

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang mementingkan data berupa angka yang diproses dengan bantuan statistika (Azwar, 2012). Berdasarkan fungsi penelitian yang dikemukakan Isaac dan Michael (dalam Azwar, 2012), maka penelitian ini merupakan penelitian korelasional, yaitu penelitian yang memiliki tujuan untuk melihat seberapa jauh hubungan variabel satu dengan variabel lainnya yang ditinjau dari koefisien korelasi. Penelitian ini juga dapat mengukur hubungan antar variabel-variabel untuk melihat taraf hubungan yang terjadi dan bukan mengenai efek variabel satu dengan variabel lainnya.

3.2 Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel penelitian merupakan tahap dalam penelitian dengan menetapkan variabel-variabel utama yang akan dilibatkan dalam penelitian dan menentukan fungsinya masing-masing (Azwar, 2012). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel, variabel tersebut diidentifikasi sebagai berikut:

1. Variabel tergantung: *Self Disclosure* Dewasa Awal Pengguna Media Sosial
2. Variabel bebas : Kebutuhan Afiliasi

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.3.1 *Self Disclosure* Dewasa Awal Pengguna Media Sosial

Self disclosure pada dewasa awal pengguna media sosial adalah kemampuan individu dewasa awal untuk membuka dan mengungkapkan diri melalui informasi, perasaan maupun pikiran pribadi yang dibagikan kepada orang lain di media komunikasi berbasis internet yang bermanfaat untuk membangun atau mengembangkan hubungan yang akrab. Skala *Self disclosure* pada dewasa

awal pengguna media sosial disusun berdasarkan aspek lima *self disclosure*, yaitu *amount*, *valence self disclosure*, *accuracy*, *intention* dan *intimate*. Semakin tinggi skor skala *self disclosure* yang diperoleh, maka semakin tinggi *self disclosure* pada dewasa awal pengguna media sosial, dan sebaliknya.

3.3.2 Kebutuhan Afiliasi

Kebutuhan afiliasi adalah kebutuhan atau keinginan untuk memiliki relasi persahabatan yang akrab dan hangat dengan orang lain. Skala kebutuhan afiliasi diukur berdasarkan aspek kebutuhan afiliasi yang meliputi rasa senang berkumpul dengan orang lain, interaksi dengan orang lain, keinginan menyenangkan orang lain, memelihara kesetiaan kepada teman dan mencari bantuan dari orang lain. Semakin tinggi skor yang diperoleh semakin tinggi kebutuhan afiliasi individu, dan sebaliknya.

3.4 Subjek Penelitian

3.4.1 Populasi

Populasi adalah zona umum yang berisikan objek dan subjek dengan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan peneliti untuk dipahami dan dipelajari yang kemudian akan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016). Populasi yang difokuskan pada penelitian ini adalah dewasa awal pengguna media sosial dengan usia 18-40 tahun, aktif dalam mengakses media sosial setidaknya 1 unggahan setiap harinya, dan bertempat tinggal di Cilacap.

3.4.2 Teknik Sampling

Sampel adalah bagian dari populasi dan diharuskan mempunyai ciri yang sama dengan populasi yang digunakan (Azwar, 2012). Teknik sampling adalah teknik dalam mengambil sampel (Sugiyono, 2016). Penelitian yang akan dilakukan menggunakan teknik sampling *snowball sampling*. Teknik *snowball sampling* teknik pengambilan sampel yang dimulai dengan jumlah sedikit dan semakin lama

semakin bertambah besar (Sugiyono, 2016). Pengambilan data penelitian diawali dengan lingkup kecil yang nantinya berkembang menjadi lebih besar seperti bola salju yang bergelinding. Responden awal akan memberi rujukan kepada orang lain sebagai calon responden baru dan sekiranya memenuhi kriteria yang peneliti tentukan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Alat Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan skala sebagai metode pengumpulan data. Skala yang digunakan merupakan skala *self disclosure* dan skala kebutuhan afiliasi. Mengukur variabel tergantung dengan skala *self disclosure* sedangkan variabel bebas dengan menggunakan skala kebutuhan afiliasi.

3.5.2 *Blueprint*

1. Skala *Self Disclosure*

Skala *self disclosure* digunakan untuk mengukur *self disclosure* pada dewasa awal pengguna media sosial. Penyusunan skala ini didasari oleh lima aspek *self disclosure* menurut Devito (dalam Yawan, 2018) yaitu *amount*, *valence self disclosure*, *accuracy*, *intention* dan *intimate*. *Blueprint* skala *self disclosure* dewasa awal pengguna media sosial dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.1 *Blueprint* Skala *Self Disclosure*

No	Aspek	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	Jumlah
1	<i>Amount</i>	2	2	4
2	<i>Valence Self Disclosure</i>	2	2	4
3	<i>Accuracy</i>	2	2	4
4	<i>Intention</i>	2	2	4
5	<i>Intimate</i>	2	2	4
	Jumlah	10	10	20

2. Skala Kebutuhan Afiliasi

Skala kebutuhan afiliasi digunakan untuk mengukur kebutuhan afiliasi yang dimiliki dewasa awal pengguna media sosial, meliputi rasa senang saat berkumpul dengan orang lain, berinteraksi dengan orang lain, memiliki keinginan untuk disukai oleh orang lain, keinginan untuk menyenangkan orang lain, memelihara sikap setia terhadap teman dan mencari pertolongan pada orang lain. *Blueprint* skala kebutuhan afiliasi dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.2 *Blueprint* Skala Kebutuhan Afiliasi

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1	Rasa senang ketika berkumpul dengan orang lain	2	2	4
2	Berinteraksi dengan orang lain	2	2	4
3	Memiliki keinginan untuk disukai maupun diterima oleh orang lain	2	2	4
4	Keinginan untuk menyenangkan orang lain	2	2	4
5	Menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman	2	2	4
6	Mencari persetujuan atau bantuan dari orang lain	2	2	4
	Jumlah	12	12	24

3.6 Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

3.6.1 Validitas Alat Ukur

Validitas alat ukur dapat ditinjau dari seberapa tepat dan cermat suatu instrumen dalam pengukuran (Dewi, 2018). Akurasi data dapat dilihat dari seberapa komprehensif dan relevan sebuah alat ukur terhadap tujuan penelitian (Azwar, 2012). Uji validitas sebuah alat ukur menjadi hal yang wajib dalam sebuah penelitian. Hal ini diperlukan untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut dapat mengukur suatu variabel yang menghasilkan data yang akurat dan sesuai dengan tujuan dari pengukuran penelitian tersebut.

Penelitian ini melakukan pengukuran validitas dengan menggunakan *Pearson Product-Moment Correlation* untuk mencari hubungan sederhana yang melibatkan satu variabel tergantung dan satu variabel bebas (Safitri, 2016). Hasil dari pengujian tersebut akan dikoreksi kembali dengan menggunakan analisis korelasi *Part Whole*. Hal tersebut dilakukan untuk menghindari hasil ukur yang angka korelasinya terlalu besar.

3.6.2 Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas sebuah alat ukur dapat dilihat dari konsistensi alat ukur tersebut dalam mengukur sesuatu yang hendak diukur (Wiersma dalam Khumaedi, 2012). Sebuah alat ukur dapat dikatakan reliabel apabila dalam pengukuran objek yang sama dan dilakukan secara berulang atau berkali-kali akan tetap menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2016). Menurut Khumaedi (2012) reliabilitas suatu alat ukur akan menunjukkan apakah alat ukur tersebut dapat digunakan berulang-ulang pada pengukuran yang sama meskipun pada waktu yang berbeda dan tetap menghasilkan data yang relatif stabil atau konsisten. Pada penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan analisis koefisien *Alpha Cronbach*.

3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini akan menggunakan analisis data statistik. Hal ini dikarenakan data yang diperoleh peneliti merupakan data yang berbentuk dalam angka. Teknik yang digunakan adalah *Product Moment Pearson Correlation* guna untuk melihat dan mengetahui lebih banyak hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan *self disclosure* pada dewasa awal pengguna media sosial. Kebutuhan afiliasi sebagai variabel bebas dan *self disclosure* dewasa awal pengguna media sosial sebagai variabel tergantung.