

## **BAB III**

### **Metode Penelitian**

#### **3.1 Desain Penelitian**

##### **3.1.1 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif . Penelitian kuantitatif diartikan sebagai penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta kausalitas hubungan-hubungannya. Penelitian kuantitatif didefinisikan sebagai investigasi sistematis terhadap fenomena dengan mengumpulkan data berupa angka yang dapat diukur dengan melakukan teknik statistik, matematika atau komputasi (Abdullah et al., 2023, hlm 1).

#### **3.2 Partisipan dan Lokasi Penelitian**

Populasi merupakan sekelompok orang atau sekumpulan individu yang memiliki ciri-ciri serta karakteristik yang sudah ditetapkan sesuai dengan kebutuhan penelitian (Amin et al., 2023, hlm. 18). Dalam penelitian ini, populasi dikategorikan sebagai populasi finit, yakni jumlah anggota populasi dapat diketahui secara pasti (Sudiono, 2021, hlm 35). Adapun untuk populasi pada penelitian ini yaitu Generasi Z di Kabupaten Cianjur. Populasi penelitian ini akan menjadi Informan dalam penelitian. nforman yang dipilih oleh peneliti sebagai sumber informasi dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan dan disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

Adapun untruk Lokasi Penelitian mengenai Pengaruh Hiperrealitas Instagram terhadap Pergeseran Etika Sosial pada Generasi Z ini akan dilaksanakan di Kabupaten Cianjur, Jawa Barat. Adapun alasan peneliti mengambil lokasi penelitian di Kabupaten Cianjur ini dikarenakan beberapa pertimbangan yaitu karena generasi Z adalah subjek kontemporer yang hidup dan tumbuh bersama teknologi, sehingga mereka sangat mudah terpengaruh oleh pengaruh bujuk-rayu dunia hiperrealitas. Generasi Z yang hidup dalam dunia hiperrealitas cenderung mengalami kenikmatan melalui objek hasil simulasi, yang dapat mempengaruhi perilaku dan etika sosial mereka. Selanjutnya,berkaitan dengan unsur keterjangkauan lokasi penelitian oleh peneliti, baik dilihat dari segi tenaga, dana maupun dari segi efisiensi waktu.

Penelitian di lokasi yang dipilih tidak menimbulkan kendala terkait kemampuan tenaga peneliti. Selain itu, faktor dana juga sangat mendukung, karena biaya studi lapangan di lokasi ini lebih rendah dibandingkan dengan penelitian di tempat lain. Pemilihan lokasi ini juga memungkinkan efisiensi waktu. Ada alasan penting lainnya yang menjadi pertimbangan mendasar dalam pemilihan lokasi penelitian ini, yaitu penelitian tersebut belum pernah dilaksanakan di Kabupaten Cianjur yang mana notabene remaja di Kabupaten Cianjur masif dalam menggunakan media sosial terkhusus Instagram.

### 3.3 Sampel Penelitian

Sampel secara sederhana diartikan sebagai bagian dari populasi yang menjadi sumber data yang sebenarnya dalam suatu penelitian. Dengan kata lain, “sampel adalah sebagian dari populasi untuk mewakili seluruh populasi” (Amin et al., 2023, hlm. 20). 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 (Firmansyah & Dede, 2022, hlm 88).

Teknik sampel yang akan 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 (Firmansyah & Dede, 2022, hlm 92). Untuk menentukan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan rumus Isaac dan Michael, adapun rumus tersebut adalah sebagai 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	1000 0	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	1500 0	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	2000 0	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	3000 0	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	4000 0	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	5000 0	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	7500 0	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	1000 00	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	1500 00	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	2000 00	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	2500 00	662	348	270
130	109	95	88	950	291	255	211	3000 00	662	348	270
140	116	100	92	1000	299	258	213	3500	662	348	270

								00			
150	122	105	97	1100	414	265	217	4000 00	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	4500 00	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	5000 00	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	5500 00	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	6000 00	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	6500 00	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	7000 00	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	7500 00	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	8000 00	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	8500 00	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	9000 00	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	9500 00	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000 000	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 generasi Z di Kabupaten Cianjur sebesar 398,997 jiwa

atau sekitar 400.000, dengan taraf kesalahan sebesar 5%, maka sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 348 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 generasi Z Kabupaten Cianjur, yang dimana sifat atau keadaan populasi bervariasi, dan pada dasarnya gejala atau fenomena sosial dihadapkan pada populasi yang bersifat heterogen.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam proses penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data yang diperlukan disini adalah teknik pengumpulan data mana yang paling tepat, sehingga benar-benar didapat data yang valid dan *reliable*. Dalam penelitian ini dilakukan teknik pengumpulan data dengan angket atau kuesioner, dan studi literatur. Kuesioner disebut pula angket atau *self administrated questioner* adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengirimkan suatu daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi (Sidik Priadana & Sunarsi, 2021, hlm 192).

Berdasarkan cara menyusun pertanyaan dalam teknik kuesioner ini dibagi menjadi dua yaitu metode kuesioner tertutup (*close and items*) dan metode kuesioner terbuka (*Opened and items*). Sub metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode kuesioner tertutup. Kuesioner tertutup merupakan Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner atau angket dengan daftar pertanyaan yang telah ditentukan oleh peneliti. Alasan peneliti memilih untuk menggunakan kuesioner tertutup karena dalam kuesioner yang akan peneliti sebar kepada partisipan memuat pertanyaan yang jawabannya sudah langsung tertera di dalam angket, jadi partisipan hanya memilih jawaban yang benar sesuai dengan apa yang telah mereka alami. Dalam penelitian ini, angket menggunakan skala Guttman. Berikut adalah tabel yang menunjukkan skor pernyataan dalam angket berdasarkan skala Guttman, yaitu:

**Tabel 3.2 Skor Pernyataan dalam Angket menggunakan Skala Guttman**

Pilihan Jawaban	Skor
Ya	2
Tidak	1

(sumber: olahan peneliti, 2024)

Kemudian adapun dari jumlah perhitungan sampel yang telah dijabarkan, maka pada tahap kuantitatif dan kuesioner akan disebarakan pada 348 responden. Berikut merupakan kisi-kisi angket penelitian, yaitu:

**Tabel 3.3 Kisi-kisi Angket Penelitian**

Variabel X	Indikator	Sub Indikator	Item Pertanyaan	Alat Ukur
<b>Pengaruh Hiperrealita sdalam Media Sosial Instagram</b>	<b>Penggunaan Simbol dan Konten yang Bersifat Hiperrealitas di Instagram</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Durasi Penggunaan Instagram</li> <li>Frekuensi Paparan Konten Filter dan Edit</li> <li>Frekuensi pembuatan status yang tidak real</li> <li>Konten yang Menampilkan Kehidupan Mewah</li> <li>Penggunaan <i>Hashtag</i> Populer</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya bermain Instagram menghabiskan waktu antara 4 hingga 6 jam per hari.</li> <li>Saya mengunggah foto atau video yang sudah di edit menggunakan filter di Instagram.</li> <li>Konten yang ada di Instagram saya memberikan gambaran yang tidak realistis dengan kehidupan nyata.</li> <li>Saya mengikuti akun-akun selebriti atau influencer yang sering mengunggah konten yang terlihat mewah.</li> <li>Saya ikut menggunakan hashtag yang sedang</li> </ul>	<b>Skala Guttman</b>

			viral membuat postingan menjadi terlihat lebih menarik.	
	<b>Kematian Realitas</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Persepsi Realitas vs Instagram.</li> <li>2. Kehilangan kesadaran bahwa apa yang dilihat sebagai kenyataan sebenarnya merupakan rekayasa yang tidak real.</li> <li>3. Penggunaan simulakra di media sosial Instagram untuk menciptakan realitas yang tidak seimbang dengan realitas.</li> <li>4. Perbedaan antara duplikat dan fakta yang menjadi kabur karena penggunaan simulakra di media sosial Instagram.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten di Instagram saya terlihat lebih menarik dengan yang saya jalani di kehidupan nyata.</li> <li>• Konten di Instagram saya banyak yang tidak mencerminkan realitas kehidupan yang sebenarnya.</li> <li>• Saya berusaha menampilkan versi yang lebih sempurna di Instagram.</li> <li>• Instagram mempengaruhi cara saya melihat diri sendiri dan orang lain.</li> </ul>	
	<b>Psikologi Sosial</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kecenderungan untuk Membandingkan Diri dengan Orang Lain</li> <li>2. Keinginan untuk Memiliki Status yang Tidak Real</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram membuat saya membandingkan diri sendiri dengan orang-orang yang saya lihat di Instagram.</li> <li>• Memiliki banyak pengikut di Instagram meningkatkan status sosial saya.</li> </ul>	

### Variabel Y : Pergeseran Etika Sosial

Variabel Y	Indikator	Sub Indikator	Item Pertanyaan	Skala
<b>Pergeseran Etika Sosial</b>	<b>Perubahan Norma Kesopanan</b>	Frekuensi Penggunaan Bahasa Kasar atau Slang Respon terhadap Komentar Negatif atau Kritik Sikap terhadap Konten Sensitif atau Kontroversial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten Instagram saya menampilkan banyak penggunaan bahasa kasar (slang) dalam kolom komentar di sebuah postingan.</li> <li>• Saya ikut menggunakan bahasa kasar (slang) di komentar postingan atau pesan di Instagram.</li> <li>• Menggunakan bahasa kasar (slang) lebih diterima di Instagram dibandingkan dengan percakapan tatap muka.</li> <li>• Penggunaan bahasa kasar (slang) di Instagram telah mempengaruhi cara saya berkomunikasi di luar media sosial.</li> <li>• Norma kesopanan dalam bahasa telah berubah karena penggunaan bahasa kasar (slang) di instagram.</li> <li>• Banyak konten di Instagram yang menampilkan postingan sensitif tentang norma sosial.</li> <li>• Norma kesopanan dalam menilai konten sensitif telah berubah karena penggunaan Instagram.</li> </ul>	<b>Skala Guttman</b>
	<b>Penilaian terhadap Privasi</b>	Etiket dalam Berbagi Informasi Pribadi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya membagikan informasi pribadi, seperti lokasi atau</li> </ul>	



		Perilaku Tagging dan Mentioning	<p>aktivitas sehari-hari, di Instagram.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya menandai atau menyebut teman di postingan tanpa meminta izin terlebih dahulu.</li> <li>• Saya menerima keluhan dari teman karena menandai atau menyebut mereka di Instagram tanpa izin.</li> </ul>	
	<b>Pola Interaksi Sosial</b>	<p>Frekuensi Interaksi Tatap Muka          Frekuensi Interaksi Daring          Etika dalam Berkomunikasi</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya memilih berinteraksi dengan teman-teman melalui Instagram daripada bertemu langsung.</li> <li>• Saya lebih nyaman berkomunikasi dengan orang lain melalui Instagram daripada secara langsung.</li> <li>• Penggunaan Instagram telah mengurangi frekuensi interaksi tatap muka saya dengan teman-teman.</li> <li>• Hubungan sosial saya menjadi kurang baik karena sering berinteraksi di Instagram dibandingkan secara langsung.</li> <li>• Pentingnya interaksi tatap muka telah berubah karena penggunaan Instagram</li> <li>• Norma etika dalam menjaga hubungan</li> </ul>	

			<p>sosial telah berubah karena frekuensi interaksi tatap muka yang berkurang akibat penggunaan Instagram.</p>	
	<b>Gaya Hidup Masyarakat</b>	<p>1. Kecenderungan untuk Mengikuti Tren yang tidak sesuai dengan nilai-nilai budaya.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram menampilkan banyak tren yang tidak sesuai dengan nilai-nilai budaya saya.</li> <li>• Tekanan untuk mengikuti tren di Instagram lebih kuat daripada menjaga nilai-nilai budaya saya.</li> <li>• Dengan mengikuti tren di Instagram membuat saya merasa lebih diterima oleh teman-teman saya.</li> <li>• Pentingnya menjaga nilai-nilai budaya telah berubah karena penggunaan Instagram.</li> <li>• Norma-norma sosial tentang gaya hidup dan tren telah berubah karena pengaruh Instagram.</li> </ul>	
	<b>Kepekaan terhadap Isu Sosial</b>	<p>Kecerdasan interpersonal (empati &amp; prosocial). Memahami fenomena sosial dan berpartisipasi aktif dalam kegiatan sosial.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya menjadi terhubung secara emosional dengan orang lain melalui interaksi di Instagram.</li> </ul>	

(sumber: olahan peneliti, 2024)

### 3.5 Instrumen Penelitian

Langkah selanjutnya peneliti membuat instrument penelitian guna mengukur dan mengetahui seberapa besar pengaruh hiperrealitas di Instagram terhadap pergeseran etika sosial generasi Z di Kabupaten Cianjur. Adapun instrumen penelitian tersebut dijabarkan sebagai berikut:

**Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen**

No	Pengaruh Hiperrealitas dalam Media Sosial Instagram	No. Item	Jumlah Item
1.	Penggunaan Simbol dan Konten yang Bersifat Hiperrealitas di Instagram	1,2,3,4,5	5
2.	Kematian Realitas	6,7,8,9	4
3.	Psikologi Sosial	10,11	2
No	Pergeseran Etika Sosial	No. Item	Jumlah Item
1.	Perubahan Norma Kesopanan	12,13,14,15,16,17,18	7
2.	Penilaian terhadap Privasi	19,20,21	3
3.	Pola Interaksi	22,23,24,25,26,27	6
4.	Gaya Hidup Masyarakat	28,29,30,31,32	5
5.	Kepekaan terhadap Isu Sosial	33	1

(sumber: olahan peneliti, 2024)

### 3.6 Uji Validitas

Angket penelitian yang telah disusun oleh peneliti perlu diuji validitasnya untuk memastikan keabsahan setiap item dalam angket tersebut. Angket dapat dikatakan valid apabila angket mampu menyatakan topik yang dibahas. Alat ukur yang sah harus tepat dan tajam. Arti kecermatan dalam hal ini adalah kemampuan untuk menemukan perbedaan kecil pada atribut yang diukurnya. Validitas item ditunjukkan melalui korelasi atau dukungan terhadap skor total item, dihitung dengan mengkorelasikan skor item dengan skor total item. Jikamenggunakan lebih dari satu faktor, pengujian validitas item dilakukan dengan mengkorelasikan skor item dengan skor faktor, kemudian mengkorelasikan skor

item dengan skor total faktor (penjumlahan dari beberapa faktor). Dari hasil perhitungan korelasi akan diperoleh koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan menentukan apakah item tersebut layak digunakan atau tidak. Koefisien korelasi ini menjadi penentu dalam keputusan kelayakan penggunaan suatu item.

Dalam menguji validitas angket penelitian, peneliti menggunakan uji *Pearson Correlation* dengan perangkat software IBM SPSS 26. Responden angket penelitian tersebut berjumlah 30 orang, yang dimana angket dapat dinyatakan valid jika nilai instrumen memiliki signifikansi lebih kecil dari 0,05 (5%) dan dinyatakan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

**Tabel 3.5 Tabel Rekapitulasi Besarnya Nilai r (Validitas) Instrumen Pengaruh Hiperrealitas di Instagram (Variabel X)**

No Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel (n=30)	Keterangan
1	0,616	0,361	VALID
2	0,626	0,361	VALID
3	0,588	0,361	VALID
4	0,732	0,361	VALID
5	0,877	0,361	VALID
6	0,485	0,361	VALID
7	0,562	0,361	VALID
8	0,696	0,361	VALID
9	0,495	0,361	VALID
10	0,735	0,361	VALID
11	0,777	0,361	VALID

(sumber: olahan peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil uji validitas pada item pertanyaan dalam variabel x yaitu pengaruh hiperrealitas di instagram semua item pernyataan dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

**Tabel 3.6 Tabel Rekapitulasi Nilai r (Validitas) Instrumen Pergeseran Etika Sosial (Variabel Y)**

No Item	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel (n=30)	Keterangan
1	0,395	0,361	VALID
2	0,836	0,361	VALID

3	0,575	0,361	VALID
4	0,795	0,361	VALID
5	0,542	0,361	VALID
6	0,442	0,361	VALID
7	0,610	0,361	VALID
8	0,707	0,361	VALID
9	0,482	0,361	VALID
10	0,757	0,361	VALID
11	0,711	0,361	VALID
12	0,767	0,361	VALID
13	0,828	0,361	VALID
14	0,770	0,361	VALID
15	0,494	0,361	VALID
16	0,721	0,361	VALID
17	0,570	0,361	VALID
18	0,752	0,361	VALID
19	0,740	0,361	VALID
20	0,557	0,361	VALID
21	0,500	0,361	VALID
22	0,532	0,361	VALID

(sumber: olahan peneliti, 2024)

Berdasarkan hasil uji validitas pada item pertanyaan dalam variabel  $y$  yaitu pergeseran etika sosial, semua item pertanyaan dinyatakan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

### 3.7 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi konsistensi atau stabilitas hasil pengukuran instrumen penelitian ketika diuji lebih dari satu kali terhadap gejala sosial yang sama dengan menggunakan alat ukur yang identik. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Cronbach's Alpha untuk menguji reliabilitas instrumen tersebut. Angket dapat dikatakan reliabel apabila instrumen memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 dengan kriteria sebagai berikut:

- Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka instrumen penelitian dinyatakan *reliable*
- Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka instrumen penelitian dinyatakan tidak *reliable*

Peneliti menggunakan perangkat software IBM SPSS 26 untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian. Berikut merupakan hasil dari uji realibitas pada instrumen penelitian, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.7 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Pengaruh Hiperrealitas dalam Media Sosial Instagram)**

<i>Cronbach's Alpha</i>	No. Item	Keterangan
0,868	11	<b>Reliable</b>

(sumber: olahan peneliti, 2024)

Hasil olahan data yang dilakukan dalam pengujian realibitas variabel X sebanyak 11 item pernyataan dinyatakan reliable atau konsisten. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari *r-tabel*, yaitu  $0,868 > 0,60$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian yang sah.

**Tabel 3.8 Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Pergeseran Etika Sosial)**

<i>Cronbach's Alpha</i>	No. Item	Keterangan
0,935	22	<b>Reliable</b>

(sumber: olahan peneliti, 2024)

Hasil olahan data yang dilakukan dalam pengujian reliabilitas variabel Y sebanyak 22 item pernyataan dinyatakan reliable atau konsisten. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari *r-tabel*, yaitu  $0,935 > 0,60$ . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut dapat dijadikan sebagai instrumen penelitian yang sah.

### 3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kuantitatif digunakan untuk mengolah hasil data yang telah didapatkan dalam artian memproses data menjadi informasi (Sidik Priadana & Sunarsi, 2021, hlm 34). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan tahapan analisis data kuantitatif, yaitu sebagai berikut:

- a) **Pengkodean data.** Pada tahap ini, peneliti menyusun data yang diperoleh dari jawaban kuesioner penelitian dalam bentuk kode yang dapat dipahami oleh peneliti.
- b) **Pemindahan data.** Dalam tahap ini, peneliti melakukan proses input data ke *Microsoft Excel* untuk memudahkan peneliti sebelum melakukan proses olah data di *software IBM SPSS 26*.
- c) **Pembersihan data.** Pada tahap ini, dilakukan verifikasi data untuk memastikan bahwa data yang telah dimasukkan sesuai dengan data aslinya.
- d) **Pengolahan data.** Peneliti menggunakan perangkat software IBM SPSS 26 untuk mengolah data.
- e) **Penyajian data.** Peneliti melakukan penyajian data sehingga dapat dianalisis.
- f) **Menganalisis data.** Pada tahap ini, data yang telah disajikan akan dianalisis dan diinterpretasikan agar hasil penelitian dapat lebih mudah dipahami.

### 3.9 Analisis Data Statistik

#### 3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian kuantitatif bivariat (dua variabel) dilakukan untuk mengevaluasi distribusi data dalam sebuah kelompok atau variabel. Tujuan dari uji ini adalah untuk menentukan apakah data mengikuti distribusi normal atau tidak. Data yang dikumpulkan dari jawaban responden melalui angket kemudian diolah dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS 26. Uji normalitas yang peneliti pakai dalam penelitian ini adalah uji normalitas *kolmogorov smirnov* yang mana ini adalah bagian dari uji asumsi klasik. Tujuan dilakukannya uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah nilai residual atau data berdistribusi normal atau tidak. Hasil data yang telah dikumpulkan dari jawaban responden melalui angket kemudian diolah menggunakan *software IBM SPSS 26*. Dasar pengambilan keputusan uji normalitas *Kolmogorov smirnov* adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka nilai residual berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

### 3.9.2 Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk menentukan apakah hubungan antara variabel bersifat linear atau tidak. Jika kedua variabel menunjukkan hubungan linear, maka uji regresi linear sederhana dapat dilaksanakan. Namun, jika hasil pengujian menunjukkan hubungan non-linear, maka uji regresi linear tidak dapat dilakukan. Berikut adalah dasar-dasar pengambilan keputusan yang digunakan:

- a. Jika nilai *Sig. deviation from linearity*  $> 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan variabel terikat.
- b. Jika nilai *Sig. deviation from linearity*  $< 0.05$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dan variabel terikat.

### 3.9.2 Uji Non-Parametric Test

Statistika non-parametrik digunakan ketika syarat-syarat statistik parametrik, seperti kenormalan data atau homogenitas varians, tidak dapat dipenuhi, meskipun telah dilakukan transformasi data. Metode ini juga cocok digunakan ketika data yang dimiliki berskala kategorik. Secara umum, uji statistik non-parametrik adalah uji yang tidak memerlukan asumsi tentang distribusi populasi data (baik distribusi data tidak diketahui maupun tidak perlu berdistribusi normal). Oleh karena itu, statistik ini sering disebut sebagai statistik bebas distribusi atau uji tanpa asumsi. (Azteria, 2020, hlm. 3). Dalam penelitian ini menggunakan uji *non-parametric* dengan Rank Spearman. R. Spearman R (Siegel & Castellan, 1988) mengasumsikan bahwa variabel yang dipertimbangkan diukur setidaknya pada skala ordinal (urutan peringkat), yaitu, bahwa pengamatan individu dapat digolongkan ke dalam dua seri yang diurutkan. Spearman R dapat dianggap sebagai koefisien korelasi momen produk Pearson biasa, yaitu, dalam hal proporsi variabilitas diperhitungkan, kecuali bahwa Spearman R dihitung dari pangkat.

### 3.9.3 Uji Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi dilakukan setelah melakukan uji koefisien korelasi. Uji koefisien determinasi bertujuan untuk melihat besaran prediksi atau



kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel penyebab (X) terhadap variabel akibat (Y).

### 3.9.4 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk menentukan apakah hipotesis dalam penelitian diterima atau ditolak. Pengujian ini menggunakan signifikansi korelasi dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Taraf signifikan 5%. Besaran taraf signifikansi dipilih berdasarkan ukuran baku batas toleransi kesalahan dalam penelitian ilmu sosial
- b. Apabila  $t\text{-tabel} > t\text{-tabel}$  maka  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak
- c. Apabila  $t\text{-tabel} < t\text{-tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak Hipotesis merupakan suatu jenis proposisi yang dirumuskan sebagai jawaban atas suatu masalah yang kemudian diuji secara empiris. Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan, maka diajukan hipotesis penelitian sebagai berikut:
  - $H_1$  : Hiperrealitas di media sosial Instargam berpengaruh terhadap Pergeseran Etika Sosial pada Generasi Z di Kabupaten Cianjur
  - $H_0$  : Hiperrealitas di media sosial Instargam tidak berpengaruh terhadap Pergeseran Etika Sosial pada Generasi Z di Kabupaten Cianjur

### 3.10 Analisis Data Deskriptif

Penelitian ini dianalisis dengan teknik analisis data deskriptif yang kemudian menggunakan analisis data sebagai berikut:

#### 1. Penentuan tingkat variabel

Guna memperoleh penentuan tingkatan dari indikator di setiap variabel, maka digunakan rumus sebagai berikut:

- a. Kategori tinggi:  $X \geq (\text{Mean} + 1\text{SD})$
- b. Kategori sedang:  $(\text{Mean} - 1\text{SD}) \leq X < (\text{Mean} + 1\text{SD})$
- c. Kategori rendah:  $X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$ .

#### 2. Perhitungan persentase

Selain itu terdapat teknik analisis deskriptif dilakukan dengan perhitungan analisis persentase yang menggunakan rumus sebagai berikut:

$$p = f n \times 100$$

Keterangan:

- p = Presentase
- f = Data yang didapatkan
- n = Jumlah seluruh data

### 3.11 Prosedur Penelitian

Berikut merupakan tahapan penelitian Pengaruh Hiperrealitas dalam Media Sosial Instagram terhadap Pergeseran Etika Sosial pada Generasi Z di Kabupaten Cianjur, yaitu:

#### 3.11.1 Tahap Pra Penelitian

**3.11.1.1** Peneliti mencari informasi serta referensi mengenai konsep dan teori yang berkaitan dengan Pengaruh hiperrealitas di media sosial instagram terhadap pergeseran etika sosial.

**3.11.1.2** Peneliti menentukan desain penelitian untuk melakukan penelitian sesuai dengan topik atau masalah yang akan diteliti.

#### 3.11.2 Tahap Kuantitatif

**3.11.2.1** Pada tahap kuantitatif peneliti menentukan jumlah sampel yang dipilih dari populasi penelitian. Adapun jumlah sampel yang ditentukan yakni sebanyak 348 sampel dengan rumus *Isaac Michael* dan output 5%.

**3.11.2.2** Peneliti menentukan kisi-kisi berdasarkan variabel dan indikator penelitian dengan membuat daftar pertanyaan yang nantinya akan menjadi pertanyaan dalam angket/kuesioner.

**3.11.2.3** Peneliti melakukan uji validitas dan realibitas terhadap instrumen pertanyaan yang telah ditentukan sebelumnya

**3.11.2.4** Peneliti menyebarkan angket/kuesioner kepada sampel yang telah ditentukan sebelumnya

**3.11.2.5** Peneliti melakukan analisis pada data kuantitatif dan kualitatif yang kemudian dicatat dalam laporan hasil penelitian, lalu pada tahap akhir dilakukan penarikan kesimpulan data.

### 3.12 Isu Etik

Penelitian dilakukan dengan mematuhi etika dan aturan yang menghargai serta melindungi privasi subjek penelitian. Menurut *American Sociological Association* (ASA), etika penelitian mencakup objektivitas, penghormatan terhadap hak privasi subjek, perlindungan kerahasiaan, dan penyajian data hasil penelitian secara transparan. Dalam hal ini peneliti juga menyamarkan identitas nama responden dengan inisial nama guna menjaga kerahasiaan data pribadi mereka ( Maria E. Pandu, 2012).