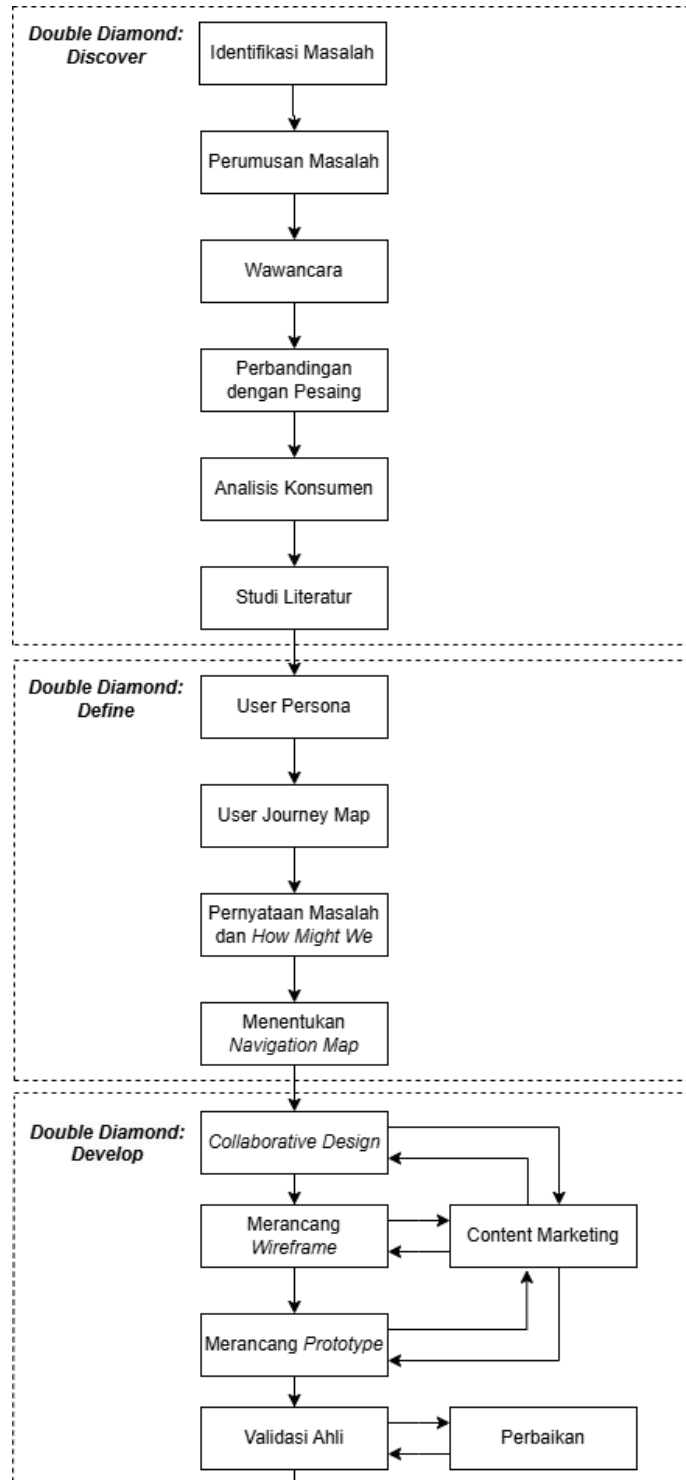
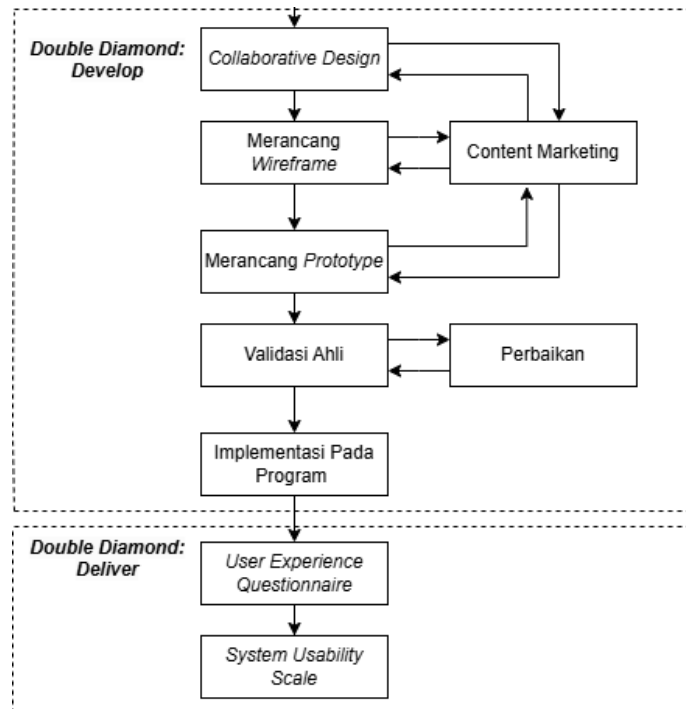


BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian





Gambar 3. 1 Diagram Desain Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, ada beberapa tahapan yang perlu dilakukan agar penelitian ini bisa menghasilkan hasil yang diharapkan. Gambar 3.1 di atas berisi diagram yang menjelaskan bagaimana penelitian ini dilakukan. Penelitian ini menerapkan konsep *Double Diamond* sebagai metodologi penelitian yang akan dilakukan. Berikut merupakan uraian dan penjelasan dari diagram tersebut.

1. *Double Diamond: Discover*

Tahap ini merupakan penelitian awal terhadap masalah yang perlu dipecahkan. Tahapan *Double Diamond: Discover* dijelaskan pada subbab 2.3. Tahapan ini dibagi menjadi empat tahapan, yaitu:

a. Wawancara

Wawancara ini dilakukan kepada pihak Zenitland yaitu saudara Muhammad Fauzan dan tim sebagai karyawan di bidang penjualan. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan pada Zenitland untuk mengenai data penjualan, dan progress yang dihasilkan dari pemasaran.

b. Perbandingan dengan Pesaing

Zuhal Robbani, 2025

PENGEMBANGAN E-MARKETING MENGGUNAKAN MODEL DOUBLE DIAMOND DAN CONTENT MARKETING BERBASIS WEB UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DI ZENITLAND
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Peneliti menganalisis developer perumahan di sekitar lokasi Zenitland. Perbandingan ini dilakukan untuk mengevaluasi kelemahan dan kelebihan dari kompetitor sehingga aplikasi dapat dibangun dengan baik.

c. Analisis Konsumen

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui kebutuhan, kepentingan, dan harapan dari semua pihak yang terlibat. Pada aplikasi ini, pihak yang terlibat meliputi calon konsumen dan pihak marketing Zenitland.

d. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan mempelajari dan mengumpulkan informasi yang berasal dari jurnal, artikel web, dan buku untuk menyelesaikan permasalahan pada pemasaran Zenitland. Studi literatur yang digunakan adalah model *Double Diamond* sebagai acuan membuat desain, *Positioning Marketing* sebagai strategi pemasaran dan *User Experience Questionnaire*.

2. *Double Diamond: Define*

Tahapan *Double Diamond: Define* dijelaskan pada subbab 2.3

a. *User Persona*

Dalam tahap ini user persona akan dimodelkan dalam sebuah persona mengenai perilaku dan tujuan pengguna, serta interaksinya dengan lingkungan sekitar yang berisikan informasi dan menghasilkan *output user persona*.

b. *User Journey Map*

Peneliti memperkirakan user journey map untuk memudahkan peneliti menentukan alur yang nyaman untuk pengguna dan mengidentifikasi *pain point* pengguna. *User journey map* bertujuan untuk mempelajari pengguna dan merencanakan aktifitas UX yang diperlukan dalam waktu yang singkat

c. Pernyataan Masalah dan *How Might We*

Zuhal Robbani, 2025

PENGEMBANGAN E-MARKETING MENGGUNAKAN MODEL DOUBLE DIAMOND DAN CONTENT MARKETING BERBASIS WEB UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DI ZENITLAND
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Pernyataan masalah digunakan sebagai pernyataan tertulis yang menggambarkan masalah yang akan ditangani. Mengacu pada masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya, pertanyaan *How Might We* (HMW) juga dirumuskan. HMW Merupakan pendekatan yang digunakan untuk merumuskan pertanyaan-pertanyaan desain yang dapat menstimulasi pemikiran kreatif dan inovatif

d. Merancang *Navigation Map*

Navigation map berfungsi sebagai peta literatur pada *website* yang dikembangkan. *Navigation map* dikembangkan menggunakan dari hasil pada tahap sebelumnya.

3. *Double Diamond: Develop*

Pada tahap *Double Diamond: develop*, peneliti berfokus pada brainstorming ide dan solusi untuk menyelesaikan masalah yang sudah didefinisikan pada tahap sebelumnya. Tahapan *Double Diamond: Develop* dijelaskan pada subbab 2.3

a. *Collaborative Design*

Pada proses ini merupakan kolaborasi antara peneliti dengan *stakeholder* untuk membuat sketsa untuk *website* yang akan dibuat. Sketsa yang telah dibuat nantinya akan menjadi acuan untuk proses desain ke depannya.

b. Merancang *Wireframe*

Wireframe/low-fidelity prototype dirancang sebagai rancangan kasar tampilan aplikasi dengan menggunakan Figma untuk mengetahui layout dan gambaran kasar yang ingin dibuat. *Wireframe* berbentuk seperti layout hitam putih sederhana tanpa warna, *font*, logo atau elemen desain lainnya secara spesifik. Proses ini berguna untuk menentukan kerangka layout dan gambaran konten serta fitur apa saja yang akan ada pada *website*.

c. Merancang *Prototype*

Prototype dirancang berdasarkan dengan *wireframe* yang telah dibuat. Pada tahap ini pengembangan desain dibuat lebih detail lagi pada setiap komponen UI seperti, ikon, ukuran, dan warna agar prototype dapat berinteraksi dengan pengguna seperti sebuah produk jadi.

d. Validasi Ahli

Tahap ini adalah memvalidasi konsep *user experience* dan content marketing yang diterapkan pada *website* yang dikembangkan kepada ahli di masing-masing bidang tersebut.

e. Implementasi program

Pada tahap ini melakukan implementasi rancangan desain antarmuka yang telah dibuat sebelumnya ke sebuah program *website* dengan menggunakan *framework* Laravel.

4. *Double Diamond: Deliver*

Tahap ini berfokus memvalidasi solusi dan menyiapkan desain untuk rilis ke dunia nyata. Pengujian dilakukan untuk memastikan bahwa sistem berjalan dengan baik dan bisa memenuhi kebutuhan dari pengguna. Pengujian akan dilakukan menggunakan *User Experience Questionnaire* dan *System Usability Scale*. Tahapan *Double Diamond: Deliver* dijelaskan pada subbab 2.3.

a. *User Experience Questionnaire*

User Experience Questionnaire (UEQ) adalah alat penelitian yang digunakan untuk mengukur dan mengevaluasi user experience terhadap produk, layanan, atau interaksi tertentu. UEQ dikembangkan oleh Martin Schrepp dan timnya pada tahun 2006 dan telah digunakan secara luas dalam bidang *user experience* dan *user interface*. UEQ terbagi menjadi 26 pertanyaan yang dikelompokkan dalam 6 aspek. UEQ dibahas di penelitian ini pada subbab 2.7.

b. *System Usability Scale*

System Usability Scale (SUS) adalah metode yang dikembangkan oleh Brooke (1996) yang bertujuan untuk mengevaluasi fungsionalitas pada sistem atau aplikasi. SUS dapat digunakan untuk mengevaluasi kegunaan berbagai produk dan layanan, termasuk aplikasi, situs web, dan sistem informasi. Metode ini berbasis kuesioner yang terdiri dari 10 instrumen dan menggunakan skala Likert. SUS dibahas di penelitian ini pada subbab 2.8.

3.1.1 Alat Penelitian

Peneliti menggunakan alat yang membantu dalam melakukan penelitian. Alat bantu tersebut berupa perangkat keras dan perangkat lunak. Berikut adalah alat bantu yang digunakan peneliti:

1. Perangkat Keras
 - a. Spesifikasi Komputer
 - i. Processor : Intel Core i5-8250U
 - ii. RAM : 20 GB
 - iii. Sistem Operasi : Windows 10
 - b. Spesifikasi Server
 - i. cPanel
2. Perangkat Lunak
 - a. *Web Browser*
 - b. Visual Studio Code
 - c. Figma

3.1.2 Bahan Penelitian

Terdapat beberapa bahan penelitian yang digunakan, diantaranya:

1. Data laporan bidang pemasaran untuk mendapatkan informasi terkait permasalahan yang sedang terjadi.
2. Data wawancara kepada karyawan Zenitland di bidang penjualan untuk mendapatkan informasi mengenai calon konsumen.

Zuhal Robbani, 2025

PENGEMBANGAN E-MARKETING MENGGUNAKAN MODEL DOUBLE DIAMOND DAN CONTENT MARKETING BERBASIS WEB UNTUK MENINGKATKAN MINAT KONSUMEN DI ZENITLAND
 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3. Data responden pengujian akhir UEQ dan SUS pada situs website Zenitland setelah dikembangkan.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Pada penelitian ini populasi didefinisikan dengan 2 kelompok, yaitu Kelompok Primer, dan Sekunder. Kelompok primer adalah kelompok yang merupakan target pasar dari Zenitland, yaitu berdasarkan data dari laporan di bidang pemasaran adalah kelompok pekerja yang berada di daerah Jabodetabek dan seseorang yang sudah pernah berinteraksi dengan Zenitland. Sedangkan kelompok sekunder adalah masyarakat umum atau orang awam yang belum pernah mengenal Zenitland.

Sampel pada penelitian ini dipilih secara acak. Namun, harus dipastikan dalam pemilihan sampel yang digunakan adalah bagian dari populasi. Jumlah sampel yang digunakan disesuaikan dengan jumlah populasi.

3.3 Validasi Ahli

Content marketing memerlukan validasi dari seorang yang ahli di bidang tersebut. Maka dari itu, peneliti meminta bantuan dari seseorang yang ahli di bidang *marketing*, yaitu saudara Naufal Ridhwan Rizqullah yang merupakan staff *marketing* dan Muhammad Fauzan sebagai manager sales dan marketing di perusahaan Zenitland.

Kemudian, dalam memvalidasi konsep *user experience* yang diterapkan pada *website* yang dikembangkan. Peneliti meminta bantuan kepada saudara Mochammad Mufid Abiyyu yang sudah memiliki cukup pengalaman dan sertifikasi di bidang UX untuk memvalidasi hal tersebut