

# PENELITIAN SECARA DARING: METODE DAN PRAKTIK

**Habibullah**

Peneliti Ahli Madya di Pusat Penelitian dan Pengembangan Kesejahteraan Sosial

Kementerian Sosial Republik Indonesia

Jl. Dewi Sartika No. 200, Cawang III Jakarta Timur

E-mail: [habibullah@kemsos.go.id](mailto:habibullah@kemsos.go.id)

## *Abstract*

*Online research is almost the same principle with conventional research that distinguishes it when collecting data. In online research there is no direct face-to-face process between researchers and respondents. Researchers submit questionnaires through computers, laptops, tablets and smartphones connected to the internet network and respondents fill out the questionnaire through their computers, laptops, tablets and smartphones. This article examines online research methods and practices. In the method, the stages of research online are the same as conventional research that is determining the problem, determining the objectives, making research designs, carrying out research online while in practice discussed research online using Google Form and SurveyMonkey.*

**Keywords:** *Research, online, Google Form, and Survey Monkey*

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi di era revolusi industri 4.0 membawa perubahan di berbagai sisi kehidupan. Manusia semakin memudahkan dalam kehidupannya dengan kehadiran teknologi informasi generasi revolusi industri 4.0. Melalui *smartphone* yang dimilikinya seseorang bisa berkomunikasi dengan sahabatnya yang berjarak ribuan kilometer melalui jejaring media sosial. Demikian juga untuk mendapatkan informasi dari berbagai penjuru dunia cukup dengan mengakses aplikasi berita. Tidak cukup untuk sarana akses informasi saja teknologi informasi juga menghadirkan keuangan digital, seseorang dengan mudahnya melakukan pembayaran tagihan, memesan tiket pesawat, memesan hotel, membeli makanan ataupun mentransfer uang cukup melalui *smartphone* yang dimilikinya.

Di dunia pendidikan, teknologi informasi hadir melalui sistem pembelajaran jarak jauh melalui jaringan internet yang dikenal dengan *electronic learning (e-learning)*. Pada kegiatan penelitian teknologi informasi berdampak pada pengumpulan data penelitian. Jika dulu peneliti harus turun ke lapangan ketemu langsung untuk memberikan kuesioner atau wawancara dengan responden. Saat ini peneliti bisa dengan cepat mengumpulkan data melalui komputer, laptop, tablet maupun *smartphone* yang terkoneksi dengan jaringan internet atau yang lebih dikenal secara *online*, dalam bahasa Indonesianya dikenal dengan istilah dalam jaringan (*daring*). Oleh karena itu menjadi menarik untuk membahas penelitian secara *daring* baik teori maupun praktik.

Pengertian *daring* secara umum adalah konektivitas atau dalam penggunaan yang biasanya menyatakan segala sesuatu yang berhubungan

dengan internet, menggunakan perangkat tertentu seperti komputer, *gadget* dan lain-lain. Daring merupakan suatu kondisi pada suatu alat perlengkapan atau pada suatu unit fungsional. Dikatakan daring apabila memenuhi salah satu syarat:

1. Di bawah pengendalian langsung dari alat yang lain.
2. Di bawah pengendalian langsung dari sebuah sistem.
3. Tersedia untuk penggunaan segera (*real time*)
4. Tersambung pada suatu sistem dalam pengoperasiannya.
5. Fungsional dan siap melayani.

Definisi penelitian secara daring bisa merujuk pada definisi riset *online*. Menurut Sarwono (2014) riset *online* adalah riset yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan kuesioner elektronik yang memanfaatkan surat elektronik (*e-mail*) dan/atau *web* untuk mengumpulkan data yang diperlukan dimana responden dapat berasal dari mana saja dengan tidak dibatasi area geografis saat riset dijalankan. Keunggulan melakukan penelitian secara daring diantaranya: memperoleh target populasi yang lebih luas, mempercepat dalam melakukan koleksi data, menekan biaya koleksi data yang jika dilakukan secara konvensional akan memakan biaya yang besar, dapat dikirimkan dengan menggunakan *e-mail* atau ditempatkan dalam laman atau situs web (*website*) dengan menggunakan alamat tertentu, hasil dapat ditampilkan saat itu juga secara deskriptif sehingga peneliti dapat melihat perkembangan penelitian yang sedang dilakukan dan menghemat waktu dalam mencari data.

Sebuah penelitian bukanlah hanya kumpulan pertanyaan yang tersaji di situs-situs, tapi merupakan salah satu 'senjata' dan 'alat' yang penting di dunia bisnis, klub/komunitas, akademik, dan berbagai bidang lainnya yang ada.

Selama ini, survei telah berkontribusi banyak dalam hal penelitian di dalam beragam industri. Lewat survei, banyak orang akhirnya diuntungkan karena bisa mengetahui suara maupun marjin yang tengah menguasai suatu pasar/keadaan.

## 2. METODE PENELITIAN SECARA DARING

Prosedur penelitian secara daring mengikuti aturan penelitian konvensional yang umum dilaksanakan. Tahapan penelitian secara daring yaitu menentukan masalah, menentukan tujuan, membuat desain penelitian, melaksanakan penelitian secara daring. Desain penelitian secara daring merupakan rancangan yang akan digunakan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian secara daring.

### 2.1. Rancangan Penelitian

Perbedaan mendasar antara penelitian lapangan dan penelitian secara daring diantaranya terletak pada penentuan populasi dan sampel. Populasi penelitian di internet bersifat global tidak dibatasi oleh faktor geografis dan wilayah teritorial yaitu semua pengguna internet.

Penentuan sampel yang diambil dari populasi pada penelitian secara daring dapat menggunakan teknik-teknik yang berbeda. Sekalipun demikian aturan dasarnya adalah sama dengan penelitian konvensional. Perbedaannya adalah bagaimana cara kita akan menentukan sampel yang akan dijadikan sebagai responden dalam penelitian kita. Pada penelitian secara daring tidak akan terjadi kontak secara langsung antara peneliti dan pihak yang diteliti, maka cara pemilihan responden harus menggunakan acuan-acuan khusus yang didasarkan pada, misalnya kunjungan rutin pengguna internet pada situs-situs tertentu yang akan menggambarkan kepentingan dan ketertarikan pengguna tersebut terhadap topik atau produk tertentu.

Beberapa hal yang dapat dijadikan sebagai patokan dalam menentukan target populasi dan sampel diantaranya:

- a. Melakukan kunjungan ke portal-portal tertentu, misalnya portal berita seperti detik.com dan kompas.com.
- b. Mencari laman-laman *web* yang sering dibaca
- c. Menemukan kata-kata kunci yang sering digunakan dalam mencari informasi melalui *search engine*.
- d. Mengidentifikasi iklan-iklan *online* yang sering dilihat juga dapat dijadikan sebagai landasan pengelompokan orang-orang yang akan dijadikan sebagai target responden.
- e. Menyebarkan tautan (*link*) survei melalui media sosial.

Salah satu cara dalam menentukan sampel untuk penelitian secara daring dengan menggunakan teknik non-probabilitas sebab jika kita ingin menggunakan teknik probabilitas maka kita akan banyak mengalami kesulitan dalam menentukan jumlah populasi dan sampel (Crawford, 2002). Hal ini disebabkan:

- a. Jika menggunakan alamat *e-mail*, maka ada banyak pengguna internet yang menggunakan *e-mail* lebih dari satu. Dengan demikian, jika kita hitung jumlah *e-mail* tidak akan sama dengan jumlah pengguna sebenarnya.
- b. Jika menggunakan *IP address*, maka satu *IP address* digunakan oleh banyak orang sehingga kita akan sulit mendeteksi jumlah yang sesungguhnya. Selain itu juga banyak orang menggunakan *user name* untuk *log in* lebih dari satu.

Dengan demikian ada dua cara yang didasarkan pada teknik non-probabilitas ini (Sarwono, 2005) yaitu:

- a. Teknik "*self selection*". Teknik ini memungkinkan para pengguna internet yang mengetahui penelitian tersebut dapat berpartisipasi

dalam penelitian yang sedang dilakukan. Hal ini hanya dapat dilakukan jika penelitian dilakukan dengan menggunakan *web*, tetapi tidak akan terjadi jika penelitian menggunakan *e-mail*. Asumsi pihak peneliti, responden yang mengisi mempunyai ketertarikan terhadap masalah yang diteliti; dengan demikian masalah yang diteliti tersebut dapat digunakan sebagai landasan untuk menyamakan karakteristik responden-responden yang berpartisipasi dalam penelitian secara daring tersebut.

- b. Mengambil populasi secara keseluruhan pada kelompok tertentu, misalnya kelompok yang tergabung dalam *mailing list* tertentu. Hal ini yang paling mudah dilakukan karena umumnya para pengguna yang tergabung dalam kelompok-kelompok seperti ini mempunyai kesamaan kepentingan dan kebutuhan. Jika jumlah populasi sangat besar maka kita dapat mengambil sesuai dengan kebutuhan, misalnya kita dapat mengambil 100 orang saja (DSS Research, 2000).

Terdapat tiga cara untuk memperoleh sampel di internet (Heerwegh & Geert, 2005) yaitu:

- a. Sampel tidak dibatasi (*unrestricted sample*)/ umum/siapa saja pengunjung internet dapat dijadikan sampel.
- b. Sampel yang disaring (*screened sample*)/ hanya pengunjung tertentu yang memenuhi persyaratan.
- c. Sampel yang dipilih (*recruited sample*) atau sampel yang sengaja diundang untuk dijadikan sebagai responden.

Penelitian dilakukan dengan sarana komputer, laptop, tablet, *smartphone* dengan media jaringan internet, maka instrumen pengambilan data harus berbentuk kuesioner elektronik dimana kuesioner tersebut dapat diisi secara langsung melalui layar monitor komputer, laptop, tablet, *smartphone* yang dipilih. Kuesioner elektronik ini akan berfungsi

sebagai sarana pengumpul data sebagaimana kuesioner fisik yang kita gunakan dalam riset konvensional.

Menurut Sarwono (2014) dalam merancang kuesioner elektronik beberapa tahapan yang harus dilalui diantaranya:

- a. Menentukan bahasa pemrograman menentukan format pertanyaan dan model jawaban;
- b. Menentukan tampilan fisik;
- c. Menentukan isi;
- d. Menentukan cara pengiriman dengan *web-based questionnaire* atau *e-mail-based questionnaire*.

Namun tahapan tersebut saat ini lebih mudah dengan hadirnya berbagai aplikasi survei *online* tidak perlu direpotkan dengan bahasa pemrograman untuk menentukan format pertanyaan karena berbagai template pertanyaan sudah tersedia diaplikasi tersebut.

## 2.2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara:

- a. Menggunakan *e-mail* yang dikirimkan ke alamat *e-mail* para responden
- b. Menggunakan *web* dimana para responden diundang untuk memasuki *web* tersebut.
- c. Menggunakan media sosial

Baik melalui *e-mail*, *web*, media sosial kuesioner yang digunakan tetap sama. Perbedaannya jika melalui *e-mail*, kita akan mengirimkan kuesioner yang terlampir dalam *e-mail* tersebut ke alamat *e-mail* responden; sedang jika melalui *web*, maka kita akan mengumumkan alamat *web* tersebut melalui *e-mail* yang kita beri *link* sehingga saat calon responden membuka *e-mail*, mereka hanya tinggal melakukan klik yang mengarahkan ke URL *website* dimana kuesioner berada.

## 3.3. Teknik Analisis dan Pelaporan Hasil Penelitian

Model analisis dapat dilakukan dalam dua tahap yaitu analisis deskriptif dalam bentuk tabulasi frekuensi yang secara otomatis melalui program yang sudah dibuat dapat ditampilkan melalui layar monitor dalam suatu *website* dan analisis lanjut dengan teknik analisis statistik inferensi sesuai dengan tujuan penelitian dapat dilakukan dalam sarana penyimpanan data di server yang kita persiapkan. Jika kita melakukan analisis data secara *online*, maka yang harus kita lakukan ialah: Memasang perangkat lunak untuk analisis data dalam *website* dimana kuesioner elektronik ditempatkan; atau menggunakan bantuan jasa layanan pihak lain yang menyediakan jasa analisis secara *online*. Berikut ini alamat yang dapat membantu kita melakukan analisis data secara *online*: SISA (*Simple Interactive Statistic Analysis*) dengan alamat: <http://www.quantitativeskills.com/sisa/> SISA memberikan layanan analisis secara *online* tanpa dipungut biaya/gratis.

Pelaporan hasil penelitian sebaiknya dilakukan dalam dua bentuk, bentuk laporan secara *online* yang berisi laporan singkat dan bentuk laporan tertulis dalam bentuk buku yang berisi laporan hasil penelitian secara detail.

## 3.4. Validitas dan Aspek Penelitian secara Daring

Hal-hal yang mengganggu validitas penelitian secara daring:

- a. Masalah *sampling* yang keliru.
- b. Rendahnya tingkat tanggapan responden.
- c. Populasi yang tidak spesifik.
- d. Hal-hal yang berkaitan dengan sekuritas data.
- e. Pemalsuan identitas.
- f. Hilangnya kendali terhadap responden.

Oleh karena itu, agar hasil penelitian valid, kita perlu memerlukan pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut:

- a. Menggunakan sampel yang disaring atau sampel yang direkrut.
- b. Membuat pengumuman/iklan di portal-portal terkenal sehingga semakin banyak pengunjung internet mengetahui riset yang sedang dijalankan atau menyebarkan link survei kita di jejaring media sosial.
- c. Mendefinisikan populasi yang ditargetkan secara khusus.
- d. Memperhatikan masalah sekuritas dalam internet.
- e. Jika memungkinkan membandingkan hasil riset *online* dengan riset *offline*.

#### 4. PRAKTIK PENELITIAN SECARA DARING

Perusahaan sering menggunakan penelitian secara daring untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mengenai pendapat dan selera pelanggan mereka. Akademisi yang menggunakan penelitian secara daring untuk menyelesaikan penelitian ilmiahnya, mahasiswa juga sering menggunakan penelitian secara daring untuk menyelesaikan tugas akhir jenjang pendidikannya. Berbeda dengan penelitian konvensional, penelitian secara daring menawarkan cara untuk memperoleh sampel responden yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah.

Pada penelitian secara daring, SurveyMonkey dan Google Forms merupakan dua nama platform untuk penelitian secara daring yang sering digunakan. SurveyMonkey dan Google Forms merupakan dua dari banyak platform penelitian secara daring yang memungkinkan untuk membuat berbagai macam survei sesuai keinginannya dengan mudah (SurveyMonkey, 2019). Sebagai pengguna dua platform survei

*online* yang paling diminati, perbandingan dua platform tersebut adalah sebagai berikut:

##### 4.1. Google Forms

Google Forms merupakan salah satu aplikasi dari akun Google yang bersifat umum. Google Forms dapat diakses secara gratis jika memiliki akun Google. Dengan Google Forms, pengguna dapat membuat suatu *form* yang dapat ditemukan oleh semua orang di penjuru dunia. Untuk mengisi *form* yang telah dibuat pada Google Form, responden tidak perlu memiliki akun Google sehingga dapat dikatakan *form* tersebut bersifat umum. Pembuatan Google Form dapat dilakukan melalui laptop, komputer, dan bahkan *smartphone*.

Google Forms dapat membuat dan mengirim survei melalui *e-mail* atau dengan mengunggahnya secara *online* menggunakan Google Drive. Namun, Google Forms tidak menyediakan sarana untuk mengunggah pertanyaan ke dalam Facebook atau *web* lainnya. Survei dengan menggunakan Google Forms yang diunggah adalah berupa *link* survei dan responden dapat mengisi secara langsung. Google Forms hanya memiliki satu versi layanan, yaitu layanan gratis dengan pengajuan pertanyaan tak terbatas, namun dengan fitur yang terbatas.

Google Form tersinkronisasi dengan Google Docs. Terdapat 5 pilihan dokumen dalam Google Docs yang dapat Anda buat, yaitu dokumen teks seperti Microsoft Word, dokumen persentasi seperti Microsoft Powerpoint, dokumen spreadsheet seperti Microsoft Excel, membuat gambar seperti menggunakan Paint, Photoshop, CorelDraw dan sebagainya, dan yang terakhir membuat *form* kuesioner *online* dalam pilihan *form*. Namun dari kelima *file* tersebut, Google Form hanya akan tersinkronisasi dengan dokumen *spreadsheet* seperti Microsoft Excel.

Google Forms menyediakan sembilan tipe pertanyaan, seperti pilihan berganda, teks, *checkbox*, dan lain-lain. Google Forms juga



menyediakan contoh-contoh pertanyaan yang dapat digunakan. Namun, Google Forms tidak menyediakan fitur untuk membuat atau mengunggah contoh pertanyaan yang ingin peneliti buat sendiri. Google Forms memberikan hasil survei dengan menggunakan aplikasi Documents atau Google Drive, dan hasil tersebut dapat berupa grafik batang yang sederhana, grafik lingkaran, atau tampilan teks. Selain itu, pengguna juga tidak dapat memilih bentuk hasil survei, melainkan Google Forms akan otomatis mengeluarkan hasil survei dengan berbentuk Google Spreadsheet.

Google Forms memiliki Help Center yang berisi panduan dan bantuan bagi peneliti dalam membuat form survei. Bantuan berupa panduan kalimat yang telah dirancang sedemikian rupa oleh Google Forms agar penggunaanya dapat menemukan jawaban dari segala kesulitan yang dialami saat membuat form.

#### 4.2. SurveyMonkey

Berbeda dengan Google Forms, SurveyMonkey memiliki dua versi layanan, yaitu gratis dan berbayar. SurveyMonkey dengan layanan gratis, peneliti hanya dapat mengajukan 10 pertanyaan kepada responden dan maksimal responden sebanyak 100 responden. SurveyMonkey dengan layanan berbayar, peneliti dapat mengajukan jumlah pertanyaan tak terbatas dan dapat mendapatkan respon yang tak terbatas pula.

Pada SurveyMonkey berbayar peneliti dapat memperoleh fitur-fitur tambahan yang lengkap dan akan sangat membantu survei peneliti. SurveyMonkey memungkinkan peneliti mengirimkan *form* survei melalui Facebook atau Salesforce.

SurveyMonkey memberikan hasil survei dengan berbagai grafik yang dapat dipilih sendiri oleh pengguna. Dengan layanan lain, data dapat diubah ke dalam bentuk Excel (XLS), PDF, SPSS, atau format Powerpoint (PPT).

SurveyMonkey memiliki 24/7 layanan bantuan via *e-mail* yang dapat peneliti manfaatkan bila mengalami kesulitan saat membuat form survei. Selain itu, khusus untuk layanan, SurveyMonkey menyediakan jasa bantuan via telepon. Selbihnya, ada juga Help Center yang berisi panduan berupa artikel dan video yang dapat dimanfaatkan oleh para pengguna dalam memahami dan mendalami cara pembuatan *form* SurveyMonkey.

SurveyMonkey menawarkan berbagai fitur yang memungkinkan peneliti untuk dengan mudah melakukan survei terhadap responden dan menganalisis data yang diperoleh. Dengan SurveyMonkey, peneliti dapat memiliki akses ke lebih dari 180 survei *template* lengkap yang mencakup berbagai topik, seperti karyawan dan kepuasan pelanggan, serta riset pasar. SurveyMonkey memudahkan proses pembuatan survei yang membingungkan, kesulitan menciptakan pertanyaan relevan, pelaporan yang sulit dimengerti, dan hal-hal lainnya.

Berikut ini keunggulan dari SurveyMonkey (2019):

- a. Pembuatan survei yang mudah dan sederhana  
Selain karena nama SurveyMonkey yang mudah diingat dan singkat menjadi SurveyMonkey-tanpa embel-embel seperti SurveyMonkey Co., SurveyMonkey Inc., dan lain-lainnya, SurveyMonkey menawarkan proses pembuatan survei yang nyaman dan cepat. Hanya dengan tiga langkah sederhana, yaitu buatlah survei, tentukan reponden seperti apa yang ingin peneliti inginkan, dan tunggu hasil surveinya selesai hanya dalam waktu beberapa hari.

Hal ini dikarenakan SurveyMonkey menyediakan banyak pilihan kategori untuk tema survei, jadi untuk langkah pembuatan pertanyaan dan desain tampilannya, langsung bisa disesuaikan dengan tepat. Untuk itu, SurveyMonkey bisa digunakan oleh orang

dari berbagai kalangan, karena petunjuk untuk langkah-langkah pembuatannya tidak terlalu kompleks, tapi tetap dilengkapi fitur-fitur yang kaya dan bermanfaat dalam menghasilkan sebuah survei yang berbobot.

b. Pelaporan hasil survei yang mendalam

Ini adalah keuntungan paling utama yang akan peneliti rasakan saat memilih SurveyMonkey. SurveyMonkey mempunyai laporan hasil survei yang matang. Karena SurveyMonkey akan membantu peneliti memilah pertanyaan yang relevan dan cocok dengan kategori survei, itu membuat analisis laporannya lebih mendalam dan mengena. Tak hanya itu, SurveyMonkey dilengkapi *analytic tools* yang mampu mengolah data dengan cara *filtering*, perbandingan dan analisis.

c. Memiliki segudang koleksi pertanyaan yang membantu peneliti menghasilkan pertanyaan relevan

Fakta ini menjadikan SurveyMonkey menarik. Mungkin pertanyaan yang peneliti buat untuk survei mempunyai kata yang salah, atau kalimat yang tidak berguna untuk dimasukkan. Tapi kekeliruan tersebut bisa diatasi dengan fitur *skip logic* yang dimiliki SurveyMonkey. Fitur ini mampu mengubah pertanyaan atau menyodorkan pertanyaan baru yang sesuai dengan jawaban responden terhadap pertanyaan sebelumnya. Maksudnya, Skip Logic akan menciptakan jalur khusus melalui pertanyaan survei berdasarkan jawaban responden, jadi hasil yang didapat lebih relevan dan terarah. Skip Logic sendiri bisa diatur dan divariasikan sesuai dengan aturan yang sudah peneliti tetapkan untuk responden. Tampilan bagi kumpulan pertanyaan-pertanyaan juga telah disiapkan oleh SurveyMonkey, antara lain pilihan pertanyaan dalam bentuk tampilan

pilihan ganda (*multiple choices*), *rating scales*, demografik, dan *comment/essay box*.

d. Cocok untuk melakukan sejumlah survei bisnis terkait konsumen

SurveyMonkey memiliki banyak kategori survei di berbagai bidang, mulai dari pendidikan, kesehatan, komunitas/klub, hingga bisnis. Khusus untuk bisnis, SurveyMonkey sangat direkomendasikan dalam hal pembuatan survei tentang kepuasan konsumen atas pelayanan/produk bisnis (*customer satisfaction questionnaire*), kualitas brand suatu produk di mata pelanggan (*brand awareness*), harga terbaik seperti apa yang diterima pasar (*price testing*), ide-ide bisnis baru apa yang tengah populer di pasaran (*concept testing*), meneliti tentang kompetitor/pesaing (*competitor research*), dan lain-lainnya. Karena SurveyMonkey menyediakan sejumlah panduan untuk membuat survei tersebut, mulai dari tips-tips membuat pertanyaan menarik yang mendapatkan respon cepat, hingga menyediakan hasil data survei yang nantinya berguna untuk *market research*.

Selain itu, SurveyMonkey juga menawarkan pilihan bagi peneliti untuk mendapatkan sasaran responden yang tepat. Misalnya pertanyaan terkait bisnis perangkat ponsel, peneliti bisa mengatur agar responden yang menjawab survei bisnis adalah mereka yang menggunakan ponsel setiap harinya. Ini disebabkan SurveyMonkey memiliki tingkat dan jumlah audiens yang banyak, sehingga bisa menargetkan responden yang relevan dengan tema survei. Untuk survei terkait bisnis, jika Anda mendaftar layanan SurveyMonkey versi berbayar, Anda bisa menikmati survey programs yang ditawarkan SurveyMonkey. Pada survey programs ini, SurveyMonkey telah menyiapkan tim yang

- akan mengecek pertanyaan yang peneliti ajukan, dan membantu menentukan target audiens yang cocok, mendesain personalisasi/kustomisasi yang bagus, serta memilah pertanyaan relevan untuk diluncurkan. Ini membuat layanan survei di SurveyMonkey lebih terarah dan kuat.
- e. Menawarkan beragam pilihan tampilan yang bisa diatur sesuai tema survei
- Pastilah sangat membosankan jika tampilan survei hanya berupa laman putih berisi sederetan pertanyaan. Mengetahui hal itu, SurveyMonkey menyediakan kustomisasi dan personalisasi dengan beragam pilihan, mulai dari pengaturan logo, warna, jenis huruf, mengunggah foto, dan lain-lain, untuk mengoptimalkan branding. Hal lainnya yang unik adalah, nama perusahaan akan dimasukkan dalam tautan/*link* kuesioner survei, sehingga survei yang dijalankan terkesan official. SurveyMonkey juga sudah menyiapkan laman ucapan terima kasih bagi responden yang telah mengisi survei, dan jawaban responden akan otomatis terkirim langsung.
- f. Hadir dalam bentuk aplikasi ponsel
- Hal baik lainnya adalah SurveyMonkey bisa diakses dan didapatkan dalam bentuk aplikasi ponsel. Tak hanya tersedia di iPhone atau iPad, tapi juga sudah merambah ke seluruh perangkat ponsel berbasis Android. Hal ini memudahkan peneliti untuk memonitor dan memantau proses maupun hasil survei yang tengah peneliti lakukan dimanapun dan kapanpun. Tiap pembaruan bisa peneliti ketahui dengan sekejap hanya dengan menggulirkan layar ponsel. Setiap data dan informasi survei yang tersimpan, bisa dipastikan tetap aman dan terjaga kerahasiaannya.
- g. Terhubung langsung dengan media sosial, *e-mail*, dan situs
- Survei yang peneliti buat di SurveyMonkey telah terkoordinasi dengan *e-mail* milik peneliti. Kelebihan ini membuat peneliti bisa memperbarui terus notifikasi maupun pengumuman baru terkait survei. Selain itu, terhubung dengan akun media sosial maupun situs, membuat survei bisa dikirimkan lewat dua media tersebut.
- h. Mempunyai versi gratis tanpa iklan yang mengganggu
- Kabar baik lainnya adalah SurveyMonkey menyediakan ini semua secara gratis, bahkan tanpa munculnya iklan-iklan yang bisa mengganggu. Untuk versi gratisnya, peneliti bisa melakukan survei terhadap 10 responden, mengajukan 10 pertanyaan, terhubung dengan surel aktif, kustomisasi tampilan, menikmati fitur skip logic, dan menerima laporan data akurat, tanpa harus mengeluarkan uang sepeserpun.
- Perawatan kesehatan atau organisasi nirlaba, ada survei yang dibangun untuk memenuhi kebutuhan bisnis. SurveyMonkey menawarkan versi dasar gratis, yang berguna untuk survei kecil dan informal. Versi ini dapat memungkinkan untuk melakukan sedikit kustomisasi tema, mendapatkan sejumlah template, beberapa survei yang sudah dibuat, tidak ada pengunduhan laporan atau data, dan mendapatkan 12 tipe jenis pertanyaan yang berbeda. Anda dapat mencakup hingga 10 pertanyaan dan mengumpulkan sampai 100 tanggapan per survei gratis.
- SurveyMonkey menyediakan 15 tipe pertanyaan yang beberapa di antaranya tidak disediakan Google Forms, seperti *matrix dropdown*, *ranking*, *multiple textbox*, *Net Promoter Score*, dan *A/B comparison*.



Ini membuat Google Forms baik untuk melakukan survei sederhana, namun kurang cocok untuk survei yang lebih *advance* seperti riset pasar. Selain itu, SurveyMonkey juga menyediakan daftar contoh pertanyaan yang berisi lebih dari 1.600 contoh pertanyaan yang telah dibuat oleh para ahli survei dari SurveyMonkey. SurveyMonkey juga memiliki fitur yang dapat memungkinkan Anda untuk membuat sendiri dan menambahkan contoh pertanyaan ke dalam daftar contoh pertanyaan yang telah disediakan oleh SurveyMonkey. SurveyMonkey juga memiliki fitur dimana peneliti dapat mengajukan pertanyaan secara verbal dengan merekam pertanyaan yang ingin peneliti ajukan di *handphone* dan SurveyMonkey akan mengirimkan rekaman pertanyaan tersebut ke nomor telepon yang telah peneliti tentukan. Selanjutnya, responden dapat mendengar pertanyaan tersebut dengan menekan tombol di *handphone* atau teleponnya dan jawaban akan segera peneliti dapatkan di akun SurveyMonkey.

## 5. PENUTUP

Teknologi informasi memberikan kemudahan dalam pelaksanaan penelitian yaitu dengan penelitian secara daring. Penelitian secara daring membantu peneliti untuk melakukan pengumpulan data tanpa harus bertatap muka langsung dengan responden dapat dilakukan secara cepat, bersamaan sehingga sangat efisien dalam pembiayaan. Namun perlu juga dipertimbangkan kekeliruan pada penentuan *sampling*, rendahnya tingkat tanggapan responden dan populasi yang tidak spesifik. Pada saat ini kita tidak perlu dipusingkan untuk membangun sistem aplikasi penelitian secara daring karena berbagai aplikasi

penelitian secara daring sudah tersedia tinggal kita memilih sesuai dengan tujuan dan biaya yang dimiliki. Google form dan SurveyMonkey merupakan aplikasi penelitian secara daring yang direkomendasikan.

## Referensi

- Crawford, S.(2002). *From Mail to Web: Improve Response Rates and Data Collection Efficiencies*. International Conference on Improving Survey, Copenhagen, Denmark.
- DSS Research.(2000). Complementary Methodologies: Internet vs Mail Survey. Diakses dari [http://www.slais.ubc.ca/resources/research\\_methods/index.htm](http://www.slais.ubc.ca/resources/research_methods/index.htm).
- Heerwegh, Dirk & Geert, L.(2005). *Evaluation of the Effect Formats in Data Quality in Web Surveys*. Diakses dari <http://www.slais.ubc.ca/yenza/index.htm>
- Sarwono, J. (2005). *Strategi Penelitian di Internet*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Sarwono, J.(2014). *Metode Riset Online: Teori, Praktik, dan Pembuatan Aplikasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Schneider, G. P. & Evans, J. (2007). *New Perspective on the Internet*. Massachusetts: Thomson Course Technology.
- SISA: *Simple Interactive Statistical Analysis*. Diakses dari <http://www.quantitativeskills.com/sisa/> (30 Oktober 2019)
- Mengapa SurveyMonkey Lebih Baik dari Google Forms*. Diakses dari <https://www.surveymonkey.com/mp/mengapa-surveymonkey-lebih-baik-dari-google-forms/> (27 September 2019)
- 8 *Alasan Mengapa SurveyMonkey Menjadi Tools Favorit Untuk Melakukan Penelitian*. Diakses dari <https://www.surveymonkey.com/mp/online-survei/> (27 September 2019).