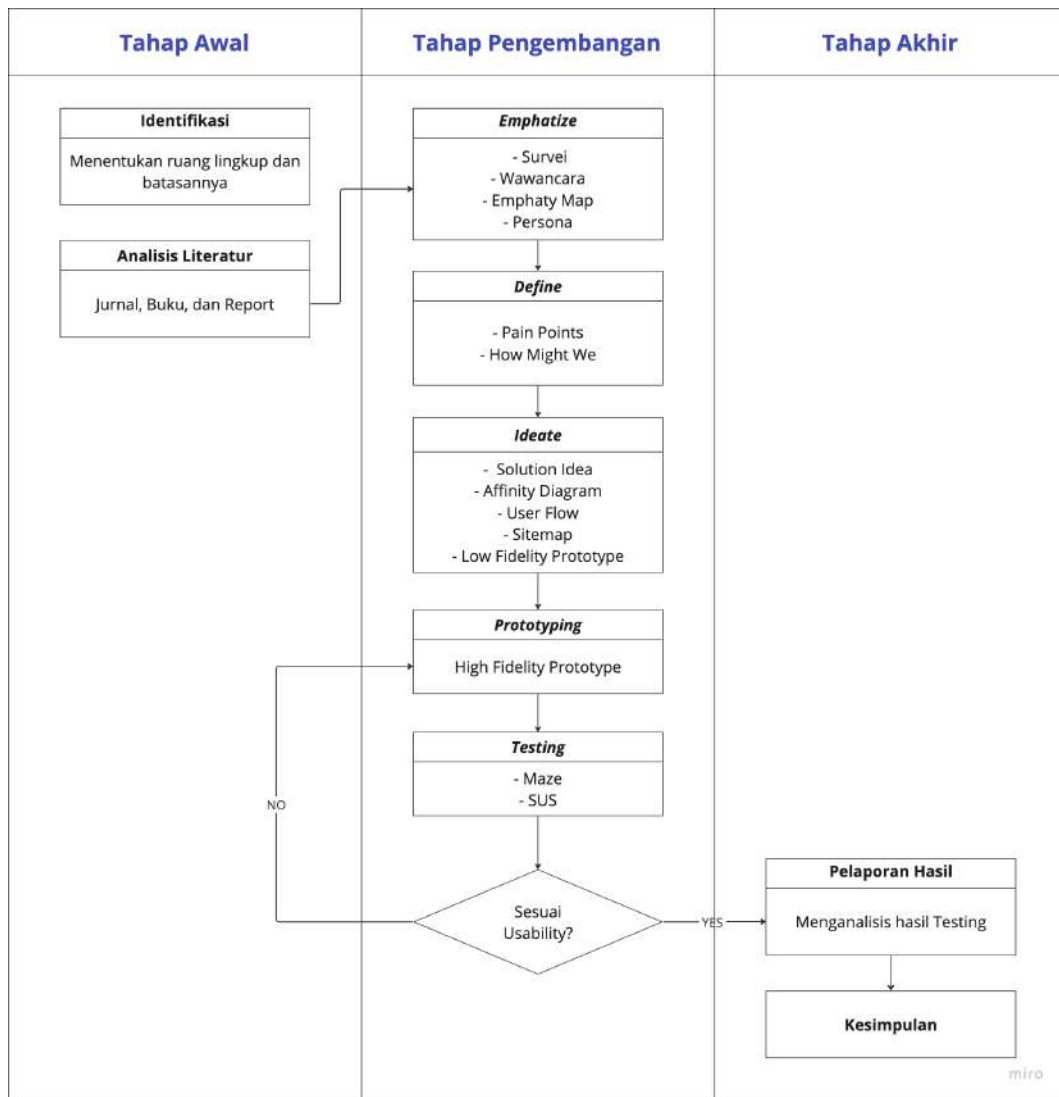


## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Alur Penelitian

Alur penelitian adalah sebuah kerangka konseptual yang menguraikan garis besar bagaimana penelitian dilakukan. Penelitian ini mengikuti tiga tahapan (Tahap awal, Tahap Pengembangan, Tahap Akhir) yang masing-masing memiliki peran krusial dalam mengarahkan dan melaksanakan penelitian tersebut. Pada penelitian ini, kerangka konseptual digambarkan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Alur Penelitian

## 3.2 Tahap Awal

Tahap awal dalam penelitian ini melibatkan identifikasi langsung dan studi literatur. Identifikasi dilakukan untuk menemukan kesenjangan antara kondisi yang ada dengan teoritis (Soesilo, 2019). Identifikasi juga membantu mengumpulkan data primer yang diperoleh secara langsung dari internal Aruna, serta menentukan ruang lingkup, dan batasannya. Sementara studi literatur membantu memahami konteks penelitian yang lebih luas dan melacak perkembangan sebelumnya dalam bidang tersebut (Boote & Beile, 2005). Kedua komponen ini membantu merumuskan pernyataan penelitian dan desain penelitian.

## 3.3 Tahap Pengembangan

### 3.3.1 *Emphatize*

Pada fase ini, peneliti melakukan survei dan wawancara untuk memahami potensial pengguna secara mendalam. Selanjutnya, hasil dari survei dan wawancara tersebut dilakukan *mapping* menggunakan *Emphaty Map* untuk memudahkan pengambilan keputusan dan menerjemahkan informasi tersebut kedalam sebuah persona.

#### 1. Survei

##### 1) Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan subjek atau entitas yang menjadi fokus penelitian dan menjadi sumber data yang relevan untuk menghasilkan pemahaman atau pengetahuan yang lebih mendalam dalam konteks penelitian yang dilakukan (Ariawan dkk., 2019). Dalam penelitian ini, Seafood by Aruna digunakan sebagai objek penelitian.

##### 2) Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada semua subjek atau entitas yang menjadi fokus dalam sebuah penelitian, yang juga kerap dijuluki sebagai *universe* (Syahrums & Salim, 2014). Dalam penelitian ini, populasi ditetapkan pada potensial pelanggan seafood online. *Purposive sampling* digunakan sebagai teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini. Menurut Syahrums dan Salim (2014), *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel

yang berfokus pada karakteristik khusus yang dianggap sangat relevan dengan karakteristik populasi yang telah diidentifikasi sebelumnya, dalam hal ini kriteria partisipan ialah:

1. Berusia 20-55 tahun;
2. Berdomisili di pulau Jawa;
3. Berstatus *Single*/Berkeluarga;
4. Pernah membeli *seafood* melalui pasar tradisional, supermarket atau *online*;
5. Merasa nyaman menggunakan teknologi.

Nielsen (2006) merekomendasikan 20 partisipan untuk pengumpulan data user experience, lalu User Interviews (2023) merekomendasikan setidaknya 100 partisipan untuk sebuah survei *user experience*. Namun dalam penelitian ini, sebanyak 105 partisipan digunakan untuk memastikan pencapaian interval kepercayaan yang memadai juga menjamin bahwa hasil yang diperoleh mencerminkan pengalaman pengguna. Hasil survei ini nantinya digunakan untuk mengukur presentase pengguna yang bersifat kuantitatif dan bersifat sikap (Brown, 2024).

### 3) Penyebaran survei

Dalam penelitian ini, strategi distribusi survei mengintegrasikan pendekatan dalam jaringan (*daring*) melalui aplikasi WhatsApp, Instagram, Twitter, Kudata, dan luar jaringan melalui komunikasi langsung. Proses survei dilaksanakan secara digital dengan memanfaatkan Google Form sebagai platform survei *daring*, mengandung gabungan pertanyaan *single select*, *multiple select*, *scale rating*, dan pertanyaan terbuka. Penyebaran survei ini diinisiasi pada bulan April 2024, berlanjut sampai tercapainya jumlah sampel yang ditentukan sebelumnya sebagai target terpenuhi.

## 2. Wawancara

Wawancara pengguna merupakan dialog interaktif yang terjadi antara peneliti dan pengguna target, umumnya diimplementasikan selama fase eksplorasi awal suatu proyek. Metode ini efektif sebagai sarana untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang pengguna serta mengembangkan rasa empati, berlangsung secara efisien dalam waktu yang singkat (Nielsen, 1993).

Dalam penelitian ini, terdapat 5 individu yang terlibat sebagai partisipan wawancara, yang mana mereka juga merupakan partisipan dari survei. Wawancara ini dilakukan in-person dan *remote*. Keikutsertaan kelompok partisipan ini selaras dengan panduan minimal untuk wawancara pengguna dalam konteks *user experience* (Rosala, 2021). Jones (2022) juga menyarankan untuk melakukan interview minimal kepada 5-6 individu untuk mengidentifikasi dan memvalidasi kebutuhan utama pengguna serta persyaratan desain.

### 3. *Empathy Map*

Setelah data terkumpul melalui penyebaran survei dan wawancara, peneliti melakukan *mapping* untuk meningkatkan pemahaman empati dengan membagi menjadi empat kuadran *Say, Think, Do, dan Feel*.

### 4. Persona

Peneliti menerjemahkan informasi abstrak yang dihasilkan dari *Empathy Map* menjadi sebuah persona untuk mempertahankan fokus yang jelas pada penelitian yang sedang berlangsung, hal ini juga bertujuan untuk menjadi pengingat untuk siapa desain ini ditunjukkan, sehingga membantu menghindari jebakan desain berdasarkan bias atau asumsi pribadi.

### 3.3.2 *Define*

Fase ini menentukan arah ide dan pengembangan dengan menunjukkan *Pain Point* yang dirasakan oleh pengguna serta mengubahnya ke dalam pertanyaan *HMW* untuk membuka peluang solusi.

### 3.3.3 *Ideate*

Setelah mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengguna dan mendefinisikan masalahnya dengan jelas, pada fase *Ideate* ini, peneliti fokus dalam memberikan *Solution Idea* terhadap pertanyaan *HMW* dan mengelompokkannya menggunakan *Affinity Diagram*. Selanjutnya peneliti membuat *User Flow, Sitemap* dan *Low Fidelity Prototype*.

### 3.3.4 *Prototype*

Fase ini mengubah sketsa atau *Low Fidelity Prototype* yang dirumuskan dalam fase *Ideate* menjadi prototipe yang nyata dan dapat diuji atau dikenal dengan *High Fidelity Prototype*. Pada tahap ini peneliti menyempurnakan konsep desain dengan memberikan detail elemen dan memperhatikan efektivitas dari solusi yang diberikan. Peneliti menggunakan Figma sebagai *design tools*.

### 3.3.5 *Testing*

Dalam fase ini, peneliti melakukan validasi terhadap solusi yang telah dikembangkan ke dalam bentuk *High Fidelity Prototype* melalui pengujian dan pengumpulan umpan balik. Peneliti menggunakan Maze sebagai alat pengujian *usability* kepada 20 partisipan sesuai dengan rekomendasi (Nielsen, 2006). Dalam penelitian ini, pengujian *usability* diberikan kepada 21 partisipan yang termasuk dalam partisipan yang melakukan survey awal. Setelah itu partisipan akan diberikan kembali survei *SUS*. Hasil dari pengujian dan survei ini akan memberikan pemahaman bahwa solusi yang dihasilkan memenuhi kebutuhan pengguna seefektif mungkin dan area yang membutuhkan perbaikan dapat teridentifikasi atau iterasi lebih lanjut.

## 3.4 Tahap Akhir

Tahap akhir dalam penelitian ini adalah melakukan analisis terhadap hasil penilaian *usability* terhadap fitur *Shop* menggunakan Maze dan *SUS*, sehingga dapat memperoleh pemahaman yang komprehensif tentang keefektifan dan kegunaan fitur tersebut menurut perspektif pengguna. Setelah itu, dilakukan dokumentasi penelitian, dimana peneliti merumuskan kesimpulan berdasarkan hasil penilaian perancangan fitur *Shop*. Kesimpulan ini akan menggambarkan sejauh mana tujuan penelitian tercapai dan dapat digunakan sebagai panduan untuk rekomendasi perbaikan lebih lanjut atau implikasi praktis.