

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital pada masa kini membuat informasi dapat diakses secara mudah, cepat, dan secara *real-time* melalui berbagai platform digital (Nadiyya & Muyasaroh, 2023). Dampaknya juga turut memengaruhi popularitas budaya global, salah satunya budaya Korea. Budaya Korea telah menjadi begitu populer di seluruh dunia, menciptakan keberadaan yang dapat dirasakan di berbagai aspek kehidupan global. Kepopuleran budaya yang berasal dari Korea tersebut dikenal dengan istilah *Korean Wave* (Egsaugm, 2020). Penyebaran tersebut sebagian besar identik dengan dunia hiburan seperti melalui drama, musik, hingga film (Putri et al., 2019). Budaya Korea Selatan telah menjadi daya tarik utama di sejumlah negara, salah satunya Indonesia.



Gambar 1.1 Genre Musik yang Disukai Masyarakat Indonesia

Sumber : DataIndonesia.id (2023)

Gambar 1.1 tersebut memperlihatkan bahwa genre K-Pop di Indonesia berada di posisi dua besar dalam daftar genre musik favorit yang disukai oleh masyarakat Indonesia. Dengan jumlah penggemar yang setiap tahunnya terus meningkat, semua hal terkait genre ini selalu menjadi tren, sehingga menarik minat banyak perusahaan dan musisi dari berbagai negara yang tertarik untuk berkolaborasi dengan para idol Korea Selatan (Databoks, 2022). Musik K-Pop secara umum disukai oleh banyak orang karena nadanya mudah dinikmati, atau yang lebih dikenal dengan sebutan *easy listening* (Horasman et al., 2024).

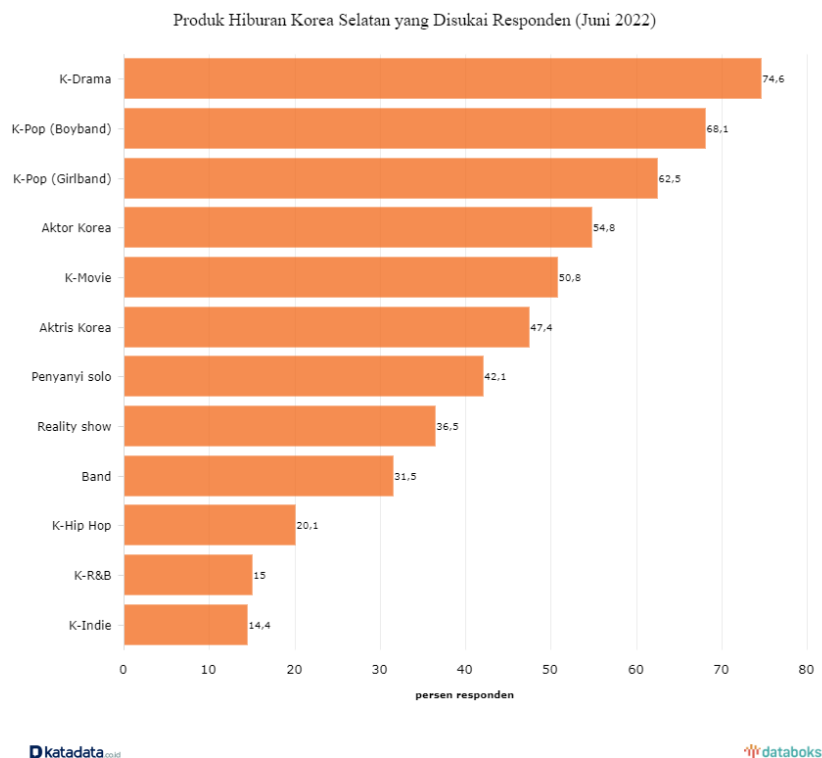


Gambar 1.2 Negara dengan Jumlah Penggemar K-Pop Terbanyak

Sumber : GoodStats (2022)

Pada gambar 1.2 yang disajikan, terlihat dengan jelas bahwa Indonesia menduduki posisi teratas sebagai negara dengan jumlah penggemar K-Pop terbanyak di dunia. Fakta ini diketahui dari data statistik yang dikumpulkan oleh Twitter pada tahun 2021, berdasarkan pengguna yang aktif berpartisipasi dalam diskusi tentang K-

Pop. Saat ini, data tersebut merupakan yang paling terbaru. Indonesia tidak hanya menjadi negara dengan jumlah penggemar K-pop terbanyak, tetapi juga untuk kedua kalinya tercatat sebagai negara yang paling sering membahas K-Pop di media sosial. Peringkat Indonesia ini bahkan tetap konsisten dari tahun sebelumnya (GoodStats, 2022). Bukti nyatanya adalah peran aktif Indonesia dalam mendominasi percakapan seputar K-Pop serta memberikan dukungan dengan menjadi penonton dan memberikan suara untuk setiap grup K-Pop yang sedang melakukan promosi (Kim, 2022, dalam Lieharja, 2022).



Gambar 1.3 Produk Hiburan Korea Selatan yang Disukai Masyarakat Indonesia

Sumber : Databoks (2022)

Pada gambar 1.3 di atas, menunjukkan tingkat kegemaran masyarakat Indonesia terhadap produk hiburan dari Korea Selatan, dengan K-Pop menempati posisi teratas ketiga dalam daftar favorit. Ini menggambarkan tidak hanya popularitas luas industri hiburan Korea Selatan, tetapi juga menyoroti daya tarik unik K-Pop yang

berhasil menjadi favorit utama bagi masyarakat Indonesia (Himakom, 2023). Kehadiran K-Pop di industri hiburan Indonesia tidak hanya menciptakan dampak positif yang besar, tetapi juga memperkuat ikatan budaya antara kedua negara. Fenomena ini mencerminkan percepatan globalisasi dalam penyebaran dan penerimaan budaya populer secara internasional (Surahman, 2013).

Di zaman globalisasi ini, terjadi kemajuan yang pesat di sektor hiburan khususnya dalam industri musik, yang mengalami transformasi besar dalam cara konten disebarkan dan bagaimana penggemar berinteraksi dengan artis mereka. Contoh yang paling tampak dari perubahan ini yaitu salah satunya ialah fenomena dalam dunia hiburan yang dikenal sebagai K-Pop, yang berhasil meraih popularitas luar biasa yang melampaui banyak negara (Himakom, 2023). K-Pop telah berkembang menjadi fenomena budaya yang lebih dari sekadar genre musik, ia telah menciptakan budaya yang melibatkan elemen seperti mode, tari, dan seni pertunjukan lainnya. Penggemar K-Pop yang sering disebut sebagai "Kpopers", tidak hanya berperan sebagai penonton pasif, tetapi juga berpartisipasi aktif dalam komunitas daring yang berfungsi sebagai platform untuk mendukung dan mengamati kegiatan idolanya. Dengan perkembangan teknologi yang pesat, platform digital semakin menjadi sarana penting dalam menjembatani komunikasi langsung antara penggemar dan idola mereka, membentuk lingkungan interaktif yang memperkaya partisipasi penggemar dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh idolanya.

Kemudahan akses ke platform digital telah mempermudah para penggemar untuk memperoleh informasi dan berinteraksi secara langsung dengan artis yang mereka sukai. Fenomena ini telah memicu munculnya konsep interaksi parasosial, yaitu mengacu pada hubungan tidak langsung antara pengamat dengan tokoh terkenal melalui media, yakni pengamat merasa mempunyai hubungan emosional yang erat dengan tokoh yang mereka ikuti (Horton & Wohl, 1956). Dalam dinamika penggemar dan idola, terdapat sebuah fenomena menarik di mana penggemar cenderung merasa terhubung erat dengan idola mereka, sementara idola itu sendiri mungkin tidak selalu menyadari tingkat kedekatan yang sama (Lieharja, 2022).

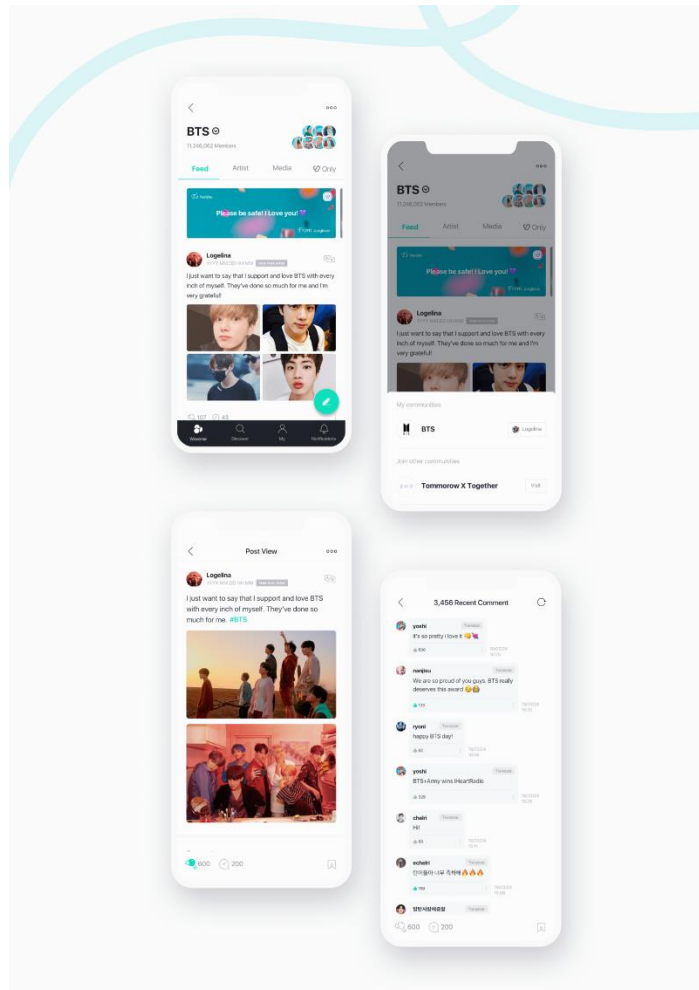
Penggemar K-Pop sering kali menjadi penelusur aktif informasi tentang idolanya, menginvestasikan waktu yang signifikan untuk memantau aktivitas mereka. Motivasi mereka adalah untuk memberikan dukungan yang kuat dan merasa terhubung

secara emosional dengan idolanya (Hariadi & Rahmawati, 2022). Keterlibatan intelektual dan emosional yang mereka tunjukkan terhadap minat mereka mendorong mereka untuk menggali lebih dalam informasi, mendorong penelusuran yang mendalam tentang topik yang mereka sukai (Taqwin, 2016).

Penggemar K-Pop umumnya terlibat dalam beragam aktivitas *online*. Mereka aktif dalam menerima dan mencari informasi seputar idola mereka termasuk kegiatan, *event*, atau kabar idola. Mereka berusaha untuk terus terhubung dengan idola mereka melalui interaksi di media sosial, serta berperan sebagai sumber informasi bagi penggemar lainnya. Penggemar juga sering berinteraksi dengan sesama penggemar untuk berdiskusi tentang kegiatan idola, gosip, rumor, atau hal-hal lain yang berkaitan dengan idola mereka (Wardani, 2021).

Dengan beragamnya informasi yang diperoleh melalui berbagai media, penggemar mendapat kesempatan untuk memiliki pemahaman yang mendalam terhadap idola mereka, termasuk mengenali penampilan, perkataan, bahasa tubuh, dan gaya hidup mereka. Hal tersebut terjadi meskipun penggemar tidak pernah bertemu atau berinteraksi langsung dengan idola. Ini menunjukkan betapa kuatnya pengaruhnya media dalam membentuk persepsi dan pemahaman penggemar terhadap idola mereka (Shofa, 2017, dalam Gumelar et al., 2021).

Adapun berbagai platform media sosial yang digunakan penggemar K-Pop dalam menggali informasi tentang idola mereka seperti Twitter, Instagram, Weverse, Weibo, YouTube, V-Live, dan media sosial lainnya yang kerap dimanfaatkan oleh penggemar K-Pop (Sari & Prasetyawan, 2023). Dengan adanya kemudahan akses informasi melalui platform-platform tersebut, penggemar K-Pop dapat tetap terhubung dengan aktivitas dan perkembangan terbaru dari idola mereka, sehingga menjaga keterlibatan mereka terhadap grup atau artis yang mereka dukung.

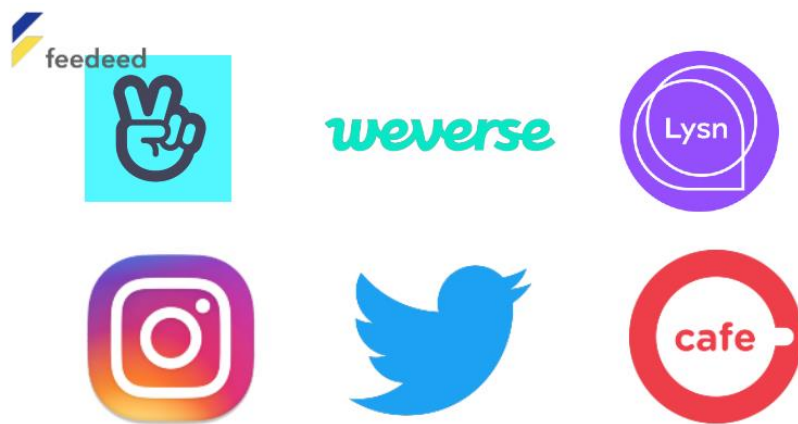


Gambar 1.4 Community Feed Weverse

Sumber : Kim (2019)

Pada gambar 1.4 merupakan salah satu platform digital yang digunakan sebagai sarana komunikasi antara penggemar K-Pop dengan idolanya. Dikutip dari Kumparan (2023), Weverse adalah sebuah platform yang sangat populer di antara komunitas penggemar K-Pop dan dikenal sebagai wadah yang memfasilitasi interaksi langsung antara penggemar dan idola mereka. Dengan menyediakan sarana komunikasi yang interaktif dan eksklusif, Weverse memberikan peluang bagi penggemar untuk secara langsung berinteraksi dengan idola mereka melalui berbagai media, termasuk posting, foto, video, dan pesan. Aplikasi ini menyediakan peluang bagi para penggemar untuk memperoleh konten eksklusif dari artis idola mereka, termasuk cuplikan latihan, aktivitas sehari-hari, dan konten eksklusif lainnya yang

tidak dapat ditemukan di platform lainnya. Lebih lanjut lagi, Weverse turut menawarkan fitur komunitas yang membuat penggemar dapat berinteraksi secara global, mendiskusikan artis favorit mereka, berbagi konten visual, dan saling memberikan dukungan. Weverse menyajikan pengalaman yang interaktif dan unik bagi penggemar dengan menyediakan fitur *live streaming*, siaran langsung acara khusus seperti konser dan wawancara, serta penjualan *merchandise* resmi dan tiket konser yang terkait dengan idolanya. Dengan adanya *live streaming*, fitur komunitas, konten eksklusif, hingga akses ke *merchandise* resmi, Weverse menghadirkan kesempatan bagi penggemar untuk terhubung secara langsung dengan idolanya.



Gambar 1.5 Aplikasi Khusus Kpopers untuk Berkomunikasi dengan Idol

Sumber : Feedeed (2023)

Pada gambar 1.5 dilansir dari Feedeed (2023), Weverse termasuk salah satu aplikasi *chat* dengan idol dimana penggemar merasa lebih dekat dengan idola mereka. Weverse merupakan aplikasi yang dikembangkan oleh Benx dan berada di bawah manajemen HYBE Labels, yang sebelumnya dikenal sebagai Big Hit Labels. Aplikasi Weverse dibentuk pada tanggal 1 Juli 2019. Awalnya, aplikasi ini diciptakan khusus untuk BTS dan artis naungan Big Hit Labels. Namun seiring waktu, banyak artis atau idola K-Pop lainnya yang turut bergabung dalam platform tersebut. Kehadiran lebih banyak artis K-Pop di platform ini mendorong para penggemar untuk aktif menggunakan aplikasi tersebut, karena mereka ingin berinteraksi langsung dengan idola mereka (Aditya, 2021, dalam Putra & Febriana, 2022).

Salah satu platform yang terkenal di kalangan penggemar K-Pop adalah di V-Live. V-Live merupakan platform yang memungkinkan pengguna untuk menyaksikan siaran langsung dan konten khusus dari berbagai artis Korea, sementara Weverse adalah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan artis, termasuk berkomunikasi dan bermain *game* bersama. Perbedaan utama antara keduanya adalah terdapat pada fokusnya, yakni V-Live lebih berorientasi pada penyiaran langsung dan konten hiburan, sementara Weverse lebih berfokus pada interaksi langsung antara penggemar dan artis (Feeded, 2023).

Perbedaan lainnya juga terdapat pada salah satu platform media sosial yang terkenal di kalangan penggemar K-Pop yaitu Lysn. Lysn merupakan aplikasi yang memungkinkan komunikasi langsung antara idol dari SM Entertainment dengan para penggemar melalui fitur *chat* pribadi, dengan tarif langganan per member untuk mengaksesnya. Sementara itu, Weverse memungkinkan pengguna untuk berinteraksi langsung dengan artis dari berbagai agensi dalam ruangan khusus untuk setiap artisnya. Perbedaan utama antara keduanya adalah fokus dan cara interaksi antara pengguna dan artisnya, yakni Lysn lebih berfokus pada komunikasi langsung antara idol SM Entertainment dan penggemarnya melalui fitur chat pribadi dengan tarif langganan, sementara Weverse lebih berfokus pada interaksi antara pengguna dan artis dari berbagai agensi (Feeded, 2023).

Weverse adalah platform media sosial khusus K-Pop yang memungkinkan penggemar untuk berinteraksi langsung dengan artis mereka, dengan fitur seperti ruang khusus untuk setiap artis dan kemampuan untuk membalas komentar. Di sisi lain, Instagram, Twitter, dan Fancafe adalah platform media sosial umum yang juga digunakan oleh idol K-Pop tetapi lebih berfokus pada berbagi konten secara umum dan interaksi dengan penggemar secara terbuka. Perbedaan utama antara keduanya adalah Weverse menawarkan ruang yang lebih terfokus dan eksklusif untuk penggemar tertentu, sementara Instagram, Twitter, dan Fancafe memungkinkan pengguna untuk melihat aktivitas dan interaksi idol secara lebih luas dan terbuka (Feeded, 2023).

Pengaruh budaya Korea yang kuat melalui media sosial Weverse dapat memengaruhi pola konsumsi informasi dan preferensi budaya penggemar di Indonesia (Ahmad et al., 2024). Fenomena ini menjadi penting untuk diteliti karena adanya

kekhawatiran tentang dominasi budaya asing yang dapat memengaruhi budaya lokal, terutama dalam konteks embargo budaya yang diterapkan di Indonesia. Embargo ini bertujuan untuk melindungi identitas budaya lokal dari pengaruh budaya asing yang berlebihan, terutama di tengah popularitas K-Pop yang terus meningkat. Weverse, sebagai platform media sosial yang mendukung interaksi antara artis K-Pop dan penggemar, menjadi salah satu alat utama bagi penggemar untuk mendapatkan informasi terkini. Namun, dengan semakin besarnya komunitas penggemar K-Pop di Indonesia, muncul kekhawatiran bahwa dominasi budaya Korea dapat mengikis nilai-nilai budaya lokal, yang mendorong sebagian masyarakat dan pemerintah untuk menerapkan embargo budaya terhadap konten asing termasuk K-Pop (Generali, 2024).

Embargo budaya Korea di Indonesia memengaruhi cara penggemar K-Pop dalam mendapatkan informasi di Weverse. Penggemar harus mencari cara lain atau mengubah cara mereka berinteraksi di platform tersebut agar sesuai dengan batasan budaya (Purba et al., 2023). Ini berdampak pada bagaimana mereka mengakses informasi dan merespons konten K-Pop. Meskipun begitu, Weverse tetap dapat membantu penggemar tetap terhubung dengan artis favorit mereka dan mempertahankan loyalitas mereka, walau terdapat batasan budaya yang berlaku.

Sebagai penelitian yang berfokus pada pengaruh platform Weverse terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada penggemar K-Pop di Weverse, studi ini mampu memberikan wawasan tentang bagaimana platform tersebut memengaruhi akses dan konsumsi informasi oleh para penggemar. Dengan memahami peran Weverse dalam lingkungan K-Pop, penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang bagaimana platform tersebut berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan informasi penggemar, serta dampaknya terhadap interaksi dan hubungan antara artis dan penggemar.

Urgensi dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh fenomena K-Pop serta karakteristik platform media sosial khusus seperti Weverse dalam memenuhi kebutuhan informasi dan membentuk hubungan antara penggemar dan idola mereka. Hal ini dikarenakan popularitas K-Pop yang terus meningkat secara global terutama di Indonesia, sehingga penting untuk mengeksplorasi seberapa besar pengaruh K-Pop dalam industri hiburan dan bagaimana platform digital seperti Weverse dapat memberikan informasi yang akurat dan membentuk ikatan antara penggemar dan artis.

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Weverse BTS terhadap Pemenuhan Kebutuhan Afeksi pada K-Pop Fandom Army” oleh Nadiyya & Muyasaroh (2023), ditemukan bahwa di era digital masa kini, media digital berkembang dengan pesat yang memungkinkan akses informasi dengan mudah melalui platform digital berkat kemajuan teknologi. Penelitian tersebut menyoroti bagaimana penyebaran informasi ini dimanfaatkan oleh agensi pembentuk *boyband* BTS, yakni Big Hit Entertainment, untuk semakin terhubung dengan para penggemar. Dengan pendekatan deskriptif kuantitatif, penelitian ini menemukan bahwa penggunaan aplikasi Weverse BTS berperan penting dalam memenuhi kebutuhan afeksi ARMY. Semakin tingginya penggunaan media sosial tersebut juga semakin tinggi pemenuhan kebutuhan afeksi dari komunitas penggemar K-Pop di Pasuruan.

Adapun penelitian “Penggunaan Aplikasi Digital Weverse sebagai *New Media* Interaksi antara Artis/Idol K-Pop dengan Para Penggemarnya” yang dilakukan oleh Putra & Febriana (2022) yang membahas peran aplikasi digital Weverse sebagai media baru dalam interaksi antara artis atau idol K-Pop dengan penggemar mereka. Tujuannya untuk memahami efek-efek yang ditimbulkan oleh penggunaan aplikasi tersebut yang memaparkan bahwa saat seseorang semakin bergantung pada sebuah media, maka media tersebut semakin penting bagi seorang individu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan Weverse memudahkan interaksi antara penggemar dengan artis atau idol K-Pop.

Research gap pada kedua penelitian tersebut adalah tidak berfokus pada pemenuhan kebutuhan informasi dari pengguna Weverse. Meskipun kedua penelitian tersebut menyajikan hasil yang signifikan tentang pengaruh Weverse dalam memenuhi kebutuhan afeksi penggemar K-Pop, namun belum ada pembahasan tentang bagaimana media sosial Weverse secara khusus memengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi para penggemar K-Pop. Sebagai penelitian alternatif, penelitian ini yang berjudul "Pengaruh Media Sosial Weverse terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada Penggemar K-Pop di Weverse" akan mengeksplorasi *gap* tersebut dengan fokus pada aspek pemenuhan kebutuhan informasi dari pengguna Weverse, bagaimana hal tersebut memengaruhi pengalaman dan interaksi penggemar K-Pop di platform tersebut.

Untuk menganalisis ini, peneliti memanfaatkan teori *uses and gratification* sebagai landasan analisis. Peneliti memilih penggemar K-Pop di Weverse sebagai bentuk sampel penelitian karena karakteristik Weverse adalah media sosial yang dikhususkan untuk penggemar K-Pop. Penggemar K-Pop di Weverse merupakan bagian dari suatu *fandom*. *Fandom* merupakan sekumpulan orang yang menggemari atau memiliki minat tertentu terhadap satu subjek tujuan.

Melalui analisis ini, diharapkan dapat diketahui pengaruh platform Weverse terhadap pemenuhan kebutuhan informasi para penggemar K-Pop. Sebagai sarana komunikasi dan interaksi antara penggemar dan idola mereka, Weverse diharapkan dapat berperan penting dalam menyediakan informasi yang relevan dan akurat kepada penggemar, serta memfasilitasi pertukaran informasi antara mereka secara efisien.

Agar tujuan penelitian dapat dicapai, penulis akan menerapkan metode penelitian kuantitatif. Penulis akan mengumpulkan data melalui survei daring, yaitu dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Form kepada penggemar K-Pop yang menggunakan platform Weverse. Teknik *simple random sampling* dimanfaatkan untuk menentukan subjek penelitian, di mana responden adalah orang-orang yang secara acak dipilih dari seluruh anggota populasi tanpa mempertimbangkan tingkatan dalam populasi tersebut. Data yang diperoleh akan dianalisis secara kuantitatif untuk mengakaji sejauh mana pengaruh platform Weverse terhadap pemenuhan kebutuhan informasi penggemar K-Pop. Dengan demikian, penelitian ini memperlihatkan tentang pengaruh antara media sosial Weverse terhadap kebutuhan informasi penggemar K-Pop dalam konteks yang terukur secara statistik.

1.2 Identifikasi Masalah

Mengacu pada latar belakang dan judul penelitian, maka penelitian ini merumuskan masalah berupa “apakah terdapat pengaruh media sosial Weverse terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada penggemar K-Pop di Weverse?”

1.3 Tujuan Penelitian

Dari pertanyaan penelitian tersebut, penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengukur besaran pengaruh media sosial Weverse terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada penggemar K-Pop di Weverse.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat teoritis dan praktis. Manfaat teoritis melibatkan kontribusi pada perkembangan pengetahuan dan teori, sementara manfaat praktis berfokus pada pengaplikasian hasil penelitian untuk memecahkan masalah atau memberikan solusi dalam kehidupan sehari-hari.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini mempunyai manfaat teoritis yakni dapat memperkaya literatur tentang interaksi antara media sosial khusus dan komunitas penggemar. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pemahaman tentang bagaimana platform media sosial yang dirancang khusus untuk penggemar memengaruhi perilaku pencarian informasi dan pemenuhan kebutuhan informasi pengguna. Selain itu, studi ini dapat membantu mengembangkan teori tentang peran media sosial dalam membangun komunitas digital, meningkatkan keterlibatan pengguna, dan memfasilitasi pertukaran informasi.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini mempunyai manfaat praktis yakni mampu menjadi acuan bagi perusahaan dan penyedia konten di industri hiburan untuk meningkatkan layanan mereka melalui platform digital serupa, sehingga dapat lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi yang khusus dari penggemar K-Pop. Kemudian, hasil penelitian ini juga mampu menyumbangkan pemahaman bagi pengelola platform digital sejenis untuk memahami kebutuhan dan preferensi pengguna mereka dengan lebih baik, sehingga dapat mengoptimalkan pengalaman pengguna dan meningkatkan keterlibatan dalam komunitas penggemar K-Pop secara keseluruhan.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Bagian ini berisi rincian yang terperinci mengenai rencana pelaksanaan penelitian yang terkait dengan waktu dan periode penelitian. Tahapan kegiatan penelitian akan dijelaskan secara deskriptif dan didukung dengan tabel sebagai penjas tambahan.

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

No.	Jenis Kegiatan	Bulan							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Penelitian Pendahuluan	■	■						
2.	Seminar Judul		■						
3.	Penyusunan Proposal		■	■	■				
4.	Seminar Proposal					■			
5.	Pengumpulan Data						■		
6.	Pengolahan dan Analisis Data						■	■	
7.	Ujian Skripsi								■

Sumber : Olahan Peneliti (2024)

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi ini tersusun atas lima bab yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pertama, bab pembuka membahas konteks awal penelitian, menyoroti masalah yang diidentifikasi, menguraikan tujuan penelitian, menegaskan manfaatnya, serta merinci jangka waktu dan periode

penelitian yang relevan, seluruhnya diikuti dengan penjelasan mengenai struktur penulisan yang akan diadopsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian kedua memuat tinjauan literatur yang merangkum kerangka konseptual penelitian, penelitian sebelumnya, landasan teori, hipotesis, serta cakupan penelitian. Dalam konteks ini, analisis mendalam dilakukan terhadap kontribusi Weverse dalam memenuhi kebutuhan informasi penggemar K-Pop.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bagian ketiga, terfokus pada eksplorasi tentang subjek penelitian yang terpilih, yakni dampak pemanfaatan platform Weverse terhadap tingkat pemenuhan kebutuhan informasi yang dialami oleh para penggemar musik K-Pop di lingkungan Weverse. Bagian ini meliputi kerangka penelitian yang digunakan, konsep operasional variabel dan alat pengukuran yang diterapkan, gambaran populasi serta sampel yang terlibat, metode yang diterapkan dalam pengumpulan data, serta prosedur evaluasi keabsahan dan keandalan data, beserta teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis temuan-temuan yang dihasilkan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bagian keempat memaparkan hasil penelitian, terdapat kebutuhan untuk menyajikan informasi secara terstruktur yang sesuai dengan identifikasi masalah serta tujuan penelitian. Bagian ini akan menguraikan karakteristik dari responden, merangkum hasil penelitian, serta melakukan analisis mendalam terhadap temuan yang diperoleh.

BAB V PENUTUP

Dalam bagian kelima, dituangkan rangkuman dan rekomendasi. Rangkuman penelitian akan diikuti dengan analisis hasilnya. Selanjutnya, rekomendasi akan disampaikan sebagai pedoman untuk subjek yang telah diselidiki.