

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kabupaten Kudus memiliki berbagai tempat wisata yang layak dikunjungi berbagai wisatawan serta ada beberapa tempat wisata yang unik. Serta Kabupaten Kudus terkenal sebagai kota kretek dan kota santri karena di kabupaten ini terdapat industri rokok baik skala besar maupun skala kecil dan terdapat monument bangunan bersejarah yaitu Menara Kudus peninggalan Sunan Kudus. Selain itu di Kabupaten Kudus terdapat banyak tempat wisata baik wisata religi, wisata alam maupun wisata lainnya. Dalam upaya memperkenalkan pariwisata selain wisata religi, disbudpar memilih suatu media modern yang mengikuti perkembangan teknologi untuk mempromosikan kepada wisatawan lokal, asing, maupun mancanegara.

Selain itu, dalam hal ini pengunjung mengetahui berbagai informasi dan lokasi melalui suatu media seperti Disbudpar yang juga menjadi tempat pengunjung mencari informasi dan sebaliknya Disbudpar memberikan informasi bagi pengunjung yang berkunjung ke Kabupaten Kudus untuk mengetahui tempat wisata di Kabupaten Kudus. Informasi tentang tempat wisata dan tempat budaya dan sejarah yang bagus di Kabupaten Kudus. Segala informasi dapat diakses melalui Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kudus. Salah satu strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus upaya memberi informasi serta mempromosikan tempat wisata di Kabupaten Kudus yaitu dengan cara menggunakan salah satu media sosial untuk membagikan informasi tersebut. Media sosial menjadi salah satu media yang perkembangannya terlihat sangat pesat di era sekarang. Jadi disbudpar memilih media sosial sebagai sarana membagikan informasi serta tempat-tempat wisata yang dapat dikunjungi di Kabupaten Kudus.¹

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat dan dengan munculnya media baru yang dikenal juga dengan istilah jejaring sosial, teknologi jaringan

¹ Tari Riyadi, Skripsi: “Strategi Komunikasi Pemasaran Disbudpar Dalam Mempromosikan Kota Surakarta Sebagai Kota Budaya Dan Pariwisata (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Pemasaran Disbudpar Dalam Mempromosikan Kota Surakarta Sebagai Kota Budaya Dan Pariwisata)” (Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2014).

menjadi sebuah teknologi yang sedang menjadi tren bagi semua kalangan. Internet memungkinkan orang untuk berkomunikasi dengan orang lain di berbagai belahan dunia tanpa terikat oleh ruang dan waktu. Kini, siapa pun yang memiliki perangkat yang terhubung ke Internet melalui komputer, ponsel atau perangkat serupa dapat menjadi bagian dari jaringan komunikasi global. Dengan perkembangannya, Internet dapat menciptakan suatu jaringan baru yang dikenal dengan sebutan jaringan media sosial. Media sosial menjadi media komunikasi online yang memudahkan masyarakat untuk melakukan partisipasi, berbagi, dan membuat konten, termasuk blog, jejaring sosial, WiFi, forum, dan dunia virtual. Pada awalnya, penggunaan utama media sosial untuk menjalin komunikasi yang dapat terhubung dengan teman, kolega, dan keluarga. Namun, media sosial tidak hanya digunakan begitu saja dalam perkembangannya. Media sosial kini banyak dimanfaatkan sebagai tempat menyebarkan atau menyediakan berbagai jenis informasi, mulai dari informasi politik, informasi bisnis, pendidikan, informasi kuliner, informasi medis, informasi budaya, hiburan hingga kegiatan promosi produk.²

Pemanfaatan teknologi dalam penggalangan dana tidak lepas dari dampak perkembangan teknologi. Menggunakan teknologi untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi adalah praktik alami dalam kehidupan modern. Hal ini dapat dicapai dengan kemajuan dari waktu ke waktu, didukung oleh perkembangan teknologi yang lebih mudah digunakan dan mudah diakses, sehingga informasi terkini dapat diakses oleh berbagai kalangan. Saat ini “era digital”, menjadi budaya komunikasi yang mudah dan andal yang didukung oleh teknologi telah muncul.³

Kemajuan teknologi informasi di kabupaten Kudus saat ini tidak dapat dipungkiri bagi kita sebagai warga dan pengguna media sosial yang selalu kita gunakan yaitu *Whatsapp*, *Instagram*, *Facebook* dan platform lainnya. Perkembangan teknologi informasi dapat meningkatkan kinerja dan memungkinkan pelaksanaan berbagai kegiatan secara aman, cepat dan terjamin. Perkembangan teknologi informasi telah bisa memperkenalkan berbagai macam kegiatan yang basisnya pada teknologi. Kemajuan

² Iik Arif Rahman and Redi Panuju, “Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram,” *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 16, no. 2 (2017): 214.

³ Herna *et al.*, “Strategi Komunikasi Media Sosial Untuk Mendorong Partisipasi Khalayak Pada Situs Online Kitabisa.Com,” *Jurnal Komunikasi Pembangunan* 17, no. 2 (2019): 147–48.

Teknologi Menurut Pandangan Islam terdapat dalam Al-Quran terdapat pada surah QS. Ar-Rahman Ayat 33:

يٰۤمَعْشَرَ الْجِنِّ وَالْإِنْسِ إِنِ اسْتَعْظَمْتُمْ أَن تَنْفُذُوا مِنۢ مِّنۢ أَقْطَارِ السَّمٰوٰتِ وَالْأَرْضِ
فَأَنْفُذُوٓا۟ لَا تَنْفُذُوٓا۟ إِلَّا بِسُلْطٰنٍ ۝۳۳

Artinya: Artinya: “Hai jemaah jin dan manusia, jika kamu sanggup menembus (melintasi) penjuru langit dan bumi, maka lintasilah, kamu tidak dapat menembusnya melainkan dengan kekuatan.” (QS. Ar- Rahman:33).

Banyak ahli yang menjelaskan bahwa kata '*Sultan*' memiliki banyak arti yang berbeda: ada yang berarti kekuatan dan kekuasaan, ada yang berarti pengetahuan, keterampilan, dan lain-lain. Abdul AI-Razzaq Naufal dalam bukunya *Al Muslimun wa al-Ilm al-Hadis* mengartikan kata '*sult han*' sebagai ilmu pengetahuan dan keterampilan atau teknologi. Sebagaimana kita mengetahui bahwasannya Al-Quran memberikan perintah sebagai umat islam harus mengembangkan kemajuan teknologi bagi umat islam dan khususnya bagi umat manusia, dengan kemajuan teknologi yang kita kembangkan harus bermanfaat bagi alam semesta dan bagi umat manusia.⁴

Komunikasi adalah aktivitas dasar manusia. Komunikasi memungkinkan manusia untuk berinteraksi satu sama lain, baik itu pada kehidupan sehari-hari di rumah, di tempat kerja, di pasar, di masyarakat atau dimana saja. Tidak akan ada orang yang tidak terlibat dalam komunikasi. Secara sederhana, komunikasi adalah suatu proses ekspresif antar manusia yang didalamnya pikiran dan perasaan seseorang diungkapkan kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai salurannya. Komunikasi kemudian diartikan sebagai mekanisme keberadaan hubungan manusia dan melaluinya semua sinyal pemikiran berkembang, serta sarana untuk mentransmisikan dan mengelolanya dalam ruang. Ini termasuk ekspresi wajah, postur dan gerak tubuh, suara, ucapan, tulisan, percetakan, kereta api, telegraf, telepon dan semua penemuan terbaru dalam pengendalian ruang dan waktu.⁵

Berbicara mengenai komunikasi tidak bisa dilepaskan dari pariwisata yang merupakan bagian penting dari suatu daerah,

⁴ Alif Nur Rohman, “Pemikiran kuntowijoyo mengenai sejarah dalam Alquran dan relevansinya dengan sains modern,” *Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam Dan Sains* 4, no. 1 (2022): 263.

⁵ Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, “Mengenal Ilmu Komunikasi,” *Jakarta: Widya Padjadjaran*, 2010.

karena merupakan penopang peningkatan pendapatan awal daerah. Selain itu, pariwisata dapat menciptakan ruang dan dampak positif berupa peluang untuk memajukan berbagai aspek kehidupan masyarakat. Pariwisata adalah suatu perjalanan perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang, baik terencana maupun tidak terencana, dan dapat memberikan pengalaman yang dijalani seseorang. Pengembangan pariwisata di suatu daerah membawa banyak manfaat bagi masyarakat, terutama secara ekonomi, sosial dan budaya. Namun jika pembangunan tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan banyak permasalahan serius bahkan merugikan masyarakat.⁶

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus mempunyai peran utama dalam penciptaan pariwisata modern. Pengembangan pariwisata di suatu daerah membawa banyak manfaat bagi masyarakat, terutama secara ekonomi, sosial dan budaya. Namun, jika pembangunan tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan banyak permasalahan serius, bahkan merugikan masyarakat. Dari segi sosial, kegiatan pariwisata akan meningkatkan penyerapan tenaga kerja baik dalam pembangunan sarana maupun prasarana pada sektor usaha langsung dan tidak langsung. Dari segi ekonomi, kegiatan pariwisata dapat memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah baik berupa pajak, biaya parkir, dan tiket masuk atau mendatangkan devisa melalui kunjungan ke tempat wisata. Secara ekonomi, pariwisata diharapkan dapat memperkuat komunitas lokal, merangsang perekonomian daerah tujuan wisata dan memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat. Pemerintah Kabupaten Kudus merupakan Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata yang mempunyai peranan sektoral paling penting dalam mewujudkan industri pariwisata yang maju dan progresif. Kondisi yang diinginkan adalah meningkatkan daya tarik destinasi wisata yang selama ini kurang diminati wisatawan. Selain itu, upaya juga dilakukan untuk meningkatkan pendapatan lokal daerah dan penduduk Kabupaten Kudus pada umumnya.

Industri pariwisata merupakan industri yang mempunyai potensi pertumbuhan yang cukup besar di Kabupaten Kudus dan industri ini merupakan industri yang dapat menunjang perkembangan suatu daerah. Perkembangan industri pariwisata

⁶ Choridotul Bahiyah, Wahyu Hidayat Riyanto, dan Sudarti Sudarti, "Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo," *Jurnal Ilmu Ekonomi* 2, no. 1 (2018): 97.

dinilai sebagai salah satu sektor terpenting yang dapat berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan asli daerah dan menstimulasi perekonomian daerah. Namun saat ini, industri pariwisata masih belum menjadi aset penting dan belum dikembangkan secara optimal untuk mendukung pertumbuhan perekonomian di wilayah tersebut. Hal serupa juga terjadi di Kabupaten Kudus yang pengembangan pariwisatanya semakin tidak penting sehingga kurang mendapat perhatian, padahal destinasi wisata ini mempunyai potensi yang cukup baik.

Perkembangan digitalisasi pada saat ini telah mempengaruhi inovasi teknologi yang semakin berkembang dengan adanya internet, memudahkan adanya akses terhadap aplikasi jejaring sosial dengan banyak fungsi penerimaan informasi. Salah satu teknologi yang perkembangannya semakin pesat adalah teknologi Internet. Dengan perkembangan teknologi yang semakin maju, masyarakat semakin mudah dalam menggunakan internet dan berkomunikasi satu sama lain hingga membentuk jejaring sosial. Perkembangan teknologi telah menjadikan Internet sebagai bagian dari kehidupan masyarakat modern. Internet dapat menghubungkan pengguna di mana pun di dunia dalam suatu jaringan, di mana pun dan kapan pun mereka berada. Media sosial memegang peranan penting sebagai sarana berekspresi bagi penggunanya. Jejaring sosial dapat berkomentar, merespon secara terbuka dan mencari informasi, sehingga jejaring sosial lebih menarik, tidak membuat bosan, kesepian dan akan memberikan banyak ilmu jika mengetahui cara memanfaatkan jejaring sosial dengan cara yang cerdas..⁷

Strategi komunikasi media sosial pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus menarik diteliti sebab kita hidup di era sudah maju dan perkembangan teknologi semakin pesat. Memasuki era yang membuat seluruh manusia di era sekarang ini lebih sering mengakses media yang berbasis internet, hal itu terjadi karena lebih mudah diakses dimanapun berada dan tidak tertaut dengan tempat maupun kondisi tertentu, dan lebih tepatnya media berbasis internet tersebut mampu diakses di segala kondisi dan dimanapun berada. Selain menggunakan media berbasis internet atau online, salah satu media sosial Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus ini mampu menarik banyak

⁷ Haikal Ibnu Hakim, Noviawan Ohorella, dan Edy Prihantoro, "Strategi Komunikasi Pemasaran Angkringan Khulo Melalui Media Sosial Instagram," *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2022): 115.

penengunjung media sosial atau *viewers* di media sosialnya yaitu *Instagram*, *Facebook*, *Youtube* dikarenakan sudah memiliki pengikut yang sudah lumayan banyak dan isinya banyak menampilkan postingan-postingan mengenai informasi wisata dan tempat wisata baru yang ada di Kabupaten Kudus.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Esti selaku kepala seksi promosi, pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan wisata di Kabupaten Kudus baru mencapai tingkat efektivitas yang memadai setelah adanya pandemi Covid-19. Meskipun akun-akun media sosial seperti Instagram dan Youtube telah dibuat sebelum pandemi, penggunaan dan dampaknya tidak signifikan pada masa itu. Namun, setelah pandemi melanda, masyarakat mulai lebih aktif menggunakan media sosial sebagai sumber informasi dan hiburan, sehingga promosi wisata melalui platform ini menjadi lebih efektif. Hal ini menunjukkan bahwa perubahan perilaku dan kebiasaan masyarakat akibat pandemi Covid-19 telah mempengaruhi cara mereka menerima dan merespons informasi, termasuk promosi wisata.

Tidak hanya itu, dalam penggunaan platform media sosial untuk promosi wisata, banyak kendala yang ditemukan. Oleh karena itu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Kudus menyadari bahwa sebelum melaksanakan kegiatan promosi wisata, perlu disusun rencana strategis yang matang. Rencana strategis ini bertujuan untuk memastikan bahwa kegiatan promosi dapat berjalan dengan efektif dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Dengan adanya rencana strategis, kendala-kendala yang muncul dalam penggunaan media sosial dapat diantisipasi dan diatasi, sehingga promosi wisata dapat mencapai audiens yang lebih luas dan meningkatkan minat masyarakat terhadap destinasi wisata di Kabupaten Kudus.⁸

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tari Riyadi mendukung pentingnya strategi yang matang dalam promosi wisata. Dalam penelitiannya, Tari Riyadi mengungkapkan bahwa strategi Disbudpar dalam mempromosikan Kota Solo adalah dengan melakukan branding terlebih dahulu sebelum memperkenalkan produk, yaitu kota Solo itu sendiri. Melakukan branding dirasa sangat efektif dan tepat mengingat kota Solo belum terkenal dibandingkan dengan kota-kota lain. Branding membantu membentuk citra kota dan membuatnya lebih menarik di mata calon wisatawan.

⁸ Hasil wawancara dengan Ibu Esti Aristiana Tanggal 29 Maret 2024

Selain *branding*, Disbudpar Kota Solo juga aktif melakukan promosi melalui berbagai media, baik elektronik maupun cetak. Upaya ini memastikan bahwa informasi mengenai kota Solo dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat dan meningkatkan visibilitas kota sebagai destinasi wisata. Namun, promosi ini tidak tanpa hambatan. Disbudpar Kota Solo menghadapi kendala seperti anggaran dana yang terbatas dan investasi yang minim, yang dapat menghambat jalannya promosi. Hambatan-hambatan ini menunjukkan pentingnya perencanaan dan pengelolaan sumber daya yang baik dalam promosi wisata.⁹

Dengan belajar dari pengalaman Kota Solo, Disbudpar Kabupaten Kudus dapat mengadopsi pendekatan serupa dalam melakukan branding dan diversifikasi media promosi. Ini akan membantu mereka mengatasi kendala yang ada dan memastikan promosi wisata yang lebih efektif dan efisien, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kunjungan wisatawan dan perkembangan sektor pariwisata di Kabupaten Kudus.

Berdasarkan uraian penjabaran latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik dalam melakukan penelitian dengan judul “Strategi Komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus dalam Mempromosikan Tempat Wisata Melalui Media Sosial Tahun 2023” penelitian ini akan memberikan wawasan strategis kepada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus dalam merancang dan melaksanakan program promosi yang lebih efektif. Hasil penelitian akan digunakan sebagai dasar untuk mengoptimalkan strategi dalam promosi dan merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan pariwisata daerah. Fenomena globalisasi dan perkembangan teknologi informasi telah mengubah paradigma promosi pariwisata yang menjadikan banyak masyarakat lebih memilih hal yang berkaitan dengan perkembangan teknologi seperti menggunakan media sosial untuk mencari suatu informasi serta menyebarkannya. Penggunaan media sosial menjadi semakin penting sebagai alat komunikasi untuk mencapai audiens yang lebih luas dan mendalam. Selain itu, Kabupaten Kudus memiliki potensi pariwisata yang kaya akan warisan budaya dan alam. Strategi komunikasi melalui media sosial diharapkan dapat

⁹ Riyadi, Skripsi: “Strategi Komunikasi Pemasaran Disbudpar Dalam Mempromosikan Kota Surakarta Sebagai Kota Budaya Dan Pariwisata (Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Strategi Pemasaran Disbudpar Dalam Mempromosikan Kota Surakarta Sebagai Kota Budaya Dan Pariwisata).”

memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan dan pertumbuhan ekonomi lokal.

B. Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti mengkaji permasalahan yang berkaitan dengan teori-teori yang ada yaitu: strategi komunikasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kudus dalam mempromosikan tempat wisata melalui media sosial pada tahun 2023. Penelitian ini fokus pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus. Pariwisata, menggunakan strategi komunikasi media sosial untuk mempromosikan tempat wisata di Kabupaten Kudus.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang masalah diatas, rumusan masalah yang diperoleh sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi komunikasi dinas kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Kudus dalam mempromosikan tempat wisata melalui media sosial tahun 2023?
2. Bagaimana hambatan dalam menerapkan strategi komunikasi menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus dalam mempromosikan tempat wisata melalui media sosial tahun 2023?

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan penelitian yang diangkat, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui strategi komunikasi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus dalam mempromosikan tempat wisata melalui media sosial tahun 2023.
2. Untuk mengetahui hambatan dalam menerapkan strategi komunikasi menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus dalam mempromosikan tempat wisata melalui media sosial tahun 2023.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari aspek teoritis maupun aspek praktis, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah memberikan informasi yang bermanfaat bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya strategi komunikasi di jejaring

sosial. Keunggulan teoritis lainnya adalah media sosial dapat memperluas pengetahuan dan memberikan masukan yang menggugah pikiran, sehingga dapat dijadikan bahan studi banding oleh peneliti lain.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini akan memberikan wawasan serta informasi tentang penggunaan strategi komunikasi dan pentingnya penerapan penggunaan media sosial di perkembangan zaman yang di dasari dengan strategi komunikasi yang baik dan benar

b. Bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

Sebagai pengetahuan perkembangan pelaksanaan strategi komunikasi di bidang pelayanan publik melalui media sosial supaya mengikuti efek positif perkembangan zaman di era digital dan menjadi pedoman untuk memberikan informasi melalui media yang dapat dijangkau banyak masyarakat.

c. Bagi Masyarakat

Menjadi sumber informasi tentang ilmu komunikasi sebagai strategi dalam menggunakan suatu media sosial untuk mencari data atau informasi mengenai objek tertentu. Sehingga dimengerti bahwa saat ini perkembangan ilmu komunikasi sangat luas dan menjadi salah satu aspek yang seimbang dalam perkembangan teknologi, khususnya dalam penggunaan media sosial dengan baik dan benar.

F. Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, penulis membagi sistematika penulisan sesuai dengan pedoman skripsi menjadi lima bab. Gambaran atas masing-masing bab tersebut adalah sebagai berikut :

1. Bagian pertama

Bagian pertama ini meliputi halaman sampul, slip persetujuan pembimbing, slip pengenalan, pernyataan awal, halaman motto, halaman latihan, kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, dan halaman ringkasan.

2. Bidang konten

Secara struktur, bagian ini terdiri dari 5 bab yang kesemuanya saling berkaitan satu sama lain. Satu bab dan bab lainnya saling berhubungan karena merupakan satu

kesatuan yang utuh. Kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat tentang latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kepentingan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini menyajikan teori dan penelitian teoritis mengenai strategi komunikasi media sosial untuk mempromosikan tempat wisata di Kabupaten Kudus. Selain itu, bab ini memberikan kerangka pemikiran dan literatur dari para peneliti sebelumnya, yang digunakan sebagai data pelengkap berupa jurnal dan disertasi untuk membandingkan penelitian mengenai topik tersebut. Bab ini kemudian juga mencakup kerangka konseptual.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini menguraikan metode penelitian penulis, meliputi jenis dan pendekatan, konteks penelitian, sumber data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis memberikan gambaran mengenai lokasi penelitian, memaparkan hasil, dan menganalisis data strategi media sosial DISBUDPAR Kudus dalam mempromosikan tempat wisata di Kabupaten Kudus pada tahun 2023. Dari situlah dapat diambil makna dari tujuan penelitian. dijelaskan dengan jelas dari hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN

Bab ini memuat kesimpulan mengenai hasil penelitian yang dibahas, keterbatasan penelitian, saran untuk keberlanjutan penelitian ini, dan kesimpulan.

3. Bagian Akhir

Pada bagian ini berisi tentang daftar pustaka, daftar riwayat hidup, dan lampiran-lampiran.