

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.01. Metode Penelitian**

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara gejala narsistik dengan perilaku mengunggah foto *selfie* di instagram maka peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) bahwa “penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian korelasional yang menggambarkan hubungan dua variabel.

#### **3.02. Identifikasi Variabel Penelitian**

Sebelum menentukan metode pengumpulan data, menganalisis data dan menguji hipotesis penelitian, maka peneliti melakukan identifikasi variabel-variabel yang akan diteliti, sebagai berikut

1. Variabel tergantung : Perilaku mengunggah Foto *Selfie*
2. Variabel bebas : Gejala *Narsistik*

#### **3.03. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi operasional dibuat oleh peneliti dengan tujuan untuk memberi batasan arti variabel penelitian dan memperjelas makna yang dimaksudkan serta membatasi ruang lingkup. Definisi operasional variabel penelitian ini yaitu sebagai berikut:

### 3.03.01. Perilaku mengunggah foto *selfie*

Perilaku mengunggah foto *selfie* adalah suatu perilaku individu untuk mengambil foto secara narsis dan mempostingnya dalam akun media sosial untuk menunjukkan eksistensinya dan mendapatkan perhatian dari orang lain. Variabel perilaku mengunggah foto *selfie* pada penelitian ini akan diukur dengan aspek-aspek pada skala *Behaviour Selfie* (SBS) yang meliputi *environmental enchcement*, *social competition*, *attention seeking*, *mood modification*, *self confidence* dan *subjective conformity*.

Aspek pertama yaitu *environmental enchcement*, menunjukkan bahwa mahasiswi dalam mengunggah foto *selfie* bertujuan mengeksplorasi lingkungannya dimana dirinya berada. Kedua, *social competition* menunjukkan bahwa mahasiswi dalam mengunggah foto *selfie* bertujuan untuk bersaing memperlihatkan dirinya yang terbaik dibandingkan dengan teman atau orang lain yang sama-sama memiliki kesenangan dalam mengunggah foto *selfie*. Ketiga, *attention seeking* menunjukkan bahwa mahasiswi dalam mengunggah foto *selfie* bertujuan mencari perhatian dari orang lain melalui komentar-komentar yang berisi pujian terhadap penampilan atau aktivitas-aktivitasnya yang diunggah dalam instagram.

Aspek keempat yaitu *mood modification*, mahasiswi mengunggah foto *selfie* umumnya pada saat dirinya sedang dalam suasana hati tidak bahagia sehingga dengan mengunggah foto *selfie* bertujuan untuk mengubah suasana hati tersebut melalui perhatian dan simpati dari orang lain. Kelima, *self confidence* menunjukkan bahwa mahasiswi dalam mengunggah foto *selfie* bertujuan untuk memperlihatkan hal-hal positif yang dimilikinya seperti kecantikan, barang-barang mewah yang dimilikinya atau aktivitas bepergian

ketempat-tempat yang indah sehingga menimbulkan kepercayaan diri yang tinggi. Keenam, *subjective conformity* menunjukkan bahwa mahasiswa mengunggah foto *selfie* umumnya pada saat dirinya berada dalam kelompok sehingga bertujuan untuk menunjukkan eksistensi dirinya dalam kelompok tersebut.

Perolehan skor aspek-aspek pada skala *Behaviour Selfie* (SBS) yang semakin tinggi, maka semakin tinggi tingkat perilaku mengunggah foto *selfie* pada mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata, Demikian pula sebaliknya jika semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin rendah pula tingkat perilaku mengunggah foto *selfie* pada mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata.

### **3.03.02. Gejala Narsistik**

Gejala *narsistik* adalah suatu tanda-tanda gangguan kepribadian dimana seseorang sangat cinta dengan dirinya, menganggap dirinya *superior*, penting secara berlebih-lebihan, dan terobsesi dengan keinginan mendapatkan perhatian orang lain terhadap dirinya. Gejala *narsistik* pada penelitian ini diukur dengan aspek-aspek melalui skala *Narcissistic Personality Inventory* (NPI) yang meliputi *authority*, *self sufficiency*, *superiority*, *exhibitionism*, *exploitativeness*, *vanity* dan *entitlement*.

Aspek yang pertama yaitu *authority* menunjukkan mahasiswi memiliki gejala narsistik berupa adanya anggapan bahwa dirinya memiliki otoritas sebagai pemimpin sehingga dapat memengaruhi orang lain. Kedua, *self sufficiency* menunjukkan mahasiswi memiliki gejala narsistik berupa merasa ingin dicintai dan dihargai untuk mendapatkan kepuasan secara psikologis. Ketiga, *superiority* menunjukkan gejala narsistik berupa merasa superior atau menilai dirinya lebih

dari orang lain seperti lebih cantik, lebih fashionable, lebih mewah atau kelebihan lain yang melekat pada tubuhnya. Keempat, *exhibitionism* menunjukkan gejala narsistik berupa suka membesar-besarkan atau memamerkan kelebihannya kepada orang lain baik secara langsung ketika bertemu dengan orang lain maupun secara tidak langsung melalui media sosial.

Aspek kelima yaitu *exploitativeness*, mahasiswi menunjukkan gejala narsistik berupa merasa dapat mengeksploitasi orang lain sesuai dengan kehendaknya sendiri baik dengan paksaan, bujukan maupun ancaman. Keenam, *vanity* menunjukkan mahasiswi memiliki gejala narsistik berupa merasa megah diri dan merasa angkuh atau sombong kepada orang lain karena dengan segala kelebihan yang dimilikinya. Ketujuh, *entitlement* menunjukkan mahasiswi memiliki gejala narsistik berupa merasa dirinya berhak mendapatkan kekuasaan untuk mendapatkan keistimewaan dari orang lain.

Perolehan skor aspek-aspek melalui skala *Narcissistic Personality Inventory* (NPI) yang semakin tinggi, maka semakin tinggi gejala narsistik pada mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata, Demikian pula sebaliknya jika semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin rendah pula gejala narsistik pada mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata.

### **3.04. Subyek Penelitian**

#### **3.04.01. Populasi**

Menurut Sugiyono (2017) bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswi Universitas Katolik Soegijapranata yang memiliki hobi mengunggah foto *selfie*.

Pada penelitian ini, peneliti telah menentukan 97 mahasiswi sebagai sampel dengan kriteria berupa: (1) Mahasiswi tersebut merupakan mahasiswi Universitas Katolik Soegijapranata dan berjenis kelamin perempuan; (2) mahasiswi tersebut memiliki hobi mengunggah foto *selfie*; (3) mahasiswi tersebut mengunggah foto *selfie* pada aplikasi Instagram; dan (4) mahasiswi tersebut telah menggunakan aplikasi instagram lebih dari 1 tahun.

### 3.04.02. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Arikunto (2014) bahwa sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang diteliti. Jumlah mahasiswi Universitas Katolik Soegijapranata yang memiliki hobi mengunggah foto *selfie* pada aplikasi instagram dalam penelitian ini jumlahnya tidak diketahui secara pasti, maka untuk memudahkan penentuan jumlah sampel yang diambil, ditentukan dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \left( \frac{(Z_{\alpha/2} \sigma)^2}{e} \right)^2$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

$Z_{\alpha/2}$  = nilai yang didapat dari tabel normal atas tingkat keyakinan

e = kesalahan penarikan sampel (Riduwan dan Kuncoro, 2017).

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95 % maka nilai  $Z_{\alpha/2}$  adalah 1,96. Tingkat kesalahan penarikan sampel ditentukan sebesar 5 %. Maka dari perhitungan rumus tersebut dapat diperoleh sampel yang dibutuhkan, yaitu:

$$n = \left( \frac{(1,96)(0,25)}{0,05} \right)^2$$

$$n = 96,04$$

Jadi berdasarkan rumus di atas, sampel yang diambil sebanyak 96,04 orang atau dibulatkan menjadi 97 mahasiswi. Sampel sebanyak 97 mahasiswi,

diambil dengan *teknik sampling kuota*. Menurut Sugiyono (2017) bahwa *sampling kuota* adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan.

### **3.05. Metode Pengumpulan Data**

#### **3.05.01. Alat Pengumpulan Data**

Alat pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang mengacu pada skala psikologi. Skala psikologi berisi pertanyaan atau pernyataan yang secara tidak langsung mengungkapkan atribut yang hendak diukur, dengan mengungkap indikator perilaku dari atribut yang bersangkutan, skala psikologi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Scale Behaviour Selfie* (SBS) dan skala *Narcissistic Personality Inventory* (NPI).

Skala disusun berdasarkan item-item pernyataan positif atau *favorable* dan pernyataan negatif atau *unfavorable* yang mewakili aspek-aspek *Scale Behaviour Selfie* (SBS) dan skala *Narcissistic Personality Inventory* (NPI). Skala diberikan secara langsung dan tertutup, disajikan dengan lima alternatif jawaban, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), Sangat Setuju (SS).

Sistem skoring dalam skala ini menggunakan skala satu sampai lima, dimana dalam setiap pernyataan yang bersifat positif atau *favorable* untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) memiliki skor 1, untuk jawaban Tidak Setuju (TS) memiliki skor 2, untuk jawaban Netral (N) memiliki skor 3, untuk jawaban Setuju (S) memiliki skor 4, untuk jawaban Sangat Setuju (SS) memiliki skor 5. Sedangkan untuk setiap pernyataan yang bersifat negatif atau *unfavorable* untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) memiliki skor 5, untuk jawaban Tidak Setuju

(TS) memiliki skor 4, untuk jawaban Netral (N) memiliki skor 3, untuk jawaban Setuju (S) memiliki skor 2, untuk jawaban Sangat Setuju (SS) memiliki skor 1.

### 3.05.02. Blue Print dan Cara Penilaian

#### a. Skala perilaku mengunggah foto *selfie*

Pada skala perilaku mengunggah foto *selfie*, item-item disusun berdasarkan aspek-aspek berupa *environmental enchcement*, *social competition*, *attention seeking*, *mood modification*, *self confidence*, dan *subjective conformity* diambil dari Balakrishnan & Griffiths (2018). Aspek-aspek Balakrishnan & Griffiths (2018) berupa *scale Behaviour Selfie (SBS)* hanya memiliki 20 item dan hanya berupa pernyataan *favorable* oleh karena itu peneliti menyusun ulang ke dua puluh item tersebut dan menambahkan 16 pernyataan untuk menyeimbangkan jumlah pernyataan *favorable* dan *unfavorable* serta menyesuaikan dengan kondisi/karakteristik mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata.

Berikut ini adalah persebaran item dari *Scale Behaviour Selfie (SBS)* berdasarkan aspek-aspek yang diambil dari Balakrishnan & Griffiths (2018) menjadi 36 item pernyataan baik *favorable* maupun *unfavorable*

**Tabel 3.01 Blue Print Skala *Scale Behaviour Selfie (SBS)***

Indikator	Item		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
a. <i>environmental enchcement</i>	3	3	6
b. <i>social competition</i>	3	3	6
c. <i>attention seeking</i>	3	3	6
d. <i>mood modification</i>	3	3	6
e. <i>self confidence</i>	3	3	6
f. <i>subjective conformity</i>	3	3	6
Jumlah Total	18	18	36

### b. Skala Gejala narsistik

Pada skala gejala *narsistik* yaitu Skala *Narcissistic Personality Inventory* (NPI), item-item disusun berdasarkan aspek-aspek *authority*, *self sufficiency*, *superiority*, *exhibitionism*, *exploitativeness*, *vanity*, dan *entitlement* yang diambil dari Raskin dan Terry (1988). Skala NPI yang dibuat oleh Raskin dan Terry (1988) memiliki lima puluh empat pernyataan namun hanya ada empat puluh item pernyataan yang valid oleh karena itu, peneliti hanya menyusun ulang empat puluh item pernyataan yang valid tersebut agar sesuai dengan kondisi dan karakteristik mahasiswi Universitas Katolik Soegijapranata.

Berikut ini adalah persebaran item dari *Narcissistic Personality Inventory* (NPI) berdasarkan aspek-aspek dari Raskin dan Terry (1988) yang telah disusun oleh peneliti menjadi 40 item pernyataan baik *favorable* maupun *unfavorable*

**Tabel 3.02 Blue Print Skala *Narcissistic Personality Inventory* (NPI)**

Aspek-Aspek Gejala Narsistik	Item		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
a. <i>Authority</i>	3	3	6
b. <i>self sufficiency</i>	3	3	6
c. <i>superiority</i>	3	3	6
d. <i>exhibitionism</i>	3	3	6
e. <i>exploitativeness</i>	3	2	5
f. <i>vanity</i>	3	3	6
g. <i>entitlement</i>	2	3	5
Jumlah Total	20	20	40

### 3.06. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

#### 3.06.01. Validitas

Menurut Arikunto (2014) bahwa validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrument. Suatu

instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur sahih tidaknya angket. Menurut Arikunto (2014) secara statistik uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus *pearson* yakni menggunakan rumus teknik korelasi *Product Moment Pearson*.

Melakukan pengkoreksian pada hasil korelasi perlu dilakukan untuk menghindari adanya kelebihan bobot angka korelasi. Kelebihan korelasi terjadi karena hasil korelasi antara skor item dengan skor total ikut terakumulasi sebagai komponen skor total sehingga angka korelasi menjadi lebih besar dari batas skor (Arikunto, 2014). Koreksi perhitungan kelebihan bobot tersebut dilakukan menggunakan teknik *Part Whole*

### **3.06.02. Reliabilitas**

Reliabilitas adalah tingkat keterandalan atau dapat dipercaya suatu instrumen (Arikunto, 2014). Untuk menguji reliabilitas instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini digunakan rumus koefisien Alpha karena skor pada butir-butir instrumen merupakan skor bertingkat yaitu antara 1 sampai 4 atau 1 sampai 5. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan skala bertingkat antara skor 1 hingga 5 sehingga uji reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*.

### **3.07. Metode Analisis Data**

Setelah mendapatkan data yang valid dan reliable, kemudian menguji hipotesis penelitian ini. Dalam menganalisis data penelitian yang telah didapatkan, peneliti menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dari *Pearson* untuk membuktikan ada tidaknya hubungan antar variabel. Perhitungan uji

hipotesis dengan teknik korelasi diperoleh  $r$  hitung atau korelasi *product moment*. Koefisien korelasi *product moment* yang dikonsultasikan dengan taraf signifikansi 5%.

