

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam ranah keagamaan. Internet, khususnya melalui *website* dan media sosial, kini menjadi platform strategis untuk menyebarkan informasi, edukasi, serta nilai-nilai keagamaan (Wirianisa & Zen, 2023:318). Di tengah masifnya arus informasi, memang sangat meningkat kebutuhan masyarakat akan akses informasi tersebut, apalagi informasi keagamaan yang kredibel, edukatif, dan mudah dijangkau.



(Sumber: www.instagram/diskominfoasiak)
Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Tingginya penetrasi internet di Indonesia, yang mencapai 81,72% dari total populasi, mencerminkan transformasi digital yang signifikan. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2026, pengguna internet di Indonesia per Maret 2026 telah mencapai lebih dari 235

juta jiwa. Data ini menunjukkan konsisten sejak tahun-tahun sebelumnya pada 2025 dengan 229,42 juta pengguna. Pertumbuhan ini didominasi oleh Generasi Z dan milenial serta didukung oleh penggunaan *smartphone* sebagai perangkat utama. Fenomena ini mempertegas posisi Indonesia sebagai pasar digital yang strategis dan berkembang pesat (Wiyono et al., 2025).

Dalam kegiatan dakwah, penggunaan internet sebagai media dakwah bukan suatu hal baru, dan terdapat banyak situs yang di telusuri dengan ciri khas masing-masing. Salah satu *website* milik lembaga pemerintah resmi, yaitu Kementerian Agama Kota Bandung (*bandungkota.kemenag.go.id*), berperan sebagai pusat informasi terintegrasi untuk layanan keagamaan dan pendidikan di Kota Bandung. Di sinilah peran strategis lembaga seperti Kementerian Agama Kota Bandung dalam mendistribusikan dakwah melalui media digital menjadi relevan untuk diteliti (Kantor Kemenag Kota Bandung, 2026).

Kementerian Agama Kota Bandung adalah instansi vertikal Kementerian Agama RI di tingkat kota yang bertanggung jawab langsung kepada Kanwil Kemenag Jawa Barat. Selain itu, menjadi perpanjangan tangan pusat dalam menjaga kerukunan umat beragama dan meningkatkan kualitas pelayanan publik di bidang keagamaan, sehingga dituntut untuk adaptif terhadap perkembangan ini. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi digital, khususnya melalui *website* resmi, menjadi instrumen penting untuk mencapai tujuan tersebut. Sebab *website* tidak hanya berfungsi sebagai pusat informasi administratif, tetapi juga sebagai media edukasi dan dakwah yang efektif serta

dapat menjembatani Kementerian Agama dengan masyarakat secara langsung dan interaktif (Observasi, 2025).

Kehadiran platform ini tidak hanya menjadi media informasi birokratis, tetapi juga menjadi saluran dakwah edukatif yang menyentuh isu-isu keagamaan, pendidikan madrasah, dan pembinaan umat, serta upaya instansi pemerintah dalam memenuhi tuntutan transparansi dan aksesibilitas informasi publik. Dalam praktiknya, agenda dakwah melalui *website* ini dilakukan dengan memadukan informasi tekstual, visual, dan gaya penulisan konten untuk mengarahkan prioritas pandangan pembaca yang secara tidak langsung menjadi bentuk penyampaian nilai-nilai Islam kepada masyarakat luas (Iwan, 2023).

Dalam upaya memperluas jangkauan dakwah dan meningkatkan efektivitas layanan informasi keagamaan, Kementerian Agama Kota Bandung memanfaatkan berbagai platform digital atau media dakwah seperti Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, X, serta *website*. Berbeda dengan media sosial yang cenderung bersifat cepat dan sementara, *website* menyediakan ruang yang lebih sistematis, terdokumentasi dengan baik, dan mudah diakses kapan saja oleh masyarakat (Anas, 2025).

Melalui laman *website* (bandungkota.kemenag.go.id), Kementerian Agama Kota Bandung menyajikan beragam informasi yang mencakup layanan digital, materi keagamaan, dokumentasi kegiatan, kebijakan, pengumuman, hingga laporan pelaksanaan program di wilayah Kota Bandung. Sebagian konten, seperti layanan digital yang memuat materi rukun nikah, haji dan umrah,

secara langsung mengandung pesan-pesan keagamaan dan berfungsi sebagai media penyampaian dakwah kepada masyarakat. Sementara itu, konten kelembagaan seperti publikasi kegiatan, kebijakan, maupun informasi layanan tidak secara langsung merupakan pesan dakwah, tetapi berperan sebagai media komunikasi institusi yang mendukung penyelenggaraan fungsi pembinaan dan pelayanan keagamaan.

Dengan demikian, website Kementerian Agama Kota Bandung tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana penyebarluasan informasi kelembagaan, tetapi juga menjadi media yang memfasilitasi penyampaian pesan-pesan keagamaan sesuai dengan tugas dan fungsi Kementerian Agama. Hal tersebut menunjukkan bahwa transformasi dakwah di era digital tidak hanya diwujudkan melalui pemanfaatan berbagai platform digital, tetapi juga melalui penggunaan website sebagai media komunikasi yang mampu menyajikan informasi secara lebih komprehensif, terdokumentasi, dan mudah diakses oleh masyarakat dibandingkan media sosial (Observasi, 2025).

Website bandungkota.kemenag.go.id berperan sebagai institusi media formal yang harus mampu bersaing dengan otoritas keagamaan informal di internet. Kegagalan pemerintah dalam mengelola agenda media dakwahnya dapat menyebabkan ruang publik diisi oleh narasi yang ekstrem atau tidak sejalan dengan visi kebangsaan. Hal ini relevan dengan urgensi komunikasi

pemerintahan yang menekankan pentingnya akuntabilitas, dan partisipasi aktif masyarakat dalam menyerap setiap kebijakan yang dikomunikasikan oleh lembaga negara.

Urgensi komunikasi publik pemerintah dalam konteks keagamaan saat ini mengalami transformasi signifikan. Komunikasi publik bukan lagi sekadar transmisi informasi satu arah, melainkan upaya membangun kepercayaan dan mengelola sentimen publik terhadap kebijakan negara (Nur Azel Rizki Syahbani et al., 2026). Pemerintah harus mampu bertindak sebagai pemimpin yang mengarahkan narasi positif di tengah banjir informasi yang tidak terverifikasi.

Untuk memahami fenomena ini, penelitian ini menggunakan perspektif Agenda Setting yang dikemukakan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw dalam bukunya *Setting the Agenda* (1972). Teori ini menekankan bahwa media menetapkan agenda dan memfokuskan perhatian publik pada isu-isu tertentu, sehingga memengaruhi persepsi publik tentang apa yang penting. Maxwell dan Donald mengidentifikasi dua fase media yang dapat memengaruhi audiens, yaitu penetapan agenda dan atribut agenda.

Selama ini, kajian mengenai agenda setting lebih banyak dilakukan pada media massa arus utama atau media politik. Masih terbatasnya penelitian yang secara spesifik membedah bagaimana instansi pemerintah mengelola agenda dakwah di platform digital milik mereka sendiri. Padahal, *website* instansi memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi di mata publik sebagai sumber data primer. Oleh karena itu, memahami mekanisme penyusunan agenda media

pada *website* Kementerian Agama Kota Bandung akan memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan strategi komunikasi dakwah yang lebih efektif dan optimal.

Penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dipilih untuk memberikan gambaran yang mendalam mengenai bagaimana pengelola *website bandungkota.kemenag.go.id* menetapkan skala prioritas isu. Analisis kualitatif deskriptif akan digunakan untuk membedah bagaimana konten dakwah diproduksi dan disebarluaskan, mengingat dakwah digital menuntut keseimbangan antara substansi ajaran dan kemasan visual agar dapat diterima dengan baik di ruang digital. Keterkaitan penelitian ini dengan disiplin ilmu komunikasi sangat kuat, terutama dalam mengkaji bagaimana peran komunikator pemerintah dalam mengelola arus informasi dakwah di ranah publik digital (Fitriani, 2023).

Hal ini menjadi keunikan tersendiri karena lembaga pemerintahan yang identik dengan komunikasi formal dan birokratis mampu mengintegrasikan fungsi pelayanan publik dengan pendekatan dakwah berbasis digital. Akibatnya, akan menggambarkan bagaimana institusi keagamaan negara mampu berinovasi dalam menyampaikan pesan-pesan moral dan spiritual melalui platform yang modern dan terstruktur. Keunikan ini terletak pada sinergi antara komunikasi publik pemerintah dan dakwah digital yang diwujudkan melalui pengelolaan agenda keagamaan di situs resmi Kementerian Agama.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam agenda media dakwah yang dilakukan oleh Kementerian Agama Kota Bandung melalui *website* resminya. Fokus penelitian akan mencakup bagaimana bentuk persepsi publik terhadap topik yang disajikan serta atribut agenda atau elemen framing yang digunakan.

Penelitian ini memiliki hubungan yang erat dengan program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, khususnya dalam ruang lingkup mata kuliah Tabligh Multiplatform. Mata kuliah ini membahas bagaimana penyampaian pesan dakwah dapat disesuaikan dengan berbagai media digital yang tersedia di era modern, seperti *website*, media sosial, podcast, dan platform daring lainnya. Melalui penelitian ini, mahasiswa dapat memahami secara konkret bagaimana instansi pemerintah seperti Kementerian Agama Kota Bandung mengimplementasikan media dakwah melalui *website* resmi mereka, sekaligus menyesuaikan format dan strategi komunikasi agar sesuai dengan karakteristik agenda setting.

Hal ini selaras dengan tujuan mata kuliah Tabligh Multiplatform, yaitu membekali mahasiswa dengan kemampuan teoritis dan praktis dalam merancang dan menganalisis penyampaian dakwah yang efektif di berbagai kanal digital, sehingga dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam secara efektif. Maka dari itu, penelitian skripsi ini disusun dengan judul “Agenda Media Dakwah Kementerian Agama Kota Bandung (Studi deskriptif pada *website bandungkota.kemenag.go.id*)”.

1.2 Fokus Penelitian

Mengacu pada latar belakang yang sudah diuraikan di atas dan teori agenda setting yang dikembangkan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw (1972), maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana penetapan agenda media pada *website bandungkota.kemenag.go.id* dalam menentukan topik atau isu yang menjadi fokus perhatian publik?
- 2) Bagaimana atribut agenda yang disajikan pada *website bandungkota.kemenag.go.id*?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mendeskripsikan penetapan agenda media pada *website bandungkota.kemenag.go.id* dalam menentukan topik atau isu yang menjadi fokus perhatian publik.
- 2) Untuk mendeskripsikan atribut agenda yang disajikan pada *website bandungkota.kemenag.go.id*.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan akademis

- 1) Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman dan pengetahuan. Semoga bermanfaat bagi pembaca dimana saja berada, terutama di UIN Sunan Gunung Djati, khususnya di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, jurusan Komunikasi Penyiaran

Islam dalam ranah kitabah.

- 2) Menambah khazanah keilmuan di bidang komunikasi dan dakwah.

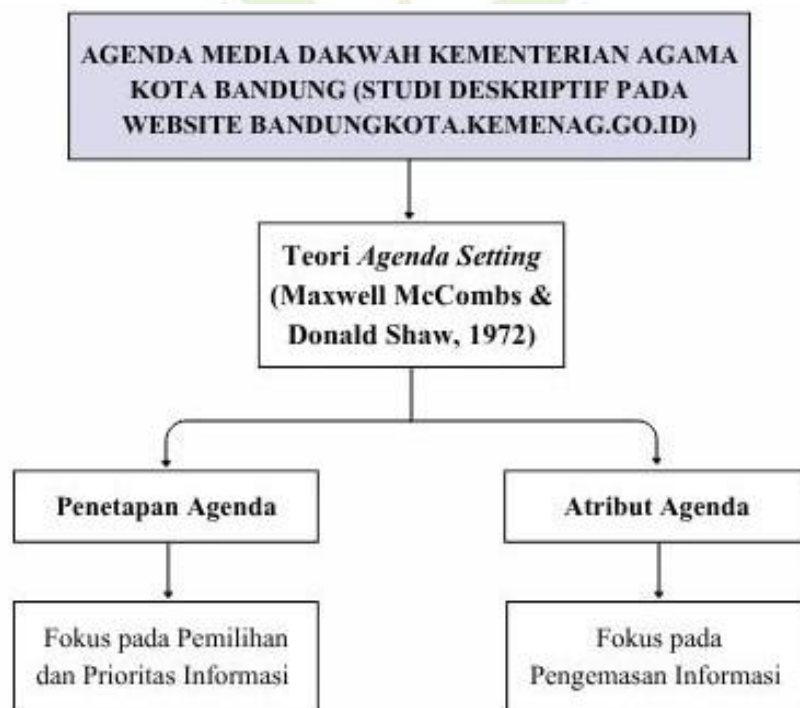
Kegunaan praktis

- 1) Bagi Kementerian Agama Kota Bandung: Memberikan masukan dan evaluasi terkait pengelolaan platform digitalnya yakni *website*, serta rekomendasi untuk pengembangan di masa mendatang.
- 2) Bagi Akademisi/Peneliti lain: Dapat menjadi referensi atau dasar untuk penelitian selanjutnya di bidang komunikasi islam.
- 3) Bagi Masyarakat Umum: Memberikan pemahaman tentang upaya literasi dakwah digital yang dilakukan oleh lembaga pemerintah.

1.5 Tinjauan Pustaka

Agenda Setting Theory yang dikembangkan oleh Maxwell McCombs dan Donald Shaw pada tahun 1972 menjadi landasan utama dalam penelitian ini untuk menganalisis bagaimana media digital, khususnya *website bandungkota.kemenag.go.id*, menetapkan prioritas isu dan memengaruhi persepsi masyarakat. Secara esensial, teori ini berpijak pada asumsi bahwa media massa memiliki kekuatan untuk mentransfer urgensi suatu isu dari agenda media ke dalam agenda publik. Media mungkin tidak selalu berhasil mendikte khalayak mengenai “apa yang harus dipikirkan”, namun media sangat efektif dalam mengarahkan khalayak mengenai “apa yang perlu dipikirkan” (Gramedia Literasi, 2023).

Dalam konteks penelitian ini, Teori Agenda Setting diterapkan untuk mengurai dua persoalan sentral secara mendalam. Pertama, penetapan agenda media pada *website bandungkota.kemenag.go.id* dikaji melalui halaman utama, penggunaan headline, dan frekuensi unggahan, seperti kegiatan keagamaan atau isu sosial-kemanusiaan di Bandung, yang mencerminkan tingkat pertama teori dan berpotensi memperkuat ikatan komunal. Kedua, atribut agenda dieksplorasi melalui penggunaan judul, bahasa, visual, pesan, dan penyajian isu yang menekankan nilai-nilai humanis, seperti empati atau solidaritas, sesuai tingkat kedua teori (Almakaty, 2025)



Gambar 1. 2 Kerangka Berpikir

Sumber : Observasi Peneliti

1.6 Langkah-langkah Penelitian

1.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada laman *website*:

<https://bandungkota.kemenag.go.id/> sebagai laman resmi milik Kementerian Agama Kota Bandung. Adapun lokasi yang akan dilakukan untuk penelitian terkait berlokasi di Jl. Soekarno Hatta No.498, Batununggal, Kota Bandung, Jawa Barat.

Pemilihan lokasi penelitian di Kementerian Agama Kota Bandung didasarkan pada keberadaan *website bandungkota.kemenag.go.id* sebagai media dakwah digital dan komunikasi publik yang digunakan untuk menyebarkan informasi kelembagaan, pelayanan keagamaan, serta berbagai program yang berkaitan dengan tugas dan fungsi Kementerian Agama. Selain itu, *website* tersebut dinilai relevan dan fokus penelitian karena memuat berbagai konten yang dapat dianalisis melalui perspektif Teori Agenda Setting, khususnya terkait penetapan agenda media dan atribut agenda media dalam penyajian informasi kepada masyarakat (Almakaty, 2025).

1.6.2 Paradigma dan Pendekatan

Adapun paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini digunakan untuk memahami realitas agenda media dakwah sebagai konstruksi sosial yang dibentuk oleh interaksi antara Kementerian Agama Kota Bandung dan audiensnya melalui platform digital, khususnya *website bandungkota.kemenag.go.id*. Paradigma

ini meyakini bahwa makna dakwah tidak bersifat tunggal dan objektif, melainkan dibentuk secara dinamis oleh pengalaman, pemahaman, dan interpretasi para pelaku komunikasi. Dalam konteks ini, konten dakwah yang disampaikan melalui artikel, berita, maupun informasi pelayanan keagamaan di *website* tersebut menjadi wujud dari konstruksi makna yang mencerminkan nilai-nilai Islam sekaligus merespons kebutuhan masyarakat Kota Bandung yang semakin akrab dengan media digital.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif diaplikasikan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual bagaimana proses agenda media dilakukan melalui *website* tersebut. Penelitian ini menganalisis berbagai elemen komunikasi, seperti bentuk pesan, gaya bahasa, visualisasi konten, serta frekuensi dan konsistensi publikasi.

Dengan pendekatan ini, peneliti tidak hanya memotret keberadaan dakwah digital secara permukaan, tetapi juga menjelaskan bagaimana komunikasi tersebut dikemas agar menarik, relevan, dan mampu menjangkau masyarakat luas. Pendekatan deskriptif juga memungkinkan untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan strategi komunikasi dakwah yang diterapkan, sehingga dapat dijadikan dasar perbaikan dan pengembangan dakwah digital yang lebih efektif dan partisipatif.

1.6.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif ini merupakan penelitian yang menghasilkan dan mengolah informasi secara deskriptif dengan sistematis dan tepat dengan adanya gambaran fenomena yang diteliti. Selain itu, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif agar dapat menghasilkan gambaran mengenai bentuk, karakteristik, dan strategi agenda media dakwah.

Sebagaimana dikemukakan oleh Lubis dan Murhayati, penelitian kualitatif tidak hanya mengandalkan angka dan statistik, melainkan berupaya menangkap makna-makna tersembunyi yang tidak dapat diukur secara kuantitatif.

Menurut Lubis dan Murhayati, ada beberapa manfaat menggunakan metode penelitian kualitatif, antara lain:

- 1) Memahami Fenomena Secara Mendalam.
- 2) Memberikan Perspektif Subjektif dari Partisipan.
- 3) Fleksibilitas dalam Pendekatan dan Metode
- 4) Memberikan Solusi Praktis
- 5) Mengungkapkan Konteks Sosial dan Budaya
- 6) Menggali Perspektif yang Tidak Terlihat
- 7) Mendukung Pengembangan Teori

1.6.4 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data kualitatif berbentuk deskriptif yang ditemukan di lapangan.

Penelitian lapangan adalah penelitian kualitatif dimana peneliti turun langsung ke lapangan dan mengamati dengan penelitian sosial juga menganalisis budaya setempat. Dengan penelitian lapangan menjadi daya tarik dalam proses kerjanya karena peneliti dapat berinteraksi sosial secara langsung dengan yang diwawancarai di suatu tempat sehingga tercipta harmonisasi dalam penelitian. Identifikasi jenis data dari penelitian ini adalah data manajemen pengelolaan *website bandungkota.kemenag.go.id*.

Sumber Data

1) Data Primer

Dalam penelitian ini, data yang utama didapatkan dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dikumpulkan selama penelitian. Sumber data primer dalam penelitian ini adalah Pejabat Humas Kementerian Agama Kota Bandung sekaligus pengelola/ admin *website* dan beberapa konten *website* tersebut.

2) Data Sekunder

Sedangkan data pendukung (sekunder) didapatkan dari dokumen atau arsip yang terdapat di Kementerian Agama Kota Bandung.

1.6.5 Informan atau Unit Penelitian

Untuk menentukan informan dalam penelitian ini yaitu dengan menganalisa dan melakukan observasi awal dengan menentukan pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Peneliti memilih individu-individu yang memiliki pemahaman dan keterlibatan langsung dalam aktivitas komunikasi dakwah digital.

Informan utama yang dijadikan sumber data meliputi pengelola konten *website* seperti admin atau tim IT, pejabat atau staf bidang penyuluhan dan dakwah Islam, serta penyuluh agama Islam yang aktif menggunakan media digital sebagai sarana dakwah. Selain itu, peneliti juga melibatkan pembaca atau pengguna aktif *website* untuk mendapatkan perspektif dari sisi audiens penerima pesan.

Kriteria pemilihan informan didasarkan pada sejauh mana mereka memahami proses pengelolaan media dakwah, memiliki pengalaman langsung, dan bersedia memberikan informasi secara mendalam. Teknik ini dipilih agar data yang diperoleh benar-benar kaya, kontekstual, dan mencerminkan konstruksi sosial dari aktivitas dakwah digital yang berlangsung di lingkungan Kementerian Agama Kota Bandung.

1.6.6 Teknik Pengumpulan Data

1) Observasi

Observasi dilakukan secara langsung terhadap tampilan antarmuka

website bandungkota.kemenag.go.id, termasuk konten dakwah yang disajikan, jenis media yang digunakan (teks, gambar, video), serta fitur-fitur interaktif lainnya. Hal ini bertujuan untuk memahami secara nyata bagaimana penetapan dan atribut agenda yang diterapkan pada platform tersebut.

2) Wawancara

Wawancara dilakukan secara mendalam dengan informan yang berperan penting dalam pengelolaan dan pemanfaatan *website*, seperti pengelola konten, tim teknologi informasi, dan pengguna. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai proses perencanaan, produksi, pengelolaan, publikasi agenda media dakwah, dan efektivitas konten, serta strategi komunikasi yang digunakan melalui platform tersebut.

3) Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data tertulis dan visual yang tersedia di *website*, seperti artikel, video, gambar kegiatan keagamaan, serta arsip berita. Selain itu, dokumen internal seperti laporan kegiatan atau program dakwah digital juga digunakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari observasi dan wawancara.

1.6.7 Teknik Penentuan Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi, yaitu dengan menggabungkan triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai informan, seperti pengelola

website, penyusun konten dakwah, dan pengguna atau pengunjung *website bandungkota.kemenag.go.id*, guna memperoleh pandangan yang lebih objektif dan mendalam.

Sementara itu, triangulasi teknik dilakukan dengan menggabungkan beberapa metode pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi langsung terhadap tampilan dan fitur *website*, serta dokumentasi konten dakwah yang tersedia. Penggunaan teknik triangulasi ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas data dengan cara menguji konsistensi informasi dari berbagai sumber dan pendekatan, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

1.6.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data menurut Miles dan Huberman merupakan pendekatan yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Teknik ini melibatkan tiga tahapan utama yang saling berhubungan, yaitu:

1) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Pada tahap ini, data yang telah dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi diseleksi, difokuskan, dan disederhanakan. Tujuannya, untuk menghilangkan hal-hal yang tidak relevan sehingga hanya informasi penting yang berkaitan dengan fokus penelitian yang digunakan. Reduksi data dilakukan secara berkelanjutan sejak awal pengumpulan data hingga analisis akhir.

2) Penyajian Data (*Data Display*)

Tahap ini adalah proses mengorganisasikan data yang telah direduksi ke dalam bentuk yang sistematis agar dapat ditarik kesimpulan. Penyajian data bisa berupa matriks, tabel, grafik, narasi, atau jaringan kategori. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dalam bentuk naratif deskriptif sangat umum dilakukan untuk menggambarkan fenomena secara rinci.

3) Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*)

Pada tahap ini, peneliti mulai menafsirkan makna data yang telah disajikan dan direduksi untuk menemukan pola, hubungan, atau pemahaman baru. Kesimpulan yang dibuat kemudian diverifikasi melalui peninjauan kembali terhadap data awal, triangulasi sumber, atau diskusi dengan informan untuk memastikan validitas dan kredibilitas temuan.

1.6.9 Rencana Jadwal Penelitian

Rencana jadwal penelitian ini disusun untuk memastikan seluruh tahapan penelitian berjalan secara sistematis dan terarah. Penelitian direncanakan berlangsung selama satu bulan, terhitung sejak Februari 2025. Pada bulan Maret hingga April 2025, peneliti akan fokus pada tahap persiapan yang meliputi penyusunan proposal, studi literatur, dan pengurusan perizinan penelitian. Selanjutnya, pada bulan November hingga Desember 2025, akan

dilaksanakan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Tahap analisis data dijadwalkan berlangsung pada bulan Januari hingga Februari 2026, di mana peneliti akan mengkaji dan menginterpretasi temuan berdasarkan fokus penelitian. Penulisan laporan penelitian dilakukan pada bulan April hingga Mei 2026, dan diakhiri dengan proses revisi serta finalisasi laporan pada bulan Juni 2026. Seluruh jadwal ini disusun dengan mempertimbangkan efektivitas waktu dan kelancaran proses penelitian.

