

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu kawasan yang saat ini menunjukkan pertumbuhan signifikan adalah **Sungai Bangek**, yang terletak di Kelurahan Balai Gadang, Kecamatan Koto Tangah. Wilayah ini sebelumnya lebih dikenal sebagai kawasan alam dan wisata, namun dalam beberapa tahun terakhir mulai berkembang menjadi kawasan pendidikan karena adanya pembangunan **Kampus III Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang**. (Kementrian Agama Republik Indonesia, 2021)

Pembangunan kampus baru tersebut membawa dampak langsung terhadap perubahan sosial dan ekonomi masyarakat sekitar. Semakin banyak mahasiswa, dosen, dan tenaga kependidikan yang datang dari luar daerah, sehingga meningkatkan kebutuhan akan tempat tinggal sementara seperti rumah kos. Namun, seiring dengan bertambahnya permintaan, belum tersedia sistem informasi yang dapat membantu masyarakat maupun mahasiswa dalam mencari kos secara efisien dan akurat di kawasan Sungai Bangek

Kehadiran kampus baru di daerah Sungai Bangek tidak hanya membawa dampak positif dalam memperluas akses pendidikan tinggi, tetapi juga mendorong berkembangnya lingkungan sekitar dari segi ekonomi dan sosial. Aktivitas akademik yang semakin meningkat tentu saja akan diikuti oleh meningkatnya mobilitas mahasiswa dan civitas akademika yang membutuhkan hunian sementara di sekitar kawasan kampus.

Kos-kosan menjadi pilihan utama bagi mahasiswa, dosen, dan staf kampus yang membutuhkan tempat tinggal yang dekat dengan lingkungan kampus. Namun demikian hingga saat ini informasi mengenai kos-kosan di sekitar Sungai Bangek masih bersifat terbatas, dan belum terdigitalisasi dengan baik. Mahasiswa baru khususnya yang berasal dari luar kota, sering mengalami kesulitan dalam menemukan tempat tinggal yang sesuai karena minimnya informasi mengenai fasilitas, lokasi, harga, dan ketersediaan kamar

Pembangunan Kampus III UIN Imam Bonjol Padang di Sungai Bangek mendorong peningkatan jumlah mahasiswa baru, namun tidak diikuti oleh ketersediaan

informasi akurat mengenai tempat tinggal (kos) di sekitar kampus. Mahasiswa kesulitan mendapatkan informasi kos yang lengkap, sistematis, dan terpercaya.

Sebagian besar informasi kos-kosan masih diperoleh melalui cara konvensional seperti papan pengumuman, informasi dari mulut ke mulut, yang belum tentu memberikan informasi yang akurat atau terverifikasi (Siregar, 2020). Hal ini menyebabkan proses pencarian kos menjadi tidak efisien dan menyulitkan calon penghuni dalam mengambil keputusan.

Berdasarkan hasil wawancara yang penulis lakukan dengan salah satu mahasiswa baru UIN Imam Bonjol Padang pada tanggal 22 Juni 2025 dengan Hijriah Bulan Nuri (Mahasiswa Manajemen Bisnis Semester baru) “ia menyatakan bahwa ia kesulitan dalam pencarian kos karena ia hanya dapat informasi dengan papan pengumuman saja dan ia merasa kesulitan dalam pencarian kos, akhirnya ia harus datang langsung ke kampus supaya dapat informasi kos-kosan.”

Wawancara kedua yang dilakukan oleh penulis dengan Aisyah (Mahasiswa baru KPI) pada 22 Juni “Saya merasa kesulitan dalam mencari kos-kosan dikarenakan belum adanya informasi yang di sebar secara online dan akhirnya ia mencari kos dengan menanyakan kepada teman-teman senior.”

Wawancara ketiga yang dilakukan oleh penulis dengan Carenina Zahra (Mahasiswa baru Manajemen Bisnis) pada 24 Juni 2025 “ia menyatakan kesulitan mencari kos karena tidak adanya tempat khusus untuk pencariannya, dan ia hanya bisa mencari kos dengan menanyakan kepada senior.”

Wawancara keempat yang dilakukan oleh penulis dengan Fudri Rahmadani (Mahasiswa semester III UIN Imam Bonjol Padang) pada 28 Juni 2025 Wawancara tersebut memperoleh data “bahwa ia juga kesulitan mencari kos dikarenakan informasi kos hanya tersebar melalui papan pengumuman depan kos saja,

Wawancara kelima yang dilakukan oleh penulis dengan Rizka Khairatih (Mahasiswa baru IPII UIN Imam Bonjol Padang) “ia mengatakan juga sulit mencari kos dikarenakan kurangnya informasi yang tersebar.”

Untuk mempermudah mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang dalam pencarian kos makan sebaiknya dibuatkan satu rancangan alat penyaluran informasi berupa Pengembangan Media Informasi Hunian Mahasiswa Berbasis Instagram, sehingga

Mahasiswa dapat menemukan kos kosan dengan cepat. Terkadang mahasiswa mendapatkan informasi hanya dari papan pengumuman atau grup whatsapp saja terkadang informasi seperti itu kurang akurat, olehkarna itu mahasiswa membutuhkan informasi yang terpercaya, dan mudah diakses.

Berdasarkan fenomena tersebut, perlu dibuktikan dengan adanya alat telusur informasi berupa Pengembangan Media Informasi Hunian Mahasiswa Berbasis Instagram, Pengembangan Media Informasi Hunian Mahasiswa Berbasis Instagram adalah suatu Kumpulan daftar atau informasi organisasi atau Lembaga yang berisikan informasi mengenai nama, alamat, afiliasi kegiatan, dan sebagainya yang di susun secara sistematis(Sulistyo-Basuki, 2004)

Oleh karena itu diperlukan suatu **Pengembangan Media Informasi Hunian Mahasiswa Berbasis Instagram** yang dapat mengintegrasikan dan menyajikan informasi kos-kosan di sekitar Sungai Bangek secara sistematis, interaktif, dan mudah diakses. Sistem ini diharapkan dapat membantu mahasiswa dan pendatang dalam mencari kos yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka, serta menjadi media promosi yang efektif bagi pemilik kos(Nasution, 2018)

Melalui tugas akhir ini, penulis bermaksud membuat Pengembangan Media Informasi Hunian Mahasiswa Berbasis Instagram yang fokus pada kawasan sekitar kampus baru UIN Imam Bonjol Padang di Sungai Bangek. Rancamngan ini diharapkan mampu menjawab tantangan informasi hunian sementara serta mendukung perkembangan ekosistem kampus yang nyaman dan terintegrasi(Sutabri, 2014)

Direktori ini menggunakan aplikasi Instagram. Instagram cocok digunakan karena visual, cepat dan banyak yang menggunakan Gen Z, dan dikarenakan Instagram juga salah satu sosial media yang memiliki jumlah pengguna yang tinggi. Menurut data statistik yang diambil dari laporan yang dibuat oleh We Are Social's, Instagram menempati peringkat kedua dengan persentase pengguna sebesar 85,3%, diikuti oleh Facebook dengan 81,6%, dan TikTok dengan 73,5%. Selanjutnya, pengguna Telegram mencapai 61,3%, sementara X (sebelumnya dikenal sebagai Twitter) mencapai 57,5%. Beberapa aplikasi lain seperti Facebook Messenger

Pinterest, Kuaishou (Kwai dan Snack Video), dan Linkedn juga digunakan oleh Sebagian kecil pengguna, seperti yang terlihat dalam grafik (Annur, 2024). Secara total We Are

Social mencatat ada 139 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia pada bulan Januari 2024. Jumlah ini setara dengan 49,9% dari total populasi nasional.

Dalam kaitannya dengan ilmu perpustakaan, pembuatan direktori kos kosan di Sungai bangek melalui media Instagram dapat dilihat sebagai bentuk pengelolaan informasi. Ilmu perpustakaan mengajarkan pentingnya pengorganisasian, pengindeksan, dan penyebaran informasi agar dapat diakses dengan mudah oleh pengguna. Penerapan prinsip-prinsip ini pada media sosial seperti Instagram tidak hanya membantu dalam mengelola informasi kos kosan, tetapi juga memberikan kontribusi nyata dalam mempermudah akses informasi di era digital.

Direktori ini bertujuan untuk menyediakan informasi yang terstruktur dan mudah diakses tentang *kos kosan di Sungai bangek kota padang*. Dengan menggunakan Instagram sebagai *platform* utama, direktori ini diharapkan dapat menjadi referensi yang handal bagi masyarakat luas. dikarnakan kos kosan yang paling dekat dengan kampus paling banyak di minati mahasiswa.

Berikut tabel yang merangkum data pengguna media sosial berdasarkan laporan *We Are Social* (melalui DataReportal/Kepios) untuk Indonesia dan global:

Tabel. 1. Rangkum pengguna media sosial untuk Indonesia dan global.

Wilayah/ Tahun	Jumlah pengguna media sosial	%dari Total Populasi	Keterangan tambahan.
Global, awal juli 2025	5,41 milyar	65,7 %	Pertumbuhan 241 juta pengguna (+4,7 %) dalam 12 bulan terakhir
Indonesia, Januari 2025	143 juta	50,2 %	Naik 4,0 juta (+2,9 %) dari awal 2024; 126 juta pengguna ≥ 18 tahun (62,7 % dari populasi ≥ 18) 126,8 juta pengguna ≥ 18 tahun (64,8 % dari populasi ≥ 18)

Indonesia, 2025	139 juta	49,9 %	126,8 juta pengguna ≥18 tahun (64,8 % dari populasi ≥18)
-----------------	----------	--------	---

Penjelasan Tambahan

1. Global 2025: Menurut laporan *Digital 2025 Global Overview*, terdapat sekitar 5,24 miliar identitas pengguna media sosial di awal tahun 2025, setara dengan 63,9 % populasi dunia, meningkat sekitar 4,1 % dari tahun sebelumnya
2. Indonesia: Pada Januari 2025, terdapat 143 juta identitas pengguna media sosial—meningkat jumlah dan prosentasenya dibandingkan tahun sebelumnya

Berikut tabel ringkasan data pengguna Instagram di Indonesia berdasarkan laporan We Are Social (Digital 2025 oleh We Are Social & Meltwater, dicatat via DataReportal):

Tabel. 2. Ringkasan data pengguna Instagram

Periode	Jumlah Pengguna Instagram	Persentase dari Populasi Indonesia
Januari 2025	± 103 juta pengguna	angkauan iklan setara 36,3 % populas
April 2025	± 108 juta pengguna	Indonesia peringkat ke-4 terbanyak di dunia

Penjelasan

1. Januari 2025: Data dari DataReportal menunjukkan potensi jangkauan iklan Instagram di Indonesia mencapai sekitar 103 juta pengguna, yang setara dengan **36,3 % dari total** populasi. Dataloka juga mengonfirmasi bahwa jumlah pengguna Instagram mencapai 103 juta pada Januari 2025.
2. April 2025: Menurut laporan We Are Social & Meltwater, Indonesia memiliki sekitar 108,05 juta pengguna Instagram aktif, menjadikannya pengguna Instagram terbanyak ke-4 di dunia

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian Tugas Akhir ini Bagaimana merancang sebuah direktori informasi kos di Sungai Bangek berbasis media sosial Instagram yang valid, efektif dan praktis diakses mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang?

“Kebaruan dari produk ini adalah pemanfaatan platform Instagram sebagai media penyebaran direktori kos berbasis radius kampus, dengan pendekatan user-centered menggunakan metode Design Thinking.”

C. Tujuan Pengembangan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menyusun sebuah Direktori kos di Sungai bangek, Direktori ini akan dapat mempermudah dalam menemukan informasi alamat dan data lainnya dari kos kosan yang ada di daerah Sungai bangek melalui Direktori kos di Sungai bangek.

Direktori dapat memudahkan seseorang dalam mencari informasi tentang suatu objek baik berupa alamat, nomor telepon dan informasi lainnya.

D. Spesifikasi Produk yang Diharapkan

Rancangan Direktori Kos di Sungai Bangek ini menggunakan media Instagram Direktori merupakan alat telusur untuk menemukan Kos di Sungai bangek secara cepat dan tepat. Direktori ini memuat beberapa bagai informasi tentang kos kosan seperti nama, alamat, fasilitas, harga, dan Gambaran kos tersebut yang di muat ke dalam akun Instagram.

E. Pentingnya Pengembangan

Pembuatan peroduk Direktori ini perlu di lakukan, karena belum ada informasi khusus mengenai data dari Direktori kos di Sungai bangek, Direktori ini diharapkan akan mempermudah masyarakat dalam menemukan informasi mengenai Alamat tentang keberadaan Kos di Sungai bangek melalui media Instagram.

F. Defenisi Istilah

Untuk menghindari kesalahan dalam memahami judul penelitian ini, maka penulis menjelaskan istilah yang berkaitan dengan judul tugas akhir sebagai berikut.

a. Direktori

Direktori adalah buku yang berisi daftar nama-nama penduduk, organisasi, atau tempat usaha di suatu kota, sekelompok kota, atau negara. Disusun secara alfabetis, dan/atau berdasarkan lokasi di jalan, atau klasifikasi dagang. Bisa juga berupa daftar profesional, pabrik, atau perusahaan dalam bidang perdagangan atau profesi tertentu.(Prytherch & Raymond, 2005)

b. Kos

Kata "kost" berasal dari bahasa Belanda "in de kost" yang berarti "makan di dalam" atau dalam tafsiran lain berarti "tinggal dan ikut makan" di rumah yang ditumpangi. Budaya kos-kosan pada masa itu digunakan oleh kaum pribumi sebagai sarana untuk meningkatkan status sosial(Agung, 2023) kos merupakan sejenis kamar sewa yang disewa pemilik kos untuk diboooking dengan sejumlah pembayaran selama kurun waktu tertentu, sesuai dengan perjanjian pemilik kamar dan harga yang sudah disepakati. Umumnya, booking kamar dilakukan selama kurun waktu satu tahun. Tempat kos lebih akrab digunakan sebagai domisili, karena kebanyakan tempat kos disewakan dalam jangka waktu yang cukup lama daripada hotel atau penginapan lainnya yang menggunakan hitungan hari. Rumah kos biasanya disewakan untuk mahasiswa, tidak jarang juga disewakan untuk umum

c. Instagram

Instagram berasal dari Kata "insta" yang berarti "instan", seperti kamera Polaroid yang pada saat itu lebih dikenal dengan "foto instan". Instagram juga bisa menampilkan foto secara instan,(Ravy, 2021) mirip dengan Polaroid. Sedangkan kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang digunakan untuk mengirimkan informasi secara cepat kepada orang lain. Sama halnya dengan Instagram, foto bisa diunggah melalui Internet sehingga informasi yang ingin disampaikan bisa cepat diterima. Inilah sebabnya mengapa Instagram merupakan gabungan dari kata instan dan telegram. Kelengkapan fasilitas dan fitur yang ada pada aplikasi ini menjadi daya tarik tersendiri bagi pengguna. Instagram

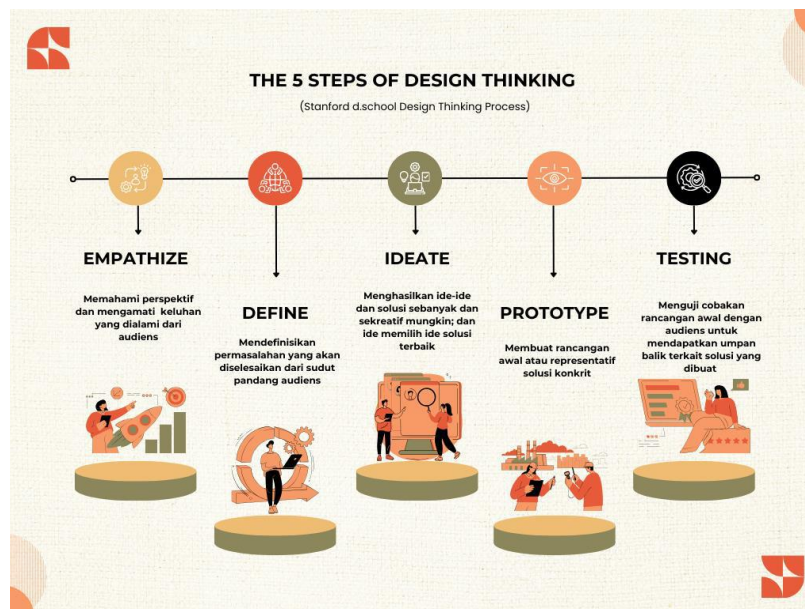
memberikan segala macam kemudahan kepada penggunanya, baik untuk berbagi informasi maupun untuk keperluan bisnis. Terkait penggunaan Instagram untuk keperluan bisnis, pengguna dapat dengan mudah memasarkan dan mempromosikan produk yang ingin dipasarkan melalui aplikasi ini. Instagram dapat memberikan kemudahan bagi produsen dan konsumen. Instagram menyediakan berbagai fitur yang mempermudah pengguna dalam mengakses dan menyebarkan informasi.

Dari definisi istilah diatas dapat disimpulkan bahwa direktori kos di Sungaibangek merupakan data kos kosan yang ada di Sungai bangek yang di sajikan secara singkat dan jelas dengan mencantumkan keterangan seperti foto kos, alamat, harga, fasilitas, dan kapasitas dan informasi lainnya kemudian direktori kos ini juga di lengkapi dengan hastag.

F. Metode Pengembangan

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian *Design Thinking*. Hasso Platner mengemukakan terkait penelitian ini memberikan pendekatan berdasarkan solusi untuk menyelesaikan masalah. Metode ini berguna untuk mengatasi masalah yang kompleks karena membingkai ulang masalah dengan cara menciptakan banyak ide dalam proses *Brainstorming*, dan menggunakan pendekatan langsung untuk membuat *prototype* dan pengujian. *Design Thinking* cocok digunakan sebagai solusi yang kreatif dan inovatif agar dijadikan sebagai media evaluasi perbaikan terkait sesuatu yang telah tersedia. Adapun tahapan dalam proses *design thinking* yaitu *emphatize, define, ideation, prototype, dan testing* (Stanford d school, 2010). Dengan memahami lima proses tahapan tersebut di dalam proses perancangan, maka masalah kompleks yang dihadapi oleh pengguna dapat terpecahkan (Dam & Siang, 2020) Berikut rincian tahapan yang dilalui sebagai berikut.



Gambar.1. Prosedur Penelitian Design Thinking

Sumber: (Stanford d school, 2010)

Prosedur rancangan Direktori kos di Sungai bangek ini menggunakan penelitian *Design Thinking* dan dilakukan dengan 5 tahapan yaitu *emphatize*, *define*, *ideation*, *prototype*, dan *testing*. Metode penelitian ini cocok untuk diterapkan dalam penyusunan Direktori yang memungkinkan dalam pengembangan solusi yang lebih relevan dan efektif (Stanford d school, 2010). Sehingga pada penelitian ini mengadaptasi didalam bentuk media Instagram.

Metode *Design Thinking* dipilih dalam penelitian ini karena pendekatannya yang fleksibel, iteratif, dan berorientasi pada pengguna, khususnya Mahasiswa baru UIN Imam Bonjol Padang. Berbeda dengan pendekatan lain yang lebih berfokus pada tahapan linear mulai dari studi pendahuluan, pengembangan produk, hingga uji validasi. *Design Thinking* lebih adaptif dalam mengakomodasi perubahan kebutuhan berdasarkan wawasan langsung dari pengguna. Metode lain biasanya digunakan dalam pengembangan produk teknologi atau sistem berbasis ilmiah yang membutuhkan pengujian yang lebih ketat sebelum diimplementasikan (Swarnadwitya, 2020). Sementara itu, *Design Thinking* memungkinkan pendekatan yang lebih *human-centered*, di mana proses iteratif memungkinkan perbaikan dan

penyempurnaan produk berdasarkan umpan balik yang diperoleh pada setiap tahap pengembangan.

Perbedaan utama dari pendekatan ini terletak pada fleksibilitas dan orientasi prosesnya. *Design Thinking* menawarkan pendekatan yang lebih fleksibel dan iteratif, memungkinkan penyesuaian berkelanjutan berdasarkan umpan balik pengguna dan perubahan kondisi lapangan. Sementara itu, pendekatan lain cenderung mengikuti tahapan yang lebih kaku dan linear, dengan fokus pada pengembangan produk berdasarkan penelitian awal tanpa penyesuaian berkelanjutan selama proses pengembangan (Okpatrioka, 2023).

Dalam konteks pembuatan Direktori kos di Sungai Bangek, *Design Thinking* dipilih karena pendekatannya yang adaptif dan berpusat pada pengguna. Dengan memahami kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh mahasiswa secara mendalam, solusi yang dihasilkan melalui proses *Design Thinking* diharapkan lebih relevan dan efektif dalam implementasinya (Swarnadwitya, 2020). Pendekatan ini memastikan bahwa solusi yang dihasilkan benar-benar berbasis kebutuhan pengguna, bukan hanya berbasis teori, sehingga memiliki potensi implementasi yang lebih tinggi dibandingkan metode lain yang lebih kaku dan tidak selalu responsif terhadap kebutuhan spesifik. Berikut tahapan yang dilalui dalam penelitian ini sebagai berikut.

2. Tahapan Penelitian

a. *Emphatize* (Pengumpulan Data)

Pada tahapan ini, peneliti melakukan penelitian kepada mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang dengan beberapa sistematika yaitu observasi, wawancara dan kuesioner. Tujuan dari tahapan ini untuk mengumpulkan data yang diperlukan dan memahami hambatan apa saja yang dialami dalam Pencarian kos di Sungai bangek hingga dapat diketahui secara tepat sasaran. Hasil yang didapat bisa berdasarkan informasi yang diperoleh ketika di lapangan.

Pada pengumpulan data ini, peneliti melakukan wawancara dengan Mahasiswa Baru UIN Imam Bonjol Padang untuk mengetahui apa saja tantangan yang di hadapi mereka dalam peroses pencarian kos di Sungai

bangek, Dalam tahapan wawancara peneliti melakukan wawancara terhadap empat orang Mahasiswa baru UIN Imam Bonjol Padang, Wawancara dilakukan dengan menggunakan panduan wawancara semi-terstruktur, yang mencakup tentang apa saja yang menjadi kendala dalam pencarian kos di Sungai bangek dan apa saja yang mereka butuhkan untuk menemukan kos yang sesuai kreteria mereka.

Data hasil wawancara dianalisis dengan metode analisis tematik, yaitu dengan mengidentifikasi pola, tema, dan kategori utama dari jawaban yang diberikan oleh responden. Proses ini dimulai dengan transkripsi wawancara, kemudian dilakukan pengodean data untuk mengelompokkan jawaban berdasarkan tema yang muncul, seperti kendala dalam proses pencarian kos dan Solusi yang diusulkan Wawancara ini dilakukan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan dari pengguna (Presman, 2019).

b. Define (Analisis Kebutuhan)

Dalam tahapan ini, berisikan kegiatan penetapan dan pendefinisian hal-hal yang diperlukan untuk suatu pengembangan. Tahap ini berupa analisis-analisis yang dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang kebutuhan dan dapat mengidentifikasi fokus permasalahan yang dihadapi untuk menghasilkan produk yang efektif dan efisien(Sari, 2023). Analisis kebutuhan target audiens serta analisis ide dan konsep juga diperlukan.

Pada tahap analisis kebutuhan dilakukan untuk merumuskan fokus permasalahan sulitnya menemukan kos di Sungai bangek, misalnya sulit informasinya, menemukan alamat dan nomor hp pemilik kos, maka dalam tahapan analisis kebutuhan dapat menyusun *problem statement* yang berfokus sehingga Upaya pembuatan direktori kos di Sungai bangek bisa menjawab kebutuhan utama analisis ini peneliti berupaya menggali lebih dalam mengenai kondisi terkini terkait susahnya pencarian kos di Sungai bangek yang mungkin menjadi penyebab munculnya kendala misalnya ketidaksesuaian kos, alamat dan nomor hp dan kurangnya promosi. Degan peneliti dapat merumuskan pernyataan masalah (*problem statement*) yang relevan dan terfokus, yang akan menjadi dasar pembuatan Direktori kos di

Sungai bangek yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan Sehingga, dapat memastikan bahwa solusi yang dihasilkan sesuai dengan keutuhan nyata dan dapat diimplementasikan secara efektif.

c. Ideate (Peramuan Konsep)

Pada tahap ini, mengumpulkan berbagai ide dan solusi setelah memperoleh masalah pada tahap *empathize* dan sudah didefinisikan pada tahapan *define* dengan melakukan *brainstorming* untuk memecahkan permasalahan yang ada (Melinta, 2023). Konsep ini dilakukan bertujuan agar proses pengembangan produk yang dilakukan berjalan searah dan sistematis sesuai alur yang sudah dibuat. Salah satu hal yang paling penting dilihat adalah menetapkan tujuan penggunaan karena berkaitan dengan manfaat yang diberikan dan memainkan peran penting dalam menghasilkan solusi inovatif (Brown, 2019)

Dalam penelitian ini, analisis konsep akan didasarkan pada literatur terkait penyusunan direktori Konsep direktori yang dikembangkan dalam penelitian ini ialah dengan media Instagram yang memuat informasi sistematis mengenai data kos di wilayah Sungai Bangek, seperti nama pemilik, alamat lengkap, harga sewa, fasilitas yang tersedia, serta kategori kos (putra, putri, campuran). Direktori ini disusun sebagai alat bantu bagi mahasiswa, pekerja, atau masyarakat umum yang membutuhkan informasi tempat tinggal secara cepat dan akurat.

d. Prototype (Perancangan)

Setelah mendapatkan ide dan solusi yang dihasilkan dengan *brainstorming* pada tahap *ideate*, langkah selanjutnya adalah membuat visualisasi ide dan gagasan yang sudah diperoleh sebelumnya. Tahapan selanjutnya yaitu ide dan gagasan tersebut dituangkan dalam bentuk rancangan awal atau *book outline* yang akan membantu perancang melakukan uji coba tahap awal kepada calon pengguna (Pratiwi, 2022)

Tahapan ini merencanakan langkah-langkah penyusunan direktori kos dalam bentuk konten informatif yang disebarakan melalui media Instagram. Uji coba dilakukan secara terbatas dengan mempublikasikan beberapa unggahan

awal yang berisi informasi kos di wilayah Sungai Bangek. Tujuannya untuk mengetahui sejauh mana konten tersebut mudah dipahami, menarik, dan bermanfaat bagi pengguna, khususnya mahasiswa atau masyarakat yang mencari tempat tinggal. Melalui fitur interaktif di Instagram seperti komentar, pesan langsung (DM), dan polling, pengguna dapat memberikan umpan balik secara langsung. Masukan tersebut berguna untuk mengidentifikasi kekurangan konten, memperbaiki format penyajian informasi, dan menyempurnakan strategi komunikasi agar direktori lebih relevan, mudah diakses, serta efektif sebagai media informasi. Tahap ini memungkinkan pustakawan bisa memberikan umpan balik langsung, yang nantinya berguna untuk mengidentifikasi area yang perlu perbaikan.

e. **Testing (Pengujian)**

Pada tahapan ini peneliti melakukan pengujian terhadap rancangan awal produk yang telah dibuat. Validasi ahli media dan ahli materi adalah langkah awal dalam memastikan bahwa Direktori kos di Sungai bangek yang dikembangkan memiliki kualitas yang baik sebelum diuji pada skala yang lebih luas.

Setelah rancangan produk disetujui, selanjutnya dilakukan uji coba pada masyarakat yakni melalui uji coba kelompok kecil dan uji coba kelompok besar. Tahapan uji coba lapangan ini dilakukan setelah melalui validasi dari ahli lalu selanjutnya pada uji coba kelompok kecil dan kelompok besar (Hafiz, 2019). Tahapan pengujian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kelayakan atau kevalidan produk agar sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

Setiap penilaian dan pengujian yang dilakukan setelah validasi oleh ahli media, ahli materi, dan uji coba lapangan kelompok kecil dan kelompok besar akan memberikan informasi tentang kelayakan produk. Semua masukan dari validator (media dan materi) akan dikumpulkan. Setelah itu, uji coba akan menghasilkan kritik dan rekomendasi yang akan digunakan sebagai dasar revisi. Perbaikan ini dilakukan untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan dan mencapai hasil terbaik. Responden untuk uji lapangan kelompok kecil

yaitu 4 orang Mahasiswa baru UIN Imam Bonjol Padang sedangkan uji kelompok besar yaitu 20 orang mahasiswa, atau masyarakat yang berlatar belakang sesuai dengan penelitian.

