

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Desain Penelitian**

Desain penelitian dalam penelitian ini adalah menggunakan desain penelitian kuantitatif korelasional. Penelitian kuantitatif korelasional adalah suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui keeratan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti tanpa melakukan suatu intervensi terhadap variasi variabel-variabel yang bersangkutan (Azwar, 2015).

#### **B. Identifikasi Variabel Penelitian**

Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa variabel adalah suatu atribut atau nilai dari suatu objek atau suatu kegiatan tertentu yang memiliki suatu variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari atau ditarik kesimpulannya. Variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas ( $V_{x1}$ ) : *Loneliness*
2. Variabel Bebas ( $V_{x2}$ ) : Kecemasan Sosial
3. Variabel Terikat ( $V_y$ ) : Kecenderungan Adiksi Media Sosial

#### **C. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 2015).

##### **1. Kecenderungan Adiksi Media Sosial ( $V_y$ )**

Kecenderungan adiksi media sosial adalah suatu tindakan individu yang memiliki keinginan untuk selalu *online* serta mencurahkan perhatian secara

berlebihan terhadap situs jejaring sosial yang dimiliki, dan mencurahkan begitu banyak waktu dan usaha untuk mengakses situs jejaring sosial sehingga mengganggu aktivitas sosial, studi atau pekerjaan, hubungan interpersonal individu tersebut, serta kesejahteraan.

Kecenderungan adiksi media sosial diukur menggunakan skala *Internet Addiction Test* (IAT) dari Young (2008) yang terdiri dari 20 aitem. Alat ukur tersebut terdiri dari enam pilihan jawaban, yaitu Tidak Pernah (TP), Sangat Jarang (SJ), Kadang-kadang (KDD), Sering (S), Sangat Sering (SS), dan Selalu (SLL).

Skala *Internet Addiction Test* (IAT) dapat dipergunakan dalam setting rawat jalan maupun rawat inap dan diadaptasi sesuai kebutuhan setting klinisnya. Skala IAT telah di validasi dalam bahasa Italia dan Prancis, dimana skala IAT telah menjadi ukuran psikometrik global pertama. Skala IAT memiliki nilai validitas skala berkisar antara 0,387 sampai 0,698 dengan nilai reliabilitas sebesar 0,923 (Keser, 2013).

**Tabel 3.1**

***Blue Print* Skala Kecenderungan Adiksi Media Sosial**

<b>No.</b>	<b>Aspek</b>	<b>Nomor Aitem</b>	<b>Total</b>	<b>Bobot</b>
1.	<i>Salience</i>	10, 12, 13, 15, 19	5	25%
2.	<i>Excessive Use</i>	1, 2, 14, 18, 20	5	25%
3.	<i>Neglect Work</i>	6, 8, 9	3	15%
4.	<i>Anticipation</i>	7, 11	2	10%
5.	<i>Lack of Control</i>	5, 16, 17	3	15%
6.	<i>Neglect Social Life</i>	3, 4	2	10%
<b>TOTAL</b>			<b>20</b>	<b>100%</b>

## 2. *Loneliness* (V<sub>x1</sub>)

*Loneliness* merujuk pada kegelisahan subjektif yang dirasakan saat hubungan sosial tidak terpenuhi, yang disebabkan oleh adanya gangguan hubungan pribadi individu dan munculnya perasaan yang tidak nyaman. *Loneliness* ditandai dengan munculnya perasaan sedih, murung, tidak bersemangat, merasa tidak berharga, dan merasa gagal pada diri sendiri.

Variabel *loneliness* dalam penelitian ini diukur menggunakan alat ukur UCLA *loneliness scale* dari Russel (1996). Skala *loneliness* dari Russel ini terdiri dari 20 aitem yang terdiri dari enam pilihan jawaban, yaitu Tidak Pernah (TP), Sangat Jarang (SJ), Kadang-kadang (KDD), Sering (S), Sangat Sering (SS), dan Selalu (SLL). UCLA *loneliness scale* memiliki nilai validitas skala berkisar antara 0,327 sampai 0,75 dengan nilai reliabilitas yang berkisar antara 0,89 sampai dengan 0,94 (Russel, 1996).

**Tabel 3.2 Blue Print Skala *Loneliness***

No.	Aspek	Nomor Aitem		Total	Bobot
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
1.	Kepribadian	3, 8, 13, 17	6, 9, 15, 16	8	40%
2.	<i>Social Desirability</i>	7	1, 5, 10, 19, 20	6	30%
3.	Depresi	2, 4, 11, 12, 14, 18	-	6	30%
<b>TOTAL</b>		<b>11</b>	<b>9</b>	<b>20</b>	<b>100%</b>

## 3. Kecemasan Sosial (V<sub>x2</sub>)

Kecemasan sosial adalah suatu perasaan takut atau khawatir yang berlebihan pada diri individu ketika berada dalam situasi sosial, dikarenakan

individu merasa takut untuk diamati dan dihina oleh orang lain. Individu yang mengalami kecemasan sosial akan berusaha untuk menghindari situasi sosial, individu juga akan merasa mual, sesak dada, dan gemetar saat akan menghadapi situasi sosial.

Skala kecemasan sosial dibuat berdasarkan aspek-aspek kecemasan sosial, yaitu (1) ketakutan akan evaluasi negatif dari orang lain, (2) penghindaran sosial dan rasa tertekan dengan situasi sosial yang baru atau berhubungan dengan orang asing, (3) penghindaran sosial dan rasa tertekan yang dialami secara umum atau berhubungan dengan orang yang sudah dikenal (La Greca & Lopez, 1998).

Kecemasan sosial diukur dengan menggunakan kuesioner dengan enam pilhan jawaban yaitu, Tidak Pernah (TP), Sangat Jarang (SJ), Kadang-kadang (KDD), Sering (S), Sangat Sering (SS), dan Selalu (SLL).

**Tabel 3.3 *Blue Print* Skala Kecemasan Sosial**

No	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Total	Bobot
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
1.	Ketakutan akan evaluasi negatif dari orang lain	Individu merasa sedang berada dalam pengawasan orang lain	7, 8	32	3	<b>7,5%</b>
		Individu merasa khawatir dan ketakutan dianggap buruk oleh orang lain	1, 2, 3, 4	6, 30	6	<b>15%</b>

		Tidak mudah menerima kritik dan saran dari orang lain, serta terlalu fokus dengan diri sendiri	31	5, 33	3	<b>7,5%</b>
2.	Penghindaran sosial dan rasa tertekan dengan situasi sosial yang baru atau berhubungan dengan orang asing	Perasaan gugup saat harus berhadapan dengan lingkungan baru dan orang-orang yang baru	9, 19, 35,	25, 34, 36	6	<b>15%</b>
		Merasa malu jika harus berhadapan dengan banyak orang yang tidak dikenal	10, 28, 13	11, 12	4	<b>10%</b>
		Menarik diri dan menghindar dari lingkungan sosial	24, 26, 40	37, 38	5	<b>12,5%</b>
3.	Penghindaran sosial dan rasa tertekan yang dialami secara umum atau berhubungan dengan orang yang sudah dikenal	Individu merasa tidak percaya diri dan membenci diri sendiri	16, 17, 18	14, 20, 29	6	<b>15%</b>
		Individu merasa tidak nyaman dan tidak aman dengan lingkungan sekitarnya	15, 21, 23, 27, 39	22	6	<b>15%</b>
<b>TOTAL</b>			<b>24</b>	<b>16</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>

## **D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

### **1. Populasi**

Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari lalu kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah kalangan generasi milenial di Universitas Muhammadiyah Surabaya.

### **2. Sampel**

Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah individu yang berusia 18 sampai dengan 37 tahun, serta memiliki media sosial yang berjumlah 150 orang. Hal ini didasari dari ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 (Roscoe dalam Sugiyono, 2016).

### **3. Teknik Pengambilan Sampel**

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *insidental sampling*. Pengambilan sampel dengan teknik *insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel jika dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016). Teknik ini dipilih dikarenakan saat berlangsungnya penelitian bertepatan dengan libur perkuliahan.

### E. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, persepsi, kepribadian dan perilaku dari subjek yang akan diteliti, tehnik kuesioner ini dilakukan dengan cara meminta subjek untuk mengisi pernyataan yang telah diberikan oleh peneliti (Sugiyono, 2016).

Skala yang digunakan dan disusun oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek dan dimensi dari variabel bebas dan variabel terikat yang akan diteliti. Berikut ini adalah cara pemberian skor pada jawaban subjek.

**Tabel 3.4**

#### Skor Skala Variabel Kecenderungan Adiksi Media Sosial

Alternatif Jawaban	Skor Tiap Aitem
Selalu (SLL)	5
Sangat Sering (SS)	4
Sering (S)	3
Kadang-Kadang (KDD)	2
Sangat Jarang (SJ)	1
Tidak Pernah (TP)	0

**Tabel 3.5**

#### Skor Skala Variabel *Loneliness*

Alternatif Jawaban	Skor Aitem	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Selalu (SLL)	5	0
Sangat Sering (SS)	4	1
Sering (S)	3	2
Kadang-Kadang (KDD)	2	3
Sangat Jarang (SJ)	1	4
Tidak Pernah (TP)	0	5

Tabel 3.6

## Skor Skala Variabel Kecemasan Sosial

Alternatif Jawaban	Skor Aitem	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Selalu (SLL)	5	0
Sangat Sering (SS)	4	1
Sering (S)	3	2
Kadang-Kadang (KDD)	2	3
Sangat Jarang (SJ)	1	4
Tidak Pernah (TP)	0	5

## F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

## 1. Validitas

Validitas adalah data yang komprehensif dan relevan dengan tujuan penelitian (Azwar, 2015). Instrumen atau alat ukur yang valid memiliki arti bahwa alat ukur yang digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2016).

Pengujian validitas dengan cara pengujian daya diskriminasi aitem yang dilakukan dengan cara menghitung koefisien korelasi antara distribusi skor aitem dengan skor skala itu sendiri, dianalisis dengan cara korelasi *Product Moment Pearson* (Azwar, 2015). Semakin tinggi koefisien korelasi positif antara skor aitem dengan skor skala berarti semakin tinggi konsistensi antara aitem tersebut dengan skala secara keseluruhan yang berarti semakin tinggi daya bedanya.

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan komputasi formula korelasi *Product Moment Pearson* dengan

bantuan SPSS Statistik 20. Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa syarat minimum aitem yang memenuhi syarat validitas adalah apabila nilai  $r$  kritis = 0,3.

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat ukur tersebut dikatakan reliable. Dapat disimpulkan bahwa reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat ukur didalam mengukur gejala yang sama (Azwar, 2015). Teknik uji reliabilitas dalam penelitian menggunakan metode *Alpha Cronbach's*. Peneliti menggunakan bantuan SPSS Statistik 20 untuk menguji reliabilitas instrument dalam penelitian ini. Adapun rumus koefisiensi reliabilitas *alpha chronbach* sebagai berikut:

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan :

$r$  = Koefisien reliabilitas yang dicari

$k$  = Jumlah butir pernyataan

$\sigma^2$  = Varians butir-butir pernyataan

$\sigma^2$  = Varians skor tes

## G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan setelah data dari responden telah terkumpul. Kegiatan yang dilakukan dalam menganalisis data adalah tabulasi data, menyajikan data, melakukan perhitungan untuk menjawab

rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2016).

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data interval yang berasal dari kuesioner. Peneliti bertujuan untuk menguji hipotesis hubungan antara dua variabel bebas dengan satu variabel terikat. Berdasarkan jenis data dan hipotesis yang akan diujikan maka teknik analisis data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi berganda.

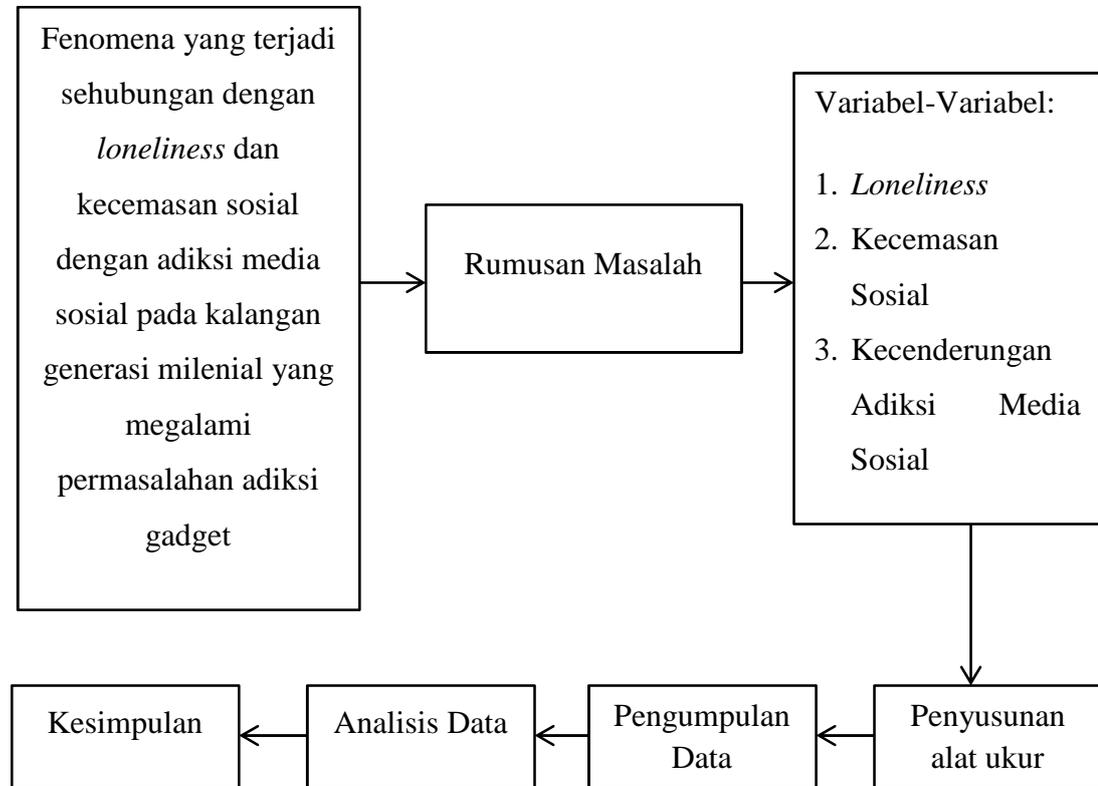
Analisis regresi berganda adalah suatu metode analisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua variabel bebas (Sugiyono, 2016). Adapun rumus analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$R_{x_1 x_2} = \sqrt{\frac{r^2_{y_1} + r^2_{y_2} - 2r_{y_1 y_2} r_{x_1 x_2}}{1 - r^2_{x_1 x_2}}}$$

Keterangan:

- $R_{x_1 x_2}$  = Korelasi antara variabel  $X_1$  dan  $X_2$  secara bersama-sama dengan variabel  $Y$
- $r_{y_1}$  = Korelasi Product Moment antara  $X_1$  dengan  $Y$
- $r_{y_2}$  = Korelasi Product Moment antara  $X_2$  dengan  $Y$
- $r_{x_1 x_2}$  = Korelasi Product Moment antara  $X_1$  dengan  $X_2$

## H. Kerangka Kerja



Gambar 3.1 Kerangka Kerja