

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Alat dan Bahan

Pada penelitian ini menggunakan alat atau perangkat yang digunakan yaitu perangkat keras (*Hardware*) dan perangkat lunak (*Software*) sedangkan bahan dari penelitian ini adalah data hasil *value* dari pengguna terhadap kedua layanan *streaming* berlangganan Netflix dan Disney Plus Hotstar.

3.1.1 Perangkat Keras (*Hardware*)

Perangkat keras yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Perangkat keras yang digunakan

No	Device	Jumlah	Fungsi
1	Laptop (ASUS TUF Gaming A15 FA506IH_FX506IH, AMD Ryzen 5 4600H with Radeon Graphics, RAM 8Gb, SSD 512Gb)	1	Mengolah dan memvisualisasikan data penelitian, membuat instrumen penelitian

3.1.2 Perangkat Lunak (*Software*)

Perangkat lunak yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Perangkat lunak yang digunakan

No	Nama Software	Fungsi
1	Google Form	Untuk membuat instrumen kuesioner yang akan diajukan kepada pengguna
2	Zoom	melakukan wawancara kepada <i>expert</i> untuk memvalidasi instrumen kuesioner, melakukan <i>pilot testing</i> instrumen pada pengguna
3	Netflix	Sebagai subjek layanan yang akan diteliti

4	Disney Plus Hotstar	Sebagai subjek layanan yang akan diteliti
5	Google Playstore	Menjadi tempat untuk mengobservasi subjek penelitian pada sistem operasi android
6	App Store	Menjadi tempat untuk mengobservasi subjek penelitian pada sistem operasi IOS

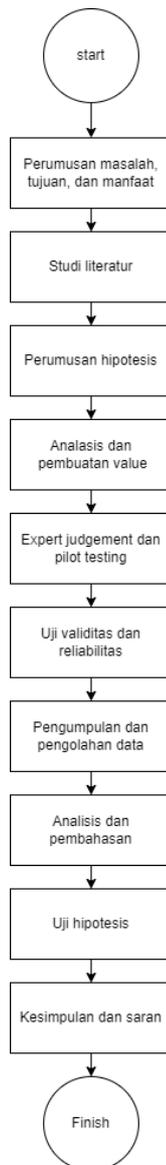
3.2 Subjek dan objek penelitian

Subjek pada penelitian ini adalah pengguna layanan *streaming* film berlangganan Netflix dan Disney+ Hotstar sedangkan objek dari penelitian ini adalah melakukan analisis *value user experience* Layanan *streaming* film berlangganan Netflix dan Disney+ Hotstar menggunakan metode UX *Honeycomb*.

Penelitian dilakukan dengan menerapkan konsep penelitian dengan studi kasus menggunakan metode analisis secara langsung pengguna layanan dengan menggunakan metode wawancara ataupun pengisian kuesioner, Kedua layanan *streaming* film berlangganan tersebut akan diteliti dengan menggunakan metode observasi untuk didapatkannya *perceived value* dari kedua layanan tersebut. Pengimplementasian dari penelitian ini akan dilakukan dengan persiapan perangkat instrumen penelitian, validasi instrumen dan didapatkan hasil akhir penelitian dengan menggunakan metode UX *Honeycomb* yang nantinya akan diukur menggunakan skala *likert* pada kedua layanan *streaming* film berlangganan tersebut.

3.3 Diagram alir penelitian / proses penelitian

Penelitian ini dilakukan secara sistematis berdasarkan diagram alir penelitian sehingga diharapkan proses penelitian menjadi jelas dan dapat diidentifikasi jika terdapat kekurangan pada bagian tertentu.



Gambar 3.1 Diagram alir penelitian

3.3.1 Perumusan masalah, tujuan dan manfaat

Perumusan masalah, tujuan dan manfaat yang ada pada penelitian ini bertujuan agar penelitian ini memiliki fokus masalah yang jelas yang merupakan tujuan untuk diselesaikan dan dirasakan manfaatnya di kemudian hari.

3.3.2 Studi literatur

Studi literatur bertujuan untuk menambah wawasan peneliti terkait dengan metode maupun objek yang akan diteliti, studi literatur berfokus pada penelitian terdahulu dan konsep dari model UX Honeycomb serta objek yang akan diteliti yaitu layanan *streaming* film berlangganan Netflix dan Disney plus hotstar.

3.3.3 Perumusan hipotesis

Pada penelitian ini memiliki 3 hipotesis yang merupakan hasil praduga peneliti terkait hasil dari penelitian ini nantinya yang berfokus pada *perceived value* pengguna pada masing-masing layanan *streaming film* berlangganan Netflix dan Disney plus hotstar dan hasil analisis kesenjangan *proposed value* dan *perceived value* pada masing-masing aplikasi. Hipotesis penelitian ini diuji menggunakan metode *paired sample T test*.

3.3.4 Analisis dan Pembuatan *value*

Analisis dan pembuatan *value* pada produk memerlukan proses identifikasi sehingga didapatnya sebuah nilai atau *value* dari produk yang akan diteliti. Produk atau layanan yang akan diidentifikasi dan diobservasi pada penelitian ini adalah Netflix dan Disney Plus Hotstar.

Pengguna membutuhkan lebih dari layanan yang berkualitas, *user experience* atau pengalaman pengguna pada aplikasi dipengaruhi dan ditentukan oleh *branding*, fungsionalitas aplikasi, konten yang ada, estetika desain dan *usability*[25]. *Branding* dapat diidentifikasi melalui visi-misi, iklan, serta slogan perusahaan tersebut. Fungsionalitas, konten, estetika dan *usability* aplikasi dapat diidentifikasi langsung dari pengguna. Setelah semua nilai atau *value* telah didapatkan setelah melakukan observasi akan dikelompokkan kedalam 7 aspek UX *Honeycomb* yaitu *usable, desirable, credible,*

accessible, findable, useful, value. *Value* yang telah dikelompokkan kedalam 7 aspek tersebut.

3.3.5 *Expert judgement dan pilot testing*

Expert judgement adalah tahapan ketika *value* yang telah didapatkan oleh peneliti pada kedua layanan *streaming* film berlangganan akan di validasi oleh *user expert* atau para ahli dalam bidangnya. Pada penelitian ini para ahli yang dilibatkan merupakan ahli didalam bidang pengalaman pengguna. Adapun *user expert* pada penelitian terbagi menjadi dua yaitu *user expert* akademisi dan *user expert* pada ranah industri, dengan pengalaman pada bidang *user experience* lebih dari 2 tahun.

Setelah observasi pada kedua layanan *streaming* film berlangganan tersebut dilakukan akan didapatkannya *value* dan dijadikan kuesioner, *value* ini akan dipahami lebih lanjut oleh para *user expert*, selanjutnya akan diberikan komentar pada *value* yang dirasa tidak tepat agar bisa jadi pertimbangan bagi peneliti.

Pilot testing merupakan sebuah uji kelayakan yang dilakukan oleh beberapa pengguna, nantinya beberapa pengguna akan diberikan sample kecil dari instrumen sampel yang sebenarnya. *Pilot testing* akan diberikan kepada sebagian kecil responden yang merupakan pengguna Netflix dan Disney+ Hotstar. Saat melakukan *pilot testing* ada beberapa skenario berupa:

- 1) Peneliti akan memberikan instrumen kuesioner kepada sebagian kecil responden yang telah ditentukan untuk dapat menyelesaikan dan memberikan jawaban atas pertanyaan yang ada didalam kuesioner tersebut dan akan dicatat waktu lama pengisian kuesioner tersebut.

- 2) Peneliti akan bertanya kepada responden apakah terdapat komentar atau masukan pada pertanyaan yang terdapat di kuesioner untuk menghilangkan ambiguitas pertanyaan.
- 3) Responden akan menuliskan komentar dan saran pada *form* pengisian komentar yang diberikan.

3.3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Akurasi dan konsistensi dari *value* dan instrumen yang terdapat di dalam kuesioner merupakan aspek penting dari metodologi penelitian, di dalam penelitian ini juga menggunakan konsep validasi *value* dan instrumen *value* dan instrumen kuesioner tepat sasaran[26].

instrumen di validasi dengan menggunakan metode korelasi *product* momen, nilai r hitung $>$ r tabel maka valid, r hitung akan dicari dengan persamaan (2.2).

diuji reliabilitasnya menggunakan *alpha cronbach* dengan ketentuan jika nilai $\alpha > 0,6$ maka dinyatakan reliabel, untuk menghitung uji *alpha Cronbach* menggunakan persamaan (2.3).

3.3.7 Pengumpulan dan Pengolahan Data

Sebelum melanjutkan ketahap yang lebih jauh diperlukan pengumpulan data yang baik serta pengolahan data yang baik dan sistematis agar data yang berhasil diperoleh merupakan data yang bisa dipertanggung jawabkan dikemudian hari.

3.3.7.1 Pengumpulan data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode observasi, penyebaran kuesioner kepada para pengguna atau responden.

Pengambilan data berupa *value* pada kedua layanan *streaming* film berlangganan Netflix dan Disney+ Hotstar

dilakukan dengan cara observasi, observasi akan dilakukan pada *website* dan aplikasi dari kedua layanan tersebut, mengobservasi iklan terkait kedua layanan yang beredar di jagat maya, visi-misi kedua layanan, slogan dan artikel yang memberitakan tentang kedua layanan tersebut.

Teknik pengambilan data berupa kuesioner juga dilakukan pada penelitian ini, kuesioner ini merupakan *non-probability sample* yang merupakan jenis sampel yang diambil tidak memilih responden secara acak[27] melainkan pemilihan responden akan dilakukan dengan kriteria pengguna kedua atau salah satu layanan streaming film berlangganan Netflix atau Disney Plus Hotstar.

3.3.7.2 Pengolahan data

Setelah data didapatkan selanjutnya akan dilakukan pengolahan data, hal ini bertujuan untuk mengevaluasi *user experience* terhadap layanan *streaming* film berlangganan Netflix dan Disney Plus Hotstar.

1) Penentuan Skor jawaban

Skor jawaban yang ada pada kuesioner akan ditentukan nilainya, dengan skala *likert* yang menjadi acuan penilaian maka nilai pada kuesioner yang responden isi adalah jika responden memilih 1 maka nilai +1, jika responden memilih 2 maka nilai +2, jika responden memilih 3 maka nilai +3, jika responden memilih 4 maka nilai +4, jika responden memilih 5 maka nilai +5

Tabel 3.3 Skala jawaban

1	2	3	4	5
0	0	0	0	0

+1	+2	+3	+4	+5
----	----	----	----	----

2) Perhitungan skor

Pada tahapan ini dilakukan perhitungan skor yang telah didapatkan dari kuesioner yang telah diisi oleh responden untuk setiap *value* pada kedua layanan *streaming* film berlangganan. Dari ketujuh *value* yang diujikan dan dihitung satu persatu total skor dan rata-rata skor pada tiap *value*.

Tabel 3.4 skor value pada setiap aplikasi

Aplikasi		
No	Value	Skor
1	<i>Useful</i>	
2	<i>Desirable</i>	
3	<i>Accessible</i>	
4	<i>Credible</i>	
5	<i>Findable</i>	
6	<i>Usable</i>	
7	<i>Valuable</i>	

Rumus jumlah total skor per *value* dari setiap aplikasi akan ditulis pada persamaan (2.4)

3.3.8 Analisis dan pembahasan

Tahapan analisis dan pembahasan dilakukan jika data yang dibutuhkan telah didapatkan dan telah diolah, pada tahap ini akan dilakukan *gap analysis* pada nilai *proposed value* dan *perceived value* yang telah didapatkan pada kedua aplikasi.

Tabel 3.5 tabel perhitungan *gap analysis* pada *proposed value* dan *perceived value*

No	Parameter	<i>Perceived value</i>	<i>Proposed value</i>	GAP
1	<i>Useful</i>			
2	<i>Desirable</i>			
3	<i>Accessible</i>			
4	<i>Credible</i>			
5	<i>Findable</i>			
6	<i>Usable</i>			
7	<i>valuable</i>			

Rumus nilai dari *Gap analysis* akan ddigunakan dalam persamaan (2.1)

3.3.9 Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan metode pengujian *paired sample T-test* yaitu sebuah uji hipotesis perbandingan, data yang digunakan pada uji *paired sample T-test* umumnya berupa data berskala interval atau rasio (data kauntitatif)[28]. Karena termasuk analisis statistik parametik tentunya data harus terdistribusi normal dan data harus berpasangan.

dasar pengambilan keputusan diambil dari nilai signifikan, jika nilai signifikan lebih dari 0,05 maka terdistribusi normal dan jika t tabel lebih besar dari t hitung maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

3.3.10 Kesimpulan dan saran

Kesimpulan hasil merupakan tahap akhir dari penelitian, Hasil yang telah didapatkan dari membandingkan *perceived value* dan *proposed value* dari hasil penelitian akan disimpulkan. Kesimpulan ini akan menjawab rumusan masalah dan pertanyaan peneliti yang telah dijelaskan sebelumnya serta dapat menjadi rujukan pada penelitian berikutnya terkait layanan *streaming* berlangganan menggunakan model UX *Honeycomb*. Saran diberikan pada peneliti dimasa yang

akan datang yang tertarik menggunakan metode UX *Honeycomb* ataupun menggunakan Layanan *streaming film* berlangganan.

3.4 Hipotesis penelitian

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang membandingkan *proposed value* dan *perceived value* menggunakan model UX *Honeycomb* diperoleh beberapa hipotesis berikut:

Hipotesis pertama:

H₀: Tidak ada perbedaan rata-rata *perceived value* dan *proposed value* yang ada diaplikasi Disney Plus Hotstar.

H₁: Ada perbedaan rata-rata *perceived value* dan *proposed value* yang ada diaplikasi Disney Plus Hotstar.

Hipotesis kedua:

H₀: Tidak ada perbedaan rata-rata *perceived value* dan *proposed value* yang ada diaplikasi Netflix.

H₁: Ada perbedaan rata-rata *perceived value* dan *proposed value* yang ada diaplikasi Netflix.

Hipotesis ketiga:

H₀: Nilai *perceived value* Netflix sama dengan dari Disney Plus Hotstar.

H₁: Nilai *perceived value* netflix tidak sama dengan dari Disney Plus Hotstar.

Hipotesis pada penelitian ini nantinya akan diuji menggunakan metode *paired sample T test* yang merupakan sebuah metode untuk instrumen dengan *sample* yang berpasangan.