

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami secara deskriptif fenomena yang ada dalam bentuk kata-kata dan bahasa tanpa melalui pengujian hipotesis maupun korelasi variabel. Sugiyono mengungkapkan bahwa metode penelitian kualitatif tergolong kepada metode baru yang belum lama digunakan serta dikategorikan ke dalam golongan filsafat postpositivisme dan merupakan prosedur penelitian untuk mendapatkan data deskriptif tertulis (Sugiyono, 2008, hlm. 7).

Pada penelitian ini, peneliti bermaksud untuk mengkaji dan mendalami makna yang terkandung dalam situs web resmi Bukalapak.com dengan menggunakan analisis semiotika yang dipopulerkan oleh Peirce, yang mempelajari bagaimana makna representant, interpretant, dan makna objek (Speroni & Paolini, 2006, hlm. 19). Melalui paradigma Peirce, peneliti berusaha menginterpretasikan makna yang terkandung dalam tanda-tanda yang disematkan dalam situs web Bukalapak.com.

Perspektif semiotika dalam penelitian ini berguna untuk mengetahui desain fundamental yang digunakan untuk memahami pengguna melalui simbol-simbol yang diterapkan dalam UI. Perspektif semiotika tidak hanya memudahkan pengguna, namun juga membantu desainer untuk menemukan solusi grafis yang mudah dipahami dan digunakan pengguna (Speroni & Paolini, 2006, hlm. 5). Oleh karena itu, penelitian ini perlu menggunakan pendekatan kualitatif, agar peneliti mampu menjabarkan makna dalam desain UI situs Bukalapak.com, dimana makna dalam setiap simbol dan grafis yang dibuat tidak dapat dijabarkan dengan angka-angka dalam penelitian kuantitatif.

3.2. Proses Pengumpulan Data

Jahda Agniya Mahmudah, 2020
ANALISIS SEMIOTIKA USER INTERFACE (ANALISIS SEMIOTIKA PIERCE PADA TAMPILAN WEBSITE BUKALAPAK.COM)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pengumpulan data adalah salah satu strategi dalam melakukan penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data sesuai dengan standar yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2008, hlm. 29). Peneliti menggunakan dua jenis sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

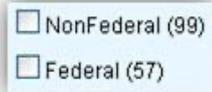
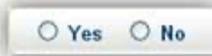
3.2.1. Data Primer

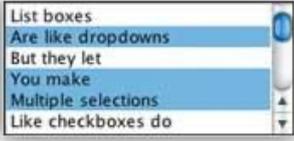
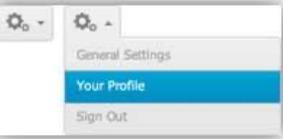
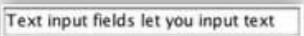
Data primer diperoleh dari informan yang umumnya merupakan individu dengan metode wawancara (Hasan, 2002, hlm. 82). Namun, dikarenakan peneliti menggunakan analisis semiotika dengan model Peirce, sehingga pengumpulan data dilakukan dengan fondasi kajian secara tekstual (*textual analysis*), sehingga menjadikan dokumentasi sebagai sumber data primer dalam penelitian ini.

Objek dokumentasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah tampilan UI dalam situs web resmi Bukalapak.com yang mencakup 4 elemen penting (Deaton, 2003, hlm. 116), yaitu :

1. *Input Controls : checkboxes, radio buttons, dropdown list, list boxes, buttons, toggles, text fields, date fields*

Tabel 3.1 Input Controls

Elemen	Deskripsi	Contoh
<i>Checkboxes</i>	<i>Checkboxes</i> atau kotak centang memungkinkan pengguna untuk memilih satu opsi atau lebih dari satu set.	
<i>Radio Buttons</i>	<i>Radio Buttons</i> adalah kotak yang memungkinkan anda memilih satu item.	
<i>Dropdown lists</i>	<i>Dropdown lists</i> merupakan kotak yang memungkinkan memilih satu pilihan	

	diantara pilihan yang lebih banyak dari <i>radio buttons</i> .	
<i>List boxes</i>	Memungkinkan memilih pilihan yang lebih banyak sekaligus, dan memungkinkan penambahan opsi sendiri.	
<i>Buttons</i>	Sebuah petunjuk tindakan untuk disentuh yang ditambah teks, ikon atau keduanya	
<i>Dropdown button</i>	Petunjuk ikon yang memunculkan opsi eksklusif.	
<i>Toggles</i>	Tombol sakelar untuk mengubah suatu keadaan dengan visual yang berbeda.	
<i>Text Fields</i>	Memungkinkan pengguna memasukkan teks ke dalamnya.	

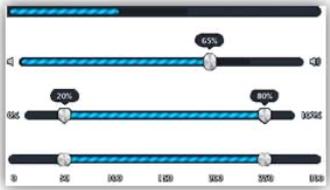
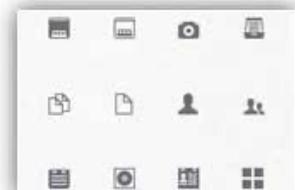
<i>Date Fields</i>	Memungkinkan pemasukan tanggal untuk secara konsisten dimasukkan ke dalam system.	
--------------------	---	--

Sumber : *Input Controls* sebagai bagian dari UI (Deaton, 2003, hlm. 116-118)

2. Komponen Navigasi : *breadcrumb, slider, search field, pagination, slider, tags, icons*

Tabel 3.2 Komponen Navigasi

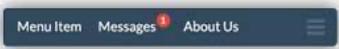
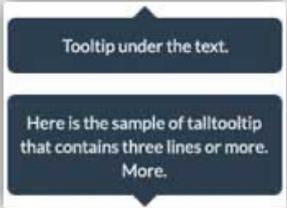
Elemen	Deskripsi	Contoh
<i>Search Field</i>	Kotak untuk mencari objek dari keseluruhan situs web.	
<i>Breadcrumb</i>	Memungkinkan pengguna untuk mengetahui lokasi system yang sedang mereka akses.	

<i>Pagination</i>	Memungkinkan pengguna mengetahui lokasi halaman yang mereka akses.	
<i>Tags</i>	Memungkinkan pengguna menemukan konten berdasarkan tagar atau kata kunci yang mereka saring.	
<i>Sliders</i>	Sebuah bar yang dapat ditarik dan disesuaikan dengan kebutuhan fungsinya.	
<i>Icons</i>	Ikon untuk mendeskripsikan objek dan gambar intuitif yang membantu pengguna memahami kategori yang dimaksud dalam situs web.	
<i>Image Carousel</i>	Karousel gambar berisi kumpulan gambar yang dibuat secara horizontal untuk memungkinkan pengguna melihat banyak gambar dalam satu laman.	

Sumber : Komponen Navigasi sebagai elemen UI (Deaton, 2003, hlm. 118-119).

3. Komponen Informasi : *tooltips, icons, progress bar, notifications, message boxes, modal windows*

Tabel 3.3 Komponen Informasi

Elemen	Deskripsi	Contoh
Notifikasi	Adalah kotak pemberitahuan mengenai hal yang terbaru untuk dilakukan atau baru saja dilakukan. Tujuannya untuk memberikan petunjuk atau informasi kepada pengguna mengenai perubahan terbaru dalam situs web.	
<i>Progress Bar</i>	Merupakan table indikator langkah per langkah yang sudah dan perlu dilakukan oleh pengguna.	
<i>Tool Tips</i>	Memungkinkan pengguna mengetahui hal-hal yang membantu mereka dalam menggunakan situs web.	

<i>Message Boxes</i>	Kotak pesan merupakan kotak informasi yang dapat membantu pengguna mendapatkan arahan sebelum bertindak.	
<i>Modal Window (pop-up)</i>	Sebuah kotak <i>pop up</i> yang perlu dilengkapi oleh pengguna sebelum melanjutkan ke laman sebelumnya.	

Sumber : Komponen Informasi sebagai elemen UI (Deaton, 2003, hlm. 120).

4. Containers : Accordion

Tabel 3.4 Containers

Elemen	Deskripsi	Contoh
<i>Accordion</i>	Tabel isi	

Sumber : *Containers* sebagai elemen dari UI (Deaton, 2003, hlm. 121).

Dalam penelitian ini, keempat elemen di atas akan dijadikan rujukan elemen tanda yang diteliti dalam situs web resmi Bukalapak.com sebagai data primer dalam penelitian. Situs web resmi Bukalapak.com dipilih peneliti dengan beberapa pertimbangan alasan, seperti pernah meraih Top 50 Most Valuable Indonesia Brand 2016 from Milliard Brown, Digital Integrated Campaign piala Citra Pariwisata 2017, Golden Winner Marketing PR 2018, Top 5 Corporate Reputation in E-Commerce Sektor dari Majalah Warta Ekonomi 2018, dan lainnya (Astutik, 2019). Selain itu, Bukalapak juga merupakan *startup* dalam bidang perdagangan

elektronik yang berhasil mendapatkan penghargaan sebagai The Best E-Commerce 2019 dan menyanggah predikat *unicorn* dengan besaran valuasi mencapai Rp 35 triliun (Astutik, 2019).

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini berfungsi untuk mendukung data primer yang telah ada sebelumnya. Peneliti menggunakan data sekunder berupa buku, penelitian terdahulu, penelusuran daring, serta wawancara kepada dua orang, yaitu desainer UI Bukalapak.com dan salah satu ahli UI di Indonesia sebagai bentuk triangulasi dalam melakukan proses konfirmasi keabsahan data. Berikut merupakan profil singkat perusahaan dan informan sebagai data sekunder dalam penelitian.

A. Profil Singkat Bukalapak

Bukalapak merupakan sebuah perusahaan *startup* di bidang *tech-commerce* di Indonesia. Bukalapak pertama kali didirikan pada tahun 2010 oleh Ahmad Zacky, dan telah membantu lebih dari 6 juta UMKM, 5 juta mitra Bukalapak dan 90 juta pengguna aktif sebagai perwujudan visi untuk menciptakan perekonomian yang adil untuk semua. Dengan visinya, Bukalapak berharap mampu memberikan kesempatan kepada semua orang, mulai dari UMKM, mitra, hingga pengguna memiliki hidup yang lebih baik dan terbantu dengan menggunakan Bukalapak. Pada tahun 2017, akhirnya Bukalapak menyanggah status *unicorn*, yaitu istilah yang digunakan untuk perusahaan yang memiliki nilai asset atau kapitalisasi lebih dari 1 miliar dolar (Mamuaya, 2012).

Dalam sejarahnya, Bukalapak mulanya didirikan sebagai sebuah agensi digital dengan nama Suitmedia, berlokasi di Jakarta dan masih berstatus sebagai perseroan terbatas (PT). Pada tahun 2011 berada penuh di bawah kendali Achmad Zaky sebagai CEO (*chief executive officer*) dan Nugroho Herucahyono sebagai CTO (*chief technology officer*). Barulah setelah berdiri selama satu tahun, Bukalapak mendapat suntikan modal dari perusahaan merger inkubator asal Jepang dan Corfina Group, yaitu Batavia Incubator (Mamuaya, 2012).

Terlihat semakin menjanjikan, Bukalapak terus mendapatkan investasi bisnis dari Aucfan, IREP, 500 Startups, dan Gree Ventures pada tahun 2014. Setelah mendapat dana investasi, pada tahun yang sama tanggal 18 Maret akhirnya Bukalapak mengeluarkan *mobile apps* pertamanya. Aplikasi android pertamanya dibuat khusus untuk penjual dalam mengelola barang dagangannya. Dalam 5 bulan, aplikasi Bukalapak sudah diunduh hingga lebih dari 87 ribu pengguna. Berdasarkan laporan keuangan EMTEK pada tahun 2015, Bukalapak masih mengalami kerugian hampir 200 miliar rupiah dengan *revenue* 6,4 miliar rupiah (Mamuaya, 2012).

B. Profil Singkat Informan Pendukung

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan tahap konfirmasi hasil temuan dan penelitian kepada ahli UI sebagai bagian dari proses keabsahan data. Maka, peneliti mewawancarai seorang ahli UI, yang selanjutnya akan peneliti sebut Informan lahir pada tahun 1994. Beliau merupakan seorang *user interface designer* di perusahaan agensi desain UI/UX, Informan telah berkiprah di dunia desainer grafis selama 7 tahun. Informan juga merupakan *Interaction Designer* di Gizalabs Indonesia juga seorang *Lead UI Designer* di Aksikode setelah sebelumnya pernah menjadi desainer UI/UX di perusahaan Content Designer.

Saat ini Informan bertanggung jawab untuk membuat sebuah *product digital* mulai dari strategi, *wireframing*, UI desain sampai dengan membuat *interactive prototype*. Kesibukan Informan selain menjadi seorang UI desainer, juga sebagai mentor untuk kelas *interaction design online bootcamp* di Mentify, sebuah produk Gizalabs Indonesia yang berfokus pada pendidikan digitalisasi informasi.

3.3. Analisis Data

Analisis data adalah salah satu tahapan penelitian yang berguna untuk menyusun data yang telah didapatkan selama proses penelitian (Sugiyono, 2008, hlm. 45). Aktivitas analisis data dilakukan dalam tiga tahapan, yaitu reduksi data

(*data reduction*), penyajian data (*display data*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion*) (Sugiyono, 2008, hlm. 47).

Pada tahap pertama, peneliti melakukan studi dokumentasi dengan cara mengumpulkan semua data berupa tangkapan layar yang berisi tanda yang ditemukan dalam situs web Bukalapak.com. Studi dokumentasi dilakukan mengikuti teori *sensory design* dan *interface design* dari Deaton untuk kemudian ditemukan pola desain yang digunakan oleh situs Bukalapak. Kemudian, hasil temuan dianalisis menggunakan teknik analisis semiotika Charles Sander Peirce. Analisis Peirce dilakukan dengan cara mengembangkan teori segi tiga makna (*triangle meaning*) yang terdiri dari atas representamen atau tanda (*sign*), objek (*object*), dan interpretan (*interpretant*). Peirce merujuk tanda kepada simbol-simbol, namun tidak menutup kemungkinan bahwa tanda juga merujuk kepada kata. Sementara objek merupakan hal yang dirujuk oleh tanda, dan interpretan merupakan interpretasi mengenai objek yang ada dalam benak pengguna (Speroni & Paolini, 2006, hlm. 7).

Selanjutnya, reduksi data dilakukan dengan cara pemberian makna terhadap tanda yang ditemukan dalam setiap tangkapan layar situs web Bukalapak.com sesuai dengan triadik dalam model semiotika Peirce. Pada tahap penyajian data, peneliti melakukan proses penyusunan data serta analisis mendalam terhadap data yang telah dikumpulkan. Selanjutnya, pada tahap terakhir yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi, peneliti mengambil kesimpulan berdasarkan data yang diperoleh serta melakukan tahap konfirmasi kepada desainer UI Bukalapak.com dan ahli UI di Indonesia.

3.4. Keabsahan Data

3.4.1. Validitas Data

Proses validasi data menentukan kredibilitas penelitian dan menjadi konsep yang paling mendasar dalam sebuah penelitian (Sugiyono, 2008, hlm. 59). Keabsahan data, dapat dilakukan dengan cara melakukan uji validitas dan

realibilitas. Salah satu metode yang dilakukan untuk menguji keabsahan dan kredibilitas sebuah penelitian adalah dengan menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah sebuah teknik yang lumrah digunakan oleh peneliti untuk memeriska validitas data dengan memanfaatkan hal-hal di luar data namun masih berhubungan dengan penelitian, triangulasi berfungsi sebagai pembanding terhadap data yang telah dikumpulkan sebelumnya (Surjaman & Moleong, 2012, hlm. 83).

Teknik triangulasi dibedakan menjadi empat kategori triangulasi, yaitu triangulasi data, triangulasi peneliti, triangulasi sumber, dan triangulasi metode (Moleong, 2007, hlm. 330). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi data dan triangulasi metode. Triangulasi data memiliki definisi sebagai proses validitas data menggunakan sumber data seperti dokumen, serta data hasil wawancara dan data hasil pengamatan. Sedangkan triangulasi metode diartikan sebagai proses yang menggunakan beragam metode yang beragam untuk memperoleh data dan memperkuat validasi data yang telah ada, seperti metode wawancara dan observasi (Moleong, 2007, hlm. 343).

Pemilihan triangulasi data dan metode yang dilakukan oleh peneliti memiliki landasan kebutuhan variasi data untuk memperkuat validasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Adapun metode variasi yang akan dilakukan adalah dengan metode wawancara semi terstruktur menggunakan *platform* komunikasi *WhatsApp* yang dilakukan kepada pihak diluar peneliti. Narasumber pun dipilih berdasarkan kapasitas serta kapabilitas yang dimiliki untuk mendukung keabsahan penelitian.

Dalam penelitian ini, narasumber yang akan diwawancarai perlu memiliki relevansi terkait topik penelitian serta pihak yang memiliki kapasitas dalam proses pembuatan desain UI dalam sebuah situs web. Berdasarkan deskripsi tersebut, desainer UI situs web Bukalapak.com dan Informan sebagai ahli UI di Indonesia dipilih sebagai narasumber dalam penelitian ini untuk menambahkan variasi data dan membantu peneliti melakukan validasi data penelitian.

Adapun pertanyaan yang akan peneliti ajukan kepada narasumber adalah seputar hasil data yang telah ditemukan oleh peneliti sebelumnya serta beberapa pertanyaan pendukung yang telah dilakukan pada beberapa penelitian terdahulu, Jahda Agniya Mahmudah, 2020
ANALISIS SEMIOTIKA USER INTERFACE (ANALISIS SEMIOTIKA PIERCE PADA TAMPILAN WEBSITE BUKALAPAK.COM)
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

seperti proses yang dilakukan dalam membuat desain UI, alat, teknik, pedoman, metode dan hal lainnya yang dilakukan serta digunakan oleh desainer dalam merancang hingga mengevaluasi proses desain UI. Di samping itu, wawancara juga akan dilakukan dengan mengikuti alur yang terjadi di lapangan untuk menggali lebih banyak informasi dari narasumber.

3.5. Etis Penelitian

Dalam sebuah penelitian, peneliti dituntut untuk selalu bersikap tanggung jawab mengikuti etika penelitian, juga sebagai salah satu wujud rasa hormat kepada narasumber. Etika penelitian menyangkut pada apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh peneliti terhadap objek penelitiannya. Hal ini juga yang menjadi batasan bagi peneliti untuk melibatkan narasumber dan mencegah terjadinya pelanggaran yang merugikan pihak narasumber maupun peneliti (Sugiyono, 2008, hlm. 69).

Menurut Babbie, peneliti perlu memerhatikan beberapa etika penelitian, diantara peneliti tidak memiliki hak untuk mendapatkan responden secara paksa. Babbie menuturkan bahwa terdapat dua asas penting yang harus dilakukan untuk melindungi identitas objek penelitian, yaitu asas anonimitas (*anonymity*), dan kerahasiaan (*confidentiality*). Dalam penelitian, peneliti memiliki kewajiban untuk melindungi data pribadi narasumber, jika diperlukan, peneliti juga perlu menjaga kerahasiaan lokasi penelitian (Sunarto, 2004, hlm. 322).

Dalam penelitian ini, observasi yang dilakukan oleh peneliti terhadap situs web Bukalapak.com merupakan situs yang dapat diakses oleh publik. Hal ini juga membantu peneliti untuk melakukan observasi tanpa pembatasan objek dalam situs web. Selanjutnya, selama proses observasi peneliti akan membahas dan berfokus pada tampilan situs web Bukalapak.com serta semiotika di dalamnya dan menghindari upaya mendiskreditkan salah satu pihak yang terkait. Terkait wawancara yang dilakukan terhadap data sekunder, peneliti tidak akan menampilkan identitas pribadi narasumber dengan maksud melindungi data sesuai dengan etika penelitian, kecuali jika narasumber mengizinkan.

Peneliti juga memiliki kewajiban untuk meminta izin penelitian secara formal dan informal kepada narasumber melalui surat dari departemen dan fakultas sesuai dengan prosedur yang ditetapkan kampus Universitas Pendidikan Indonesia, yang dikirimkan melalui surel kepada narasumber serta melalui aplikasi *chat WhatsApp*. Namun, dalam pelaksanaannya peneliti tidak mendapatkan izin penelitian dari Bukalapak.com, sehingga peneliti hanya melakukan tahap konfirmasi kepada ahli UI di Indonesia.

