

BAB III

HASIL PENGEMBANGAN

A. Temuan Penelitian

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa Pengembangan Media Informasi Hunian Mahasiswa Berbasis Instagram dengan Pendekatan Design Thinking di sekitar kampus UIN Imam Bonjol Padang bertujuan untuk memudahkan mahasiswa, dan masyarakat untuk mencari kos-kosan. Pengembangan ini diharapkan dapat menjadi acuan praktis dalam pencarian kos di sekitar Sungai Bangek. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang terdiri dari *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *testing* (Clark, 2020).

Setiap tahapan proses ini dirancang untuk menghasilkan inovasi, dimulai dengan tahap *Emphatize*, yang bertujuan mengumpulkan data mengenai masalah-masalah yang ada di lapangan. Setelah data terkumpul, dilakukan analisis pada tahap *Define* untuk mengelompokkan masalah-masalah yang ditemukan dan melakukan analisis mendalam guna menentukan solusi yang tepat. Tahap berikutnya, *Ideate*, adalah tahap perumusan konsep yang akan digunakan untuk mencapai tujuan. Selanjutnya, tahap *Prototype* atau perancangan dilakukan, di mana ide dan konsep tersebut dikembangkan menjadi Pengembangan Media Informasi Hunian Mahasiswa Berbasis Instagram. Setelah rancangan awal produk terbentuk, dilakukan tahap pengujian melalui penilaian dari validator ahli media, ahli materi, serta uji coba oleh pengguna potensial.

1. Emphatize Map

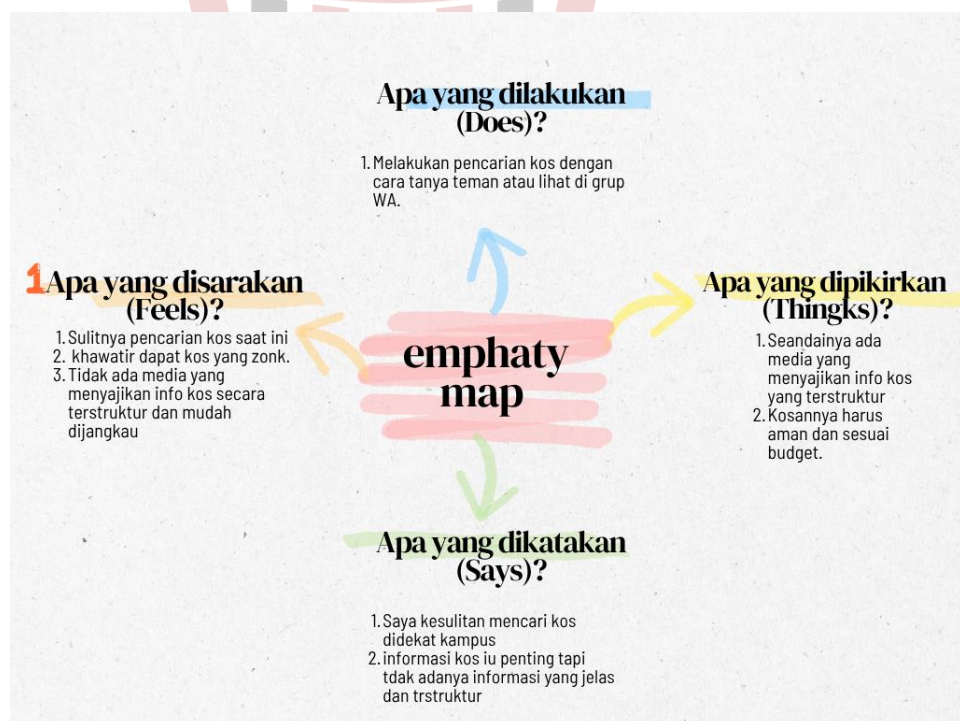
Penelitian ini menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan dan permasalahan pengguna. Salah satu tahapan awal dalam *Design Thinking* adalah *Empathy*, yaitu tahap untuk memahami secara mendalam kondisi, pengalaman, dan kebutuhan target pengguna.

Pada tahap ini, peneliti berupaya menempatkan diri pada posisi pengguna (mahasiswa atau pencari kos) guna memahami tantangan dan kesulitan yang mereka

hadapi saat mencari tempat kos di kawasan Sungai Bangek, Kota Padang, terutama seiring berkembangnya kawasan ini akibat kehadiran kampus baru.

Empathy Map digunakan untuk memahami kebutuhan dalam konteks pencarian kos. Melalui wawancara dan observasi, ditemukan berbagai tantangan dalam Pengembangan Media Informasi Hunian Mahasiswa Berbasis Instagram dengan Pendekatan Dising Thingking di sekitar kampus UIN Imam Bonjol Padang seperti keterbatasan tersebarnya informasi dan kurangnya informasi yang terstruktur

Dengan menggunakan empathy map, dapat diidentifikasi apa yang mereka katakan, pikirkan, rasakan, dan lakukan terkait proses pencarian kos di sekitar Sungai bangek. Pendekatan ini memungkinkan perumusan pernyataan masalah yang lebih akurat serta penyusunan Solusi yang sesuai dengan kebutuhan pemakai dalam pencarian kos di sekitar Sungai bangek berikut adalah emphaty map yang memberikan wawasan mendalam mengenai pengalaman dan tantangan dalam pencarian kos kosan.



Gambaran 3. Hasil Emphaty Map

Sumber : <https://sis.binus.ac.id/2021/03/12/empathy-map-tahap-pertama-memulai-design-thinking/>

Pada tahapan penelitian ini meliputi serangkaian observasi dan wawancara secara mendalam terkait dengan bagaimana proses pencarian kos yang dilakukan oleh mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang, proses pencarian kos yang dilakukan mahasiswa menjadi fokus utama penelitian, dengan tujuan memahami kesulitan yang dihadapi, seperti tidak adanya informasi yang terstruktur, selain itu penelitian ini juga mengeksplor berbagai tantangan dalam proses pencarian kos di sekitar Sungai bangek, seperti kurangnya informasi, informasi hanya didapat melalui papan pengumuman dan dari mulut kemulut saja. Melalui penelitian ini penulis juga menggali lebih dalam bagaimana mahasiswa mengatasi kendala tersebut berikut kutipan wawancara dengan mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang.

Selama saya mencari kos di Sungai bangek saya hanya dapat melihat langsung ke lapangan jadi itu membuat saya kesulitan dikarenakan saya harus pergi ke Lokasi supaya mendapatkan informasi kos, dan juga saya harus bertanya kepada orang sekitar di mana kos yang ada di sekitar sini.

Hijrian Bulan Nuri, 22 juni 2025

Saya mencari kos saya bertanya kepada kakak kelas senior dan juga saya mendapatkan info kos juga dengan berita yang di kirimkan ke grup WA,

Aisyah, 22 juni 2025

Selama proses pencarian kos saya hanya pergi ke Lokasi Sungai bangek saja, karena saya tidak tau mendapatkan informasi dari mana.

Carenina Zahra, 24 juni 2025

Berdasarkan hasil wawancara diatas menunjukkan bahwa proses pencarian kos di sekitar UIN Imam Bonjol Padang masih menghadapi berbagai kendala, terutama kurangnya informasi yang tersebar serta tidak adanya informasi yang terstruktur, hal ini menunjukkan perlunya Pengembangan Media Informasi Hunian Mahasiswa Berbasis Instagram dengan Pendekatan Design Thinking di sekitar kampus UIN Imam Bonjol Padang. Pengembangan media ini

diharapkan dapat mempermudah mahasiswa dalam proses pencarian kos di sekitar UIN Imam Bonjol Padang.

2. *Define* (Analisis Kebutuhan)

Analisis kebutuhan ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana situasi dan masalah yang terjadi di lapangan sehingga dapat ditemukan solusi atau masalah yang ditemui (Nurhalim & Puspita, 2021). Pada penelitian ini, analisis kebutuhan berfokus pada pengembangan inovasi Pengembangan Media Informasi Hunian Mahasiswa Berbasis Instagram dengan Pendekatan Dising Thingking di sekitar kampus UIN Imam Bonjol Padang, dengan tujuan menghasilkan Media Informasi Hunian Mahasiswa Berbasis Instagram proses ini melibatkan penelaahan berbagai masalah yang ditemui dalam pencarian kos, selain itu analisis juga mencakup identifikasi metode pencarian kos yang telah dilakukan mahasiswa serta tantangan yang dihadapi dalam proses pencariannya.

Hasil dari analisis ini digunakan dengan mengumpulkan informasi mengenai kebutuhan audiens, menetapkan tujuan pembuatan Media Informasi Hunian Mahasiswa Berbasis Instagram merumuskan konsep prosuk, serta sasaran yang dicapai. Analisis kebutuhan ini dilakukan melalui wawancara mendalam dengan mahasiswa guna memastikan Media Informasi Hunian Mahasiswa Berbasis Instagram yang dihasilkan dapat menjawab kebutuhan praktis dalam pencarian kos.

Tabel 3. Hasil Analisis Kebutuhan

No	Nama	Pihak	Analisis Kebutuhan
1.	Hijriah Bulan Nuri	Mahasiswa Baru	Menurut saya mahasiswa baru UIN Imam Bonjol Padang sebaiknya media informasi hunian mahasiswa (kos) mencakup diskripsi fasilitas, harga, kapasitas gambaran kos karna Supaya jelas informasinya

			dan juga mudah di akses.
2.	Aisyah	Mahasiswa Baru	Menurut Aisyah mahasiswa Baru UIN Imam Bojol Padang sebaiknya media informasi hunian mahasiswa (kos) ini praktis, mudah di akses dan juga mencakup Fasilitas, harga kapasitas dan juga Gambaran kos bagaimana supaya jelas tampak kosnya dan juga nomor hp pemilik kos.
3.	Carenina Zahra	Mahasiswa Baru	Menurut saya Mahasiswa baru UI Imam bonjol padang media informasi hunian (kos) ini sebaiknya mencakup fasilitas, harga, no telepon atau watshap, dan juga foto kosnya

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukam dengan beberapa mahasiswa baru UIN Imam Bpnjol Padang, terdapat beberapa kesimpulan penting terkait kebutuhan dalam pembuatan media informasi hunian mahasiswa pertama mahasiswa menyampaikan bahwa media inforasi hunian ini harus menyertakan harga kos, fasilitas, kapasitas Gambaran atau foto dan no telepon atau wasthsap pemilikkos supaya mahasiswa mudah menentukan kos mana yang akan ia pilih.

Selain itu juga mahasiswa menetapkan pendekatan yang mudah di akses atau praktis, dan mudah di pahami. Secara keseluruhan wawancara ini menunjukan bahwa media informasi hunian mahasiswa ini yang di butuhkan harus mudah di akses dan praktis.

Berdasarkan observasi awal dan wawancara singkat dengan mahasiswa baru dan pendatang di wilayah Sungai Bangek, informasi yang dibutuhkan antara lain:

- a. Lokasi rumah kos (alamat lengkap dan titik koordinat)
- b. Harga sewa per bulan
- c. Fasilitas yang tersedia (kamar mandi dalam, Wi-Fi, dapur, parkir, dll)
- d. Tipe kos (putra, putri, campur)
- e. Kontak pemilik atau pengelola
- f. Foto atau deskripsi visual kos

Sesuai dengan panduan *Design Thinking* dari Stanford d.School, rumusan pernyataan masalah (*Problem Statement*) berdasarkan *Point of View* (POV) yang setidaknya mengandung 3 unsur elemen:

Tabel 4 . Pernyataan *Problem Statement*

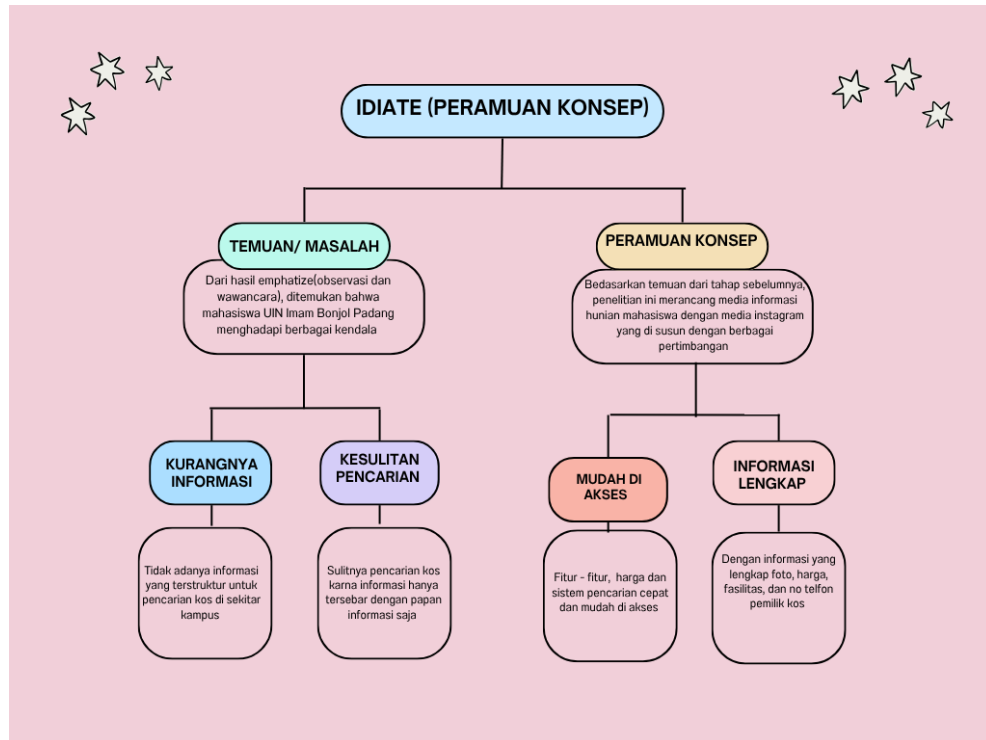
No	Pengguna(User)	Kebutuhan(need)	Wawasan(Insingt)
1.	Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang	Medianya praktis dan mudah di akses dalam pencarian kos	Kesulitan mencari kos yang sesuai menyebabkan stres dan membuang waktu banyak, apalagi bagi mahasiswa luar kota yang tidak familiar dengan area Sungai Bangek
2.	Orang Tua mahasiswa	Rekomendasi kos yang aman dan terpercaya	Ketidakpastian informasi membuat orang tua khawatir dan sulit membantu anak memilih tempat tinggal yang layak
3.	Staf, pegawai dan Dosen UIN Imam Bonjol Padang	Data akomodasi mahasiswa untuk perencanaan non-	Kampus tidak memiliki data terintegrasi terkait kondisi kos mahasiswa,

		akademik	sehingga sulit untuk memberi arahan atau rekomendasi kepada mahasiswa baru
4.	Pemilik kos di Sungai Bangek	Platform untuk mempromosikan kos mereka kepada mahasiswa	Pemilik kos sering kesulitan menjangkau calon penyewa karena keterbatasan media promosi dan belum adanya sistem digital terpusat

3. *Ideate* (Peramuan Konsep)

Penelitian ini berangkat dari konsep inovasi, yang bertujuan untuk menyampaikan pesan penting mengenai perlunya sebuah Media Informasi hunian mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang, Media ini membantu mahasiswa dalam pencarian kos di sekitar kampus UIN Imam Bonjol Padang

Dalam tahapan *idiote* ini memberikan rancangan Solusi praktis berdasarkan hasil temuan pada tahap *Iemphatize* dan *define*. Setelah memahami permasalahan dan kebutuhan pengguna, langkah ini dilakukan untuk meramu konsep untuk menjawab tantangan baru dalam pencarian kos.



Gambar 4.. Peramuan konsep (Idiate)

Pada tahap *define*, analisis kebutuhan menunjukkan bahwa solusi utama yang dibutuhkan adalah adanya Media informasi hunian mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang yang dapat membantu mahasiswa dalam proses pencarian kos secara cepat dan praktis. Dengan perumusan konsep ini, media informasi hunian mahasiswa diharapkan menjadi Solusi nyata bagi mahasiswa dalam mencari kos, selain itu media informasi ini juga dapat menjadi alat promosi bagi masyarakat yang memiliki kos.

4. *Prototype (Rancangan Model)*

Setelah mendapatkan informasi bahan Hasil rancangan model produk dalam pembuatan *Media informasi hunin mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang* ini dituangkan dalam bentuk akun instagram dengan nama @Infokos Sungai bangek akun ini berisi tentang *updatean* seputar kos kosan di Sungai bangek yang berisi foto kos dan informasi lain tentang alamat dari kos di Sungai bangek.

Strategi yang akan dilakukan dalam merancang Produk Direktori *kos di Sungai Bangek* dengan Media Instagram ini adalah sebagai Berikut:

- a. Pengumpulan data

Untuk mengumpulkan data data tentang *media informasi hunian mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang* maka dilakukanlan observasi ke tiap tiap *kos* yang ada di Sungai bangek yang diperoleh melalui wawancara dengan mahasiswa dan Masyarakat.

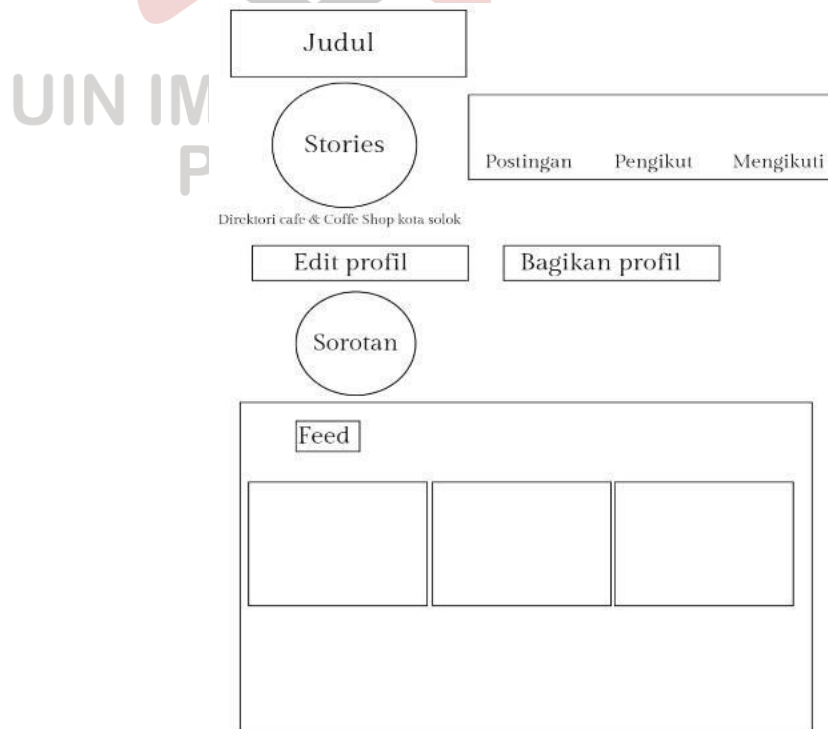
b. Rancangan Direktori Kos di Sungai Bangek menampilkan unsur- unsur seperti:

1. Nama
2. Gambar
3. Alamat
4. Fasilitas
5. Harga
6. Jumlah kamar
7. Foto atau gambar kos
8. No telfon atau Watshap

Setelah semua unsur-unsur terpenuhi, maka penulis melakukan tahap selajutnya yaitu penyusunan terhadap direktori dengan Instagram.

Berikut rancangan produk yang telah di susun:

1. Tampilan akun Instagram



Gambar 5. Tampilan akun instagram

1. Fitur- fitur yang terdiri dari

a. Judul atau nama akun Instagram

Judul digunakan untuk mengetahui identitas atau nama akun instagram pengguna.

b. Stories

Fitur Instagram Stories di Indonesia merupakan fitur Instagram terbaru dan telah menjadi fitur populer untuk promosi. Menurut Instagram, 400 juta Instagram Stories telah diunggah. Indonesia juga disebut sebagai pembuat Instagram story terbesar di dunia. Pelaku ekonomi biasanya membuat konten cerita semenarik mungkin dan menggunakan data yang dimasukkan ke Instagram Insight. Instagram Stories juga memungkinkan Anda membangun percakapan

c. Bio dan Profile

digunakan untuk mempermudah para konsumen menemukan akun Instagram. Instagram telah melakukan pembaruan desain. Pembaruan ini mengubah tampilan profil dan biodata di Instagram. Sekarang, Instagram lebih memfokuskan diri pada jumlah pengikut dan yang diikuti, serta mempersingkat bio, sementara sebelumnya, tampilan Instagram lebih menekankan informasi di bio profil. Bahkan, sekarang kita juga mendapatkan manfaat dari bio profil yang lebih sederhana.

d. Feed/Postingan

Fitur pada foto dan video memungkinkan pengguna untuk mengunggah konten yang kemudian akan ditampilkan di halaman utama pengikut atau pengikut. Fitur unggah foto dan video Instagram memungkinkan pengguna untuk memilih konten dari galeri atau album di ponsel mereka,

atau langsung menggunakan kamera yang tersedia dalam fitur tersebut. Setelah diunggah, gambar atau video dapat disunting menggunakan berbagai efek yang tersedia untuk meningkatkan tampilannya. Pengguna juga dapat mengunggah banyak foto dan video sekaligus dalam satu unggahan dengan jumlah foto atau video yang fleksibel

e. Like

Like adalah fitur Instagram untuk menunjukkan ketertarikan pada foto atau video dengan memberi tanda suka. Followers dapat menyukai unggahan dengan menekan ikon hati di kanan bawah atau dengan mengetuk dua kali pada foto atau video tersebut.

f. Komentar atau Komentor

Komentar terletak di bawah foto atau video, di bagian tengah. Fungsinya untuk memberikan komentar pada postingan yang menarik. Pengguna juga dapat menggunakan tanda @ untuk menyebut nama pengguna lain dalam komentar, sehingga komentar tersebut dapat dilihat oleh pengguna yang disebut

g. Caption

Caption adalah teks atau deskripsi yang terkait dengan foto atau video yang diunggah. Keterangan yang menarik dapat meningkatkan minat followers untuk membaca seluruh konten yang disertakan dalam caption tersebut.

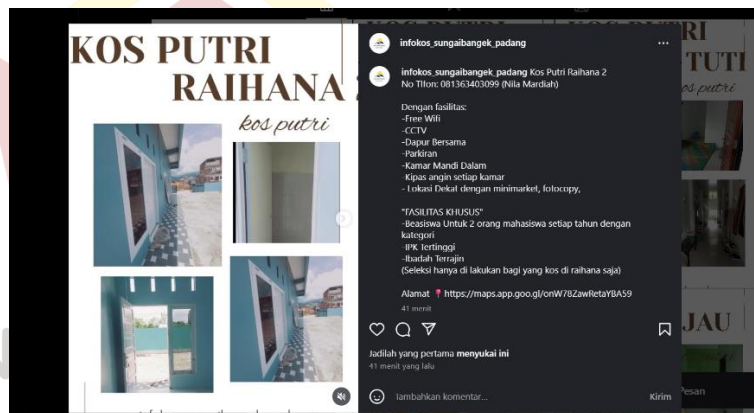
2. Rancangan tahap awal

Setelah tahap perancangan atau tahap pra-produksi penyusunan konsep selesai, tahap berikutnya adalah tahap eksekusi rancangan yang telah diselesaikan. Rancangan awal produk ini dibuat dengan menggunakan Media Instagram, mulai dari pembuatan nama pengguna Instagram, nama Instagram, bio, dan foto-foto di Instagram, dan profil. Hasil rancangan awal produk ini ditampilkan dibawah ini.

1. Profile



2. Postingan



3. Caption

Setiap postingan kita berikan caption yang sama dengan urutan

- Nama kos
- No Hp / Wasthap
- Alamat
- Kapasitas kos
- Jarak tempuh ke kampus

Rancangan Outline sebelum dilanjutkan dengan rancangan produk awal ini. Tahapan yang dilakukan melalui proses penyusunan draf yang dirancang sesuai kebutuhan pengguna. Dalam tahap ini dirancang dengan sistemasi agar

hasil yang diperoleh dapat memenuhi kebutuhan pengguna dalam melakukan pencarian kos.

Untuk mendukung Visualisasi dan pengelolaan isi instagram berbagai aplikasi digunakan dalam setiap desain produk ini. Aplikasi canva digunakan untuk desain foto profil yang memungkinkan desain yang menarik.

a. Validasi Ahli Media

Validasi ahli media ini merupakan uji validasi terkait media yang digunakan dalam Pengembangan media informasi hunian mahasiswa. Aspek yang dinilai pada indikator media ini mencakup desain tampilan, keterbacaan, keefektifan media, dan kelengkapan isi. Validasi ahli media ini dilakukan oleh Rahmi Yunita, M.A, selaku dosen Program Studi Ilmu Perpustakaan. Berikut hasil dari validator.

Dari hasil wawancara dengan validator ahli media, validator mengatakan bahwa rancangan produk hunian mahasiswa dengan media Instagram menunjukkan bahwa aspek desain tampilan, keterbacaan, kerapian, keefektifan media, dan kelengkapan data sudah baik tetapi ada beberapa hal yang perlu diperbaiki seperti keseragaman penulisan data di dalam caption dan juga, cara penulisan masih kurang rapi. Dan juga masih ada beberapa yang belum lengkap itulah beberapa hal yang perlu diperbaiki agar lebih agar lebih komprehensif. Secara keseluruhan.

Tabel 5. Table saran perbaikan validator ahli media

No	Saran Perbaikan	Hasil Perbaikan
1	Penulisan harus di seragamkan (ada templatnya)	Memmbuat templet penulisan supaya seragam seluruh caption penulisanya untuk meningkatkan kenyamanan membaca dan kerapian penulisan
2	Sebaiknya ada hastag untuk mempermudah pencarian	Hasrag yang di buat adalah #kossungaibangek #koskampusuinib #kosputriseiba #kosputraseiba

		#infokossungaibangek #kosputraputriseiba
3	Tambahkan jarak tempuh dari kampus	Jarak tempuh dari kampus di buat dengan mencantumkan jarak menitnya dari kampus yang kita ukur dengan gogle map
4	Tambahkan tempat strategis, seperti tepi jalan atau ada tempay jualan / fotocopy	Tempat strategis di buat seperti adanya tempat jualan atau lainnya di sekitar kampus dan juga tempatnya di pinggir jalan untk mudah akses.

Berdasarkan table di atas ada empat masukan dari validator yang akan dijadikan sebagai bahan perbaikan. Adapun yang disarankan validator adalah terkait pada aspek keefektifan media. Masukan dan saran yang diberikan oleh validator tersebut bertujuan agar penjelasan dari pembuatan media informasi hunian mahasiswa dengan media Instagram lebih praktis sehingga mudah di akses dan mudah dipahami. Setelah di perbaiki validator ahli mngatakan bahwa produk pengembangan hunian mahasiswa ini sudah bisa di lanjutkan ke tahap delanjutnya.

5. *Testing* (Pengujian)

Tahap selanjutnya dalam pengembangan media informasi hunian mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang dengan Media Instagram adalah proses pengujian yang melibatkan calon pengguna potensial. Tujuan dari tahap validasi penelitian ini adalah untuk memastikan bahwa rancangan Media informasi hunian mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang yang di buat sesuai dengan kebutuhan pengguna dan memenuhi standar yang telah ditetapkan berdasarkan pendapat.

Tahap *Testing* merupakan proses pengujian prototipe media informasi hunian mahasiswa berbasis Instagram yang telah dikembangkan. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengetahui sejauh mana media yang dibuat dapat memenuhi kebutuhan pengguna, baik mahasiswa baru yang mencari hunian maupun pemilik kos yang ingin memasarkan propertinya.

Setelah produk dinyatakan valid dan layak oleh validator ahli, Langkah selanjutnya yaitu melakukan uji coba lapangan. Pada penelitian ini dilakukan uji coba lapangan dilakukan kepada mahasiswa baru dan mahasiswa uin imam bonjol padang. Uji coba ini dilakukan dengan kelompok besar dan juga kelompok kecil. Pada uji coba kelompok kecil peneliti lakukan dengan 5 orang pengguna potensial. Pada kelompok besar peneliti lakukan dengan 15 orang pengguna potensial. Hasil uji coba lapangan produk dilakukan untuk mengetahui kelayakan produk tersebut sebelum bisa disebarluaskan.

a. Uji Coba

Uji coba kelompok ni dilakukan untuk mengetahui tingkat kelyakan produk dari sisi pengguna potensial mahasiswa baru UIN Imam Bonjol Padang. Uji coba kelompok dilakukan selama 6 hari dimulai dari tanggal 28 juli sampai tagal 3 agustus 2025. Dalam uji coba ini, sebanyak 5 responden yang merupakan mahasiswa baru yang menjadi objek penelitian yang dilibatkan. Penelitian yang dilakukan pengguna potensial mencakup aspek media. Penilaian yang dilakukan pengguna potensial mencakup aspek media dan keefektifan. Indikator yang dinilai meliputi kualitas desain tata letak relevansi dengan kebutuhan pengguna media.

Berdasarkan uji coba kelompo yang telah dilakukan dapat diketahui hasil penilayan untuk aspek media dari pengembangan media informasi hunian mahasiswa dengan media Instagram masuk kedalam kategori sangat layak

Pengujian dilakukan dengan cara menyajikan prototipe akun Instagram kepada sejumlah responden yang terdiri dari:

1. Mahasiswa Baru UIN Imam Bonjol Padang
2. Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang
3. Pegawai atau dosen UIN Imam Bonjol Padang
4. Masyarakat yang memiliki kos

Responden diminta untuk mencoba menggunakan media tersebut dan memberikan penilaian terhadap beberapa aspek, yaitu:

- a. Kemudahan dalam mengakses informasi.

- b. Kelengkapan dan kejelasan data kos (alamat, harga, fasilitas, foto, dan kontak).
- c. Daya tarik tampilan visual dan keteraturan konten.
- d. Kesesuaian informasi dengan kebutuhan pencarian hunian.

Metode pengujian menggunakan dengan **wawancara** untuk mendapatkan umpan balik yang lebih mendalam. Hasil pengujian menunjukkan bahwa media ini **mudah digunakan, informatif**, dan **membantu** mahasiswa menemukan hunian sesuai kebutuhan mereka. Selain itu, pemilik kos menilai bahwa media ini efektif untuk mempromosikan hunian mereka secara lebih luas.

Berdasarkan masukan dari responden, beberapa masukan di tambahkan seperti jarak tempuh ke kampus.

