

JUDUL JELAS, INFORMATIF, MINIMAL 7 KATA DAN TIDAK LEBIH EMPAT BARIS DAN 15 KATA

Oleh:

Nama Penulis Pertama¹

Nama Institusi Penulis Pertama

Nama Penulis Kedua²

Nama Institusi Penulis Kedua

Nama Penulis Ketiga³

Nama Institusi Penulis Ketiga

Alamat: Kampus

Korespondensi Penulis: penulis.pertama@email.com

***Abstract.** Abstract and Keywords must be written in **English**, in italic style, and contain a brief description of the research background, objectives, methods, findings, and implications. The abstract is written in one paragraph with a single space (**minimum 150 words & maximum 300 words**), without any reference or formula.*

***Keywords:** 3-5 words or phrases that reflect the contents of the article (alphabetically).*

Abstrak. Abstrak harus ditulis menggunakan bahasa Indonesia dan berisi penjelasan singkat mengenai latar belakang penelitian, tujuan yang ingin dicapai, metode yang digunakan, hasil penelitian, serta implikasinya. Penulisan abstrak disusun dalam satu paragraf dengan spasi tunggal, memiliki panjang antara 150 hingga 300 kata, serta tidak mencantumkan rujukan maupun rumus.

Kata kunci: 3-5 kata atau frasa yang mencerminkan isi artikel (secara alfabetis).

Received January XX, 2026; Revised Februari XX, 2026; Maret XX, 2026

*Corresponding author: admin@formadeducation.id

JUDUL ARTIKEL (ditulis huruf besar, font Time New Roman 14, Rata Kanan)

LATAR BELAKANG

Naskah disusun menggunakan spasi 1,5 dengan jenis huruf Times New Roman berukuran 12 pt. Bagian ini memuat penjelasan singkat dan jelas mengenai latar belakang umum penelitian, tinjauan pustaka yang relevan dengan topik penelitian, serta pemaparan kebaruan penelitian melalui analisis kesenjangan yang menunjukkan urgensi dan keunikan penelitian. Selain itu, bagian ini juga menjelaskan tujuan penelitian. Penulisan latar belakang dilakukan tanpa menggunakan penomoran maupun poin-poin.. (Setiap kata yang berbahasa Inggris wajib *italic mode* atau dimiringkan).

METODE PENELITIAN

Bagian ini menjelaskan rancangan penelitian yang mencakup jenis atau desain penelitian, populasi dan sampel, teknik serta instrumen pengumpulan data, metode analisis data, dan model penelitian yang digunakan. Metode yang bersifat umum tidak perlu dijabarkan secara detail, melainkan cukup dirujuk pada sumber atau referensi yang relevan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menjelaskan tahapan pengumpulan data, waktu pelaksanaan, serta lokasi penelitian. Selain itu, disajikan hasil analisis data yang dapat diperkuat dengan tabel atau gambar sebagai ilustrasi, bukan berupa data mentah maupun tangkapan layar hasil analisis. Pembahasan juga mencakup hubungan antara temuan penelitian dengan konsep dasar, hasil pengujian hipotesis (jika ada), serta perbandingan dengan hasil penelitian terdahulu, baik yang sejalan maupun yang berbeda, disertai dengan penafsiran masing-masing.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan disajikan secara ringkas dan langsung menjawab tujuan atau permasalahan penelitian dengan menampilkan hasil penelitian atau pengujian hipotesis, tanpa mengulang pembahasan sebelumnya.

DAFTAR REFERENSI

Artikel Jurnal (satu, dua, atau lebih dari dua penulis)

Hidayati, S.N. (2016). Pengaruh Pendekatan Keras dan Lunak Pemimpin Organisasi

terhadap Kepuasan Kerja dan Potensi Mogok Kerja Karyawan. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(2), 57-66.
<http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i2.164>.

Risdwiyanto, A. & Kurniyati, Y. (2015). Strategi Pemasaran Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Sleman Yogyakarta Berbasis Rangsangan Pemasaran. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 5(1), 1-23.
<http://dx.doi.org/10.30588/SOSHUMDIK.v5i1.142>.

Bator, R. J., Bryan, A. D., & Schultz, P. W. (2011). Who Gives a Hoot?: Intercept Surveys of Litterers and Disposers. *Environment and Behavior*, 43(3), 295–315.
<https://doi.org/10.1177/0013916509356884>.

Artikel Prosiding

Norsyaheera, A.W., Lailatul, F.A.H., Shahid, S.A.M., & Maon, S.N. (2016). The Relationship Between Marketing Mix and Customer Loyalty in Hijab Industry: The Mediating Effect of Customer Satisfaction. In *Procedia Economics and Finance* (Vol. 37, pp. 366–371). Elsevier B.V.
[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30138-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30138-1).

Working Paper

Armand, F. (2003). Social Marketing Models for Product-Based Reproductive Health Programs: A Comparative Analysis. *Occasional Paper Series*. Washington, DC. Retrieved from www.cmsproject.com.

Disertasi/Tesis/Paper Kerja

Belair, A. R. (2003). Shopping for Your Self: When Marketing becomes a Social Problem. *Dissertation*. Concordia University, Montreal, Quebec, Canada.

Lindawati (2015). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Ekonomi dan Kesejahteraan Rumah Tangga Petani Usahatani Terpadu Padi-Sapi di Provinsi Jawa Barat. Institut Pertanian Bogor. Retrieved from <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/85350>.

JUDUL ARTIKEL (ditulis huruf besar, font Time New Roman 14, Rata Kanan)

Buku Teks

Kotler, P., & Lee, N. R. (2009). *Up and Out of Poverty: The Social Marketing Solution*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Laporan Instansi/Lembaga/Organisasi/Perusahaan

LPPSP. (2016). *Statistik Indonesia 2016*. Badan Pusat Statistik, 676. Jakarta. Diakses dari <https://www.LPPSP.go.id/index.php/publikasi/326>.

Artikel Surat Kabar/Majalah

Risdwiyanto, A. (2016). Tas Kresek Berbayar, Ubah Perilaku Belanja? *Kedaulatan Rakyat*, 22 Februari, 12.

Sumber dari internet dengan nama penulis

Chain, P. (1997). Same or Different?: A Comparison of the Beliefs Australian and Chinese University Students Hold about Learning's Proceedings of AARE Conference. Swinburne University. Available at: <http://www.swin.edu.au/aare/97pap/CHAN97058.html>, diakses tanggal 27 Mei 2000.

Sumber dari internet tanpa nama penulis (tuliskan nama organisasi/perusahaan)

StatSoft, Inc. (1997). Electronic Statistic Textbook. Tulsa OK., StatSoft Online. Available at: <http://www.statsoft.com/textbook/stathome.html>, diakses tanggal 27 Mei 2000.