

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Ledakan informasi di Indonesia terjadi pada saat teknologi mulai muncul dengan sebutan saat ini adalah era informasi. Dampak dari ledakan informasi ini adalah banyaknya orang-orang yang belum sadar terhadap informasi yang tidak valid. Jauh sebelum teknologi informasi masuk sebagai media dalam menyebarkan informasi, media cetak seperti surat kabar, majalah, buku adalah informasi yang valid dan juga dapat dipertanggungjawabkan isinya. Generasi milenial saat ini mulai memiliki ketidaknyamanan jika harus melihat suatu informasi yang hanya diam di tempat. Mereka ingin lebih mendapatkan suatu informasi dengan cepat ataupun secara instan. Hadirnya teknologi informasi mempermudah mereka dalam mendapatkan suatu informasi. Informasi-informasi bisa dengan mudah mereka dapatkan dengan mesin pencari, media sosial, dan yang bisa disebut salah satu diantara banyak sumber kehidupan adalah salah satunya koneksi internet.

Masih perlu diingat bahwa untuk mendapatkan suatu informasi yang primer atau isi dari suatu informasi tersebut bisa dipertanggung jawabkan dan tempat yang senantiasa bisa dicari dan didatangi adalah perpustakaan. Dalam Undang-undang tahun nomor 43 tahun 2007 pun menjelaskan bahwa pengertian dari perpustakaan yaitu:

“Perpustakaan adalah institusi pengelola koleksi karya tulis, karya cetak, dan/atau karya rekam secara profesional dengan sistem yang baku guna memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, pelestarian, informasi, dan rekreasi pemustaka.”

Sejalan dengan pengertiannya dari undang-undang, tepat sekali bahwa perpustakaan adalah suatu tempat yang didalamnya menyimpan informasi-informasi lengkap bagi para pemustaka, sehingga dapat membantu memenuhi kebutuhan pendidikan, penelitian, informasi dan rekreasi bagi para penggunanya. Persepsi yang kini terbangun akan adanya generasi milenial yang lahir dengan kebiasaannya menggunakan alat yang berhubungan dengan teknologi, perpustakaan akan tetap ada dalam bentuk konvensional. Sehingga perpustakaan

yang ada saat ini dalam kondisi perpustakaan hibrida, akan tetap terasa kesan perpustakaan sebagai tempat rekreasi.

Mulai saat ini perpustakaan mulai banyak digemari di Indonesia, masyarakat Indonesia mulai sadar akan pentingnya perpustakaan. Karena saat ini mulai digencarkan lagi gerakan minat baca mengingat data dari PISA yang menyebutkan bahwa Indonesia memiliki minat baca yang rendah, dampaknya sangat positif sekali. Masyarakat perlu dikenalkan lagi dengan adanya perpustakaan baik itu tingkat daerah, desa, ataupun taman baca. Jika dalam instansi seperti sekolah dan perguruan tinggi pun sama, artinya ada hal yang dilakukan untuk mengenalkan perpustakaan lebih jelas dan tindakan tersebut dapat dilakukan dengan promosi perpustakaan.

Promosi di perpustakaan bertujuan agar pemustaka dapat merasakan keberadaan perpustakaan. Secara umum promosi merupakan sebuah metode dalam komunikasi pemasaran bertukarnya informasi antara penjual dan pembeli (Kennear dan Kenneth dalam Setiyaningrum, 2015). Penjual dan Pembeli jika lingkupnya perpustakaan adalah perpustakaan sebagai penjual sedangkan pembeli adalah pemustaka. Promosi di perpustakaan secara spesifik dapat memberikan informasi dari pihak perpustakaan hingga sampai kepada pemustaka, Qalyubi dkk. (2006, hlm. 260) menjelaskan bahwa promosi di perpustakaan merupakan kegiatan dalam mengenalkan perpustakaan dalam hal fasilitas, jenis layanan, koleksi, dan manfaat yang dapat digunakan oleh pengguna perpustakaan atau pemustaka. Banyak sekali cara-cara yang dapat dilakukan dalam mengenalkan perpustakaan, metode promosi sendiri merupakan sebuah kegiatan yang biasanya dilakukan. Bagi perpustakaan tujuan dari promosi ini tidak hanya untuk mengenalkan perpustakaan saja, namun lebih dari itu yaitu untuk menarik perhatian para pemustaka untuk datang dan bisa memanfaatkan koleksi yang ada di perpustakaan. Berkaitan dengan promosi, dalam dunia perpustakaan promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara namun secara umum dapat dilakukan dengan langsung dan tidak langsung. Pada promosi secara langsung jika dalam konteks organisasi perpustakaan dengan mengadakan suatu program sehingga informasi atau pesan dapat disampaikan secara langsung, sedangkan secara tidak langsung perpustakaan sendiri dapat menggunakan media yaitu baik secara cetak maupun tidak tercetak.

Pada saat ini perpustakaan harus dapat menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Sebagaimana dikatakan S. R. Ranganathan yang ke lima dalam lima hukumnya perihal ilmu perpustakaan yang kaitannya dengan eksistensi perpustakaan yaitu "*library is a growing organism*" atau perpustakaan merupakan organisme yang berkembang. Perpustakaan saat ini mulai berkembang pesat seiring berjalannya waktu, perpustakaan perlu sekali menyesuaikan dengan keadaan saat ini sehingga dapat memberikan pelayanan terbaik untuk para penggunanya atau saat ini di Indonesia mulai dikenal dengan pemustaka. Perpustakaan memiliki peran yang sangat penting untuk memberikan layanan yang sangat baik dalam memenuhi kebutuhan informasi para pemustaka. Sejalan dengan perkembangan teknologi saat ini, perpustakaan pun harus menyesuaikan dengan keadaan yang ada, saat ini dikenal juga generasi milenial. Persepsi generasi milenial saat ini adalah mereka ingin serba cepat dalam menerima suatu informasi dari manapun namun harus benar-benar bisa dipercaya informasinya.

Perkembangan teknologi saat ini yang dapat meningkatkan interaksi antara individu dengan individu lainnya adalah media sosial. Media sosial merupakan terobosan yang sangat bermanfaat untuk bagi setiap individu. Karena dalam peranannya media sosial dapat melakukan interaksi jarak jauh baik itu hanya dalam obrolan pesan atau menggunakan fitur telepon. Sehubungan dengan hal tersebut, perpustakaan dapat memanfaatkan keberadaan media sosial dalam memberikan dan menyebarkan informasi tentang perpustakaan. Media sosial dapat dimanfaatkan oleh perpustakaan sebagai sarana promosi dalam menyampaikan informasi tentang perpustakaan. Peneliti akan melaksanakan penelitiannya di perpustakaan perguruan tinggi yaitu di Perpustakaan Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Media sosial sangatlah membantu dalam penyebaran informasi dari perpustakaan khususnya di lingkungan universitas. Mengingat bahwa para pengguna media sosial jenjang mahasiswa ini dapat memilih mana akun yang dapat bermanfaat dan menambah informasi baik itu tentang pengetahuannya maupun informasi yang berkaitan dengan akademik. Akun media sosial perpustakaan termasuk ke dalam informasi tentang akademik bagi para mahasiswa, disana para mahasiswa dapat menemukan informasi yang resmi guna melakukan pencarian informasi yang diperlukan dalam keperluan akademik seperti buku maupun jurnal yang sesuai dengan mata kuliah

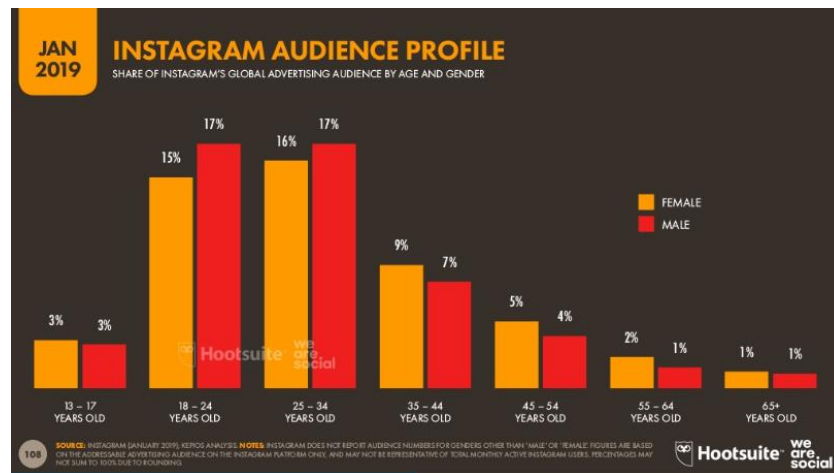
dan dapat mengetahui fasilitas-fasilitas yang disediakan oleh perpustakaan sehingga dapat dimanfaatkan oleh penggunanya yaitu mahasiswa ataupun civitas akademik lainnya.

Tabel 1.1 Hasil Observasi Peneliti (23 Oktober 2019)

Media sosial	Jenis	Keberadaan	Keaktifan
Twitter	Media Jejaring Sosial	Ada	Tidak Aktif
Facebook	Media Jejaring Sosial	Ada	Tidak Aktif
<i>Instagram</i>	Media Jejaring Sosial	Ada	Aktif
WhatsApp	Media Jejaring Sosial	Ada	Aktif
Web	Blog/Jurnal Online	Ada	Aktif

Dari hasil observasi peneliti menemukan media sosial yang digunakan oleh perpustakaan UPI ada 5 media sosial yaitu *twitter*, *facebook*, *instagram*, *whatsapp* dan *web*. Peneliti menganalisis setiap akun media sosialnya dengan melihat keaktifan media sosial dari Perpustakaan UPI seperti unggahan terbaru dan interaksi baik itu dari komentar maupun *like*, peneliti menemukan akun media sosial Perpustakaan UPI hanya tiga yang aktif yaitu *instagram*, *whatsapp*, dan *web*.

Dalam strategi promosi secara umum, hal yang pertama kali harus dilakukan adalah mencari tahu siapa audiens yang akan dituju. Mustafa (2009, hlm. 1.24) menyatakan bahwa dari jenis-jenis perpustakaan memiliki sasaran-sasaran yang berbeda sehingga menyesuaikan ruang lingkup pemustaka yang akan dilayaninya. Peneliti akan melaksanakan penerapan promosinya di lingkup universitas sehingga jika dalam bidang pemasaran ada segmentasi atau target dari konsumennya dan lingkup universitas tentu saja pemustaka tersebut adalah mahasiswa, dosen, dan pegawai universitas. Namun dalam segmentasinya penulis mengarah pada mahasiswa yang mana rentang umurnya dari mahasiswa S1 biasanya adalah 18-24 tahun.



Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram Berdasarkan Umur di Indonesia  
 (Sumber: *Hootsuite WeAreSocial.com*)

Jika dilihat dari data yang dikeluarkan oleh *HootSuite WeAreSocial.com* segmentasi yang sesuai antara pengguna *instagram* dengan umur mahasiswa S1 yang rata-ratanya 18-24 tahun, sehingga promosi perpustakaan di perpustakaan universitas dapat dilakukan oleh lembaga perpustakaan yang berada di universitas.

Media sosial saat ini merupakan salah satu akses yang paling mudah dalam mendapatkan suatu informasi. Era informasi pada zaman ini didukung oleh teknologi yang semakin maju sehingga dapat memberikan akses yang mudah bagi para pengguna internet dalam menemukan informasi yang sedang mereka butuhkan, karena internet sendiri memiliki fungsi utama sebagai media dalam berkomunikasi dan juga melakukan pertukaran suatu informasi (Darmawan, hlm. 97). Bagi perpustakaan, media sosial ini dapat memenuhi kebutuhan informasi akan perpustakaan bagi para pemustaka atau tidak sengaja ingin melihat konten informasi yang disediakan perpustakaan sehingga informasi yang ada pada akun media sosial dari sebuah perpustakaan dapat berguna bagi pemustaka.

Karena saat ini adalah sudah eranya digital masuk ke perpustakaan, media sosial sangat berperan bagi perpustakaan. Peranan media sosial ini bagi perpustakaan tentu saja dapat melakukan penyebaran informasi. Seperti yang dijelaskan oleh Depdikbud RI pada Perpustakaan Perguruan Tinggi (dalam Santoso, 2017) menyebutkan bahwa perguruan tinggi memiliki pelayanan informasi berupa 5 indikator yaitu mengumpulkan informasi, melestarikan

informasi, pengelolaan informasi, pemanfaatan informasi, dan melakukan penyebaran informasi. Dalam melakukan penyebaran informasi, perpustakaan dapat menggunakan indikator kebutuhan informasi bagi pemustaka. Perlu diketahui bahwa setiap individu akan merasakan butuh akan informasi, hal tersebut disampaikan oleh Belkin (dalam Tawaf, 2012 hlm. 51) "... *when someone recognizes something wrong in his knowledge and wants to resolve something that's wrong ...*" atau dapat dimaknai bahwa kebutuhan informasi itu muncul dalam diri sendiri ketika menyadari adanya kesalahan dalam pikiran dalam situasi atau topik tersebut dan termotivasi untuk menyelesaikan hal yang salah tersebut. Kebutuhan informasi ini terbagi menjadi empat jenis kebutuhan informasi, Guha (1978) menjelaskan (dalam Puspitadewi et al., 2016 hlm. 23) yaitu kebutuhan informasi yang mutakhir, kebutuhan informasi rutin, kebutuhan informasi mendalam, dan kebutuhan informasi sekilas.

Peneliti kurang lebih satu tahun telah menjadi admin namun merasa kurangnya informasi yang diberikan dalam *instagram* dari Perpustakaan UPI, maka dari itu berkaitan dengan hal ini, media sosial dapat dijadikan sebuah alat atau media yang dapat membantu mengelola suatu informasi sehingga dapat disebarluaskan dan memenuhi kebutuhan informasi tentang perpustakaan bagi pemustaka. Tidak hanya informasi yang sekilas, namun media sosial dapat menyimpan informasi yang merubah menjadi pengetahuan dan dapat dengan mudah disebarluaskannya. Hasil dari observasi permasalahan tersebut banyak mahasiswa yang tidak tahu tentang informasi-informasi yang diberikan perpustakaan sehingga perpustakaan sendiri harus memiliki melayani secara lebih dengan daring. Maka dari itu perpustakaan sangat perlu dalam melakukan promosi perpustakaan dengan menggunakan media sosial khususnya di kalangan mahasiswa adalah media sosial *instagram* karena jika di lihat data yang disampaikan pada *Gambar 1.1* menyebutkan pengguna terbanyak adalah berumur 18-24 tahun.

Pada analisis terdahulunya, peneliti menggabungkan beberapa konsep dari yang sudah ada. Meskipun memiliki kesamaan namun peneliti menggunakan variabel yang berbeda dengan topiknya spesifik. Terlihat pada judul peneliti yaitu "Kontribusi Promosi Perpustakaan melalui *Instagram* dengan Model *AISAS* dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi bagi Pemustaka".

Dalam penelitian “Hubungan Antara Promosi Perpustakaan Melalui Majalah Dinding Dengan Minat Kunjung Siswa” dari Aribah (2014), penelitian tersebut berfokus pada promosi di perpustakaan dengan menggunakan majalah dinding di perpustakaan untuk meningkatkan minat kunjung. Hasil dalam penelitian ini adalah promosi yang dilakukan oleh perpustakaan termasuk sebagai kategori yang cukup, dengan minat kunjung siswa yang baik, dan terdapat hubungan yang cukup antara promosi perpustakaan dengan menggunakan media majalah dinding dan menunjukkan korelasi yang sedang. Dalam topiknya penelitian ini memiliki kesamaan dalam hal promosi dengan menggunakan media. Perbedaannya hanya saja promosi tersebut menggunakan majalah dinding dan pada perpustakaan sekolah.

Penelitian selanjutnya, yaitu “Strategi Promosi Perpustakaan di Daerah Purworejo” oleh Nurvita (2016), penelitiannya lebih menjelaskan apa saja yang seharusnya dilakukan dalam promosi di perpustakaan daerah. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah menentukan strategi dalam hal promosi perpustakaan meliputi perencanaan dengan hasil menganalisis laporan, menentukan target, penyusunan rencana kerja, dan nuga perencanaan anggaran. Perbedaannya adalah dalam metode penelitiannya, namun dari metode penelitian yang berbeda ini bisa memberikan gambaran tentang promosi di perpustakaan pada peneliti.

Penulis menggunakan model *AISAS*, sejalan dengan hal ini penelitian dari Prasetyo (2016) yang berjudul “Analisis *AISAS* pada Pengguna ASUS ZENFONE di Indonesia”. Pada penelitiannya menghasilkan informasi bahwa penggunaan model pemasaran *AISAS* ini termasuk dalam kategori baik dengan total persepsi yang cukup besar persentasenya. Dalam datanya dengan sampel 400 responden hasil persentasenya tersebut melebihi dari 50% sebagai berikut, pada indikator *attention* memiliki jumlah 74,4%, *interest* 77%, *search* 78 %, *action* 75,7 %, dan *share* sebesar 72, 9%. Dengan hasil tersebut promosi *AISAS model* yang dapat diterapkan oleh ASUS memiliki nilai yang baik. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan penulis adalah dalam sifatnya, jika dalam penelitian ini lebih pada menganalisis *AISAS* model terhadap penggunaan ASUS ZENFONE sedangkan penulis akan mencari tahu kontribusi dari *AISAS* model dalam memenuhi kebutuhan informasi pemustaka.

Penelitian selanjutnya adalah “Efektivitas *Website Droidlime.Com* Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Tentang Teknologi Dan Gadget” dari Solkhin (2017), hasil yang di dapat dalam penelitiannya menunjukkan bahwa *website dari droidlime.com* sudah efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi begitu juga sesuai dengan indikator dari *website*. Pada penelitiannya mirip dengan topik yang akan diteliti dari segi metode dan perbedaannya adalah daru media dan variabel yang fokus terhadap promosi.

Kemudian Hafilah (2019) dengan judul “Pengaruh Promosi Perpustakaan Melalui *Instagram* Terhadap Pemanfaatan Koleksi di Perpustakaan” menemukan adanya pemanfaatan media sosial *instagram* untuk koleksi di perpustakaan namun Hafilah melakukan penelitian di perpustakaan sekolah, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa promosi perpustakaan dalam pemanfaatan layanan koleksi perpustakaan ini dikategorikan kuat dengan menggunakan sampel sebanyak 85 responden. Perbedaan penelitian tersebut dengan penulis adalah metode promosinya yang menggunakan *AIDA* sedangkan penulis menggunakan metode promosi atau pemasaran *AISAS*. dapat memperkuat konsep dari penulis untuk promosi dalam memenuhi kebutuhan informasi di perpustakaan perguruan tinggi karena tingkat pemanfaatan perpustakaan di sekolah dan perguruan tinggi akan lebih tinggi di perguruan tinggi mengingat kebutuhannya akan tugas perkuliahan maupun dalam penyusunan tugas akhir.

Penulis berinisiatif membuat sebuah gagasan dalam bentuk penelitian untuk mengetahui kontribusi media sosial khususnya *instagram* dalam berbagi informasi adalah hal yang sangat memungkinkan bagi para pemustaka. Dari hasil analisis yang telah dilakukan agar dapat bermanfaat media sosial yang dimiliki perpustakaan bagi para pemustakanya penulis memilih judul “Kontribusi Promosi Perpustakaan melalui *Instagram @perpustakaan\_upi* dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Pemustaka”.



## 1.2 Rumusan Masalah

### 1.2.1 Rumusan Masalah Umum

Rumusan masalah umum pada penelitian ini adalah “Seberapa besar kontribusi promosi perpustakaan melalui *instagram* dengan *AISAS* model dalam memenuhi kebutuhan informasi pemustaka?”

### 1.2.2 Rumusan Masalah Khusus

Adapun dari rumusan masalah umum tersebut, selanjutnya dirumuskan masalah khusus dalam penelitian ini bagaimana penerapannya dan bagaimana konsep promosi berdasarkan konsep *marketing AISAS* (*Attention, Interest, Search, Action, Share*) model The Dentsu Way, Sugiyama (Sugiyama, 2011):

- a. Seberapa besar kontribusi promosi perpustakaan melalui *instagram* dengan indikator *attention* dalam memenuhi kebutuhan informasi pemustaka?
- b. Seberapa besar kontribusi promosi perpustakaan melalui *instagram* dengan indikator *interest* dalam memenuhi kebutuhan informasi pemustaka?
- c. Seberapa besar kontribusi promosi perpustakaan melalui *instagram* dengan indikator *search* dalam memenuhi kebutuhan informasi pemustaka?
- d. Seberapa besar kontribusi promosi perpustakaan melalui *instagram* dengan indikator *action* dalam memenuhi kebutuhan informasi pemustaka?
- e. Seberapa besar kontribusi promosi perpustakaan melalui *instagram* dengan indikator *share* dalam memenuhi kebutuhan informasi pemustaka?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini mengacu pada latar belakang serta berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan, antara lain:

### 1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar kontribusi media sosial *instagram* dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi pemustaka.

### 1.3.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi media sosial *instagram* menggunakan pada indikator *attention* dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi pemustaka
- b. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi media sosial *instagram* menggunakan pada indikator *interest* dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi pemustaka
- c. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi media sosial *instagram* menggunakan pada indikator *search* dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi pemustaka
- d. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi media sosial *instagram* menggunakan pada indikator *action* dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi pemustaka
- e. Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi media sosial *instagram* menggunakan pada indikator *share* dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi pemustaka

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini ditinjau secara teoritis dan secara praktis yaitu sebagai berikut:

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dilakukan guna mengetahui seberapa besar kontribusi media sosial dalam melakukan promosi perpustakaan sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi para pemustaka. Sehingga dari penelitian ini dapat diterapkan baik itu dalam suatu dunia pendidikan maupun sosialisasi dalam berbagai hal memanfaatkan media sosial.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk para pekerja di bidang informasi dan mahasiswa ilmu perpustakaan khususnya dalam menyajikan suatu informasi yang dapat diterima dan dipahami dengan mudah oleh pemustaka. Khususnya:

a. Bagi Kepala Perpustakaan

Hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam menentukan kebijakan promosi yang ada di perpustakaan sehingga dapat mendukung kegiatan mempromosikan perpustakaan.

b. Bagi Bidang Layanan atau Hubungan Masyarakat Perpustakaan

Hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan diharapkan dapat memberikan kemudahan dalam melakukan dan memaksimalkan kegiatan promosi kedepannya.

c. Pemustaka

Hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan diharapkan dapat memudahkan pemustaka dalam mendapatkan informasi secara lebih cepat dengan menggunakan media sosial *instagram*.

d. Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan diharapkan dapat menjadi sebuah inspirasi dan juga acuan dalam melakukan penelitian promosi di perpustakaan dengan media ataupun perkembangan zaman yang akan datang.

### 1.5 Struktur Organisasi Penelitian

Pada penulisan skripsi ini struktur organisasinya memiliki lima bab yang berurut dengan disusun secara sistematis. Adapun struktur organisasi skripsi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**BAB I** pendahuluan, pada pembahasannya di bab ini akan menjelaskan latar belakang penelitian, rumusan masalah dari penelitian, tujuan dari penelitian,

manfaat dari penelitian, dan juga sistematikan penulisan atau struktur organisasi penelitian.

**BAB II** kajian teori, merupakan kajian-kajian pustaka yang dapat mendukung beberapa pembahasan pada permasalahan dari penelitian, lalu adanya beberapa penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dengan permasalahan yang akan diteliti, dan kerangka berpikir dari penelitian yang akan dilaksanakan.

**BAB III** metode penelitian, pada bab ini peneliti akan menjelaskan sistematikan metode penelitian yaitu desain dari penelitian, populasi dan sampel dari penelitian, instrumen dari penelitian, prosedur penelitian, dan cara dalam menganalisis data.

**BAB IV** temuan dan pembahasan, dalam bab ini peneliti akan menyampaikan temuan penelitian atas hasil pengolahan serta analisis dari data. Lalu temuan dalam bab ini akan menjawab pertanyaan dari perumusan masalah yang telah dirumuskan.

**BAB V** simpulan, implikasi, dan rekomendasi, membahas hasil penafsiran dan pemaknaan dari peneliti berdasarkan hasil analisis yang telah didapatkan dan mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian peneliti. Implikasi dan rekomendasi ditujukan kepada yang mendukung penelitian dan peneliti yang berminat untuk melakukan penelitian selanjutnya.