

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil dan Sejarah Hotel Neo Dipatiukur

Hotel NEO adalah brand properti yang berada di bawah naungan *Archipelago International*, *Archipelago International* adalah operator hotel swasta dan independen terbesar di Asia Tenggara *Archipelago International* telah melayani lebih dari 10 juta tamu di lebih dari 35 kota, mempekerjakan lebih dari 12,500 karyawan, serta mengelola aset senilai lebih dari 2 triliun. Saat ini, *Archipelago International* memiliki Corporate Office di Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, Bali, Malaysia dan Dubai. Selain itu, pada saat ini *Archipelago International* akan membangun 100 hotel dan memiliki beberapa harga *return of investment* tertinggi di Indonesia. “*Hotel NEO by Aston*” mewakili kelas hotel bintang tiga yang dioperasikan jaringan hotel ternama itu. Hotel Neo mengusung konsep *modern* kontemporer sesuai dengan tren terbaru desain perhotelan.

Hotel NEO Dipatiukur mulai dibuka pada tanggal 10 Juli 2015, berlokasi tepat di tengah kota di Jl. Dipatiukur No.72-74 Bandung 40132. Lokasi yang strategis menawarkan akses mudah ke pusat kota dan kawasan kuliner dan jajanan kaki lima terpopuler di Bandung. Dago dapat dicapai dengan berjalan kaki, sedangkan *Paris Van Java* dan *Factory Outlet* Rumah Mode berjarak kurang dari 30 menit berkendara. Stasiun kereta api Bandung dapat dicapai dalam 20 menit.

Fokus memasarkan properti mereka kepada traveler muda, mereka menawarkan 4 Kamar Dream tempat tidur ganda yang nyaman dan 84 Kamar Neo *stylist double atau twin*. Setiap kamar juga dilengkapi dengan TV layar datar yang canggih, AC yang dapat dikontrol sendiri, Mini Bar, Brankas, dan kamar mandi dalam dengan *shower* berdiri yang besar. Hotel NEO Dipatiukur menawarkan ruang terbuka yang tertata rapi sehingga menyuguhkan suasana santai penuh gaya namun tetap dapat dinikmati dengan harga terjangkau. (*Sumber : Data Perusahaan, 2022*)

1.1.2 Visi dan Misi Hotel NEO Dipatiukur

Berikut merupakan visi dan misi Hotel NEO Dipatiukur:

- a) Visi
Menjadi yang dikenal secara mendunia sebagai perusahaan di bidang akomodasi yang dipilih oleh tamu, pemilik dan karyawan.
- b) Misi
Memberikan lebih dari apa yang diharapkan oleh tamu di semua hotel kami, membantu karyawan dalam mengembangkan karirnya dan mendukung para pemilik hotel dalam hal merancang, menciptakan dan mengelola hotel mereka menjadi yang terbaik di kelasnya.

1.1.3 Logo dan Makna Logo Hotel NEO Dipatiukur



Gambar 1. 1 Logo Hotel Neo
Sumber : Data Perusahaan, 2022

a. Makna Logo

Logo Hotel Neo Dipatiukur Pada dasarnya memakai jenis logo *emblem* menggunakan *shields* persegi berwarna hitam sebagai dasar logonya. Logo terlihat kurang cocok digunakan di berbagai media, namun memiliki detail yang lebih menarik dan terlihat eksklusif dipadukan dengan warna hitam dan abu yang menjadikan logo terlihat elegan dan *modern*. Memakai *font Syncopate* yang dijadikan GSM wajib yang diaplikasikan disetiap *wording* di hotel ini. Neo mengartikan kan “New” atau “Young” sesuai dengan target pasarnya utamanya yang mengarah kepada konsumen-konsumen muda diseluruh Indonesia. Disematkan kata “By Aston” yang menandakan bahwa Hotel Neo adalah hotel satu grup dengan Hotel Aston yang terkenal salah satu hotel dengan bintang 5 terbaik di Indonesia. (Sumber : Data Perusahaan, 2022)

b. Makna Warna

1. Hitam

Warna hitam meninggalkan kesan kuat, elegan, dan netral

2. Abu-abu

Arti warna abu-abu memperlihatkan sebuah keseriusan, rasa tanggung jawab dan warna abu-abu juga melambangkan sifat kemandirian.

1.1.4 Nilai Utama Hotel NEO Dipatiukur

Hotel NEO Dipatiukur memiliki 5 nilai utama yang dijunjung tinggi seluruh *stakeholder*, yaitu sebagai berikut:

a. Integritas

Katakan yang sebenarnya dengan tegas. Lakukan kewajiban anda, dengan atau tanpa ada orang yang mengetahuinya.

b. Antusiasme

Cintai apa yang anda kerjakan dan kerjakan apa yang anda cintai. Jadikan hari ini layak diingat sekalipun hari terlihat biasa saja.

1.1.6 Produk dan Layanan

a. Ruang Kamar



Gambar 1. 3 kamar Hotel Neo Dipatiukur

Sumber : Data Perusahaan, 2022

Kamar adalah tempat istirahat untuk customer yang ingin berinap. Didalam hotel neo tersebut terdapat 88 ruang kamar yang memiliki 2 tipe kamar yaitu *neo room* yang berukuran 21m^2 dan *dream room* yang berukuran 25m^2 yang terdapat fasilitas yang nyaman dengan seprai yang lembut dan selimut katun 100%. Selain itu juga memiliki tempat tidur *double bed* dan *twin bed*, dapat juga meminta untuk *extra bed*, dan juga didalam kamar terdapat fasilitas tv led 32 inci yang memiliki saluran internasional dan lokal. Selain itu juga didalam kamar terdapat meja tulis dengan fasilitas outlet listrik, telepon serta terdapat pembuatan teh & kopi. Dan juga didalam kamar terdapat kamar mandi dengan *shower* dan *hairdye*. (Sumber: Data Perusahaan, 2022)

b. Meeting room



Gambar 1. 4 Meeting Room

Sumber : Data Perusahaan, 2022

Memiliki 2 ruangan pertemuan bergaya dan 1 ruang pertemuan kecil khusus. Didalam ruangan *meeting* tersebut terdapat fasilitas yaitu ac dan dilengkapi dengan *sound system* serta memiliki papan tulis , proyektor dan layar lcd dan juga akses internet *wifi* kecepatan tinggi.

c. *Noodles Now Café*



Gambar 1. 5 Noodles Now Café
Sumber : Data Perusahaan, 2022

Menawarkan harga kaki lima namun berkualitas bintang lima, harganya tidak semahal yang dipikirkan. Aneka makanan dan minuman di sini dibanderol mulai dari harga Rp15.000 – Rp50.000 saja. Menu-menu tersebut terdiri dari aneka menu nusantara dan internasional.

d. *In-Room Massages*

Memiliki fasilitas 2 kamar pijat yang dilakukan oleh orang yang ahli pada bidangnya.

e. *Free high speed Wifi*

Memiliki *wifi* kencang dengan 100mbps selama 24 jam full di sekitar hotel.

f. *Laundry service*

Memiliki laundry untuk customer yang ingin mencuci dengan fasilitas beberapa jam.

g. *Security key card system & CCTV*

Memiliki keamanan yang extra selama 24 jam, ketika customer memiliki masalah dalam fasilitas hotel

h. *Parking space & valet*

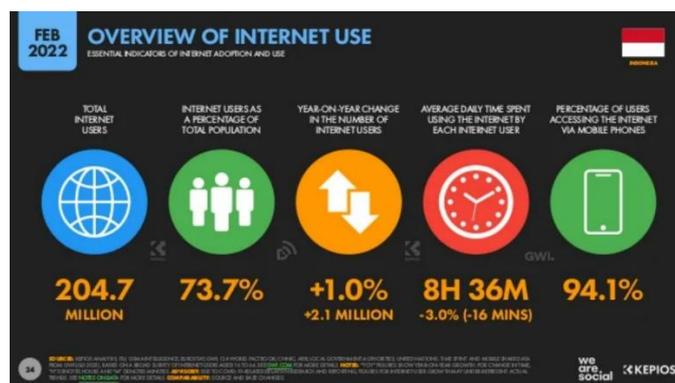
Memiliki parkir yang luas serta yang nyaman karena terdapat *security* yang memarkirkannya jadi tamu hanya menunggu di *lobby*.

1.2 Latar Belakang

Perkembangan zaman semakin hari semakin canggih dan semenjak munculnya teknologi bernama internet sangat membantu dalam kemudahan serta kecepatan dalam proses pengiriman dan penerimaan informasi yang lebih cepat dan terpercaya. Online merupakan istilah dalam internet disaat sedang terhubung dengan internet, baik itu terhubung dalam akun sosial media, email, ataupun berbagai jenis akun yang sedang digunakan melalui internet. Internet telah banyak dimanfaatkan mulai dari tingkat sekolah, perguruan tinggi, perusahaan maupun lembaga pemerintahan yang telah dipercaya mampu memberikan kemudahan dan kecepatan dalam proses menjalankan kebutuhan pencarian, pengiriman dan penerimaan informasi. (Sumber : www.kompas.com/ diakses 20 Oktober 2022).

Pengertian internet menurut kamus besar bahasa Indonesia yaitu jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit. Keberadaan internet dengan kecepatan proses pencarian informasi dan segala kecanggihannya memberikan beragam manfaat bagi masyarakat di berbagai bidang.

Internet memungkinkan kita untuk mengakses informasi secara digital dengan cepat dan murah. Masyarakat saat ini cenderung lebih banyak menghabiskan waktunya untuk beraktifitas di dunia maya, seperti belanja online, bermain di sosial media, mengakses informasi dan komunikasi melalui *smartphone* ataupun personal komputer mereka. Dengan internet, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menghasilkan model yang inovatif dalam transaksi di dunia bisnis dan dapat berdampak pada beberapa aspek dan tidak terkecuali perkembangan dunia bisnis khususnya dalam bidang pemasaran. (Sumber : www.kompas.com/ diakses 20 Oktober 2022).



Gambar 1. 6 Pengguna Internet di Indonesia tahun 2022
Sumber : www.wearesocial.com/ diakses 20 Oktober 2022

Selama masa pandemi COVID-19, berdasarkan riset dari *We Are Social* dan KEPIOS jumlah pengguna internet di Indonesia terus mengalami kenaikan.

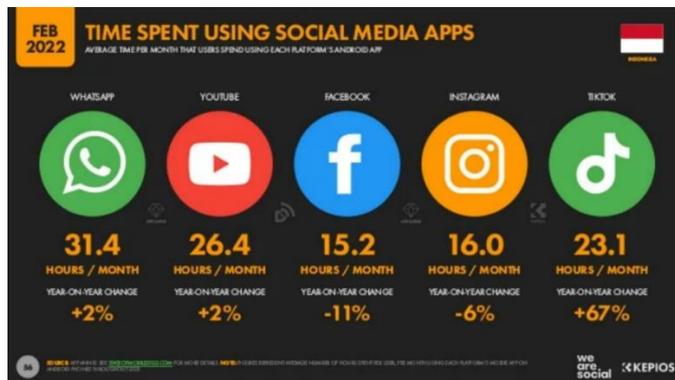
Tercatat pengguna internet di Indonesia pada Februari 2022 ada sebanyak 204,7 juta pengguna, tingkat penetrasi pengguna internet di Indonesia pada february 2022 mencapai 73,7% dari jumlah penduduk Indonesia naik 1,0% (2,1 juta pengguna) dari tahun sebelumnya antara 2021 dan 2022. Berdasarkan riset ini juga pengguna internet di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu di jejaring sosial selama 8 jam 36 menit per harinya dengan 94.1% penggunaan internet melalui *mobile phone*. (Sumber : www.wearesocial.com/ diakses 20 Oktober 2022).

Teknologi internet pada era digital jaman *modern* sangat berpengaruh besar pada masyarakat ataupun pengguna, misalnya dalam dunia bisnis, pendidikan, hiburan dan sebagainya. Aktivitas masyarakat tidak terlepas dari media sosial, karena dengan media sosial dapat mempermudah bagi masyarakat ataupun para penggunanya bagi aspek kehidupan. Perkembangan kemajuan internet sangat dinamis, maka dari itu berbagai macam sosial teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna yang selalu mengalami perubahan, misalnya munculnya beragam media sosial. (Kusuma, 2019)

Pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial dan membutuhkan interaksi, salah satunya dengan berkomunikasi. Melalui komunikasi, manusia dapat saling berinteraksi, tolong menolong ataupun bertukar informasi yang dibutuhkan. Di era moderen saat ini telah banyak perubahan diantaranya perkembangan teknologi komunikasi yang semakin memudahkan manusia untuk berinteraksi. Bentuk media telah bertransformasi yang awalnya berupa konvensional berubah menjadi *digital*, salah satu bentuk perubahan teknologi informasi dengan media baru yaitu adanya media sosial. Merujuk pada Kamus Besar Bahasa Indonesia, media sosial adalah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial

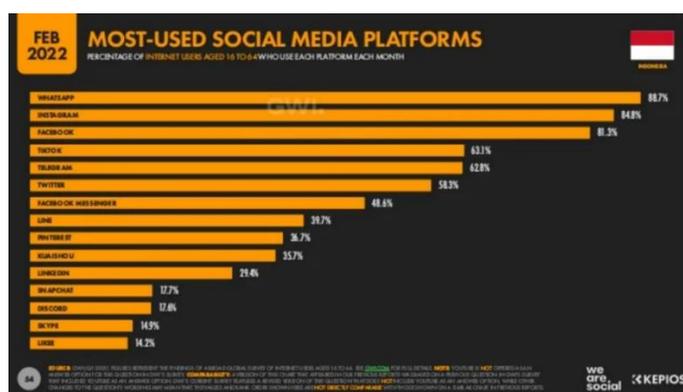
Adapun menurut Gohar F. Khan dalam bukunya *Social Media for Government* (Kominfo 2018) menyatakan bahwa media sosial adalah sebuah *platform* berbasis internet untuk membuat dan berbagi konten (informasi, opini, dan minat) yang bersifat informatif, edukatif, kritik dan sebagainya kepada khalayak bagi para penggunanya.

Dalam sosial media sebagian perihal yang dapat dicoba, antara lain membuat web organisasi, mengintegrasikan bermacam lini di industri, menyebarkan konten yang relevan cocok sasaran di masyarakat ataupun menggunakan media sosial sesuai kepentingan visi, misi tujuan efisiensi serta efektifitas operasional organisasi. Selaku fasilitas perencanaan, strategi, manajemen. Sosial media di tangan para ahli manajemen serta *marketing* bisa jadi senjata yang dahsyat guna melancarkan perencanaan dan strateginya. Misalnya, melaksanakan promosi, menggaet pelanggan setia, menghimpun loyalitas *customer*, menjajaki pasar, mendidik publik hingga menghimpun reaksi warga. (Sumber : www.merdeka.com/ diakses 27 Oktober 2022).



Gambar 1. 7 waktu yang dihabiskan di sosial media tahun 2022
Sumber : www.wearesocial.com/ diakses 20 Oktober 2022

Berdasarkan laporan digital tahunan yang dikeluarkan oleh lembaga *We Are Social* ada 5 kanal media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia. Yaitu *WhatsApp*, *YouTube*, *Facebook*, *Instagram*, *TikTok*. Dengan cepatnya akses media sosial, mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi. Rata-rata waktu penggunaan media sosial di Indonesia mulai dari *WhatsApp* warga Indonesia di perangkat telepon genggam sebesar 31,4 jam per bulan. Kemudian diikuti, *Facebook* (15,2 jam per bulan), *Instagram* (16,0 jam per bulan), *TikTok* (23,1 jam per bulan), sementara untuk aplikasi video streaming *YouTube* paling tinggi rata-rata waktu yang pengguna habiskan (26,4 jam per bulan) mampu mengungguli *Neflix* dan *Viu*. (Sumber : www.wearesocial.com/ diakses 20 Oktober 2022).



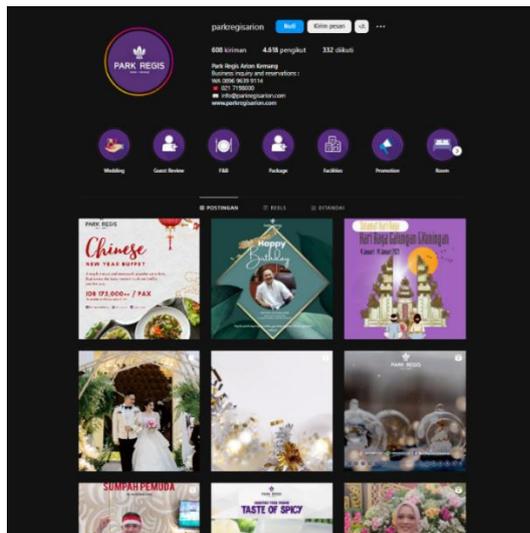
Gambar 1. 8 Sosial media yang paling sering digunakan tahun 2022
Sumber : www.wearesocial.com/ diakses 20 Oktober 2022

Berdasarkan dari survei digital yang dilakukan oleh *We Are Social* dan KEPIOS selama Februari 2022, data tersebut menunjukkan bahwa *WhatsApp*

mengungguli peringkat pertama sosial media paling sering digunakan mencapai 88,7% disusul oleh Instagram dengan tingkat persentase 84,8% dari jumlah masyarakat Indonesia. Hal ini dapat membuktikan bahwa Hotel NEO Dipatiukur sudah tepat mempromosikan produk jasanya melalui Instagram karena dalam survei yang telah dibuat menunjukkan bahwa media sosial Instagram memiliki peminat dan pengguna yang cukup banyak di Indonesia. (Sumber : www.wearesocial.com/ diakses 20 Oktober 2022).

Canggihnya fitur dan aplikasi yang dapat diakses melalui gawai, laptop, atau komputer salah satunya adalah aplikasi Instagram. Instagram adalah salah satu media sosial yang tengah digandrungi banyak orang. Penggunaannya pun sangat beragam, mulai dari anak-anak hingga orangtua. Mulai dari pelajar hingga pebisnis. Media sosial yang fokus pada *platform* berbagi foto dan video ini makin meroket popularitasnya hingga mampu disamakan dengan *Facebook* dan *Twitter*. Instagram juga merupakan salah satu media sosial yang banyak dimanfaatkan perusahaan sebagai media promosi *online* barang atau jasa yang dimilikinya melalui sebuah foto ataupun reels instagram. Media sosial *Instagram* telah banyak digunakan hampir seluruh perusahaan di dunia, perusahaan dapat dengan mudah mempromosikan produknya karena dapat menekan pengeluaran uang, tenaga dan waktu perusahaan dalam hal promosi. (Sumber : www.liputan6.com/ diakses 25 Oktober 2022).

Perkembangan jaman yang sangat pesat ini mengharuskan perusahaan untuk mampu bersaing dalam dunia bisnis tentunya dalam teknologi yaitu sosial media misalnya, instagram yang banyak diterapkan dalam metode promosi suatu perusahaan yang dimana media sosial tersebut adalah platform yang serba bisa yaitu, dapat mengunggah konten melalui foto, *reels* instagram, *highlight* video/foto. Media sosial Instagram juga merupakan termasuk salah satu terpopuler untuk media promosi bagi suatu perusahaan untuk sampai ke pengguna. Instagram merupakan aplikasi digital yang mudah digunakan bagi kalangan masyarakat sehingga memudahkan perusahaan bisnis untuk memasarkan dan mempromosikan *brand* kepada pada pengguna.

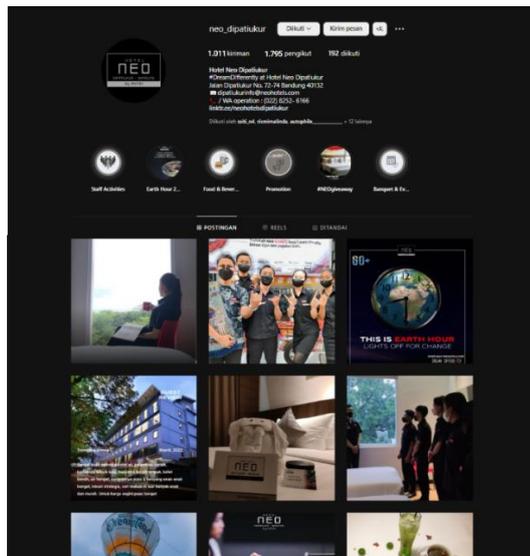


Gambar 1. 9 Instagram Parkregisrion 2022

Sumber : <https://www.instagram.com/parkregisrion/> , diakses 27 Oktober 2022

Dapat dilihat dari gambar diatas adalah instagram parkregisrion yang merupakan akun instagram dari hotel Park Regis Arion Kemang, sebuah perusahaan akomodasi untuk penyewaan kamar hotel, *meeting room* dan *event* yang diselenggarakan di hotel tersebut. Dari instagram parkregisrion merupakan akun instagram dengan konten yang terkonsep dengan rapih. Menurut ginee.com (2022) Contoh *content marketing* yang baik berisi konten pengenalan, konten *branding*, dan konten penjualan. Konten pengenalan berisi konten yang bisa menjawab pertanyaan apa, siapa, dan bagaimana bisnis tersebut bisa menjadi solusi untuk masalah target market. Selanjutnya konten *branding* adalah sarana untuk mengenalkan dan membangun citra *brand* di mata *audiens*. Lalu terakhir konten penjualan berisi konten yang mendorong pelanggan untuk melakukan transaksi pembelian. Akun ini menampilkan konten menarik dengan jumlah follower 4.618 dan jumlah postingan 608. (Sumber: <https://www.instagram.com/parkregisrion/>, 2022)

Ini yang menjadikan salah satu alasan Hotel NEO Dipatiukur melakukan promosi produk jasanya melalui Instagram, dengan menyebarkan foto dan video singkat produk yang dimilikinya, konsumen akan dapat melihat kualitas asli yang dimiliki produk tersebut. Salah satu pengguna media sosial yang memanfaatkan Instagram sebagai media untuk berbisnis adalah pengguna akun Hotel NEO Dipatiukur.



Gambar 1. 10 Instagram Hotel Neo Dipatiukur 2022

Sumber : https://www.instagram.com/neo_dipatiukur/ , diakses 27 Oktober 2022

Hotel Neo Dipatiukur menciptakan akun instagram dengan nama akun @neo_dipatiukur yang dibuat selang beberapa waktu setelah hotel Neo Dipatiukur diresmikan. Data yang telah didapat oleh peneliti pada awal penelitian akun instagram @neo_dipatiukur yaitu memiliki jumlah 1.696 pengikut dan dengan 1.058 jumlah foto dan video yang telah dipostingkan. (Sumber: https://www.instagram.com/neo_dipatiukur/, 2022)

Akun instagram @neo_dipatiukur digunakan oleh perusahaan untuk media promosi produk jasa yang dimilikinya dengan mengunggah foto ataupun video singkat mengenai produk jasanya. Selain itu akun instagram @neo_dipatiukur dipergunakan sebagai saluran korespondensi untuk menciptakan suatu hubungan komunikasi atau interaksi yang terjalin antara perusahaan dengan konsumen.

Dari hasil dialog dengan Hotel Neo Dipatiukur, selaku upaya meningkatkan serta pula mengenalkan produk Hotel Neo, maka perlu terdapatnya atensi dan serta pengembangan dibidang sosial media instagram perusahaan guna menjadikan perusahaan tersebut tidak berubah- ubah dan dapat bersaing dipasar. Oleh sebab itu, Selaku upaya pemasaran digital yang dicoba Hotel Neo Dipatiukur dengan produknya melalui sosial media Instagram, peneliti hendak menerapkan pengembangan konten media sosial instagram @neo_dipatiukur tahun 2022.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “ANALISIS PENGEMBANGAN KONTEN *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA *SOCIAL MEDIA INSTAGRAM HOTEL NEO DIPATIUKUR BANDUNG 2022*”.

1.3 Rumusan Masalah

Dengan berdasarkan uraian yang sudah dijelaskan pada latar belakang penelitian diatas, maka masalah yang dapat diambil adalah Bagaimana pengembangan konten *social media marketing* pada media sosial Instagram Hotel Neo Dipatiukur 2022?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan adapun tujuan penelitian adalah mengetahui bagaimana pengembangan konten *social media marketing* pada media sosial Instagram Hotel Neo Dipatiukur 2022

1.5 Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki dua manfaat, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk berbagai kepentingan yang berkaitan dengan pembuatan konten sosial media marketing untuk *platform* media sosial Instagram, dengan kegunaan sebagai berikut:

- a) Secara Teoritis hasil dari penelitian ini dapat berguna untuk berbagai kepentingan tentang sosial media *marketing* Instagram, seperti; memberikan ilmu baru sebagai bahan strategi, aktivitas, dan hasil konten media sosial *marketing* pada Instagram Hotel Neo Dipatiukur.
- b) Memberikan referensi untuk penelitian-penelitian berikutnya yang berkaitan dengan pembuatan konten sosial media *marketing* Instagram.

1.5.2 Kegunaan Praktis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini dapat memberikan pengalaman berharga yang dapat menambah pengetahuan penulis khususnya menambah wawasan mengenai *digital marketing* terkhusus pada pembuatan konten *social media marketing* Instagram.

b. Bagi Hotel Neo Dipatiukur

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan rekomendasi bagi Hotel Neo Dipatiukur dalam menentukan dan membuat konten *digital marketing* yang sesuai untuk media sosial Instagram @neo_dipatiukur

sehingga segala bentuk interaksi menjadi lebih efektif dan efisien melalui media sosial Instagram.

c. Bagi pihak lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran atau referensi bagi perusahaan sejenis lainnya terkait dengan pembuatan konten *social media marketing* Instagram.

1.6 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi dengan beberapa masalah yang akan dibahas. Supaya pembahasan dari penelitian ini menjadi terarah dan tidak terlalu luas, peneliti membatasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Variabel yang menjadi fokus pembahasan pada penelitian ini yaitu Analisis pengembangan konten *social media marketing* pada media sosial Instagram @neo_dipatiukur pada tahun 2022.
2. Objek penelitian ini yaitu Hotel Neo Dipatiukur Bandung.
3. Periode pelaksanaan penelitian ini dimulai dari bulan April sampai bulan September tahun 2022.

1.7 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir

Sistematika di sini dimaksudkan sebagai gambaran yang akan menjadi pokok bahasan dalam penulisan tugas akhir, sehingga dapat memudahkan dalam memahami masalah-masalah yang akan dibahas. Sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

1. BAB I (pendahuluan)

Pada bab ini peneliti memaparkan tentang konsep penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, penegasan istilah, dan sistematika pembahasan sebagai langkah awal penelitian.

2. BAB II (Kajian Pustaka)

Dalam bab ini akan diuraikan tentang teori yang dapat dipergunakan sebagai dasar untuk menyusun dan sebagai landasan berpikir dalam mengarahkan penyelesaian masalah. Kajian pustaka berisi pembahasan tentang analisis pembuatan konten *social media marketing* pada media sosial Instagram.

3. BAB III (Metode Penelitian)

Peneliti membahas proses penelitian yang digunakan dalam penelitian meliputi: jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, prosedur pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

4. BAB IV (Hasil Penelitian dan pembahasan)

Bab ini membahas analisis data-data yang telah penulis dapatkan dari penelitian dengan menggunakan metode analisis yang telah ditetapkan sebelumnya.

5. BAB V (Pembahasan)

Pada bagian penutup berisi simpulan dan saran. Peneliti memaparkan tentang simpulan dari hasil penelitian dan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat dan pengarahan terhadap peneliti selanjutnya.