

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam melakukan interaksi secara langsung maupun tidak, seseorang akan mengeluarkan kemampuan, tujuan, dan motivasinya dalam melakukan interaksi tersebut. Interaksi ini menjadi bagian dari apa yang disebut sebagai komunikasi sebagai sebuah kegiatan pokok manusia, di mana komunikasi akan berproses melalui interaksi dari pengirim pesan dan penerimanya (West & Turner, 2009, h. 5). Tentunya komunikasi tidaklah diusahakan oleh satu arah saja, karena ketika melakukan komunikasi, pesan dari pengirim ke penerima harus dikirim melalui sebuah sumber pesan atau juga disebut sebagai transmisi pesan. Sumber atau transmisi pesan tersebut adalah apa yang disebut sebagai kanal komunikasi, di mana kanal ini ketika digunakan sebagai sumber/transmisi pesan (West & Turner, 2009, h. 11-12).

Saat ini, interaksi semacam ini dimudahkan dengan hadirnya media sosial. Media sosial memungkinkan lembaga berkomunikasi langsung dengan publik dan pemangku kepentingan (Anindya et al., 2021). Di era modern ini, sumber transmisi dalam melakukan komunikasi menjadi lebih kuat karena adanya banyak kanal komunikasi untuk menyebarkan pesan yang lebih baik secara visual, pendengaran, maupun indra manusia lainnya. Melalui kanal komunikasi yang lebih modern, ketika sebuah pesan disampaikan, fungsinya menjadi dapat lebih tersampaikan kepada penerima. Kanal komunikasi yang lebih modern menjadi hal yang penting bagi penyampaian pesan karena terkadang pesan tidak diterima oleh penerima

sesuai dengan tujuan yang ingin diberikan oleh pengirim. Sehingga, akan terjadi penerimaan maksud pesan yang tidak benar.

Pesan merupakan sebuah hal yang telah dikirimkan oleh seorang komunikator kepada seorang komunikan dengan proses komunikasi di dalamnya (Tasmara, 1987,h. 7). Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi yang merupakan sebuah karya dari (Hafied Cangara 2018, h. 14) menjelaskan bahwa pesan ialah sebuah rangkaian dari berbagai simbol maupun isyarat yang telah digunakan oleh seseorang untuk penerima pesan dengan harapan dari simbol yang telah disampaikan akan bisa untuk menimbulkan sesuatu.

Perkembangan kanal yang cukup maju pada sarana komunikasi telah memecah berbagai macam inovasi serta ide yang gunanya mempermudah sesama manusia untuk saling bertukar informasi. Kemajuan pesat pada bidang teknologi komunikasi ini menghasilkan gaya komunikasi yang lebih efektif. Kehadirannya juga kian membuat publik lebih mudah untuk bersosialisasi dari satu hingga yang lainnya untuk saling melakukan interaksi yang lebih leluasa, tanpa adanya batasan dari aspek ruang dan waktu. Era teknologi yang bersifat digital memberikan berbagai kanal komunikasi seperti media baru dengan penggunaan sebuah inovasi yang penting yaitu internet. Internet menjadi penunjang yang sangat penting bagi kanal komunikasi di era modern ini karena mempermudah bentuk komunikasi agar bisa memiliki skala lebih luas bahkan universal.

Hal tersebut membuat penyampaian pesan melalui media baru seperti sosial media menjadi sebuah cara berinteraksi yang lebih fleksibel dan interaktif dalam konteks komunikasi baik secara personal maupun massa. Media sosial memberikan

kelebihan baru bagi manusia untuk melakukan komunikasi seperti virtualitas, virtualitas, jaringan, digitalisasi, otomatisasi, hingga akses dengan waktu nyata (Zhong, 2021, h. 68). Hal yang paling terpenting dalam berkomunikasi melalui media sosial adalah kelebihan utamanya yang tidak terikat oleh ruang dan waktu dalam sebuah lingkungan virtual. Sosial media menjadi kanal komunikasi nya tidak hanya memberikan kemampuan untuk bersosialisasi, tetapi pesan komunikasi juga dapat disampaikan secara interaktif seperti dalam bentuk media hiburan. Hal tersebut menjadi salah satu penunjang alasan mengapa media sosial banyak diminati oleh para penggunanya.

Sosial media yang berbasis internet ini bersifat tidak hanya *world-wide web* tetapi juga memiliki bentuk aplikasi mandiri (Carr & Hayes, 2015, h. 50). Seseorang kini dapat membawa kanal komunikasi baru yaitu sosial media dalam gawai yang mereka miliki dengan bentuk aplikasi, sehingga membuat berkomunikasi benar-benar hanya dalam segenggam tangan. Dalam sebuah gawai yang memiliki internet baik itu adalah ponsel pintar atau komputer dan laptop, semua orang bisa mengakses media sosial yang memiliki aplikasi sendiri atau mengaksesnya secara halaman web. Seseorang tidak perlu melakukan komitmen untuk ada di waktu yang sama ketika berinteraksi dengan seseorang melalui sosial media dan fleksibilitas tersebut semakin meningkatkan ketergantungan seseorang dalam melakukan komunikasi melalui media sosial.

Terdapat banyak ragam media sosial yang ada di internet, dalam penelitian ini salah satu sosial media yang digunakan untuk dianalisa adalah Instagram. Sebagai sebuah media sosial, Instagram tentunya dapat menghubungkan satu orang

ke yang lainnya melalui interaksi di lingkungan virtual (Instagram, 2023). Tetapi salah satu hal yang menjadi ciri khas Instagram adalah proses interaksi dan penyampaian pesan yang dilakukan melalui unggahan konten secara foto dan/atau video oleh seorang pengguna untuk bisa dilihat dan diberikan interaksi oleh pengguna lain. Penyampaian konten ini pun bisa dilakukan secara selektif oleh penggunanya ataupun disampaikan secara publik untuk memberikan komunikasi massa. Melalui bentuk media yang interaktif dan menarik, Instagram menjadi salah satu media sosial terbesar dengan jutaan pengguna dari seluruh dunia.

Indonesia menjadi salah satu pengguna media sosial berbasis internet. Dalam laporan menurut Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APJII), bahwa pada tahun 2023 ini penduduk Indonesia yang telah terhubung dengan saluran internet dalam hitungan kurun waktu tahun 2022-2023 itu sekitar 215,63 juta jiwa. Jumlah ini terhitung meningkat dari periode tahun sebelumnya, yakni sekitar 2,67%. Sebelum terjadinya pandemi Covid-19, total dari pemakai internet yang ada di Indonesia berjumlah sekitar 175 juta jiwa. Jika dihitung, artinya selama pandemi Covid-19 terjadi, jumlah dari total masyarakat yang telah memakai internet telah diperkirakan menambah sekitar 40 juta jiwa. Laporan dari APJII menyatakan bahwa tingkat dari persentase internet dalam periode yang sama mengalami kenaikan sebanyak 77,02 persen dengan perbandingan di tahun 2018 dengan tingkatan dari 64,80 persen. Dihitung dari tahun 2019 hingga 2020 tersebut terdapat kenaikan sekitar 73,70 persen.

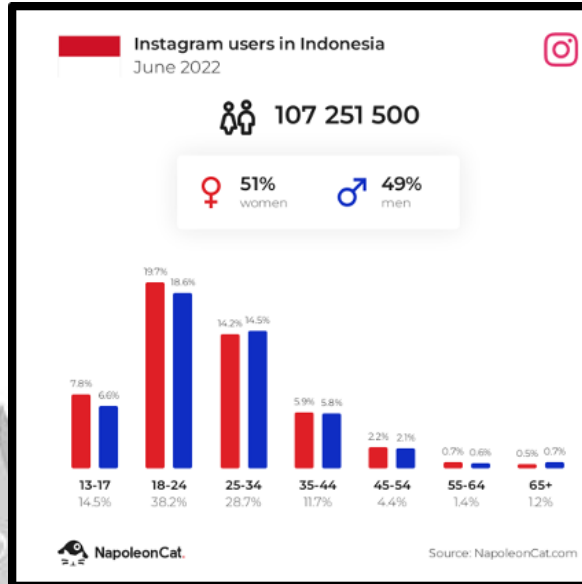
Menurut Menteri Komunikasi dan Informatika Johnny G. Plate (2021), Indonesia sendiri merupakan negara ke-4 dengan pengguna internet terbesar di

dunia. Penetrasi internet di Indonesia telah bertambah ratusan juta jiwa dan penggunaan internet itu juga berkontribusi dengan adanya pertumbuhan sektor terkait informasi dan komunikasi di Indonesia. Urutan pengguna internet terbanyak di dunia nomor urut satu dipegang oleh negara Tiongkok, kedua India, ketiga Amerika Serikat. Negara Tiongkok yang merupakan pemegang angka urutan terbesar sendiri memiliki sekitar 910 juta jiwa pengguna.

Melalui penggunaan internet yang semakin banyak saat ini, media sosial juga menjadi salah satu media berbasis internet yang tidak luput dari ketertarikan masyarakat Indonesia. Masyarakat Indonesia menggunakan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi secara tidak langsung bahkan hingga menjadi kanal untuk mendapat informasi terkini tentang hal-hal yang menarik perhatian mereka. Kehadiran media sosial memudahkan untuk berinteraksi tanpa adanya halangan dari jarak maupun waktu (Cahyono, 2016, h. 156). Instagram sebagai sebuah media sosial yang digunakan jutaan pengguna dari seluruh dunia juga menjadi salah satu media sosial yang diminati oleh masyarakat Indonesia.

Media sosial Instagram baik penggunaannya dalam bentuk halaman web atau aplikasi mandiri di Indonesia memiliki pengguna sebanyak kurang lebih 107 juta pengguna (Napoleon Cat, 2022), artinya media sosial ini sangatlah besar di Indonesia. Dalam websitanya, Data Indonesia (2022) menunjukkan bahwa pengguna dari Instagram di Indonesia telah menduduki peringkat keempat dari seluruh dunia. Urutan teratas bagi negara yang memiliki total jumlah pengguna Instagram terbanyak di dunia dipegang oleh India dengan total pengguna 248,65

juta, lalu ada Amerika dengan total 147,47 juta dan urutan ketiga dipegang oleh Brazil sekitar 117,3 juta pengguna.



Gambar 1 Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Juni 2022

Sumber: [Instagram users in Indonesia - June 2022 | NapoleonCat](#)

Dari data yang disajikan sebelumnya, dapat terlihat bahwa antusiasme masyarakat Indonesia terhadap Instagram sangatlah tinggi. Melalui antusias dan minat yang tinggi ini, Instagram tidak hanya dimanfaatkan oleh masyarakat umum, tapi juga dimanfaatkan oleh kelompok dan lembaga tertentu. Lembaga publik melihat media sebagai salah satu peluang untuk menyebarkan informasi untuk publik (Bergquist, Ljunberg, Remneland Wikhamn, & Rolandsson, 2015). Dalam penelitian ini, salah satu lembaga yang menggunakan Instagram sebagai kanal komunikasi khususnya untuk melakukan komunikasi massa adalah lembaga pemerintahan Indonesia, khususnya lembaga legislatif.

Beberapa lembaga legislatif yang diteliti oleh penelitian ini adalah Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI), dan Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (DPD RI). Kedua lembaga legislatif tersebut melihat adanya peluang yang bisa mereka gunakan melalui penggunaan sosial media seperti Instagram dengan nama akun mereka yakni DPR RI dan DPD RI. Lembaga mempunyai berbagai kesempatan guna membangun hubungan dengan berbagai pemangku kepentingan lewat pemakaian web atau sosial media yang telah dirancang (Rybalko & Seltzer, 2010). Sosial media berbasis internet yang mereka gunakan ini digunakan sebagai sebuah sarana untuk menyampaikan hasil dari kinerja mereka dan untuk memiliki komunikasi secara dua arah dengan masyarakat luas. Sehingga, dengan hadirnya sosial media dalam bentuk Instagram ini, lembaga DPD dan DPR RI lebih bisa meningkatkan kesadaran serta pengetahuan dari masyarakat akan fungsi dan peran dari lembaga mereka kepada publik. Internet dapat memberikan jalan bagi sebuah lembaga guna melakukan komunikasi dengan publik.

Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) sendiri merupakan sebuah lembaga negara yang ada serta hadir dalam sistem ketatanegaraan republik Indonesia, yang kehadirannya sebagai wakil dari rakyat di mana untuk memilih anggota DPR sendiri dibutuhkan untuk melakukan pemilihan umum sesuai dengan Pasal 19 ayat (1) dalam UUD 1945. Dalam pasal yang tertera, yakni Pasal 67 UU nomor 17 tahun 2014 mengenai anggota legislatif (DPR, MPR, DPD serta DPRD) bahwa anggota yang menjadi bagian dari DPR merupakan anggota yang diambil serta dipilih dari partai politik (parpol). Dalam periode masa jabatan 2019-2024, anggota DPR

berisikan 575 anggota dari partai politik yang berbeda. Berdasar dari konsep trias politika, kehadiran DPR memiliki peran sebagai sebuah lembaga legislatif yang mempunyai tugas guna membuat undang-undang yang ada di Indonesia, serta turut untuk mengawasi berjalannya pelaksanaan dari undang-undang.

Sedangkan untuk DPD RI sendiri memiliki peran sebagai penunjang bagi anggotanya untuk menjalankan tugasnya. Sesuai dengan Pasal 2 ayat 1 Undang Undang Dasar 1945, bahwa masa jabatan dari anggota masing-masing selama 5 tahun, dan pergantian anggota yang diganti secara berkala sesuai dengan mekanisme yang berganti bersamaan dengan pergantian pemilihan umum Presiden, Anggota Dewan Perwakilan Rakyat (DPR), serta Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD). Setiap anggota yang terdiri dari satu provinsi itu diisi oleh 4 orang anggota dengan jumlah total sebanyak 136 anggota dari 34 Provinsi dalam periode 2019-2024. Dengan salah satu tugasnya yakni melakukan pengawasan terhadap perwujudan dari undang-undang, serta menyampaikan hasil dari pengawasan mereka ke instansi Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) yang berbentuk sebagai bahan pertimbangan yang nantinya akan ditindaklanjuti. Selain itu juga, anggota DPD menerima hasil dari pemeriksaan keuangan yang telah dilakukan oleh Badan Pemeriksa Keuangan (BPK).

Para anggota DPD hadir untuk mewakili daerah mereka dan menyampaikan keinginan serta aspirasi dari sebuah daerah yang nantinya akan ditindaklanjuti, serta akan dibahas di dalam rapat, dan akan disampaikan kepada pemerintahan pusat dengan kementerian, lembaga, maupun pemangku dari kepentingan terkait. Dengan itu, lembaga DPD tentunya hadir untuk memenuhi fungsi serta kewajibannya, dan

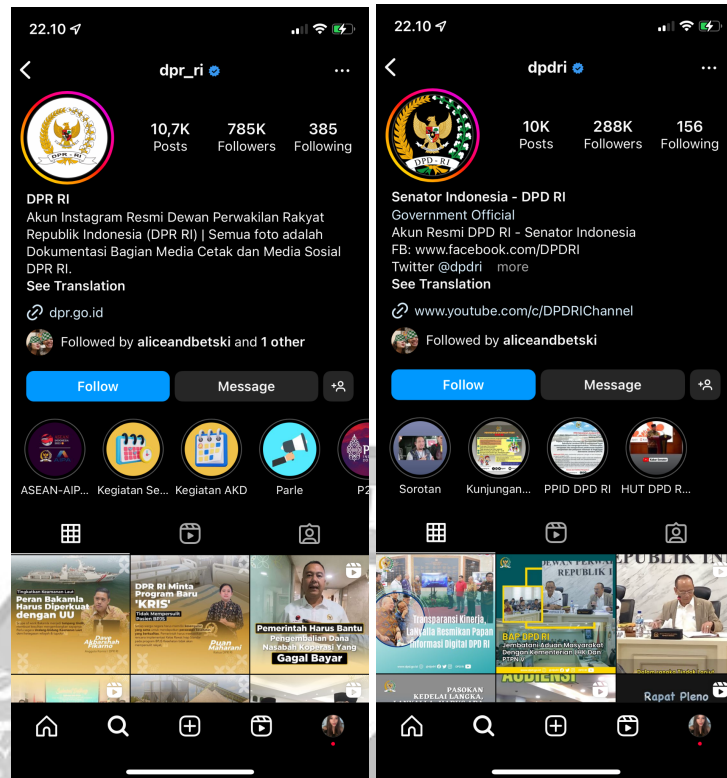


menyediakan media salah satunya untuk menyerap dan mendengarkan keinginan masyarakat daerah, dan anggota DPD juga senantiasa melakukan upaya untuk memberikan pelayanan yang baik untuk publik.

Kedua lembaga legislatif tersebut memiliki akun media sosial Instagram dengan jumlah pengikut yang cukup tinggi. Unggahan yang dilakukan oleh kedua lembaga legislatif tersebut secara berkala selama bertahun-tahun juga memiliki kuantitas yang tinggi.

No.	Lembaga Negara	Jumlah Pengikut	Jumlah Unggahan Konten
1.	Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (@dpr_ri)	785 ribu ++	10.700+ unggahan
2.	Dewan Perwakilan Daerah Republik Indonesia (@dpdri)	288 ribu ++	10.000+ unggahan

Tabel 1.1 Jumlah pengikut dan unggahan konten Instagram DPR dan DPD RI Sumber: Data diolah oleh peneliti (2023)



Gambar 2 Tampilan akun instagram DPR RI

Sumber : [www.instagram.com/dpr\\_ri](http://www.instagram.com/dpr_ri)

Gambar 3 Tampilan akun instagram DPD RI

Sumber : [www.instagram.com/dpdri](http://www.instagram.com/dpdri)

Dalam tabel dan gambar di atas, dapat terlihat bahwa Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) memiliki jumlah pengikut instagram sebanyak lebih dari 782.000 pengikut dan telah mengunggah konten di *feed* media sosial Instagram mereka sebanyak 10.500 lebih unggahan, lalu untuk Dewan Perwakilan Daerah (DPD) sendiri telah diikuti sebanyak 287.000 lebih pengguna dan telah menggugah sebanyak 9.921 konten di *feed* instagram. Angka-angka ini menunjukkan aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh kedua lembaga tersebut kepada publik telah dilakukan sejak lama dan terus menerus. Definisi dari *feed* instagram sendiri ialah laman dimana para pengguna instagram posting foto serta video mereka pada laman instagram. Dalam akun instagram bisnis maupun organisasi, dan sejenisnya, *feed* instagram

merupakan tempat dimana pengguna dapat menunjukkan mengenai organisasi mereka secara visual (Instagram, 2023)

DPR dan DPD RI menggunakan Instagram untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas terkait beberapa hal seperti; (1) kinerja anggota, (2) rapat dan hasilnya, (3) berita terkini terkait isu nasional, serta (4) tugas dan kewenangan dari lembaga mereka sendiri. Pada dasarnya, DPR dan DPD RI tentunya sudah memiliki citra serta prestise mereka sendiri terkait dengan kehadirannya bagi masyarakat. Namun, sosial media menjadi langkah bagi kedua lembaga untuk bisa menyampaikan pesan dengan target audiens yang lebih besar dan menyeluruh. Selain itu, Instagram juga menjadi salah satu cara berinteraksi dengan masyarakat bagi kedua lembaga yang memiliki fungsi dekat dengan masyarakat. Menurut survey yang telah dilakukan oleh FixPoll Research and Strategic Consulting pada 2021 memiliki hasil bahwa berdasar tingkat kepuasan, lembaga DPD serta DPR menduduki tingkat kepuasan yang rendah. Untuk DPR bahwa sebanyak 15,1% dari responden menyatakan bahwa mereka puas akan hasil dari kinerja anggota, sedangkan sebanyak 39,8% menyatakan bahwa mereka tidak puas akan kinerja dari para anggota DPR. Untuk lembaga DPD sendiri, hanya sekitar 13,4% dari responden yang menyatakan bahwa mereka puas akan kinerja dari DPD. untuk 29,5% dari hasil responden akan DPD, mengemukakan bahwa mereka tidak puas serta sangat tidak puas. Dengan itu, sosial media menjadi langkah bagi kedua lembaga untuk bisa menyampaikan pesan dengan target audiens yang lebih besar dan menyeluruh. Selain itu, Instagram juga menjadi salah satu cara berinteraksi

dengan masyarakat bagi kedua lembaga yang memiliki fungsi dekat dengan masyarakat, sehingga memiliki bentuk komunikasi yang bersifat dialogis.

Komunikasi dua arah dengan publik akan menjadi cara berkomunikasi yang baik agar DPR dan DPD RI dapat mencapai tujuan kelembagaan dengan lebih mudah. Terutama mengingat bahwa efektivitas penyampaian pesan harus direncanakan dengan sebuah strategi komunikasi agar isi dari pesan dapat tersampaikan kepada publik (Effendy, 2011). Dalam negara demokrasi, interaksi yang terjadi diantara instansi negara serta masyarakat serta pemangku kepentingan merupakan sebuah kewajiban (Foa & Mounk, 2016). Untuk dapat menyampaikan pesan yang dapat dimengerti oleh publik, tentunya DPR dan DPD RI harus dapat melakukan penyampaian pesan yang baik terhadap audiens. Khususnya karena topik yang dibicarakan oleh DPR dan DPD RI mungkin akan sulit dimengerti oleh publik Indonesia dengan macam latar belakang. Ragam latar belakang audiens dapat memberikan kompleksitas dalam penerimaan makna pesan dengan tepat.

Terkait dengan analisis isi melalui media sosial terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi rujukan. Beberapa literatur diteliti oleh Iskandar, et al., (2021); Fadhila (2023); Jamil dan Eriyanto (2021); Prasetyo dan Abidin (2019); Rybalko dan Seltzer (2010); Pada kategori pertama terkait dengan metode, Pertama, penelitian terkait analisis isi konten Instagram DPR RI dilakukan oleh Jamil dan Eriyanto (Jamil & Eriyanto, 2021, h. 759). Penelitian ini menggunakan metode yang sama serta variable yang sama, dan objek yang dilihat adalah terkait dengan prinsip komunikasi dialogis. Dalam hasilnya, penelitian ini menunjukkan bahwa DPR RI belum mengimplementasikan terkait prinsip tersebut karena unggahan

pada Instagram mereka masih belum memberikan undangan agar publik mau berdialog dengan DPR RI dalam unggahan-unggahan mereka, perbedaan dengan penelitian yang peneliti lakukan ialah bahwa unit analisisnya peneliti terdapat perbandingan dari DPD serta DPR, dan dengan kurun penelitian yang berbeda, 2021 dan 2023. Dalam penelitian yang dilakukan Jamil dan Eriyanto, ia turut serta menghadirkan berbagai penelitian terdahulu mengenai komunikasi dialogis yang dilakukan oleh Kent & Taylor 2010 yang turut menjadi dasar dari variabel kategori yang digunakan.

Selanjutnya penelitian terdahulu dilakukan oleh Prasetyo dan Abidin (2019: h. 9-10), di mana penelitian ini menggunakan rumus analisis isi kuantitatif dengan variabel terkait berita pembangunan *fly over* Simpang Jam di Kota Batam yang ada di sebuah portal berita Batampos.co.id. Penelitian ini menggunakan variabel seperti; (1) topik berita, (2) berita berdasarkan subjek isi berita, dan (3) berita berdasarkan arah berita. Dalam penelitiannya, metode analisis kuantitatif dapat menunjukkan hasil bahwa berita yang dilampirkan tidak memihak, berimbang dan adil ketika disampaikan kepada masyarakat. Literatur selanjutnya menjelaskan gaya komunikasi yang dianalisis secara kuantitatif terhadap TikTok Ganjar Pranowo dengan 3 variabel gaya komunikasi yang disertai 12 indikatornya (Fadhila, 2023, h. 30). Variabel-variabel tersebut digunakan untuk menemukan hasil penelitian bahwa gaya komunikasi Ganjar Pranowo bersifat arogan yang dibumbui oleh kalimat sarkastik, suka menatap lawan bicara dan juga gaya komunikasi yang sering memotong pembicaraan lawan bicara. Hasil gaya komunikasi ini dilihat melalui rumus uji analisa konten Holsti dan juga frekuensi

dari Ganjar Pranowo melakukan gaya komunikasinya. Perbedaannya dengan penelitian yang peneliti tulis, bahwa dalam penelitian Fadhila (2023) yang menjadi dasar teorinya untuk variabelnya mengenai teori gaya komunikasi, sedangkan peneliti menggunakan dasar landasan teori komunikasi dialogis.

Penelitian selanjutnya berbicara mengenai bagaimana penggunaan Instagram bagi DPR RI untuk berkomunikasi kepada masyarakat ketika kondisi krisis pada saat RUU Cipta Kerja (Iskandar et al., 2021, h. 119). Penelitian ini menunjukkan bagaimana Instagram memiliki kelincahan yang membantu DPR RI untuk bisa mengunggah konten kepada masyarakat dengan lebih cepat dan efisien di kondisi-kondisi yang krisis. Perbedaan dari penelitian ini ialah pada masalah dari tujuan penelitian, bahwa penelitian ini berfokus akan komunikasi saat krisis RUU Cipta kerja, sedangkan peneliti mengambil focus kehadiran Instagram sebagai media informasi pada publik.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti kemukakan, peneliti melihat bahwa Instagram DPR RI dan DPD RI memiliki perbedaan dalam penyampaian informasi terkait lembaga melalui konten Instagram. Peneliti melihat bahwa terdapat beberapa hal pada isi konten DPD RI yang kurang memanfaatkan fitur sosial media dengan baik dalam konteks memberikan pesan yang informatif sebagai sebuah lembaga nasional seperti menyampaikan kinerja anggota, membagikan berita terkini terkait pemerintahan serta tugas-tugas dan wewenang hingga hasil-hasil rapat yang seharusnya menjadi pesan bagi masyarakat.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah peneliti temukan, rumusan masalah yang diajukan adalah "Bagaimana isi dari konten instagram DPD RI dan DPR RI dalam mengkomunikasikan berita seputar lembaga melalui akun @dpdri dan @dpr\_ri selama periode Januari sampai dengan Mei 2023?"

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasar dari rumusan penelitian diatas penelitian ini bertujuan untuk: Menganalisis isi konten instagram DPD RI dan DPR RI dalam mengkomunikasikan berita seputar lembaga lewat akun @dpdri dan @dpr\_ri dalam periode Januari hingga Mei 2023.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan dengan harapan bisa memberi manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Umum
  - a. Penelitian ini diharap dapat mendorong para pembaca untuk lebih memperhatikan instansi negara Indonesia.
  - b. Penelitian ini diharap sebagai dasar untuk landasan pendukung untuk melanjutkan penelitian berikutnya dengan landasan yang sesuai.
2. Kegunaan Khusus

Penelitian ini secara khusus dapat memberi gambaran kepada masyarakat luas bagaimana fungsi dan peran dari salah satu Lembaga pemerintahan yang ada di Indonesia, yaitu DPD RI

## **1.6 Sistematika Penelitian**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada Bab ini, akan berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, serta sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Tinjauan pustaka sendiri merupakan sekumpulan dari konsep serta uraian dari teori yang dirujuk, yang akan menjadi pemahaman dasar bagi para peneliti.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Ditahap ini, akan berisi mengenai serangkaian metode yang akan digunakan peneliti dalam menjawab permasalahan yang ada, lalu teknik pengumpulan data yang bisa berupa pengumpulan informasi, uji keabsahan data, metode analisis data, serta objek dan ruang lingkup dari penelitian.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini, akan ada hasil penelitian yang berupa data yang telah peneliti peroleh dari sebuah analisis secara langsung tanpa mengubah apapun dan hanya menjelaskan data yang ada. Selanjutnya ialah pembahasan, yang isinya mengenai hasil dari “*analysis*” yang akan membuahkan hasil dari data dari penelitian.

### **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**



Bab ini berisi mengenai simpulan yang isinya sekumpulan jawaban dari pertanyaan yang telah ada di rumusan masalah, dan juga berisi saran dari hasil penelitian, untuk penelitian selanjutnya.

