dan Opini Publik, xx-xx.

⁸ Noelle-Neumann, E. (1993). The spiral of silence: Public opinion – our social skin (2nd ed.). University of Chicago Press.

⁹ Junaidi, R. &. (2019). Analisis Strategi Konten dalam Meraih Engagement pada Media Sosial. Prologia, 231–237.

B. Identifikasi Masalah Dan Batasan Penelitian

Dalam era media sosial digital saat ini, Instagram menjadi salah satu *platform* utama dalam menyampaikan informasi, membentuk opini publik, dan menyebarluaskan informasi politik maupun sosial. Salah satu konten yang viral dan memicu perbincangan luas adalah video “Peringatan Darurat” yang diunggah di akun Instagram @NajwaShihab. Video tersebut mengangkat isu tentang dugaan pelanggaran konstitusi oleh DPR dan pemerintah, serta diproduksi dengan gaya penyampaian yang kuat secara visual, verbal, dan emosional. Tidak hanya isi videonya yang menjadi perhatian publik, tetapi juga interaksi digital yang muncul, khususnya komentar dari tiga *Key Opinion Leader* (*KOL*) atau *Influencer*, yakni Ria Ricis, Rossa, dan Jerome Polin yang kemudian mendapat respons dari *Netizen* dalam bentuk respon komentar *Netizen* terhadap komentar 3 *KOL* tersebut, perdebatan, dan persetujuan maupun penolakan. Fenomena ini menunjukkan bagaimana *Influencer* mampu memengaruhi opini *Netizen*, bahkan dalam konteks isu serius yang menyangkut hukum dan demokrasi.

Agar penelitian lebih terarah dan fokus, maka ditetapkan beberapa batasan sebagai berikut:

1. Penelitian hanya menganalisis satu video unggahan dan memetakan komentar yaitu Peringatan Darurat pada akun Instagram @NajwaShihab, dan tidak mencakup konten lainnya atau *platform* media sosial lain seperti Twitter, YouTube, atau TikTok.

2. Penelitian difokuskan pada interaksi di kolom komentar, termasuk komentar terhadap 3 *Influencer* (Ria Ricis, Rossa, Jerome Polin), serta respon komentar *Netizen* terhadap komentar 3 *Influencer* tersebut.
3. Penelitian menggunakan Realibilitas atar metode , antara lain tiga metode, yaitu:

Analisis framing model Entman untuk memframming isi dari video peringatan darurat tersebut, lalu di perkuat dengan Netnografi kuantitatif model Robert V Kozinets untuk menangkap respon komentar *Netizen* terhadap *Influencer*, lalu data tersebut dikonfirmasi dengan motode Analisis isi kuantitatif untuk memetakan opini berdasarkan *tone* (positif, negatif, netral), *type* (menguatkan, melemahkan, netral), arah komentar (politik, personal, hal lain), serta bentuk persetujuan komentar *Netizen* terhadap komentar 3 *Influencer* tersebut.
4. Data dikumpulkan hanya dari periode waktu tertentu, yaitu sejak Januari 2025 – Februari 2025.
5. Penelitian ini tidak mengeksplorasi secara mendalam motif individu *Netizen* maupun *Influencer* dalam berkomentar, karena tidak dilakukan wawancara, survei, atau observasi mendalam terhadap identitas asli pengguna.
6. Fokus penelitian hanya pada respon terhadap komentar *Influencer* saja.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana opini *Netizen* terhadap komentar *Influencer* dalam video viral peringatan darurat yang di unggah pada akun Instagram @najwashihab tersebut ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk memetakan opini *Netizen* terhadap komentar *Influencer* pada konten video viral peringatan darurat yang di unggah di akun Instagram @najwashihab.

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian berjudul “Pemetaan Opini *Netizen* Terpengaruh *Influencer* dalam Video Viral Peringatan Darurat pada Akun Instagram @NajwaShihab” memiliki beberapa kegunaan, baik dari sisi sosial, akademik, maupun praktis, sebagai berikut:

1. Sosial

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami kecenderungan dan preferensi *Netizen* di media sosial, khususnya Instagram, terhadap komentar *Influencer* dan konten video viral yang mengandung isu politik dan peringatan publik. Melalui pemetaan respon komentar netizen terhadap *Influencer*, serta interaksi antar pengguna, penelitian ini dapat:

- a) Menjadi cermin atas kondisi opini publik digital terkait praktik politik dan hukum di Indonesia.
- b) Meningkatkan kesadaran dan literasi sosial *Netizen*, terutama dalam menyikapi pengaruh figur publik (*Influencer*) di tengah arus informasi yang cepat.

- c) Mendorong interaksi sosial digital yang lebih reflektif, di mana masyarakat tidak hanya menjadi konsumen pasif konten viral, tetapi juga aktor yang kritis dan partisipatif.

Selain itu, penggunaan metode netnografi kuantitatif, analisis framing, dan analisis isi dalam penelitian ini memperkuat kapasitas masyarakat umum untuk mengembangkan kemampuan analisis terhadap pesan media, khususnya pada konten visual di media sosial yang berpotensi memengaruhi opini publik secara luas.

2. Akademik

Dari sisi akademik, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, kajian media, dan sosiologi digital. Secara khusus, hasil penelitian dapat:

- a) Menjadi referensi empiris tentang bagaimana framing konten video viral di media sosial memengaruhi opini digital *Netizen*.
- b) Memberikan pedoman teoritik dan metodologis bagi peneliti lain yang ingin menggunakan kombinasi pendekatan framing Entman, netnografi kuantitatif Kozinets, dan analisis isi dalam studi komunikasi digital.
- c) Menyediakan data dan wawasan tentang perilaku konsumsi dan reaksi pengguna media sosial terhadap konten viral

bermuatan politik, sehingga dapat digunakan dalam kajian media digital, literasi media, atau psikologi komunikasi.

3. Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat:

- a) Memberikan panduan bagi pengguna media sosial, khususnya *Netizen* di Instagram, dalam menyikapi pengaruh komentar *Influencer* pada konten viral yang bersifat politis atau sensitif secara sosial.
- b) Membantu *content creator*, media, dan praktisi komunikasi digital dalam memahami dinamika respons publik terhadap konten yang dibingkai secara emosional dan politis.
- c) Menjadi sumber evaluasi bagi pembuat kebijakan atau lembaga terkait dalam memahami persepsi publik terhadap proses legislasi, serta bagaimana isu tersebut diterima atau ditolak di ruang digital.
- d) Menyediakan pemahaman yang lebih dalam tentang relasi antara konten visual, komentar figur publik, dan pembentukan opini digital, sebagai dasar pengembangan strategi komunikasi yang lebih etis dan bertanggung jawab.

F. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada pemetaan opini *Netizen* yang dipengaruhi oleh komentar *Influencer (KOL)* dalam interaksi *Netizen* terhadap video viral

Peringatan Darurat yang diunggah di akun Instagram @NajwaShihab. Fokus utama penelitian adalah menganalisis bagaimana framing isi video tersebut dibentuk, bagaimana komentar *Influencer* (Ria Ricis, Rossa, dan Jerome Polin) memengaruhi respon komentar *Netizen*.

1. Objek Penelitian

- a. Isi video viral Peringatan Darurat yang dianalisis menggunakan pendekatan framing model Entman untuk memahami bagaimana permasalahan dan pesan yang disampaikan pada video peringatan darurat tersebut.
- b. Komentar dari tiga *Key Opinion Leader (KOL)* atau *Influencer* yakni Ria Ricis, Rossa, dan Jerome Polin pada kolom komentar postingan video peringatan darurat tersebut, yang dianalisis menggunakan metode netnografi kuantitatif model Robert V. Kozinets untuk memetakan interaksi digital dan respon *Netizen* terhadap komentar *Influencer*.
- c. Respon atau opini *Netizen* terhadap komentar *KOL* atau *Influencer*, yang dikaji melalui pendekatan analisis isi terhadap respon komentar-komentar *Netizen* terhadap komentar *Influencer* atau *KOL*.

2. Aspek yang di analisis

- a. Framing isi video menggunakan empat elemen Entman: *Define Problems, Diagnose causes, Make Moral Judgment,*

dan *Suggest Remedies* untuk melihat bagaimana pesan disampaikan dan disusun.

- b. Opini *Netizen* terhadap *KOL*, dengan indikator: persetujuan (setuju/tidak setuju/netral), nada komentar (positif/negatif/netral), arah komentar (menguatkan/melemahkan/netral), serta kecenderungan komentar (personal/politik/hal lain).

3. Batasan Teknis

- a. Penelitian ini hanya menggunakan data yang tersedia secara publik di *platform* Instagram, khususnya pada satu unggahan video Peringatan Darurat di akun @NajwaShihab. Peneliti tidak melakukan wawancara langsung dengan *KOL* atau *Influencer* maupun *Netizen*, serta tidak mengakses data algoritmik internal dari Instagram. Seluruh data yang digunakan diperoleh secara akses terbuka dan diamati secara menggunakan pendekatan netnografi kuantitatif.

G. Penegasan Variable Penelitian

Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yang digunakan, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Pada variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah komentar *Influencer*, yaitu bentuk pernyataan yang disampaikan oleh figur publik atau Key Opinion Leader (*KOL*) seperti Ria Ricis, Rossa, dan Jerome Polin dalam kolom komentar pada video viral Peringatan Darurat di akun Instagram

@NajwaShihab. Komentar *Influencer* dianalisis berdasarkan isi, nada (*tone*), dan arah pesan (*type*), serta daya tarik figur tersebut yang berpotensi memengaruhi respon *Netizen*. Sedangkan variabel terikat (*dependen*) dalam penelitian ini adalah opini *Netizen*, yaitu tanggapan atau reaksi yang ditunjukkan oleh pengguna Instagram terhadap komentar *Influencer* tersebut. Opini *Netizen* diukur melalui indikator seperti bentuk persetujuan atau penolakan terhadap komentar *Influencer*, kecenderungan komentar bernuansa personal atau politis, serta intensitas dan nada respons (positif, negatif, netral). Dengan kata lain, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana komentar *Influencer* (variabel bebas) berperan dalam membentuk atau memengaruhi opini *Netizen* (variabel terikat) dalam interaksi yang terjadi pada video viral Peringatan Darurat di akun Instagram @NajwaShihab.

H. Sistematika Penulisan

1. Bagian Awal Skripsi

Bagian awal memuat halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, halaman pernyataan keaslian, halaman motto dan persembahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, transliterasi dan abstraksi.

2. Bagian Utama Skripsi

Bagian utama terbagi atas bab dan sub bab diantaranya:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi pengantar awal yang menjelaskan konteks umum masalah penelitian. Dalam bab ini, penulis menguraikan latar belakang masalah, merumuskan masalah yang diteliti, tujuan dan manfaat penelitian, batasan atau ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan. Tujuannya adalah memberikan pemahaman awal kepada pembaca tentang alasan dan arah penelitian yang dilakukan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat kajian teori yang menjadi landasan konseptual dalam penelitian. Peneliti menyajikan teori-teori utama, konsep-konsep pendukung, dan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan. Selain itu, dalam bab ini juga disusun kerangka pemikiran yang menghubungkan teori dengan objek penelitian, dan jika diperlukan, hipotesis penelitian turut disusun untuk diuji secara kuantitatif.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan pendekatan penelitian yang digunakan serta metode pengumpulan dan analisis data. Di dalamnya mencakup jenis penelitian, objek dan subjek penelitian, teknik pengambilan sampel,

instrumen penelitian (misalnya coding sheet), teknik analisis data (misalnya tabulasi silang), serta tahapan pelaksanaan penelitian. Tujuannya adalah memberikan gambaran ilmiah dan sistematis tentang bagaimana penelitian dilakukan.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Bab ini menyajikan data hasil penelitian dalam bentuk angka, tabel, grafik, atau diagram. Penulis menganalisis data secara kuantitatif menggunakan metode yang telah ditentukan, serta membandingkannya dengan rumusan masalah dan hipotesis. Bab ini bersifat objektif dan fokus pada penyajian data tanpa banyak interpretasi subjektif.

BAB V: PEMBAHASAN

Bab ini memuat interpretasi dan analisis mendalam terhadap hasil penelitian yang telah disajikan pada bab sebelumnya. Peneliti mengaitkan temuan dengan teori atau kerangka pemikiran, serta menjawab rumusan masalah. Jika menggunakan pendekatan ganda (seperti analisis framing), pembahasan juga melibatkan penafsiran visual secara kualitatif terhadap elemen-elemen dalam konten yang diteliti.

BAB VI: PENUTUP

Bab ini menyimpulkan hasil penelitian secara ringkas, menjawab langsung rumusan masalah, serta memberikan saran berdasarkan temuan penelitian. Saran dapat bersifat teoretis, praktis, atau rekomendasi untuk penelitian lanjutan. Bab ini menjadi penutup keseluruhan rangkaian skripsi.

3. Bagian Akhir Skripsi

Bagian akhir dari skripsi ini berisi tentang daftar rujukan, lampiran, dan daftar riwayat hidup.