

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan *Design Thinking*

Melalui pendekatan *Design Thinking*, diharapkan aplikasi atau produk yang dihasilkan mampu membangun koneksi yang lebih mendalam dan bermakna dengan pengguna, sehingga tidak hanya sekadar menciptakan produk yang fungsional, tetapi juga memberikan pengalaman pengguna yang optimal. Selain itu, *Design Thinking* tidak hanya terbatas pada aspek perasaan atau intuisi pengguna, tetapi juga berfokus pada keseluruhan pengalaman pengguna selama berinteraksi dengan sistem yang dirancang (Puspita et al., 2020). Metode ini terdiri dari lima tahapan penting, yang diawali dengan tahap empati (*empathize*), di mana pengembang berusaha memahami kebutuhan dan masalah pengguna secara mendalam. Proses ini diakhiri dengan tahap uji coba (*testing*), yang bertujuan untuk memastikan bahwa solusi yang dihasilkan benar-benar sesuai dengan harapan dan kebutuhan pengguna setelah melalui berbagai literasi dan penyempurnaan berdasarkan umpan balik yang didapatkan dari pengujian tersebut.

3.1.1. *Emphasize* (Pengumpulan Data)

Dalam *Design Thinking*, tahap empati berpusat pada memahami secara menyeluruh masyarakat atau pengguna yang menjadi target solusi. Agar desainer dapat memahami kebutuhan, masalah, dan perspektif emosional pengguna, proses ini melibatkan pengalaman langsung dan observasi. Pendekatan empati sangat penting karena memungkinkan desainer melihat masalah dari sudut pandang pengguna daripada bergantung pada pendapat mereka sendiri. Studi tentang penerapan fase empati dalam *Design Thinking* banyak digunakan di Indonesia dalam bidang pendidikan dan bisnis. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati et al. (2020)

menunjukkan bahwa menggunakan desain pembelajaran yang empati dapat membantu guru memahami kesulitan yang dihadapi siswa saat belajar secara online. Selain itu, penelitian oleh Santoso dan Wijaya (2021) menemukan bahwa perusahaan rintisan di Indonesia yang menerapkan tahap empati dengan baik cenderung menghasilkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

3.1.2. *Define* (Analisis Kebutuhan)

Setelah memahami pengguna, tahap berikutnya adalah mendefinisikan masalah yang perlu diselesaikan. Dalam tahap ini, informasi yang diperoleh dari tahap empati dikumpulkan dan dianalisis untuk merumuskan *problem statement* atau pernyataan masalah yang jelas dan spesifik. Tujuan dari tahap ini adalah memastikan bahwa masalah yang diidentifikasi benar-benar mencerminkan kebutuhan dan hambatan utama yang dihadapi pengguna. Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa pendekatan yang sistematis dalam mendefinisikan masalah dapat meningkatkan efektivitas solusi yang dirancang. Misalnya, studi oleh Setiawan et al. (2022) dalam konteks pengembangan UMKM menunjukkan bahwa bisnis yang menggunakan metodologi *Design Thinking* untuk mendefinisikan tantangan pelanggan dapat menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dalam sektor kesehatan, penelitian oleh Lestari dan Nugroho (2019) menemukan bahwa penggunaan *Design Thinking* dalam mendefinisikan masalah pasien dapat meningkatkan pelayanan kesehatan berbasis teknologi di rumah sakit.

3.1.3. *Ideate* (Peramuan Konsep)

Tahap ini adalah saat dimana tim kreatif menciptakan sebanyak mungkin ide yang bisa menjadi solusi atas masalah yang telah didefinisikan. Dalam tahap ini, berbagai teknik seperti *brainstorming*, *mind mapping*, dan *SCAMPER* digunakan untuk menghasilkan ide yang inovatif. Fokus utama dari

tahap ini adalah berpikir luas dan tidak membatasi kreativitas, agar solusi yang muncul benar-benar beragam dan segar. Di Indonesia, tahap ideasi telah diterapkan dalam berbagai konteks, termasuk inovasi produk dan strategi bisnis. Penelitian oleh Harahap et al. (2020) menyoroti bagaimana perusahaan rintisan (*startups*) menggunakan sesi brainstorming berbasis *Design Thinking* untuk mengembangkan produk digital yang lebih relevan dengan kebutuhan pelanggan lokal. Dalam dunia pendidikan, studi oleh Prasetyo (2021) membahas bagaimana guru menggunakan teknik ideasi untuk merancang metode pembelajaran yang lebih interaktif dan menarik bagi siswa selama pandemi COVID-19.

3.1.4. *Prototype* (Perancangan)

Tahap prototipe merupakan proses membuat representasi awal dari solusi yang telah diideakan. Prototipe bisa berbentuk sketsa, model sederhana, aplikasi awal, atau rancangan sistem yang memungkinkan pengguna untuk mencoba solusi sebelum dikembangkan lebih lanjut. Tahap ini penting karena memungkinkan desainer untuk menguji konsep mereka dengan cepat dan mendapatkan umpan balik langsung sebelum masuk ke tahap implementasi penuh. Beberapa penelitian di Indonesia menunjukkan efektivitas tahap ini dalam berbagai sektor. Misalnya, studi oleh Widodo et al. (2021) menemukan bahwa pembuatan prototipe aplikasi e-commerce berbasis *Design Thinking* membantu pengembang memahami fitur yang benar-benar dibutuhkan oleh pengguna. Dalam dunia arsitektur dan desain produk, penelitian oleh Handoko (2020) menyoroti bagaimana prototipe fisik memungkinkan desainer untuk menyesuaikan elemen fungsional dan estetika sebelum produksi massal.

3.1.5. *Testing* (Pengujian)

Tahap terakhir dalam *Design Thinking* adalah pengujian solusi yang telah dikembangkan pada pengguna nyata. Dalam proses ini, umpan balik

dikumpulkan untuk mengevaluasi apakah solusi benar-benar menyelesaikan masalah yang telah diidentifikasi. Jika ada kekurangan, tim dapat kembali ke tahap sebelumnya untuk memperbaiki atau menyempurnakan solusi. Di Indonesia, pengujian berbasis *Design Thinking* telah diterapkan dalam berbagai bidang. Misalnya, studi oleh Suryanto et al. (2022) membahas bagaimana perusahaan fintech menggunakan metode pengujian langsung dengan pengguna untuk memastikan aplikasi pembayaran digital mereka mudah digunakan oleh masyarakat awam. Dalam bidang pendidikan, penelitian oleh Susanto dan Lestari (2021) menunjukkan bahwa pengujian terhadap modul pembelajaran berbasis *Design Thinking* membantu meningkatkan efektivitas materi dalam meningkatkan pemahaman siswa.

3.2. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini ada tiga sebagai berikut:

1) Observasi

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode Participant Observation yang mencakup berbagai strategi lapangan yang dilakukan secara bersamaan, termasuk analisis dokumen, wawancara dengan informan/responden, keterlibatan langsung, pengamatan, dan introspeksi. Tujuan dari pendekatan ini adalah untuk mengembangkan perspektif dari dalam (*insider's view*) mengenai apa yang sedang terjadi. Dengan kata lain, peneliti tidak hanya “melihat” tetapi juga “merasakan” dinamika kelompok yang diamati.

2) Wawancara

Wawancara adalah tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih secara langsung atau percakapan dengan maksud tertentu. Dalam hal ini peneliti menggunakan wawancara terpimpin, dimana tanya jawab terarah untuk mengumpulkan data-data yang relevan saja. Dalam pelaksanaan teknik wawancara, pewawancara harus mampu menciptakan hubungan yang baik

sehingga informan bersedia bekerja sama dan merasa bebas berbicara serta dapat memberikan informasi.

3) Interaksi dengan pengguna

Metode ini melibatkan keterlibatan langsung peneliti dalam berbagai aktivitas bersama pengguna atau responden. Dalam prosesnya, peneliti menjalin komunikasi aktif untuk menggali pengalaman, kebutuhan, serta pandangan mereka terkait topik penelitian. Bentuk interaksi ini bisa berupa diskusi kelompok, survei sederhana, forum, atau sesi umpan balik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami secara lebih mendalam bagaimana pengguna berinteraksi dengan sistem, layanan, atau lingkungan yang sedang dikaji.

3.3. Proses Desain

Salah satu metode pengumpulan data adalah angket, yang dilakukan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan kepada orang yang disurvei, baik secara lisan maupun tertulis. Sugiyono (2018) menyatakan bahwa pendekatan ini merupakan metode yang berhasil untuk mengumpulkan informasi dari berbagai sumber yang relevan. Angket digunakan sebagai alat penting untuk pengumpulan data dalam penelitian ini. Itu ditujukan kepada sejumlah kelompok responden, termasuk ahli media, ahli materi, dan pengguna potensial.

3.3.1. Angket Validasi Ahli Media

Alat validasi ahli media terdiri dari empat metrik: desain tampilan, keterbacaan, keefektifan, dan kelengkapan. Untuk mengetahui tingkat kelayakan produk yang sedang dikembangkan, instrumen ini dibuat. Kisi-kisi untuk validasi ahli media dalam instrumen ini diadaptasi dari penelitian yang dilakukan oleh Rizky Alhamid Syam, (2024) “Rancangan Indeks Beranotasi Mitos Ungkapan Kepercayaan Masyarakat Kecamatan Basa Ampek Balai

Tapan Kabupaten Pesisir Selatan” memodifikasi dan menyesuaikan kisi-kisi tersebut dengan konteks penelitian yang sedang dilakukan saat ini.

Tabel 3. 1 kisi-kisi validasi ahli konten desain rancangan produk

No	Butir Soal	Penilaian			
		A	B	C	D
1	Kemenarikan Desain Cover				
2	Kemenarikan Desain Kata Pengantar				
3	Kemenarikan Desain Daftar Isi				
4	Kemenarikan Desain Pendahuluan				
5	Kemenarikan Desain Petunjuk Pengguna				
6	Kemenarikan Desain Isi				
7	Kemenarikan Desain Glosarium				
8	Kemenarikan Desain Biografi Penulis				

Tabel 3. 2 kisi-kisi validasi ahli konten rancangan produk

No	Aspek Penilaian	Butir Soal	Penilaian			
			A	B	C	D
1	Tampilan	Penggunaan Warna				
		Penggunaan Gambar				
		Penggunaan Warna Font				
2	Teks	Penggunaan Font				
		Penggunaan Ukuran Font				
		Penulisan Sesuai EYD				
3	Produk	Keefektifan				
		Tingkat Kemenarikan				

		Ke Inti Pembahasan				
4	Manfaat	Pelestarian Pengetahuan				
		Pengenalan Kebudayaan				

3.3.2. Angket Validasi Ahli Materi

Metode validasi ahli materi melibatkan penilaian validator ahli terhadap empat elemen: validitas isi, bahasa, penyajian, dan kelayakan buku panduan. Tujuan dari pengembangan instrumen ini adalah untuk mengetahui tingkat kelayakan produk yang sedang dirancang, yang akan digunakan sebagai masukan untuk perbaikan. Kesimpulan untuk validasi ahli media dalam instrumen ini disesuaikan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizky Alhamid Syam, (2024) “Rancangan Indeks Beranotasi Mitos Ungkapan Kepercayaan Masyarakat Kecamatan Basa Ampek Balai Tapan Kabupaten Pesisir Selatan”. Meskipun fokus penelitian berbeda, produk yang dihasilkan sama. Oleh karena itu, peneliti mengubah dan menyesuaikan kisi-kisi tersebut untuk relevansi penelitian saat ini. Rincian kisi-kisi instrumen validasi ahli media dilampirkan.

Tabel 3.3 Kisi-kisi Validasi Ahli Materi

No	Aspek Penilaian	Butir Soal	Penilaian				
			1	2	3	4	5
1	Materi	Pembenaran Sumber Materi					
		Kemudahan Pemahaman					
		Ketertarikan Materi					
2		Kesusaiaan EYD					

	Penggunaan Bahasa	Kejelasan Bahasa					
		Pemahaman Bahasa					
3	Kesesuaiaan Produk	Kevalidan Produk					
		Keefektifan Produk					
		Kepraktisan Produk					

3.3.3. Angket Uji Coba Kelompok Kecil dan Kelompok Besar

Angket uji coba kelompok besar dan kecil, juga dikenal sebagai uji coba lapangan, didukung oleh elemen seperti visual, teks, media, dan keuntungan.

Tabel 3. 4 Kisi-kisi Uji Coba Lapangan

No	Aspek Penilaian	Butir Soal	Penilaian				
			1	2	3	4	5
1	Tampilan	Kesesuaian Cover					
		Kemenarikan Cover					
		Kejelasan Gambar					
		Kejelasan Warna Gambar					
		Jenis dan Huruf					
		Kesesuain Ukuran Produk					
2	Isi	Kejelasan Materi					
		Isi Sesuai dengan Topik					
		Kesederhanaan Penyajian Isi					
		Runtutnya Isi					
3	Keterbacaan	Bahasa					

		Keterbacaan Tulisan					
		Komunikatifnya Bacaan					
		<i>To the point</i>					
		Kalimat Mewakili Informasi					
4	Manfaat	Melesatarikan pengetahuan tradisional					
		Sebagai Sumber Informasi					
		Membantu mempelajari Silat					
		Memudahkan mencari pengetahuan Silat					

3.4. Evaluasi Prototipe

Menurut Sugiyono (2019), analisis data dilakukan dengan menggunakan metode skala likert, yang menghitung indikator sikap, persepsi, dan pendapat seseorang yang terkait dengan indeks yang dibuat. Setelah itu, mereka membuat produk lebih baik, jadi mereka membuat judul "Berbagi Pengetahuan dalam Kelompok *Silek Tuo Tanjung Bungo Batu Patah Pagaryurung*" Untuk melakukan penilaian, metode skala likert digunakan. Ini dilakukan dengan mengirimkan formulir yang berisi lima jawaban penilaian, yang terdiri dari:

Tabel 3. 5 Penilaian Skala Likert

Skor	Rincian
1	Sangat Setuju
2	Setuju
3	Kurang Setuju
4	Tidak Setuju
5	Sangat Tidak Setuju

Dengan menggunakan metode di atas, dilakukan perbandingan jumlah pilihan yang telah diisi oleh sampel uji coba produk rancangan “Berbagi Pengetahuan dalam Kelompok *Silek Tuo Tanjung Bungo Batu Patah Pagaryurung*”. Ini dilakukan dengan menggunakan rumus berikut:

$$p = \frac{\sum R}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

p : Presentase skor yang dicari (dengan pembulatan hasil)

$\sum R$: Jumlah Jawaban yang diberikan oleh validator ahli

N : Jumlah skor maksimal atau ideal

Untuk menentukan apakah produk rancangan indeks layak atau tidak, rumus penilaian berikut akan digunakan: Hasil dan pencapaian dari penilaian kelayakan produk yang sudah dibuat akan digunakan untuk mempertimbangkan kelayakan produk indeks beranotasi yang dibuat.

$$p = \frac{\text{Jumlah Skor Hasil Pengumpulan Data}}{\text{Jumlah Skor Maksimal Ideal}} \times 100$$

Keterangan:

P : Hasil Presentasi Kelayakan

Setelah mendapatkan jumlah nilai dari angket, rerata akan dicari dan dikonversikan ke dalam bentuk pernyataan untuk menentukan tingkat kelayakannya. Ini adalah jumlah persentase skornya:

Tabel 3. 6 Batas Kelayakan

Presentase	Kelayakan
81-100%	Sangat Layak
61-80%	Layak
41-60%	Kurang Layak
0-40%	Sangat Kurang Layak

Untuk menentukan tingkat kelayakan produk, tabel di atas akan digunakan sebagai komposisi kelayakannya. Dengan demikian, produk harus mendapatkan poin persentase 61 yang menunjukkan bahwa itu layak atau valid.