

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Website merupakan salah satu platform digital yang banyak digunakan untuk menginformasikan suatu peristiwa. Menurut Susilawati et al (2020) *website* adalah kumpulan informasi data digital seperti tulisan, visual, animasi, audio, dan video dengan menggunakan koneksi internet sehingga setiap orang di seluruh dunia dapat melihat dan mengaksesnya. Selain itu, *website* juga diartikan sebagai media yang menyajikan halaman-halaman berisi informasi yang dapat diakses melalui internet dan dinikmati secara global oleh semua orang di seluruh dunia. Halaman *website* dibangun menggunakan bahasa markup standar, yaitu HTML. Kode HTML ini kemudian diterjemahkan oleh web browser, sehingga informasi tersebut dapat ditampilkan dalam format yang dapat dibaca oleh semua orang. *Website* pada dasarnya sebagai rangkaian kode yang memuat keseluruhan informasi (Wiranti, N. E., & Frinaldi, A, 2023). Kemudahan dan aksesibilitas yang ditawarkan oleh *website* membuat platform ini banyak digunakan oleh lembaga penyiaran publik untuk menyebarkan berita kepada masyarakat luas.

Di Indonesia terdapat beberapa jenis Lembaga penyiaran, antara lain Lembaga penyiaran publik, Lembaga penyiaran komunitas, Lembaga penyiaran berlangganan, dan Lembaga penyiaran swasta (Oktarina, 2021). Salah satu Lembaga penyiaran yang saat ini secara aktif menggunakan *website* adalah Radio Republik Indonesia atau yang dikenal dengan RRI. RRI merupakan lembaga penyiaran publik yang tidak terikat secara komersil, sehingga kedudukannya bersifat netral. Didirikan pada tanggal 11 September 1945, RRI pada mulanya hanya berfokus pada siaran radio untuk memberikan berbagai informasi seputar hiburan, budaya, dan Pendidikan kepada seluruh masyarakat Indonesia (PPID RRI, 2022). RRI mempunyai lima saluran radio. Pro 1 channel untuk informasi dan inspirasi, Pro 2 channel untuk musik dan hiburan remaja, Pro 3 channel untuk berita dalam negeri, dan Pro 4 channel untuk kebudayaan.

Dalam rangka mengikuti perkembangan zaman, RRI mulai merambah ke platform digital untuk semakin memperluas jangkauan audiesnnya. Belakangan ini RRI melakukan pengembangan ke berbagai platform antara lain RRI digital, RRI News, media sosial, dan penguatan komunitas (Kristianti, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa RRI semakin mengedepankan komunikasi dua arah audiensnya dan meningkatkan partisipasi publik. Melalui platform digital tersebut pengguna dapat berinteraksi dengan berita yang disajikan, seperti memberikan komentar, memberi reaksi, serta membagikan informasi ke platform digital lainnya seperti WhatsApp, Facebook, Twitter (X), dan lain sebagainya.

Berita adalah laporan atau informasi yang disebarakan mengenai peristiwa, kejadian, atau perkembangan terkini yang dianggap penting atau menarik bagi masyarakat. Informasi ini biasanya disampaikan melalui media seperti surat kabar, televisi, radio, internet, dan media sosial. Berita bisa mencakup berbagai topik, seperti politik, ekonomi, olahraga, hiburan, teknologi, kesehatan, dan banyak lagi. Jenis berita yang cukup diminati kaum milenial salah satunya yaitu berita olahraga yang juga banyak diberitakan oleh RRI Jakarta melalui *website* resmi mereka. Pemberitaan olahraga merupakan proses penyampaian informasi, analisis, dan liputan mengenai berbagai peristiwa atau perkembangan dalam dunia olahraga melalui media massa, baik media cetak, elektronik, maupun digital. Berita olahraga yang disajikan oleh RRI Jakarta tidak hanya mencakup informasi mengenai pertandingan dan klasemen, namun juga informasi terkait lainnya seperti transfer pemain, naturalisasi, dan dinamika industry sepak bola baik di lingkup nasional maupun internasional.

Menurut laporan Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024 yang dirilis Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), sebanyak 28,95% responden milenial memilih konten berita olahraga sebagai favorit mereka (Ahdiat, 2024). Generasi milenial, yang juga dikenal sebagai Generasi Y, pertama kali diperkenalkan pada Agustus 1993 oleh sebuah editorial koran terkemuka di Amerika Serikat. Menurut Lyon (2004), generasi ini tumbuh di era booming internet dan terbiasa dengan teknologi komunikasi instan seperti media sosial, email, SMS, dan instant messaging. Dalam konteks Indonesia, Radio Republik Indonesia (RRI) Jakarta secara khusus menargetkan pendengar dalam rentang usia

20-60 tahun, termasuk generasi milenial, sesuai dengan visinya untuk menjadi lembaga penyiaran publik yang terpercaya dan mendunia, serta misinya untuk menjamin kemudahan akses bagi seluruh warga negara Indonesia (Fathuniyah dan Sopian, 2023; PPID RRI, 2022). Upaya RRI ini mencerminkan strategi untuk menjadi portal berita pilihan utama kaum milenial, khususnya terkait sepak bola.

Generasi milenial, atau dikenal sebagai generasi Y, merujuk pada individu yang lahir antara awal 1980-an hingga awal 2000-an. Di Indonesia, generasi ini mencakup sekitar 118 juta dari total 260 juta penduduk (Kompas, 2019). Mereka tumbuh seiring pesatnya perkembangan teknologi digital, menjadikan mereka melek teknologi dan adaptif terhadap perubahan. Karakteristik khas generasi milenial meliputi kepercayaan diri, toleransi, serta kecenderungan untuk narsis dan sadar akan hak-hak mereka (Rahadi, 2020). Selain itu, mereka cenderung individualis, terbuka terhadap keberagaman, dan memiliki jiwa multikultural (Hidayat, 2021). Peran generasi milenial dalam masyarakat mencakup sebagai agen perubahan, inovator, dan promotor bangsa, yang diharapkan dapat membawa Indonesia menuju kemajuan di era globalisasi (Setkab RI, 2022).

Generasi Y (milenial) dan Z di Indonesia cenderung mengakses berita melalui portal online dan media sosial. Survei Maverick Indonesia menunjukkan bahwa 85% dari mereka menggunakan portal berita online sebagai sumber informasi utama, dengan lima portal teratas adalah Kompas.com, CNN Indonesia, Detik.com, Kumparan, dan Tirto.id. Selain itu, 84% responden juga mengandalkan media sosial seperti Instagram dan YouTube untuk mendapatkan berita. Faktor utama dalam memilih sumber berita adalah kredibilitas, kecepatan, dan penyajian konten yang menarik. Generasi muda tidak hanya mencari informasi secara cepat tetapi juga mengutamakan akurasi dan kualitas berita yang mereka konsumsi, menunjukkan bahwa portal berita yang memenuhi kebutuhan ini memiliki potensi besar untuk memenangkan perhatian mereka.

Namun demikian, berdasarkan Digital News Report 2024, media online termasuk website yang paling banyak dibaca oleh masyarakat Indonesia adalah Detik.com dengan persentase sebesar 50%, disusul oleh Kompas online dengan persentase sebesar 39%, RRI Jakarta tidak termasuk dalam data yang disajikan. Untuk itu, peneliti menyimpulkan bahwa media online RRI Jakarta tidak berada di

peringkat 16 teratas dengan *netizen* terbanyak, dan diperkirakan memiliki persentase *netizen* kurang dari 9% (Steele, 2024).

Untuk bertahan dalam industri ini dan memaksimalkan kinerja untuk bersaing dengan sesama media online, media memerlukan strategi dan manajemen redaksi yang baik. Media online harus menggunakan fungsi manajemen seperti planning (perencanaan), organizing (pengorganisasian), actuating (pelaksanaan), dan controlling (pengawasan) saat menerapkannya. George R. Terry menciptakan istilah POAC untuk empat fungsi ini (Syafina et al., 2022). Hal ini juga berlaku pada manajemen redaksi berita di RRI Jakarta terutama dalam memberitakan konten olahraga di website. Untuk itu, perlu dilihat apakah manajemen berita RRI Jakarta untuk pemberitaan sepakbola sesuai dengan tujuan mereka yaitu menjangkau audiens banyak generasi.

Fase kehidupan manusia dalam kurun waktu tertentu, yang dipengaruhi oleh konteks sejarah tertentu, sering kali disebut sebagai generasi. Menurut KBBI generasi merupakan sekelompok atau sekalian orang yang mempunyai sama waktu hidupnya, Angkatan, dan turunan. Menjelang akhir abad ke-21, terdapat lima generasi yang dikenal sebagai bagian dari fase generasi tersebut. Pengelompokan generasi ini pertama kali diteliti oleh Manhein pada tahun 1952, dan konsep ini terus berkembang melalui penelitian para ahli lainnya. Salah satunya adalah Neil Howe dan William Strauss, yang pada tahun 1991 mengelompokkan generasi berdasarkan rentang tahun kelahiran dan pengalaman-pengalaman tertentu (Budi, 2021). Sebagaimana oleh Badan Pusat Statistik (BPS) populasi Indonesia saat ini dikelompokkan menjadi 6 (enam) generasi yaitu Post Generasi Z (Post Gen Z), Generasi Z (Gen Z), Milenial, Generasi X (Gen X), Baby Boomer, dan Pre-Boomer.

Post generasi Z atau dapat disebut Post Gen Z adalah generasi yang lahir pada tahun 2013 dan seterusnya. Adapun Gen Z, merupakan generasi yang lahir pada 1997-2012, mereka sekarang berusia 11-26 tahun. Sedangkan Milenial yaitu generasi yang lahir pada 1981-1996 (saat ini berusia 27-42 tahun). Selanjutnya Gen X adalah generasi yang lahir pada 1965-1980 (sekarang berusia 43-58 tahun). Kemudian Baby Boomer, yaitu generasi yang saat ini berusia 59-77 tahun (lahir 1946-1964). Lalu terakhir adalah Pre-Boomer merupakan generasi yang lahir sebelum tahun 1945 yang berarti usia mereka saat ini 78 tahun ke atas.



Gambar 1.1 Hasil Sensus Penduduk Indonesia Tahun 2020

Dari gambar 1.1 dapat dilihat bahwa Gen Z mendominasi struktur umur penduduk di Indonesia. Dibuktikan dengan jumlah persentase sebanyak 27,94%, lalu disusul dengan generasi milenial sebanyak 25,87%, yang ketiga yaitu generasi X dengan jumlah persentase 21,88%, keempat Baby Boomer dengan jumlah persentase 11,56%, kelima Post Gen Z dengan jumlah 10,88%, dan yang terakhir Pre-Boomer dengan jumlah 1,87%.

Generasi milenial yang menjadi target dari program redaksi berita sepak bola ini adalah mereka yang sangat menyukai hal-hal yang berhubungan dengan olahraga. Generasi milenial seringkali diakitkan dengan penggunaan teknologi untuk mencari informasi terkait olahraga (Jamil et al. 2024). Berdasarkan survei nasional Alvara Research Center menunjukkan mayoritas Generasi Milenial (penduduk usia 20-35 tahun) gemar olahraga sepakbola atau futsal. Dari 1,200 responden, sebanyak 72,9% mengaku menyukai kegiatan olahraga. Dari jumlah tersebut, 44,5% di antaranya memilih sepakbola sebagai cabang olahraga favorit mereka. Berlari dan badminton juga termasuk dalam olahraga yang digemari oleh para milenial, yakni masing-masing sebanyak 18,6% dan 18,1%. Kondisi tersebut tidak berbeda jauh dengan Generasi Z (Gen Z) atau anak-anak yang lahir antara 1995-2014. Sepakbola juga merupakan olahraga favorit Gen Z, yakni mencapai 50,7%, diikuti dengan cabang olahraga badminton, berlari, berenang, dan basket masing-masing sekitar 13,4%. Pada umumnya mereka adalah orang-orang yang saat ini berstatus sebagai mahasiswa dan juga mereka yang sudah bekerja dengan tahun kelahiran 1990- an hingga 2000. Generasi ini banyak menggunakan teknologi

komunikasi instan seperti email, SMS, instan messaging dan media sosial seperti facebook dan twitter.

Di Indonesia terdapat banyak media pemberitaan, namun strategi yang dipakai oleh setiap media pasti berbeda. Strategi merupakan sebuah rencana yang dirancang secara khusus oleh perusahaan atau media untuk menonjolkan keunggulan kompetitifnya guna mencapai tujuan tertentu (Pattia & Radjagukguk, 2020). Dalam konteks bisnis, strategi juga dapat diartikan sebagai upaya sistematis yang dijalankan oleh organisasi untuk menentukan arah pengembangan, termasuk keputusan terkait bidang usaha yang akan digeluti atau dipindahkan di masa depan (Kadar, dkk., 2021). Dengan strategi yang tepat, sebuah media dapat memperkuat posisinya di tengah persaingan, menjawab kebutuhan audiens, serta merespons dinamika pasar secara efektif.

Salah satu media pemberitaan terpercaya di Indonesia adalah RRI. RRI merupakan sebuah portal web yang menyajikan berita dan artikel online di Indonesia. RRI menjadi media terdepan dalam menyajikan berita-berita baru. Dalam menyajikan berita, RRI menyediakan platform pemberitaan online kepada netizen harian RRI melalui Website dan media sosial RRI. Media online yang digunakan oleh RRI memang khusus untuk membuat konten yang menarik perhatian kaum milenial. Menurut United States Census Bureau (2015) generasi milenial merupakan generasi yang lahir sekitar tahun 1982-2000. generasi ini terlahir di saat teknologi sedang sangat berkembang. Generasi ini lebih menyukai pemberitaan dalam bentuk gambar, grafis, dan konten yang lebih visual. Generasi milenial menganggap teknologi sebagai gaya hidup mereka. Generasi ini lebih memilih media online untuk menemukan informasi (Budiati, dkk., 2018)

Dalam sebuah media pemberitaan tentunya memiliki perencanaan ke depan untuk mempertahankan eksistensi atau keberadaannya di dunia pemberitaan. Beberapa strategi yang dijalankan yaitu (Tamtelahitu, 2020): strategi kesesuaian (compability); strategi untuk membangun kebiasaan (habit formation); strategi penarik massa (mass appeal). Dalam upaya mengemas sebuah berita yang menarik, RRI menyediakan platform online kepada khalayak, mulai dari penggunaan website dan media sosial. Terdapat lima karakteristik dari media online: (Suseno & Rusdi, 2019) 1) Immediacy: Membicarakan mengenai kecepatan dan kesegaran berita dari

penyajian berita. Multiple Pagination: Multiple pagination diperlukan di 2) suatu website agar mempermudah khalayak untuk menemukan berita lain di situs web yang sama tanpa harus berpindah situs web. 3) Multimedia: Seiring perkembangan zaman, teknologi komunikasi dan informasi semakin pesat terutama perkembangan dalam pemakaian media online. Generasi milenial tidak lagi menyukai membaca sebuah berita secara konvensional. Milenial lebih menyukai pemberitaan yang disajikan dalam bentuk teks, grafik, foto, maupun video. Selain itu, media online dapat menggunakan beberapa nomor halaman tanpa biaya tambahan. 4) Archiving: RRI melakukan pendekatan terhadap milenial dengan cara melakukan pengelompokan terhadap genre-genre berita. Generasi milenial juga merupakan generasi yang sangat kritis dalam pemilihan topik pemberitaan. Oleh karena itu, RRI berusaha untuk menyajikan konten berita yang sesuai dan berkaitan dengan kebutuhan khalayak khususnya milenial. 5) Relation with Reader: Berdasarkan data yang diperoleh menunjukkan bahwa generasi milenial tidak menyukai informasi searah. Milenial mencari berita yang tidak hanya searah tetapi mereka bisa ikut terjun dan memberi tanggapan atas berita tersebut. Maka dari itu, RRI menyediakan konten kepada khalayak agar khalayak dapat menyampaikan aspirasi mereka. Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk meneliti strategi manajemen redaksi berita yang dilakukan oleh RRI Jakarta terutama dalam mempublikasikan berita terkait olahraga.

Beberapa penelitian serupa telah dilakukan oleh Sinaga, A., & Martadereja, S. (2024), yang mengkaji *Strategi Penyajian Berita Bengkulu. Antaranews. Com dalam Menarik Minat Baca Generasi Muda*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Melalui pembahasan mengenai strategi penyajian berita yang dibuat Bengkulu.antaranews.com untuk menarik minat baca generasi muda dengan menggunakan media sosial melalui platform Instagram, tiktok, facebook dan sebagainya. Selain itu, mereka juga membuat kanal berita yang diminati generasi muda yakni kanal olahraga, pariwisata dan edisi khusus. Pada penggunaan media sosial Instagram, Facebook, twitter dan tiktok Bengkulu.antaranews.com memunculkan konten yang menarik minat baca generasi muda salah satunya seperti dengan sesekali melakukan tayangan langsung mengenai peristiwa yang sedang terjadi. Selain itu Bengkulu.antaranews.com melakukan polling di akun Instagram

untuk melihat reaksi *netizen* mengenai berita yang dibahas serta menyajikan berita dalam bentuk multimedia.

Penelitian oleh Romadhona dkk. (2023), yang mengkaji *Strategi Redaksi Kalteng Pos dalam Menghasilkan Berita di Era Multiplatform*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk bertahan di era multiplatform, Kalteng Pos menyebarkan beritanya tidak hanya pada media cetak atau koran semata, Kalteng Pos sudah menyebarkan konten beritanya ke berbagai macam platform. Seperti, Instagram, youtube, facebook, dan portal media online. Selain itu, Kalteng Pos juga menerapkan teori dari Vincent Mosco yakni teori ekonomi politik media. Terdapat tiga unsur ekonomi politik media, yaitu komodifikasi, spesialisasi, dan strukturasi.

Penelitian oleh Gazella, J., & Trijayanto, D. (2023), yang mengkaji *Strategi Manajemen Redaksional Desk Gaya Hidup di Tempo. co*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tempo.co menerapkan empat fungsi manajemen dalam produksi jurnalistik desk Gaya Hidup, perencanaan, pengorganisasian, pergerakan, dan pengawasan. Pada tahap perencanaan, redaksi menentukan isu populer, melakukan riset, dan menetapkan sudut pandang berita. Pengorganisasian melibatkan pembagian tugas reporter, baik untuk peliputan lapangan maupun konferensi pers, hingga penulisan naskah berita. Dalam pergerakan, proses meliputi peliputan, penulisan dengan teknik piramida terbalik dan unsur 5W+1H, serta pengeditan oleh editor sesuai kaidah jurnalistik. Pada tahap pengawasan, artikel yang telah dipublikasikan dipantau dan dievaluasi mingguan untuk mencegah kesalahan informasi dan hoaks. Untuk menjaga kepercayaan publik, Tempo.co menerapkan strategi konfirmasi dan verifikasi data, riset mendalam, serta menjaga objektivitas dalam setiap berita.

Penelitian oleh Febriana dkk. (2024), yang mengkaji *Manajemen Redaksi Media Online Harian Garut News*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Manajemen redaksi Harian Garut News dilakukan secara terstruktur mulai dari planning, organizing, directing, hingga controlling. Pada tahap planning, topik berita ditentukan melalui analisis isu-isu relevan oleh pimpinan redaksi, disertai rapat proyeksi daring melalui WhatsApp. Proses ini memastikan berita sesuai dengan kaidah jurnalistik dan nilai-nilai 5W+1H. Dalam organizing, struktur organisasi mencakup dewan redaksi, pimpinan umum, pimpinan redaksi, redaktur

pelaksana, dan wartawan. Pada tahap directing, pimpinan redaksi memberikan pengarahan rutin kepada wartawan terkait fokus liputan, kode etik jurnalistik, dan nilai-nilai jurnanisme. Pengarahan ini dilakukan dalam rapat kerja untuk memastikan akurasi berita dan mencegah pemberitaan yang memicu kontroversi. Tahap controlling melibatkan pengawasan ketat oleh pimpinan redaksi untuk memastikan berita sesuai kode etik. Proses evaluasi dan editing dilakukan oleh redaktur pelaksana sebelum publikasi. Pengawasan rutin dilakukan melalui grup pesan dan rapat kerja tahunan, dengan tindakan tegas seperti pemecatan jika diperlukan.

Namun, masih ditemukan keterbatasan penelitian terdahulu dalam mengkaji manajemen redaksi berita dalam menarik minat *netizen* generasi milenial sehingga hal ini menjadi gap atau celah dalam penelitian ini. Objek penelitian ini adalah Website RRI Jakarta sebagai kebaruan dalam penelitian ini. Maka dari itu penelitian dengan judul manajemen redaksi berita sepakbola pada *website* RRI Jakarta dalam menarik minat *netizen* generasi milenial dipandang relevan untuk diteliti lebih lanjut.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan di atas untuk melakukan penelitian ini maka penulis membuat suatu rumusan masalah sebagai fokus penelitian ini yaitu, bagaimana manajemen redaksi berita sepakbola pada *website* RRI Jakarta dalam menarik minat *netizen* generasi milenial?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penulis melakukan penelitian ini ialah untuk mengetahui secara mendalam manajemen redaksi berita sepakbola pada *website* RRI Jakarta dalam menarik minat *netizen* generasi milenial.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan tambahan keilmuan bagi peneliti selanjutnya, yang diharapkan dapat menambah kajian dalam bidang

ilmu komunikasi sehingga dapat menjadi rujukan bila mana akan dilakukan sebuah penelitian yang lebih spesifik.

1.4.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini, penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana manajemen redaksi berita rri untuk memikat milenial membaca berita yang relevan.

b) Bagi *Netizen*

Penelitian ini dapat memberikan informasi secara tertulis dan dijadikan gambaran atau masukan yang berguna bagi masyarakat dalam membaca berita dan bentuk informasi yang di sajikan RRI.

1.5. Sistematika Penulisan

Penelitian ini terbagi dalam 5 bab yang masing-masing saling berhubungan satu sama lain. Untuk memberikan gambaran singkat mengenai penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan cakupan latar belakang yang membahas mengenai Website, Berita, RRI, dan Generasi Milenial, serta menjelaskan fenomena Minat *Netizen* Generasi Milenial. Dari fenomena yang ditemukan, peneliti selanjutnya melakukan perumusan masalah terkait fenomena, membuat tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Pada bab ini berisikan teori yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini. Diperoleh dari beberapa sumber pustaka seperti buku, jurnal yang terpublikasi, penelitian terdahulu, dan artikel berbasis *online* yang digunakan peneliti sebagai acuan peneliti. Dalam bab ini peneliti juga merumuskan kerangka pemikiran penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab ini terdapat metodologi penelitian menggunakan paradigma yang peneliti gunakan sebagai cara pandang terhadap penelitian yang dilakukan dan menggunakan metode Kualitatif secara deskriptif.

Selanjutnya merumuskan teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, serta menjelaskan lokasi dan waktu penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, penulis menjabarkan hasil dari penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan informan di lapangan serta melalui studi kepustakaan. Fokus penelitian ini adalah mengenai Manajemen Redaksi Berita SepakBola pada Website RRI Jakarta dalam Menarik Minat *Netizen* Generasi Milenial. Bagian hasil penelitian membahas secara umum tentang Manajemen Redaksi, Kemudian fokus membahas mengenai Minat *Netizen* Generasi Milenial.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian ini, merupakan sebagai penutup dari bab-bab sebelumnya yang berisikan kesimpulan dari seluruh penelitian dan simpulan tersebut menjawab apa yang menjadi pertanyaan dalam perumusan masalah. Dalam bab ini peneliti mencantumkan saran untuk penelitian serupa selanjutnya.

