

Berdasarkan tujuan penelitian yaitu mengukur "pengaruh", pendekatan yang paling tepat adalah Kuantitatif dengan desain Kuasi-Eksperimen (*Quasi-Experimental Design*).

Alasan Metodologis:

1. Kausalitas (Sebab-Akibat): Kata kunci "pengaruh" menuntut pembuktian hubungan sebab-akibat antara variabel bebas (*Interactive Digital Media*) dan variabel terikat (*Learning Motivation*). Pendekatan kualitatif lebih cocok untuk mengeksplorasi "bagaimana" atau "mengapa", bukan mengukur besaran dampak.
2. Pengukuran Empiris: Variabel motivasi belajar perlu dikuantifikasi menggunakan skala terstandar (seperti Skala Likert) untuk melihat perbedaan signifikan secara statistik antara kelas yang menggunakan media interaktif dan yang tidak.
3. Generalisasi: Data numerik memungkinkan peneliti menguji hipotesis dan menarik kesimpulan yang lebih objektif mengenai efektivitas media tersebut dalam konteks populasi siswa Ekonomi.

Langkah-langkah sistematis yang harus dilakukan, mulai dari pra-lapangan hingga pelaporan:

#### 1. Identifikasi dan Perumusan Masalah (Phase 1)

- a) Gap Analysis: Temukan kesenjangan antara kondisi ideal (motivasi siswa seharusnya tinggi) dengan fakta di lapangan (motivasi rendah saat daring).
- b) Definisi Variabel: Tentukan secara operasional apa yang dimaksud "Media Digital Interaktif" (misal: *Nearpod*, *Quizizz*, atau simulasi ekonomi) dan "Motivasi Belajar" dalam konteks Ekonomi.

#### 2. Tinjauan Pustaka & Hipotesis (Phase 2)

- a) State of the Art: Cari penelitian terdahulu (5 tahun terakhir) tentang media interaktif dalam pembelajaran ekonomi untuk memastikan kebaruan (*novelty*) riset.
- b) Landasan Teori: Gunakan teori motivasi yang relevan, seperti ARCS Model (Attention, Relevance, Confidence, Satisfaction) dari John Keller untuk mendasari variabel motivasi.
- c) Perumusan Hipotesis:

- $H_0$ : Tidak terdapat pengaruh signifikan penggunaan media digital interaktif terhadap motivasi belajar siswa.
- $H_a$ : Terdapat pengaruh signifikan penggunaan media digital interaktif terhadap motivasi belajar siswa.

### 3. Desain dan Metodologi (Phase 3)

- a) Desain Riset: Gunakan *Nonequivalent Control Group Design*.
  - Kelas A (Eksperimen): Pembelajaran Ekonomi dengan media interaktif.
  - Kelas B (Kontrol): Pembelajaran daring konvensional (misal: ceramah via Zoom/PDF).
- b) Populasi & Sampel: Tentukan populasi siswa (misal: seluruh kelas X IPS) dan ambil sampel menggunakan teknik *Purposive Sampling* atau *Cluster Random Sampling*.

### 4. Pengembangan Instrumen (Phase 4)

Adopsi atau adaptasi instrumen baku seperti IMMS (Instructional Materials Motivation Survey) untuk mengukur motivasi spesifik terhadap media pembelajaran.

### 5. Pengumpulan dan Analisis Data (Phase 5)

- a) Pre-test (Opsional): Untuk mengetahui motivasi awal.
- b) Treatment: Pelaksanaan pembelajaran menggunakan media.
- c) Post-test: Penyebaran kuesioner motivasi setelah perlakuan.
- d) Analisis Statistik: Gunakan Independent Sample t-test (jika data normal) untuk membandingkan skor rata-rata motivasi kedua kelas. Lakukan uji prasyarat (Normalitas & Homogenitas) terlebih dahulu.

kendala yang sering muncul dalam riset eksperimen daring dan solusinya:

Potensi Masalah	Solusi Metodologis
Bias <i>Self-Report</i> (Siswa mengisi kuesioner tidak jujur atau asal-asalan).	Lakukan Triangulasi Data. Selain kuesioner, gunakan lembar observasi aktivitas siswa (keaktifan di kolom chat/LMS) untuk memvalidasi skor motivasi <sup>[10]</sup> .

Kendala Teknis (Sinyal internet siswa tidak stabil mempengaruhi <i>user experience</i> media).	Gunakan media yang bersifat <i>asynchronous</i> (bisa diakses kapan saja) atau <i>low-bandwidth</i> . Catat kendala teknis sebagai variabel kontrol dalam pembahasan.
Kontaminasi Sampel (Siswa kelas kontrol tahu/mengakses media kelas eksperimen).	Pastikan jadwal pembelajaran berbeda atau koordinasikan dengan guru agar <i>link</i> media tidak bocor ke kelas kontrol.
Validitas Internal (Apakah motivasi naik karena media atau karena guru yang lebih semangat?).	Standarisasi cara mengajar guru di kedua kelas. Satu-satunya pembeda hanyalah media yang digunakan ( <i>treatment</i> ).

Untuk variabel motivasi belajar, sangat disarankan menggunakan kerangka ARCS Model dari Keller karena sistematis dan terukur. Berikut langkah penyusunannya:

### 1. Kisi-Kisi Instrumen (Blueprint)

Susun item pernyataan berdasarkan 4 dimensi ARCS:

- Attention (Perhatian): Apakah media menarik rasa ingin tahu siswa? (Contoh: "Tampilan grafis pada media ini membuat saya penasaran").
- Relevance (Relevansi): Apakah materi ekonomi terasa berguna? (Contoh: "Isi materi berhubungan dengan kehidupan sehari-hari saya").
- Confidence (Kepercayaan Diri): Apakah siswa merasa mampu menguasai materi? (Contoh: "Latihan soal di media ini membuat saya yakin bisa ujian").
- Satisfaction (Kepuasan): Apakah siswa puas dengan pembelajaran? (Contoh: "Saya senang belajar ekonomi dengan cara ini").

### 2. Uji Validitas (Validity)

- Validitas Isi (*Content Validity*): Mintalah *Expert Judgment* (Dosen ahli materi dan ahli media) untuk mereview apakah butir soal sudah sesuai dengan teori ARCS. Gunakan indeks Aiken's V atau CVR jika perlu data kuantitatif validitas isi.
- Validitas Konstruk (*Construct Validity*): Lakukan uji coba (*pilot test*) pada 30 siswa di luar sampel penelitian. Analisis data menggunakan korelasi Product Moment Pearson. Butir dinyatakan valid jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikansi 5%.

### 3. Uji Reliabilitas (Reliability)

- Gunakan rumus Alpha Cronbach ( $\alpha$ ). Instrumen motivasi dikatakan reliabel (ajeg) jika nilai koefisien  $\alpha > 0.60$  atau  $0.70$  (kategori tinggi). Hal ini memastikan bahwa jika kuesioner diberikan ulang, hasilnya tetap konsisten.