

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Menurut Creswell (dalam Alsa, 2011) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang diproses melalui angka dan datanya berbentuk bilangan, lalu dianalisis dengan statistik untuk menyelesaikan pertanyaan atau dugaan penelitian yang bersifat spesifik, juga untuk mengetahui bahwa satu variabel berpengaruh pada variabel lainnya.

Jenis penelitian kuantitatif yang digunakan peneliti adalah kuantitatif korelasional. Menurut Apuke (2017) penelitian kuantitatif korelasional adalah penelitian yang menentukan apakah ada tingkat suatu hubungan antara dua atau lebih variabel dalam satu populasi atau sampel.

3.2 Identifikasi Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.2.1 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian mengenai Perilaku *Modeling Selebgram* Terhadap Perilaku Narsistik Remaja memiliki variabel sebagai berikut:

1. Variabel Bebas : Perilaku *Modeling selebgram*
2. Variabel Tergantung : Perilaku Narsistik Remaja

3.2.2 Definisi Operasional

Berikut penjelasan definisi operasional tiap variabel:

1. Perilaku *Modeling selebgram*

Perilaku *modeling selebgram* adalah proses belajar individu yang dilakukan dengan meniru cara *selebgram*, selebriti yang terkenal di

jejaring *instagram* karena foto dan video atau unggahannya tentang kehidupannya banyak disukai pengikutnya, perilaku tersebut dimulai dari perhatian pada objek atau subjek yang individu sukai, disimpan dalam otak, kemudian menirukan perilaku tersebut, dan mendapatkan motivasi dari perilaku tersebut. Dalam penelitian ini perilaku *modeling selebgram* diukur melalui skala proses/aspek *modeling* remaja melihat *selebgram*. Semakin tinggi skor pada skala tersebut berarti semakin tinggi juga perilaku *modeling* nya.

2. Perilaku Narsistik Remaja

Perilaku narsistik pada remaja adalah perasaan bahwa dirinya penting, memiliki kebutuhan untuk dikagumi, kurang memiliki empati, sombong dan memiliki perasaan mengharapkan perhatian dari orang lain secara berlebihan dengan mengesampingkan perasaan orang lain yang ada pada remaja berusia 13-16 tahun.

Perilaku narsistik akan diukur dengan ciri-ciri narsistik menurut Vaknin (2007) meliputi memiliki perasaan megah, dipenuhi dengan fantasi, merasa dirinya individu yang khusus dan spesial, memiliki kebutuhan yang ekspresif untuk dikagumi, mengeksploitasi hubungan interpersonal, tidak memiliki rasa empati, perasaan iri, berperilaku arogan dan angkuh dan diadaptasi dari penelitian milik Engkus, dkk (2017).

3.3 Subjek Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi adalah suatu kumpulan subjek yang karakteristik dan jumlahnya di tentukan oleh peneliti yang tujuannya adalah untuk di teliti (Siyoto & Sodik, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah remaja di Semarang, menurut Hurlock

(2012) usia remaja awal berusia dari 13-16 tahun. Dalam penelitian ini, subjek yang diambil memiliki syarat sebagai berikut:

1. Remaja berusia 13-16 tahun.
2. Remaja di Semarang yang memiliki media sosial *instagram*.
3. Remaja tersebut mengikuti minimal 1 *selebgram* di akun *instagramnya*.

3.2.1 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel adalah proses untuk mendapatkan sampel. Sampel adalah lingkup yang lebih kecil dari populasi yang karakteristik dan jumlahnya sesuai dengan keinginan peneliti (Siyoto & Sodik, 2015).

Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *aksidental sampling*, dimana teknik pemilihan sampel berdasarkan kebetulan, siapa pun yang secara kebetulan memenuhi syarat yang peneliti gunakan, dan cocok sebagai sampel maka dapat dijadikan sebagai sumber data (Siyoto & Sodik, 2015).

3.4 Alat Ukur

4.3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala Likert untuk pengukuran perilaku *modeling selebgram* dan skala untuk pengukuran perilaku narsistik pada remaja. Berikut penjelasan masing-masing skala:

1. Skala perilaku *modeling selebgram*

Skala pengukuran perilaku *modeling selebgram* menggunakan alat ukur yang peneliti susun sendiri berdasarkan aspek-aspek perilaku *modeling* oleh Bandura (dalam Alwisol, 2014). Aspek perilaku *modeling* meliputi: perhatian, representasi perilaku, perubahan perilaku, dan

motivasi penguatan perilaku. *Item* pada tiap aspek berisi *Item favorable* dan *unfavorable*.

Subjek akan di instruksikan untuk memilih salah satu dari pilihan alternatif jawaban pada tiap *Item*. Setiap aspek terdiri dari *Item* yang berisi pernyataan mendukung (*favorable*) dan pernyataan tidak mendukung (*unfavorable*) dengan pilihan alternatif jawaban: Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). *Item* yang sifatnya mendukung (*favorable*) dengan jawaban Sangat Sesuai (SS) dinilai 4, Sesuai (S) dinilai 3, Tidak Sesuai (TS) dinilai 2, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) dinilai 1.

Skor *Item* yang tidak mendukung (*unfavorable*) dengan jawaban Sangat Sesuai (SS) dinilai 1, jawaban Sesuai (S) dinilai 2, jawaban Tidak Sesuai (TS) dinilai 3, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) dinilai 4. Rancangan skala perilaku modeling dapat dilihat pada tabel 3.1 blueprint skala perilaku *modeling* sebagai berikut:

Tabel 3.1 *Blueprint Skala Perilaku Modeling selebgram*

Aspek Perilaku Modeling	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
Perhatian/	Individu memerhatikan perilaku dari <i>selebgram</i> yang akan menjadi modelnya. <i>Selebgram</i> yang diamati menarik, dan individu memiliki kesempatan untuk melihat <i>selebgram</i>	2	2	4
Representasi	Individu mengingat dan memahami sesuai yang dipersepsikan, perilaku dari <i>selebgram</i> yang akan dicontoh dan direpresentasikan melalui simbol. Simbol tersebut berupa gambar atau verbal, yaitu foto dan perkataan dari <i>selebgram</i> .	2	2	4
Perubahan perilaku	Setelah memerhatikan dan mengingat/memahami, individu akan melakukan perilaku tersebut sesuai dengan <i>selebgram</i> .	2	2	4

Motivasi/penilaian	Perilaku yang dicontoh melalui <i>selebgram</i> akan dinilai oleh individu dan di ulang lagi ketika mendapat penguatan positif yaitu mendapat <i>likes</i> dan komentar yang diinginkan. Perilaku tidak akan diulang individu ketika tidak mendapat penguatan positif.	2	2	4
Total		8	8	16

2. Skala Perilaku Narsistik

Pengukuran kecenderungan perilaku narsistik menggunakan skala likert yang disusun berdasarkan ciri-ciri narsistik menurut Vaknin yaitu memiliki perasaan megah, dipenuhi dengan fantasi, merasa dirinya individu yang khusus dan spesial, memiliki kebutuhan yang ekspresif untuk dikagumi, mengeksploitasi hubungan interpersonal, tidak memiliki rasa empati, perasaan iri, berperilaku arogan dan angkuh.

Item pada tiap aspek berisi 2 *item favorabel* dan 2 *item unfavorable*. Subjek akan di instruksikan untuk memilih salah satu dari pilihan alternatif jawaban pada tiap *item*. Setiap aspek terdiri dari *item* yang berisi pernyataan mendukung (*favorable*) dan pernyataan tidak mendukung (*unfavorable*) dengan pilihan alternatif jawaban: Sangat Sering (SS), Sering (S), Jarang (J), dan Sangat Tidak Sering (STS). *Item* yang sifatnya mendukung (*favorable*) dengan jawaban Sangat Sering(SS) dinilai 4, Sering (S) dinilai 3, Jarang (TS) dinilai 2, dan Sangat Tidak Sering (STS) dinilai 1.

Skor *item* yang tidak mendukung (*unfavorable*) dengan jawaban Sangat Sering (SS) dinilai 1, jawaban Sering (S) dinilai 2, jawaban Jarang (J) dinilai 3, dan Sangat Tidak Sering (STS) dinilai 4. Rancangan skala perilaku modeling dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3. 2 Blueprint Skala Perilaku Narsistik

Ciri-ciri narsistik	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
Memiliki perasaan megah dan <i>self-important</i>	Melebih-lebihkan prestasi dan bakat Tuntutan diri untuk diakui sebagai superior	2	2	4
Dipenuhi dengan fantasi	Terobsesi pada ketenaran Terobsesi keindahan tubuh Terobsesi kemampuan seks	2	2	4
Merasa diri individu yang penting dan spesial	Merasa diri hebat daripada orang lain Hanya dapat berteman dengan orang-orang yang penting dan memiliki status tinggi	2	2	4
Memiliki kebutuhan yang ekspresif untuk dikagumi	Mebutuhkan kekaguman yang berlebihan dari orang lain Mebutuhkan perhatian yang berlebihan dari orang lain Ingin menjadi seseorang yang ditakuti Ingin menjadi seseorang yang terkenal	2	2	4
Mengeksploitasi hubungan interpersonal	Memanfaatkan orang lain untuk mencapai tujuan sendiri Mengeksploitasi hubungan dengan teman	2	2	4
Tidak memiliki rasa empati	Tidak mau mengakui pilihan orang lain Tidak dapat memahami perasaan orang lain Tidak dapat memahami kebutuhan orang lain	2	2	4
Perasaan iri	Merasa iri kepada orang lain Merasa bahwa orang lain iri pada dirinya	2	2	4
Arogan dan angkuh	Merasa lebih tahu dibandingkan dengan orang lain tentang suatu hal Marah saat frustrasi Merendahkan orang lain	2	2	4
Total		16	16	32

3.4.2 Uji Coba Alat Ukur

3.4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui skala pengukuran yang digunakan dapat diukur, benar relevan, dan sesuai dengan tujuan pengukuran.

Validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kelayakan suatu pengukuran (Azwar, 2015). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan SPSS, dengan teknik korelasi *product moment* dari *Pearson* dan dikoreksi dengan menggunakan teknik *Part-Whole*.

3.4.2.2 Uji Reliabilitas

Azwar (2015) menjelaskan bahwa reliabilitas (konsistensi/keterandalan) adalah suatu proses pengukuran dapat dipercaya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *Alpha Cronbach* untuk analisis reliabilitas *item-item* yang valid.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah teknik korelasi *product moment* dari *Pearson* (Azwar, 2015). Teknik ini digunakan karena peneliti ingin mengetahui hubungan antara dua variabel yang diteliti, maka digunakan analisis *product moment*.

