

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Metode Pengumpulan Data

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode *hybrid* yang menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif menggunakan teknik kuesioner dan metode kualitatif menggunakan teknik wawancara dan studi referensi.

##### 3.1.1 Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara tanya jawab yang dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung dengan responden (Hermawan, 2019).

Wawancara dilakukan bersama Romo Agustinus Xaverius Bahang, Pastor Kepala Paroki Gereja Maria Ratu Semesta Alam Sintang, untuk mendapatkan data mengenai latar belakang gereja, keadaan gereja, serta penggunaan media informasi gereja. Wawancara ini dilakukan secara langsung di sekretariat pastoran

##### 3.1.1.1 Wawancara Ketua Paroki Gereja Maria Ratu Semesta Alam



Gambar 3.1 Wawancara bersama Ketua Paroki Gereja Maria Ratu Semesta Alam Romo Agustinus Xaverius Bahang, yang biasa dipanggil Romo Gusti, adalah Pastor Paroki di Gereja Paroki Maria Ratu Semesta Alam Sintang. Dalam wawancara, Romo Gusti mengungkapkan bahwa jumlah umat di paroki ini meningkat signifikan setiap tahun, dengan banyaknya peningkatan baptisan tiap tahunnya, peningkatan ini terlihat dari padatnya

gereja selama misa. Tantangan utama dalam penyampaian informasi dalam gereja terletak pada jangkauan umat dimana tidak dapat menjangkau secara langsung baik melalui pengumuman di gereja dan media sosial. Romo Gusti menilai bahwa komunikasi digital sangat penting, meskipun komunikasi verbal tetap diperlukan dalam situasi tertentu. Website gereja dinilai sangat penting karena menyediakan informasi yang lebih lengkap dan dapat diakses secara luas. Dengan adanya website dapat berpotensi untuk memperkenalkan paroki lebih luas, menyampaikan pewartaan kabar gembira, dan membuat jemaat tetap up-to-date dengan informasi gereja.

#### **3.1.1.2 Kesimpulan Wawancara**

Dalam konteks penelitian atau solusi perancangan website, wawancara ini menegaskan kebutuhan akan sebuah platform digital yang komprehensif dan mudah diakses. Website yang dirancang harus mampu mengakomodasi berbagai kebutuhan informasi dan komunikasi jemaat, memperkuat koneksi emosional dan spiritual dengan pengunjung, serta memanfaatkan teknologi untuk menjangkau lebih banyak orang. Dengan demikian, desain website harus mempertimbangkan elemen-elemen yang dapat meningkatkan keterlibatan pengguna, seperti tata letak yang seimbang, ikon yang intuitif, dan penggunaan foto yang informatif. Solusi perancangan ini diharapkan dapat mengatasi tantangan yang dihadapi oleh gereja dalam menyampaikan informasi dan mendukung pertumbuhan komunitas paroki secara keseluruhan.

#### **3.1.2 Studi Referensi**

Penulis melakukan studi referensi pada beberapa website gereja, dalam studi referensi ini penulis menggunakan analisis SWOT. Tujuan dari studi referensi ini adalah untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan *website-website* gereja dari segi desain dan fungsionalitas sehingga dapat digunakan dalam pertimbangan untuk mengimplementasikannya pada perancangan website Gereja Paroki Maria Ratu Semesta Alam.

1. Website Paroki Meruya Maria Kusuma Karmel

Gereja Maria Kusuma Karmel adalah Paroki ke-44 di Keuskupan Agung Jakarta (KAJ), beralamat di Jalan Kusuma, no.1, Kav. DKI, Meruya Selatan, Jakarta Barat.



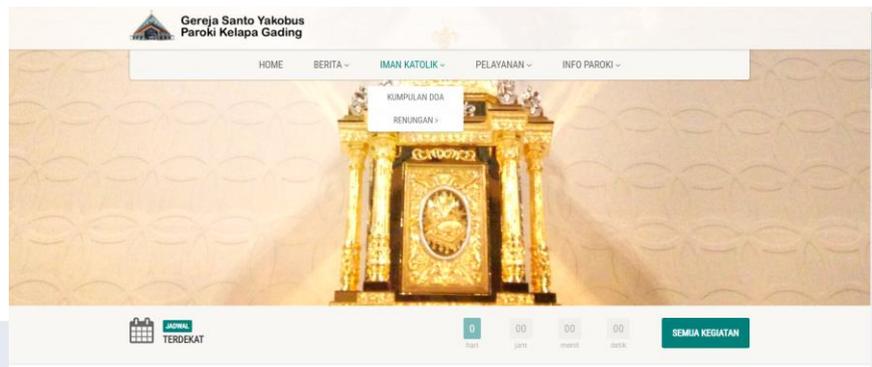
Gambar 3.2 Halaman utama *website* Paroki Meruya  
 Sumber: <https://mkk.or.id/>

Berikut adalah hasil analisis SWOT terhadap *website* ini:

Tabel 3.1 Analisis SWOT *Website* Paroki Meruya

Analisis SWOT	Keterangan
<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aksesibilitas yang baik</li> <li>• Informasi selalu <i>update</i> tentang acara, jadwal misa, dan renungan</li> </ul>
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat beberapa bagian yang masih <i>full text</i> sehingga memungkinkan pengguna merasa jenuh.</li> </ul>
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integrasi penggunaan media sosial dapat memperluas jangkauan dan menarik lebih banyak pengguna.</li> </ul>
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tren yang dapat membuat perubahan preferensi pengguna yang berubah dapat membuat desain menjadi terkesan kurang <i>update</i></li> </ul>

2. Website Paroki Kelapa Gading  
Gereja Santo Yakobus Paroki Kelapa Gading yang terletak di kawasan Kelapa Gading, Jakarta.



Gambar 3.3 Halaman sejarah *website* Paroki Kelapa Gading  
Sumber: <https://yakobus.or.id/>

Berikut adalah hasil analisis SWOT terhadap *website* ini:

Tabel 3.2 Analisis SWOT *Website* Paroki Kelapa Gading

Analisis SWOT	Keterangan
<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informasi yang cukup lengkap, mencakup berbagai aspek seperti sakramen, kegiatan rohani, dan informasi</li> </ul>
<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informasi yang disediakan mungkin lebih berfokus pada umat yang sudah familiar dengan paroki, sehingga pengunjung baru mungkin kesulitan menemukan informasi yang mereka butuhkan.</li> <li>Desain <i>website</i> yang terlihat usang atau ketinggalan zaman dapat membuat pengunjung kurang tertarik dan merasa kurang nyaman saat mengaksesnya.</li> </ul>

<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengembangan konten yang lebih bervariasi serta interaktivitas yang menambah pengalaman pengguna.</li> <li>• Pembaharuan desain <i>website</i> yang lebih modern dan responsif sesuai dengan tren terbaru meningkatkan pengalaman pengguna.</li> </ul>
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tren <i>website</i> yang mengubah preferensi desain pengguna</li> </ul>

### 3. Website Paroki Kota Baru St. Antonius Padua

Paroki Kota Baru St. Antonius Padua adalah Gereja Katolik di wilayah DI Yogyakarta yang merupakan peninggalan zaman Belanda. Bangunan gereja ini dijadikan bangunan cagar budaya semenjak tahun 2014.



Gambar 3.4 Tampilan utama *website* Paroki Kota Baru  
Sumber: <https://parokikotabaru.org/>

Berikut adalah hasil analisis SWOT terhadap *website* ini:

Tabel 3.3 Analisis SWOT *Website* Paroki Kota Baru St. Antonius Padua

Analisis SWOT	Keterangan
<i>Strength</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kelengkapan berita gereja dan informasi yang selalu diperbarui tentang kegiatan gereja, acara, kesaksian, dan perkembangan lainnya.</li> </ul>

<i>Weakness</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tampilan <i>layout</i> terkesan monoton dan kurang menonjol.</li> <li>• Artikel pembahasan dan renungan jarang diperbarui.</li> </ul>
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan desain dan penekanan (<i>emphasis</i>) untuk memperbaiki tampilan <i>layout</i> agar lebih menarik dan beragam.</li> <li>• Memperbanyak frekuensi pembaruan konten.</li> </ul>
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemajuan teknologi dan tren desain <i>website</i> yang terus berkembang bisa membuat <i>website</i> gereja tampak ketinggalan jaman jika tidak diperbarui secara teratur.</li> </ul>

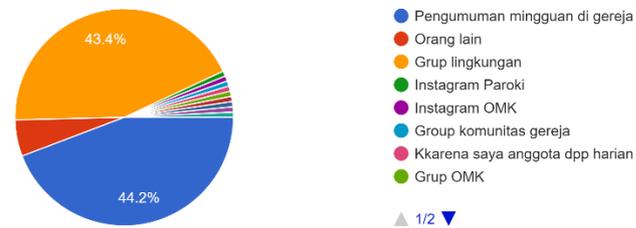
### 3.1.3 Kuesioner

Metode pengumpulan data kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi beberapa pertanyaan tertulis kepada responden.

Penulis menggunakan Google Form sebagai media untuk menyebarkan kuesioner secara daring kepada umat paroki Maria Ratu Semesta Alam Sintang. Berdasarkan hasil kuesioner diperoleh data sebanyak 129 responden dengan mayoritas berumur 31-45 tahun sebesar 44,2%, responden berumur 20-30 tahun sebesar 29,5%, responden berumur 45 tahun keatas sebesar 24,3%, dan responden berumur dibawah 20 tahun sebesar 4%. Dari data tersebut, penulis membagi target perancangan ini menjadi dua, target primer ditujukan pada umat berumur 31-45 tahun, dan sekunder ditujukan pada umat berumur 20-30 tahun dan 45 tahun keatas.

Untuk mencari tahu terkait darimana sumber media informasi umat Gereja Paroki Maria Ratu Semesta Alam, penulis memberikan 3 opsi yaitu pengumuman mingguan di gereja, orang lain dan grup lingkungan dan pilihan jawaban terbuka. Dari hasil tersebut didapati mayoritas jawaban, sebanyak 43,4% responden menjawab pengumuman mingguan di gereja, 44,2% responden menjawab grup lingkungan, 7% responden menjawab dari orang lain, dan 7,2% responden menjawab sumber lainnya.

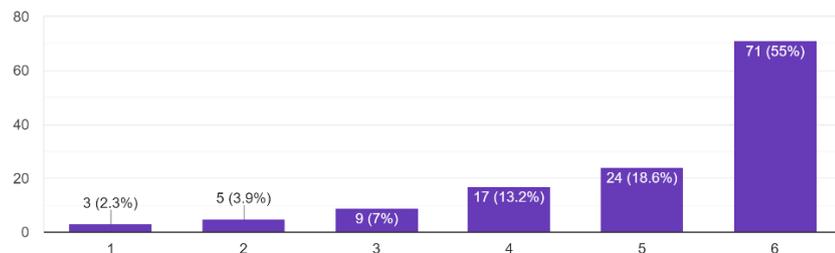
Darimanakah anda biasanya mendapatkan informasi seputar kegiatan gereja, jadwal misa, dan berita lainnya  
129 responses



Gambar 3.5 Data media sumber informasi terkait gereja

Kemudian, penulis menanyakan tentang seberapa mudah untuk mendapat informasi melalui media tersebut. Penulis memberikan opsi pilihan dengan skala (1= sangat susah, 6= sangat mudah). Hasil menunjukkan bahwa responden yang merasa mudah untuk mendapatkan informasi sebesar 86,8% dengan pilihan terbanyak angka 6 sebesar 55%. Sedangkan sebanyak 13,2% responden merasa susah untuk mendapatkan informasi.

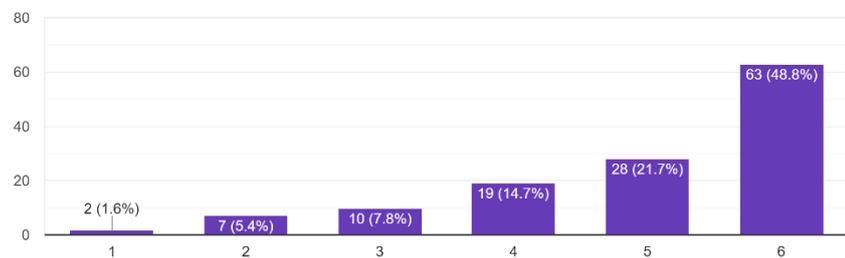
Menurut anda, seberapa mudah mendapatkan informasi melalui media tersebut  
129 responses



Gambar 3.6 Data mengenai kemudahan mendapat informasi

Penulis menanyakan kepada responden tentang seberapa lengkap informasi yang didapat dengan menggunakan skala (1= sangat susah, 6= sangat mudah). Hasil yang didapat menunjukkan bahwa responden yang merasa mudah untuk mendapatkan informasi sebesar 85,2% dengan pilihan terbanyak angka 6 sebesar 44,8%. Sedangkan sebanyak 14,8% responden merasa informasi masih kurang lengkap.

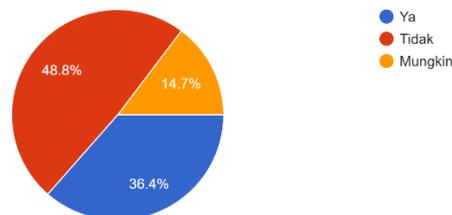
Seberapa lengkap informasi yang anda dapat melalui media tersebut  
129 responses



Gambar 3.7 Data mengenai kelengkapan informasi

Selanjutnya, penulis menanyakan kepada responden apakah mereka pernah mengalami misinformasi di gereja. Sebanyak 36,4% responden mengaku bahwa mereka pernah mengalami misinformasi, sedangkan 48,8% mengaku tidak pernah mengalaminya dan 14,7% merasa mereka mungkin pernah mengalami misinformasi.

Apakah anda pernah mengalami misinformasi dalam penyebaran informasi seperti berita, jadwal kegiatan/misa dan lainnya dalam gereja  
129 responses

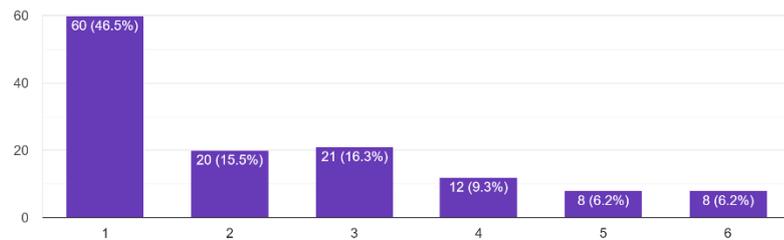


Gambar 3.8 Data mengenai adanya misinformasi

Untuk mendapatkan data seberapa sering mereka mengalami misinformasi, penulis menggunakan skala (1= tidak pernah, 6= sangat sering). Hasil menunjukkan sebanyak 46,5% responden tidak pernah mengalami

misinformasi, 31,8% responden memilih angka 2-3 (jarang mengalami), dan 21,7% responden memilih angka 4-6 (sering mengalami).

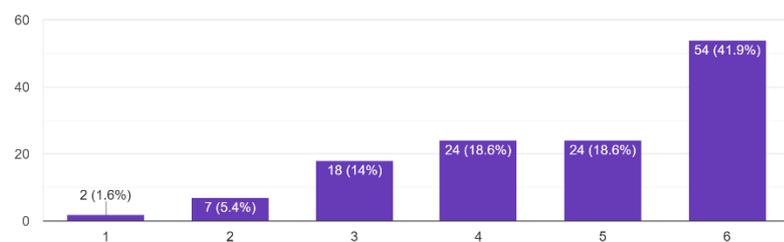
Seberapa sering anda mengalami misinformasi dalam penyebaran informasi seperti berita, jadwal kegiatan dan lainnya dalam gereja  
129 responses



Gambar 3.9 Data mengenai seberapa sering terjadinya misinformasi

Untuk mengetahui kemudahan aksesibilitas informasi dalam gereja, dari tingkat kemudahan (1= sangat susah, 6= sangat mudah). Hasil menunjukkan 79,1% responden menjawab bahwa aksesibilitas informasi dalam gereja mudah dengan pilihan angka 6 terbanyak sebesar 41,9%. Sementara itu, 21% mengatakan bahwa aksesibilitas informasi dalam gereja terbilang susah.

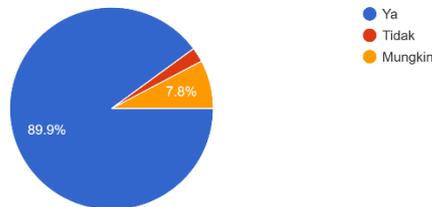
Menurut anda seberapa mudah aksesibilitas informasi dalam gereja  
129 responses



Gambar 3.10 Data mengenai kemudahan aksesibilitas

Penulis menanyakan kepada responden apakah dengan adanya media digital dapat mempermudah aksesibilitas informasi gereja. Berdasarkan hasil yang didapat, 89,9% responden sepakat bahwa media digital dapat mempermudah aksesibilitas informasi.

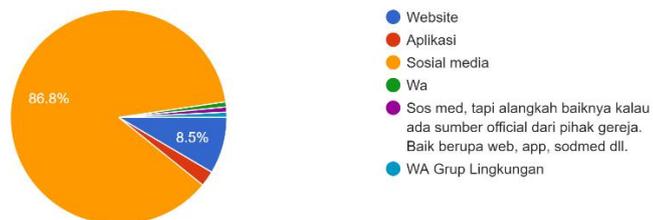
Menurut anda, apakah adanya media digital dapat memudahkan aksesibilitas informasi gereja?  
129 responses



Gambar 3.11 Data mengenai media digital kemudahan aksesibilitas

Untuk mengetahui media digital yang sering digunakan, penulis memeberikan opsi kepada responden yaitu website, aplikasi, sosial media dan opsi pilihan terbuka. Hasil yang didapat adalah sebanyak 76% responden sering menggunakan media digital berupa sosial media.

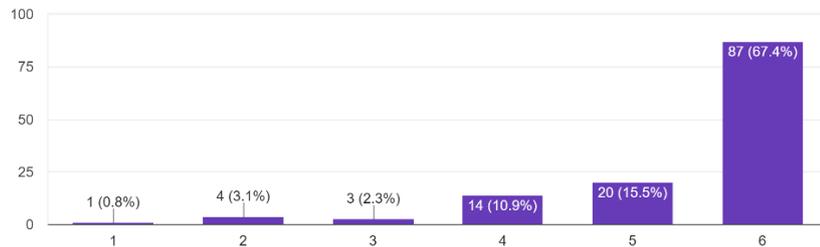
Media digital apa yang paling sering anda gunakan untuk mendapatkan informasi?  
129 responses



Gambar 3.12 Data mengenai media yang sering digunakan

Selanjutnya, penulis menanyakan seberapa sering responden menggunakan media digital tersebut dengan menggunakan skala (1=sangat jarang, 6= sangat sering). Hasil menunjukkan mayoritas responden sebanyak 67,4% memilih angka 6 (sangat sering).

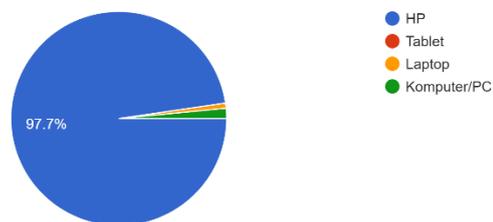
Seberapa sering anda menggunakan media itu?  
129 responses



Gambar 3.13 Data mengenai seberapa sering menggunakan media

Untuk mengetahui perangkat yang sering digunakan responden, penulis memberikan pertanyaan dengan opsi pilihan perangkat yang umum digunakan yaitu hp, tablet, laptop, komputer/pc. Hasil menunjukkan 97,7% responden sering menggunakan perangkat hp untuk mengakses media digital tersebut.

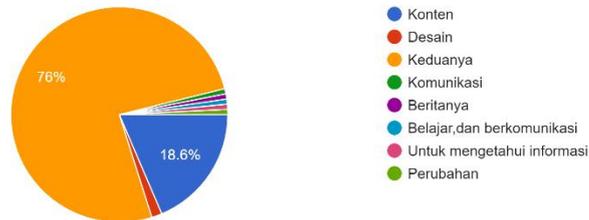
Dimana biasanya anda sering membuka media tersebut?  
129 responses



Gambar 3.14 Data mengenai perangkat yang digunakan

Selanjutnya, penulis menanyakan apa yang menjadi perhatian utama dalam menggunakan sebuah media digital. Penulis memberikan opsi pilihan konten, desain atau keduanya dan opsi pilihan terbuka. Dari hasil yang didapat, 76% responden sepakat bahwa kedua (konten dan desain) menjadi perhatian utama dalam media digital.

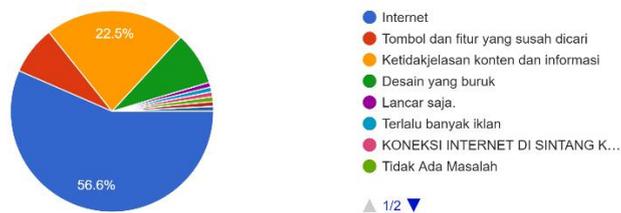
Apa yang menjadi perhatian utama anda ketika menggunakan sebuah media digital?  
129 responses



Gambar 3.15 Data mengenai perhatian utama pada media

Untuk mengetahui kendala apa saja yang dialami responden ketika menggunakan media digital, penulis memberikan opsi internet, tombol dan fitur yang susah dicari, ketidakjelasan konten dan informasi, dan desain yang buruk. Sebanyak 56,6% responden menjawab bahwa internet menjadi kendala dari mengakses media digital. Kemudian, sebesar 22,5% responden menjawab ketidakjelasan konten dan informasi.

Apa kendala atau masalah yang anda saat mengunjungi media digital  
129 responses



Gambar 3.16 Data mengenai kendala pada media

Berdasarkan hasil kuesioner yang dilakukan penulis, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden mendapatkan informasi, berita, jadwal kegiatan gereja dan lainnya lewat pengumuman mingguan gereja serta grup chat lingkungan. Dari segi kemudahan mendapat informasi dan kelengkapan informasi, mayoritas responden merasa informasi yang mereka dapat cukup mudah didapat dan lengkap. Namun, masih ada yang merasa informasi dalam gereja sulit didapat dan kurang lengkap. Hasil juga menunjukkan bahwa sebagian responden juga masih ada yang mengalami misinformasi di lingkungan gereja.

## 3.2 Metodologi Perancangan

Metode perancangan dalam perancangan website untuk Gereja Paroki Maria Ratu Semesta Alam Sintang menggunakan metode *design thinking*. Metode *design thinking* adalah proses memahami pengguna, melawan asumsi, dan mendefinisikan ulang masalah berupaya untuk menemukan strategi dan solusi alternatif yang mungkin tidak langsung teridentifikasi pada pemahaman awal, proses ini berlangsung secara berulang. 5 Tahap dalam metode ini antara lain: (Interaction Design Foundation, 2018).

### 3.2.1 Empathize

Menurut teori *design thinking*, tahap *empathize* melibatkan konsep subjektif seperti emosi, kebutuhan, motivasi, dan pemicu perilaku. Pada tahap ini, penulis melakukan pengumpulan data melalui kuesioner dan wawancara. Tahapan ini ditujukan untuk mendapat informasi tentang kebutuhan, masalah, dan emosi yang dialami umat di Gereja Paroki Maria Ratu Semesta Alam Sintang.

### 3.2.2 Define

Dalam tahapan *define* melibatkan mendefinisikan, merinci masalah yang akan dipecahkan agar lebih spesifik sesuai kebutuhan target. Tahap ini melibatkan analisis data yang menghasilkan *insight* terhadap masalah yang akan diselesaikan serta target audiens yang lebih terdefiniskan.

### 3.2.3 Ideate

Dalam tahapan *ideate* bertujuan untuk membuat ide solusi yang inovatif dengan mengesampingkan asumsi pribadi. Pada tahap ini, penulis memulai mencari dan menguji ide yang mungkin dapat menjadi solusi untuk memecahkan masalah dengan melakukan beberapa metode seperti *brainstorming* dan *mindmapping*. Tahapan ini akan menghasilkan *big idea*, *framework*, *information architecture*, dan gaya visual.

### 3.2.4 Prototype

Pada tahap *prototype* bertujuan untuk merealisasikan solusi dan ide yang ditetapkan pada tahapan *ideate*. Penulis mulai membuat desain UI dan UX dari *website* Gereja Paroki Maria Ratu Semesta Alam Sintang. Dari tahapan ini akan menghasilkan desain *website* dalam bentuk *low fidelity* dan *high fidelity*.

### 3.2.5 Test

Tahap terakhir dari metode *design thinking* yaitu melakukan tes *prototype* desain *website*. Tahapan ini bertujuan untuk mendapatkan masukan dan *feedback* dari pengguna. Tahapan ini melibatkan *alpha test*, *beta test* dan revisi desain dari masukan dan *feedback* yang diterima selama test.

