

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui bentuk dari Pengaruh Hiperrealitas Aplikasi Instagram terhadap Perilaku *Catfishing* pada Generasi Z secara luas melalui para korban *Catfishing* hingga seberapa besar pengaruh Hiperrealitas *Catfishing* di Instagram terhadap perilaku konsumtif mahasiswa generasi Z yang ada di Kota Bandung. Maka, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data numerik yang dapat diukur secara statistik. Data dikumpulkan melalui instrumen pengukuran, seperti kuesioner, dan dianalisis menggunakan teknik statistik. Metode ini menghasilkan generalisasi yang luas, tetapi kurang fleksibel dalam memahami konteks sosial dan subjektivitas individu (Mulyadi, 2019, hlm. 12). Adapun alasan peneliti menggunakan metode kuantitatif dalam penelitian ini yang dapat ditinjau melalui sudut pandang Sosiologi dan mengetahui sudut pandang partisipan mengenai fenomena sosial yang akan diteliti. Penggunaan metode kuantitatif dapat mempermudah pengambilan data serta mengetahui seberapa banyak masyarakat yang terdampak oleh pengaruh *Catfishing* ini.

Pendekatan kuantitatif dalam penelitian adalah suatu pendekatan yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data berbentuk angka atau data kuantitatif untuk menjawab pertanyaan penelitian. Pendekatan ini menekankan pada penggunaan metode statistik dan matematika untuk mengukur, menganalisis, dan menafsirkan data (Sugiyono, 2010: hlm 11). Salah satu tokoh terkenal dalam pengembangan pendekatan kuantitatif adalah Auguste Comte, seorang filsuf Prancis yang dikenal sebagai bapak positivisme. Ia memandang bahwa pengetahuan yang sah harus didasarkan pada fakta-fakta yang dapat diukur dan diamati secara objektif.

Dalam pendekatan kuantitatif, data yang dikumpulkan seringkali berupa angka, seperti hasil survei, eksperimen, atau analisis statistik atas data sekunder. Analisis data ini bertujuan untuk mencari pola, hubungan, dan generalisasi yang

dapat diukur dan diuji secara statistik. Pendekatan ini cocok untuk penelitian yang ingin mengidentifikasi dan mengukur dampak atau hubungan antara variabel-variabel tertentu dengan cermat dan obyektif.

Dalam metode penelitian kuantitatif, peneliti berfokus pada pengumpulan data yang berupa angka atau data numerik yang dapat diolah melalui analisis statistik. Data yang dikumpulkan dapat berasal dari berbagai sumber, seperti survei, eksperimen, pengukuran, atau pengumpulan data sekunder dari sumber yang sudah ada.

3.1.2 Metode Penelitian

Metode deskriptif dalam penelitian adalah pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan karakteristik, sifat, atau fenomena dari objek penelitian secara rinci dan terperinci. Pendekatan ini tidak berusaha untuk menguji hubungan sebab-akibat atau membuat generalisasi, tetapi fokus pada penjelasan yang mendalam tentang objek yang diamati.

Pendekatan deskriptif tidak secara khusus dikaitkan dengan satu tokoh tertentu dalam sejarah ilmu pengetahuan. Namun, beberapa tokoh seperti Max Weber dalam sosiologi, yang mengembangkan deskripsi komprehensif tentang masyarakat dan tindakan sosial, dapat dianggap sebagai tokoh yang berkontribusi terhadap pengembangan pendekatan deskriptif.

Metode deskriptif adalah proses penyusunan informasi terperinci mengenai suatu fenomena atau objek penelitian tanpa melakukan manipulasi atau perubahan. Tujuan utamanya adalah memberikan gambaran yang akurat dan lengkap tentang objek atau fenomena tersebut. Metode ini menggunakan berbagai teknik seperti observasi, wawancara, analisis dokumen, atau survei untuk mengumpulkan data yang mendukung deskripsi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang digunakan untuk menguji seberapa besar Hipperrealitas aplikasi Instagram terhadap perilaku *Catfishing* pada generasi Z yang ada di Kota Bandung yang datanya akan diperoleh melalui angket berupa *Google Form*. Hasil yang diperoleh akan dijabarkan melalui metode survei yang nantinya akan digunakan untuk menjelaskan secara rinci mengenai data di lapangan yang diperoleh melalui angket.

3.2 Lokasi dan Partisipan

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah Kota Bandung. Alasan peneliti memilih Kota Bandung sebagai lokasi penelitian yaitu:

1. Kota Bandung merupakan salah satu kota di Jawa Barat yang memiliki populasi remaja yang tinggi.
2. Kota Bandung merupakan salah satu Kota Besar yang memiliki kasus *Catfishing* dimana kasus tersebut membuat banyak kerugian pada korban. Menurut CNN Indonesia 2022 saat ini sudah ada sejumlah 3 Kasus besar mengenai *Catfishing* di Kota Bandung yang sudah memakan banyak korban, sehingga peneliti berminat untuk mencari lebih jauh mengenai korban lainnya.

3.2.2 Partisipan Penelitian

Partisipan dalam penelitian ini merupakan mahasiswa generasi Z di Kota Bandung dengan jumlah populasi sebanyak 544.300 jiwa dimana nanti nya akan diwakilkan oleh orang-orang yang mengisi sampel dengan kriteria sebagai berikut:

1. Rentang usia 18-24 tahun.
2. Pengguna aktif media sosial Instagram.
3. Pernah mengalami maupun menjadi korban *Catfishing*.

Adapun dasar dari pemilihan partisipan ini didasarkan pada data, dengan seiring perkembangan zaman mahasiswa dari generasi Z semakin terbawa untuk mengikuti perkembangan teknologi dan salah satunya penggunaan *smartphone* dimana mereka bermain sosial media dan mengikuti tren yang ada. Salah satunya penggunaan filter dimana remaja tersebut menggunakannya untuk merubah penampilan diri sehingga menimbulkan berbagai macam permasalahan yang salah satunya yaitu *Catfishing*.

3.3 Identifikasi Variabel

Variabel merupakan atribut, nilai/sifat dari objek, individu, ataupun kegiatan yang memiliki banyak variasi tertentu antara satu dan lainnya yang dimana peneliti telah tentukan untuk dicari informasinya dan ditarik kesimpulannya (Nikmatur, 2017, hlm. 66). Dalam penelitian digunakan variabel bebas (*independent*) dan variabel terkait (*dependen*). Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi

atau variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Sedangkan yang dimaksud dengan variabel terkait adalah variabel yang dipengaruhi atau variabel yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas Variabel bebas (X) dan variabel terkait (Y) dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Variabel bebas (X): Hipperrealitas Aplikasi Instagram

Variabel Terkait (Y) : Perilaku *Catfishing*

3.5 Metode Kuantitatif

3.5.1 Populasi Penelitian

Populasi penelitian ini yaitu mahasiswa Generasi Z di Kota Bandung. Populasi adalah suatu kesatuan individu atau subjek pada wilayah waktu dengan kriteria tertentu yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, populasi dikategorikan sebagai populasi finit, yakni jumlah anggota populasi dapat diketahui secara pasti. Jumlah populasi mahasiswa generasi Z di Kota Bandung berdasarkan data pada laman web bandungbergerak.id, (diunduh pada tanggal, 6 Juli 2023) pada tahun 2022 yaitu sebanyak 544.300 jiwa.

3.5.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dijadikan sebagai subjek peneliti yang akan mewakili jawaban penelitian dari para anggota populasi (Supardi, 1993). Adapun tujuan penelitian untuk menentukan sampel dari populasi dikarenakan waktu dan tenaga yang terbatas, namun pengambilan sampel tetap memperhatikan hal-hal lain yang akan mewakili populasi penelitian.

Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *purposive sampling*, yakni pemilihan sampel didasarkan pada penentuan identitas tertentu yang cocok dengan tujuan penelitian sehingga dapat menjawab permasalahan penelitian. Untuk menentukan jumlah sampel penelitian, peneliti menggunakan rumus Isaac dan Michael yang didasarkan pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Penentuan Jumlah Sampel Isaac dan Michael

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%

10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	200	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	335	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	291	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	299	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

(Sumber: Rumus Isaac dan Michael dalam (Hasya, 2022, hlm 30)

Berdasarkan tabel penentuan jumlah sampel menurut Isaac dan Michael, dari jumlah populasi mahasiswa generasi Z Kota Bandung sebesar 544.300 jiwa atau sekitar 550.000, dengan taraf kesalahan sebesar 10%, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 270 sampel. Adapun alasan peneliti

menggunakan rumus Isaac dan Michael untuk penentuan sampel dalam penelitian ini ialah karena rumus ini digunakan untuk sampel yang berdistribusi normal pada populasi yang heterogen. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa generasi Z Kota Bandung, yang dimana sifat atau keadaan populasi bervariasi, dan pada dasarnya gejala atau fenomena sosial dihadapkan pada populasi yang bersifat heterogen.

3.5.3 Teknik Pengumpulan Data kuantitatif

Adapun alat pengumpulan data kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket. Angket merupakan alat primer yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Adapun penggunaan angket sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini melalui langkah sebagai berikut:

1. Menyusun rancangan angket atau pertanyaan berdasarkan variabel penelitian
2. Menyerahkan usulan rancangan angket atau pertanyaan kepada dosen pembimbing
3. Apabila usulan rancangan angket telah disetujui, peneliti menyebarkan angket kepada sampel yang telah ditentukan

Selanjutnya, pengumpulan data kuantitatif dilakukan dengan teknik sebagai berikut:

3.5.3.1 Angket

Angket ialah alat primer yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dalam penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan angket yang bersifat terbuka. Adapun skala yang digunakan dalam angket adalah skala likert, yang dimana skala likert digunakan untuk memperoleh informasi yang berupa perilaku, sosial, pandangan dan persepsi mahasiswa generasi Z Kota Bandung dalam memandang Tindakan *Catfishing* di media sosial Instagram. Berikut merupakan tabel skor pernyataan dalam angket menggunakan skala likert, yaitu:

Tabel 3.2 Skor Pernyataan dalam Angket menggunakan Skala likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2

Sangat Tidak Setuju	1
---------------------	---

(sumber: olahan peneliti, 2023)

Tabel 3.3 Kisi-kisi Angket Penelitian

No.	Variabel X	Indikator	Sub Indikator	Pengumpulan Data
1.	Hipperealitas aplikasi Instagram (Hd & Jamilah, 2022; Widiyanti & Herwandito, 2018)	Hipperealitas	Menciptakan citra diri mereka sendiri berdasarkan norma dan standar yang ditetapkan oleh media atau sosial media.	Angket
			mempresentasikan versi "ideal" dari diri mereka sendiri, yang dapat mengaburkan batas antara realitas dan representasi.	
			Terdapat kesenjangan yang semakin besar antara citra yang ditampilkan di media sosial dan realitas kehidupan sehari-hari yang membuat identitas palsu	
		Orang-orang semakin menciptakan karya seni, cerita, dan realitas alternatif di dunia maya		
		Aplikasi Instagram	Indikator utama untuk mengukur popularitas dan pertumbuhan Instagram adalah jumlah pengguna aktif bulanan.	Angket
		Jumlah like, komentar, dan berbagi (sharing) konten di		

			Instagram dapat menjadi indikator interaksi pengguna yang aktif.	
--	--	--	--	--

No.	Indikator Y	Indikator	Sub-Indikator	Pengumpulan Data	
1.	Perilaku <i>Catfishing</i> (Dewi & Irwansyah, 2021)	Profil yang Menarik dan Menyamar	Mereka mungkin menggunakan foto profil yang menarik yang dapat membuat lawan jenis tertarik	Angket	
			menulis deskripsi diri yang sangat menarik sehingga membuat lawan jenis tertarik		
		Identitas Palsu	Mereka menggunakan nama palsu, usia palsu, dan data diri yang palsu.		Angket
			Mereka memalsukan identitas pekerjaan mereka		
		Komunikasi Melalui Platform Digital	Cenderung menggunakan sosial media sebagai media berkomunikasi		Angket
			Enggan untuk bertemu secara langsung		
			Meminta dibelikan suatu barang melalui sosial media		
		Penggunaan Foto yang Tidak Konsisten	Mengubah identitas diri menggunakan <i>filter</i> melalui aplikasi Instagram		Angket
Melakukan editing pada foto dirinya sehingga berbeda					

			ketika bertemu secara langsung.	
			Menarik perhatian lawan jenis saat menggunakan <i>filter</i> sosial media	
		Meminta Informasi Pribadi atau Keuangan	Memanipulasi target mereka dengan meminta informasi pribadi atau keuangan	Angket
			Mencoba mendapatkan nomor kartu kredit, alamat rumah, atau informasi pribadi lainnya yang dapat mereka manfaatkan.	
			Meminta barang pribadi yang diberikan atau digunakan	
			Meminta dibelikan pulsa	

(sumber: olahan peneliti, 2023)

3.5.4 Instrumen Penelitian

Responden diminta untuk menilai sejauh mana mereka setuju atau tidak setuju dengan pernyataan yang diberikan. Skala yang digunakan adalah 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, dan 5 = Sangat Setuju.

Fokus Penelitian

Dalam penelitian, fokus yang dibuat yaitu :

1. Generasi Z yang berumur 18 hingga 24 tahun
2. Pengguna media sosial Instagram

Pertanyaan Validasi

1. Nama Samaran
2. Asal Instansi
3. Usia

4. Jenis Kelamin

PERTANYAAN VARIABEL X : Hiperrealitas Aplikasi Instagram

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1	Saya sering menggunakan media sosial Instagram				
2	Berapa lama durasi kalian menggunakan Instagram				
3	Saya sering menggunakan fitur <i>Filter</i> pada media sosial Instagram				
4	Saya pernah melihat seseorang yang sama di Instagram namun berbeda di realita				
5	Saya percaya Instagram menciptakan gambaran diri yang ideal dan sempurna				
6	Pengguna Instagram seringkali memanipulasi penampilan mereka untuk mendapatkan lebih banyak perhatian				
7	Orang-orang di Instagram sering memamerkan gaya hidup yang sebenarnya tidak mereka miliki				
8	Saya setuju bahwa pengguna <i>filter</i> Instagram dapat menciptakan standar yang tidak realistis Generasi Z				
9	Saya percaya bahwa hiperrealitas yang dibangun oleh aplikasi Instagram mendorong Generasi Z untuk menciptakan identitas palsu dalam praktik <i>catfishing</i>				
10	Saya percaya bahwa generasi Z terpengaruh oleh norma sosial yang dihasilkan dari hiperrealitas aplikasi Instagram yang mendorong praktik <i>catfishing</i>				
11	Instagram mendorong perasaan tidak puas terhadap diri sendiri jika tidak sesuai dengan standar kecantikan gaya hidup yang ditampilkan				

PERTANYAAN VARIABEL Y : Pengaruh Perilaku Catfishing

No	Pertanyaan	STS	TS	S	SS
1	Saya mengetahui apa itu <i>catfishing</i>				

2	Saya memiliki pemahaman yang baik mengenai catfishing dalam konteks media sosial (Instagram)				
3	Saya pernah mengalami atau mengetahui seseorang yang menjadi korban “Catfishing” di Instagram				
4	Pengalaman tersebut mempengaruhi perasaan saya terhadap keamanan di media sosial				
5	Saya sering menemui profil palsu atau menduga adanya “catfishing” di akun-akun Instagram yang saya temui				
6	Saya percaya bahwa kebanyakan orang yang berinteraksi dengan saya di Instagram adalah diri mereka sendiri, bukan profil palsu atau “catfishing”				
7	Saya pernah mengalami kerugian materil akibat “catfishing”				
8	Saya pernah mengalami kerugian non materil akibat “catfishing”				
9	Saya memiliki kekhawatiran tentang privasi dan keamanan akun saya akibat fenomena “catfishing”				
10	Saya setuju bahwa perilaku <i>catfishing</i> pada Generasi Z terkait dengan keinginan untuk mendapatkan perhatian, pengakuan, atau penerimaan sosial melalui citra yang dibangun di media sosial seperti Instagram				
11	Saya percaya bahwa penggunaan filter dan efek visual di Instagram dapat mengubah tampilan fisik Generasi Z dalam menciptakan citra yang				

(sumber: olahan peneliti, 2023)

Instrumen ini akan membantu Anda mengumpulkan data tentang persepsi dan perilaku Generasi Z terkait Hiperrealitas Aplikasi Instagram dan perilaku Catfishing. Pastikan untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen sebelum digunakan dalam penelitian. Selain itu, tambahkan juga bagian informasi responden

seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

3.5.5 Uji Validitas

Menurut Saptutyningasih dan Setyaningrum (2019:164), Validitas adalah tingkat ketepatan alat ukur dalam mengukur suatu objek. Pengukuran yang valid berarti tes tersebut mampu mengukur objek yang seharusnya diukur dengan akurat. Dengan kata lain, suatu instrumen dianggap valid jika mampu mengukur dengan baik objek yang ingin diukur. Oleh karena itu, alat yang memiliki validitas dianggap tepat dan dapat diandalkan dalam mengukur objek yang dituju.

Proses uji validitas melibatkan pengujian korelasi antara setiap item dengan skor total variabel. Sebuah item diharapkan memiliki korelasi (r) dengan skor total variabel yang nilainya $\geq 0,25$. Jika nilai korelasi (r) antara sebuah item dengan skor total variabel yang dihitung $< 0,25$, maka item tersebut dianggap tidak valid karena tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap variabel tersebut. Sebaliknya, jika nilai korelasi (r) item dengan skor total variabel yang dihitung $> 0,25$, maka item tersebut dianggap valid karena memberikan kontribusi yang signifikan dalam mengukur variabel tersebut.

Dengan demikian, proses uji validitas merupakan langkah penting dalam memastikan akurasi dan keandalan alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Alat ukur yang telah teruji validitasnya dianggap tepat untuk mengukur objek yang diinginkan.

Pada penelitian ini, untuk menguji validitas keterhubungan dan kontribusi antara dua variabel, akan digunakan analisis keterhubungan Pearson Product Moment (r) dengan menggunakan rumus yang sesuai. Analisis ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana hubungan antara dua variabel dan seberapa besar kontribusi satu variabel terhadap variasi atau perubahan di variabel lainnya seperti berikut:

$$r_{xy} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X) \cdot (\Sigma Y)}{\sqrt{\{n \cdot \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \cdot \{n \cdot \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

ΣX = Jumlah skor item

ΣY = Jumlah skor total (seluruh item)

n = Jumlah Responden

Setelah mendapatkan hasil r_{xy} kemudian pengujian dilanjutkan pada tahap uji signifikansi untuk mencari hubungan variabel X dan Y dengan rumus dalam Riduwan dan Sunarto (2010, hlm. 81) sebagai berikut.

$$t_{hitung} = \frac{n \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

t_{hitung} = Nilai t

r = Nilai Koefisien korelasi

n = Jumlah Sampel

Distribusi (tabel t) untuk $\alpha = 0,5$ dengan derajat kebebasan ($dk = n-2$) kaidah keputusan : jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti valid, sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti tidak valid. Apabila instrumen valid, akan terlihat interpretasi koefisien korelasi nilai (r) sebagaimana menurut Ridwan dan Sunarto (2010:hlm.81) :

Tabel 3.5 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai (r)

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,80-1,000	Sangat Kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup Kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

Sumber: Riduwan dan sunarto (2010:hlm.81)

Adapun uji validitas berdasarkan *pearson product moment* menggunakan *software IBM SPSS*, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel X (Pengaruh Hiperrealitas aplikasi Instagram)

No. Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0.670	0.361	Valid
2	0.469	0.361	Valid

3	0.526	0.361	Valid
4	0.442	0.361	Valid
5	0.542	0.361	Valid
6	0.690	0.361	Valid
7	0.724	0.361	Valid
9	0.550	0.361	Valid
10	0.616	0.361	Valid
11	0.691	0.361	Valid

(Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26)

Keterangan Hasil Uji Validitas Kuisioner Variabel X (Pengaruh Hiperrealitas Aplikasi)

Keterangan	No. Item	Jumlah
Valid	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11	11
Tidak Valid		0

Setelah melakukan uji validitas pada variable X, maka diperoleh hasil bahwa semua item dapat dinyatakan valid. Sedangkan hasil perolehan uji validitas pada variabel Y adalah sebagai berikut:

Tabel 3.7

Hasil Pengujian Validitas Variabel Y (Pengaruh Perilaku *Catfishing*)

No. Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
1	0.508	0.361	Valid
2	0.430	0.361	Valid
3	0.722	0.361	Valid
4	0.625	0.361	Valid
5	0.738	0.361	Valid
6	0.615	0.361	Valid
7	0.454	0.361	Valid
8	0.636	0.361	Valid
9	0.384	0.361	Valid
10	0.472	0.361	Valid
11	0.369	0.361	Valid

(Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26)

Keterangan Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Y (Pengaruh Perilaku *Catfishing*)

Keterangan	No. Item	Jumlah
Valid	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11	11
Tidak Valid	-	0

(sumber: olahan peneliti, 2023)

Berdasarkan hasil pengujian validitas diatas, tidak ditemukan variable yang tidak valid. Maka dari itu peneliti masih menggunakan seluruh rangkaian pertanyaan diatas dengan jumlah butir item pernyataan yang digunakan sebanyak 22 Item.

3.5.6 Uji realibilitas

Menurut (Aulia, 2020) Realiabilitas mengacu pada tingkat konsistensi nilai dari suatu instrumen penelitian yang diberikan kepada responden yang sama, namun pada waktu yang berbeda (Yusuf M., 2014: hlm. 242). Dengan kata lain, reliabilitas merupakan kemampuan alat ukur untuk memberikan hasil pengukuran yang relatif tetap atau sama ketika diterapkan pada responden yang sama di waktu yang berbeda. Uji reliabilitas bertujuan untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten dan stabil terhadap responden yang sama pada berbagai periode waktu yang berbeda.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan uji reliabilitas metode alpha Cronbach karena dianggap sesuai untuk menghitung reliabilitas berdasarkan skala likert. Metode alpha Cronbach adalah salah satu metode yang umum digunakan untuk mengukur reliabilitas kuesioner yang terdiri dari beberapa item atau pertanyaan dengan skala likert. Penggunaan metode alpha Cronbach membantu memastikan bahwa instrumen penelitian ini memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan dalam mengukur variabel yang dituju, terutama berfokus pada stabilitas dan konsistensi pengukuran dalam jangka waktu tertentu. Rumus dari *metode alpha Cronbach* dalam Siregar (2013, hlm. 58) sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma\sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = Realibilitis instrumen

$\Sigma\sigma_b^2$ = Jumlah Varians

σ_t^2 = Variasi total

k = Banyak butir soal

Pertanyaan atau pernyataan hanya bisa dikatakan reliabel jika koefisien reabilitas lebih besar dari 0,65 ($r_{11} > 0,65$). Keputusan dengan membandingkan r_{11}

dengan r_{tabel} kaidah keputusan: jika $r_{11} > r_{tabel}$ berarti reliabel, sebaliknya jika $r_{11} < r_{tabel}$ berarti tidak reliabel.

Pada penelitian ini berdasarkan perhitungan realibilitas menggunakan *Software SPSS*, maka diperoleh hasil uji realibilitas sebagai berikut:

Tabel 3.8
Hasil Pengujian Realibilitas Instrumen Variabel X (Pengaruh Hiperrealitas Aplikasi Instagram)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.778	10

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26

Tabel 3.9
Hasil Pengujian Realibilitas Instrumen Variabel Y (Perilaku Catfishing)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.764	11

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 26

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, diketahui bahwa variabel X memiliki nilai reliabilitas sebesar 0.778 dari 10 butir item yang valid. Sementara itu, variabel Y memiliki nilai reliabilitas sebesar 0.764 dari 11 butir item yang valid. Hasil dari kedua variabel tersebut menunjukkan koefisien korelasi yang lebih besar dari 0.65, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini sudah dapat dianggap reliabel atau memiliki tingkat konsistensi yang baik.

Dengan nilai reliabilitas di atas 0.65, hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian dapat memberikan hasil yang konsisten dan dapat diandalkan ketika diaplikasikan pada responden yang sama dalam waktu yang berbeda. Penggunaan metode alpha Cronbach dalam menghitung reliabilitas dianggap tepat, terutama ketika menggunakan skala likert pada instrumen penelitian ini. Dengan demikian,

hasil dari penelitian ini dapat diandalkan untuk menganalisis hubungan antara variabel X dan variabel Y dengan lebih akurat dan valid.

Koefisien Reliabilitas	Kriteria
$> 0,9$	Sangat Reliabel
$0,7 - 0,9$	Reliabel
$0,4 - 0,7$	Cukup Reliabel
$0,2 - 0,4$	Kurang Reliabel
$< 0,2$	Tidak Reliabel

(sumber: olahan peneliti, 2023)

3.6 Teknik Analisis Data Kuantitatif

3.6.1 Analisis Data Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2017:35), analisis statistik deskriptif adalah suatu metode analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi keberadaan variabel mandiri, baik pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri atau variabel bebas), tanpa melakukan perbandingan dengan variabel lainnya atau mencari hubungan di antara variabel tersebut. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan data dari variabel independen, dalam hal ini Bauran Pemasaran. Analisis statistik deskriptif merupakan teknik analisis data yang bertujuan untuk memberikan gambaran umum atau generalisasi tentang data, dengan menghitung nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi (standard deviation) (Agistya & Suhana, 2019, hlm. 34).

Analisis statistik deskriptif berfungsi untuk menganalisis atau memberikan gambaran tentang obyek yang sedang diteliti menggunakan data dari sampel atau populasi, tanpa membuat kesimpulan yang lebih umum. Dalam statistik deskriptif, metode penyajian data yang digunakan meliputi tabel biasa atau distribusi frekuensi, grafik garis atau batang, diagram lingkaran, pictogram, serta pengukuran kelompok melalui modus, mean, median, dan variasi kelompok melalui rentang dan simpangan baku. Beberapa jenis analisis statistik deskriptif yang dapat digunakan antara lain:

1. Mean, yaitu nilai rata-rata dari data yang diamati.
2. Maksimum, yaitu nilai tertinggi dari data yang diamati.
3. Minimum, yaitu nilai terendah dari data yang diamati.

4. Standar deviasi digunakan untuk mengetahui variabilitas dari penyimpangan terhadap nilai rata-rata.

3.7 Prosedur Penelitian

Berikut merupakan tahapan penelitian Hiperrealitas Aplikasi Instagram terhadap Perilaku *Catfishing* pada Generasi Z, yaitu :

a. Tahapan pra penelitian

1. Peneliti mencari informasi serta referensi mengenai konsep dan teori yang berkaitan dengan Hiperrealitas Aplikasi Instagram terhadap Perilaku *Catfishing* pada Generasi Z.
2. Peneliti menentukan desain penelitian untuk melakukan penelitian sesuai dengan topik atau masalah yang akan diteliti.

b. Tahap Kuantitatif

1. Pada tahap kuantitatif peneliti menentukan jumlah sampel yang dipilih dari populasi penelitian. Adapun jumlah sampel yang ditentukan yakni sebanyak...
2. Peneliti menentukan kisi-kisi berdasarkan variabel dan indikator penelitian dengan membuat daftar pertanyaan yang nantinya akan menjadi pertanyaan dalam angket/kuesioner.
3. Peneliti melakukan uji validitas dan realibilitas terhadap instrument pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya
4. Peneliti menyebarkan angket/kuesioner kepada sampel yang telah ditentukan sebelumnya
5. Peneliti melakukan analisis pada data kuantitatif dan kualitatif yang kemudian dicatat dalam laporan hasil penelitian, lalu pada tahap akhir dilakukan penarikan kesimpulan data.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Bungin (2011 :hlm.133) Teknik pengumpulan data merupakan salah satu elemen krusial yang menentukan keberhasilan penelitian. Dalam sebuah penelitian, proses pengumpulan data memiliki peran sangat penting, karena esensinya adalah mengelola, menganalisis, dan mendeskripsikan data yang telah diperoleh untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, pengumpulan data menjadi aspek yang sangat kritis dan strategis untuk

memperoleh hasil yang valid dan dapat diandalkan.

3.8.1 Kuisisioner (Angket)

Angket ialah alat primer yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dalam penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan angket yang bersifat terbuka (Suharsimi Arikunto 2006 : 151). Adapun skala yang digunakan dalam angket adalah skala likert, yang dimana skala likert digunakan untuk memperoleh informasi yang berupa perilaku, sosial, pandangan dan persepsi mahasiswa generasi Z Kota Bandung dalam memandang Tindakan Cat Fishing di media sosial Instagram.

3.8.2 Studi Literatur

Studi literatur merupakan salah satu kunci penting dalam mengatasi permasalahan penelitian karena dalam teknik ini, peneliti memilih dan mengumpulkan berbagai literatur, hasil penelitian, dan studi yang relevan dengan topik penelitian yang sedang dilakukan (Martono, 2011: hlm. 46). Sumber-sumber studi literatur dapat meliputi buku, artikel, dan jurnal penelitian yang memiliki relevansi dengan penelitian yang sedang dilakukan.

Melalui studi literatur, peneliti dapat memperoleh konsep-konsep kajian, teori-teori, dan argumentasi yang berkaitan dengan topik penelitian. Dengan demikian, studi literatur memberikan peneliti pemahaman yang lebih mendalam tentang isu yang sedang diteliti serta konteks yang luas mengenai topik tersebut. Hal ini menjadi penting karena studi literatur membantu peneliti dalam mengembangkan dasar teoritis yang solid dan mendukung pengembangan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang lebih baik.

3.8.3 Observasi

Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data yang melibatkan peninjauan langsung ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu secara langsung di tempat atau lokasi penelitian (Creswell, 2019: hlm. 267). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik observasi tidak terstruktur, yang berarti peneliti melakukan pengamatan langsung mengenai permasalahan yang sedang diteliti tanpa menggunakan pedoman observasi.

Metode observasi dilakukan untuk mendapatkan data tambahan yang dapat mendukung metode lain dalam penelitian ini. Dengan mengamati langsung situasi

di lapangan, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang perilaku dan konteks situasi yang sedang diteliti. Observasi tidak terstruktur memberikan fleksibilitas bagi peneliti untuk mengamati aspek-aspek yang relevan dengan topik penelitian tanpa batasan yang ketat dari pedoman observasi. Dengan demikian, observasi menjadi alat penting bagi peneliti dalam memperoleh data yang akurat dan berharga untuk mendukung analisis dan interpretasi penelitian.

3.8.4 Prosedur Statik

Statistik adalah suatu ilmu yang mempelajari berbagai cara dan sistem untuk memperoleh, menganalisis, mengolah, dan menafsirkan data dalam bentuk angka. Secara lebih rinci, statistik merupakan disiplin ilmu yang mengkaji berbagai data yang dikumpulkan, diolah, ditafsirkan, dan diambil kesimpulannya melalui data berupa angka, dengan tujuan untuk mendeskripsikan suatu permasalahan. Dalam penelitian ini, data dan fakta yang telah diperoleh akan diolah melalui proses pengodean data dan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS sebagai alat untuk menghitung hasil data yang telah dikumpulkan di lapangan.

Dengan menggunakan statistik, peneliti dapat menerapkan berbagai metode analisis yang relevan untuk menyusun data secara sistematis dan mendapatkan hasil yang akurat. Menurut (Ghozali, 2016, hlm. 34) penggunaan Software IBM SPSS membantu mempermudah proses penghitungan dan analisis data, sehingga memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti dan mencapai kesimpulan yang valid berdasarkan hasil data yang telah diolah.

3.9 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap penting dalam proses penelitian yang dilakukan setelah seluruh data terkumpul, bertujuan untuk memecahkan permasalahan penelitian. Proses analisis data melibatkan penyederhanaan dan pengelompokan data agar mudah dibaca dan diinterpretasi. Di dalamnya mencakup kategorisasi, penataan, manipulasi, dan peringkat data guna mendapatkan jawaban dari pertanyaan penelitian (Silalahi, 2012: hlm. 332).

Dalam pendekatan kuantitatif, analisis statistik digunakan untuk menganalisis data. Analisis statistik membantu dalam mengolah seluruh data yang telah terkumpul dengan hasil pengukuran yang cermat melalui perhitungan dan

analisis matematis yang ketelitian dan kecermatannya dijaga (Silalahi, 2012: hlm. 332-333). Dengan bantuan analisis statistik, peneliti dapat menyajikan hasil analisis yang akurat dari data yang telah dikumpulkan, memudahkan dalam interpretasi temuan, dan memberikan dukungan pada kesimpulan penelitian secara objektif. Pada penelitian ini, statistik deskriptif dan asosiatif digunakan untuk melakukan analisis statistik, berikut adalah uraiannya:

a. Perhitungan Presentase

Untuk mengetahui kecenderungan atau kemana arah jawaban responden dan fenomena langsung di lapangan maka digunakan analisis presentase dengan menggunakan formula persentase sebagai berikut:

$$p = \frac{f}{n} \times 100 \%$$

Dimana:

- p = Besaran persentase
 f = Frekuensi jawaban
 n = Jumlah total responden
 100% = Persentase

b. Hubungan Antar Variabel

Dengan demikian maksud memperoleh suatu korelasi dan pengaruh antar variabel satu dan lainnya, maka dilakukanlah analisis yang dapat menghubungkan variabel-variabel tersebut. Skala pengukuran dibutuhkan dalam rangka menganalisis variabel tertentu karena skala pengukuran berguna untuk mengklarifikasikan variabel yang telah diukur untuk mengurangi kesalahan dalam mengambil suatu ketentuan analisis data. Dalam penelitian ini skala yang digunakan adalah skala Likert.

3.9.1 Analisis Data Deskriptif

Analisis data deskriptif merupakan suatu proses statistik yang digunakan untuk menggambarkan informasi yang diperoleh di lapangan melalui metode

deskripsi atau penjelasan. Namun, analisis data deskriptif tidak bertujuan untuk membuat generalisasi atau kesimpulan umum (Muhson, 2006: hlm. 1). Teknik analisis ini hanya memberikan gambaran awal dari data tanpa melibatkan pengujian hipotesis, menghubungkan dua variabel, atau memberikan kesimpulan definitif.

Dalam analisis data deskriptif, pengolahan data hanya mencapai tahap deskriptif, di mana data yang telah diperoleh digambarkan dengan detail dan jelas. Tujuannya adalah untuk memberikan gambaran awal tentang data yang telah dikumpulkan. Analisis data deskriptif memberikan informasi tentang distribusi frekuensi, nilai rata-rata, dan sebaran data, namun tidak mencoba menjelaskan hubungan kausal antara variabel atau membuat generalisasi tentang populasi.

Rumusan masalah dan metode pengolahan informasi yang digunakan dalam analisis data deskriptif akan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dalam instrumen penelitian. Proses analisis ini membantu peneliti untuk lebih memahami karakteristik data yang telah dikumpulkan, sehingga dapat membantu merumuskan pertanyaan penelitian lebih lanjut dan memberikan gambaran awal tentang topik yang sedang diteliti.

Pengolahan data yang dilakukan guna memberikan jawaban pada rumusan masalah yang bersifat deskriptif tersebut adalah memanfaatkan persentase formula berikut:

$$p = \frac{f}{n} \times 100 \%$$

Dimana:

p	= Besaran persentase
f	= Frekuensi jawaban
n	= Jumlah total responden
100%	= Persentase

Dari hasil perolehan hitung tersebut nantinya akan dikategorisasi berdasarkan karakteristik nilai analisis makna persentase yang ditafsirkan ke dalam pengkategorian hasil menurut variabel X dan Y menurut (Riduwan, 2013, hlm. 18) sebagai berikut:

Tabel 3.10

Interpretasi Persentase

Persentase	Kriteria
0% - 20 %	Sangat Lemah
21% - 40%	Lemah
41% - 60%	Cukup
61% - 80%	Kuat
81% - 100%	Sangat Kuat

Sumber: Riduwan (2013: hlm. 18)

Setelah kategorisasi dilakukan dan mendapatkan skor yang menjadi acuan atau norma antara peran kaderisasi dan generasi emas. Kemudian dipresentasikan dengan maksud meninjau frekuensi jawaban yang telah terkategorisasi. Pengkategorian didapatkan melalui penentuan nilai indeks minimum, maksimum, interval, serta jarak sebagaimana berikut:

$$\begin{aligned} \text{Nilai Maksimum} &= \text{Skor Tertinggi} \\ \text{Nilai Minimum} &= \text{Skor Terendah} \\ \text{Interval} &= \frac{\text{Nilai maksimum} - \text{nilai minimum}}{\text{Jumlah Katagori}} \end{aligned}$$

Tabel 3.11

Penentuan Kategori

Penentuan Kategori (Range)	
Nilai minimum + Interval	Kategori Rendah
Nilai kategori + Interval	Kategori Sedang
Nilai kategori + Interval	Kategori Tinggi

Sumber: Supranto, 2000, hlm.50

3.9.2 Uji Normalitas

Pentingnya melakukan uji normalitas data adalah untuk membantu peneliti dalam menentukan jenis statistik yang akan digunakan. Jika data yang diperoleh dari populasi berdistribusi normal, maka statistik parametrik dapat digunakan. Namun, jika data tidak berdistribusi normal, maka statistik nonparametrik harus digunakan. Oleh karena itu, uji normalitas harus dilakukan sebagai langkah awal sebelum melakukan analisis statistik (Oktaviani & Notobroto, 2014, hlm. 23).

Dalam penelitian ini, pengujian normalitas menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov*. Konsep dasar dari uji *One Sample Kolmogorov-*

Smirnov adalah membandingkan distribusi data dengan distribusi baku. Uji ini sangat tepat digunakan jika jumlah responden melebihi 50 responden.

Syarat utama dalam uji normalitas *One Sample Kolmogorov-Smirnov* adalah sebagai berikut:

Jika nilai sig (signifikansi) > 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal.

Jika nilai sig (signifikansi) < 0,05, maka data dianggap tidak berdistribusi normal.

Dengan melakukan uji normalitas ini, peneliti dapat mengetahui apakah data yang telah dikumpulkan mengikuti distribusi normal atau tidak. Hal ini menjadi penting karena jenis statistik yang digunakan akan berbeda tergantung pada distribusi data tersebut. Dengan memenuhi syarat normalitas, analisis statistik yang dilakukan akan lebih akurat dan valid.

3.8.3 Analisis Korelasi

Analisis korelasi adalah suatu bentuk pengkajian informasi yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variabel serta sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Dalam analisis korelasi, digunakan koefisien korelasi sebagai salah satu cara statistik untuk mengukur hubungan atau perbedaan antara dua variabel. Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat korelasi antar variabel tersebut. Dalam penelitian ini, teknik korelasi yang digunakan adalah korelasi Product Moment (Arikunto, 2010: hlm. 313).

Dengan melakukan analisis korelasi menggunakan koefisien korelasi Product Moment, peneliti dapat mengetahui sejauh mana kedua variabel berhubungan satu sama lain. Hasil dari analisis korelasi ini akan memberikan informasi tentang kekuatan dan arah hubungan antar variabel yang sedang diteliti. Dengan demikian, analisis korelasi menjadi alat penting dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi adanya hubungan atau pengaruh antara variabel-variabel yang sedang diamati. Penggunaan rumus yang dilakukan peneliti yaitu (Ridwan dan Sunarto, 2010:hlm.80):

$$r_{xy} = \frac{n(\Sigma XY) - (\Sigma X).(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n. \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\}. \{n \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Dimana :

r_{xy} = Koefisien korelasi *product moment*

ΣX = Jumlah skor item

ΣY = Jumlah skor total (seluruh item)

n = Jumlah Responden

Acuan tingkat keeratan korelasi antara variabel satu dan lainnya dapat ditinjau melalui tabelinterpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 3.12

Interpretasi Koefisien Korelasi (r)

Interval Koefisien	Tingkatan Hubungan
0,80-1,000	Sangat Kuat
0,60-0,799	Kuat
0,40-0,599	Cukup Kuat
0,20-0,399	Rendah
0,00-0,199	Sangat Rendah

Sumber: Riduwan dan Sunarto (2010, hlm.81)

3.9.4 Analisis Data Regresi Linear Sederhana

Regresi merupakan suatu metode yang digunakan untuk memperkirakan atau memprediksi perubahan yang terjadi dan mencari pendekatan tentang bagaimana suatu jawaban akan terjadi tanpa kesalahan pemahaman perkiraan). Uji regresi merupakan tahapan lanjut dari uji korelasi yang berguna untuk memprediksi hubungan korelasi antara variabel-variabel Uji regresi linear sederhana khususnya digunakan untuk menguji hubungan keterkaitan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

Dengan melakukan analisis regresi, peneliti dapat mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat serta bagaimana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat. Uji regresi linear sederhana menjadi alat penting dalam penelitian ini untuk mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang hubungan kausal antara dua variabel yang sedang diamati. Melalui analisis regresi, peneliti dapat menghasilkan model matematis yang dapat digunakan untuk memprediksi nilai variabel terikat berdasarkan nilai variabel bebas yang telah diketahui.

Persamaan regresi dalam dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Subyek variable terikat (Y) yang diproyeksikan

X = Variabel bebas (X) yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksi

a = Nilai konstanta harga Y jika $X = 0$

b = Nilai arah penentu ramalan (prediksi) yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y

3.9.5 Uji Linearitas

Uji linearitas berfungsi untuk mengevaluasi apakah hubungan antara dua variabel berjalan secara linear atau tidak. Uji linearitas menjadi syarat yang harus dipenuhi sebelum melanjutkan ke tahap uji pengaruh. Jika hubungan antara dua variabel tersebut linear, maka uji pengaruh dapat dilakukan. Namun, jika hubungan antara kedua variabel tersebut tidak linear, maka uji pengaruh tidak dapat dilakukan. Pengambilan keputusan dalam uji linearitas didasarkan pada kriteria berikut:

A. Jika nilai probabilitas (nilai sig) $> 0,05$ atau nilai F hitung $<$ nilai F tabel, maka H_0 (hipotesis nol) diterima. Artinya, tidak ada bukti statistik yang cukup untuk menyatakan bahwa hubungan antara dua variabel tersebut berjalan secara linear.

B. Jika nilai probabilitas (nilai sig) $< 0,05$ atau nilai F hitung $>$ nilai F tabel, maka H_0 (hipotesis nol) ditolak. Artinya, terdapat bukti statistik yang cukup untuk menyatakan bahwa hubungan antara dua variabel tersebut berjalan secara linear.

Dengan demikian, hasil dari uji linearitas akan menentukan apakah uji pengaruh dapat dilaksanakan atau tidak. Jika terbukti bahwa hubungan antara dua variabel bersifat linear dan signifikan, maka peneliti dapat melanjutkan dengan uji pengaruh untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.9.6 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menunjukkan seberapa besar variasi atau informasi/data dari salah satu variabel yang dapat dijelaskan atau

diuraikan oleh variasi atau informasi/data dari variabel lain (Morissan, 2012, hlm. 380). Dalam penelitian ini, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Pengaruh Hiperrealitas Aplikasi Instagram (X) terhadap variabel Perilaku Catfishing (Y).

Koefisien determinasi menggambarkan sejauh mana variasi dari variabel terikat (Y) dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel bebas (X). Jika nilai koefisien determinasi mendekati 1, maka artinya variabel Pengaruh Hiperrealitas Aplikasi Instagram (X) memiliki pengaruh yang besar terhadap variabel Perilaku Catfishing (Y). Sedangkan jika nilai koefisien determinasi mendekati 0, maka artinya variabel Pengaruh Hiperrealitas Aplikasi Instagram (X) memiliki pengaruh yang kecil atau tidak signifikan terhadap variabel Perilaku Catfishing (Y).

Dengan menghitung koefisien determinasi, peneliti dapat menilai seberapa kuat hubungan antara variabel Pengaruh Hiperrealitas Aplikasi Instagram (X) dan variabel Perilaku Catfishing (Y) dalam penelitian ini. Koefisien determinasi memberikan informasi penting tentang sejauh mana variabel bebas dapat mempengaruhi variasi atau perubahan pada variabel terikat.