

BAB 4

PENGUMPULAN DATA PENELITIAN

4.1. Orientasi Kacah

Orientasi kacah dilakukan guna menggambarkan tempat dan subjek penelitian sehingga membantu peneliti menyiapkan kebutuhan dan memperoleh hasil penelitian sesuai yang diharapkan. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif Universitas X kota Semarang.

Pertimbangan peneliti melakukan penelitian pada mahasiswa aktif Universitas X kota Semarang karena memenuhi karakteristik penelitian yaitu mahasiswa aktif dan merupakan pengguna media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Line*, *TikTok*. Berdasarkan hasil wawancara oleh peneliti terdapat penurunan kadar kepuasan hubungan interpersonal mahasiswa Universitas X dengan teman sebaya karena perbedaan wilayah tempat tinggal yang mengakibatkan tidak ada waktu bercengkrama dan perdebatan yang menyenangkan. Hal tersebut mengurangi perasaan penilaian menyukai orang lain dan keterbukaan.

4.2. Persiapan Pengumpulan Data Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan analisis uji hipotesis korelasional. Adapun penyusunan alat ukur sebagai persiapan penelitian adalah sebagai berikut :

4.2.1. Penyusunan Alat Ukur

Penyusunan alat ukur mengacu pada aspek dari variabel yang akan diteliti berdasarkan teori yang dipakai oleh peneliti. Selanjutnya, item pada skala penelitian disusun peneliti berdasarkan aspek-aspek tersebut.

Penelitian ini menggunakan model skala Likert dengan dua macam alat ukur yaitu skala kepuasan hubungan interpersonal melalui media sosial dan intensitas penggunaan media sosial. Skala yang dipakai membuat subjek memilih satu dari empat pilihan jawaban berdasarkan keadaannya.

1. Skala Kepuasan Hubungan Interpersonal melalui Media Sosial

Skala kepuasan hubungan interpersonal melalui media sosial disusun menurut aspek kepuasan hubungan interpersonal melalui media sosial yaitu empati, keterbukaan, dukungan, sikap positif. Jumlah item keseluruhan adalah 20, mencakup 10 item *favorable* dan 10 item *unfavorable*. Sebaran item skala kepuasan hubungan interpersonal melalui media sosial pada mahasiswa terdapat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1. Sebaran Nomor Item Skala Kepuasan Hubungan Interpersonal melalui Media Sosial

Aspek	Nomor Item		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Empati	1, 16	9, 18	4
Keterbukaan	4, 10	15, 2	4
Dukungan	20, 7	17, 12	4
Sikap positif	19, 6	8, 13	4
Kesetaraan	14, 11	3, 5	4
Jumlah	10	10	20

2. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Peneliti menyusun skala intensitas penggunaan media sosial menurut aspek intensitas penggunaan media sosial yaitu durasi, frekuensi, kedalaman hubungan, perhatian. Jumlah item keseluruhan adalah 16, mencakup 8 item *favorable* dan 8 item *unfavorable*.

Tabel 4.2. Sebaran Nomor Item Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Aspek	Nomor Item		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Durasi	1, 12	5, 8	4
Frekuensi	10, 3	11, 16	4
Kedalaman hubungan	6, 14	2, 9	4
Perhatian	15, 7	13, 4	4
Jumlah	8	8	16

Adapun skala intensitas penggunaan media sosial dan kepuasan hubungan interpersonal melalui media sosial memiliki empat alternatif jawab yaitu Sangat Sesuai (SS) dengan skor 4 untuk item *favorable* dan 1 untuk item *unfavorable*, Sesuai (S) dengan skor 3 untuk item *favorable* dan 4 untuk item *unfavorable*, Tidak Sesuai (TS) dengan skor 2 untuk item *favorable* dan 3 untuk item *unfavorable*, Sangat Tidak Sesuai (STS) dengan skor 1 untuk item *favorable* dan 4 untuk item *unfavorable*.

4.3. Uji Coba Alat Ukur

Supaya hasil penelitian mampu dipertanggungjawabkan, peneliti melakukan uji coba alat ukur sebelum pengumpulan data dilaksanakan guna mengetahui validitas dan reliabilitas skala. Penelitian ini memakai *accidental*

sampling dengan karakteristik responden mahasiswa aktif, pengguna media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp*, *Twitter*, *Line*, *TikTok*.

Uji coba dilaksanakan selama tiga hari terhitung dari hari Minggu, 14 November 2021 sampai Selasa, 16 November 2021 dengan membagikan *link* kuesioner dalam bentuk Google Formulir kepada masing-masing responden sesuai kriteria melalui media sosial *WhatsApp*. Selain itu, peneliti membagikan *link* kuesioner kepada salah satu ketua kelas mahasiswa angkatan 2019 Universitas X melalui media sosial *WhatsApp* untuk kemudian dibagikan kepada seluruh anggota kelas melalui *group* *Line*. Jumlah responden keseluruhan yaitu 32 orang.

4.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Kepuasan Hubungan

Interpersonal melalui Media Sosial

Pengujian validitas untuk skala kepuasan hubungan interpersonal melalui media sosial memakai teknik analisis *Product Moment* kemudian dikoreksi memakai analisis *Part-Whole*. Uji validitas *try out* tidak terpakai menunjukkan hasil 19 item valid dan 1 item gugur, yaitu item nomor 8, dari total keseluruhan 20 item dengan taraf signifikansi 5% dan rentang koefisien 0,467 sampai 0,830. Sebaran item valid dan gugur terdapat pada tabel 4.3.

Tabel 4.3. Item valid dan gugur Skala Kepuasan Hubungan Interpersonal melalui Media Sosial

Aspek	Nomor Item		Jumlah Item Valid	Jumlah Item Gugur
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
Empati	1, 16	9, 18	4	-
Keterbukaan	4, 10	15, 2	4	-
Dukungan	20, 7	17, 12	4	-
Sikap positif	19, 6	8*, 13	3	1
Kesetaraan	14, 11	3, 5	4	-
Jumlah	10	10	19	1

Keterangan: (*) item gugur

Berdasarkan hasil item valid dan gugur, maka peneliti menyusun skala menggunakan item valid dengan mengubah urutan item. Adapun persebaran item valid skala kepuasan hubungan interpersonal melalui media sosial terdapat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4. Item valid Skala Kepuasan Hubungan Interpersonal melalui Media Sosial

Aspek	Nomor Item		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Empati	1, 15	8, 17	4
Keterbukaan	4, 9	14, 2	4
Dukungan	19, 7	16, 11	4
Sikap positif	18, 6	12	3
Kesetaraan	13, 10	3, 5	4
Jumlah	10	9	19

Pengujian reliabilitas untuk skala kepuasan hubungan interpersonal melalui media sosial menggunakan teknik korelasi *Alpha Cronbach*. Adapun koefisien *Alpha* menunjukkan hasil 0,923, artinya skala intensitas penggunaan media sosial terbukti reliabel.

4.3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Intensitas Penggunaan Media

Sosial

Pengujian validitas untuk skala intensitas penggunaan media sosial memakai teknik analisis *Product Moment* kemudian dikoreksi dengan analisis *Part-Whole*. Uji validitas *try out* tidak terpakai menunjukkan hasil 14 item valid dan 2 item gugur, yaitu item nomor 1 dan 16, dari total keseluruhan 16 item dengan taraf signifikansi 5% dan rentang koefisien 0,404 sampai 0,796. Sebaran item valid dan gugur terdapat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5. Item valid dan gugur Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Aspek	Nomor Item		Jumlah Item Valid	Jumlah Item Gugur
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
Durasi	1*, 12	5, 8	3	1
Frekuensi	10, 3	11, 16*	3	1
Kedalaman hubungan	6, 14	2, 9	4	-
Perhatian	15, 7	13, 4	4	-
Jumlah	8	8	14	2

Keterangan: (*) item gugur

Berdasarkan hasil item valid dan gugur, peneliti menyisihkan item gugur dan menyusun skala menggunakan item valid dengan mengganti urutan item. (tabel 4.6).

Tabel 4.6. Item valid Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Aspek	Nomor Item		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Durasi	11	4, 7	3
Frekuensi	9, 2	10	3
Kedalaman hubungan	5, 13	1, 8	4
Perhatian	14, 6	12, 3	4
Jumlah	7	7	14

Pengujian reliabilitas untuk skala intensitas penggunaan media sosial menggunakan teknik korelasi *Alpha Cronbach*. Adapun koefisien *Alpha* menunjukkan hasil 0,897, artinya skala intensitas penggunaan media sosial dapat dibuktikan reliabel.