

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan Juli hingga Desember dan dilakukan di 3 tempat berbeda yaitu:

1. Klinik Husada untuk mencari informasi kebenaran materi yang didapat oleh dokter Ani selaku dokter ahli gizi klinik.
2. Lab Gizi Boga untuk menghitung jumlah kalori dari tiap menu penyakit untuk penyakit hipertensi dan jantung koroner.
3. Lab Pengolahan Boga untuk membuat materi video pembuatan menu harian penyakit hipertensi dan jantung koroner yang akan dibagi di media sosial *Path*.

3.2 Responden

Responden adalah orang yang diminta memberi keterangan sesuatu fakta atau pendapat, keterangan tersebut dapat disampaikan dalam bentuk tulisan ketika mengisi angket atau ketika menjawab wawancara.

Dalam penelitian ini dilakukan beberapa tahap uji coba dan evaluasi dengan responden sebagai berikut :

- a. Uji ahli (*Expert Review*) melibatkan 2 orang responden yaitu 1 orang ahli media dan 1 orang yang ahli materi tentang penyakit hipertensi dan jantung koroner.

- b. Uji coba perorangan (*One to One Evaluation*) melibatkan 2 orang responden pengguna media sosial *Path*.
- c. Uji coba terbatas (*Small Group Evaluation*) melibatkan 5 orang responden pengguna media sosial *Path*.
- d. Uji coba lapangan (*Field Test*) merupakan uji coba yang dilakukan secara bersamaan kepada 20 responden pengguna media sosial *Path*.

3.3 Metode Pengembangan

Penelitian ini menggunakan metode penelitian dan pengembangan atau dalam Bahasa Inggrisnya *research and development* (R&D) adalah penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu, dan menguji keefektifan produk tersebut (Sugiyono, 2010). Model penelitian yang digunakan dalam pengembangan media sosial *Path* sebagai sarana informasi tentang penyakit hipertensi dan jantung koroner adalah menggunakan produk yang berfokus pada pengembangan produk *Borg&Gall* yang merupakan model naratif. Terdapat beberapa langkah penting diantaranya, formulasi produk, spesifikasi pembelajaran, pengembangan produk, uji coba produk, revisi produk dan analisa operasi (*final product*).

3.4 Prosedur Pengembangan

Dalam mengembangkan media *Path* berbasis Teknologi Informasi untuk penyakit hipertensi dan jantung koroner ini mengacu pada model pengembangan *Borg&Gall*, model pengembangan ini terdiri dari 10 tahap, berikut ini adalah tahapan

pengembangan media sosial *Path* sebagai sarana informasi seputar penyakit hipertensi dan jantung koroner:

1. *Research and Information Collecting*

Melakukan penelitian pendahuluan atau prasurvei untuk mengumpulkan informasi terkait kajian pustaka, identifikasi masalah yang dijumpai dan rangkuman permasalahan.

Dalam tahap ini peneliti mengumpulkan informasi seputar bagaimana cara penggunaan media sosial *Path*, mencari informasi seputar penyakit hipertensi dan jantung koroner meliputi definisi, penyebab, pencegahan, makanan yang dianjurkan, makanan yang dibatasi, makanan yang dicegah serta menu untuk penyakit hipertensi dan jantung koroner.

2. *Planning*

Dalam langkah ini peneliti melakukan perencanaan apa saja yang akan dikembangkan dalam media sosial *Path*.

3. *Develop Preliminary Form of Product*

Yaitu mengembangkan bentuk permulaan dari produk yang akan dihasilkan. Dalam tahap ini peneliti sudah mulai mengembangkan media sosial *Path* sebagai sarana informasi seputar penyakit hipertensi dan jantung koroner.

4. *Preliminary Field Testing*

Yaitu melakukan uji coba lapangan awal dalam skala terbatas. dengan melibatkan responden sebanyak 5 orang pengguna media sosial *Path*. Pada langkah ini pengumpulan dan analisis data dapat dilakukan dengan cara mengisi angket.

Saat ini peneliti sudah melakukan tahapan uji ahli, yakni oleh 1 orang ahli media Renita, S.Kom merupakan sarjana sistem informatika Universitas Gunadarma. Pada saat melakukan uji ahli media sebelumnya, peneliti hanya melakukan *posting* berupa kalimat saja tanpa adanya foto maupun video dalam media sosial *Path*. Kemudian ahli media memberikan saran untuk mem-*posting* dengan foto dan video agar lebih mudah diserap oleh penerima informasi.

Dan 1 orang ahli materi yaitu Dra. Mariani, M.Si selaku dosen pendidikan tataboga. Saran yang diberikan adalah menambahkan menu harian pada materi yang dibagikan pada media sosial *Path*.

5. *Main Product Revision*

Yaitu melakukan perbaikan terhadap produk awal yang dihasilkan berdasarkan hasil uji coba awal.

Setelah peneliti mendapat masukan dan saran dari ahli media, ahli materi dan responden, kemudian peneliti melakukan revisi pada produk yang dikembangkan oleh peneliti. Baik itu berupa materi maupun media yang dibagikan pada media sosial *Path*.

6. *Main field testing*

Uji coba yang dilakukan secara bersamaan oleh 5 responden pengguna media sosial *Path*.

7. *Operational product revision*

Melakukan perbaikan terhadap hasil uji coba lapangan sehingga media sosial *Path* yang dikembangkan sudah merupakan desain model operasional yang siap divalidasi.

8. *Operational Field Testing*

Yaitu langkah uji validasi terhadap 20 responden pengguna media sosial *Path*.

9. Final Product Revision

Yaitu melakukan perbaikan akhir terhadap media sosial *Path* yang dikembangkan guna menghasilkan produk akhir (final).

10. Dissemination and Implementation,

Yaitu langkah menyebar luaskan media sosial *Path* yang telah dikembangkan oleh peneliti (Nusa Putra, 2015)

3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen uji coba media sosial *Path* sebagai sarana informasi seputar terapi gizi pada penyakit hipertensi dan jantung koroner menggunakan format evaluasi media cetak yang dikeluarkan lembaga pusat teknologi dan komunikasi (PUSTEKOM) yang berlokasi di daerah Ciputat, Tangerang dan Fakultas Ilmu Pendidikan yang berlokasi di Universitas Negeri Jakarta (UNJ) yang sudah biasa digunakan dalam pengembangan produk pembelajaran. Proses penyusunan dilakukan di bawah bimbingan ahli media grafis sederhana, Teknologi Pendidikan. Instrumen yang digunakan adalah kuesioner atau daftar cek berbentuk skala penilaian yang terdiri dari lima pilihan masing-masing memiliki nilai berlainan, kemudian hasil dari penelitian tersebut dihitung berdasarkan perhitungan yang digunakan dan hasilnya dijadikan dasar untuk memberikan penilaian terhadap produk yang dikembangkan dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel 3.1 Hasil Skala Penilaian

Nilai	Keterangan
4-5	Sangat Baik
3-3,9	Baik
2-2,9	Cukup
1-1,9	Kurang
0-0,9	Sangat Kurang

Kegiatan evaluasi yang dilakukan adalah evaluasi yang ditujukan untuk menghasilkan sejumlah informasi yang dibutuhkan guna menyempurnakan materi yang terdapat dalam media *Path* berbasis teknologi informasi untuk penyakit hipertensi dan jantung koroner yang telah dikembangkan. Proses tahap uji coba produk media sosial *Path* sebagai sarana informasi seputar terapi gizi penyakit hipertensi dan jantung koroner adalah sebagai berikut:

a. Uji coba ahli (*Expert Review*)

Yaitu satu atau beberapa orang ahli media yang membahas tentang materi, Bahasa, teknis dan desain serta ahli materi yang membahas isi dari materi yang mengkaji ulang produk media yang dikembangkan. Dalam aspek penilaian yang digunakan adalah:

Untuk ahli media:

Tabel 3.2. Aspek Penilaian Ahli Media (*Expert Review*)

Aspek	Kategori Aspek
Media	Kemudahan pengguna media Keoptimalan pemilihan format gambar dan bahan materi pada media sosial <i>Path</i> sebagai sarana informasi seputar terapi gizi pada penyakit hipertensi dan jantung koroner.
Informasi	Kesesuaian isi bahan materi dan tujuan informasi Kemampuan program dalam memotivasi saran Kejelasan uraian materi Pemberian respon atas informasi Kemudahan dalam mengakses informasi Kejelasan sasaran program Ketetapan urutan program

Untuk ahli materi

Tabel 3.3 Aspek Penilaian Ahli Materi (*Expert Review*)

Aspek	Kategori Aspek
Isi	Kebenaran / keakuratan materi yang disampaikan. Kecukupan materi. Kemutakhiran dan orisinalitas materi. Kekonsistenan materi.
Informasi	Sistematika informasi. Kesuaian judul dengan isi Kesesuaian tujuan informasi dengan materi Kesesuaian isi program dengan tujuan informasi. Kejelasan uraian materi. Ketetapan uraian materi Manfaat isi program terutama untuk menambah pengetahuan dan wawasan pengguna Ketetapan pemberian contoh Kesesuaian materi dengan sasaran/ pengguna.

3.6 Teknik Analisis Data

Untuk menghasilkan data evaluasi yang baik dan sesuai dengan kenyataan maka harus mengacu pada validitas. Validitas yang digunakan pada instrumen evaluasi ini adalah validitas logis. Istilah validitas logis berasal dari kata logika yang berarti penalaran. Maka validitas logis untuk semua instrumen yang memenuhi persyaratan berdasarkan penalaran. Kondisi valid tersebut dipandang terpenuhi apabila secara analisis akal sudah sesuai dengan isi dan aspek yang ingin diungkapkan dan instrumen yang bersangkutan sudah dirancang secara baik mengikuti teori ketentuan yang ada.

Tujuan menggunakan skala penilaian adalah untuk mengetahui kualitas dan kelengkapan produk yang telah dikembangkan serta sebagai bahan pertimbangan untuk melakukan revisi terhadap komponen-komponen dalam media sosial *Path* sebagai sarana informasi seputar terapi gizi pada penyakit hipertensi dan jantung koroner.

Informasi yang diperoleh dari evaluasi produk ini, baik kepada para ahli dan pengguna kemudian dianalisis. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistik deskriptif kualitatif yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang telah berkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Dari hasil penilaian terhadap aspek-aspek media ini dijumlahkan dan diambil rata-rata/ skor dari kuesioner yang diberikan kepada responden yaitu para ahli dan para pengguna media sosial *Path*.

Hasil uji coba yang telah dilakukan kemudian akan diolah dengan statistik deskriptif kualitatif yaitu dengan menggunakan penilaian skala 1-5.