

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Azwar (2014) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menekankan pada proses analisis menggunakan metode statistik berdasarkan data numerik yang diperoleh melalui pengukuran dari skala masing-masing variabel dan diolah dengan metode statistika. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian kuantitatif korelasional. Penelitian korelasional bertujuan untuk mengetahui hubungan satu variabel dengan variabel lainya serta mendapat informasi mengenai hubungan yang terjadi dimana pengukurannya dapat dilakukan serentak pada kondisi yang realistik (Azwar, 2014).

#### **3.2 Identifikasi Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel Penelitian**

##### **3.2.1 Identifikasi Variabel Penelitian**

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel Tergantung : Objektifikasi Diri pada Wanita Dewasa Awal

Variabel Bebas : Intensitas Penggunaan Instagram

##### **3.2.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi operasional digunakan untuk membantu peneliti dalam mengukur suatu variabel. Definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah:



## 1. Objektifikasi Diri pada Wanita Dewasa Awal

Objektifikasi diri adalah suatu kondisi berpikir dan memperlakukan diri sebagai “objek” pada wanita yang berusia 18 hingga 25 tahun, dengan menilai diri berdasarkan sudut pandang orang lain berdasarkan penampilan fisik untuk menentukan kualitas diri, sehingga melakukan usaha-usaha untuk mengubah tubuhnya agar dapat mendapat penampilan yang sesuai dengan standar kecantikan ideal yang diinternalisasinya. Objektifikasi diri dapat diukur dengan skala *Objectified Body Consciousness* (OBC) dari McKinley & Hyde (1996) berdasarkan tiga aspek meliputi *body surveillance* (pengawasan tubuh), *internalization of cultural standard and body shame* (internalisasi standar budaya dan merasa malu ketika tampilan fisik tidak sesuai), dan *responsibility for appearance: control beliefs* (keyakinan akan kontrol penampilan).

Tinggi objektifikasi diri dilihat dari jumlah skor yang diperoleh pada *Objectified Body Consciousness* (OBC) yang digunakan dalam penelitian ini. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka menunjukkan tingginya objektifikasi diri, begitu pula sebaliknya.

## 2. Intensitas Penggunaan Instagram

Intensitas penggunaan Instagram adalah tingkat kekuatan perilaku dalam menggunakan Instagram yang ditinjau berdasarkan lama waktu yang digunakan dan jumlah pengulangan perilaku saat menggunakan Instagram. Intensitas penggunaan Instagram dapat diukur skala intensitas penggunaan Instagram yang dirancang berdasarkan dua aspek yaitu durasi dan frekuensi.

Tinggi rendahnya tingkat intensitas penggunaan Instagram ditunjukkan dari skor yang diperoleh pada skala intensitas penggunaan Instagram. Apabila

skor yang didapat tinggi maka menunjukkan tingginya tingkat intensitas penggunaan Instagram dan sebaliknya.

### **3.3 Subjek penelitian**

#### **3.3.1 Populasi**

Populasi merupakan sekelompok subjek yang dikenai generalisasi hasil penelitian (Azwar, 2014). Subjek dalam penelitian ini adalah wanita dewasa awal. Santrock (2017) mengungkapkan bahwa masa dewasa awal berkisar dari usia 18 hingga 25 tahun. Pengambilan data penelitian ini akan dilaksanakan di daerah Metropolitan Bandung Raya. Oleh karena itu, kriteria populasi meliputi;

1. Individu berjenis kelamin wanita yang memiliki usia antara 18- 25 tahun
2. Memiliki akun Instagram
3. Bertempat tinggal di wilayah Metropolitan Bandung Raya

#### **3.3.2 Teknik Pengambilan Sampel**

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik sesuai dengan populasinya (Azwar, 2014). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* yaitu pengambilan sampel dengan mengumpulkan data yang ditemui oleh peneliti dapat digunakan jika sesuai dengan kriteria populasi yang dibutuhkan (Rochmah, 2016).

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Alat Pengumpulan Data**

Instrumen atau alat yang digunakan dalam pengukuran di penelitian ini dengan menggunakan *Objectified Body Consciousness (OBC)* disusun oleh McKinley & Hyde (1996) dan telah diadaptasi ke Bahasa Indonesia oleh Zulfiyah & Nuqul (2019) sedangkan intensitas penggunaan Instagram akan diukur

menggunakan skala intensitas penggunaan Instagram yang dibuat oleh peneliti berdasarkan aspek dari intensitas meliputi durasi dan frekuensi dalam menggunakan Instagram

### 3.4.2 *Blueprint* dan Cara Penilaian

Dalam penelitian ini akan digunakan dua alat ukur yaitu skala objektifikasi diri dan skala intensitas penggunaan Instagram.

#### 1. Skala Objektifikasi Diri

Objektifikasi diri akan diukur dengan menggunakan alat ukur yang sudah ada yaitu *Objectified Body Consciousness* (OBC) yang dikembangkan oleh McKinley & Hyde (1996) dan telah diadaptasi ke Bahasa Indonesia oleh 80. Pada kuesioner OBC meliputi tiga aspek yaitu *body surveillance* (pengawasan tubuh), *internalization of cultural standard and body shame* (internalisasi standar budaya dan merasa malu ketika tampilan fisik tidak sesuai), dan *responsibility for appearance: control beliefs* (keyakinan akan kontrol penampilan). Skala ini berbentuk skala Likert yang terdiri dari *item favorable* (pernyataan mendukung) dan *unfavorable* (pernyataan tidak mendukung) dengan empat pilihan jawaban. Skor pada *item favorable* untuk jawaban Sangat Setuju (SS) yaitu 4, Setuju (S) yaitu 3, Tidak Setuju (TS) yaitu 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) yaitu 1. Sedangkan skor pada *item unfavorable* dengan jawaban Sangat Setuju (SS) yaitu 1, Setuju (S) yaitu 2, Tidak Setuju (TS) yaitu 3, dan Sangat Tidak Setuju (STS) yaitu 4. Rancangan skala *item* pada OBC dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut:

Tabel 3. 1 Blueprint Skala OBC

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Total
1.	<i>Body Surveillance</i>	3	5	8
2.	<i>Internalization of cultural standard and body shame</i>	6	2	8
3.	<i>Responsible for Appearance: control belief</i>	2	2	4
<b>Total Item</b>		11	9	<b>20</b>

## 2. Skala Intensitas Penggunaan Instagram

Intensitas penggunaan Instagram akan diukur menggunakan skala intensitas penggunaan Instagram yang dibuat oleh peneliti berdasarkan aspek dari intensitas meliputi durasi dan frekuensi dalam menggunakan Instagram. Skala berbentuk pilihan ganda dan terdiri dari -- *item* dengan skor 1 pada jawaban A, skor 2 pada jawaban B, skor 3 pada jawaban C, skor 4 pada jawaban D, dan skor 5 pada jawaban E. Skor yang lebih tinggi menunjukkan intensitas penggunaan Instagram yang lebih tinggi dan sebaliknya.

Tabel 3. 2 Blueprint Skala Intensitas Penggunaan Instagram

No	Aspek	Jumlah
1	Durasi	3
2	Frekuensi	4
<b>Total Item</b>		<b>7</b>



### **3.5 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur**

#### **3.5.1 Validitas Alat Ukur**

Validitas merupakan sejauh mana sebuah instrumen dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu alat ukur dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila mampu memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud pengukuran tersebut (Anastasi, 1998). Menggunakan sampel 299 mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya, indeks validitas dari *Objectified Body Consciousness* (OBC) sebesar 0,340 – 0,643.

#### **3.5.2 Reliabilitas Alat Ukur**

Reliabilitas merupakan sejauh mana sebuah alat ukur dapat konsisten untuk mengukur dan menghasilkan skor yang sama meskipun di dalam situasi yang berbeda (Anastasi, 1998). Skala *Objectified Body Consciousness* (OBC) memiliki reliabilitas dengan koefisien alpha 0.762 (Zulfiyah & Nuqul, 2019).

#### **3.5.3 Teknik Analisis Data**

Pada penelitian kuantitatif korelasi teknik analisis data yang digunakan teknik korelasi *product moment*. Teknik ini digunakan untuk melihat ada tidaknya hubungan antar variabel yang diteliti dan menguji hipotesis penelitian. Analisis data dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik dengan *SPSS for Windows Release ver 24.*

## **BAB 4**

### **PENGUMPULAN DATA PENELITIAN**

#### **1.1 Orientasi Kancan Penelitian**

Sebelum melakukan pengumpulan data, peneliti perlu menentukan dan memahami lokasi untuk melakukan pengumpulan data serta mempersiapkan segala kebutuhan penelitian sehingga pengumpulan data dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuan. Berdasarkan permasalahan yang diangkat, maka kriteria subjek adalah wanita awal dewasa dengan rentang usia 18 – 25 tahun dan menggunakan sosial media Instagram.

Penelitian ini akan dilaksanakan berpusat di Kota Bandung dan wilayah kota/kabupaten sekitarnya yang disebut Metropolitan Bandung Raya atau Kawasan Perkotaan Cekungan Bandung. Wilayah Metropolitan Bandung Raya memiliki luas kurang lebih 3430,87 km<sup>2</sup> meliputi lima wilayah yaitu Kota Bandung, Kota Cimahi, Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat, dan sebagian Kabupaten Sumedang (Kecamatan Cimanggung, Tanjungsari, Sukasari, Jatinangor, Rancakalong, dan Pamulihan). Jumlah penduduk di Bandung Raya sebesar 8.393.002 jiwa dengan 4.250.298 jiwa penduduk berjenis kelamin laki-laki dan 4.142.704 jiwa penduduk berjenis kelamin perempuan. Kepadatan penduduk di Kawasan Metropolitan Bandung Raya sebesar 2.533,29 jiwa / km<sup>2</sup>. Kota Bandung merupakan kota yang memiliki nilai kepadatan tertinggi 14.370,33 jiwa / km<sup>2</sup> , sedangkan yang memiliki nilai kepadatan paling rendah adalah Kabupaten Sumedang yaitu Kecamatan Sukasari 850,92 jiwa / km<sup>2</sup> ). kepadatan