

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian (*research*) merupakan suatu rangkaian kegiatan ilmiah (*scientific work*) yang dilaksanakan dalam rangka mencari jawaban terhadap suatu permasalahan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif karena menekankan analisisnya pada data-data kuantitatif (angka) yang dikumpulkan melalui prosedur pengukuran dan diolah dengan metode analisis statistik. Penelitian ini juga merupakan penelitian korelasional, yaitu jenis penelitian yang ingin mempelajari sejauhmana variasi pada satu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lainnya, berdasarkan koefisien korelasi (Azwar, 2017).

3.2 Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

1. Variabel tergantung : Perilaku Narsistik di Media Sosial pada Remaja
2. Variabel bebas : Harga Diri

3.3 Definisi Operasional

Definisi operasional dari masing-masing variabel penelitian sebagai berikut:

1. Perilaku Narsistik di Media Sosial pada Remaja

Perilaku narsistik di media sosial pada remaja adalah suatu pola yang berlebihan dan rasa percaya diri yang tinggi serta cenderung tidak

menyesuaikan keadaan diri sendiri, sehingga dalam kehidupan sosial cenderung menonjolkan kenyamanan akan kesendirian yang diaktualisasikan di media sosial pada individu berusia 18-24 tahun. Variabel ini diukur menggunakan Skala Perilaku Narsistik di Media Sosial pada Remaja yang disusun berdasarkan aspek memiliki perasaan *grandiose* dan *self-important*, dipenuhi fantasi, merasa khusus dan spesial, memiliki kebutuhan ekspresif untuk dikagumi, mengeksploitasi hubungan interpersonal, tidak memiliki empati, rasa iri, serta berperilaku arogan dan angkuh. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka semakin tinggi perilaku narsistik di media sosial, begitu pula sebaliknya.

2. Harga Diri

Harga diri adalah penilaian dan pandangan individu terhadap dirinya sendiri berdasarkan kemampuan dan perilaku individu itu sendiri secara apa adanya. Variabel ini diukur menggunakan Skala Harga Diri yang disusun berdasarkan aspek kekuatan, keberartian, kebajikan dan kompetensi. Semakin tinggi skor yang berarti semakin tinggi harga diri, begitu pula sebaliknya.

3.4 Populasi dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Sebagai suatu populasi, kelompok subjek harus memiliki beberapa ciri-ciri bersama yang membedakannya dari kelompok subjek lainnya (Azwar, 2017). Ciri-ciri dari populasi penelitian ini adalah remaja berusia 18-24 tahun, memiliki media sosial Instagram dan aktif menggunakannya, dan tinggal di kabupaten/ kota

Semarang. Penelitian ini difokuskan pada Instagram karena salah satu aplikasi media sosial yang berfokus untuk menangkap dan meng-*upload* foto, aplikasi ini memberikan keleluasaan penggunaannya untuk bisa berkreaitivitas melalui layanan *filter digital* agar foto menarik, serta memiliki fitur *share location* yang dapat memberitahu *followers* mengenai lokasi pengguna akun mengambil foto dan memberi kesempatan pengguna menggugah suatu foto berdurasi 60 detik sehingga dapat dilihat langsung oleh *followers*. Instagram juga aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan oleh individu berusia 18-24 tahun (Riyanita & Supradewi, 2019).

3.4.2 Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari populasi. Sampel diperoleh menggunakan *incidental sampling*, yaitu pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya (Azwar, 2017).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian diperoleh menggunakan skala. Skala dirancang untuk mengungkap sikap pro dan kontra, positif dan negatif, atau setuju atau tidak setuju terhadap suatu objek sosial, dalam bentuk pernyataan sikap (*attitude statement*) atau pernyataan mengenai objek sikap. Pernyataan yang mendukung atau memihak pada objek sikap disebut pernyataan *favourable*; sedangkan pernyataan yang tidak mendukung atau tidak memihak pada objek sikap disebut pernyataan *unfavourable* (Azwar, 2018). Skala dalam penelitian ini juga berbentuk *favourable* dan *unfavourable*

Pernyataan (item) dari skala memiliki beberapa alternatif jawaban. Pada penelitian ini ada empat alternatif jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Skor dari masing-masing alternatif jawaban sebagai berikut: untuk item *favourable* adalah SS = skor 4, S = skor 3, TS = skor 2, dan STS = skor 1; sementara untuk item *unfavourable* adalah SS = skor 1, S = skor 2, TS = skor 3, dan STS = skor 4. Skala yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu:

3.5.1 Skala Perilaku Narsistik di Media Sosial pada Remaja

Perilaku narsistik di media sosial pada penelitian ini diperoleh menggunakan skala yang disusun berdasarkan aspek-aspek perilaku narsistik, yaitu memiliki perasaan *grandiose* dan *self-important*, penuh fantasi, merasa khusus dan spesial, memiliki kebutuhan ekspresif untuk dikagumi, mengeksploitasi hubungan interpersonal, tidak memiliki empati, rasa iri, serta berperilaku arogan dan angkuh. Jumlah item direncanakan sebanyak 48 item dengan *blue print* sebagai berikut:

Tabel 3.1 *Blue Print* Skala Perilaku Narsistik di Media Sosial pada Remaja

No	Aspek	Item		Jumlah Item
		<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
1	Perasaan <i>grandiose</i> dan <i>self-important</i>	3	3	6
2	Penuh fantasi	3	3	6
3	Merasa khusus dan spesial	3	3	6
4	Memiliki kebutuhan ekspresif untuk dikagumi	3	3	6
5	Mengeksploitasi hubungan interpersonal	3	3	6
6	Tidak memiliki empati	3	3	6
7	Rasa iri	3	3	6
8	Berperilaku arogan dan angkuh	3	3	6
Jumlah Item		24	24	48

3.5.2 Harga Diri

Skala ini digunakan untuk mengukur harga diri pada remaja yang disusun berdasarkan aspek harga diri, yaitu kekuatan, keberartian, kebajikan dan kompetensi. Jumlah item direncanakan sebanyak 24 item, dengan *blue print* sebagai berikut:

Tabel 3.2 *Blue Print* Skala Harga Diri

No	Aspek	Item		Jumlah Item
		<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
1	Kekuatan	3	3	6
2	Keberartian	3	3	6
3	Kebajikan	3	3	6
4	Kompetensi	3	3	6
Jumlah Item		12	12	24

3.6 Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Validitas

Validitas adalah ketepatan dan kecermatan hasil pengukuran. Pengukuran sendiri dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak (dalam arti kuantitatif) suatu aspek psikologis terdapat dalam diri seseorang, yang dinyatakan oleh skornya pada instrumen pengukur yang bersangkutan (Azwar, 2018). Uji validitas dilakukan dengan koefisien korelasi *product moment* Pearson, yaitu mengkorelasikan antara skor item dengan skor item total. Hasil dari uji ini kemudian dikoreksi dengan *part-whole*, karena hasil korelasi antara skor item dengan skor item total dapat terjadi *over-estimate* yang disebabkan besarnya kontribusi item dalam menentukan skor tes (Azwar, 2018).

3.6.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu proses pengukuran dapat dipercaya. Hal ini ditunjukkan dengan konsistensi item-item dalam tes dalam

menjalankan fungsi ukurnya secara bersama-sama (Azwar, 2018). Uji reliabilitas dilakukan dengan koefisien *alpha cronbach*. Koefisien yang dihasilkan tinggi berarti reliabilitas yang sesungguhnya memang tinggi (Azwar, 2018).

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah korelasi *product moment Pearson*, yaitu teknik analisis untuk menggambarkan kekuatan hubungan diantara satu variabel bebas (harga diri) dengan satu variabel tergantung (perilaku narsistik di media sosial pada remaja) (Azwar, 2017).

