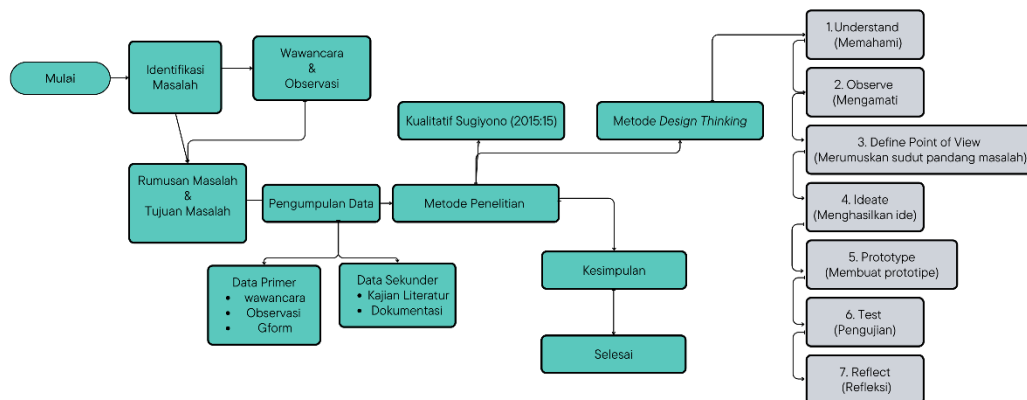


BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Alur Penelitian

Penelitian ini dirancang menggunakan alur yang terstruktur untuk memastikan setiap tahap dilaksanakan secara sistematis dan sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan. Gambaran alur penelitiannya ada di gambar berikut :



Gambar 3.1 Alur Penelitian

Sumber : Data Olahan Peneliti

Alur penelitian ini disusun secara sistematis guna mencapai tujuan utama penelitian, yaitu merancang konten Instagram Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar dengan pendekatan *Design Thinking* untuk meningkatkan *engagement rate* Instagram.

Tahapan pertama dimulai dengan identifikasi masalah, di mana peneliti melakukan observasi terhadap akun Instagram @perpuskotabanjar atau @bjr.perpustakaan dan menemukan permasalahan terkait kualitas, konsistensi, serta minimnya strategi pengelolaan konten. Setelah itu, dilakukan perumusan masalah berupa pertanyaan-pertanyaan penelitian yang mengarahkan fokus studi pada peningkatan *engagement rate* melalui perancangan konten visual. Selanjutnya, peneliti menetapkan tujuan penelitian, yaitu menghasilkan strategi konten yang relevan dan interaktif sesuai dengan kebutuhan target audiens.

Tahap berikutnya adalah pengumpulan sumber data, yang dilakukan melalui observasi langsung terhadap akun Instagram @perpuskotabanjar atau @bjr.perpustakaan. Observasi dilakukan dengan menganalisis unggahan yang telah dipublikasikan, jenis konten (*post, reels, story*), frekuensi unggahan, kualitas visual, serta tingkat interaksi pengguna (*like, komentar, share, dan engagement rate*). Tujuan dari observasi ini adalah untuk memahami kondisi dan mengidentifikasi kelemahan dalam strategi konten yang digunakan.

Selanjutnya, dilakukan wawancara mendalam dengan informan kunci, yaitu pengelola akun Instagram dan staf Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi terkait latar belakang pengelolaan media sosial, kendala yang dihadapi, tujuan komunikasi digital yang ingin dicapai, serta harapan mereka terhadap desain konten yang lebih efektif. Pertanyaan dalam wawancara disusun secara semi-terstruktur, agar tetap fokus namun memberi ruang bagi informan untuk menjelaskan secara luas.

Tahapan berikutnya adalah melakukan wawancara kepada masyarakat Kota Banjar, khususnya kepada pengguna layanan perpustakaan yang aktif di media sosial Instagram. Wawancara ini dilakukan kepada 3 responden dengan rentang usia 17–35 tahun. Instrumen kuesioner mencakup pertanyaan seputar persepsi mereka terhadap akun Instagram @perpuskotabanjar atau @bjr.perpustakaan, daya tarik konten visual, tingkat keterlibatan (*engagement rate*), serta preferensi konten yang diinginkan, seperti edukasi, hiburan, informasi layanan, dan konten interaktif.

Selain itu, dilakukan studi literatur dan studi dokumentasi sebagai data sekunder untuk memperkuat landasan teori dan mendukung hasil temuan lapangan. Studi literatur meliputi buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian sebelumnya, serta dokumen terkait strategi konten dan *Design Thinking*. Dokumentasi yang dikumpulkan antara lain tangkapan layar (*screenshot*) unggahan Instagram @perpuskotabanjar atau @bjr.perpustakaan, *insight* statistik dari fitur Instagram *analytics*, serta visualisasi hasil observasi dan tanggapan responden.

Dengan mengkombinasikan teknik observasi, wawancara, kuesioner, dan studi dokumentasi, proses pengumpulan data ini mampu memberikan gambaran menyeluruh tentang kebutuhan audiens, kondisi akun Instagram perpustakaan, serta

landasan kuat untuk merancang solusi konten yang inovatif dan sesuai dengan karakteristik target pengguna.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis melalui metode penelitian kualitatif yaitu menurut Sugiyono (dalam Ardiana, R., 2022) penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena, dan menemukan hipotesis.

Metode kualitatif tersebut dibantu dengan pendekatan *Design Thinking* yang terdiri dari tahapan *understand* untuk memahami masalah yang ingin dipecahkan, *observe* untuk melakukan observasi langsung terhadap perilaku pengguna, *define point of view* setelah data terkumpul akan melakukan merumuskan sudut pandang masalah, *ideate* tahapan dimana menghasilkan ide sebanyak mungkin, *prototype* tahapan mewujudkan ide ke dalam bentuk *mockup* atau *design*, *test* pada tahap ini *prototype* diuji langsung terhadap pengguna dan mengumpulkan umpan balik hasil dari *prototype*, dan *reflect* tahapan dimana untuk merefleksikan hasil uji *test* untuk mendapatkan evaluasi dari hasil yang telah diterapkan.

Setelah proses *Design Thinking* selesai, dilakukan tahap kesimpulan yang berisi gambaran umum hasil penelitian serta saran strategis bagi Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar dalam mengelola akun Instagram secara lebih efektif dan menarik. Alur ini dirancang agar setiap langkah saling berkaitan secara logis dan mampu memberikan hasil yang akurat, aplikatif, dan bermanfaat secara praktis maupun akademis.

3.2 Alur *Design Thinking*

Penelitian ini mengadopsi pendekatan *Design Thinking* sebagai kerangka konseptual dalam merancang konten Instagram yang mampu menjawab kebutuhan dan preferensi masyarakat terhadap layanan perpustakaan. *Design Thinking* dipilih karena pendekatan ini bersifat *human-centered* dan iteratif, yang memungkinkan peneliti untuk memahami pengguna secara mendalam, menggali permasalahan

Muhammad Naufal Nurfirmansyah, 2025

PERANCANGAN FEED INSTAGRAM DINAS KEARSIPAN DAN PERPUSTAKAAN KOTA BANJAR
UNTUK MENINGKATKAN ENGAGEMENT RATE USER SOSIAL MEDIA DENGAN METODE DESIGN
THINKING

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

secara konkret, serta merumuskan solusi kreatif dan aplikatif. Adapun tahapan *Design Thinking* yang diterapkan dalam penelitian ini meliputi:

1. *Understand* (Memahami)

Pada tahap ini, peneliti berupaya memahami secara menyeluruh konteks dan permasalahan yang dihadapi oleh Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar, khususnya terkait pengelolaan akun Instagram @perpuskotabanjar atau @bjr.perpustakaan. Pemahaman ini diperoleh melalui studi pustaka, observasi awal terhadap akun Instagram, serta analisis data sekunder terkait keterlibatan audiens dan performa konten sebelumnya.

2. *Observe* (Observasi)

Peneliti melakukan observasi langsung terhadap perilaku target audiens dalam menggunakan media sosial, khususnya Instagram. Observasi mencakup analisis jenis konten yang diminati, cara berinteraksi audiens dengan konten, dan ekspektasi mereka terhadap akun Instagram institusi publik.

3. *Define Point Of View* (Merumuskan Masalah)

Berdasarkan hasil observasi, peneliti menyusun pernyataan masalah dari sudut pandang pengguna. Proses ini membantu memperjelas kebutuhan utama pengguna terhadap konten Instagram yang lebih menarik, informatif, dan mendorong interaksi aktif.

4. *Ideate* (Menghasilkan Ide)

Pada tahap ini, peneliti mengembangkan berbagai ide konten kreatif untuk Instagram, baik dalam bentuk *feed*, *reels*, maupun *story*, yang sesuai dengan karakteristik penelitian sebelumnya yang berhasil, sesuai perspektif pengguna dan nilai-nilai institusi perpustakaan. Teknik *brainstorming* digunakan untuk menghasilkan ide-ide yang variatif dan segar.

5. *Prototype* (Membuat Prototipe)

Ide-ide yang telah dikembangkan divisualisasikan dalam bentuk prototipe konten digital. Prototipe mencakup desain grafis, gaya visual, format *caption*, dan penggunaan fitur-fitur Instagram yang relevan, yang akan diuji melalui unggahan konten selama periode Bulan Mei sampai dengan Juli 2025.

6. *Test* (Pengujian)

Prototipe konten diuji secara langsung melalui publikasi pada akun Instagram @perpuskotabangar atau @bjr.perpustakaan. Peneliti menganalisis respon pengguna berdasarkan data interaksi seperti *like*, *comments*, *shares*, dan *reach*, guna menilai sejauh mana konten berhasil meningkatkan keterlibatan audiens.

7. *Reflect* (Refleksi)

Refleksi dilakukan dengan mengevaluasi efektivitas konten yang telah diujicobakan. Peneliti mengidentifikasi elemen-elemen konten yang paling berhasil serta aspek yang perlu diperbaiki untuk pengembangan strategi konten jangka panjang yang lebih optimal.

Pendekatan *Design Thinking* dalam penelitian ini memungkinkan peneliti untuk memahami secara lebih mendalam kebutuhan audiens, serta merancang solusi visual yang kontekstual dan berdampak langsung terhadap peningkatan daya tarik masyarakat terhadap layanan perpustakaan.

3.3 Objek Penelitian

Objek penelitian merujuk pada atribut atau nilai yang diperoleh dari individu, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu, yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis dan kemudian ditarik kesimpulannya menurut Sugiyono (2019) (dalam Agustian dkk., 2019).

Penelitian ini mengambil objek pada Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar, khususnya dalam perancangan konten Instagram @perpuskotabangar atau @bjr.perpustakaan untuk meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap layanan perpustakaan.

Adapun subjek penelitian adalah pengelola akun Instagram Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar serta masyarakat pengguna layanan perpustakaan yang berinteraksi dengan akun tersebut.

Pemilihan objek penelitian ini didasarkan pada pentingnya optimalisasi strategi konten Instagram dalam menarik minat dan meningkatkan keterlibatan masyarakat terhadap layanan perpustakaan. Oleh karena itu, penelitian ini akan berfokus pada perancangan ulang konten Instagram dengan metode *Design*

Thinking, yang mencakup aspek visual, interaktivitas, keterbacaan, dan strategi promosi digital untuk meningkatkan daya tarik masyarakat.

3.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Dinas Kearsipan dan Perpustakaan Kota Banjar yang berlokasi di Jl. RE. Kosasih, Banjar, Kec. Banjar, Kota Banjar, Jawa Barat 46311.

3.3.2 Tahapan Penelitian

Prosedur penelitian kualitatif didesain secara longgar karena dapat berubah sesuai dengan kondisi di lapangan. Namun demikian, penelitian ini tetap mengikuti tahapan yang sistematis untuk memastikan keabsahan dan validitas data. Berikut adalah tahapan penelitian dalam "Perancangan *Feed* Instagram Dinas Kearsipan Dan Perpustakaan Kota Banjar Untuk Meningkatkan *Engagement Rate User* Sosial Media Dengan Metode *Design Thinking*":

1. Tahap Pra-Pendahuluan

Pada tahap ini, peneliti melakukan penjajakan awal untuk memastikan bahwa tema penelitian sesuai dengan kondisi di lapangan. Langkah-langkah yang dilakukan meliputi:

- a. Melakukan studi pendahuluan terhadap akun Instagram @perpuskotabanjar atau @bjr.perpustakaan untuk mengidentifikasi kualitas, konsistensi, dan strategi konten yang digunakan saat ini.
- b. Mengamati aktivitas unggahan dan interaksi pengguna untuk memahami tantangan dalam meningkatkan daya tarik masyarakat.
- c. Melakukan studi literatur terkait strategi pemasaran digital, perancangan konten media sosial, serta penerapan *Design Thinking* dalam promosi layanan publik.
- d. Menyusun instrumen penelitian, seperti pedoman wawancara, dan kuesioner Google form, yang akan digunakan dalam pengumpulan data.

2. Tahap Lapangan

Tahap ini merupakan proses pengumpulan data utama yang dilakukan dengan berbagai teknik, seperti wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner. Adapun langkah-langkahnya:

- a. Melakukan wawancara dengan pengelola akun Instagram @perpuskotabanjara atau @bjr.perpustakaan untuk memahami kendala yang dihadapi dalam strategi konten dan interaksi dengan pengguna.
- b. Melaksanakan observasi langsung terhadap akun Instagram untuk mencatat pola unggahan, penggunaan fitur, serta respons audiens.
- c. Menentukan informan atau responden, yaitu masyarakat Kota Banjar yang menggunakan layanan perpustakaan dan aktif di media sosial Instagram.
- d. Menyebarkan kuesioner melalui Google form kepada 6 responden yang terdiri dari 2 pengelola Instagram dinas, 3 orang pengunjung perpustakaan, dan 1 orang ahli media sosial guna mengukur efektivitas konten Instagram perpustakaan berdasarkan aspek visual, keterbacaan, interaktivitas, dan daya tarik informasi.
- e. Melakukan analisis kompetitor dengan membandingkan strategi konten @perpuskotabanjara atau @bjr.perpustakaan dengan akun perpustakaan lain yang lebih berhasil dalam membangun *engagement rate* di media sosial.

3. Tahap Pengolahan Data

Data yang terkumpul dari berbagai sumber kemudian diolah melalui beberapa proses berikut:

- a. Reduksi Data
 1. Merangkum informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan kuesioner.
 2. Memilih data yang relevan dengan perancangan konten Instagram berdasarkan metode *Design Thinking*.
 3. Mengelompokkan data berdasarkan kategori, seperti masalah utama, kebutuhan audiens, strategi perbaikan, serta elemen desain yang efektif.
- b. Penyajian Data

Data disusun sesuai dengan rumusan masalah, kemudian dipresentasikan dalam bentuk tabel, diagram, atau matriks untuk mempermudah analisis hubungan antar variabel.

c. Analisis Data

Data dianalisis berdasarkan tahapan *Design Thinking*, yaitu tahapan *Understand, Observe, Define, Ideate, Prototype, Test*, dan *Reflect* untuk memahami pola permasalahan dan merancang solusi kreatif dalam strategi konten Instagram. Analisis dilakukan segera setelah data terkumpul guna menghindari adanya keberpihakan, ketidakseimbangan, atau penyimpangan dan memastikan keakuratan hasil penelitian.

d. Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil penelitian disusun secara sistematis untuk memberikan pemahaman yang jelas mengenai efektivitas strategi konten Instagram dalam meningkatkan *Engagement Rate User* Sosial Media. Deskripsi mencakup penyebab permasalahan, konsep perancangan konten, serta rekomendasi strategi promosi digital yang lebih efektif.

e. Penyimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan awal dirumuskan berdasarkan hasil reduksi dan penyajian data, kemudian diverifikasi dengan menggunakan teknik triangulasi, yaitu membandingkan hasil wawancara, observasi, dan kuesioner untuk memastikan validitas data. Menggunakan indikator kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konformabilitas untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat dipercaya dan diterapkan pada konteks serupa.

4. Kesimpulan Akhir

Setelah proses verifikasi selesai, kesimpulan akhir penelitian dirumuskan. Kesimpulan ini mencakup:

- a. Evaluasi terhadap kondisi akun Instagram @perpuskotabnajar atau @bjr.perpustakaan sebelum perancangan konten.

- b. Efektivitas penerapan metode *Design Thinking* dalam meningkatkan daya tarik konten Instagram.
 - c. Rekomendasi strategi konten yang lebih menarik, interaktif, dan sesuai dengan preferensi audiens.
 - d. Implikasi bagi pengelola perpustakaan dalam mengoptimalkan media sosial sebagai alat promosi dan interaksi dengan Masyarakat.
5. Evaluasi Pengukuran *Engagement Rate* Awal dengan hasil *Engagement Rate* Akhir

Mengukur *engagement rate* di akhir penelitian dilakukan dengan menghitung seberapa besar interaksi audiens terhadap konten yang diunggah, dibandingkan dengan jumlah pengikut atau jangkauan. Karena tahap akhir penelitian, *engagement rate* dihitung dari rata-rata seluruh konten yang diteliti selama periode penelitian.

Pada penelitian ini saya menggunakan *tools keyword everywhere* untuk mengukur secara otomatis *engagement rate* profil akun Instagram yang ditampilkan, namun untuk pengukuran secara manualnya sebagai berikut :

Berdasarkan Jangkauan (ER by *Reach*)

$$Engagement Rate = \frac{Total Like + Comment + Share + Save}{Jangkauan Konten} \times 100\%$$