

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan jenis penelitian korelasional. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mengungkapkan gejala secara holistik-kontekstual melalui pengumpulan data yang spesifik, jelas, dan rinci (Hardani, Auliya, Andriani, Ustiawaty, Utami, Sukmana, & Istiqomah., 2015). Rancangan penelitian ini menggunakan jenis penelitian korelasional dengan tujuan untuk menguji secara empiris hubungan antara dua variabel. Dalam penelitian ini peneliti akan menguji korelasi antara perilaku penggunaan Instagram dengan citra diri mahasiswi.

3.2 Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.2.1. Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini :

Variabel Tergantung : Citra Diri Mahasiswi

Variabel Bebas : Perilaku Penggunaan Instagram

3.3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Citra Diri Mahasiswi

Citra diri mahasiswi adalah gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya sebagai makhluk hidup, yang sering dikaitkan dengan karakteristik fisik seperti penampilan keseluruhan, ukuran, pakaian, gaya rambut, dan kosmetik, yang juga dipengaruhi dari kemampuan yang dimiliki, keadaan lingkungan, dan sikap serta pendapat dari orang lain, yang terjadi pada seorang wanita yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi. Citra diri mahasiswi diukur dengan menggunakan skala citra diri mahasiswi dengan aspek fisik dan sosial. Semakin tinggi skor maka semakin tinggi skor pada skala ini menunjukkan semakin tinggi citra diri mahasiswi, begitu pula sebaliknya.

2. Perilaku Penggunaan Instagram

Perilaku penggunaan instagram adalah suatu aksi dan reaksi organisme yang secara luas yang dialami seseorang, untuk pengambilan foto dan kemudian *upload* ke media sosial Instagram, menggunakan *InstaStories*

atau menikmati foto dan *InstaStories* dari pengguna lain, serta berbagai fitur Instagram lainnya. Perilaku penggunaan media sosial diukur dengan skala perilaku penggunaan Instagram dengan aspek yaitu frekuensi, intensitas dan durasi. Semakin tinggi skor maka semakin tinggi perilaku penggunaan Instagram, begitu pula sebaliknya.

3.3 Populasi dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek/subjek penelitian dalam wilayah generalisasi yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu (Siyoto & Sodik, 2015). Populasi akan ditentukan dengan pertimbangan permasalahan, tujuan, hipotesis, metode dan instrumen penelitian. Karakteristik populasi dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Mahasiswi Psikologi Unika Soegijapranata
2. Mahasiswi yang menggunakan Instagram rata-rata lebih dari 3 jam/hari

3.3.2 Teknik Sampling

Dalam pemilihan sampel, haruslah menggunakan sampel dari populasi yang benar-benar dapat mewakili populasi yang diteliti. Dalam penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan adalah dengan cara teknik *accidental sampling*. *Accidental sampling* yaitu pengambilan sampel secara aksidental (*accidental*) dengan mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian (Siyoto & Sodik, 2015).

3.4 Alat Ukur

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala. Penelitian ini menggunakan dua jenis skala. Skala pertama mengungkapkan variabel tergantung yaitu citra diri mahasiswi dan skala kedua mengungkapkan variabel bebas yaitu perilaku penggunaan Instagram.

3.4.1 Alat Pengumpulan Data

Jenis skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala *likert*. Dengan *skala Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan

(Sugiyono, 2013). Terdapat dua skala yang akan digunakan pada penelitian ini, yaitu citra diri mahasiswi dan skala perilaku penggunaan Instagram.

3.4.2 Blueprint dan Cara Penilaiannya

1. Citra Diri Mahasiswi

Skala ini disusun berdasarkan aspek yang berperan penting dalam citra diri, yaitu aspek fisik yang meliputi penilaian individu terhadap segala sesuatu yang dimilikinya seperti penampilan fisik dan benda-benda pribadi, serta aspek sosial yang meliputi bagaimana perbandingan sosial dan relasi individu dengan orang lain, serta penilaian yang tercerminkan.

Tabel 3. 1 Blueprint Skala Citra Diri Mahasiswi

Aspek	Item		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Fisik	6	6	12
Sosial	6	6	12
Jumlah			24

Skala perilaku Citra diri juga tersusun dalam dua jenis *item* yaitu diantaranya *favorabel* (yang mendukung pernyataan) dan *unfavorable* (yang tidak mendukung pernyataan). Dalam skala ini, *item favorable* diberikan nilai 4,3,2,1 dengan kategori pernyataan Sangat Sesuai (SS) diberi nilai 4, Sesuai (S) diberi nilai 3, Tidak Sesuai (TS) diberi nilai 2, Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi nilai 1. Sedangkan, pada *item unfavorable* diberikan nilai sebaliknya yakni 1,2,3,4 dengan kategori pernyataan Sangat Sesuai (SS) diberi nilai 1, Sesuai (S) diberi nilai 2, Tidak Sesuai (TS) diberi nilai 3, Sangat Tidak Sesuai (STS) diberi nilai 4.

2. Perilaku Penggunaan Instagram

Item-item yang terdapat pada skala perilaku penggunaan media sosial ini dibuat berdasarkan 3 aspek perilaku yang meliputi:

- 1) Frekuensi merupakan sering tidaknya perilaku penggunaan Instagram yang muncul di dalam kehidupan sehari-hari.
- 2) Intensitas yang berarti banyaknya daya yang dilakukannya seseorang ketika suatu perilaku penggunaan Instagram dilakukan.

- 3) Durasi perilaku muncul yang berarti banyaknya waktu yang diperlukan untuk berlangsungnya perilaku penggunaan Instagram.

Tabel 3. 2 Blueprint Skala Perilaku Penggunaan Instagram

Aspek	Item		Jumlah
	Favorable	Unfavorable	
Intensitas	4	4	8
Frekuensi	4	4	8
Durasi	4	4	8
Jumlah			24

Skala ini memiliki dua macam item, *favorable* dan *unfavorable*. Penilaian jawaban untuk item *favorable* ini menggunakan 4 pilihan respons jawaban pada skala perilaku penggunaan Instagram yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Penilaian yang akan dilakukan terhadap item-item tersebut adalah memberikan nilai 1 pada jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS), nilai 2 pada jawaban Tidak Sesuai (TS), nilai 3 pada jawaban Sesuai (S), dan nilai 4 pada jawaban Sangat Sesuai (SS). Sedangkan penilaian jawaban *unfavorable* adalah 1 untuk pilihan jawaban Sangat Sesuai (SS), 2 untuk pilihan jawaban Sesuai (S), 3 untuk pilihan jawaban Tidak Sesuai (TS), dan 4 untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS).

3.5 Uji Coba Alat Ukur

3.5.1 Validitas Alat Ukur

Validitas adalah sebuah cara untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji Validitas merupakan pengujian alat ukur yang akan digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2013).

Alat ukur dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas skala citra diri mahasiswa dan perilaku penggunaan Instagram didapatkan dengan melakukan pengujian validitas terhadap item-item skala tersebut dilakukan dengan mengorelasikan skor item dan skor total untuk mendapatkan koefisien korelasi antara item yang dicari dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dari Karl Pearson.

Koefisien korelasi yang diperoleh dari hasil perhitungan di atas masih perlu dikoreksi lagi mengingat adanya kelebihan bobot pada koefisien tersebut, maka untuk mengoreksi korelasi yang kelebihan bobot tersebut digunakan teknik korelasi *Part Whole*.

3.5.2 Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas berfungsi untuk menunjukkan apakah alat ukur tersebut dapat mengukur apa yang dimaksud dalam menjawab pertanyaan atau pernyataan pada subjek. Reliabilitas alat ukur merupakan sejauh mana alat ukur dapat mengukur dan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini alat ukur akan diuji dengan menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*.

3.6 Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini cara menghitung besarnya korelasi menggunakan teknik statistic. Setelah menyelesaikan pengambilan data, peneliti akan menganalisis data yang diperoleh dari jawaban partisipan atas kuesioner/angket yang disebar oleh peneliti. Pada korelasi bivariat ini, peneliti menggunakan perhitungan statistik *product moment correlation*. *Product moment correlation* ini digunakan untuk menguji hubungan perilaku penggunaan Instagram dengan citra diri mahasiswi.