

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksplanatoris. Menurut Neuman (2014), penelitian eksplanatoris adalah penelitian yang bertujuan untuk mencari tahu hubungan antara dua fenomena atau faktor. Selain penelitian eksplanatoris, penelitian ini juga digolongkan sebagai penelitian kuantitatif. Penyebaran data Dalam menyusun karya ilmiah ini, penulis menggunakan kuisisioner swakelola yang akan dibagikan secara daring (*online*). Kuisisioner swakelola merupakan kuisisioner yang bisa dijawab atau diisi sendiri oleh responden tanpa bantuan dari peneliti (Neuman, 2014).

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam melakukan penelitian, terutama penelitian kuantitatif, peneliti harus menetapkan populasi dan sampel dari objek penelitian yang akan dilakukan. Populasi adalah populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Sementara itu, masih menurut Sugiyono (2017), sampel adalah bagian kecil dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Dalam penelitian ini, populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa UMY yang menggunakan fitur Instagram *Story*. Setelah pendefinisian populasi, sampel dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa UMY yang menggunakan Instagram yang peneliti terjangkau oleh peneliti. Teknik

pengambilan sampel yang dipakai oleh peneliti *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik sampling non-probabilistik (*non-random sampling*). Penggunaan teknik *purposive sampling* berarti peneliti mengambil sampel berdasarkan beberapa kriteria yang ditetapkan peneliti (Neuman, 2014). Dalam penelitian ini, kriteria yang harus dipenuhi seseorang untuk dapat menjadi responden penelitian adalah

1. mahasiswa atau mahasiswi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) yang berusia 18-24 tahun.
2. Mempunyai akun Instagram dan aktif menggunakannya.

Jumlah minimum responden yang ditargetkan dalam penelitian ini adalah 30 orang karena hasil dari pengolahan data yang menggunakan korelasi minimal jumlah data yang disyaratkan adalah 30 orang (Cooper & Schinder, 2014)

3.3 Definisi Operasional Variabel

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, dua variabel tersebut adalah intensitas penggunaan media sosial dan eksistensi diri. Intensitas penggunaan media sosial adalah intensitas seseorang dalam menggunakan media sosial (Ellison *et al*, 2007). Variabel ini diukur menggunakan 8 indikator yang dibangun oleh Ellison *et al* (2007). Dua dari delapan item mengukur jumlah *follower* dan waktu penggunaan media sosial tiap harinya, enam item yang lain mengukur dimensi-dimensi sikap terhadap media sosial yang diukur dengan menggunakan skala *likert* 5 titik.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian berbentuk kuesioner yang berisi indikator-indikator yang dipakai untuk mengukur kedua variabel yang ada di dalam model

penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrument yang dikembangkan oleh Ellison et al (2007) yang mengukur intensitas penggunaan media sosial dan instrumen dari Jones & Crandall (2007) yang mengukur aktualisasi diri seseorang. Selain kedua indikator yang disebutkan di atas, pertanyaan mengenai profil demografik responden juga disertakan. Profil demografik yang akan didata adalah gender dan umur.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan data yang peneliti kumpulkan secara mandiri dengan cara observasi atau penyebaran kuesioner kepada objek penelitian (Cooper & Schinder, 2014). Pada penelitian ini, kuesioner dipilih sebagai alat untuk mengumpulkan data dari objek atau responden penelitian. Kuesioner yang dipakai adalah kuesioner swakelola. Kuesioner swakelola adalah kuesioner yang dapat diisi oleh responden secara mandiri tanpa pendampingan enumerator ataupun peneliti (Gozali, 2017).

Penyebaran kuesioner dilakukan pada 23 Juli 2019 sampai 15 Agustus 2019 dengan menggunakan media *Google Form*. Teknis penyebaran kuesioner adalah sebagai berikut, pertama, peneliti membuat *link* (tautan) yang kemudian disebarluaskan ke berbagai grup *Whatsapp* dan *Line* mahasiswa UMY. Selain melalui grup, peneliti juga menyebarkan *link* dengan mengirim pesan pribadi yang berisikan *link* kuesioner penelitian kepada mahasiswa UMY yang peneliti kenal.

3.6 Kuesioner

Pengumpulan data akan dilakukan dengan penyebaran kuesioner penelitian

melalui media daring (*google form*). Peneliti menggunakan media daring karena penggunaan media daring memperluas jangkauan peneliti dalam aspek pengambilan sampel. Selain itu, penggunaan media daring juga memberikan fleksibilitas dan anonimitas bagi responden. Memberikan hasil yang lebih objektif.. Berikut adalah kedelapan indikator intensitas penggunaan media sosial:

Tabel 3.1
Indikator dari variabel intensitas penggunaan *Instagram story*

Kode	Pertanyaan/ Pernyataan	Skala
IP1	Berapa banyak <i>follower</i> -mu di <i>Instagram</i> ?	0=<10;1=11-50;2=51-100;3=101-150;4=151-200;5=201-250;6=251-300;7=300-350;8>350
IP2	Selama 1 minggu terakhir, berapa banyak waktu yang kamu habiskan untuk melihat <i>Instagram story</i> (dalam menit).	0=<10 menit; 1= 10-30 menit; 2= 31-60 menit; 3=1-2 jam; 4= 2-3 jam; 5=> jam
IP3	Melihat <i>Instagram story</i> adalah bagian dari aktivitas harianku.	Skala likert 5 titik
IP4	Saya bangga mengatakan pada orang bahwa saya adalah bagian dari komunitas <i>Instagram</i> (<i>user instagram</i>).	Skala likert 5 titik
IP5	Melihat <i>Instagram story</i> merupakan bagian dari rutinitas harianku.	Skala likert 5 titik
IP6	Saya merasa kurang informasi jika saya tidak membuka <i>Instagram story</i> .	Skala likert 5 titik
IP7	Saya merasa saya adalah bagian dari komunitas pengguna <i>Instagram</i> .	Skala likert 5 titik
IP8	Saya akan sedih jika <i>Instagram story</i> dan <i>Instagram</i> tidak beroperasi lagi.	Skala likert 5 titik

Eksistensi diri didefinisikan sebagai tingkatan seseorang merasa

keberadaanya dianggap di suatu komunitas atau *platform* (Krems, Kenrick, & Neel, 2017). Tingkatan eksistensi diri seseorang akan diukur menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh Jones & Crandall (2007). Instrumen pengukuran tersebut terdiri dari 15 indikator yang semuanya diukur dengan menggunakan skala *Likert* 5 titik. Berikut adalah kelima belas indikator eksistensi diri:

Tabel 3.2
Indikator dari variabel Eksistensi Diri

Nomor	Indikator	Skala
ED1	Saya tidak malu mengungkapkan apa yang saya rasakan.	Skala likert 5 titik
ED2	Saya tidak merasa harus melakukan apa yang orang lain harapkan saya lakukan.	Skala likert 5 titik
ED3	Saya percaya bahwa orang pada dasarnya baik dan dapat dipercaya.	Skala likert 5 titik
ED4	Saya merasa bebas untuk marah pada orang yang saya cintai.	Skala likert 5 titik
ED5	Saya tidak meminta persetujuan orang lain atas apa yang saya lakukan.	Skala likert 5 titik
ED6	Saya menerima kelemahan saya sendiri.	Skala likert 5 titik
ED7	Saya bisa menyukai orang tanpa harus menyetujui semua pikiran dan tindakan mereka.	Skala likert 5 titik
ED8	Saya tidak takut gagal.	Skala likert 5 titik

Nomor	Indikator	Skala
ED9	Saya mencoba menganalisis dan menyederhanakan hal-hal yang terkesan rumit.	Skala likert 5 titik
ED10	Lebih baik menjadi diri sendiri daripada menjadi populer.	Skala likert 5 titik
ED11	Saya memiliki misi dalam kehidupan yang saya dan berdedikasi pada misi tersebut.	Skala likert 5 titik
ED12	Saya dapat mengungkapkan perasaan saya bahkan ketika itu dapat mengakibatkan konsekuensi yang tidak diinginkan.	Skala likert 5 titik
ED13	Saya merasa bertanggung jawab untuk membantu seseorang yang membutuhkan bantuan saya.	Skala likert 5 titik
ED14	Saya tidak khawatir akan ketidakmampuan saya dalam beberapa hal	skala likert 5 titik
ED15	Saya dicintai karena saya memberikan cinta	skala likert 5 titik

3.7 Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, analisis akan dibagi menjadi tiga tahap, pertama akan dilakukan analisis deskriptif dan yang kedua analisis mengenai validitas dan reliabilitas variabel, dan yang terakhir, analisis korelasi bivariat untuk menguji hubungan antara kedua variabel. Analisis deskriptif dari data dilakukan untuk mendapatkan gambaran besar mengenai data yang telah terkumpul. Analisis deskriptif meliputi perhitungan jumlah dari profil demografik responden seperti jenis kelamin, umur, dan asal fakultas dan program studi.

Analisis deskriptif juga mencakup data kepemilikan Instagram.

Analisis tahap kedua adalah analisis validitas dan reliabilitas variabel penelitian. Analisis ini dilakukan untuk menguji keabsahan dan konsistensi indikator-indikator yang digunakan dalam suatu penelitian (Neuman, 2014). Terdapat beberapa macam konsep validitas. Menurut Neuman (2014) setidaknya ada 2 validitas yang perlu diuji dalam suatu penelitian, kedua validitas tersebut adalah *content validity* dan *construct (variable) validity*.

Content validity memastikan bahwa pengukuran memasukkan sekumpulan item yang memadai dan mewakili yang mengungkap konsep. Semakin item skala mencerminkan validitas atau keseluruhan konsep yang diukur, semakin besar validitas isi. Atau dengan kata lain, *content validity* merupakan fungsi seberapa baik dimensi dan elemen sebuah konsep yang telah digambarkan. *Construct validity* (validitas konstruk) adalah validitas yang berkaitan dengan kesanggupan suatu alat ukur dalam mengukur pengertian suatu konsep yang diukurnya.

Terdapat dua macam *construct validity* yaitu *convergence validity* dan *discriminant validity*. *Convergence validity* adalah tipe yang memiliki korelasi yang tinggi dengan alat ukur lain yang mengukur atribut yang sama. *Discriminant validity* adalah tipe yang memiliki korelasi yang rendah dengan alat ukur lain yang mengukur atribut yang berbeda

Dalam penelitian ini, peneliti berasumsi bahwa *content validity* dalam penelitian ini sudahlah terpenuhi karena penelitian ini merupakan replikasi. Selanjutnya, *convergence validity* yang merupakan bagian dari *construct validity* diuji dengan menggunakan *pearson correlation analysis* dengan menggunakan SPSS.

Pengujian validitas akan dilakukan dengan melihat nilai korelasi item-item konstruk dengan nilai konstruk itu sendiri (nilai rata-rata dari semua item yang mengukur konstruk tersebut. Jika nilai korelasi item dengan nilai rata-rata positif dan signifikan maka dapat dikatakan item-item dalam kuesioner tersebut mempunyai *convergence validity* yang mumpuni. Selain *convergence validity*, dengan menggunakan *pearson correlation analysis*, *discriminant validity* juga dapat dilihat. Jika nilai korelasi dari item suatu konstruk terhadap konstruk itu sendiri lebih tinggi dari nilai korelasi item itu terhadap konstruk lain maka dapat dikatakan bahwa konstruk tersebut mempunyai *discriminant validity*.

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Ghozali, 2011). Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang realibel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Reliabilitas dari konstruk dalam penelitian ini akan diukur menggunakan Cronbach alpha. Perhitungan cronbach alpha akan dilakukan menggunakan SPSS. Suatu konstruk dikatakan mempunyai reliabilitas yang mumpuni apabila nilai *Cronbach Alpha* nya sama dengan atau lebih besar dari 0,7 (Hair, 2014).

Analisis tahap ketiga yang merupakan analisis terakhir dalam penelitian ini adalah analisis korelasi. Analisis korelasi adalah metode *pearson correlation* yang digunakan dengan tujuan mengukur hubungan linier antara dua variabel (Sugiyono, 2017). Menurut Sugiyono (2017) analisis korelasi yang tepat digunakan dalam penelitian sosial adalah menggunakan *pearson correlation*.

Hasil pearson correlation antara dua variabel dalam penelitian ini akan digunakan untuk menguji hipotesis penelitian Hipotesis penelitian (H1) terbukti apabila *p-value* dari korelasi kedua variabel kurang dari 0,05. Berikut adalah kriteria pengambilan keputusan pengujian korelasi berdasarkan kaidah statistik:

H0: Nilai p-value dari koefisien korelasi $\geq 0,05$

H1: Nilai p-value dari koefisien korelasi $< 0,05$