

BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif korelasional yaitu penelitian yang menyatakan kaitan hubungan antara dua atau beberapa variabel (Prasetyo, 2017).

3.2. Identifikasi dan Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel adalah simbol atau konsep yang diasumsikan sebagai seperangkat nilai-nilai (Harlan, 2004). Peneliti melibatkan dua variabel untuk dipelajari dan mendapat informasi, yaitu :

1. Variabel Tergantung : Kepuasan Hubungan Interpersonal melalui Media Sosial
2. Variabel Bebas : Intensitas Penggunaan Media Sosial

2. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Kepuasan Hubungan Interpersonal melalui Media Sosial

Kepuasan hubungan interpersonal melalui media sosial merupakan rasa senang dan lega terhadap hubungan antara dua atau beberapa orang melalui media sosial yang saling bergantung dan memengaruhi. Aspek-aspek kepuasan hubungan interpersonal melalui media sosial yaitu empati, keterbukaan, dukungan, sikap positif, kesetaraan. Semakin tinggi skor pada hasil dari skala kepuasan hubungan interpersonal melalui media sosial menunjukkan semakin tinggi kepuasan hubungan interpersonal, begitu sebaliknya.

2. Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial merupakan kedalaman menggunakan berbagai fasilitas media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Line*, *TikTok* dengan rentang waktu (per jam) dan frekuensi (per hari) tertentu. Intensitas penggunaan media sosial memiliki aspek-aspek yaitu durasi, frekuensi, kedalaman hubungan, perhatian. Semakin tinggi skor pada hasil dari skala intensitas penggunaan media sosial menunjukkan intensitas penggunaan media sosial yang tinggi, begitu sebaliknya.

3.3. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi pada penelitian adalah keseluruhan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik yang sama (Priyono, 2008). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i aktif Universitas X Kota Semarang.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016) menjelaskan sampel merupakan bagian dari karakteristik populasi yang berguna sebagai indikator bagian populasi. Metode pengambilan sampel dilakukan menggunakan *accidental sampling* yaitu pengambilan responden yang tersedia berdasarkan kebetulan sesuai dengan konteks penelitian (Priyono, 2008). Karakteristik sampel penelitian ini sebagai berikut :

1. Mahasiswa/i aktif Universitas X Kota Semarang.
2. Merupakan pengguna media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Line*, *TikTok*.

3.4. Alat Ukur

1. Metode Pengumpulan Data

Skala yang digunakan dalam penelitian disusun dalam bentuk kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Peneliti menggunakan skala Likert untuk mengukur variabel tergantung yaitu kepuasan hubungan interpersonal melalui media sosial dan variabel bebas, yaitu intensitas penggunaan media sosial.

2. Skala Kepuasan Hubungan Interpersonal melalui Media Sosial

Peneliti menyusun skala yang digunakan untuk mengukur kepuasan hubungan interpersonal melalui media sosial, yaitu:

1. Empati
2. Keterbukaan
3. Dukungan
4. Sikap positif
5. Kesetaraan

Skala ini disusun mendukung aspek-aspek dari kepuasan hubungan interpersonal melalui media sosial yang terdiri dari 20 pernyataan dengan uraian berikut :

Tabel 3.1. *Blueprint* Skala Kepuasan Hubungan Interpersonal

Aspek	Item		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Empati	2	2	4
Keterbukaan	2	2	4
Dukungan	2	2	4
Sikap positif	2	2	4
Kesetaraan	2	2	4
Jumlah	10	10	20

3. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial diukur menggunakan skala yang disusun peneliti berdasarkan aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial, yaitu :

1. Durasi
2. Frekuensi
3. Kedalaman hubungan
4. Perhatian

Skala ini disusun mendukung serangkaian aspek intensitas penggunaan media sosial yang terdiri dari 16 pernyataan dengan uraian berikut:

Tabel 3.2. *Blueprint* Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Aspek	Item		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Durasi	2	2	4
Frekuensi	2	2	4
Kedalaman hubungan	2	2	4
Perhatian	2	2	4
Jumlah	8	8	16

Skala kepuasan hubungan interpersonal melalui media sosial dan intensitas penggunaan media sosial merupakan skala Likert untuk mengukur persepsi dan penilaian responden kemudian dijadikan sebagai landasan memilih tingkatan jawab tertentu (Kurniawan dan Puspitaningtyas 2016). Setiap pernyataan memiliki empat alternatif jawab dengan skor berbeda pada masing-masing item yaitu Sangat Sesuai (SS) mendapat skor 4 untuk item *favorable* dan 1 untuk item *unfavorable*, Sesuai (S) mendapat skor 3 untuk item *favorable* dan 2 untuk item *unfavorable*, Tidak Sesuai (TS) mendapat skor 2 untuk item *favorable* dan 3 untuk item *unfavorable*, Sangat Tidak Sesuai (STS) mendapat skor 1 untuk item *favorable* dan 4 untuk item *unfavorable*.

3.5. Teknik Analisis Data

1. Validitas Alat Ukur

Purwanto dan Sulistyastuti (2011) mengatakan validitas adalah sejauh mana alat pengukur memiliki kecermatan dan akurasi dalam melaksanakan fungsi ukurnya. Uji validitas dilakukan guna mengungkap apakah terdapat pernyataan-pernyataan yang tidak relevan sesuai tujuan pengukuran kemudian perlu digugurkan. Peneliti menggunakan uji validitas konstruk untuk mengukur validitas alat penelitian atau kuesioner. Konstruk validitas pada kuesioner adalah tinggi apabila memiliki konsep berdasarkan makna dan pengertian para ahli teori. Peneliti kemudian menguji validitas menggunakan teknik analisis *Product Moment* kemudian dikoreksi memakai analisis *Part-Whole*. Penghitungan alat pengujian dilakukan menggunakan bantuan *International Business Machines Statistical Package for The Social Sciences (IBM SPSS) Versi 20.0*.

2. Reliabilitas Alat Ukur

Budiastuti dan Bandur (2018) menjelaskan reliabilitas adalah alat pengukur kuesioner yang merupakan indikator konstruk atau variabel. Penetapan uji reliabilitas bertujuan mengungkap konsistensi pada kuesioner, termasuk hasil item dan penelitian, pada beberapa kali pelaksanaan pengukuran. Pengukuran reliabilitas konstruk atau variabel dilakukan dengan teknik korelasi *Alpha Cronbach* dengan bantuan IBM SPSS Versi 20.0.

3. Metode Analisis Data

Peneliti menggunakan metode analisis korelasional atau hubungan *Product Moments Pearson* yaitu metode analisis yang digunakan untuk mengungkap derajat keeratan hubungan dua variabel (Sarwono, 2018). Adapun variabel-variabel yang diungkap adalah intensitas penggunaan media sosial dan kepuasan hubungan interpersonal melalui media sosial. Pengolahan analisis data dilakukan menggunakan bantuan IBM SPSS Versi 20.0.