

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian dapat diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pemanfaatan pembuatan konten *BookTok* di *TikTok* dapat efektif sebagai media promosi koleksi perpustakaan sekolah.

Penelitian Pemanfaatan *BookTok* sebagai Media Promosi Koleksi di Perpustakaan Sekolah menggunakan metode *Design and Development*, metode ini merupakan kajian yang sistematis yang terdiri atas kegiatan perancangan, pengembangan, dan evaluasi intervensi suatu kegiatan yang bertujuan untuk memperbaiki atau meningkatkan kualitas suatu kegiatan atau program.

3.2 Partisipan dan Lokasi Penelitian

3.2.1 Partisipan

Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini yaitu terdiri dari staff perpustakaan dan siswa SMAN 1 Bandung. Partisipan tersebut dibagi menjadi tiga kategori yaitu ahli media, ahli konten, dan *user*. Penilaian dalam hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa tepat media yang *TikTok* yang dipilih sebagai media promosi koleksi perpustakaan menurut ahli media oleh ahli media Perpustakaan SMAN 1 Bandung Ibu Ratih Puspasari Abadi, S.Pd. Penilaian ahli konten dilakukan untuk mengetahui seberapa layak dan unsur apa saja yang perlu diperhatikan serta dimuat dalam sebuah konten promosi perpustakaan oleh ahli konten Perpustakaan SMAN 1 Bandung Bapak Dani Mulyadi, S.S.I dan penilaian oleh pemustaka pengikut akun *TikTok* perpustakaanmansabdg yang merupakan siswa kelas X MIPA 5 SMAN 1

Bandung yang dilakukan untuk mengetahui kualitas dari produk konten promosi perpustakaan yang telah diunggah melalui media sosial *TikTok*.

3.2.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian akan dilakukan di SMAN 1 Bandung, yang beralamatkan di Jl. Ir. H. Juanda No.93, Lb. Siliwangi, Kecamatan Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat 40132. Waktu penelitian dilaksanakan selama satu bulan, terhitung mulai tanggal 19 Mei 2022 – 17 Juni 2022.

3.3 Definisi Operasional

3.3.1 Media Promosi Perpustakaan

Media promosi perpustakaan dalam penelitian ini berkaitan dengan media promosi perpustakaan yang memuat konten promosi koleksi di perpustakaan. Konten promosi koleksi perpustakaan yang akan diunggah di media sosial berupa rekomendasi buku, rekomendasi penulis, buku populer yang ada di perpustakaan, dan koleksi perpustakaan lainnya yang dapat direkomendasikan.

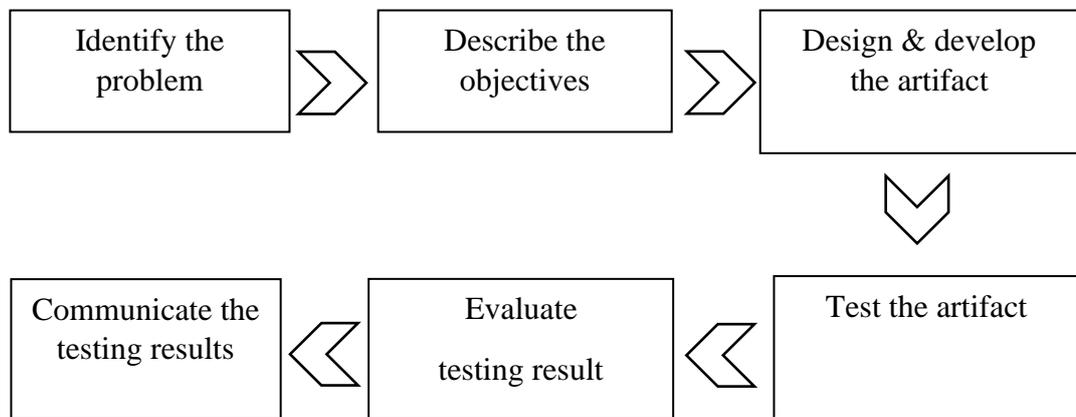
3.3.2 TikTok Based

Dalam pengembangan media promosi perpustakaan memilih *TikTok* sebagai media promosinya, karena *TikTok* merupakan media sosial sedang marak digunakan dikalangan masyarakat pada saat ini. Hal tersebut menjadikan peneliti untuk memanfaatkan *TikTok* sebagai media promosi koleksi perpustakaan yang lebih kreatif dan inovatif.

3.4 Prosedur Penelitian

3.4.1 Langkah-langkah Penelitian

Langkah yang diambil dalam proses penelitian adalah menggunakan metode *Design and Development* menurut Ellis & Levy (2010) yang digambarkan kedalam tahapan sebagai berikut:



Gambar 3.1: Tahapan Penelitian

The 6-Phase Design and Development Approach

(Ellis&Levy, 2010)

3.4.2 *Identify the Problem* (Identifikasi Masalah)

Pada tahap yang pertama, peneliti mengidentifikasi masalah yang menjadi dasar dari penelitian ini dilakukan. Identifikasi masalah yang terjadi dalam penelitian ini adalah:

1. Kurangnya pemanfaatan media sosial sebagai alternatif media promosi perpustakaan;
2. Tidak variatifnya konten media promosi yang dibuat untuk menarik pemustaka.

Pada tahap ini, peneliti telah melakukan peninjauan dan mengacu kepada beberapa studi terdahulu yang relevan. Peninjauan dilakukan dengan cara mencari media sosial *TikTok* yang menjadi tempat penelitian yaitu SMAN 1 Bandung. Dalam tahapan ini peneliti melihat bahwa dari media sosial *TikTok* SMAN 1 Bandung ini mempunyai peluang jika dapat dimanfaatkan dengan lebih baik dan konten yang dimuat lebih variatif.

Setelah mengidentifikasi permasalahan yang ada, peneliti akhirnya memutuskan untuk melakukan penelitian dengan metode *Design and Development* media promosi koleksi perpustakaan melalui *TikTok* sebagai mediana yang diharapkan lebih menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan zaman jika dibandingkan dengan kegiatan promosi perpustakaan secara konvensional.

3.4.3 Describe the Objectives (Penentuan Tujuan)

Tahap yang kedua adalah menentukan tujuan dari pengembangan penelitian ini. Dengan adanya tujuan yang ditentukan maka proses dari pengembangan akan lebih sistematis dan terarah. Tujuan dari pengembangan penelitian ini antara lain:

1. Menghasilkan promosi koleksi perpustakaan melalui *TikTok*;
2. Dengan dibuatnya promosi koleksi perpustakaan melalui *TikTok* mampu mempermudah pemustaka dalam mencari informasi mengenai koleksi di Perpustakaan SMAN 1 Bandung;
3. Dengan dikembangkannya media promosi melalui *TikTok* diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada perpustakaan dan tenaga perpustakaan untuk mengembangkan media promosi koleksi perpustakaan yang lebih bervariasi.

Promosi koleksi perpustakaan melalui akun *TikTok* @perpustakaanmansabdg yang akan dikembangkan akan berisi konten yang mengenalkan koleksi yang dimiliki oleh Perpustakaan SMAN 1 Bandung. Melalui akun *TikTok* tersebut akan mengunggah konten berupa rekomendasi buku baik fiksi maupun non-fiksi, review buku, dan bahan ajar yang tersedia di perpustakaan. Promosi koleksi melalui *TikTok* ini akan dikembangkan lebih lanjut oleh tim pengembangan media promosi koleksi perpustakaan dengan pihak-pihak terkait yang ahli dibidang media dan pembuatan konten.

3.4.4 Design and Develop the Artifact (Pengembangan Desain)

Pada tahap ketiga ini, peneliti mulai merancang konsep dan mengembangkan promosi koleksi perpustakaan melalui *TikTok*. Proses merancang konsep dan pengembangan dilakukan dengan memahami karakteristik dari kegiatan promosi melalui media sosial dari Golden (2011) yaitu:

1. *Tone*, media sosial berisi tentang keotentikan. Dalam kegiatan promosi melalui media sosial, kreator konten perlu memastikan pesan yang ditujukan untuk *audience* dapat dipercaya dan diandalkan;
2. *Conversation*, promosi melalui media sosial harus menghasilkan hubungan dan percakapan dua arah antara pelanggan dan pihak yang memasarkan atau mempromosikan;
3. *Validation*, tinjauan dari pelanggan atau konsumen sangat berpengaruh dalam kegiatan promosi melalui media sosial dapat dilihat dari pengetahuan terhadap merek yang dipasarkan, fitur, dan keuntungan yang didapat melalui kegiatan promosi tersebut;
4. *Reach*, promosi melalui media sosial berpotensi untuk menjangkau khalayak sampai skala besar dengan kurun waktu cepat dan biaya yang relatif murah;

5. *Control*, media sosial menawarkan kemudahan dalam proses pengaksesannya yang dapat dilakukan dimanapun dan oleh siapapun. Hal-hal yang tidak diinginkan juga memungkinkan bisa saja terjadi. Karakteristik ini merupakan tantangan bagi para kreator konten dan pengelola media sosial karena tidak semua yang terjadi media sosial dapat dikendalikan, namun tetap harus direspon secara profesional.

3.4.5 Test the Artifact (Uji Coba Terbatas)

Selanjutnya adalah tahap keempat, pada tahap ini peneliti melakukan uji terbatas untuk mendapat data dengan:

3.4.5.1 Tahap validasi pemilihan *TikTok* sebagai media promosi kepada ahli media di Perpustakaan SMAN 1 Bandung, proses ini mencakup uji penilaian apakah media yang dipilih sudah tepat dan sesuai dengan kriteria pemilihan media:

1. Tujuan, media yang hendak dipilih hendaknya dapat menunjang tujuan yang dicapai dari yang telah ditetapkan sebelumnya. Pilihlah media yang tepat menjadi alternatif dan dapat menciptakan pembaharuan;
2. Tepat dan efektif, media yang dipilih merupakan media yang dirasa paling tepat dan menghasilkan hasil yang paling efektif setelah dibandingkan dengan alternatif media yang lain;
3. Praktis, luwes, dan tahan. Media yang dipilih dilihat dari bagaimana kemudahan media itu diakses, kemudian fleksibel yang artinya media yang dipilih dapat digunakan dengan nyaman dan tidak membahayakan serta media yang dipilih adalah media yang dapat digunakan dan bermanfaat dalam jangka waktu lama;

3.4.5.2 Tahap validasi isi konten dari produk yang telah dihasilkan kepada ahli konten di Perpustakaan SMAN 1 Bandung, konten yang dibuat sudah sesuai dengan kebutuhan pemustaka, dilihat dari konsep yang dirancang, detail informasi yang dimuat kedalam konten, kualitas konten yang dibuat, peluang konten dalam menarik interaksi dan minat pemustaka. Instrumen yang digunakan yaitu kriteria konten yang ideal dengan *website binus.ac.id* (2019) sebagai sumbernya yaitu isi konten yang relevan dan dapat membantu, konten mudah diakses, dipahami, dan dipelajari, serta menjadi konten yang interaktif.

3.4.5.3 Tahap validasi produk menurut siswa SMAN 1 Bandung sebagai pemustaka yang mencakup uji kebergunaan dan hubungan yang dibangun melalui media sosial. Instrumen yang digunakan adalah kriteria dalam penggunaan media promosi:

1. *Online Communities* yaitu media sosial dapat dimanfaatkan sebagai wadah untuk membangun komunitas yang dapat saling berbagi, diskusi, sampai berkontribusi terhadap konten promosi yang diproduksi;
2. *Interaction* yaitu para *audience* dapat selalu mendapatkan informasi terbaru dan relevan di media sosial sehingga memungkinkan terjadinya interaksi lebih luas lagi;
3. *Sharing of Content* yaitu mengenai bagaimana pertukaran, penyebaran, dan penerimaan konten setelah dipublikasikan;
4. *Accessibility* yaitu dilihat dari bagaimana kemudahan akses dan meminimalisir atau bahkan meniadakan biaya penggunaan;
5. *Credibility* yaitu mengenai bagaimana isi konten dan cara penyampaian pesan sehingga dapat membangun kredibilitas atau kepercayaan dengan target *audience*.

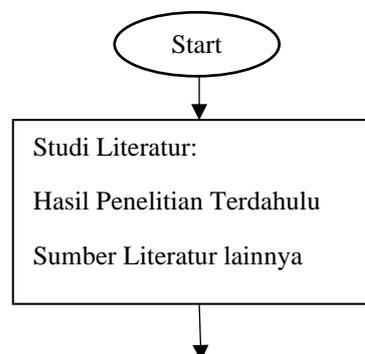
3.4.6 *Evaluate Testing Result* (Evaluasi Hasil Uji Coba)

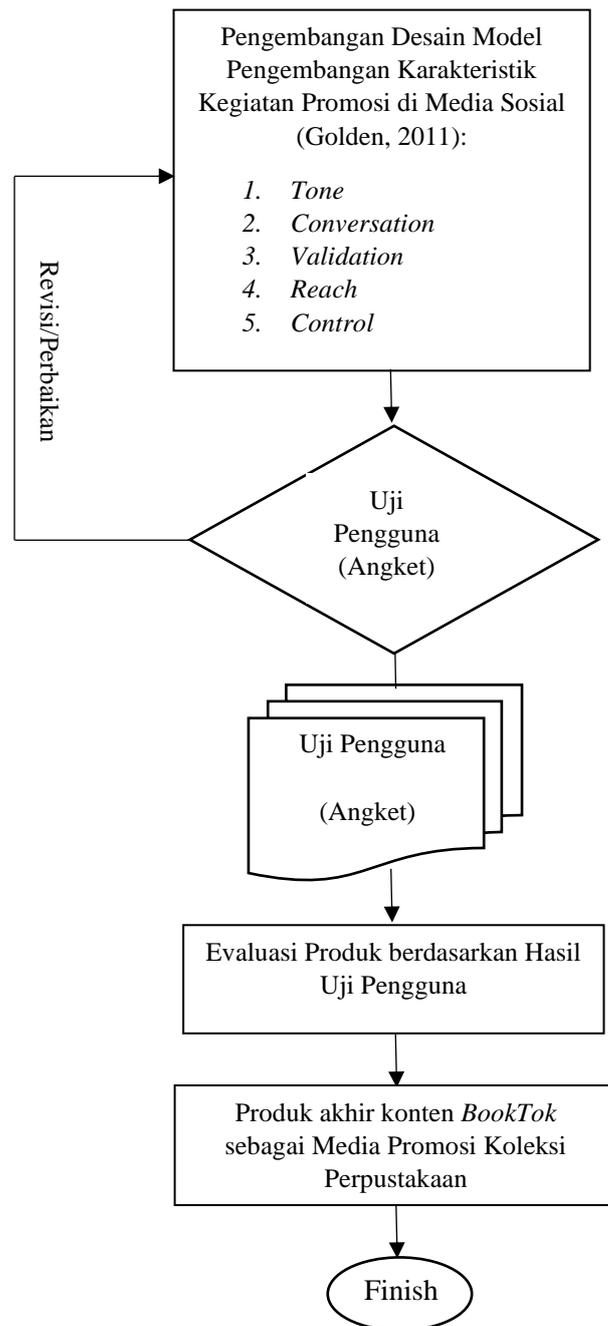
Tahap yang kelima ini peneliti melakukan evaluasi dari proses hasil uji coba yang telah dilakukan pada tahap sebelumnya sehingga dapat diketahui mana yang perlu diperbaiki dan tingkatkan dari rancangan media promosi koleksi perpustakaan yang sudah dibuat. Bentuk evaluasi yang dilakukan oleh peneliti adalah perbaikan dan pengembangan berdasarkan masukan dari hasil uji coba terbatas.

3.4.7 *Communication the Testing Result* (Laporan Hasil Uji Coba)

Tahap keenam adalah tahap terakhir dari metode *Design and Development*. Pada tahap ini peneliti menyimpulkan hasil akhir dari produk yang telah dibuat dan dikembangkan berdasarkan dengan tujuan dari penelitian ini. Tahap ini juga akan mendeskripsikan hasil uji coba yang telah dilakukan melalui instrumen berupa angket atau kuesioner.

3.4.8 Alur Prosedur Pengembangan





Gambar 3.2 Alur Prosedur Pengembangan

3.5 Instrumen Penelitian

Tabel 3.1

Kisi-kisi Instrumen Penelitian

| No. | Pertanyaan Penelitian | Indikator | Sumber Data | Jenis Instrumen | Item |
|-----|---|--|---------------|-----------------|-----------------|
| 1. | 1. <i>BookTok</i> menggunakan media yang sesuai untuk promosi koleksi perpustakaan | - Tujuan -Efektivitas -Fleksibilitas | Ahli Media | Angket | 1-2 3 4-7 |
| | 2. <i>BookTok</i> menggunakan media yang inovatif | | | | |
| | 3. <i>BookTok</i> menggunakan media yang efektif untuk promosi koleksi perpustakaan | | | | |
| | 4. <i>BookTok</i> menggunakan media yang mudah diakses oleh staf perpustakaan | | | | |
| | 5. <i>BookTok</i> menggunakan media yang mudah diakses oleh pemustaka | | | | |
| | 6. Media yang dipilih tidak menyimpang dan tidak mengandung unsur SARA | | | | |

| | | | | |
|--|--|--|-----------------------|------------|
| 7. Media yang dipilih dapat bermanfaat dalam jangka waktu lama | | | | |
| <hr/> | | | | |
| 2. | 1. Konsep <i>BookTok</i> dirancang secara matang sesuai dengan tujuan promosi koleksi perpustakaan | -Kematangan Konsep - Detail Informasi | Ahli Konten Angket | 1-2 3-4 |
| | 2. Konsep <i>BookTok</i> dirancang secara matang untuk menjangkau pemustaka | - Relevansi Konten - Kualitas | | 5-6 7-8 |
| | 3. Konten <i>BookTok</i> disampaikan secara detail | Konten - Interaksi | | 9-8 |
| | 4. Konten <i>BookTok</i> mudah untuk dipahami | Konten | | |
| | 5. Konten <i>BookTok</i> relevan dengan tujuan promosi koleksi perpustakaan | | | |
| | 6. Konten <i>BookTok</i> relevan untuk kebutuhan informasi pemustaka | | | |
| | 7. Kualitas audio dari konten <i>BookTok</i> sangat baik | | | |
| | 8. Kualitas visual dari konten <i>BookTok</i> sangat baik | | | |
| | 9. Konten <i>BookTok</i> sangat interaktif | | | |

| | | | | | |
|----|---|--|-----------|--------|-------------------|
| | 10. Konten berpeluang pemustaka | <i>BookTok</i> memotivasi | | | |
| 3. | 1. Saya dengan mudah menemukan komunitas terkait konten <i>BookTok</i> melalui akun <i>TikTok</i> @perpustakaanmansabdg | - <i>Online Communities</i> - <i>Interaction</i> - <i>Sharing of Content</i> | Pemustaka | Angket | 1-2 3-5 6-9 |
| | 2. Saya dapat berdiskusi dengan sesama pengguna melalui akun <i>TikTok</i> @perpustakaanmansabdg | - <i>Accessibility</i> - <i>Credibility</i> | | | 10- 11 12 |
| | 3. Saya dapat berinteraksi dengan pengguna lain melalui akun <i>TikTok</i> @perpustakaanmansabdg | | | | |
| | 4. Saya menggunakan fitur <i>like</i> dan <i>comment</i> untuk memberikan umpan balik/ <i>feedback</i> terhadap konten <i>BookTok</i> di akun <i>TikTok</i> @perpustakaanmansabdg | | | | |
| | 5. Saya mendapatkan informasi terbaru mengenai koleksi perpustakaan sekolah melalui akun <i>TikTok</i> @perpustakaanmansabdg | | | | |

-
6. Saya dapat melakukan pertukaran informasi melalui akun *TikTok* @perpustakaanmansabdg
 7. Saya merekomendasikan konten *BookTok* kepada teman-teman
 8. Saya termotivasi untuk melihat konten *BookTok* dikarenakan jumlah *views* video yang banyak
 9. Saya mendapatkan tautan konten *BookTok* dari media sosial lain (contoh: *Whatsapp/Twitter/Instagram/Facebook*)
 10. Saya dapat mengakses informasi mengenai koleksi perpustakaan sekolah melalui akun *TikTok* @perpustakaanmansabdg dengan cepat
 11. Saya tidak perlu mengeluarkan biaya lebih untuk mengakses konten melalui akun *TikTok* @perpustakaanmansabdg
-

12. Saya yakin dengan kredibilitas konten *BookTok* di akun *TikTok* @perpustakaanmansabdg

3.6 Instrumen dan Uji Coba Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, angket digunakan untuk mengumpulkan data terkait dengan produk yang sudah dirancang. Dengan menggunakan angket peneliti akan mengetahui hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki dan yang sudah baik untuk ditampilkan melalui produk. Angket disusun dengan mengacu kepada kisi-kisi yang dibuat oleh peneliti mempunyai beberapa jenis yang ditinjau dari penilaian para ahli. Dalam pembuatannya, angket dikembangkan oleh penelitidan dilakukan proses *Expert Judgement* oleh para ahli dan pemustaka sebagai *user*. Berikut adalah angket penelitian yang digunakan:

Tabel 3.2

Instrumen Penilaian Pemilihan Media

| No. | Indikator | Penilaian | | | |
|---------------|---------------------------------------|---------------|--------|--------------|---------------------|
| | | Sangat Setuju | Setuju | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
| Tujuan | | | | | |
| 1. | <i>BookTok</i> menggunakan media yang | | | | |

sesuai untuk
tujuan promosi
koleksi
perpustakaan

2. *BookTok*

menggunakan
media yang
inovatif

Efektivitas

3. *BookTok*

menggunakan
media yang
efektif untuk
promosi koleksi
perpustakaan

Fleksibilitas

4. *BookTok*

menggunakan
media yang
mudah diakses
oleh staf
perpustakaan

5. *BookTok*

menggunakan
media yang
mudah diakses
oleh pemustaka

| | |
|----|---|
| 6. | Media yang dipilih tidak menyimpang dan tidak mengandung unsur SARA |
| 7. | Media yang dipilih dapat bermanfaat dalam jangka waktu lama |

Tabel 3.3

Instrumen Penilaian Pembuatan Konten yang Baik

| No. | Indikator | Penilaian | | | |
|-----|--|---------------|--------|--------------|---------------------|
| | | Sangat Setuju | Setuju | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
| | Kematangan Konsep | | | | |
| 1. | Konsep <i>BookTok</i> dirancang secara matang sesuai dengan tujuan | | | | |

promosi
koleksi
perpustakaan

2. Konsep
BookTok
dirancang
secara matang
untuk
menjangkau
pemustaka
-

Kecakupan Detail Informasi

3. Konten
BookTok
disampaikan
secara detail
-

4. Konten
BookTok
mudah untuk
dipahami
-

Relevansi Konten

5. Konten
BookTok
relevan
dengan tujuan
promosi
koleksi
perpustakaan
-

-
6. Konten
BookTok
relevan untuk
kebutuhan
informasi
pemustaka
-

Kualitas Konten

7. Kualitas audio
dari konten
BookTok
sangat baik
-

8. Kualitas
visual dari
konten
BookTok
sangat baik
-

Interaksi Konten

9. Konten
BookTok
sangat
interaktif
-

10. Konten
BookTok
berpeluang
memotivasi
pemustaka
-

Tabel 3.4

Instrumen Uji Kelayakan Media Promosi

| No | Indikator | Penilaian | | | |
|---------------------------|--|---------------|--------|--------------|---------------------|
| | | Sangat Setuju | Setuju | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
| <i>Online Communities</i> | | | | | |
| 1. | Saya dengan mudah menemukan komunitas terkait konten <i>BookTok</i> melalui akun <i>TikTok</i> @perpustakaanmansabdg | | | | |
| 2. | Saya dapat berdiskusi dengan sesama pengguna melalui akun <i>TikTok</i> @perpustakaanmansabdg | | | | |
| <i>Interaction</i> | | | | | |
| 3. | Saya dapat berinteraksi dengan pengguna lain melalui akun <i>TikTok</i> @perpustakaanmansabdg | | | | |
| 4. | Saya menggunakan fitur <i>like</i> dan <i>comment</i> untuk memberikan umpan balik/ <i>feedback</i> terhadap konten <i>BookTok</i> di akun | | | | |

TikTok

@perpustakaanmansabdg

5. Saya mendapatkan informasi terbaru mengenai koleksi perpustakaan sekolah melalui akun *TikTok*
@perpustakaanmansabdg
-

Sharing of Content

6. Saya dapat melakukan pertukaran informasi melalui akun *TikTok*
@perpustakaanmansabdg
-

7. Saya merekomendasikan konten *BookTok* kepada teman-teman
-

8. Saya termotivasi untuk melihat konten *BookTok* dikarenakan jumlah *views* video yang banyak
-

9. Saya mendapatkan tautan konten *BookTok* dari media sosial lain (contoh: *Whatsapp/Twitter/Instagram/Facebook*)
-

Accessibility

10. Saya dapat mengakses informasi mengenai koleksi
-

perpustakaan sekolah
melalui akun *TikTok* @perpus
takaansmansabdg dengan
cepat

- 11.** Saya tidak perlu mengeluarkan biaya lebih untuk mengakses konten melalui akun *TikTok* @perpustakaanmansabdg
-

Credibility

- 12.** Saya yakin dengan kredibilitas konten *BookTok* di akun *TikTok* @perpustakaanmansabdg
-

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data secara deskriptif. Statistik deskriptif merupakan bidang ilmu statistika yang mempelajari cara-cara pengumpulan, penyusunan, dan penyajian data dari suatu penelitian. Statistik deskriptif berhubungan dengan hal-hal yang menguraikan dan memberikan keterangan mengenai suatu data, keadaan, atau fenomena. Dapat disimpulkan bahwa statistika deskriptif hanya melihat gambaran secara umum dari data yang sudah diperoleh.

Data yang sudah diperoleh kemudian dianalisis sehingga menghasilkan gambaran terkait dengan karakteristik masing-masing variabel. Data yang telah diperoleh dari angket akan dianalisis dengan menggunakan skala *likert*.

Adapun tabel kriteria penilaian sebagai berikut:

Tabel 3.5
Kriteria Penilaian

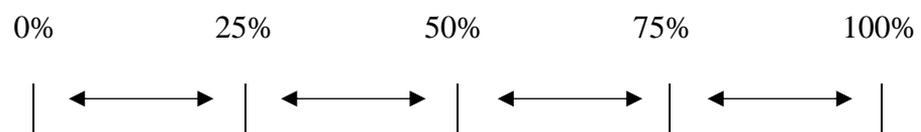
| Kriteria Penilaian | Skor |
|---------------------|------|
| Sangat Setuju | 4 |
| Setuju | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

Proses perhitungan persentase pada penelitian ini akan dilakukan membandingkan antara frekuensi hasil yang diperoleh dengan hasil yang diharapkan. Rumus yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Persentase: } \frac{\text{Frekuensi yang diperoleh}}{\text{Frekuensi yang diharapkan}} \times 100\%$$

Kemudian hasil data yang diperoleh disesuaikan dengan kategori skala *rating*:

Gambar 3.3 Kategori Skala Pengukuran



Berdasarkan kategori skala pengukuran yang dipaparkan kedalam bentuk persentase, maka skala yang diperoleh akan dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 3.6
Skala Persentase

| Kriteria Penilaian | Persentase |
|----------------------------|-------------------|
| Sangat Setuju | 76%-100% |
| Setuju | 51%-75% |
| Tidak Setuju | 26%-50% |
| Sangat Tidak Setuju | 0-25% |