

BAB 4

PELAKSANAAN PENELITIAN

4.1 Orientasi Kancah

Orientasi kancah penelitian dilakukan di kabupaten/kota Semarang, karena memiliki banyak perguruan tinggi sehingga jumlah mahasiswa memadai. Kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) membatasi kegiatan pengambilan data secara langsung dan tatap muka.

Perilaku narsistik di media sosial IG pada remaja di kabupaten/ kota Semarang berdasarkan hasil wawancara dengan lima orang remaja pada tanggal 1 April 2021 mengungkapkan bahwa remaja tersebut dalam sehari dapat menggugah gambar dan video di media sosial 5-10 kali, yang biasanya mengenai kegiatan sehari-hari mereka dengan harapan orang lain melihat aktivitas yang dilakukan, memberikan like atau *love* dan komentar positif, serta menjadi pengikut. Mereka senang ketika banyak yang memberikan *like* atau *love*, dan komentar positif. Mereka meng-*upload* foto dan membuat status dengan harapan dinilai memiliki kualitas diri yang tinggi, dianggap berprestasi, dan istimewa. Sementara menurut Paramboukis, Skues, dan Wise (2016), individu yang melakukan posting foto sebanyak 4-5 kali dalam sebulan dapat dikatakan memiliki kecenderungan perilaku narsistik.

Kelima remaja tersebut juga rela menghabiskan uang untuk mendapatkan tempat-tempat yang *Instagramable*, bahkan rela melakukan tindakan-tindakan yang tidak logis supaya hasil foto menarik. Contoh: bangun tidur, gosok gigi dan *make-up* hanya supaya foto kelihatan bagus; posisi di rumah, namun seolah-olah sedang melakukan kegiatan yang “penting”, dan hujan-hujan supaya mendapatkan

suasana foto yang syahndu. Hal tersebut memperlihatkan adanya kecenderungan perilaku narsistik pada kelima remaja tersebut, dan perilaku narsistik tersebut merugikan.

Alasan lain, penelitian ini dilakukan di kabupaten/kota Semarang dengan didasarkan oleh beberapa alasan sebagai berikut:

1. Tingginya remaja menggunakan media sosial, terutama untuk perilaku narsistik, yang antara lain ditunjukkan dengan terdapat mahasiswa yang menggugah gambar dan video di media sosial 5-10 kali dalam sehari dengan harapan mendapatkan *like* atau *love* dan komentar positif, serta jumlah *follower* bertambah. Terdapat mahasiswa yang rela menghabiskan uang untuk mendapatkan tempat-tempat yang *Istagramable*, bahkan rela melakukan tindakan-tindakan yang tidak logis supaya hasil foto menarik (Hasil wawancara identifikasi masalah terhadap lima mahasiswa PTS di kota Semarang, tanggal 1 April 2021).
2. Calon subjek bersedia menjadi subjek penelitian yang ditunjukkan dengan *informed consent*.

4.2 Persiapan Penelitian

4.2.1 Perijinan

Peneliti segera melakukan proses perijinan setelah dosen pembimbing menyetujui rancangan skala penelitian dan memberikan ijin pengambilan data di lapangan. Proses perijinan dilakukan dengan melakukan permohonan untuk mendapatkan surat pengantar penelitian dari fakultas yang bernomor 0538/B.7.3/FP/VII/2021 untuk melakukan pengambilan data pada remaja berusia 18-24 tahun di kabupaten/ kota Semarang. Surat pengantar penelitian ini menjadi

dasar bahwa kegiatan pengambilan data bersifat resmi atau dibawah pengetahuan Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata Semarang.

4.2.2 Penyusunan Alat Ukur

Penelitian ini menggunakan dua alat ukur berupa Skala Harga Diri dan Skala Perilaku Narsistik di Media Sosial pada Remaja. Kedua alat ukur tersebut disusun oleh penulis berdasarkan aspek-aspek dari masing-masing variabel penelitian.

Skala Perilaku Narsistik di Media Sosial pada Remaja memiliki delapan aspek dan masing-masing aspek terdiri dari enam item, sehingga jumlah item keseluruhan sebanyak 48 item. Item-item tersebut dikelompokkan ke dalam item *favourable* dan *unfavourable*, sehingga memiliki sebaran nomor item sebagai berikut:

Tabel 4.1 Sebaran Nomor Item 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>	1,17,33	2,18,34	6
2	Penuh fantasi	3,19,35	4,20,36	6
3	Merasa khusus dan spesial	5,21,37	6,22,38	6
4	Memiliki kebutuhan ekspresif untuk dikagumi	7,23,39	8,24,40	6
5	Mengeksploitasi hubungan interpersonal	9,25,41	10,26,42	6
6	Tidak memiliki empati	11,27,43	12,28,44	6
7	Rasa iri	13,29,45	14,30,46	6
8	Berperilaku arogan dan angkuh	15,31,47	16,32,48	6
Jumlah Item		24	24	48

Skala Harga Diri memiliki empat aspek dan masing-masing aspek terdiri dari enam item, sehingga jumlah item keseluruhan sebanyak 24 item. Item-item tersebut dikelompokkan ke dalam item *favourable* dan *unfavourable*, sehingga memiliki sebaran nomor item sebagai berikut:

Tabel 4.2 Sebaran Nomor Item Skala Harga Diri

No	Aspek	Item		Jumlah Item
		<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>	
1	Kekuatan	1,9,17	2,10,18	6
2	Keberartian	3,11,19	4,12,20	6
3	Kebajikan	5,13,21	6,14,22	6
4	Kompetensi	7,15,23	8,16,24	6
Jumlah Item		12	12	24

4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

4.3.1 Hasil Uji Validitas

Sebagaimana dijelaskan di BAB 3, uji validitas dilakukan dengan korelasi *product moment* Pearson yang dikoreksi dengan *part-whole* dan standar item valid menggunakan *critical value* $r \geq 0,300$. Hasil uji validitas kedua skala sebagai berikut:

4.3.1.1 Skala Perilaku Narsistik di Media Sosial pada Remaja

Perhitungan untuk validitas Skala Perilaku Narsistik di Media Sosial pada Remaja dilakukan sebanyak dua kali putaran. Pada perhitungan pertama, jumlah item sebanyak 48 item dan ternyata gugur 15 item. Perhitungan kedua, jumlah item sebanyak 33 item dan seluruhnya valid. Hasil ini menunjukkan bahwa dari 48 item ternyata item yang valid sebanyak 33 item ($r = 0,302-0,724$) dan gugur 15 item. Rincian item valid dan gugur sebagai berikut:

Tabel 4.3 Item Valid dan Gugur dari Skala Perilaku Narsistik di Media Sosial pada Remaja

No	Aspek	Item		Jumlah Item	Item Gugur	Item Valid
		<i>Favour-able</i>	<i>Unfavour-able</i>			
1	Perasaan <i>grandiose</i> dan <i>self-important</i>	1,17,33	2*,18,34*	6	2	4
2	Penuh fantasi	3*,19,35	4,20,36	6	1	5
3	Merasa khusus dan spesial	5*,21,37	6,22*,38	6	2	4
4	Memiliki kebutuhan ekspresif untuk dikagumi	7*,23,39	8*,24,40	6	2	4
5	Mengeksploitasi hubungan interpersonal	9*,25,41	10,26*,42	6	2	4
6	Tidak memiliki empati	11,27,43	12,28,44*	6	1	5
7	Rasa iri	13,29*,45	14*,30*,46	6	3	3
8	Berperilaku arogan dan angkuh	15*,31,47	16,32,48*	6	2	4
Jumlah Item		18	15	48	15	33

Keterangan: * item gugur

4.3.1.2 Skala Harga Diri

Perhitungan untuk validitas Skala Harga Diri dilakukan sebanyak tiga kali. Perhitungan pertama memiliki jumlah item sebanyak 24 item dan ternyata gugur 7 item. Perhitungan kedua memiliki jumlah item sebanyak 17 item dan ternyata gugur 1 item. Perhitungan ketiga, jumlah item sebanyak 16 item dan seluruhnya valid. Hasil ini menunjukkan bahwa dari 24 item ternyata yang valid sebanyak 16 item ($r = 0,384-0,696$) dan gugur delapan item. Rincian item valid dan gugur sebagai berikut:

Tabel 4.4 Item Valid dan Gugur dari Skala Harga Diri

No	Aspek	Item		Jumlah Item	Item Gugur	Item Valid
		<i>Favourable</i>	<i>Unfavourable</i>			
1	Kekuatan	1,9,17	2,10*,18	6	1	5
2	Keberartian	3,11,19	4*,12*,20*	6	3	3
3	Kebajikan	5,13,21	6,14*,22	6	1	5
4	Kompetensi	7*,15,23*	8*,16,24	6	3	3
Jumlah Item		10	6	24	8	16

Keterangan: * item gugur

4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas untuk Skala Perilaku Narsistik di Media Sosial pada Remaja diperoleh nilai α Cronbach = 0,930 atau nilai α Cronbach > 0,700, yang berarti reliabel. Skala Harga Diri diperoleh nilai α Cronbach = 0,884 atau nilai α Cronbach > 0,700, yang berarti reliabel. Hasil uji reliabilitas tersebut memperlihatkan Skala Perilaku Narsistik di Media Sosial pada Remaja dan Skala Harga Diri konsisten dalam menjalankan fungsi ukurnya.

4.4 Pelaksanaan Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan pada hari Kamis-Sabtu, tanggal 6-9 Juli 2021 pada remaja berusia 18-24 tahun, memiliki media sosial Instagram dan aktif menggunakannya, dan tinggal di kabupaten/ kota Semarang melalui *google forms* dengan link <https://forms.gle/qt83iMEY7G3uYUCMA>. Sampel diperoleh secara *incidental quota sampling*.

Langkah awal peneliti melakukan pengambilan data dengan mengidentifikasi teman-teman peneliti yang memenuhi kriteria penelitian di kontak *Whatsapp* (WA) dan kemudian dilakukan kontak satu persatu melalui *chat* untuk kesediaan berpartisipasi menjadi subjek penelitian. Ketika calon subjek penelitian menyatakan setuju maka peneliti segera mengirimkan *link google forms* dan

informed consent. Setelah keduanya dikirim melalui WA, peneliti memberikan penjelasan singkat mengenai prosedur pengisian forms dan *informed consent*. Khusus untuk *informed consent*, kepada teman-teman yang tempat tinggalnya jauh dari peneliti dan karena adanya PPKM maka *informed consent* setelah diisi dan ditandatangani dikirim kembali melalui WA, namun jika tempat tinggalnya berada di sekitar lingkungan tempat tinggal peneliti maka *informed consent* ini peneliti ambil ke rumahnya.

Pada tanggal 6 Juli 2021, peneliti menyebarkan *link google forms* kepada sekitar 70 orang melalui WA dan ternyata hingga tanggal 9 Juli 2021 terkumpul data dari 57 orang. Kelima puluh tujuh data ini kemudian diperiksa dan ternyata ada tujuh data yang tidak disertai pengembalian *informed consent*, sehingga tujuh data tersebut tidak digunakan dan hanya 50 yang disertai *informed consent* diolah lebih lanjut.

Lima puluh orang subjek tersebut memiliki karakteristik berdasarkan usia adalah 2 orang (4%) berusia 18 tahun, 13 orang (26%) berusia 20 tahun, 2 orang (4%) berusia 21 tahun, 22 orang (44%) berusia 23 tahun, dan 11 orang (22%) berusia 24 tahun. Mayoritas responden berusia 20 tahun. Subjek terdiri dari laki-laki dan perempuan. 27 orang (54%) adalah laki-laki dan 23 orang (46%) adalah perempuan. Laki-laki lebih banyak dibandingkan perempuan. Seluruh subjek adalah mahasiswa dan masih aktif mengikuti perkuliahan. Seluruh subjek juga memiliki media sosial IG dan aktif menggunakannya. Seluruh subjek menggunakan IG lebih dari 3 jam dalam sehari. Seluruh subjek juga memiliki media sosial selain IG, seperti Facebook dan Tiktok.

Pengolahan data diawali dengan melakukan skoring dan tabulasi data, serta dilanjutkan dengan proses analisis data yang terdiri dari uji validitas dan

reliabilitas. Hasil dari kedua uji ini diketahui adanya item-item yang gugur, sehingga peneliti menyusun ulang data penelitian yang didasarkan pada jumlah dari item-item valid. Data penelitian ini digunakan untuk uji normalitas, uji linieritas, dan uji hipotesis (uji korelasi *product moment* Pearson). Analisis data ini menggunakan SPSS *versi 22.00 for Windows*.

