

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Pada studi ini terdapat 2 variabel yang menjadi objek penelitian, ialah konten desain grafis (X), dan *self-esteem* (Y). Oleh karena itu, kedua variabel tersebut akan menjadi fokus penelitian ini. Selain itu, studi ini juga akan mengeksplorasi subjek untuk memberikan fokus yang lebih besar pada topik. Maka subjek pada penelitian ini yaitu Perempuan generasi Z pengguna aktif media sosial *Instagram* dan tidak mengetahui akun *Instagram* @studiodjiwa

3.2 Pendekatan dan Metode Penelitian

3.2.1 Pendekatan Penelitian

Peneliti memutuskan untuk mengaplikasikan pendekatan penelitian kuantitatif untuk menguji hipotesis pada penelitian ini. Pendekatan ini berkaitan dengan data dalam bentuk angka atau hasil pengukuran sehingga cocok untuk penelitian untuk menguji hipotesis. Penelitian kuantitatif yang didasarkan pada positivisme, digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu melalui pengumpulan data. Ini dilakukan dengan menggunakan analisis data kuantitatif atau statistik dan alat penelitian untuk memvalidasi hipotesis yang ada (Sugiyono, 2013)

3.2.2 Metode Penelitian

Metode penelitian kuantitatif memfokuskan penelitian untuk melihat hubungan antara variabel-variabel (Creswell, 2009). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuasi eksperimen, dengan tujuan untuk mengetahui dampak konten desain grafis *Instagram* @studiodjiwa terhadap *self esteem*.

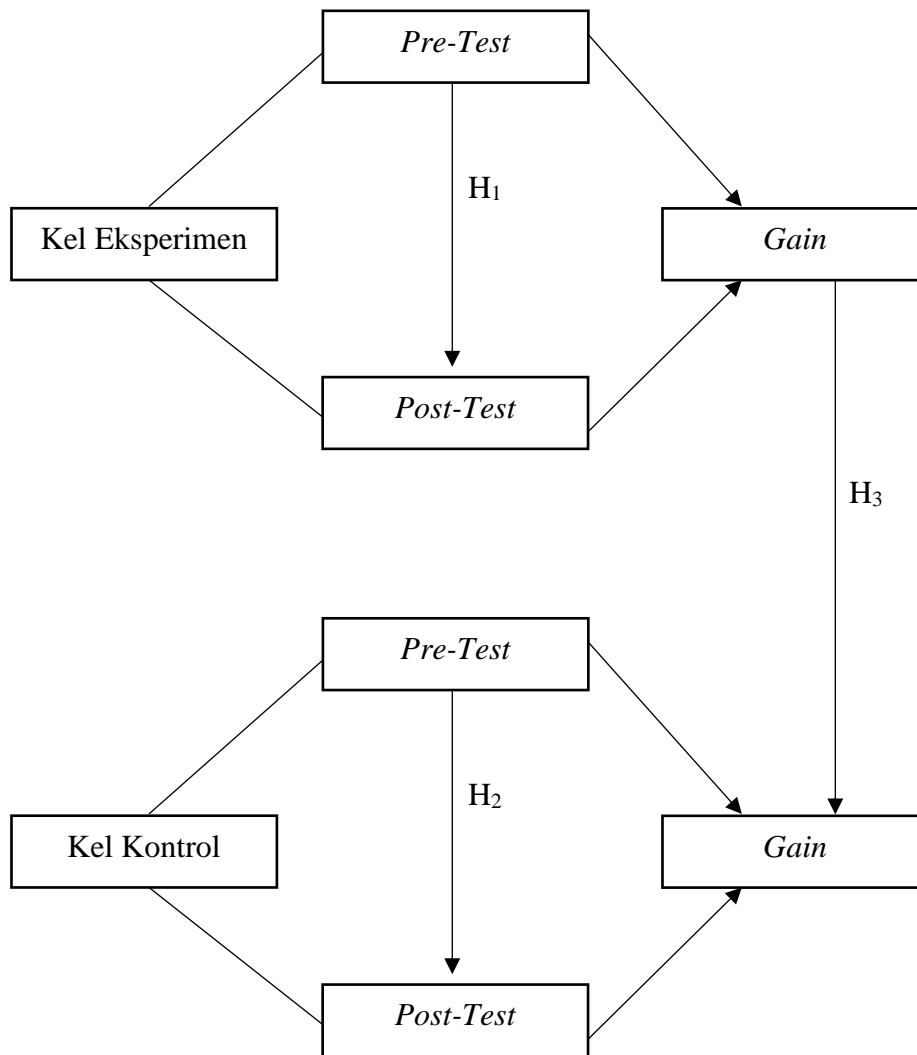
3.3 Desain Penelitian

Desain penelitian ialah komponen penting pada sebuah penelitian. Di mana, peneliti menentukan dan merancang penelitian itu sendiri. Pada penelitian ini, akan memakai desain penelitian kuantitatif yang mana metode ini mementingkan objektivitas data lapangan serta tidak ada interpretasi subjektif dari peneliti.

Penelitian dengan metode kuantitatif sendiri ialah metode yang berkaitan dengan penyelidikan sistematis fenomena sosial memakai informasi statistik ataupun numerik (Watson, 2015). Penelitian suatu data dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif dimulai dari pengukuran data, kemudian menganalisis hasil pengukuran, dan yang terakhir menarik kesimpulan.

Dilihat dari rumusan masalah yang sebelumnya sudah peneliti rumuskan, maka peneliti memutuskan untuk memanfaatkan desain kuasi eksperimen dengan *non-equivalent control group design*. Penelitian eksperimen memiliki dua kelompok berbeda yang dipersiapkan untuk melalui pengujian. Desain ini hampir serupa dengan desain kelompok kontrol *pre-test* dan *post-test*, tetapi baik kelompok kontrol maupun eksperimen tidak dipilih secara *random* (Sugiyono, 2013). Kelompok eksperimen ialah kelompok yang dikenai *treatment* tertentu (Amiruddin, 2016). Kelompok lainnya yaitu kelompok kontrol berfungsi sebagai sarana untuk membandingkan, kelompok ini tidak mendapatkan perlakuan khusus (Thomas, 2013).

Pre-test dan *post test* akan diberikan kepada kedua kelompok, namun sebelum melakukan *post-test* kelompok kontrol tidak mendapatkan perlakuan, kelompok eksperimen menerimanya. Perlakuan yang akan diberikan kepada kelompok eksperimen yaitu berupa unggahan konten mengenai *self-esteem* dari akun *Instagram @studiodjiwa*. Pada saat pelaksanaan *post-test* dilakukan oleh kedua kelompok guna melihat apakah terdapat perbedaan dari hasil eksperimen yang telah dilaksanakan dan apakah ada perbedaan antara kelompok kontrol dan kelompok eksperimen, karena pada prosesnya kelompok kontrol tidak menerima perlakuan yang sama seperti kelompok eksperimen.



Gambar 3.1 Desain Penelitian *Nonequivalent Control Group Design*

3.4 Instrumen Penelitian

Penelitian ini memanfaatkan alat pengumpulan data sebagai berikut:

3.4.1 Kuesioner

Kuesioner merupakan alat untuk menyaring data dalam suatu penelitian. Kuesioner digunakan untuk mempelajari keyakinan atau pendapat orang dalam berbagai situasi riset (seperti percobaan dan penelitian lapangan). Kuesioner juga digunakan untuk memperoleh data tentang situasi, perilaku, keyakinan, atau sikap manusia yang signifikan (Neuman, 2013). Kuesioner umumnya berisi sejumlah pernyataan yang relevan dengan judul penelitian dan kemudian dijawab oleh responden.

Peneliti akan memanfaatkan teknik pengumpulan data melalui kuesioner guna memperoleh data.

3.4.2 Studi Kepustakaan

Dalam sebuah penelitian, tentu harus ada teori di dalamnya untuk mendukung dan memperkuat data-data penelitian tersebut. Penjelasan mengenai teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini dirangkum dari studi kepustakaan sebagai rujukan teori berupa buku, jurnal ilmiah, internet, dan sebagainya yang memiliki keterkaitan dengan terpaan media, pengaruh konten desain grafis, media sosial Instagram, kesehatan mental, dan juga *self-esteem*

3.4.3 Skala Pengukuran

Pada studi ini digunakan sarana penelitian yang didasarkan pada variabel X yaitu konten desain grafis akun *Instagram @studiodjiwa*, dan variabel Y adalah *self-esteem*. Penelitian ini memanfaatkan kuesioner dengan poin Likert. Skala likert umumnya memiliki 5 poin berkisar dari sangat positif hingga sangat negatif (Sugiyono, 2013). Namun, pada penelitian ini menggunakan 4 poin saja untuk menghindari responden memilih jawaban netral (Syahrums & Salim, 2012). Untuk melihat responden yang diteliti setuju dengan objek penelitian. Kualitas skala likert dijabarkan dalam Tabel 3.1 sebagai berikut:

Tabel 3.1

Kriteria Bobot Nilai Pernyataan

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai Pernyataan Positif	Bobot Nilai Pernyataan Negatif
Sangat Tidak Setuju	1	4
Tidak Setuju	2	3
Setuju	3	2
Sangat Setuju	4	1




1.4.4 Model Eksperimen Unggahan Konten Desain Grafis

Peneliti menggunakan model eksperimen untuk melakukan penelitian ini. Model eksperimen ini melibatkan perlakuan partisipan dengan beberapa konten desain grafis mengenai kepercayaan diri. Jenis unggahan yang dipilih yaitu berupa postingan yang terdiri lebih dari satu foto dalam sekali unggahan, dan memuat mengenai kepercayaan diri. Peneliti memilih untuk mengambil 5 unggahan pada akun *Instagram* @studiodjiwa sebagai *treatment* untuk mengukur tingkat *self-esteem* pada kelompok yang ada, yaitu kelompok *treatment* dan kelompok yang tidak diberi *treatment*. Unggahan tersebut diuraikan pada tabel berikut:

Tabel 3.2

Model Eksperimen

Tanggal Posting	Unggahan Konten	Link
4 September 2023		https://www.instagram.com/p/CwxO27NRekv/?igsh=ZnNjeDF4dmcxczZr

<p>29 Januari 2024</p>	 <p>The image is a vertical Instagram post with a light beige background. At the top, it says 'Filosofi Kintsugi' in a brown, hand-drawn font. Below the title is an illustration of three people (a man and two women) surrounded by green leaves and flowers. At the bottom, the text reads 'Ketidakempurnaanmu juga berharga' in a simple black font. There are small icons for a profile picture, a heart, and a share icon in the top right corner, and a '1/5' indicator. The Instagram handle '@studiodjiwa' and the date '01/05' are visible at the bottom.</p>	<p>https://www.instagram.com/p/C2rvTJjR9mf/?igsh=MWdnbWpmb2RIM2swZw==</p>
<p>12 Februari 2024</p>	 <p>The image is a vertical Instagram post with a light green and grey background. The main text reads 'Kamu Tidak TERLAMBAT Untuk...' in a large, bold, green font. Below the text is an illustration of a woman in a black yoga outfit sitting in a meditative pose on a blue couch. There is a small alarm clock, a white cat, and a green teapot on the couch. The Instagram handle '@studiodjiwa' and the date '01/06' are visible at the bottom.</p>	<p>https://www.instagram.com/p/C3PySUHRD1x/?igsh=MTRqZHFnbncwMG42eg==</p>
<p>17 Februari 2024</p>	 <p>The image is a vertical Instagram post with a light pink background. The main text reads 'Mengenali & Mengembangkan Kekuatanmu Sebagai Bukti Cinta Pada Diri Sendiri Melalui Strength Based Approach' in a black font. Below the text is an illustration of a woman with brown hair in a pink top, looking thoughtful. There are several red hearts scattered around. A speech bubble says 'make yourself a priority' and another says 'you are ALWAYS CAPABLE'. The Instagram handle '@studiodjiwa' and the date '01/07' are visible at the bottom.</p>	<p>https://www.instagram.com/p/C3crPOsx7Qm/?igsh=MTJ0bzVxN3NvOXg4cg==</p>

11 Maret 2024		https://www.instagram.com/p/C4X5YCtSdgI/?igsh=MXRreTJtdmN2YnZyNg==
---------------	--	---

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

3.5.1 Populasi Penelitian

Populasi ialah area umum dimana objek dan subjek memiliki keunikan tertentu. Peneliti memutuskan objek atau subjek yang akan dikaji, setelah itu mengambil kesimpulan (Sugiyono, 2007). Sehingga peneliti memilih populasi dalam penelitian ini ialah perempuan generasi Z yang menurut Kemendikbud-Ristek merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997-2012 (Rakhmah, 2021). Berdasarkan survei yang dilaksanakan oleh Jakpat terbukti bahwa generasi Z cenderung memiliki gangguan kesehatan mental. Dapat ditarik kesimpulan bahwa pada penelitian ini, kriteria yang dibutuhkan oleh peneliti yaitu Perempuan generasi Z yang menggunakan media sosial *Instagram*, tidak mengetahui serta tidak mengikuti akun *Instagram @studiodjiwa*.

3.5.2 Sampel Penelitian

Sugiyono (2007) menyatakan bahwa baik ukuran populasi maupun ciri-cirinya mencakup sampel. Teknik yang digunakan untuk memilih sampel yaitu menggunakan metode *purposive sampling* yang dimana bertujuan untuk memilih sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Sehingga peneliti menetapkan beberapa kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini:

1. Merupakan generasi Z
2. Pengguna aktif media sosial *Instagram*
3. Tidak mengikuti akun *Instagram* @studiodjiwa
4. Tidak pernah melihat atau membaca konten akun *Instagram* @studiodjiwa
5. Berjenis kelamin perempuan

Menurut pernyataan Roscoe (1982) dalam bukunya ia menjelaskan bahwa untuk melakukan penelitian eksperimen yang sukses dan sederhana, diperlukan jumlah sampel dengan rata-rata 10-20 orang dalam setiap kelompok eksperimen dan kontrol (Sugiyono, 2013). Dilihat dari hasil pernyataan tersebut, peneliti memutuskan untuk mengambil 20 orang untuk setiap kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, sehingga total partisipan dari penelitian ini yaitu sebanyak 40 orang.

3.6 Prosedur Penelitian

Selaras dengan apa yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa sebuah penelitian penting untuk diuraikan kembali, dengan tujuan agar lebih mengetahui apa saja yang hendak diuraikan ke dalam operasional variabel. Metode penelitian kuantitatif digunakan dalam studi ini dengan jenis *quasi eksperimen design*. Dalam penelitian ini mengkaji mengenai variabel konten desain grafis sebagai variabel bebas kemudian variabel terikatnya yaitu *self-esteem*.

1. Variabel bebas (X) ialah jenis variabel dalam hipotesis kausal yang berdampak pada variabel terikat. Pada penelitian ini yaitu konten desain grafis
2. Variabel terikat (Y) ialah hasil yang dipengaruhi oleh variabel bebas dalam hipotesis kausal. Pada penelitian ini yaitu *self-esteem* menurut Ciarrochi & Bilich (2006) *self-esteem* dapat diukur menggunakan angket Coopersmith yaitu *Coopersmith Self-esteem Inventory*

Kemudian penjelasan lebih detail mengenai ketiga variabel di atas, ditunjukkan pada tabel operasional variabel di bawah ini:

Tabel 3.3
Operasional Variabel

Variabel: <i>Self-esteem</i>				
<p><i>Self-esteem</i> merupakan komponen penting untuk kesehatan mental individu dan hubungan interpersonal, karena <i>self-esteem</i> adalah perasaan sadar dan rasa penerimaan terhadap diri sendiri. Menurut Coopersmith (dalam Mruk, 2006) <i>self-esteem</i> memiliki empat komponen yaitu <i>power</i> (kekuatan), <i>significance</i> (keberartian), <i>virtue</i> (kebajikan), <i>competence</i> (kompetensi)</p>				
Variabel	Sub Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
Variabel Terikat (Y): <i>Self-esteem</i>	<i>Power</i> (kekuatan)	Mampu mengontrol tingkah laku	1. Saya tidak mudah tersinggung	Likert
			2. Saya dapat mengambil keputusan tanpa hambatan	Likert
			3. Saya tidak mudah marah	Likert
		Mampu memahami dan menunjukkan kesadaran diri	4. Saya menerima diri saya apa adanya	Likert
			5. Saya ingin merubah banyak hal dalam diri saya	Likert
			6. Kebanyakan orang lebih disukai daripada saya	Likert

	<i>Significance</i> (keberartian)	Memberikan nilai kepada orang lain	7. Saya adalah orang yang dapat diandalkan	Likert
			8. Keluarga saya mengharapkan banyak hal pada diri saya	Likert
		Mendapat perhatian dari orang lain	9. Keluarga saya biasanya mementingkan perasaan saya	Likert
			10. Keluarga saya dapat memahami saya	Likert
			11. Saya merasa keluarga saya memberikan dorongan	Likert
		Mempunyai pemikiran positif terhadap diri sendiri	12. Saya tidak baik seperti kebanyakan orang	Likert
			13. Saya memiliki banyak masalah dalam hidup saya	Likert
			14. Saya memiliki kepercayaan diri yang rendah tentang diri saya sendiri	Likert

		Membuktikan dirinya diterima oleh orang lain	15. Saya populer di kalangan teman-teman saya	Likert
			16. Cukup sulit untuk menjadi diri saya sendiri	Likert
	<i>Virtue</i> (kebajikan)	Mampu menunjukkan sikap untuk mengikuti standar dan etika yang berlaku di lingkungannya	17. Saya sering merasa kesal di lingkungan pendidikan atau pekerjaan	Likert
			18. Saya mengatakan apa yang ingin saya katakan	Likert
			19. Ada kalanya saya ingin meninggalkan rumah	Likert
	<i>Competence</i> (kompetensi)	Memberikan bukti bahwa diri sendiri memiliki kekuatan dan potensi.	20. Saya membutuhkan waktu untuk membiasakan diri dengan sesuatu yang baru	Likert
			21. Saya tidak kesulitan berbicara di hadapan banyak orang	Likert

			22. Saya orang yang menyenangkan untuk diajak bekerja sama	Likert
			23. Orang-orang biasanya mengikuti ide-ide saya	Likert
			24. Saya tidak mudah menyerah	Likert
			25. Saya sering merasa minder di lingkungan pendidikan atau pekerjaan	Likert

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Hipotesis Penelitian

Uji t, juga dikenal sebagai uji t, adalah test statistik yang digunakan untuk mengevaluasi apakah hipotesis nol benar atau salah. Uji-t ini digunakan untuk melihat apakah masing-masing variabel bebas memiliki dampak secara parsial terhadap variabel terikat. Uji-t memiliki 3 fungsi dalam pengujian signifikansi perbedaan, yaitu: menguji signifikansi selisih antara sampel dan mean populasi, menguji signifikansi selisih antara dua mean dari dua sampel independent, serta menguji signifikansi selisih antara dua mean dari dua sampel yang berkaitan (Ali, 2014).

Peneliti akan menggunakan uji dependen sampel t-test dan uji independennya. Uji dependen sampel t-test ialah menganalisis ukuran sampel yang sama terhadap perlakuan tertentu. Sementara itu, uji-t sampel independen dirancang untuk membuat perbandingan antara rata-rata dua

kelompok yang tidak memiliki hubungan satu sama lain. Uji ini sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu dilakukan pengukuran sebelum dan setelah diberikan suatu perlakuan.

$t = \frac{\bar{x}_1 - \bar{x}_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2} - 2r\left(\frac{s_1}{\sqrt{n_1}}\right)\left(\frac{s_2}{\sqrt{n_2}}\right)}}$	<p>KETERANGAN :</p> <p>\bar{x}_1 = Rata-rata sampel 1</p> <p>\bar{x}_2 = Rata-rata sampel 2</p> <p>s_1 = Simpangan baku sampel 1</p> <p>s_2 = Simpangan baku sampel 2</p> <p>s_1^2 = Varians sampel 1</p> <p>s_2^2 = Varians sampel 2</p> <p>r = Korelasi antara dua sampel</p>
---	---

Gambar 3.2 Rumus Uji T

3.7.2 Uji Validitas

Pada studi kuantitatif, untuk memperoleh data yang objektif, valid, dan dapat diandalkan sehingga peneliti perlu menguji instrumen penelitiannya dengan uji validitas dan reliabilitas. Tahap awal dalam pengujian sebuah instrumen penelitian adalah uji validitas. Tujuan pengujian ini adalah untuk menilai kesesuaian kepemilikan setiap item pernyataan. Untuk menentukan validitas, dibandingkan dua nilai yaitu nilai yang disesuaikan berdasarkan jumlah sampel, dan nilai yang diperoleh dari hasil tes setiap item soal. Dalam pengujian validitas, perbandingan numerik menghasilkan validitas atau keakuratan data dilihat melalui dua aspek yaitu perhitungan dan kuantitas tabel. Kedua nilai ini digunakan karena setiap alat akan mempunyai nilai r_{tabel} yang berbeda dibandingkan dengan nilai r_{hitung} atau *pearson correlation*.

Pengambilan kesimpulan pada uji validitas ini berbentuk review, bulir pernyataan dianggap valid apabila $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$. Namun jika nilainya $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$ maka item pertanyaan tersebut tidak valid. Terdapat 25 item instrumen pernyataan yang menguji variabel Y yaitu *self esteem*. Pada pengujian ini melibatkan 30 responden, rumus untuk mendapatkan r_{tabel} ialah $dk = n - 2$. Maka dalam penelitian ini $dk = 30 - 2$ ialah 28, dari hasil tersebut ditemukan bahwa nilai r_{tabel} sebesar 0,306

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas

No Butir Item	<i>Corrected Item Total Correlation/ r_{hitung}</i>	Nilai r_{tabel} (n=28) $dk = 30-2= 28$	Kesimpulan
Y1	0,700	0,306	Valid
Y2	0,502	0,306	Valid
Y3	0,465	0,306	Valid
Y4	0,567	0,306	Valid
Y5	0,501	0,306	Valid
Y6	0,596	0,306	Valid
Y7	0,429	0,306	Valid
Y8	0,466	0,306	Valid
Y9	0,412	0,306	Valid
Y10	0,446	0,306	Valid
Y11	0,514	0,306	Valid
Y12	0,593	0,306	Valid
Y13	0,608	0,306	Valid
Y14	0,336	0,306	Valid
Y15	0,439	0,306	Valid
Y16	0,491	0,306	Valid
Y17	0,650	0,306	Valid
Y18	0,361	0,306	Valid
Y19	0,481	0,306	Valid
Y20	0,462	0,306	Valid
Y21	0,638	0,306	Valid
Y22	0,435	0,306	Valid
Y23	0,466	0,306	Valid
Y24	0,404	0,306	Valid
Y25	0,593	0,306	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Dilihat dari tabel di atas, dari 25 butir pernyataan hasil uji validitas item korelasi total yang diperbaiki memperlihatkan bahwa terdapat seluruh pernyataan sebanyak 25 butir memiliki nilai $r_{hitung} > 0,306$ sehingga dengan demikian, semua pernyataan yang disebutkan di atas layak dan sah digunakan.

3.7.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk melihat apakah suatu data konsisten dan stabil (Sugiyono, 2013). Peneliti melakukan pengujian dengan menggunakan perhitungan *Alpha Cronbach*. Uji reliabilitas ini umum dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* SPSS.

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	25

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Peneliti menggunakan bantuan program statistik IBM SPSS 20 serta didapat hasil seperti tabel 3.5. Diperoleh hasil *Cronbach's Alpha* sebesar 0,900 oleh karena itu dapat dibuat kesimpulan bahwa instrumen ini memiliki reliabilitas yang Luar Biasa Bagus (*excellent*)

3.7.4 Uji Normalitas

Mengelompokkan distribusi frekuensi dari skor saat ini adalah uji normalitas yang paling umum. Kemampuan untuk membaca data menentukan pengujian normalitas. Dalam kasus data yang cukup besar dan distribusi data tidak sepenuhnya normal (tidak seutuhnya normal), oleh karena itu kesimpulan yang dibuat mungkin keliru. Peneliti terdahulu telah merumuskan berbagai teknik untuk menjalankan tes normalitas saat ini (Usmadi, 2020). Peneliti menggunakan Teknik statistic Kolmogorov-Smirnow (Uji K-S).

3.7.5 Uji Homogenitas

Apakah sebagian varian populasi sama atau tidak dapat ditentukan dengan menggunakan uji homogenitas. Uji-t sampel independen dan analisis varians diperlukan untuk melakukan uji ini. Salah satu asumsi dasar dari analisis varians (ANOVA) mengatakan bahwa varian populasi adalah sama. Untuk mengetahui apakah sebaran data seragam, uji homogenitas dua varian dilakukan, yaitu dengan membandingkan dua varian (Usmadi, 2020). Jika kelompok data berada dalam distribusi normal, maka dapat dilakukan uji homogenitas.