

penduduk sebesar 2.533,29 jiwa / km² (Jupri & Mulyadi, 2017) (Badan Pusat Statistik Kota Bandung, 2020).

Pengambilan data penelitian ini melalui penyebaran skala pada *Google Form*. *Google Form* merupakan inovasi dari *Google Docs* untuk pembuatan pertanyaan baik berupa kuesioner atau formulir pendaftaran sebuah acara secara *online* melalui Google. Skala disebarakan melalui media sosial, Instagram, sesuai dengan platform yang akan diteliti pada penelitian ini.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dan objektifikasi diri pada wanita dewasa awal. Populasi dalam penelitian ini memiliki syarat yaitu wanita berusia antara 18 - 25 tahun. Peneliti melakukan penelitian di Metropolitan Bandung Raya dengan alasan:

1. Masyarakat yang tinggal di kawasan metropolitan akan cenderung memiliki tuntutan kualitas hidup perkotaan (*urban life style*) yang tinggi, salah satunya disebabkan oleh peningkatan gaya hidup untuk mengikuti trend dan pengaruh teknologi yang tinggi (Pawirto, 2011)
2. Metropolitan Bandung Raya terutama di Kota Bandung merupakan pusat distrik yang terkenal akan *fashion* dan salah satu kota pusat bedah plastik terbesar di Indonesia. (Priherdityo, 2016)
3. Peneliti berdomisili di Kota Bandung dan penelitian dilaksanakan saat terjadinya wabah covid-19 yang menyebabkan terbatasnya mobilitas dalam pengambilan data.

Oleh karena alasan yang sudah diuraikan peneliti diatas, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian di Metropolitan Bandung Raya.

1.2 Persiapan Penelitian

Peneliti melakukan beberapa persiapan sebelum melaksanakan penelitian berupa penentuan penyusunan alat ukur dan uji coba alat ukur.

1.2.1 Penyusunan Alat Ukur

1.2.1.1 Skala Objektifikasi Diri

Pada penelitian ini, objektifikasi diri akan diukur menggunakan alat ukur yaitu *Objectified Body Consciousness* yang dikembangkan oleh McKinley & Hyde pada tahun 1996 dan telah digunakan dan diadaptasi ke Bahasa Indonesia oleh Zulfiyah & Nuqul (2019). Alat ukur OBC berbentuk skala Likert yang berisi 20 pernyataan yang mencakup 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), *responsibility for appearance: control beliefs* (keyakinan akan kontrol penampilan). Skala ini berisikan 11 *item favorable* (pertanyaan yang mendukung) dan 9 *item unfavorable* (pernyataan yang tidak mendukung). Persebaran skala *item* OBC dapat dilihat pada Tabel 4.1 berikut:

Tabel 4. 1 Persebaran Skala *Item* OBC

No	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
1.	<i>Body Surveillance</i>	Sering memperhatikan penampilan	2	1,3,4	4
		Sering memikirkan tubuh dan penampilan daripada perasaan diri sendiri	6,8	5,7	4
2.	<i>Internalization of cultural standard and body shame</i>	Merasa malu apabila tidak dapat memenuhi harapan budaya untuk standar tubuhnya	9,10,11,12,13,14	15,16	8
3.	<i>Responsible for Appearance: control belief</i>	Memiliki keyakinan dapat mengendalikan penampilan tubuhnya apabila bekerja keras	17,20	18,19	4
Total Item			11	9	20

1.2.1.2 Skala Intensitas Penggunaan Instagram

Dalam penelitian ini, 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. Penjabaran *item* terdapat dalam Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4. 2 Skala Intensitas Penggunaan Instagram

No	Aspek	Indikator	Total
1	Durasi	Lama waktu dalam mengakses Instagram	1,2,3
2	Frekuensi	Seringnya mengakses Instagram	4,5
		Keaktifan dalam menggunakan Instagram	6,7
Total Item			7

1.2.2 Uji Coba Alat Ukur

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *try out* terpakai, yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan hanya dalam satu kali pengumpulan data dan langsung diolah datanya. Metode *try out* dipilih karena subjek berada dalam cakupan yang luas yaitu di Bandung Raya dan pengambilan data melalui *Google Form* sehingga subjek tersedia banyak. Peneliti menggunakan 30 data subjek yang sesuai dengan kriteria populasi untuk melakukan *preliminary survey* dengan tujuan memastikan pernyataan dari setiap *item* dan instruksi dari alat ukur penelitian dapat dipahami oleh subjek.

1.3 Pelaksanaan Penelitian

Pengumpulan data dimulai pada tanggal 1 Oktober 2020 hingga 14 Oktober 2020 dengan menyebarkan skala menggunakan *Google Form* melalui media sosial, Instagram, sesuai dengan platform yang diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, penyebaran skala penelitian ini dibantu oleh beberapa rekan dari peneliti yaitu S, M, C, D, Y. Dari hasil pengambilan data, peneliti mendapatkan 144 subjek wanita awal dewasa dengan persebaran usia yang dapat dilihat di tabel 4.3

Tabel 4. 3 Persebaran Usia Subjek

Usia	Jumlah
18 tahun	6
19 tahun	17
20 tahun	27
21 tahun	20
22 tahun	46
23 tahun	17
24 tahun	5
25 tahun	6
Total	144

Jumlah subjek terbanyak ada di usia 22 tahun yaitu 46 wanita dan jumlah subjek paling sedikit adalah usia 24 tahun dengan jumlah subjek yaitu 5 wanita. Sedangkan persebaran tempat tinggal dapat dilihat pada tabel 4.4. Subjek mayoritas bertempat tinggal di Kota Bandung dengan jumlah 95 orang dan paling sedikit dengan jumlah sama yaitu 8 orang terdapat di wilayah Kota Cimahi dan Kabupaten Sumedang.

Tabel 4. 4 Persebaran Wilayah Subjek

Nama wilayah	Jumlah
Kota Bandung	95
Kota Cimahi	8
Kabupaten Bandung Barat	11
Kabupaten Bandung	22
Kabupaten Sumedang	8
Total	144

1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

1.4.1 Validitas dan Reliabilitas Skala Objektifikasi Diri

Pada skala objektifikasi diri yaitu *Objectified Body Consciousness* (OBC) diperoleh 18 *item* valid dan 2 *item* gugur. Setelah perhitungan koefisien validitas dengan teknik *product moment* dan dikoreksi dengan teknik *part whole* dengan dua putaran, maka diperoleh rentang validitas 0,172 – 0,784. dengan taraf signifikansi 5% sebesar 0,1637. Persebaran *item* valid pada skala OBC dapat dilihat pada Tabel 4.5

Pada pengujian reliabilitas dengan menggunakan *alpha cronbach* didapatkan hasil sebesar 0,871 yang berarti alat ukur ini dinyatakan reliabel. Berdasarkan uji validitas dan reliabilitas pada skala objektifikasi diri yaitu OBC dapat disimpulkan bahwa skala objektifikasi diri pada penelitian ini valid dan reliabel, oleh karena itu alat ukur OBC dapat digunakan dalam penelitian ini. Perhitungan lengkap dapat dilihat di Lampiran C1.

Tabel 4. 5 Persebaran *Item* Skala OBC

No	Aspek	No Item	Total Item Valid
1.	<i>Body Surveillance</i>	1,2,3,4,5,6,7	8
2.	<i>Internalization of cultural standard and body shame</i>	9,10,11,12,13,14 15,16	8
3.	<i>Responsible for Appearance: control belief</i>	17,18*,19*,20	2
Total Item Valid			18

**item* gugur

4.2.2 Validitas dan Reliabilitas Intensitas Penggunaan Instagram

Pada uji validitas skala intensitas penggunaan Instagram dengan satu putaran, didapatkan 7 *item* valid dan tidak terdapat *item* gugur. Hasil koefisien validitas yang diperoleh dengan menggunakan teknik *product moment* dan *part whole* yaitu 0,319 – 0,513 dengan taraf signifikansi 5% sebesar 0,1637.

Setelah perhitungan hasil dari uji reliabilitas dengan *alpha cronbach*, maka diperoleh hasil yaitu 0,681 dengan satu kali putaran. Oleh karena itu, skala intensitas penggunaan Instagram dapat dikatakan valid dan reliabel maka dapat digunakan dalam penelitian ini. Perhitungan lengkap dapat dilihat di Lampiran C2.

