

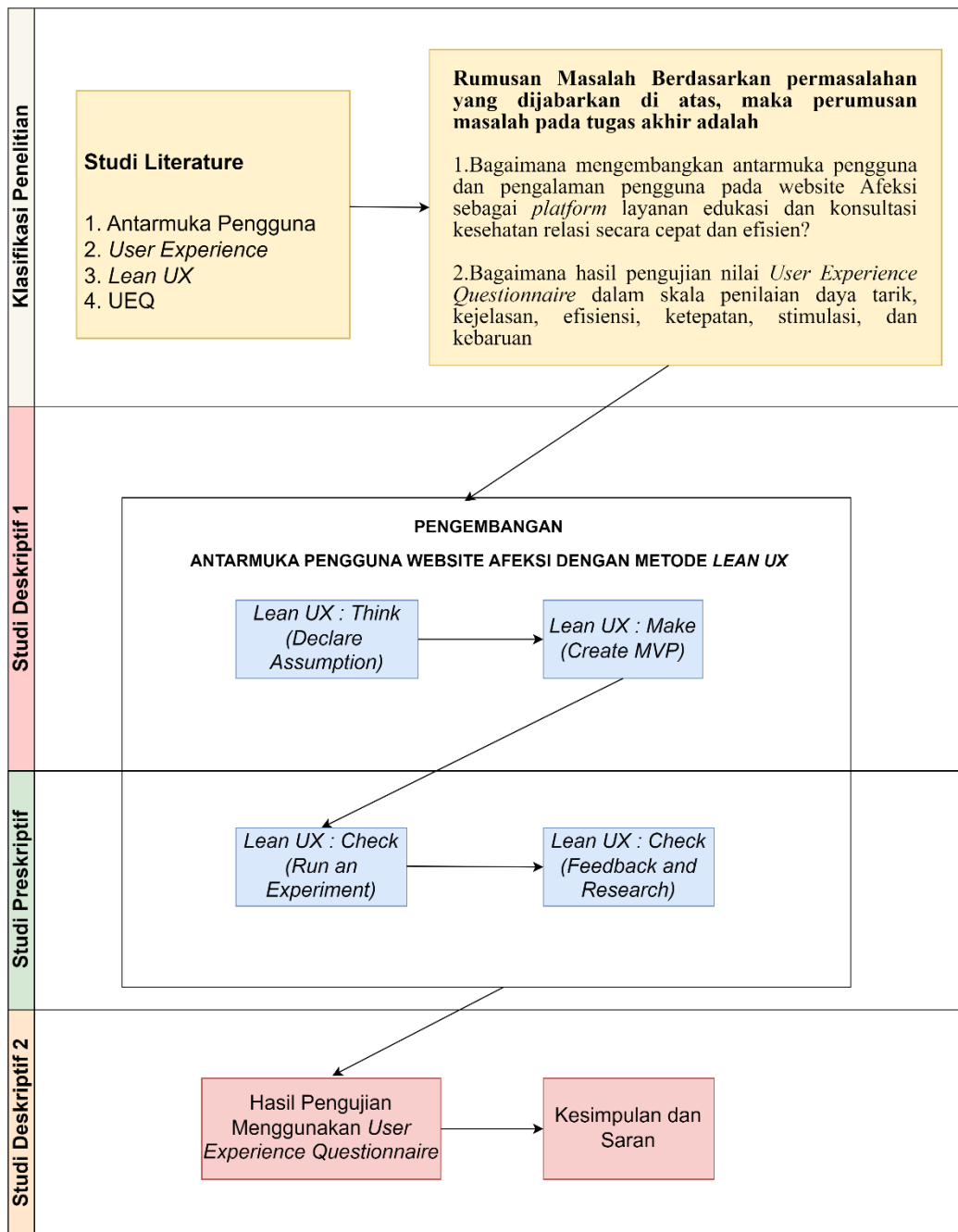
BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Peneliti membuat sebuah gambaran desain penelitian mulai dari awal hingga penelitian selesai. Gambaran kerangka kerja tersebut adalah sebuah diagram yang menjelaskan alur dari penelitian yang dilakukan.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *Design Research Methodology* (DRM). DRM atau metodologi penelitian desain adalah pendekatan dan seperangkat metode dan pedoman pendukung yang akan digunakan sebagai kerangka kerja untuk melakukan penelitian desain (Blessing & Chakrabarti, 2009). Model DRM ini dipilih karena bertujuan untuk menyediakan kerangka kerja dalam penelitian desain, membantu mengidentifikasi bidang penelitian dan mengembangkan argumentasi. Jika digunakan secara fleksibel, metodologi ini akan membantu membuat penelitian desain mendapatkan solusi baru (Blessing & Chakrabarti, 2009).

Kerangka metodologi DRM yang dikemukakan oleh Blessing dan Chakrabarti terdiri atas empat tahapan antara lain: Klarifikasi Penelitian (*Research Clarification*), Studi Deskriptif I (*Descriptive Study I*), Studi Preskriptif (*Prescriptive Study*), dan Studi Deskriptif II (*Descriptive Study II*). Klarifikasi Penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi tujuan yang diharapkan dapat dicapai oleh peneliti, Studi Deskriptif I bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih baik terkait situasi yang ada, Studi Preskriptif bertujuan untuk menentukan faktor-faktor yang paling tepat untuk memperbaiki situasi yang ada, dan Studi Deskriptif II bertujuan untuk mengidentifikasi apakah solusi dari *prototype* yang telah dibuat ini dapat menyelesaikan masalah sesuai yang diharapkan atau belum. Untuk lebih jelasnya, tahapan DRM ini secara visual dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 3.1 *Design Research Methodology*

3.1.1 Klarifikasi Penelitian

Tahap klasifikasi penelitian ini merupakan tahap awal yang mengidentifikasi tujuan yang diharapkan dapat terwujud dalam penelitian ini, dengan mengumpulkan studi literature dari berbagai refrensi agar dapat memperjelas

pemahaman saat ini. Selain itu ditahap ini juga mengidentifikasi rumusan masalah.

3.1.2 Studi Deskriptif I

Tahap Kedua ini merupakan tahapan yang diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik terkait situasi yang ada. Pada tahap ini, sudah mulai memasuki tahapan metode *Lean UX* yaitu *Think (Declare Assumption)* dan *Make (Create MVP)*.

1. *Think (Declare Assumption)*

Tahap *Lean UX: Think (Declare Assumption)*, tujuannya adalah untuk mengidentifikasi permasalahan dengan membuat rangkaian hipotesis serta kepribadian pengguna. Langkah-langkah untuk memperoleh hipotesis meliputi studi pustaka, wawancara, dan observasi.

2. *Make (Create MVP)*

Tahap *Lean UX: Make (Create An MVP)* tujuannya untuk mendesain prototipe menggunakan Low-Fidelity Prototype. Selanjutnya dengan menggunakan Interactive Prototyping, yaitu dengan membuat prototipe yang memberikan hasil yang lebih mendukung dari aspek pemilihan warna, transisi, animasi, serta lebih clickable layaknya aplikasi mobile sesungguhnya.

3.1.3 Studi Preskriptif

Pada tahap ketiga ini, merupakan tahap yang menggunakan pemahaman dari Studi Deskriptif 1 untuk menentukan faktor-faktor yang paling tepat dalam memperbaiki masalah yang ada. Dengan kata lain, pada tahap ini menentukan berbagai ide yang paling tepat untuk dijadikan solusi pada permasalahan dalam penelitian ini. Oleh karenanya, pada tahap ini terdapat tahapan *Lean UX* selanjutnya, yaitu *Check (Run and Experiment)* dan *Check (Feedback and Research)*

1. *Lean UX (Run an Experiment)*

Tahap *Lean UX: Check (Run and Experiment)*, tujuannya yaitu pengujian prototipe secara mandiri. Setiap pihak yang berpartisipasi dalam pengujian akan memberikan pendapat mengenai produk, bagaimana mereka akan menggunakannya, serta apakah produk tersebut layak untuk dikembangkan.

2. *Lean UX (Feedback and Research)*

Tahap *Lean UX: Check (Feedback and Research)*, merupakan pengujian produk kepada pengguna menggunakan *User Experience Questionnaire*.

3.1.4 Studi Deskriptif II

Tahap ini merupakan tahap terakhir pada metodologi DRM yang dapat mengidentifikasi apakah solusi dari prototype yang telah dibuat ini dapat menyelesaikan masalah sesuai yang diharapkan atau belum. Oleh karenanya pada tahap ini terdapat tahap Test pada *Lean UX* guna menguji coba dan mengevaluasi hasil prototype sesuai dengan kebutuhan pengguna .dan *Check (Feedback and Research)*.

3.2 Kebutuhan Perangkat

Dalam pembangunan aplikasi, terdapat beberapa kebutuhan perangkat yang penting. Berikut merupakan perangkat yang digunakan untuk membantu penelitian ini.

1. Perangkat keras:

a) Laptop dengan spesifikasi:

- Processor : Ryzen 7 GTX Geforce
- RAM : 12GB
- Hardisk : 800GB
- Sistem Operasi : Microsoft Windows 10 64-bit

b) Mouse

2. Perangkat Lunak:

- a) Google Chrome
- b) Figma
- c) Draw.io
- d) Miro
- e) *UEQ Analysis Tools*

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut analisis Sugiyono (2018), populasi sebagai tempat secara luas yang terbentuk dari subyek/obyek yang memiliki kekhasan serta kualitas khusus ditentukan peneliti guna diriset lalu dibuat kesimpulannya (Imron, 2019). Menurut

Nielsen (2006) pada pengujian peneliti permasalahan biasanya akan terdeteksi dengan tiga sampai lima partisipan (Turner dkk., 2006). 80% dari permasalahan *usability* dapat diidentifikasi dengan sampel partisipan sebanyak lima pengguna, yang biasa dikenal dengan “angka ajaib “(Enfoque, 2017) Kemudian menurut model matematika yang dilakukan oleh (Nielsen & Landauer, n.d.1993) melakukan pengujian pada 15 partisipan dinilai cukup, karena ketika lebih banyak pengguna akan menghasilkan data yang cenderung sama. Lalu menurut (J. Nielsen,2000) 5 orang dinilai sudah memberikan hasil yang terbaik. Oleh karena itu, partisipan penelitian pada pengujian ini mengambil 10 orang pengguna Afeksi diluar dari tim pengembang Afeksi dan tidak dari psikolog, responden yang diambil berusia dewasa awal sampai dewasa akhir. Pengambilan sampel dilakukan secara *random sampling* menggunakan *gform*. Adapun kriteria dari sampel pada penelitian ini, yaitu:

Tabel 3.1
Kriteria Sampel (Al Amin & Juniati, 2017)

Pengguna	Usia
Dewasa Awal	17 – 25 Tahun
Dewasa Akhir	26 - 35 Tahun

3.4 Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono 2018 instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan dalam mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati (Imron, 2019). Kualitas instrument penelitian berkaitan dengan validitas dan realibilitas instrumen. Kualitas pengumpulan data juga berkaitan dengan ketepatan cara-cara yang digunakan dalam pengumpulan data (Imron, 2019). Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan kuisoner *User Experience Questionnaire* (UEQ) pada aplikasi yang akan diteliti. Hasil data yang terhimpun dari kuesioner ini nantinya dimanfaatkan guna merangkai gambaran komprehensif mengenai nilai produk yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini dan juga peneliti akan menjalankan sesi wawancara mendalam dengan para pengguna yang menjadi subjek utama

dalam penelitian ini agar dapat menghasilkan informasi yang penting mengenai persepsi, pengalaman, dan pandangan terkait dengan produk yang diteliti. Terdapat enam variabel yang menjadi acuan *User Experience Questionnaire* (UEQ) ini yaitu :

1. *Attractiveness*: Pandangan keseluruhan produk. Apakah pengguna menyukainya atau tidak?
2. *Perspicuity*: Apakah pengguna mudah untuk membiasakan diri dengan produk dan mudah mempelajari cara menggunakannya?
3. *Efficiency*: Apakah pengguna menyelesaikan tugas mereka tanpa usaha yang tidak perlu?
4. *Dependability*: Apakah pengguna merasa mengontrol interaksi?
5. *Stimulation*: Apakah menarik dan mendorong pengguna untuk menggunakan produk?
6. *Novelty*: Apakah desain produknya interaktif dan menarik minat pengguna?

Enam skala UEQ dapat dikelompokkan menjadi 3, yaitu aspek daya tarik (*attractiveness*), aspek *pragmatic quality*, dan aspek *hedonic quality*. Aspek *pragmatic quality* berkaitan dengan manfaat yang dirasakan, efisiensi dan kemudahan digunakan. Kejelasan (*perspicuity*), efisiensi (*efficiency*) dan ketepatan (*dependability*) termasuk kedalam *pragmatic quality aspect*. Aspek *hedonic quality* berkaitan dengan stimulasi (*stimulation*) dan kebaruan (*novelty*) (Schrepp et al., 2017).

Data UEQ dapat diolah dengan menggunakan UEQ *tool analysis*. Untuk mengetahui arti dari nilai yang dihasilkan oleh setiap skala UEQ dilakukan dengan membandingkan nilai hasil perhitungan setiap skala dengan nilai *benchmark* interval skala UEQ yang dapat dilihat pada tabel 2.2.

Dengan meringkas segala aspek yang diukur melalui keenam acuan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pandangan yang komprehensif mengenai pengalaman pengguna terhadap produk yang tengah diteliti.

Gambar 3.2 memperlihatkan bagaimana isi dari *User Experience Questionnaire* dalam bahasa Indonesia. Setiap elemen dalam UEQ bersifat tetap, sehingga tidak diizinkan untuk mengubah satupun bagian dari kuisioner tersebut. Jika ada perubahan, maka hasil jawaban bisa menjadi tidak sesuai dan menyebabkan kesulitan dalam menganalisis data dari para responden. Selain itu, nilai acuan yang

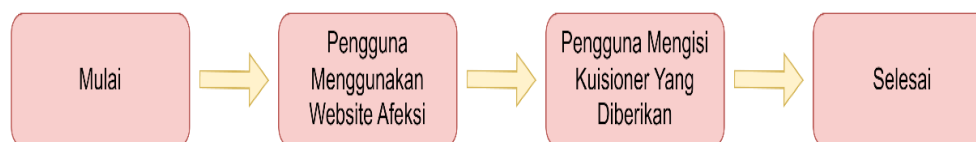
dihitung berdasarkan pada setiap elemen asli tidak dapat digunakan jika terjadi perubahan pada kuesioner (Schrepp & Thomaschewski, 2019).

	1	2	3	4	5	6	7		
menyusahkan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menyenangkan	1
tak dapat dipahami	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat dipahami	2
kreatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	monoton	3
mudah dipelajari	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sulit dipelajari	4
bermanfaat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	kurang bermanfaat	5
membosankan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	mengasyikkan	6
tidak menarik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menarik	7
tak dapat diprediksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	dapat diprediksi	8
cepat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	lambat	9
berdaya cipta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	konvensional	10
menghalangi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	mendukung	11
baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	buruk	12
rumit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	sederhana	13
tidak disukai	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	menggembirakan	14
lazim	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	terdepan	15
tidak nyaman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	nyaman	16
aman	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak aman	17
memotivasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak memotivasi	18
memenuhi ekspektasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak memenuhi ekspektasi	19
tidak efisien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	efisien	20
jelas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	membingungkan	21
tidak praktis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	praktis	22
terorganisasi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	berantakan	23
atraktif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak atraktif	24
ramah pengguna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	tidak ramah pengguna	25
konservatif	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	inovatif	26

Gambar 3.2 Pernyataan UEQ (Schrepp et al., 2017).

3.5 Metode Analisis Data

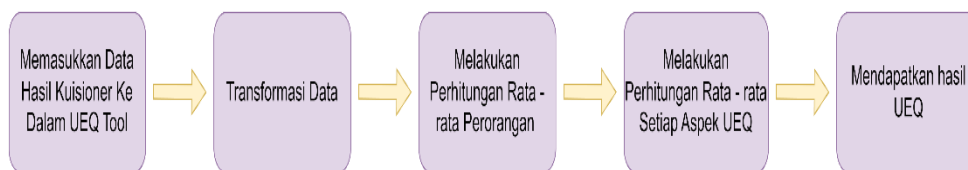
Pada penelitian ini akan dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan UEQ. Proses pengumpulan data menggunakan UEQ dapat dilihat pada Gambar 3.3 berikut:



Gambar 3.3 Proses Pengumpulan Data Dengan UEQ

Proses evaluasi menggunakan UEQ dimulai dari responden diminta untuk menggunakan segala fitur yang ada pada website Afeksi. Tujuannya adalah agar pengguna mendapatkan umpan balik yang baik dan hasil UEQ yang akurat. Setelah menggunakan sistem tersebut, pengguna mengisi kuesioner yang diberikan. Pengguna mengisi kuesioner UEQ, melalui form yang sudah disebarakan kepada pengguna. Pengisian UEQ akan diarahkan sesuai dengan ketentuan UEQ, dimana tidak selamanya poin 7 merupakan nilai tertinggi pada kuesioner ini. Pada penelitian ini pengukuran *user experience* dilakukan dengan menggunakan kuesioner UEQ yang terdiri dari 26 pernyataan seperti pada Gambar 3.2. Terdapat 6 faktor *user experience* (UX) yang diukur menggunakan UEQ, yaitu daya tarik (*attractiveness*), kejelasan (*perspicuity*), efisiensi (*efficiency*), ketepatan (*dependability*), stimulasi (*stimulation*) dan kebaruan (*novelty*). Data yang telah dikumpulkan dari responden kemudian dimasukkan ke dalam UEQ *tool data analysis* dan dijadikan sebagai nilai masukan untuk menghitung nilai pengalaman pengguna dari website Afeksi.

Pengujian realibilitas terhadap data kuesioner dilakukan menggunakan koefisien *cornbach alpha*. Pengolahan data yang, diperoleh dari responden kemudian diolah menggunakan UEQ tools. Hasil pengolahan data kemudian analisa untuk memperoleh informasi *user experience* dari website Afeksi. Proses pengolahan data dapat dilihat pada Gambar 3.4 berikut:



Gambar 3.4 Proses Pengolahan Data UEQ

Evaluasi *user experience* (UX) pada website Afeksi dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner melalui Google *form* kepada responden Dari seluruh kuisisioner yang disebarkan. Data yang diperoleh dari kuisisioner dimasukkan kedalam tabel UEQ *data analysis*, kemudian dilakukan transformasi dengan menghitung nilai yang diperoleh dari kuisisioner UEQ dikurangi dengan 4 dan diperoleh nilai positif atau nilai negatif dari setiap item UEQ. Nilai +3 merupakan nilai positif tertinggi dan -3 merupakan nilai negatif terendah (Rauschenberger dkk., 2013). Hasil transformasi data kemudian diolah untuk mendapatkan nilai rata-rata untuk setiap aspek UEQ.

3.6 Analisis Kompetitor

Pada penelitian ini akan dilakukan analisis kompetitor menggunakan metode Analysis SWOT (Strength, Weakness, Oppurtunity, Threat). Pada perancangan aplikasi analisis SWOT berguna untuk menganalisis kebutuhan pengguna dan menghasilkan suatu produk yang tidak dimiliki pesaing atau kompetitor. Adapun gambar mengenai metode analisis SWOT dapat dilihat pada gambar 3.5:

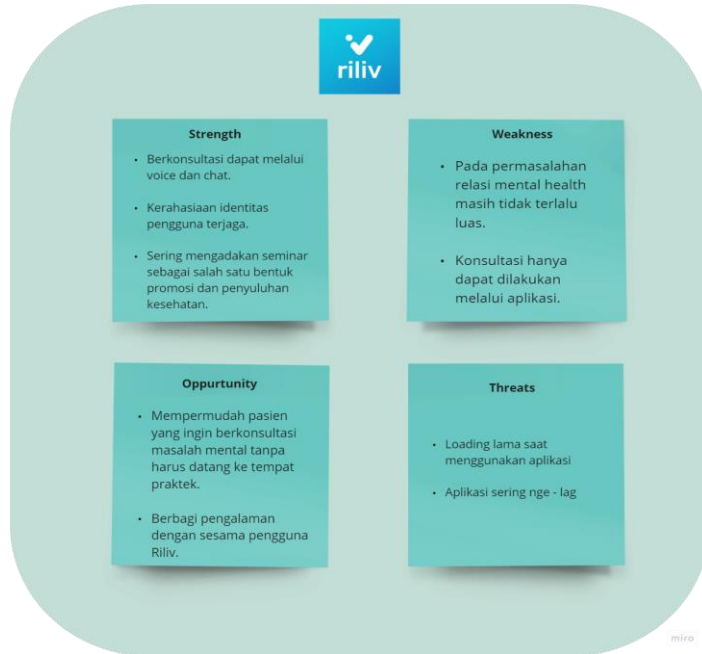
ANALISIS SWOT



Gambar 3.5 Metode Analisis SWOT

Pada Afeksi mempunyai beberapa kompetitor dalam bidang yang sama yaitu *mental health*. Berikut gambar 3.6 analisis kompetitor dari Afeksi:

1. Riliv (Tersedia di platform *web dan mobile*)



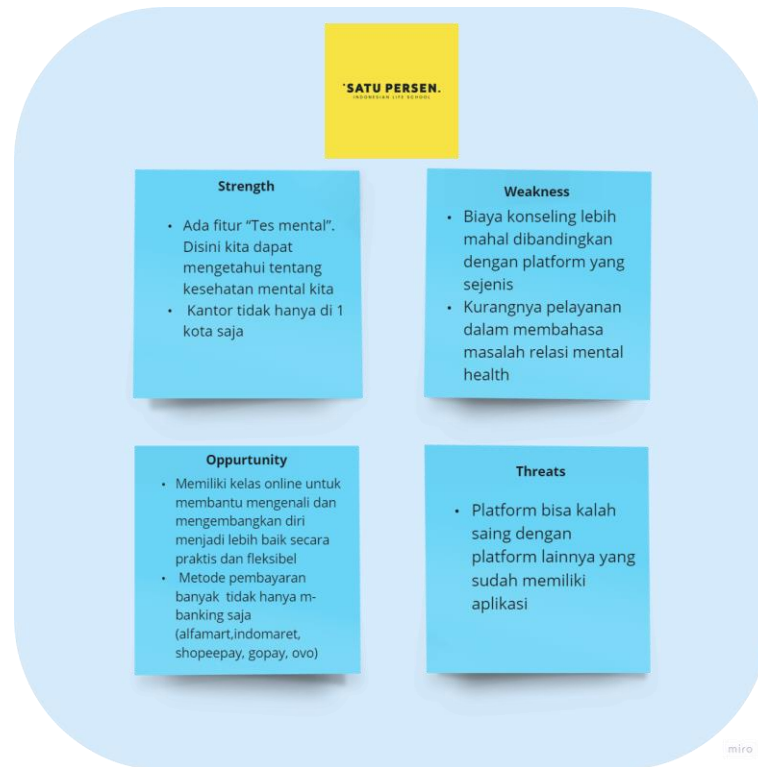
Gambar 3.6 Analisis SWOT Riliv

2. Bicarakan.id (Tersedia di platform *web dan mobile*)



Gambar 3.7 Analisis SWOT Bicarakan.id

3. Satu Persen (Hanya Tersedia di *platform website*)



Gambar 3.8 Analisis SWOT Satu Persen

Berdasarkan hasil dari analisis kompetitor, ditemukan bahwa dari ketiga aplikasi kompetitor belum ada yang memberikan pelayanan relasi mental health secara luas seperti *relationship, equality gender, pre-marriage, mom and baby mentoring* dan relasi lainnya.