

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Angkasa Pura I merupakan perusahaan pelopor kebandarudaraan secara komersial pertama di Indonesia, berdiri sejak tahun 1962. Hal ini disebabkan dari kembalinya Presiden RI pertama yaitu Soekarno yang baru kembali dari Amerika Serikat, Presiden Soekarno menyampaikan keinginannya kepada Menteri Perhubungan dan Pekerjaan Umum agar diadakannya lapangan terbang di Indonesia.

Adapun salah satu kegiatan di PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta ialah *Public relation*, kegiatan ini menjadi alat komunikasi utama perusahaan kepada masyarakat. Dapat dikatakan semua perusahaan memiliki divisi *Public relation*. Secara garis besar *public relation* atau humas memiliki peran ganda yaitu sebagai pemberi pesan keluar dimana seorang *public relation* memberikan informasi atau pesan sesuai dengan tujuan perusahaan yang ditujukan untuk masyarakat luas, sedangkan fungsi ke dalam yang dimaksudkan adalah menyerap reaksi maupun opini masyarakat berdasarkan kepentingan internal perusahaan. Mengingat banyaknya informasi dari masyarakat luar yang masuk ke perusahaan tidak selalu bersifat positif maka seorang *public relation* harus dapat mengambil langkah yang tepat.

Berkaitan dengan *public relation*, media merupakan sebuah sarana yang menghubungkan suatu perusahaan dengan masyarakat luas, penggunaan media diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya, dengan bantuan media, suatu produk atau jasa akan mudah dikenal oleh masyarakat. Media juga sangat membantu praktisi *public relation* dalam berkomunikasi dengan publiknya.

*Media relations* adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk menjalin hubungan eksternal dengan media yang dilakukan oleh seorang praktisi *public relation* pada suatu organisasi atau perusahaan, dengan tujuan agar nama organisasi atau perusahaan ditempat ia bekerja tepat mendapat citra baik

dimata masyarakat. Dipercaya bahwa pesan yang disebarakan oleh media secara umum dapat diterima oleh masyarakat yang lebih luas. *Media relations* pada dasarnya adalah upaya untuk memberikan data atau memberikan masukan tentang isu-isu di dalam lembaga atau asosiasi, dimana dengan asumsi media memiliki hubungan yang layak, berita yang akan disampaikan oleh media ke daerah yang lebih luas juga akan dapat diterima.

Sebuah organisasi ataupun lembaga yang berdiri dibawah kakinya sendiri maupun lembaga dari pemerintahan mulai sadar betapa pentingnya sebuah media massa guna membentuk citra yang positif bagi kepentingan mereka. Saat ini masyarakat dapat dengan mudah mencari tentang isu atau berita apa yang ingin mereka dapatkan dengan mudah dimanapun mereka berada. Fenomena seperti ini ternyata menjadikan sebuah organisasi atau lembaga sebagai sebuah kesempatan mereka untuk dapat lebih memperkenalkan siapa mereka kepada masyarakat. Kegunaan media massa adalah sebagai wadah untuk mempermudah masyarakat mencari informasi sesuai dengan kepentingan atau kebutuhan yang mereka inginkan. Media juga dapat menjadi wadah bagi masyarakat untuk menyalurkan aspirasi mereka secara langsung. Kemudahan yang diberikan pada zaman ini menjadikan masyarakat lebih kritis dan memiliki keingintauan yang sangat tinggi terhadap sebuah isu.

Media sangat berperan besar kepada pembentukan opini publik serta meningkatkan citra positif bagi organisasi atau perusahaan dimata masyarakat, hal ini disebabkan oleh konten dari media yang dapat secara langsung tersampaikan kepada masyarakat. Konten berita yang negatif yang disajikan oleh media dapat memberi dampak negatif organisasi atau perusahaan dimata masyarakat begitupun sebaliknya, jika konten yang disajikan oleh media bersifat positif mengenai organisasi atau perusahaan tentu akan berdampak citra yang positif pula dimata masyarakat. Menciptakan hubungan yang baik dengan sebuah media menjadi tugas yang wajib bagi sebuah praktisi *public relation* guna saling menciptakan sebuah simbiosis mutualisme. *Media relation* merupakan sebuah kegiatan *public relation* eksternal yang bertujuan menjaga

hubungan baik dengan media massa, karena media massa adalah wadah komunikasi antara perusahaan dengan masyarakat atau publiknya.<sup>1</sup>

Hubungan yang baik itu perlu dijaga dan dirawat dengan baik, salah satunya adalah dengan menjalankan kegiatan yang ada di dalam kegiatan *Media relations*. Kegiatan *Media relation* itu diantaranya pelaksanaan *Press Conference*, menyediakan *Press Room*, melakukan kegiatan *Press Interview*, *Press Tour*, hingga *Press Gathering*. Menciptakan hubungan yang baik dengan media merupakan aspek penting bagi seorang praktisi *public relation*. Kesuksesan dalam kegiatan *public relation* dalam upaya mendapatkan perhatian publik sangat ditentukan dari seberapa paham seorang praktisi humas terhadap strategi menciptakan dan membangun hubungan dengan para awam media.<sup>2</sup>

PT. Angkasa Pura I (Persero) merupakan salah satu perusahaan yang mendapat penghargaan “*PublicRelation Indonesia Award 2021 – Kategori Terpopuler di Media Cetak 2020 (BUMN Non Tbk.)*” PT Angkasa Pura I (Persero) “*Public Relation Indonesia Award 2021 – Gold Winner Sub Kategori SustainabilityReport*” Majalah PR Indonesia (1 April 2021)<sup>3</sup>

Prestasi yang sudah diraih tersampaikan dengan sangat baik kepada masyarakat, sehingga hal ini sangat besar pengaruhnya terhadap kepercayaan masyarakat untuk menggunakan dan juga mendukung penyelenggaraan kebandarudaraan oleh PT Angkasa Pura I (Persero). Praktisi *public relation* PT Angkasa Pura I (Persero) harus dapat berkolaborasi atau bekerja sama dengan media untuk melakukan publisitas yang positif kepada masyarakat.

Agar dapat memberikan hasil yang maksimal untuk perusahaan atau menciptakan komunikasi yang sangat baik *excellent communication*. Seorang *public relation* harus bekerja semaksimal mungkin untuk perusahaan yang mereka tempati sekarang ini. Penelitian yang dilakukan Grunig memberikan

---

<sup>1</sup>Iriantara, Yosol. (2011). *Hubungan media. Konsep, Pendekatan dan Praktik*. Bandung: PT. RemajaRosdaKarya.

<sup>2</sup>Evi Hafizah, *Strategi Public Relations dalam Membangun Hubungan Dengan Media*, Jurnal, IAIN Pontianak, 2015

<sup>3</sup><https://ap1.co.id/id/about/awards>

hasil praktis yang mengatakan bahwa praktek komunikasi yang simetris *symmetrical communication* merupakan model yang sangat efektif. Sistem kerja *public relation officer* dua arah simetris dilakukan dengan cara komunikasi dua arah, yang berfokus pada persamaan atau pemahaman dari pihak-pihak yang terlibat secara langsung dalam komunikasi.<sup>4</sup> Setiap organisasi atau perusahaan memiliki caranya masing-masing dalam melakukan strategi untuk membangun komunikasi dengan para awak media, praktisi *public relation officer* harus dapat menciptakan dan juga menjaga hubungan yang baik dengan para wartawan hal ini akan sangat mempengaruhi hasil dari publisitas yang dilakukan oleh *public relation*.

PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta juga merupakan bandara pertama di Yogyakarta. Sebagai salah satu pihak terselenggaranya layanan jasa penerbangan, tentunya PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta menjadi pihak yang paling dicari wartawan untuk dimintai keterangan berita terkait isu yang sedang dialami. Banyak wartawan yang meliput terkait Bandara Adisutjipto yang sudah tidak menjadi bandara utama di Yogyakarta dan diisukan sudah berhenti beroperasi, padahal faktanya bandara Adisutjipto masih tetap dioperasikan dalam kegiatan penerbangan khususnya menggunakan pesawat komersial yang bertipe propeller (baling-baling). Saat ini terdapat sekitar 11 pergerakan penerbangan (movement) oleh pesawat propeller setiap harinya. Namun beberapa maskapai meminta penambahan aktivitas penerbangan, sehingga di bandara Adisutjipto sendiri akan ada 29 pergerakan penerbangan setiap harinya. Di bandara Adisutjipto sendiri juga masih dilaksanakan ekspedisi logistik serta kargo setiap harinya.

Selain itu, ada beberapa kejadian yang terjadi secara spontan di Bandara Adisutjipto, seperti pada bulan Oktober 2020 terdapat adanya kecelakaan yang disebabkan oleh layang-layang tersangkut di roda pesawat Citilink dengan nomor penerbangan QG 1107 yang akan mendarat di Bandara Adisutjipto. Hal tersebut tentu harus dikonfirmasi dan dipublikasi kepada masyarakat sesuai standard perusahaan supaya tetap menjaga citra positif perusahaan.

---

<sup>4</sup>J.E Grunig, *Paradigm of global Public Relations in digitalization* Prism, vol 6, 2009, hlm. 1- 19

Berdasarkan pemaparan diatas, penelitian ini akan membahas tentang Bagaimana strategi *media relation* yang dilakukan oleh PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta dalam membangun hubungan yang baik dengan para awak media dan juga membentuk citra yang positif bagi perusahaan dengan bersinergi atau bekerjasama dengan para media massa, hal ini mendukung publisitas yang positif terkait semua informasi atau isu yang berkaitan dengan PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta, sehingga hasil dari publikasi dapat membuat citra positif bagi perusahaan dimata masyarakat.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: Bagaimana strategi *media relation* PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada dalam penelitian ini, maka tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti adalah untuk memahami lebih dalam mengenai bagaimana strategi *media relation* yang dilakukan PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta dalam upaya membuat citra positif melalui media.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini sesuai dengan latar blakang dan tujuan penelitian di atas adalah sebagai berikut:

1. Manfaat akademis

Manfaat Akademis yang diharapkan dapat diberikan oleh penelitian ini yaitu diharapkan dapat memberikan kontribusi dan masukan bagi kajian teori komunikasi khususnya dalam *strategi media relation*.

## 2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diberikan pada penelitian ini adalah sebagai pemahaman dan pengetahuan bagi penulis tentang apa yang terjadi dipangan terkait kegiatan *media relation* yang dilakukan seorang praktisi PR dan diharapkan dapat menjadi referensi masukan bagi orang lain.

## 3. Manfaat Sosial

Memberikan pengetahuan kepada masyarakat luas yang membaca mengenai skripsi Strategi *Media relation* yang dilakukan seorang praktisi PR dan menambah wacana keilmuan komunikasi bagi masyarakat serta pengetahuan dalam penyedia jasa transportasi udara.

## **1.5. Metodologi Penelitian**

### **1.5.1. Metode Penelitian**

Rancangan dalam penelitian ini ialah peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini tidak mementingkan jumlah populasi dan sampling, bahkan sampel terbatas, agar data yang didapat bisa lebih mendalam. Penelitian juga merupakan penelitian deskriptif karena penelitian ini berusaha menggambarkan data dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh sebuah simpulan dari sebuah penelitian tersebut. Dalam penelitian ini juga menggunakan objek penelitian yang merupakan

sasaran untuk mendapatkan suatu data. Sesuai dengan pendapat Sugiyono yang mendefinisikan objek penelitian dalam bukunya yang berjudul Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif sebagai berikut:

Objek penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya.<sup>5</sup> Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa sebelum memilih variabel untuk diteliti harus melakukan pendahuluan terlebih dahulu pada objek yang akan diteliti sehingga permasalahan yang akan dirancang dapat diketahui. Dalam suatu penelitian, objek penelitian tersebut merupakan suatu kondisi yang menggambarkan atau menerangkan situasi dari objek yang akan diteliti untuk mendapatkan gambaran yang jelas dari suatu penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dimana penelitian ini menggunakan prosedur penelitian berupa data deskriptif berupa ucapan atau tulisan serta prilaku yang dapat diamati dari subyek itu sendiri.<sup>6</sup> Pada penelitian ini, metode yang digunakan yaitu wawancara, atau penelaahan dokumen, objek penelitian yang dimaksud adalah bagaimana strategi *mediar elation* yang dilakukan PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta.

Adapun ciri-ciri penelitian kualitatif yaitu:

---

<sup>5</sup>Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta. Hal 52

<sup>6</sup>Arif Furchan, Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif, (Surabaya: Usaha Nasional,1992), hal 21

1. Sifatnya yang alamiah, penelitian kualitatif biasanya melakukan pemeriksaan yang subyektif dilakukan dalam sifat yang alamiah atau pengaturan keseluruhan. Hal ini dilakukan dengan alasan, bahwa sifat alamiah membutuhkan kehadiran faktor-faktor nyata secara keseluruhan yang tidak dapat dipahami ketika dipisahkan dari konteksnya.
2. Instrumen dalam pengumpulan data yaitu manusia, dalam penelitian menggunakan kualitatif, peneliti itu sendiri atau dapat dibantu oleh orang lain untuk dapat mengumpulkan data yang dibutuhkan.
3. Metode kualitatif menggunakan pengamatan, wawancara atau menelaah dokumen yang sudah ada.
4. Penelitian kualitatif lebih mementingkan proses ketimbang hasil, hal ini karena adanya hubungan antara bagian-bagian yang ingin diteliti akan terlihat lebih jelas jika diamati melalui proses.<sup>7</sup>

### **1.5.2. Subyek Penelitian**

Jumlah subjek pada penelitian ini tidak kurang dari lima narasumber. 3 dari PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta, yaitu praktisi *Public relations*, *Legal Officer* serta staff tata usaha PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta. Narasumber tersebut dipilih karena secara langsung yang bersinggungan dengan media. Praktisi *Public relations* Angkasa Pura I yang sehari-hari mengerjakan tugas-tugas kehumasan

---

<sup>7</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2006), hal. 8-11

di PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta termasuk berkomunikasi langsung dan menjalin hubungan baik dengan media. Kemudian staff Tata Usaha yang menjadi salah satu admin di grup Whatsapp yang dibentuk oleh perusahaan yang beranggotakan staff PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta serta para awak media untuk berbagi informasi. Kemudian Legal Officer yang bertugas sebagai *back-up* tugas kehumasan sebelum dan setelah praktisi *Public relations* Angkasa Pura I resmi dibentuk di PT. Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta.

Adapun 2 narasumber dari media yaitu Reporter Bernas News dan juga Wartawan SKH Kedaulatan Rakyat sebagai objek dalam pengambilan data guna menyelesaikan penelitian penulis mengenai strategi *media relation* PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta.

## **1.6. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Data Primer**

Pengumpulan data dari penelitian ini diperoleh dengan observasi, wawancara dan dokumentasi, serta pengalaman langsung peneliti sebagai data primer penelitian.

#### **a. Wawancara (*in-depth interview*)**

Teknik wawancara yang digunakan adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang digunakan untuk memperoleh informasi mendetail mengenai studi kasus yang sedang diteliti dan juga mendapatkan "sesuatu" yang belum terlihat secara kasat mata dari narasumber. Proses wawancara pada penelitian ini diawali dengan

mendatangi PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta dan kantor Bernas News guna bertemu dengan kriteria narasumber yang diinginkan. Wawancara mendalam dilakukan secara langsung kepada seorang narasumber atau dalam bentuk fokus *group discussion*, tergantung pada perjanjian dengan narasumber. Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan dengan informan langsung. Wawancara secara virtual juga dilakukan dengan wartawan SKH Kedaulatan Rakyat.

Wawancara mendalam dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terbuka, yang memungkinkan narasumber memberikan jawaban secara luas. Data yang diperoleh dari wawancara mendalam berupa pengalaman, pendapat, perasaan, dan pengetahuan key informan mengenai strategi *media relation* PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta.

b. Observasi

Teknik pengumpulan data ini digunakan untuk menjaring data yang diperlukan guna melengkapi data dari wawancara. Teknik ini dilakukan untuk mendapat data tentang langkah-langkah yang dilakukan dalam pembelajaran tematik. Observasi dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan secara aktif untuk memperoleh gambaran dan keterangan riil mengenai sikap dan perilaku informan. Keterangan dan informasi yang diperoleh kemudian dianalisis, ditafsirkan, dan disimpulkan. Untuk memperoleh data, peneliti

berlaku sebagai pengamat sekaligus menjadi anggota utuh dari kelompok yang diamati, sehingga kesan subjektif dapat diredam.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengambilan data yang diproses melalui dokumen-dokumen. Metode dokumentasi dipakai untuk mengumpulkan data dari sumber-sumber dokumen yang mungkin mendukung atau bahkan berlawanan dengan hasil wawancara (Harsono, 2008: 165). Teknik ini dilakukan untuk memperoleh data yang berupa dokumen atau arsip. Metode dokumentasi dilaksanakan untuk melengkapi data yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Data yang diperoleh berupa tulisan, rekaman seperti buku-buku pedoman, laporan resmi, catatan harian, notulen rapat (Arikunto, 2002: 135). Dalam penelitian ini, teknik dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen resmi yang berhubungan dengan strategi *media relations* PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta.

2. Data Sekunder

Data sekunder dari penelitian ini didapatkan secara tidak langsung oleh penulis melalui pemberitaan media, postingan Instagram, website Angkasa Pura I serta dari rangkuman wawancara yang dilakukan dengan pihak *Public relation*, Legal Officer serta staff TU (tata usaha) PT Angkasa Pura I (Persero) Bandara Adisutjipto Yogyakarta.

**1.7. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data pada penelitian kualitatif apabila dilihat dari waktunya maka terdapat teknik yang dilakukan mulai dari sebelum penelitian, selama penelitian berlangsung, hingga setelah penelitian dilakukan. Analisis data yang dilakukan oleh peneliti sebelum peneliti memasuki lapangan masih bersifat sementara. Teknik analisis data merupakan suatu cara atau upaya mencari serta menata hasil data yang telah didapatkan melalui wawancara, observasi dan lainnya guna meningkatkan paham peneliti tentang kasus yang diteliti serta dapat menyajikan temuan bagi orang lain. Sedangkan agar peneliti dapat memahami hal tersebut perlu dilanjutkan dengan upaya mencari makna.<sup>8</sup>

Setelah data diperoleh dari proses wawancara, observasi dan dokumentasi kemudian disusun secara berkelompok sesuai dengan fokus yang akan diteliti, selanjutnya dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian menggunakan model interaktif mengacu pada penelitian yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga data yang didapat berada pada titik jenuh. Proses ini dilakukan bertahap meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan.

a. Reduksi Data (*reduction*)

Reduksi data yaitu proses pemilihan, perumusan, pengabstrakan, penyerderhanaan, transparansi data kasar yang didapat dari data dilapangan dan memperlihatkan hal yang penting sehingga lebih mudah untuk dikendalikan serta mempertajam data yang didapat.<sup>9</sup> Oleh karena itu,

---

<sup>8</sup>Noeng Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: RakeSarasini, 1996), hal. 104

<sup>9</sup>Matthew B. Milles, *Analisa Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*, (Jakarta: UI Press, 1992), 16.

peneliti harus mengambil langkah atau mengecilkan data yang didapat dan memilih serta menyederhanakan data mana yang akan disajikan.

Reduksi data dalam penelitian ini, peneliti melakukan proses *living in* (data yang terpilih) dan *living out* (data yang terbuang) hal itu dilakukan dari hasil wawancara, pengamatan, atau dokumentasi. Proses reduksi ini tidak hanya dilakukan satu kali saja, namun dilakukan terus menerus dari awal pengumpulan data dilakukan, reduksi data ini merupakan satu kesatuan dari proses analisis itu sendiri.<sup>10</sup> Dengan begitu, maka data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti dalam proses pengumpulan data.

b. Penyajian Data (*display data*)

Penyajian data yaitu proses memisahkan data sesuai dengan kebutuhannya atau pengorganisasian sehingga data mudah dianalisis dan disimpulkan.<sup>11</sup> Penyajian data dalam penelitian ini berbentuk narasi dan juga dapat diselingi dengan gambar, tabel, skema, rumas dan lainnya. Hal ini disesuaikan dari data yang didapat di lapangan baik dari hasil wawancara, observasi ataupun dokumentasi. Data yang disajikan dapat memberikan kemungkinan kesimpulan, data yang disajikan dalam penelitian berupa data yang sudah dianalisis, namun analisis yang dilakukan masih berupa catatan untuk kebutuhan atau kepentingan peneliti sebelum dijadikan bentuk laporan.

c. Penarikan Kesimpulan (*verification*)

---

<sup>10</sup>Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2009), 91.

<sup>11</sup>*Ibid.*, 91.

Penarikan kesimpulan merupakan tahap ketiga dalam proses analisis. Kesimpulan yang pada awalnya bersifat tentatif, diragukan dan masih kabur, maka dengan adanya data tambahan menjadi lebih *grounded*. Hal ini merupakan proses memeriksa serta menguji kebenaran data yang sudah didapatkan dilapangan guna mendapat kesimpulan akhir sesuai dengan fokus penelitian.<sup>12</sup>

Simpulan ini merupakan proses dari pengecekan yang dilakukan selama penelitian berlangsung dengan cara mencocokkan hasil data yang telah didapat peneliti dari simpulan awal. Data yang sudah diverifikasi akan dijadikan sebagai dasar penarikan simpulan. Simpulan awal yang sudah dirumuskan kemudian dicek kembali oleh peneliti dan selanjutnya menuju ke arah simpulan yang lebih matang. Simpulan ini merupakan inti dari hasil penelitian yang menggambarkan pendapat akhir dari peneliti. Simpulan yang sudah didapat diharapkan memiliki relevansi dan juga dapat menjawab fokus penelitian yang sudah dirumuskan sebelumnya.

---

<sup>12</sup>*Ibid*, 91