

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Turnover menjadi permasalahan yang cukup krusial pada saat ini bagi banyak perusahaan, mengetahui bahwa karyawan merupakan aset utama dan memiliki dampak paling besar terhadap efektifitas dan efisiensi dalam proses berkembangnya sebuah Perusahaan. Terjadinya *Turnover* tentunya akan memberikan dampak secara langsung terhadap produktivitas dan motivasi karyawan dalam bekerja, tidak hanya itu namun Perusahaan juga harus mengeluarkan biaya yang cukup besar untuk melakukan proses rekrutmen kembali. Proses rekrutmen yang sudah mengeluarkan banyak biaya dan mendapatkan karyawan yang berkualitas kemudian semuanya menjadi sia-sia karena karyawan tersebut tidak merasa *satisfy* dengan bekerja pada Perusahaan tersebut akan mempengaruhi kinerja Perusahaan itu sendiri (Anis Eliyana, 2020).

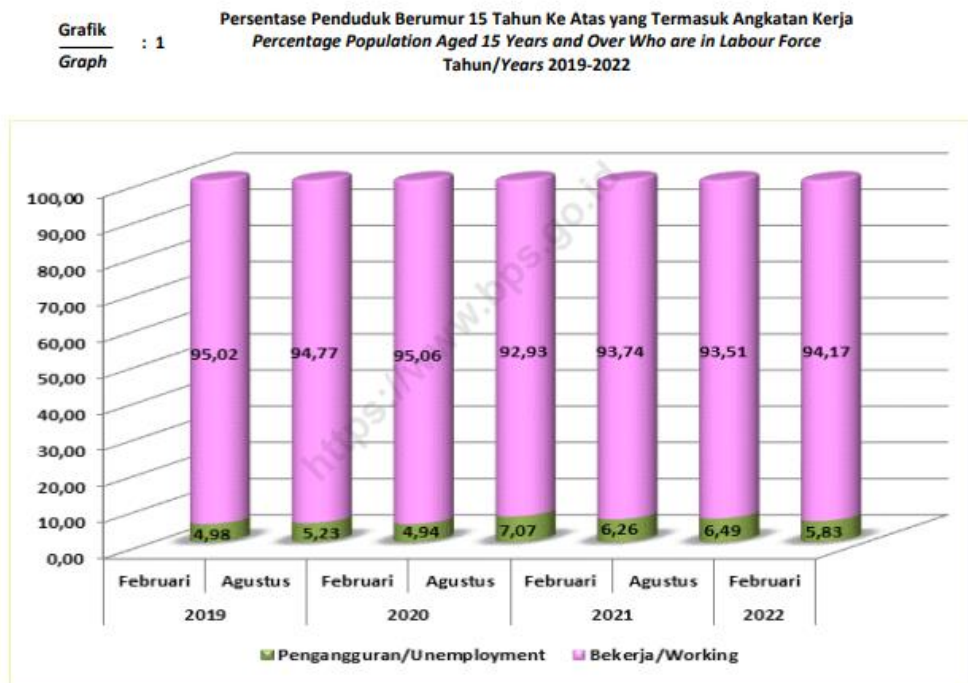
Berdasarkan pada data hasil survei yang dilakukan oleh *Hay Group*, menghasilkan data tingkat *Turnover* di dunia dari tahun 2010-2018, dan dinyatakan bahwa data *Turnover* karyawan di Indonesia sebesar 25,8% yang menempati peringkat ke-3 tertinggi dibandingkan Brazil (24,4%), Amerika (21,8%), China (21,3%), dan Inggris (14,6%). Menurut hasil survei yang dilakukan oleh *Mercer*, menyatakan bahwa Indonesia sebagai salah satu negara di Asia Tenggara masih sangat sulit untuk mempertahankan para karyawannya dalam berbagai aspek, sehingga terdapat beberapa faktor pendorong terjadinya *Turnover* yang dikarenakan meningkatnya *Turnover Intention* karyawan (*Mercer*, 2021). Peristiwa

Turnover ini diawali oleh keinginan karyawan untuk berpindah Perusahaan (*Turnover Intention*). *Turnover Intention* merupakan kecenderungan karyawan untuk meninggalkan Perusahaan secara sukarela atau tidak yang disebabkan banyak faktor kurang menariknya pekerjaannya saat ini atau adanya alternatif yang lebih baik dibandingkan yang dimilikinya saat ini (Robbins & Judge, 2018).

Pada tahun 2022, dilakukan survei terkait tingkatan *Turnover Intention* terhadap 2.200 karyawan di Indonesia pada Perusahaan firma akuntansi terbesar di dunia (PwC), dimana dari hasil data survey menyatakan bahwa 63% karyawan Indonesia sudah berkeinginan untuk pindah kerja dalam waktu dekat 1-2 tahun kedepan dengan alasan untuk mendapatkan gaji yang lebih tinggi (54%), dan peluang pengembangan karir yang lebih baik (37%). Adapun survei lain yang dilakukan oleh *HayGroup* pada tahun 2021 terhadap 1.300 karyawan di Indonesia yang menyatakan bahwa 35% karyawan Indonesia memiliki intensi pindah kerja dalam waktu 1 tahun kedepan dengan alasan gaji yang lebih menjanjikan (42%), dan peluang pengembangan karir yang lebih baik (31%). Survei yang dilakukan oleh *Top Employers Institute* pada tahun 2023 terhadap 1.000 perusahaan di Indonesia menyatakan bahwa 70% Perusahaan di Indonesia mengalami kesulitan dalam mempertahankan karyawan dengan faktor pendorong mereka untuk meninggalkan Perusahaan (*Turnover Intention*) karena peluang pengembangan karir (45%), dan gaji yang kurang sesuai (38%).

Survei yang dilakukan diatas menunjukkan bahwa masih banyak Perusahaan yang masih menghiraukan aspek-aspek terjadinya *Turnover Intention*, dan peristiwa ini merupakan permasalahan krusial dan perlu disadari bahwa mampu berpengaruh terhadap motivasi dan produktivitas bekerja serta memberikan

kepuasan secara batin dan moralitas karyawan (Luthfia Ayu Azanella & Inggried Dwi Wedhaswary, 2019).



Gambar 1. 1 Data Angkatan Kerja 15 Tahun Keatas
Sumber : BPS.go.id

Berdasarkan pada data dari Badan Pusat Statistika (BPS) terkait Angkatan kerja dari tahun 2019-2022 menunjukkan bahwa jumlah Angkatan kerja di Indonesia terus meningkat. Sehingga, berdasarkan pada data BPS pada tahun 2023, Angkatan kerja di Indonesia mencapai 138,2 juta orang dimana terdapat peningkatan sebesar 6,7 juta orang dari sebelumnya 131,5 juta orang pada tahun 2020 yang didorong oleh pertumbuhan penduduk usia kerja dan meningkatkan partiipasi Perempuan dalam Angkatan kerja.

Namun, disamping itu Tingkat pengangguran di Indonesia juga masih tergolong tinggi, dimana pada tahun 2023 tingkatan ini mencapai 5,83% dari populasi atau sekitar 8,4 juta orang yang mengalami penurunan dari 7,07% pada tahun 2020 yang disebabkan oleh pertumbuhan ekonomi dan program pemerintah untuk menciptakan lapangan-lapangan kerja.

Dari keseluruhan populasi Angkatan kerja yang ada, berdasarkan data ketenagakerjaan yang dinyatakan oleh Badan Pusat Statistika (BPS) pada bulan Februari 2023, saat ini dunia bekerja didominasi oleh Generasi Z (kelahiran 1997-2012), dan Generasi Milenial (kelahiran 1981-1996). Kedua generasi ini menjadi aspek utama dalam Angkatan kerja di Indonesia dengan total 62,65% atau sekitar 86,87 juta orang dengan perbandingan presentase Generasi Milenial (34,71%), dan Generasi Z (27,94%). Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia saat ini dipenuhi dengan para pekerja usia produktif, artinya Indonesia memiliki bonus demografi dimana jumlah penduduk usia produktif lebih banyak dibandingkan dengan penduduk usia non-produktif (Lestari, 2023).

Terdapat beberapa macam generasi di Indonesia berdasarkan data sensus penduduk yang ada sesuai kategori umurnya masing-masing. Diantaranya adalah *Pre-Boomer*, *Baby Boomer*, *Gen X*, *Millenials*, *Gen Z*, dan *Gen Alpha*. Dalam pembahasannya, generasi *Pre-Boomer* merupakan individu kelahiran sebelum tahun 1945, *Baby Boomer* merupakan individu kelahiran 1946-1964, *Gen X* yang merupakan individu kelahiran 1965-1980, *Millenials* yang merupakan individu kelahiran 1981-1996, *Gen Z* yang merupakan individu kelahiran 1997-2012, dan *Gen Alpha* yang merupakan individu kelahiran 2013 keatas (UICI, 2023).



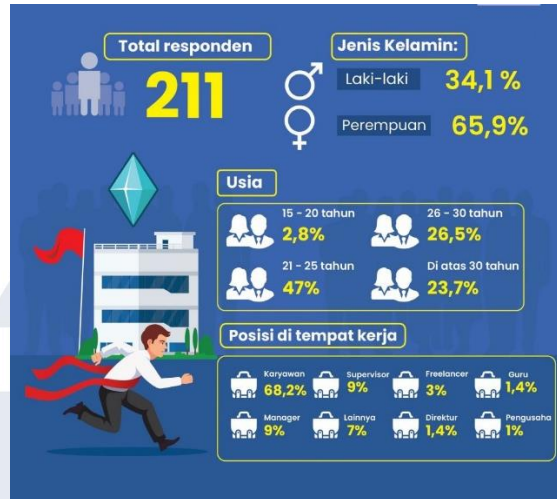
*Gambar 1. 2 Data Sensus Penduduk Indonesia Tahun 2020
Sumber : Data.Goodstats.id (2023)*

Berdasarkan pada data statistik Sensus Penduduk yang diterbitkan oleh BPS (Badan Pusat Statistika) pada tahun 2020, bahwa Generasi Z merupakan generasi kelahiran 1997-2012 yang mendominasi di Indonesia saat ini dengan total jiwa 74,93 juta atau sama dengan 27,94% populasi dari total penduduk Masyarakat Indonesia (Badan Pusat Statistika, 2021). Kemudian diikuti oleh generasi Milenial yang mencakup 69,38 juta jiwa atau sama dengan 25,87% populasi dari total penduduk Masyarakat Indonesia. Diikuti oleh Generasi X di urutan ketiga yang mencakup 58,65 juta jiwa atau sama dengan 21,88% dari total penduduk Masyarakat Indonesia. Dan kelompok generasi Masyarakat paling dikit berada pada generasi *Pre-Boomer* dengan hanya mencakup 5,03 juta jiwa atau sama dengan 1,87% populasi dari total penduduk Masyarakat Indonesia (Jayani, 2021).

Eksistensi Generasi Z sebagai generasi yang mendominasi ini juga memiliki perbedaan pandangan dan cara berpikir dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya. Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) bersama lembaga penelitian Populix menyatakan bahwa

karakteristik yang paling terlihat dari Generasi Z merupakan sikap keterbukaannya yang sangat tinggi terhadap informasi yang belum diketahuinya (Pradipta Pandu, 2023).

Sikapnya yang penasaran ini pada akhirnya mengerucut pada perilaku yang labil dalam dunia bekerja hingga memutuskan untuk berpindah-pindah tempat kerja untuk memenuhi rasa penasarannya. Perilaku ini akrab disebut sebagai *Job Hopping* yang merupakan pola berpindah-pindah tempat bekerja setiap satu atau dua tahun untuk memenuhi keinginannya atau rasa penasarannya sendiri secara sukarela tanpa tuntutan atau kebijakan dari Perusahaan (Pranaya, 2014). Tentunya, dengan sikapnya yang penasaran tersebut Generasi Z cenderung akan mencari kesempatan yang lebih baik dengan mencari peluang untuk perkembangan diri dan karirnya. Besar rasa penasaran menggambarkan besar keinginan untuk *explore* bagi Generasi Z ini, sehingga kecenderungan ini menciptakan harapan-harapan baru bagi mereka dengan membuktikan bahwa mereka dapat dengan mudah berpindah pekerjaan ketika mereka tidak puas pada pekerjaan yang dilakukannya saat ini atau merasa ingin mendapatkan yang lebih menjanjikan. Konteks kepuasan ini seperti kepuasan gaji, peluang pengembangan diri, dan aspek lainnya. (SeekMonday, 2023).



Gambar 1. 3 Hasil Data Responden Terkait Peristiwa Job Hopping Pada Generasi Z dan Millenial
Sumber : IDN Times

Berdasarkan pada hasil survei yang dilakukan oleh *IDN Times* kepada 211 responden untuk menganalisis perspektif mereka terhadap peristiwa *Job Hopping* ini, paling banyak diisi oleh kelompok berusia 21-25 tahun atau Generasi Z sebesar 47%, yang kemudian diikuti oleh kelompok berusia 26-30 tahun sebesar 26,5%, kelompok berusia diatas 30 tahun sebesar 23,7%, dan kelompok berusia 15-20 tahun sebesar 2,8%. Hasil data ini juga diperkuat dengan lama kerjanya karyawan didalam Perusahaan, berdasarkan pada hasil survei yang dilakukan selama 2 bulan ini mendapatkan hasil bahwa karyawan paling lama bekerja didalam Perusahaan adalah 3 tahun sebesar 30,8%, dan durasi paling singkatnya adalah 6-12 bulan sebesar 41,2% (*IDN Times*, 2022). Pada survei yang dilakukan, diketahui bahwa Generasi Z rata-rata hanya bekerja 6 bulan hingga 1 tahun melalui *history* bekerjanya dalam CV yang diberikan kepada Perusahaan (Sarra, 2022).



Gambar 1. 4 Hasil Data Responden Terkait Peristiwa Job Hopping Pada Generasi Z dan Millennial
Sumber : IDN Times

Hasil data diatas menyatakan bahwa sebesar 30,4% responden mengaku pernah berpindah kerja sebanyak 2 kali dan 29,1% berpindah kerja sebanyak 3 kali yang sangat menunjukkan sikap *Job Hopping*. Keputusan karyawan untuk berpindah-pindah tempat kerja tentunya ada faktor yang mendorongnya dari belakang, hasil survei menyatakan bahwa 21,6% karena faktor pendapatan yang tidak sesuai dengan harapan atau kinerjanya. 20,3% responden merasa tidak nyaman dan tidak puas dengan faktor pengembangan diri (*self-development*) karena merasa tidak ada perkembangan baik dari sisi *skills*-nya ataupun *ability*-nya, kurang adanya *training* yang memadai yang mampu meningkatkan jenjang karir karyawan (*IDN Times, 2022*).

Perilaku ini mampu berpengaruh terhadap *Turnover Intention* yang sangat krusial terjadi pada saat ini, intensi untuk berpindah-pindah Perusahaan dalam jangka waktu yang singkat tentunya membuat karyawan kesulitan dalam membangun rasa kepemilikan terhadap Perusahaan atau sulit mendapatkan *chemistry* yang membuat mereka tidak termotivasi. Ketika karyawan berpindah pekerjaan, menandakan bahwa terdapat *gap* antara realita pekerjaan dengan

harapan mereka yang secara tidak langsung juga akan meningkatkan *Turnover Intention*. Program pengembangan diri juga merupakan salah satu dari sekian harapan para karyawan Generasi Z dengan mendapatkan *Training* yang sesuai, *Mentoring* yang sesuai, sehingga mereka bekerja seraya mendapatkan *benefit* untuk pengembangan profesional dirinya masing-masing.

Menurut survey yang dilakukan oleh daring Jakpat mengenai preferensi karir Generasi Z kepada 1.114 responden menyebutkan bahwa, jenjang karir yang jelas menjadi faktor tertinggi sebesar 77%, disusul dengan lokasi tempat kerja sebesar 67%, kemudian faktor tunjangan Kesehatan sebesar 66%, pengembangan diri sebesar 46%, dan waktu kerja yang fleksibel sebesar 40%.

Sehingga, berdasarkan data dinyatakan bahwa Generasi Z ini merupakan generasi yang prospektif dan berorientasi pada masa depan. Apalagi perkembangan diri merupakan suatu aspek yang paling diprioritaskan untuk didapatkan Ketika mereka bekerja. Didalamnya, mereka ingin bekerja di Perusahaan dengan *leadership* yang baik dan banyak kesempatan pelatihan, hal ini dibuktikan oleh hasil survey sebesar 84% responden lebih memilih untuk bekerja di Perusahaan yang seperti itu.

Maka dapat dilihat, bahwa preferensi Generasi Z menjadi kunci bagi dunia industri untuk menarik Sumber Daya Manusia (SDM) muda yang berkualitas bagi Perusahaan. Diperlukan transformasi dalam budaya bekerja, pelatihan, *mentoring*, dan program-program pengembangan diri lainnya untuk menciptakan *employee satisfaction* bagi mereka dan menurunkan tingkat *Turnover Intention*. Program pengembangan karir memberikan kesempatan untuk mengembangkan kompetensi dan inovasi dalam pelatihan yang dibutuhkan oleh Generasi Z seperti *Motivational*

Training, Communication Skill Training, dan sebagainya yang lebih menarik. Sehingga pada akhirnya, para karyawan generasi muda (Gen Z) ini juga lebih merasa senang bekerja dalam Perusahaan yang secara tidak langsung juga menurunkan tingkatan *Turnover Intention* karyawan Generasi Z (Kabar24.com, 2023).

Berdasarkan pada hasil survei yang dilakukan oleh *Society for Human Resource Management* (SHRM) tentang hal yang paling berkontribusi terhadap *satisfaction* karyawan dalam bekerja pada tahun 2016, menyatakan bahwa karyawan ingin merasa dihargai oleh Perusahaan (67%) dimana dalam pembahasannya, karyawan sangat mengharapkan untuk diberikan *feedback* yang konstruktif, diberikan kepercayaan, diberikan kesempatan untuk mengembangkan dirinya (*Training*), ataupun kontribusinya dihargai (Adya Rosyada Yonas, 2023). Selain itu, faktor lain yang mempengaruhi adalah kompensasi ataupun gaji (63%), dimana mereka berharap apa yang sudah mereka lakukan, diberikan bayaran yang sesuai dengan kontribusinya. Kemudian disusul dengan faktor-faktor lainnya seperti keamanan kerja (58%), hubungan karyawan dengan atasan (53%), perasaan aman dalam bekerja (50%), jenis pekerjaan (48%), dan yang lainnya (Maria Juwita, 2022).

Pemenuhan kepuasan ini juga dilihat dari berbagai faktor seperti pelatihan, gaji, tunjangan, kondisi kerja, hubungan antar rekan kerja, kesempatan berkembang, dan sebagainya. Pada dasarnya, karyawan yang puas dengan pekerjaannya akan lebih cenderung untuk menetap di Perusahaan karena mereka merasa *satisfy* dengan pekerjaannya dan diapresiasi, begitupun sebaliknya. Pelatihan yang diberikan Perusahaan juga harus sesuai dengan yang dibutuhkan sehingga Perusahaan juga dapat mencapai tujuannya dan mengembangkan SDMnya itu sendiri, karyawan yang merasa gajinya tidak sesuai dengan kinerjanya tentu akan lebih mungkin untuk

keluar karena merasa tidak adil atau tidak setimpal dengan performa dan kinerja yang sudah dikerahkan untuk Perusahaan. Serta juga, penilaian kinerja ini harus dilakukan secara objektif oleh bagian yang bertanggungjawab, sehingga tidak ada penilaian subjektif yang dapat mempengaruhi produktivitas mereka dalam bekerja.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti faktor yang menciptakan *Turnover Intention* dengan menargetkan pada karyawan Generasi Z. Dalam penelitian ini, variabel yang diambil untuk mendukung adalah *Training Satisfaction*, *Performance Appraisal Satisfaction*, *Pay Satisfaction*, dan *Work Engagement*. Terdapat faktor lain yang mungkin dapat mempengaruhi *Turnover Intention*. Maka, penulis ingin menganalisis lebih lanjut untuk mengetahui pengaruh *Training Satisfaction*, *Performance Appraisal Satisfaction*, dan *Pay Satisfaction* terhadap *Turnover Intention* dimediasi oleh *Work Engagement* pada karyawan Generasi Z yang bekerja di Tangerang.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Turnover Intention menjadi salah satu persoalan yang seringkali disinggung dalam proses internal Perusahaan dimana individu yang memiliki *Turnover Intention* ini pada akhirnya akan menyebabkan rendahnya produktivitas Perusahaan, rendahnya motivasi untuk bekerja, rendahnya disiplin diri, dan rendahnya moralitas bekerja. Karena hal inilah yang mengkonklusikan, bahwa *Turnover Intention* merupakan salah satu aspek yang sangat berbahaya karena individu sudah tidak menaruh hati pada Perusahaan dan menunggu waktu yang tepat untuk keluar dari Perusahaan saja (Joko Suyono, Anis Eliyana, Dwi Ratmawati, 2020).

Permasalahan ini tidak bisa semerta-merta dibiarkan, karena akan merugikan Perusahaan secara berkelanjutan. Untuk mengatasinya, diperlukan dukungan ataupun faktor pendorong dari Perusahaan dan kesadaran individu terkait dampak-dampak yang akan timbul dari *Turnover Intention* bukan hanya terhadap Perusahaan itu sendiri, namun juga terhadap individunya.

Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti akan melakukan penelitian terhadap pengaruh *Training Satisfaction*, *Performance Appraisal Satisfaction*, dan *Pay Satisfaction* terhadap *Turover Intention* dimediasi oleh *Work Engagement* pada karyawan Generasi Z yang bekerja di Tangerang, yang kemudian juga akan menjawab pertanyaan penelitian:

1. Apakah *Training Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement*?
2. Apakah *Performance Appraisal Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement*?
3. Apakah *Pay Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Work Engagement*?
4. Apakah *Work Engagement* memiliki pengaruh negatife terhadap *Turnover Intention*?
5. Apakah *Work Engagement* memediasi antara *Training Satisfaction* dan *Turnover Intention*?
6. Apakah *Work Engagement* memediasi antara *Performance Appraisal Satisfaction* dan *Turnover Intention*?
7. Apakah *Work Engagement* memediasi antara *Pay Satisfaction* dan *Turnover Intention*?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah serta uraian pertanyaan yang sudah dijabarkan diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk menguji, memahami, dan menganalisis adanya pengaruh *Training Satisfaction* terhadap *Work Engagement*.
2. Untuk menguji, memahami, dan menganalisis adanya pengaruh *Performance Appraisal Satisfaction* terhadap *Work Engagement*.
3. Untuk menguji, memahami, dan menganalisis adanya pengaruh *Pay Satisfaction* terhadap *Work Engagement*.
4. Untuk menguji, memahami, dan menganalisis adanya pengaruh *Work Engagement* terhadap *Turnover Intention*.
5. Untuk menguji, memahami, dan menganalisis adanya pengaruh *Work Engagement* sebagai variabel mediasi antara *Training Satisfaction* dengan *Turnover Intention*.
6. Untuk menguji, memahami, dan menganalisis adanya pengaruh *Work Engagement* sebagai variabel mediasi antara *Performance Appraisal Satisfaction* dengan *Turnover Intention*.
7. Untuk menguji, memahami, dan menganalisis adanya pengaruh *Work Engagement* sebagai variabel mediasi antara *Pay Satisfaction* dengan *Turnover Intention*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari pelaksanaan penelitian ini adalah dengan harapan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat penelitian penulis jabarkan sebagai Berikut:

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai acuan dalam pengembangan dan informasi relevan terhadap para pembaca, dan besar harapan penulis penelitian ini bisa memperluas konsep berpikir serta pemahaman para pembaca yang lebih baik mengenai permasalahan yang diteliti; Pengaruh *Training Satisfaction*, *Performance Appraisal Satisfaction*, dan *Pay Satisfaction* Terhadap *Turnover Intention* Dimediasi Oleh *Work Engagement* Pada Karyawan Generasi Z Yang Bekerja di Tangerang.

1.4.2. Manfaat Praktis

Penulis berharap bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan pemahaman terhadap para pekerja Generasi Z dan juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi Perusahaan untuk dapat lebih sadar dan menetapkan program-program efektif untuk mempertahankan karyawan dan mengurangi *Turnover Intention* karyawannya guna mencapai tujuan Perusahaan dengan produktif, efektif, dan efisien.

1.5 Batasan Penelitian

Penulis membatasi penelitian ini untuk memfokuskan ruang lingkupnya agar hasil dari penelitian ini lebih baik yang berdasar pada cakupan latar belakang dan masalah-masalah penelitian. Sehingga penulis menentukan batasan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Responden penelitian merupakan karyawan Perusahaan yang telah bekerja minimal 1 tahun.
2. Responden merupakan karyawan yang sudah pernah melakukan pelatihan (*Training*).
3. Responden merupakan karyawan yang sudah pernah diberikan penilaian kinerja (*Performance Appraisal*)
4. Responden penelitian berusia 18 – 27 tahun.
5. Responden merupakan karyawan yang bekerja di daerah Tangerang (Didalamnya termasuk semua Kawasan Tangerang; Tangerang Kota, Tangerang Tengah, Tangerang Selatan, Kabupaten Tangerang, Kabupaten Tangerang Utara).
6. Penulis menggunakan *Google Form* sebagai media pembantu penyebaran kuesioner penelitian.
7. Penulis memfokuskan penelitian ini dengan 5 variabel, yaitu: *Training Satisfaction*, *Performance Appraisal Satisfaction*, *Pay Satisfaction*, *Turnover Intention*, dan *Work Engagement*.

1.6 Sistematika Penelitian

Penelitian ini dilakukan merujuk pada 5 (lima) bab sistematika penulisan penelitian dengan judul “Pengaruh *Training Satisfaction*, *Performance Appraisal Satisfaction*, dan *Pay Satisfaction* Terhadap *Turnover Intentions*; dimediasi oleh *Work Engagement* Pada Karyawan Generasi Z yang bekerja di Tangerang”.

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab Pendahuluan, terdapat uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat Batasan dan sistematika didalam penelitian. Didalamnya, terdapat penjelasan *fundamental* terkait fenomena yang sedang terjadi, rumusan masalah merupakan pertanyaan yang nantinya akan dijawab dalam penelitian, tujuan penelitian merupakan *output* yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini, manfaat penelitian merupakan keuntungan yang didapat dari hasil dan Batasan penelitian, dan sistematika penelitian merupakan penguraian bagaimana skripsi ini dituliskan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada Bab Landasan Teori, terdapat pembahasan teori, konsep, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian. Penulisan bab ini dibuat untuk menjelaskan dasar pemahaman berdasarkan teori pembahasannya, sehingga pembaca dapat memahami konsep dasar penelitian ini dan mampu memahami masalah yang akan dibahas didalamnya.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

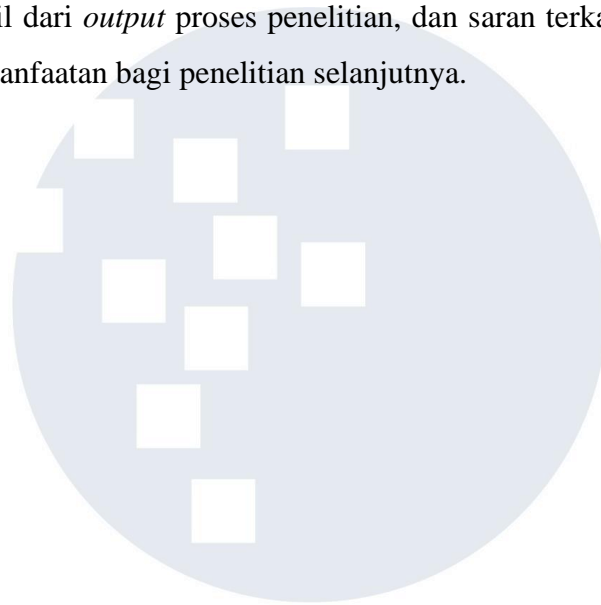
Pada Bab Metodologi Penelitian, terdapat uraian terkait gambaran umum objek penelitian, desain penelitian, ruang lingkup, dan Teknik analisis data dalam pengolahan data untuk menjawab rumusan masalahnya.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada Bab Analisis dan Pembahasan, terdapat uraian hasil analisis dan pembahasan berdasarkan konsep dan metodologi penelitian. Hasil analisis merupakan data yang diperoleh dari proses pengumpulan data, dan Pembahasan merupakan pemahaman terhadap hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab Kesimpulan dan Saran, terdapat penjabaran kesimpulan yang dapat diambil dari *output* proses penelitian, dan saran terkait objek penelitian ataupun pemanfaatan bagi penelitian selanjutnya.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA