

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial yang senantiasa berinteraksi dan membutuhkan keberadaan orang lain untuk mendampingi dalam menjalani berbagai aktivitas. Interaksi seorang manusia dengan manusia lainnya mempermudah manusia dalam mengenali jati diri serta identitasnya sebagai bagian dari makhluk sosial¹. Interaksi ini yang menjadikan manusia ‘hidup’, sehingga manusia senantiasa membutuhkan orang lain untuk memenuhi kebutuhan sosialnya. Berkaitan dengan kebutuhan sosial ini, salah satu bentuk dari kebutuhan sosial manusia adalah adanya kebutuhan untuk cinta yaitu dicintai, mencintai, dan menjalin hubungan percintaan². Hubungan percintaan ini dapat berlangsung antara dua orang manusia dengan status pacaran, dimana pacaran merupakan proses saling menyukai antara laki-laki dan perempuan, yang bertujuan untuk semakin mengenal dan menyiapkan diri sebelum memasuki jenjang pernikahan.

Hanya saja, sekalipun dilandasi dengan perasaan saling cinta dan kebutuhan sosial masing-masing, pada faktanya, hubungan percintaan tidak

¹ Dwi Kartikawati, “Proses Pembentukan Kelompok Dan Aktivitas Komunikasi Kelompok Di Era Tehnologi Informasi (Studi Pada Komunitas Hijabers),” *Prosiding Seminar Nasional Komunikasi*, 2017, 344–51, hal. 283

² Joshua Alberico Tedjo, Jandy Edipson Luik, and Agusly Irawan Aritonang, “Representasi Feminisme Dalam Film ‘Story of Kale: When Someone’s in Love,’” *Jurnal E-Komunikasi* 9, no. 1 (2021): 1–12, <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/6164>.

selalu berlangsung dengan baik. Tidak semua individu memiliki perilaku yang baik atau mendapatkan perlakuan yang baik dalam hubungan percintaan. Terkadang terdapat situasi dimana salah satu individu cenderung lebih dominan serta memiliki kontrol atas individu lainnya dalam hubungan percintaan³. Kondisi seperti ini disebut sebagai *toxic relationship* yang merupakan bentuk dari ketidakehatan dalam hubungan percintaan.

Toxic relationship memiliki berbagai bentuk seperti komunikasi secara verbal yang buruk, dominasi oleh salah satu pihak, kekerasan baik verbal maupun non verbal, dan tekanan psikologis. Bentuk hubungan ini merupakan hubungan yang tidak menyenangkan serta dapat menyebabkan kerugian bagi individu yang berada dalam hubungan⁴. Kondisi ini dapat menyebabkan berbagai pengaruh yang cenderung negatif terhadap kesehatan fisik, mental, maupun psikologis di samping menimbulkan konflik batin serta rasa tidak nyaman, depresi, dan kecemasan. *Toxic relationship* bahkan disebut dapat menyebabkan individu yang mengalaminya kesulitan untuk dapat menjalani kehidupan yang sehat dan produktif⁵.

³ Tutut Ismi Wahidar and Shafira Ardhana Reswari, "Analisis Resepsi Toxic Relationship Dalam Film Pendek All Too Well Karya Taylor Swift," *Medium* 9, no. 2 (2021): 332–46, [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).10035](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).10035).

⁴ Chece Amelya Puteri et al., "Pengetahuan Remaja Terhadap Toxic Relationship," *Journal Of Digital Communication and Design* 1, no. 2 (2022): 69–79.

⁵ Silma Mega Oktaviani and Diana Amalia, "Representasi Toxic Relationship Pada Web Series Layangan Putus," *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* 5, no. 2 (2022): 2022.

Isu berkaitan dengan *toxic relationship* merupakan topik yang sering diangkat di Indonesia mengingat fenomenanya masih banyak ditemukan. Setiap tahunnya, Komnas Perempuan terus menemukan kasus *toxic relationship* dalam bentuk kekerasan terhadap perempuan dalam ranah pacaran. Kekerasan dari mantan pacar serta kekerasan dalam pacaran menempati posisi ketiga terbanyak pada aduan kekerasan di ranah personal yang diterima oleh Komnas Perempuan pada tahun 2021⁶. Sebagaimana digambarkan pada gambar berikut.



Gambar 1.1 Infografik Data Jenis Kekerasan di Ranah Personal (2021)

Sumber: DataIndonesia.id (2022)

⁶ Shilvina Widi, "Kekerasan Perempuan Di Ranah Personal," DataIndonesia.id, 2022, <https://dataIndonesia.id/ragam/detail/kekerasan-perempuan-di-ranah-personal-terbanyak-dialami-istri>.

Adapun tempo.co mencatat bahwa Komisioner Komnas Perempuan menyebutkan bahwa selama tahun 2022, kekerasan di ranah personal mencatat 713 aduan kasus kekerasan oleh mantan pacar serta 422 kasus kekerasan dalam pacaran⁷. Artinya, kekerasan dalam hubungan percintaan yang merupakan wujud *toxic relationship* masih terus terjadi di Indonesia. Data lainnya yaitu sebagaimana pada website Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KemenPPPA) menyebutkan bahwa pada tahun 2022, terdapat laporan kasus kekerasan yang dilakukan oleh pacar sebanyak 1.151 kasus⁸.

Pada Februari 2023, kasus *toxic relationship* mengenai AS, mahasiswi UPH sempat viral di media sosial. *Toxic relationship* pada kasus viral tersebut terjadi dimana korban mengalami penganiayaan baik secara fisik maupun mental selama lima kali sejak tahun 2022. Hingga pada Februari 2023, AS mengalami *verbal abuse* atau penganiayaan secara fisik, serta memutuskan untuk melapor kepada kepolisian dan KemenPPPA⁹. Kasus *toxic relationship* viral lainnya yaitu kasus kekerasan dalam berpacaran yang dialami mantan vokalis band Amigdala berinisial AC. AC mengalami kekerasan selama berpacaran yang dilakukan oleh pacarnya

⁷ Eka Yudha Saputra, "Komnas Perempuan Ungkap Kekerasan Oleh Mantan Pacar Jadi Kasus Tertinggi Pada 2022," Tempo.co, 2023, <https://nasional.tempo.co/read/1699712/komnas-perempuan-ungkap-kekerasan-oleh-mantan-pacar-jadi-kasus-tertinggi-pada-2022>.

⁸ KemenPPPA, "Dare to Speak Up, Hindari Toxic Relationship," 2023, <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/4402/dare-to-speak-up-hindari-toxic-relationship-dan-kekerasan-dalam-hubungan>.

⁹ Azizah. Khadijah Nur, "Viral Mahasiswi UPH Dianiaya Pacar, Bisa Begini Efek Kekerasan Dalam Pacaran," Detik.com, 2023.

selama 3,5 tahun. Pada artikel detik.com, disebutkan juga bahwa kasus kekerasan tersebut sebenarnya diketahui oleh personil band lainnya, namun dianggap sebagai hal yang biasa sehingga terjadi dalam kurun waktu yang relatif lama. *Toxic relationship* ini pun berdampak pada kesehatan mental AC yang mengalami penurunan¹⁰.

Berdasarkan fenomena di atas, isu *toxic relationship* perlu menjadi perhatian khusus bagi berbagai pihak sehingga tidak terus menerus terjadi, mengingat dampak dari kondisi ini dapat membahayakan generasi penerus bangsa. Terlebih, saat ini tidak sedikit perempuan di Indonesia yang pada akhirnya mengalami kekerasan akibat terjebak pada *toxic relationship*¹¹. Banyak perempuan muda yang tidak menyadari posisinya yang terjerat pada hubungan yang *toxic* atau tidak sehat. Penelitian terdahulu bahkan menemukan bahwa 40% sampai 70% perempuan yang berada dalam *toxic relationship* cenderung mempertahankan atau kembali pada hubungan *toxic* tersebut¹².

KemenPPPA menyebutkan bahwa *toxic relationship* perlu untuk dicegah sedini mungkin sehingga perempuan dapat terhindar dari bahaya-bahaya yang mungkin terjadi akibat hubungan yang *toxic*. Oleh karena itu,

¹⁰ Gresnia Arel Febriani, "Cara Keluar Dari Kekerasan Dalam Pacaran Seperti Dialami Eks Vokalis Amigdala," Detik.com, 2022, <https://wolipop.detik.com/love/d-5937837/cara-keluar-dari-kekerasan-dalam-pacaran-seperti-dialami-eks-vokalis-amigdala>.

¹¹ Ibid.

¹² Irma Sekarlina and Margaretha, "Stockholm Syndrome Pada Wanita Dewasa Awal Yang Bertahan Dalam Hubungan Yang Penuh Kekerasan," *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental* 02, no. 03 (2013): 1–6.

pemerintah Indonesia pun memberikan perhatian yang lebih atas fenomena *toxic relationship* yang berujung pada kekerasan ini. Salah satunya yaitu dengan mengeluarkan iklan layanan masyarakat. Hal ini dikarenakan, iklan layanan masyarakat memiliki fungsi guna menyampaikan informasi dan melakukan persuasi dengan orientasi sosial dengan tujuan akhir yaitu untuk menciptakan pengetahuan, kesadaran, serta perubahan sikap dan perilaku masyarakat berdasarkan yang diharapkan oleh pemberi iklan¹³.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) merupakan kementerian yang memberikan perhatian terhadap kasus *toxic relationship*. Salah satu kampanye Kemendikbud yang berkaitan dengan fenomena *toxic relationship* yaitu kampanye #GerakBersama dan #AmanBersama dimana Kemendikbud mengajak seluruh aspek masyarakat untuk bersama-sama dalam berperan penting mencegah serta menangani kekerasan seksual, termasuk *toxic relationship*¹⁴. Pada kampanye tersebut, Kemendikbud mengajak mahasiswa, dosen dan tenaga kependidikan, serta pengelola perguruan tinggi untuk bersama menerapkan prinsip-prinsip yang dapat menjadi prinsip dasar dalam pencegahan terjadinya kekerasan dalam berpacaran atau *toxic relationship*. Disebutkan juga bahwa indikator suatu

¹³ Mukaromah, Dzuha Hening Yanuarsari, and Mutia Rahmi Pratiwi, "Iklan Layanan Masyarakat Dan Respon Khalayak," *Islamic Communication Journal* 2, no. 2 (2018): 219, <https://doi.org/10.21580/icj.2017.2.2.2170>.

¹⁴ Kemendikbud, "Gerak Bersama, Merdeka Duna Pendidikan Indonesia Dari Kekerasan Seksual," 2023, <https://merdekadarikekerasan.kemdikbud.go.id/pencegahan/>.

kekerasan adalah adanya ‘paksaan’, sehingga setiap perilaku yang mengandung paksaan merupakan suatu kekerasan¹⁵.

Kemendikbud melalui akun Youtube Cerdas Berkarakter Kemdikbud RI merupakan salah satu instansi yang aktif mengeluarkan iklan

layanan masyarakat. Akun Youtube Cerdas Berkarakter ini dikelola oleh Pusat Penguatan Karakter (Puspeka) yang merupakan unit organisasi dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud). Puspeka merupakan unit yang memiliki visi untuk mendukung terwujudnya kemajuan Indonesia melalui penciptaan ‘Profil Pelajar Pancasila’ yang memiliki nalar kritis, beriman, kreatif, mandiri, memiliki akhlak mulia, suka bergotong royong dan menganut kebinekaan global. Adapun misi dari Puspeka Kemendikbud adalah mewujudkan sistem pendidikan yang berkualitas dan berkelanjutan serta sejalan dengan perkembangan infrastruktur serta teknologi, mewujudkan pelestarian dan pengembangan sastra dan bahasa, serta mewujudkan optimalisasi peran seluruh elemen masyarakat dalam mendukung pengelolaan pendidikan di Indonesia.

Film pendek berjudul “Pertemanan Sehat” dikeluarkan oleh Puspeka Kemendikbud sebagai iklan layanan masyarakat dengan tujuan memberikan pemahaman berkaitan dengan *toxic relationship*. Film ini merupakan bagian

¹⁵ Kemendikbud, “Apa Itu Kekerasan Seksual?,” 2023, <https://merdekadarikekerasan.kemdikbud.go.id/kekerasan-seksual/>.

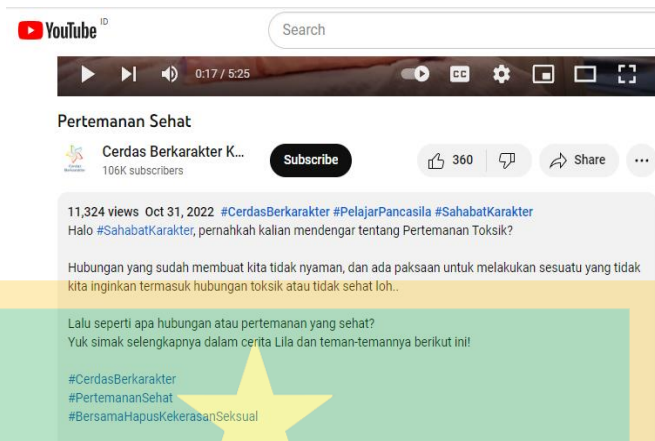
dari kampanye #CerdasBer karakter dan #SahabatKarakter serta bagian dari dukungan akan penghapusan terhadap kekerasan seksual.



Gambar 1.2 Film Pendek Iklan Layanan Masyarakat “Pertemanan Sehat” Tahun 2022.

Sumber: Youtube Cerdas Ber karakter Kemdikbud RI

Iklan layanan masyarakat melalui film pendek “Pertemanan Sehat” ini dikeluarkan pada 31 Oktober 2022 dan telah disaksikan oleh 11.324 orang penonton. Pada kolom deskripsi, dijelaskan bahwa hubungan yang toksik atau *toxic relationship* merupakan hubungan yang membuat individu dalam hubungan tersebut merasa tidak nyaman dan terdapat paksaan di dalamnya.



Gambar 1.3 Jumlah penonton Film Pendek Iklan Layanan Masyarakat
"Pertemanan Sehat" Tahun 2022.

Sumber: Youtube Cerdas Berkarakter Kemdikbud RI

Pemilihan isu *toxic relationship* pada film pendek tersebut dapat dikatakan sangatlah tepat karena sebagaimana dibahas sebelumnya, fenomena *toxic relationship* dan kasus kekerasan dalam pacaran masih sangat banyak terjadi di Indonesia. Dalam video tersebut digambarkan representasi dari *toxic relationship* dimana pemeran utama mengalami tekanan yang diberikan oleh pacarnya karena mengganti kata kunci dari akun sosial mediana. *Verbal abuse* melalui kata-kata yang terkesan memberikan tekanan sebagai contoh bentuk perilaku *toxic* juga digambarkan dalam film pendek tersebut.

Uniknya, film ini juga memberikan gambaran *toxic relationship* yang dialami dalam pertemanan dimana teman-teman dari pemeran utama menganggap wajar sikap *toxic* yang dilakukan oleh pacarnya. Sebagaimana fungsinya sebagai iklan layanan masyarakat, film ini pun diakhiri dengan

solusi untuk keluar dari *toxic relationship* dengan mencari bantuan melalui guru dan teman yang dapat dipercaya, serta akhir yang baik berupa permintaan maaf dari teman-teman yang mewajarkan *toxic relationship*.

Film pendek iklan layanan masyarakat “Pertemanan Sehat” dapat dikatakan sangat menarik untuk diteliti. Salah satunya adalah karena film ini merupakan iklan layanan masyarakat. Hal tersebut berarti bahwa film ini bukan hanya bertujuan untuk memberikan hiburan sebagaimana kegunaan film pada umumnya, namun memiliki kegunaan sebagaimana iklan layanan masyarakat. Iklan layanan masyarakat memiliki peran dalam menciptakan kesadaran masyarakat umum serta meningkatkan kepedulian masyarakat umum terhadap isu tertentu¹⁶. Artinya, film “Pertemanan Sehat” ini bukan hanya memiliki makna dan kegunaan untuk menghibur penontonnya, namun lebih dari itu, film ini bermaksud dalam menciptakan kesadaran masyarakat terhadap isu *toxic relationship* dan memahamkan masyarakat akan isu ini melalui representasi yang digambarkan dalam iklan.

‘Pertemanan Sehat’ merupakan film pendek yang memiliki tema edukasi dimana film pendek ini bermaksud dalam menyadarkan masyarakat mengenai ciri-ciri *toxic relationship* sehingga masyarakat dapat lebih mudah mengenali hubungan yang *toxic* agar ke depannya masyarakat terutama kaum muda dapat terhindar dari hubungan yang *toxic*. Di sisi lain,

¹⁶ Fatimah, *Semiotika Dalam Kajian Iklan Layanan Masyarakat* (Gowa: Tallasa Media, 2020), https://doi.org/10.1007/978-3-476-04949-0_117.

film ini juga memberikan edukasi bahwa terdapat sikap-sikap serta perkataan verbal yang terkadang dianggap wajar namun sebenarnya termasuk dalam sikap *toxic*. Tujuan edukasi ini adalah agar masyarakat tidak lagi mewajarkan sikap dan perkataan *toxic* tersebut serta menghindarkan diri individu dari menjadi pelaku ataupun korban dari *toxic relationship*.

Film ini juga memberikan gambaran yang jelas mengenai bentuk pelanggaran pada dimensi moral dan etika dalam komunikasi antarpribadi. Film ini memberikan gambaran representasi atas sikap, perkataan, serta hubungan yang *toxic* yang tercermin dari adanya paksaan, ketidaktulusan, kekerasan, dan sikap posesif yang merupakan bentuk-bentuk sikap tidak bermoral dan melanggar etika. Pada film ini, digambarkan sepasang kekasih serta sebuah kelompok persahabatan yang melakukan komunikasi antarpribadi dengan saling bertukar pesan melalui *whatsapp* sebagai media. Hanya saja, pesan yang dipertukarkan bukanlah pesan yang sesuai dengan komunikasi antarpribadi yang seharusnya. Sehingga, film ini memberikan edukasi berkaitan dengan komunikasi antarpribadi yang salah, dengan tujuan agar penonton film ini dapat memahami komunikasi antarpribadi yang salah dan berupaya dalam menerapkan komunikasi antarpribadi yang tepat sesuai dengan dimensi moral dan etika.

Oleh karena itu, melalui film pendek “Pertemanan Sehat” sebagai iklan layanan masyarakat yang diproduksi oleh Kementerian Pendidikan,

Kebudayaan Republik Indonesia dalam mendukung *campaign* #SahabatKarakter serta #BersamaHapusKekerasanSeksual maka peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisis representasi *toxic relationship* pada film pendek ini. Adapun dalam melakukan analisis

yang mendalam ini, peneliti akan menggunakan analisis semiotika untuk mengidentifikasi tanda serta makna konotasi, denotasi, ataupun mitos sebagaimana analisis semiotika Roland Barthes.

Semiotika Roland Barthes dipilih dalam menganalisis iklan ini karena semiotika ala Barthes merupakan semiotika yang paling tepat digunakan dalam meneliti mengenai representasi atas fakta pada objek tertentu. Sebagaimana Barthes berpandangan bahwa kehidupan sosial masyarakat merupakan sistem atau kumpulan dari tanda¹⁷. Sehingga, semiotika Barthes merupakan teori yang berfungsi sebagai perangkat dalam mengkaji dan menganalisis tanda dengan posisinya sebagai representasi kehidupan dan kebudayaan manusia. Artinya, semiotika Barthes pun merupakan teori semiotika yang tepat untuk digunakan dalam menganalisis representasi *toxic relationship* dalam iklan layanan masyarakat ini.

Di sisi lain, metode semiotika Barthes berbeda dengan semiotika Saussure dimana Barthes menambahkan tingkatan yang lebih dalam saat menganalisis tanda dengan menghubungkan adanya mitos yang dipercaya

¹⁷ Ibid.

pada suatu kebudayaan masyarakat¹⁸. Sehingga, dengan metode analisis semiotika Barthes, peneliti dapat lebih mendalam menganalisis representasi *toxic relationship* dengan tidak hanya melihat makna denotasi dan konotasinya saja, namun juga mempertimbangkan dan menghubungkan aspek mitos sebagai pemahaman yang berlaku dan dipercaya oleh masyarakat berkaitan dengan isu *toxic relationship*.

Teori yang menjadi dasar dari komunikasi serta landasan dalam melaksanakan analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah komunikasi antarpribadi. Hal ini dikarenakan film pendek “Pertemanan Sehat” menggambarkan fenomena *toxic relationship* yang terjadi dalam hubungan pertemanan maupun percintaan sehingga dalam film ini terjadi komunikasi antarpribadi. Film inipun menggambarkan komunikasi antarpribadi dengan tujuan, cara berkomunikasi, serta pesan yang tidak baik dan tidak tepat sehingga menghasilkan hubungan yang tidak sehat. Selain itu, Rakhmawati menyebutkan bahwa komunikasi antarpribadi harus senantiasa terikat dengan dimensi moral dan berlandaskan etika¹⁹. Sedangkan, *toxic relationship* pada film ini menggambarkan pelanggaran pada dimensi moral dan etika dalam pelaksanaan komunikasi antarpribadi.

¹⁸ Nadya Berliana Putri and K.Y.S Putri, “Representasi Toxic Relationship Dalam Video Klip Kard ‘You In Me,’” *Jurnal Semiotika* 14, no. 1 (2020): 48–54, <http://journal.ubm.ac.id/index.php/semiotika/article/view/2197/1778>.

¹⁹ Y Rakhmawati, *Komunikasi Antarpribadi Konsep Dan Kajian Empiris* (Surabaya: CV. Putra Media Nusantara, 2019), hal. 28

Sehingga, komunikasi antarpribadi menjadi teori komunikasi yang tepat dalam melandasi penelitian ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan serta pemaparan latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk mendalami mengenai “Bagaimana representasi *toxic relationship* dalam iklan layanan masyarakat “Pertemanan Sehat’ tahun 2022?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan permasalahan atas penelitian yang disebutkan sebelumnya serta penelaahan peneliti atas fenomena yang ada, maka tujuan penelitian ini adalah guna mengetahui representasi *toxic relationship* dalam iklan layanan masyarakat “Pertemanan Sehat” tahun 2022. Khususnya, peneliti ingin menelaah dan menganalisis representasi tersebut dari sudut pandang ilmu komunikasi pada ranah periklanan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memiliki kontribusi guna pengembangan ilmu komunikasi periklanan. Di sisi lain, peneliti juga berharap dapat bermanfaat sebagai saran dan acuan bagi pengembangan penelitian periklanan ke depannya.

1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat memiliki kontribusi sebagai masukan bagi perusahaan-perusahaan atau institusi pemerintah dalam mengembangkan iklan untuk lebih banyak mengangkat isu faktual seperti *toxic relationship* ini.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini akan dikembangkan dan dilaksanakan berdasarkan sistematika yang ilmiah serta pedoman yang sistematis sehingga dibagi menjadi beberapa bagian, yakni:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bagian berupa bab ini, peneliti akan menjabarkan latar belakang yang menjadi dasar pengembangan penelitian serta rumusan masalah yang menyimpulkan latar belakang tersebut. Kemudian peneliti akan menetapkan arah yang menjadi tujuan bagi penelitian serta manfaat berupa kontribusi yang peneliti harap dapat diberikan kepada berbagai pihak. Pada akhir bab, peneliti memaparkan sistematika penulisan sebagai pedoman yang memastikan bahwa penelitian ini berlangsung secara sistematis dan sesuai kaidah ilmiah.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian berupa bab ini, peneliti akan menjabarkan teori-teori yang telah ada yang menjadi landasan penelitian beserta penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam pelaksanaan penelitian. Sebagai

gambaran besar dan menyeluruh dari penelitian, peneliti juga memberikan kerangka penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian berupa bab ini, peneliti akan menjabarkan unsur teknis berupa metode yang digunakan dalam penelitian beserta pendekatan, penetapan objek, dan analisis yang akan digunakan dalam penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian berupa bab ini, peneliti akan menjabarkan proses analisis dan pembahasan mendalam berkaitan dengan representasi *toxic relationship* dalam iklan layanan masyarakat “Pertemanan Sehat” tahun 2023 yang berpatokan pada analisis semiotika Roland Barthes.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian berupa bab ini, peneliti akan menyimpulkan atas seluruh hasil penelitian. Berdasarkan kesimpulan tersebut, peneliti akan memberikan masukan berupa rekomendasi dan saran bagi berbagai pihak terkait.