

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Berdasarkan tujuan dan rumusan masalah dalam penelitian ini yang berkaitan dengan pengembangan media bimbingan dan konseling, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini merupakan *Research and Development (R&D)*. Metode penelitian R&D merupakan jenis penelitian yang menghasilkan suatu produk baik media, instrumen dan model pembelajaran atau layanan, definisi tersebut sesuai dengan teori yang dikembangkan oleh Borg & Gall (Ananda et al., 2021) "*educational research and development (R&D) is a process used to develop and validate educational products.*" Menurut Borg & Gall metode *Research and Development* diartikan sebagai proses yang digunakan untuk mengembangkan dan menguji suatu produk untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya dalam pendidikan .

Produk yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah media poster, media poster dibuat untuk dijadikan media layanan bimbingan kelompok dengan topik meningkatkan *self-efficacy* siswa. Media poster yang dikembangkan oleh peneliti memiliki ciri khas yaitu poster dibuat berbasis *online* sehingga mudah diperbaharui baik dalam layanan bimbingan dan konseling luring maupun daring. Produk yang dikembangkan dapat dikatakan layak digunakan untuk dijadikan media bimbingan dan konseling setelah melalui uji kelayakan yang dilakukan oleh penguji yang memiliki keahlian dalam bidang media berbasis teknologi.

1. Produk

Produk yang dikembangkan oleh peneliti dalam penelitian ini merupakan media poster.

2. Konten

Konten yang dibuat berisikan tentang tips atau cara-cara meningkatkan *self-efficacy* yang harus siswa lakukan, tantangan yang diberikan berkaitan dengan peningkatan efikasi siswa.

Langkah-langkah dalam penelitian dan pengembangan ini mengacu pada langkah-langkah penelitian seperti yang telah dikemukakan Borg & Gall (Pratiwi, 2020), adapun langkah-langkah penelitian R&D menurut Borg & Gall adalah sebagai berikut:

1. *Research and Information collection* (penelitian dan pengumpulan data)

Langkah pertama ini meliputi asesmen atau analisis kebutuhan, melakukan studi pustaka, melakukan studi literatur, melakukan penelitian skala kecil dan standar laporan yang dibutuhkan. Dalam melakukan analisis kebutuhan ada beberapa kriteria yang berkaitan dengan urgensi perlunya mengembangkan produk tersebut, juga ketersediaan sumber daya manusia (SDM) yang kompeten dan memiliki waktu yang cukup untuk mengembangkan. Adapun studi literatur dilakukan untuk dijadikan pijakan awal untuk mengenal produk yang akan dikembangkan

2. *Planning* (perencanaan)

Pada langkah ini yang dilakukan adalah menyusun rencana penelitian, meliputi kemampuan-kemampuan yang diperlukan dalam pelaksanaan

penelitian, menentukan rumusan tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian tersebut, desain produk yang akan dirancang dan langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penelitian, kemungkinan pengujian dilakukan dalam lingkup terbatas.

3. *Develop Preliminary form of Product* (pengembangan draft produk awal)

Langkah ini meliputi penentuan desain produk yang akan dikembangkan (desain *hipotetik*), menentukan sarana dan prasarana yang diperlukan dalam proses penelitian, kecukupan waktu juga diperlukan untuk mengembangkan produk, menentukan tahap dilaksanakannya pengujian desain produk di lapangan, pembagian tugas untuk pihak yang terkebut dalam mengembangkan produk, produk yang dikembangkan baik berupa media, instrument atau model pembelajaran.

4. *Preliminary Field Testing* (uji coba lapangan awal)

Kegiatan yang dilakukan pada langkah ini merupakan uji produk secara terbatas, produk yang telah dirancang oleh peneliti melalui uji lapangan awal yang sifatnya terbatas, baik substansi desain maupun pihak-pihak yang terlibat. Uji lapangan awal dilakukan secara berulang hingga memperoleh desain produk yang dapat dinyatakan layak. Subjek yang digunakan dalam uji coba terbatas relatif sedikit misal 6 sampai 12 sampel. Pada uji coba lapangan awal kegiatan yang dilakukan juga meliputi pengamatan dan menyebarkan angket, data yang diperoleh dari kuesioner yang selanjutnya dianalisis.

5. *Main Product Revision* (revisi hasil uji coba)

Revisi hasil uji coba dilakukan sebagai upaya perbaikan dan penyempurnaan model atau desain berdasarkan hasil uji lapangan terbatas. Pada tahap penyempurnaan produk awal ini, dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, evaluasi juga dilakukan pada langkah ini, evaluasi yang dilakukan lebih pada evaluasi terhadap proses, sehingga perbaikan yang dilakukan bersifat perbaikan internal.

6. *Main Field Testing* (uji lapangan produk utama)

Langkah ini merupakan uji produk secara lebih, meliputi uji efektivitas desain produk, uji efektivitas desain (pada umumnya menggunakan teknik eksperimen model penggulangan). Hasil dari uji ini adalah diperolehnya desain yang efektif. Subjek yang digunakan pada tahap ini cenderung lebih banyak, Pengumpulan data tentang dampak sebelum dan sesudah implementasi produk menggunakan kelas khusus, yaitu data kuantitatif penampilan subjek uji coba sebelum dan sesudah menggunakan model yang diujicobakan. Hasil pengumpulan data dievaluasi, jika memungkinkan dilakukan juga proses membandingkan dengan kelompok pembanding.

7. *Operational Product Revision* (revisi produk)

Langkah ini merupakan penyempurnaan produk atas hasil uji lapangan berdasarkan masukan dan hasil uji lapangan utama. Jadi perbaikan ini merupakan perbaikan kedua setelah dilakukan uji lapangan yang lebih luas dari uji lapangan yang pertama. Penyempurnaan produk dari hasil uji

lapangan lebih luas ini akan lebih memantapkan produk yang dikembangkan. Perbaikan produk bersifat internal dan penyempurnaan produk ini didasarkan pada evaluasi hasil sehingga pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif.

8. *Operational Field Testing* (uji coba lapangan skala luas/uji kelayakan)

Langkah ini sebaiknya dilakukan dengan skala besar, meliputi uji efektivitas dan adaptabilitas desain produk, dan uji efektivitas dan adaptabilitas desain melibatkan sasaran yang akan menggunakan produk. Hasil uji lapangan berupa model desain yang siap diterapkan, Subjek alam tahap ini lebih banyak lagi. Pengujian dilakukan melalui angket dan hasilnya dianalisis.

9. *Final Product Revision* (revisi produk final)

Langkah ini merupakan penyempurnaan produk yang sedang dikembangkan. Penyempurnaan produk akhir perlu dilakukan untuk mengetahui tingkat keakuratan produk yang dikembangkan. Pada tahap ini sudah didapatkan suatu produk yang dinyatakan efektif dan dapat dipertanggungjawabkan. Hasil penyempurnaan produk akhir memiliki nilai “*generalisasi*” yang dapat diandalkan. Penyempurnaan didasarkan masukan atau hasil uji kelayakan dalam skala luas.

10. *Disemination and Implementasi* (Desiminasi dan implementasi)

Desiminasi dan implementasi, yaitu melaporkan produk pada forum-forum profesional di dalam jurnal dan implementasi produk pada praktik pendidikan. Penerbitan produk untuk didistribusikan secara komersial

maupun free untuk dimanfaatkan oleh publik. Distribusi produk harus dilakukan setelah melalui *quality control*. Diseminasi dilakukan dalam rangka mengenalkan produk terhadap masyarakat agar dapat digunakan sesuai tujuan pengembangan produk. Tahap Diseminasi tidak dilakukan dalam penelitian ini, penelitian dan pengembangan ini hanya sampai tahap revisi produk akhir karena media poster hanya dikembangkan dan hanya melalui tahap pengujian di Kelas XI SMAN 2 Padalarang, sehingga untuk diimplementasikan di sekolah lain, perlu adanya uji coba lagi sesuai dengan keadaan sekolah tersebut.

B. Subjek dan Lokasi

1. Subjek

Subjek dalam penelitian ini adalah siswa kelas XI SMAN 2 Padalarang, peneliti melakukan uji coba terbatas dan uji coba luas pada penelitian ini. Adapun siswa yang ikut berperan dalam uji coba terbatas ini sebanyak 7 orang peserta didik sebagaimana yang dijelaskan oleh Sukmadinata (2005) mengemukakan bahwa pada uji coba lapangan awal banyaknya subjek yang digunakan yakni sebanyak 6 sampai dengan 12 subjek atau peserta didik.

Selain itu dalam uji coba luas yang dilakukan oleh peneliti melibatkan 30 orang peserta didik sebagaimana yang disebutkan oleh Sukmadinata N (2005) mengemukakan bahwa dalam uji coba lapangan luas dilakukan dengan melibatkan 30 sampai dengan 100 subjek atau peserta didik.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMAN 2 Padalarang. Jl. G.A. Manulang,
Jayamekar, Kec. Padalarang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat
40553

C. Instrumen

Menurut Borg & Gall (Arlena & Akhmad Fajar Prasetya, 2022) metode *Research and Development* (R&D) diartikan sebagai proses yang digunakan untuk mengembangkan dan menguji suatu produk untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya dalam pendidikan. Instrumen pengumpulan data merupakan alat yang digunakan oleh peneliti agar penelitiannya berjalan secara sistematis, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner

Sugiyono (Ananda et al., 2021) menjelaskan angket atau kuesioner merupakan metode yang digunakan untuk pengumpulan data yang berbentuk lembaran yang berisi daftar pertanyaan tertulis, yang nantinya akan dijawab oleh responden berdasarkan keadaan yang sedang dialami. Angket yang disebarkan oleh peneliti berisikan pernyataan yang berkaitan dengan kepuasan siswa terhadap media spinning wheel untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi secara asertif, penilaian oleh ahli media untuk mengetahui kelayakan media yang dikembangkan, penilaian oleh ahli materi untuk

mengetahui ketepatan teori yang digunakan dalam media yang dikembangkan.

Berikut merupakan kisi-kisi angket yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Kisi-kisi Angket Ahli Media

Kriteria	Indikator	Nomor Item
1. Kelayakan Isi	A. Kesesuaian Materi	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
	B. Keakuratan Materi	10, 11, 12, 13, 14
	C. Kemutakhiran Materi	15
	D. Mendorong Keingintahuan	16, 17
2. Kelayakan Penyajian	A. Teknik Penyajian	1
	B. Pendukung Penyajian	2, 3
	C. Penyajian Pembelajaran	4
	D. Keruntutan Alur Pikir	5, 6
3. Kelayakan Bahasa	A. Lugas	1, 2, 3
	B. Komunikatif	4
	C. Dialogis dan Interaktif	5
	D. Kesesuaian dengan Perkembangan Peserta Didik	6, 7, 8
	E. Kesesuaian dengan Kaidah Bahasa	9, 10, 11

Sumber : Aspek media menurut Badan Nasional Standar Pendidikan BNSP (Ananda et al., 2021)

Tabel 3.2
Kisi-kisi Ahli Materi

No.	Aspek	Indikator	No Butir	Jumlah Butir
1.	Materi	Tema pembelajaran	1, 2	2

		Kesesuaian materi	3, 4, 5, 6,7,8,9	7
2.	Penyajian	Cakupan Informasi	10	1
		Susunan materi	11	1

Sumber Hasan (Darmayani, 2021)

Tabel 3.3
Kisi-kisi Angket Ahli Praktisi

No.	Aspek	Indikator	No Butir	Jumlah Butir
1.	Materi	Kesesuaian materi	1,2	2
2.	Penyajian	Penyajian materi	3,4,5,6	4
3.	Keterlaksanaan	Kesesuaian dengan penggunaan	7,8,9	3
4	Kebahasaan	Kesesuaian dengan kaidah bahasa	10,11	2
		Komunikatif	12,13,14	3
5	Gambar	Teknik penyajian gambar	15,16,17,18	4
6	Kegrafikan/ tampilan	Kesesuaian tampilan dengan perkembangan peserta didik	19,20,21,22,23,24	6

Sumber: Peronika (Juandikha, 2020)

D. Prosedur Penelitian dan Pengembangan

Tahap I : Studi Pendahuluan

Pada tahap studi pendahuluan adalah tahap mengumpulkan informasi atau menganalisis kebutuhan siswa, guru dan sekolah sesuai dengan kondisi di lapangan. Tujuan dari pengumpulan informasi ini adalah untuk mengumpulkan

informasi-informasi yang berkaitan dengan mengembangkan media yang sudah ada dan menyiapkan teknik yang digunakan dalam mengembangkan media yang akan dibuat. Setelah informasi diperoleh, kemudian dikaji melalui kajian literatur dan dikonsultasikan dengan ahli media (produk) maupun ahli materi.

Tahap II : Tahap Pengembangan Model

1. Model Pengembangan (Desain Produk)

Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah merencanakan rancangan produk yang akan dikembangkan sesuai dengan apa yang telah dirancang dalam bab 2 pada bagian spesifikasi produk yang meliputi bentuk, ukuran, warna, dan bahan yang digunakan dalam pengembangan produk.

2. Validasi Desain

Setelah produk dirancang, tahap selanjutnya adalah validasi desain yang dilakukan oleh peneliti dengan didampingi oleh ahli dibidang materi asertif serta ahli di bidang produk.

3. Revisi Desain

Revisi desain dilakukan setelah validasi desain, pada tahap ini peneliti melakukan revisi sesuai dengan hasil review yang dilakukan oleh para ahli yaitu ahli media an ahli materi yang dilibatkan dalam perencanaan dan validasi desain.

4. Uji Coba Produk

Tujuan dari uji coba produk adalah agar peneliti mendapatkan umpan balik secara langsung dari ahli yang menguji dan pihak yang menggunakan

produk tersebut, dilakukannya uji coba produk peneliti dapat mengetahui kelayakan produk media yang dikembangkan. Uji coba dalam penelitian ini, terdiri dari tiga tahap, tahap pertama, uji coba validasi produk melibatkan ahli media, praktisi, dan ahli materi. Tahap kedua dilakukan jika setelah tahap validasi, media yang dikembangkan memenuhi kriteria kelayakan dengan melakukan uji coba kelompok kecil yang melibatkan 30 siswa kelas XI SMAN 2 Padalarang.

a. Desain Uji Coba Media Poster

Desain uji coba akan dilakukan oleh beberapa pihak yaitu

1) Ahli Media

Media poster yang dikembangkan akan melalui tahap validasi, Adapun yang melakukan validasi dalam media ini adalah Bapak Prof. Dr. H. Heris Hendriana. M.Pd sebagai ahli media.

2) Ahli Materi (Teori)

Ahli materi yang akan melakukan uji validasi materi atau teori adalah Ibu Siti Fatimah, S.Psi., M.Pd.. sebagai ahli materi.

3) Subjek Uji Coba

Uji coba media poster dilakukan kepada satu kelompok siswa yang berjumlah 30 siswa.

b. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif diperoleh dari hasil validasi angket yang digunakan dalam

validasi ahli media, ahli materi pengguna media dan hasil angket siswa dalam mengukur tingkat *Self-efficacy* siswa.

c. Instrumen Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket *self-efficacy* siswa. Angket ini dikembangkan melalui proses bimbingan dan konsultasi yang dilakukan oleh peneliti dengan pembimbing skripsi, adapun kisi-kisi angket disusun berdasarkan aspek-aspek *self-efficacy* sedangkan untuk angket penguji media dan materi diperoleh dari hasil penelitian terdahulu.

d. Teknik Analisis Data

Data hasil penelitian dapat terlihat dari skor hasil dari angket validasi ahli media ahli materi dan pengguna atau guru bimbingan dan konseling dengan cara mengelompokkan menjadi lima interval sebagai berikut:

- 1 = Tidak Layak
- 2 = Kurang Layak
- 3 = Layak
- 4 = Sangat Layak

Skor yang diperoleh dari hasil validasi produk diolah menjadi data kuantitatif, hal tersebut berpedoman pada kategori penilaian dalam Arikunto, (Panggih Wahyu Nugroho, Imam Tdjri, 2018) yang membagi skor maksimal yang diperoleh dari uji coba dengan jumlah kategori yang ditentukan. Apabila produk yang memenuhi kriteria dan masuk ke dalam kategori layak, maka dapat digunakan dalam layanan.

5. Revisi Produk

Berdasarkan uji validasi produk yang dilakukan melalui uji validasi ahli dan pengguna, maka diperoleh review aspek apa saja yang harus direvisi dan dikaji ulang.

6. Evaluasi Dan Penyempurnaan

Setelah produk direvisi kemudian peneliti akan melakukan evaluasi tahap akhir dengan melakukan uji validasi lagi kepada para ahli. Tahap ini merupakan tahap penyempurnaan produk sebelum produk diuji kepada kelompok besar.

7. *Model Hipotetik* (Model Akhir Hasil Revisi pada Tahap Pengembangan)

Model hipotetik merupakan sebuah produk yang dihasilkan sementara dari suatu proses pengembangan model. Model hipotetik dalam penelitian ini adalah dalam bentuk media poster. Model hipotetik ini akan diuji berdasarkan kriteria yang akan disusun peneliti bersama pembimbing skripsi dan para ahli dibidangnya.

Tahap III : Tahap Evaluasi/ Pengujian Model



Gambar 3.1
Langkah-Langkah Pengembangan R&D

Model Hipotetik Brog and Gall

Pada skripsi ini model hipotetik Brog and Gall yang dirancang sebagai berikut: 1) Mencari informasi di lapangan terkait kemampuan siswa dalam meningkatkan *self-efficacy* dan mencari referensi dari beberapa jurnal terkait penelitian terdahulu yang meneliti tentang efikasi diri. 2) Menyusun rencana untuk melakukan penelitian mengenai *self-efficacy* dan melatih kemampuan dalam IT untuk mengembangkan produk berupa media poster. 3) Media poster melalui tahap penilaian awal oleh penguji teori terkait kesesuaian penerapan teori dalam media *spinning wheel* yang dikembangkan, sedangkan penguji produk menilai kelayakan media untuk digunakan dalam layanan bimbingan kelompok dan apakah media tersebut sudah memenuhi syarat media yang baik, dan penilaian akan diberikan dalam bentuk pengisian angket. 4) Setelah media poster diuji cobakan, kemudian dianalisis terkait kekurangan yang ada kemudian direvisi kembali agar mendapatkan hasil yang lebih baik. 5) Media poster diuji cobakan kepada siswa apakah sudah dapat dikatakan efektif dilihat dari hasil angket yang diisi oleh siswa terkait peningkatan kemandirian belajar siswa setelah melakukan bimbingan kelompok menggunakan media poster. 6) Setelah data diperoleh dari penguji media, penguji teori dan siswa mengisi angket penilaian maka data yang diperoleh diolah dengan cara analisis kuantitatif 7) Penentuan apakah penguji menyatakan bahwa media poster yang dikembangkan layak untuk digunakan atau tidak berdasarkan dari hasil angket yang diisi oleh penguji. 8). Media poster digunakan dalam bimbingan kelompok, setelah itu siswa diberikan angket untuk menilai kepuasan dan pemahaman mengenai *self-efficacy*

setelah mendapatkan layanan bimbingan kelompok menggunakan media poster. 9) Penguji memberikn pernyataan bahwa media poster layak untuk digunakan karena berdasarkan isi pembahasan sesuai dengan teori yang digunakan. 10) Media poster yang dikembangkan dijadikan media dalam memberikan layanan bimbingan kelompok dengan topik efikai diri siswa.

Analisis kuantitatif (Panggih Wahyu Nugroho, Imam Tdjri, 2018) diperoleh dari data pengumpulan angket. Data angket akan dianalisis untuk mendapatkan gambaran tentang media poster yang dikembangkan. Adapun analisis kuantitatif yang digunakan ada dua, yaitu: Validitas merupakan suatu derajat ketepatan instrumen (alat ukur), maksudnya apakah instrumen yang digunakan betul-betul tepat untuk mengukur apa yang akan diukur. Pengembangan media poster ini, menggunakan validitas untuk menguji kelayakkan dan kesesuaian media dengan materi. Apakah media tersebut sudah sesuai dan layak digunakan dalam bimbingan kelompok.

Jawaban angket validitas ahli menggunakan skala likert. Menurut Sugiyono (Nur, 2021) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Angket validitas ahli berisi kisi kisi mengenai kriteria dari media yang dikembangkan. Adapun dalam pengukuran skala Likert variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kategori skor dalam skala likert menurut Putra (Nuraisyah, F. 2017) dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 4
Tabel Kategori Skor dalam Skala Likert
Validasi Ahli Media dan Ahli Teori

Keterangan	Skor
Sangat Baik	4
Baik	3
Kurang	2
Tidak Baik	1

Uji angket validitas ahli media, ahli materi, pengguna media guru bimbingan dan konseling dan untuk mengukur tingkat *self-efficacy*, dapat dilakukan dengan menghitung jumlah skor yang telah dihasilkan (ΣR) dengan jumlah skor ideal yang telah ditetapkan di dalam angket (N) Arifin (Nuraisyah, F. 2017) Rumusnya sebagai berikut:

$$P = \frac{\Sigma R}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Persentase skor yang dicari

ΣR = Jumlah jawaban yang diberikan atau pilihan yang terpilih

N = Jumlah skor maksimal atau ideal

Untuk mengetahui peningkatan *self-efficacy* sebelum dan sesudah menggunakan media poster, akan dihitung menggunakan rumus *Normalized gain* (Ryanto, 2019)

$$Ng = \frac{Sp_{post} - Sp_{pre}}{Smaks - Sp_{pre}}$$

Keterangan :

Ng = Gain ternormalisasi rata-rata

Sp_{post} : Skor *posttest*

Sp_{pre} : Skor *Pretest*

$Smaks$: Skor maksimal ideal

Kriteria validasi atau tingkat ketercapaian yang digunakan dalam pengembangan media dijelaskan pada tabel sebagai berikut.

Tabel 3. 5
Kategori Penilaian Kualitas Media

No	Tingkat Pencapaian (%)	Kualifikasi	Keterangan
1.	76-100%	Sangat baik	Sangat layak tidak perlu direvisi
2.	51-75%	Baik	Layak, tidak perlu direvisi
3.	26-50%	Kurang baik	Tidak layak, perlu direvisi
4.	0-25%	Sangat kurang baik	Sangat tidak layak, perlu direvisi

Tabel 3. 6
Kategori Tingkat *N-gain*

Rentang	Kategori
$N\ gain \geq 0,7$	Tinggi
$0,7 < gain \geq 0,3$	Sedang
$N\ gain < 0,3$	Rendah

Meltzer (Ryanto, 2019)

Tingkat *self-efficacy* siswa dianggap tinggi apabila nilai *gain* atau selisih lebih dari 0,7 yang diperoleh dari nilai *pre-test* yang diperoleh dari angket yang diisi oleh siswa sebelum mendapatkan layanan bimbingan kelompok menggunakan media poster dan nilai yang diperoleh oleh siswa dari angket *post-test* yang diisi setelah mendapatkan layanan bimbingan kelompok menggunakan media poster