

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih membawa kemajuan dalam berbagai hal. Saat ini tidak ada pelosok dunia yang tidak lagi terjangkau dan bebas dari kerumitan komunikasi. Hasil dari kemajuan teknologi komunikasi adalah peristiwa atau perubahan besar yang tidak membawa kemungkinan semua negara menolaknya. Dengan teknologi yang canggih komunikasi seakan tidak lagi terpisah satu sama lain, karena dunia yang satu terhubung dengan dunia yang lain. Dalam keseluruhan, perkembangan teknologi telah membuka pintu bagi kemajuan yang luar biasa dalam banyak bidang, namun juga menimbulkan tantangan baru terkait dengan privasi, keamanan data, dan dampak sosial ekonomi. Pemahaman dan pengelolaan yang bijaksana terhadap perkembangan teknologi menjadi kunci dalam memastikan bahwa dampaknya memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat secara keseluruhan.¹

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia karena merupakan sarana utama interaksi antar individu. Proses komunikasi memungkinkan manusia untuk berhubungan, berbagi informasi, dan membangun hubungan dengan orang lain di sekitarnya. Selain melalui bahasa verbal, komunikasi juga melibatkan penggunaan bahasa non-verbal seperti gerakan tubuh, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh lainnya. Dengan menggunakan beragam elemen komunikasi ini, manusia dapat menyampaikan pesan, emosi, dan maksud dengan lebih jelas dan efektif. Oleh karena itu, pemahaman tentang berbagai aspek komunikasi, baik verbal maupun non-verbal, sangat penting untuk memperkuat hubungan interpersonal dan memperluas jaringan sosial dalam kehidupan sehari-hari. Dengan memanfaatkan komunikasi secara efektif,

¹ Anita Septiani Rosana, 'Kemajuan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Industri Media Di Indonesia', *Gema Eksos*, 5.2 (2010), 146–48
<<https://www.neliti.com/id/publications/218225/kemajuan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-dalam-industri-media-di-indonesia>>.

manusia dapat memperoleh dukungan, memecahkan konflik, dan mencapai tujuan bersama dalam berbagai konteks sosial, mulai dari kehidupan pribadi hingga lingkungan profesional.

Komunikasi memiliki dampak yang positif pada perkembangan teknologi, diantaranya membantu manusia menyebarkan informasi kepada orang lain dan alat komunikasi semakin mudah diakses. Hal ini yang memfasilitasi pertukaran ide dan pengetahuan antara para ilmuwan, insinyur, dan peneliti di seluruh dunia. Kolaborasi yang didorong oleh komunikasi memungkinkan pengembangan teknologi yang lebih cepat dan inovatif. Selain itu, komunikasi juga memungkinkan umpan balik yang berharga dari pengguna akhir, yang membantu pengembang dalam meningkatkan produk mereka. Komunikasi juga memainkan peran penting dalam memperluas akses ke sumber daya, informasi, dan peluang kolaborasi di seluruh dunia, mempercepat laju inovasi dan pengembangan teknologi. Melalui komunikasi yang efektif, pengembang dapat lebih baik memahami kebutuhan dan harapan pengguna, memungkinkan mereka untuk merancang produk yang lebih sesuai dan relevan dengan pasar.²

Komunikasi visual menggunakan bahasa visual sebagai kekuatan utama dalam memberikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Dengan komunikasi visual dapat mempermudah dalam memberikan informasi dan menyampaikan pesan. Satu unsur visual, dapat mempunyai banyak arti jika diterjemahkan dalam kata istilah verbal. Strategi komunikasi visual mencakup bagaimana memposisikan diri untuk menjadi sesuatu yang unik dan bernilai. Dengan membuat keputusan apa yang harus dilakukan dan tidak boleh dilakukan. Komunikasi visual dipadukan dengan seni, logo, tipografi, gambar, desain, grafik, ilustrasi, dan warna dalam penyampaiannya. Oleh sebab itu, bahasa visual banyak digunakan untuk layanan pinjaman online.³

² Ardy Lukman Hamzah, 'Dampak Positif Dan Negatif Komunikasi Massa Media Sosial Facebook Pada Siswa Kelas Vi Sdn Tompokersan I Lumajang', *Repository.Unmuhjember.Ac.Id*, 2016, 1–13
<<http://repository.unmuhjember.ac.id/195/1/ARTIKEL.pdf>>.

³ D Mamu, M., Pelleng, F. A., & Kelles, 'Pengaruh Komunikasi Visual Puteri Body Mist Cologne Fashionista Terhadap Keputusan Pembelian', *Introduction to Survey Sampling*, 2012, p. 32.

Pinjaman online merupakan layanan peminjaman uang yang sedang populer belakangan ini dan banyak digemari oleh peminatnya, Banyak masyarakat yang meminjam online dikarenakan beberapa alasan, termasuk untuk membeli pakaian, gadget, dan jalan-jalan konser. Karena kemudahannya dalam memenuhi kebutuhan yang mendesak. Pinjaman online juga menyediakan dana instan yang dapat dicairkan dalam hitungan jam. Namun, pinjaman online harus dipertimbangkan dengan hati-hati karena cenderung memiliki suku bunga yang lebih tinggi, jangka waktu cicilan yang lebih pendek dan biaya administrasi yang tidak jelas, serta resiko terjerumus ke dalam perangkap hutang.

Berdasarkan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), nilai pinjaman online atau fintech lending pada bulan Februari 2024 mencapai Rp 61,1 triliun, menunjukkan penurunan sebesar 4,04% dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Meskipun demikian, penyaluran pinjaman online pada bulan tersebut mengalami peningkatan sebesar 35,72% jika dibandingkan dengan bulan Januari tahun sebelumnya. Hingga Januari 2023, jumlah total pinjaman online yang telah disalurkan mencapai 15,93 juta peminjam. Jumlah peminjam mengalami penurunan sebesar 16,19% setiap bulannya. Mayoritas peminjam, yaitu 12,54 juta orang, berasal dari wilayah Jawa, atau mencakup 78,71% dari total peminjam di negara ini. Sedangkan pinjaman sebesar Rp 7,08 triliun atau 37,82% diberikan kepada sektor manufaktur. Dari jumlah tersebut, Rp 2,47 triliun disalurkan ke sektor perdagangan besar dan eceran.⁴

Efek deskruktif pinjaman online terhadap masyarakat Indonesia telah menjadi isu kontroversial. Beberapa faktor yang berkontribusi terhadap masalah ini antara lain kurangnya literasi keuangan, kemudahan memperoleh pinjaman, dan stigmatisasi pinjaman online. Berdasarkan Riset NoLimit Indonesia, menunjukkan guru merupakan kelompok yang paling banyak menjadi korban kegiatan pinjaman online. Berdasarkan hasil analisis wawancara di media sosial, 42% korban pinjaman online berprofesi sebagai guru. Korban PHK juga

⁴ Annur Mutia Cindy, 'Awal 2023, Penyaluran Pinjaman Online Capai Rp.18,7 Triliun', 2023, p. 1 <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/awal-2023-penyaluran-pinjaman-online-capai-rp187-triliun>>.

merupakan korban yang paling sering menjadi korban pinjaman online, yaitu sebesar 21%. Kemudian 18% korban pinjaman online berasal dari Ibu Rumah Tangga (IRT). 9% korban pinjaman online adalah pegawai. Kemudian, tingkat korban pinjaman online di kalangan pedagang dan pelajar masing-masing sebesar 4% dan 3%. Ada pula 2% korban pinjaman online yang bekerja sebagai tukang cukur. Sedangkan korban pinjaman online yang merupakan pengemudi ojek online tercatat sebesar 1% dari total responden yang di survei.⁵

Komunikasi visual dapat mencegah penggunaan pinjaman online yang menyebabkan konsumen melakukan pembelian secara berlebihan. Metode komunikasi visual yang dapat mencegah pinjaman online yaitu melalui gambar atau warna sehingga akan menarik perhatian konsumen untuk tidak melakukan pinjaman online. Selain itu penting untuk memahami perbedaan antara pinjaman bagus dan pinjaman berisiko, memahami bagaimana suku bunga dan biaya yang berlaku, dan merencanakan pengeluaran dengan bijak adalah langkah penting untuk menghindari pinjaman online.

Pengaruh komunikasi visual terhadap pencegahan pinjol diduga sangat penting dilakukan. Melalui penggunaan gambar, infografis, dan grafik yang menyoroti risiko dan konsekuensi negatif dari pinjol, orang dapat lebih memahami dampaknya secara visual. Komunikasi visual yang kuat dapat memperjelas informasi kompleks tentang pinjol secara cepat dan efektif, membantu mencegah orang dari terjerumus ke dalam praktik pinjaman online yang berisiko tinggi. Selain itu, komunikasi visual juga dapat digunakan untuk memperkuat pesan-pesan pemerintah, lembaga keuangan, dan organisasi non-profit yang memperingatkan tentang bahaya pinjol. Melalui kampanye visual yang kreatif dan memukau, pesan-pesan tentang pengelolaan keuangan yang bertanggung jawab dan alternatif lain untuk memenuhi kebutuhan finansial dapat disampaikan dengan lebih efektif kepada masyarakat. Dengan demikian, komunikasi visual memiliki potensi besar untuk menjadi alat yang efektif

⁵ Rizaty Ayu Monavia, 'Guru Jadi Profesi Paling Banyak Terjerat Pinjol Ilegal', 2023, p. 1 <<https://dataindonesia.id/digital/detail/guru-jadi-profesi-paling-banyak-terjerat-pinjol-illegal>>.

terhadap pencegahan pinjol dan mengedukasi masyarakat tentang pentingnya keuangan yang sehat. penggunaan komunikasi visual dapat memperkuat kesadaran akan regulasi dan perlindungan konsumen yang ada terkait industri pinjol.

Dengan menampilkan informasi tentang hak dan perlindungan konsumen dalam bentuk visual yang menarik, individu dapat lebih memahami hak-hak mereka saat menggunakan layanan keuangan daring. Hal ini dapat memberikan mereka kepercayaan diri untuk mengambil keputusan yang lebih bijaksana dan menghindari penyalahgunaan pinjol yang dapat merugikan finansial dan memberikan beban hutang yang berat. komunikasi visual juga dapat digunakan untuk membangun kesadaran akan sumber daya dan layanan keuangan yang tersedia bagi masyarakat, seperti kelas keuangan, konseling utang, dan program pengembangan keterampilan finansial. Dengan menyajikan informasi ini dalam format visual yang menarik dan mudah dimengerti, masyarakat dapat lebih mudah mengakses sumber daya yang membantu mereka mengelola keuangan mereka secara lebih efektif, sehingga mengurangi ketergantungan pada pinjaman online yang berisiko tinggi.

Strategi pinjaman online yang masif menggunakan komunikasi visual berdampak terhadap keputusan masyarakat untuk melakukan pinjaman online. Komunikasi visual memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan orang, karena visualisasi data dan komunikasi visual secara umum mempengaruhi pengambilan keputusan. Mempermudah pemahaman, Menurut Wyzowl, 80% orang lebih mudah memahami sesuatu secara visual.⁶ Selain itu, strategi komunikasi visual juga dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran akan alternatif lain untuk memenuhi kebutuhan finansial, seperti tabungan, investasi, atau bantuan keuangan dari lembaga yang terpercaya. Dengan menyajikan informasi ini dalam format yang menarik dan mudah dicerna, masyarakat dapat lebih mungkin untuk memilih opsi yang lebih berkelanjutan secara finansial. Selain menyampaikan pesan-pesan pencegahan, komunikasi

⁶ Perdana Arkan, 'Visualisasi Data: Pengertian, Fungsi, Dan Tipe-Tipenya', 2022, p. 1 <<https://glints.com/id/lowongan/data-visualization-adalah/>>.

visual juga dapat digunakan untuk memperkuat penegakan regulasi dan perlindungan konsumen terkait dengan industri pinjol. Dengan memvisualisasikan hak-hak dan perlindungan konsumen dalam bentuk yang mudah dimengerti.

Menurut data dari Kepala desa, Kepala desa mengatakan ada Sebagian besar Masyarakat Desa keserangan melakukan pinjaman online. Dari banyaknya faktor, Hal ini yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti kasus ini, karena peneliti termasuk orang yang tinggal diDesa tersebut. Karena berdasarkan hipotesa awal diduga adanya pengaruh antara komunikasi visual dalam mempengaruhi keputusan. Oleh karena itu, penulis meneliti dengan judul ini **“Pengaruh Komunikasi Visual Terhadap Pencegahan Pinjaman Online”**. Dengan harapan ketika penulis mengetahui sebab keputusan ini bisa menjadi pijakan untuk melakukan pencegahan supaya tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan dalam pinjaman online.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana komunikasi visual terhadap pencegahan pinjaman online pada masyarakat Desa Keserangan, Kecamatan Gerogol, Kota Cilegon?
2. Bagaimana dampak pinjaman online pada masyarakat Desa Keserangan, Kecamatan Gerogol, Kota Cilegon?
3. Berapa besar pengaruh Komunikasi visual terhadap pencegahan pinjaman online di Desa Keserangan, Kecamatan Gerogol, Kota Cilegon?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah, yang menjadi tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mendeskripsikan komunikasi visual terhadap pencegahan pinjaman online pada masyarakat Desa Keserangan, Kecamatan Gerogol, Kota Cilegon.
2. Untuk menjelaskan dampak layanan pinjaman online pada masyarakat Desa

Keserangan, Kecamatan Gerogol, Kota Cilegon.

3. Untuk mengetahui pengaruh Komunikasi visual terhadap pencegahan pinjaman online di Desa Keserangan, Kec. Gerogol, Kota Cilegon.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan, manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap kajian komunikasi dan penyiaran islam. Peneliti juga berharap penelitian ini bisa menambah wawasan dan khasanah tentang dampak positif maupun negatif pinjaman online bagi masyarakat.
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, serta referensi bagi penelitian yang selanjutnya terutama yang berhubungan dengan pengaruh komunikasi visual terhadap pencegahan pinjaman online.
 - c. Penelitian ini diharapkan agar bisa melakukan pencegahan/membantu mengurangi angka/tingkat masyarakat yang menggunakan pinjaman online.
2. Manfaat Praktis
 - a. Untuk memberitahukan Pengaruh komunikasi visual terhadap pencegahan pinjaman online bagi kalangan masyarakat Desa Keserangan, Kecamatan Gerogol
 - b. Penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan, saran atau rekomendasi khususnya masyarakat Desa Keserangan, Kecamatan Gerogol, Kota Cilegon

E. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian mengenai Pengaruh komunikasi visual dalam mencegah penggunaan pinjaman online bukan hanya pertama kali. Dengan demikian, untuk menghindari pengulangan dalam penulisan, penulis menyajikan beberapa penelitian sebelumnya yang dianggap relevan sebagai referensi, yang antara lain mencakup:

1. **Anik Budi Asih, Skripsi** (2012), Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta dengan judul "Pengaruh Komunikasi Visual Puteri *Body Mist Cologne Fashionista* Terhadap Keputusan Pembelian".⁷ Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kuantitatif dengan analisis regresi sederhana. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sekitar 63,4% dari pengaruh tersebut dapat dijelaskan, sementara 36,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang belum diidentifikasi dalam penelitian ini. Dari hasil uji-t dengan 80 responden dan tingkat signifikansi 5%, disimpulkan bahwa komunikasi visual pada produk Puteri *Body Mist Cologne Fashionista* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah pada subjek yang diteliti yaitu komunikasi visual dalam mempengaruhi keputusan, jenis dan metode pendekatan yang digunakan persama-sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada fokus penelitian dimana penelitian Anik Budi Asih mengkaji tentang Pengaruh Komunikasi Visual Puteri *Body Mist Cologne Fashionista* Terhadap Keputusan Pembelian sedangkan penelitian penulis mengkaji tentang Pengaruh Komunikasi Visual terhadap pencegahan Pinjaman Online di Desa Keserangan, Kecamatan Gerogol, Objek dalam penelitian ini adalah Siswa SMK Negeri Yogyakarta sedangkan objek penulis adalah Masyarakat Desa Keserangan.
2. **Maria Elisabeth Olivia Putri Anggoro, Lexi Pranata B. L., S.Kom., MBA., M.M., CEM, Jurnal** (2020), Mahasiswa Program Studi International Hospitality and Tourism Bussines, Universitas Ciputra Surabaya dengan judul "Pengaruh Komunikasi dan Konten Visual Dalam Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Fotografi di *Sweetescape* Jakarta".⁸ Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode

⁷ Mamu, M., Pelleng, F. A., & Kelles.

⁸ Maria Elisabeth Olivia Putri Anggoro and Lexi Pranata, 'Pengaruh Komunikasi Dan Konten Visual Dalam Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Fotografi

kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi dan konten visual ditemukan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian customer di *sweetescape*. Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa konten visual memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan *SweetEscape*. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis ialah pada subjek yang diteliti yaitu komunikasi visual terhadap pengambilan keputusan. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terletak pada fokus penelitian dimana penelitian Maria Elisabeth Olivia Putri Anggoro, Lexi Pranata B. L., S.Kom., MBA., M.M., CEM mengkaji tentang Pengaruh Komunikasi dan Konten Visual Dalam Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Fotografi di *Sweetescape* Jakarta, Sedangkan penelitian penulis mengkaji tentang Pengaruh Komunikasi Visual terhadap pencegahan Pinjaman Online Desa Keserangan, Kecamatan Gerogol, Cilegon.

3. **Arham, Ferry V.I.A Koagouw, Reiner Onsu, Jurnal** (2018), Mahasiswa Program Studi Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi dengan judul "Pengaruh Desain Komunikasi Visual Surat Kabar Manado Post Terhadap Keputusan Membaca Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi".⁹ Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis korelasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain komunikasi visual Surat Kabar Manado Post memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan membaca mahasiswa, yang diinterpretasikan sebagai hubungan yang kuat dengan koefisien korelasi sebesar 0,604. Koefisien determinan sebesar 0,364 menunjukkan bahwa pengaruh desain komunikasi visual tersebut terhadap keputusan membaca mahasiswa adalah sebesar 36,4%. Korelasi yang kuat dan positif menandakan komunikasi visual surat kabar tersebut memiliki pengaruh yang

Di Sweetescape Jakarta', *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, 6.2 (2020), 79–82 <<https://doi.org/10.30813/jhp.v6i2.2415>>.

⁹ Graham Kalton, 'Pengaruh Desain Komunikasi Visual Surat Kabar Manado Post Terhadap Keputusan Membaca Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi', *Introduction to Survey Sampling*, 2011, 9–16.

positif terhadap keputusan membaca, artinya semakin menarik komunikasi visual surat kabar, semakin tinggi minat mahasiswa untuk membacanya. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah pada subjek yang diteliti yaitu komunikasi visual dalam mempengaruhi keputusan, jenis dan metode pendekatan yang digunakan sama-sama menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terletak pada fokus penelitian dimana peneliti Arham, Ferry V.I.A Koagouw, Reiner Onsu mengkaji tentang Pengaruh Desain Komunikasi Visual Surat Kabar Manado Post Terhadap Keputusan Membaca Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi, sedangkan penelitian penulis mengkaji tentang Pengaruh Komunikasi Visual terhadap pencegahan Pinjaman Online diDesa Keserangan, Kecamatan Gerogol, Objek dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi sedangkan objek penulis adalah Masyarakat Desa Keserangan.

- 4. Sudarmaji Lukito, Skripsi (2022),** Mahasiswa Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Islam Sultan Ageng Semarang dengan judul “Upaya Pencegahan Tindak Pidana Pinjaman Online Ilegal diDirektorat Reserse Kriminal Khusus Polda Jawa Tengah” Penelitian ini merupakan penelitian dengan metode kualitatif dengan pendekatan yuridis sosiologis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, upaya yang dilakukan Reserse Kriminal Khusus Polda Jawa Tengah dalam mencegah tindak pidana pinjaman online ilegal bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat agar tidak tergiur dengan pinjaman online ilegal, bijak dalam memberikan identitas atau data pribadi, memantau perusahaan melalui OJK dan mengambil tindakan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah pada subjek yang diteliti yaitu Pencegahan pinjaman online. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah terletak pada fokus penelitian dimana peneliti Sudarmaji Lukito tentang Upaya Pencegahan Tindak Pidana Pinjaman Online Ilegal di Direktorat Reserse Kriminal Khusus Polda Jawa Tengah, sedangkan penelitian penulis mengkaji tentang Pengaruh

Komunikasi Visual terhadap pencegahan Pinjaman Online di Desa Keserangan, Kecamatan Gerogol.¹⁰

F. Sistematika Pembahasan

Pembahasan yang sistematis merupakan gambaran isi karya ilmiah. Tujuannya untuk memudahkan peneliti dan penulis. Penulis membagi sistematika pembahasan menjadi lima bagian, diantaranya :

BAB I PENDAHULUAN Bab ini berisi : Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu yang Relevan, Sistematika Pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI Bab ini berisi: Kajian pustaka, menjelaskan kajian yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu kajian komunikasi, komunikasi visual, pinjaman online, dan hubungan antara komunikasi visual dalam mencegah penggunaan pinjaman online. Deskripsi Teori, mengkaji berbagai teori yang relevan dengan permasalahan penelitian yang pada penelitian ini menggunakan Teori Peluru Ajaib/Jarum Suntik (Hipodermik) yang dilakukan oleh Harold Lasswell, kemudian menyusunnya secara teratur dan rapih yang digunakan untuk merumuskan masalah.

BAB III METODE PENELITIAN Bab ini berisi: Metode Penelitian, Objek Penelitian, Lokasi dan Waktu, Populasi dan Sampel.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN Bab keempat adalah bab yang memaparkan hasil, yaitu: Deskripsi Objek Penelitian, Hasil Penelitian, menyajikan hasil analisis yang telah diolah dari data mentah menggunakan metode analisis data kuantitatif. Pembahasan, merupakan tahap berikutnya yang memberikan analisis mendalam terhadap hasil analisis data dan wawancara dengan narasumber.

BAB V PENUTUP Bab terakhir ini berisi: Kesimpulan dan Saran

¹⁰ khoerul ummah, 'Upaya Pencegahan Tindak Pidana Pinjaman Online Ilegal DiDirektorat Reserse Kriminal Khusus Polda Jawa Tengah', 8.5.2017, 2022, 2003–5.