

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode penelitian yang diterapkan dalam penelitian ini. Aspek yang dibahas mencakup desain penelitian, subjek penelitian, variabel penelitian dan definisi operasional, teknik pengambilan data, instrumen penelitian, prosedur penelitian, teknik analisis data, dan hipotesis statistik.

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional (*correlational research*). Penelitian kuantitatif adalah penelitian di mana peneliti memutuskan apa yang akan diteliti; mengajukan pertanyaan khusus, mengumpulkan data yang dapat dihitung (berbentuk angka) dari partisipan; menganalisis data menggunakan statistik, dan memperlakukan penelitian secara objektif (Creswell, 2008).

Metode korelasional dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauhmana variabel berhubungan berdasarkan koefisien korelasi. Dengan korelasional, peneliti dapat memperoleh informasi mengenai taraf hubungan yang terjadi antara *social comparison* dengan *self-esteem*, *social comparison* dengan *gratitude*, serta *self-esteem* dengan *gratitude* (Azwar, 2012).

B. Partisipan

Partisipan dalam penelitian ini adalah remaja berusia 14-21 tahun yang berada di Kota Bandung dan aktif menggunakan *Instagram*. Jumlah partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah sebanyak 350 responden. Jumlah partisipan ditentukan oleh peneliti karena penelitian ini menggunakan *non-probability sampling* yaitu *quota sampling* dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui secara karena partisipan dalam penelitian ini spesifik yaitu remaja yang aktif menggunakan *Instagram* di Kota Bandung.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan kelompok subjek yang akan menggeneralisasikan hasil penelitian. Sebagai suatu populasi, kelompok subjek ini harus memiliki ciri atau karakteristik bersama yang membedakannya dari kelompok subjek yang lain (Azwar, 2012). Populasi dalam penelitian ini adalah remaja berusia 14-21 tahun domisili Bandung dan aktif menggunakan *Instagram*. Usia tersebut dipilih dalam penelitian ini karena *social comparison*, *self-esteem*, dan *gratitude* meningkat saat usia remaja (Trzesniewski, Donnellan, & Robbins, 2003; Ruble dkk (dalam Santrock, 2007); Freitas, Pieta, & Tudge, 2011)

2. Sampel

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *non-probability sampling*, yaitu suatu cara pengambilan sampel di mana besarnya peluang anggota populasi untuk terpilih sebagai sampel tidak dapat diketahui secara pasti (Azwar, 2012). Teknik *non-probability* yang digunakan adalah *quota sampling* karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti dan sebagai cara untuk mengefektifkan waktu. Peneliti menentukan kuota responden sebanyak 350 orang. Maka dari itu, jika pengumpulan data sudah mencapai 350 orang, maka pengambilan data sudah dianggap selesai.

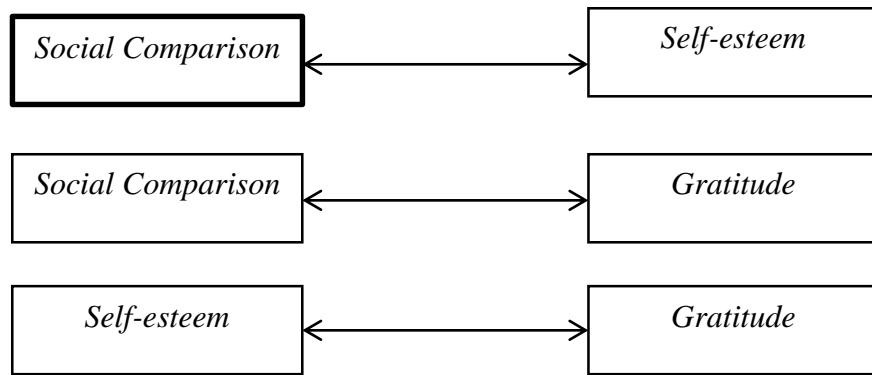
Individu yang menjadi responden pada penelitian ini dipilih berdasarkan karakteristik berikut:

1. Remaja berusia 14-21 tahun domisili Bandung
2. Aktif menggunakan *Instagram*
 - Sering mengakses *Instagram* hingga saat ini
 - Melakukan aktivitas di *Instagram* (membuka *home* dan *explore*, melihat *Instagram Story*, mengunggah foto dan video, serta memberikan *like* dan *comment* pada postingan orang lain) hingga saat ini.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diteliti, yaitu variabel *social comparison*, variabel *self-esteem*, dan variabel *gratitude*.



2. Definisi Operasional

a. *Social Comparison*

Social comparison dalam penelitian ini menggunakan definisi operasional yang digunakan Nguyen (2012) dalam alat ukur *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (adapted for Facebook use)* sebagai suatu ukuran untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat orientasi individu dalam membandingkan dirinya dengan orang lain melalui media sosial *Instagram* berdasarkan kemampuan dan pendapat yang dimiliki.

1) *Ability* (kemampuan)

Dimensi ini mencakup bagaimana individu berpikir tentang apa yang dilakukannya. Individu membandingkan kemampuannya dengan kemampuan orang lain. Contoh, kemampuan dalam bidang akademik, atletis, seni, dan lain-lain.

2) *Opinion* (pendapat)

Dimensi ini mencakup bagaimana individu merasa atau berpikir. Individu membandingkan pendapatnya dengan pendapat orang lain. Contohnya, pola pikir dan strategi *coping*.

b. *Self-esteem*

Self-esteem dalam penelitian ini secara operasional menggunakan skor yang diperoleh dari alat ukur *Self-Esteem Scale* (SES), yang dirancang oleh Rosenberg pada tahun 1965 untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat penilaian remaja pada dirinya yang diaplikasikan dengan bersikap positif dan negatif terhadap dirinya sendiri.

c. *Gratitude*

Definisi operasional dari gratitude adalah skor yang diperoleh dari *The Gratitude Questionnaire-Six Item Form* (GQ-6) yang dikembangkan oleh Michael E. McCullough, Robert A. Emmons, dan Jo-Ann Tsang tahun 2002 sebagai suatu ukuran untuk mengetahui seberapa tinggi tingkat rasa syukur remaja yang diwujudkan melalui intensitas, frekuensi, rentang, dan kepadatan rasa syukur.

E. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner (*Questionnaires*). Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya, atau hal-hal yang ia ketahui (Arikunto, 2006). Penyebaran kuesioner untuk uji coba (*try-out*) dilakukan pada tanggal 8 September 2016 sampai 19 September 2016 melalui kuesioner *online* sebanyak 232 responden. Setelah dilakukan uji coba, peneliti menyebarkan 350 kuesioner melalui kuesioner langsung dan *online* tanggal 1 November 2016 sampai 6 November 2016.

Peneliti menyebarkan kuesioner pada responden yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Sebelumnya, peneliti menjelaskan tujuan dari penelitian serta menanyakan responden mengenai kesediaannya untuk mengisi kuesioner. Peneliti juga menjelaskan cara pengisian kuesioner tersebut.

F. Instrumen Penelitian

1. Alat Ukur *Social Comparison*

a. Spesifikasi Instrumen

Alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data *social comparison* adalah dengan mengadaptasi *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (adapted for Facebook use)* untuk konteks *Instagram* dengan reliabilitas *alpha cronbach* sebesar 0.85 (Nguyen, 2012). *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure* pertama kali dikembangkan oleh Gibbons & Buunk (1999). INCOM (*adapted for facebook use*) terdiri dari 11 item pernyataan yang mengukur *ability* dan *opinion*.

b. Pengisian Kuesioner

Partisipan akan diminta untuk memberikan rating pada setiap pernyataan dengan terdapat lima pilihan jawaban 1-5, yaitu (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) ragu-ragu, (4) setuju, dan (5) sangat setuju. Salah satu contoh pernyataannya, “Saya sering membandingkan aktivitas yang saya lakukan dengan aktivitas orang-orang di Instagram dengan melihat foto/video yang mereka unggah”.

c. Penyekoran dan Kategorisasi Skala

Penyekoran dari jawaban responden diberi bobot 1 sampai 5. Berikut tabel penilaian pada instrumen *social comparison*.

Tabel 3.1
Penyekoran Instrumen *Social Comparison*

| Pilihan Jawaban | <i>Favorable</i> | <i>Unfavorable</i> |
|-------------------------|------------------|--------------------|
| Sangat setuju (5) | 5 | 1 |
| Setuju (4) | 4 | 2 |
| Ragu-ragu (3) | 3 | 3 |
| Tidak setuju (2) | 2 | 4 |
| Sangat tidak setuju (1) | 1 | 5 |

Dalam penelitian ini, skor keseluruhan yang diperoleh setelah responden mengisi alat ukur *social comparison*, diubah menjadi data interval dari yang sebelumnya merupakan data ordinal menggunakan *Rasch Model* dengan *software Winsteps*. Melalui *Rasch Model*, item dan subjek berada dalam metrik yang sama dengan adanya kalibrasi atau penyetaraan metrik ukur. Skor yang diperoleh dari *Rasch Model* merupakan skor probabilitas dengan mengakomodasikan transformasi logit/logaritma sehingga menghasilkan pengukuran untuk skala dengan interval yang sama (Sumintono & Widhiarso, 2015).

Mengacu pada hasil pengolahan *Rasch Model*, fungsi kategori rentang 1-5 pada alat ukur *social comparison* sudah dapat dipahami perbedaannya oleh responden. Hal ini terlihat dari nilai *obsvd average* yang terus meningkat dari atas ke bawah (data terlampir). Sehingga peneliti tidak mengubah rentang jawaban yang sudah ada.

Berikutnya dilakukan kategorisasi skala yang bertujuan untuk menempatkan responden penelitian pada kategori tertentu agar sesuai dengan atribut penelitian (Azwar, 2012). Kategorisasi skala pada variabel ini dikelompokkan menjadi lima, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah berdasarkan rata-rata dan standar deviasi yang dihitung ke dalam skor Z dan skor T dengan rumus lima level (Ihsan, 2013). Berikut hasil analisis norma *social comparison* yang digunakan untuk kategorisasi skala dengan menggunakan *software winsteps*.

Tabel 3.2
Norma Kategori Variabel *Social Comparison*

| Kategori | <i>Social Comparison</i> |
|--|--------------------------|
| Sangat Tinggi $T > \mu + 1,5 \sigma$ | $T > 1,36$ |
| Tinggi $\mu + 0,5 \sigma < T \leq \mu + 1,5 \sigma$ | $0,47 < T \leq 1,36$ |
| Sedang $\mu - 0,5 \sigma < T \leq \mu + 0,5 \sigma$ | $-0,43 < T \leq 0,47$ |
| Rendah $\mu - 1,5 \sigma < T \leq \mu - 0,5 \sigma$ | $-1,32 < T \leq -0,43$ |
| Sangat Rendah $T \leq \mu - 1,5 \sigma$ | $T \leq -1,32$ |

d. Kisi-kisi Instrumen *Social Comparison*

Tabel 3.3
Kisi-kisi Instrumen *Social Comparison*

| Dimensi | No Item <i>Favorable</i> | No Item <i>Unfavorable</i> | Jumlah |
|----------------|-----------------------------|-------------------------------|--------|
| <i>Ability</i> | 1, 2, 3, 4, 6 | 5 | 6 |
| <i>Opinion</i> | 7, 8, 9, 10 | 11 | 5 |
| Jumlah | 9 | 2 | 11 |

2. Alat Ukur *Self-esteem*

a. Spesifikasi Instrumen

Untuk mengukur *self-esteem*, peneliti menggunakan *The Rosenberg Self-esteem Scale* (1969). Penelitian-penelitian terbaru masih menggunakan instrumen ini, seperti pada penelitian Stapleton, Isles, Chatwin, & Kalla (2015). Instrumen ini terdiri dari 10 item yang mengukur *global self-esteem*.

b. Pengisian Kuesioner

Partisipan akan diminta untuk memberikan *rating* pada setiap pernyataan dengan terdapat lima pilihan jawaban 1-5, yaitu (1) sangat

tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) ragu-ragu, (4) setuju, dan (5) sangat setuju. Salah satu contoh pernyataannya, “Saya menilai diri saya secara positif”.

c. Penyekoran dan Kategorisasi Skala

Penyekoran dari jawaban responden diberi bobot 1 sampai 5. Berikut tabel penilaian pada instrumen *self-esteem*.

Tabel 3.4
Penyekoran Instrumen *Self-esteem*

| Pilihan Jawaban | Favorable | Unfavorable |
|-------------------------|-----------|-------------|
| Sangat setuju (5) | 5 | 1 |
| Setuju (4) | 4 | 2 |
| Ragu-ragu (3) | 3 | 3 |
| Tidak setuju (2) | 2 | 4 |
| Sangat tidak setuju (1) | 1 | 5 |

Dalam penelitian ini, data ordinal yang dihasilkan dari instrumen *self-esteem* dikonversikan menjadi data interval dengan pengolahan dari *Rasch Model* melalui *software Winsteps*.

Berdasarkan hasil pengolahan *Rasch Model*, fungsi kategori rentang 1-5 pada alat ukur *self-esteem* sudah dapat dipahami perbedaannya oleh responden. Hal ini terlihat dari nilai *obsd average* yang terus meningkat dari atas ke bawah (data terlampir). Sehingga peneliti tidak mengubah rentang jawaban yang sudah ada.

Berikutnya dilakukan kategorisasi skala yang bertujuan untuk menempatkan responden penelitian pada kategori tertentu agar sesuai dengan atribut penelitian (Azwar, 2012). Kategorisasi skala pada variabel ini dikelompokkan menjadi lima, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah berdasarkan rata-rata dan standar deviasi yang dihitung ke dalam skor Z dan skor T dengan rumus lima level (Ihsan,

2013). Berikut hasil analisis norma *self-esteem* yang digunakan untuk kategorisasi skala dengan menggunakan *software Winsteps*.

Tabel 3.5
Norma Kategori Variabel *Self-esteem*

| Kategori | <i>Self-esteem</i> |
|--|------------------------|
| Sangat Tinggi $T > \mu + 1,5 \sigma$ | $T > 3,03$ |
| Tinggi $\mu + 0,5 \sigma < T \leq \mu + 1,5 \sigma$ | $1,79 < T \leq 3,03$ |
| Sedang $\mu - 0,5 \sigma < T \leq \mu + 0,5 \sigma$ | $0,55 < T \leq 1,79$ |
| Rendah $\mu - 1,5 \sigma < T \leq \mu - 0,5 \sigma$ | $-0,69 < T \leq -0,55$ |
| Sangat Rendah $T \leq \mu - 1,5 \sigma$ | $T \leq -0,69$ |

d. Kisi-kisi Instrumen *Self-esteem*

Tabel 3.6
Kisi-kisi Instrumen *Self-esteem*

| Dimensi | No Item <i>Favorable</i> | No Item <i>Unfavorable</i> | Jumlah |
|---------------------------|-----------------------------|-------------------------------|--------|
| <i>Global Self-esteem</i> | 1, 3, 4, 7, 8, 10 | 2, 5, 6, 9 | 10 |

3. Alat Ukur *Gratitude*

a. Spesifikasi Instrumen

Peneliti menggunakan alat ukur *The Gratitude Questionnaire-Six Item Form* (GQ-6) untuk mengukur *gratitude*. Alat ukur ini dikembangkan oleh Michael E. McCullough, Robert A. Emmons, dan Jo-Ann Tsang tahun 2002. GQ-6 terdiri dari enam item pernyataan yang mengukur *gratitude* berdasarkan intensitas, frekuensi, rentang, dan kepadatan.

b. Pengisian Kuesioner

Partisipan akan diminta untuk memberikan *rating* pada setiap pernyataan dengan terdapat tujuh pilihan jawaban 1-7, yaitu (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) agak tidak setuju, (4) ragu-ragu, (5) agak

setuju, (6) setuju, dan (7) sangat setuju. Salah satu contoh pernyataannya, “Saya memiliki banyak hal dalam hidup yang perlu disyukuri”.

c. Penyekoran dan Kategorisasi Skala

Penyekoran dari jawaban responden diberi bobot 1 sampai 7. Berikut tabel penilaian pada instrumen *gratitude*.

Tabel 3.7
Penyekoran Instrumen *Gratitude*

| Pilihan Jawaban | Favorable | Unfavorable |
|-------------------------|-----------|-------------|
| Sangat setuju (7) | 7 | 1 |
| Setuju (6) | 6 | 2 |
| Agak setuju (5) | 5 | 3 |
| Ragu-ragu (4) | 4 | 4 |
| Agak tidak setuju (3) | 3 | 5 |
| Tidak setuju (2) | 2 | 6 |
| Sangat tidak setuju (1) | 1 | 7 |

Dalam penelitian ini, data ordinal yang dihasilkan dari instrumen *gratitude* dikonversikan menjadi data interval dengan pengolahan dari *Rasch Model* melalui *software Winsteps*.

Berdasarkan hasil pengolahan *Rasch Model*, fungsi kategori rentang 1-7 pada alat ukur *gratitude* sudah dapat dipahami perbedaannya oleh responden. Hal ini terlihat dari nilai *obsd average* yang terus meningkat dari atas ke bawah (data terlampir). Sehingga peneliti tidak mengubah rentang jawaban yang sudah ada.

Berikutnya dilakukan kategorisasi skala yang bertujuan untuk menempatkan responden penelitian pada kategori tertentu agar sesuai dengan atribut penelitian (Azwar, 2012). Kategorisasi skala pada variabel ini dikelompokkan menjadi lima, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang,

rendah, dan sangat rendah berdasarkan rata-rata dan standar deviasi yang dihitung ke dalam skor Z dan skor T dengan rumus lima level (Ihsan,

2013). Berikut hasil analisis norma *gratitude* yang digunakan untuk kategorisasi skala dengan menggunakan *software winsteps*.

Tabel 3.8
Norma Kategori Variabel *Gratitude*

| Kategori | Gratitude |
|--|----------------------|
| Sangat Tinggi $T > \mu + 1,5 \sigma$ | $T > 3,77$ |
| Tinggi $\mu + 0,5 \sigma < T \leq \mu + 1,5 \sigma$ | $2,52 < T \leq 3,77$ |
| Sedang $\mu - 0,5 \sigma < T \leq \mu + 0,5 \sigma$ | $1,26 < T \leq 2,52$ |
| Rendah $\mu - 1,5 \sigma < T \leq \mu - 0,5 \sigma$ | $0,01 < T \leq 1,26$ |
| Sangat Rendah $T \leq \mu - 1,5 \sigma$ | $T \leq 0,01$ |

d. Kisi-kisi Instrumen *Gratitude*

Tabel 3.9
Kisi-kisi Instrumen *Gratitude*

| Faset | No Item <i>Favorable</i> | No Item <i>Unfavorable</i> | Jumlah |
|------------------|-----------------------------|-------------------------------|--------|
| <i>Intensity</i> | 5 | | 1 |
| <i>Frequency</i> | 1, 2 | 6 | 3 |
| <i>Span</i> | | 3 | 1 |
| <i>Density</i> | 4 | | 1 |
| Jumlah | 4 | 2 | 6 |

4. Proses Pengembangan Instrumen

a. Uji Keterbacaan

Uji keterbacaan dilakukan untuk memastikan bahwa kalimat yang digunakan dalam instrumen penelitian ini efektif, efisien, dan mudah dimengerti oleh responden. Uji keterbacaan dalam penelitian ini dilakukan

peneliti secara aksidental kepada 10 orang remaja usia 12-21 tahun yang ditemui di lingkungan sekolah dan lingkungan kampus.

b. Uji Validitas Item

Uji validitas dilakukan untuk melihat sejauhmana kecermatan suatu instrumen dalam melakukan fungsi ukurnya. (Azwar, 1996). Dalam penelitian ini, uji validitas yang terlebih dahulu dilakukan peneliti adalah dengan *expert judgment*, yaitu penilaian dari orang-orang yang ahli di bidangnya. Pertama, *expert judgment* dilakukan untuk mengalihkan bahasa awal instrumen yaitu Bahasa Inggris menjadi Bahasa Indonesia oleh Ita Juwitaningrum, S.Psi., M.Pd. Selanjutnya untuk menilai isi instrumen, *expert judgment* dilakukan oleh Ifa Hanifah Misbach, M. A., Psikolog sebagai praktisi psikologi dan dosen psikologi serta Helli Ihsan, M.Si sebagai dosen psikologi dan ahli statistik.

Peneliti juga melakukan uji coba (*pilot test*) untuk instrumen *social comparison*, *self-esteem*, dan *gratitude* pada 232 remaja pengguna *Instagram* di Kota Bandung melalui kuesioner *online*.

Uji coba ini dilakukan peneliti untuk menganalisis item menggunakan *Rasch Model* dengan *software Winsteps*. Melalui *Rasch Model*, peneliti dapat memeriksa item yang tidak sesuai (*outliers* atau *misfits*). Selain itu, *Rasch Model* juga dapat menganalisis responden yang tidak sesuai (*outliers* atau *misfits*). Responden yang tidak sesuai kemungkinan mengisi kuesioner secara asal-asalan atau kurang mampu memahami kuesioner sehingga data yang dihasilkan tidak konsisten dengan penelitian. Untuk menentukan item dan responden yang *outliers* atau *misfits*, *Rasch Model* menggunakan kriteria sebagai berikut.

Tabel 3.10
Parameter Item Misfit

| Data | Nilai yang Diterima |
|---|---------------------------------------|
| <i>Outfit Mean Square (MNSQ)</i> | $0.5 < \text{MNSQ} < 1.5$ |
| <i>Outfit Z-Standard (ZSTD)</i> | $-2.0 < \text{ZSTD} < +2.0$ |
| <i>Point Measure Correlation (Pt Mean Corr)</i> | $0.4 < \text{Pt Measure Corr} < 0.85$ |

1) Validitas Instrumen Social Comparison

Berdasarkan hasil analisis item yang telah diuji coba menggunakan *Rasch Model*, tidak terdapat item yang perlu dibuang karena nilai dari *outfit MNSQ*, *outfit ZSTD*, dan *Point Measure Correlation* semua item tersebut cukup memenuhi nilai yang dapat diterima. Maka peneliti tetap mempertahankan sebelas item instrumen *social comparison*.

2) Validitas Instrumen Self-esteem

Dari hasil uji coba instrumen *self-esteem* yang telah dianalisis menggunakan Rasch Model, dari 10 item yang diuji coba terdapat 1 item yang menunjukkan indikasi validitas yang rendah atau tidak sesuai (*outliers* atau *misfit*) dimana nilai dari *outfit MNSQ*, *outfit ZSTD*, dan *Point Measure Correlation* item tersebut tidak memenuhi nilai yang dapat diterima. Item tersebut merupakan item 8 dengan pernyataan, “*Andai saya bisa lebih menghargai diri saya sendiri*”. Maka dari itu peneliti membuang 1 item tersebut karena dianggap tidak layak pakai dan mempertahankan 9 item lainnya.

3) Validitas Instrumen Gratitude

Berdasarkan hasil analisis item yang telah diuji coba, tidak terdapat item yang perlu dibuang karena nilai dari *outfit MNSQ*, *outfit ZSTD*, dan *Point Measure Correlation* semua item tersebut cukup memenuhi nilai yang dapat diterima. Maka peneliti tetap mempertahankan enam item instrumen *gratitude*.

4) Responden

Berdasarkan analisis dengan *Rasch Model* menggunakan *software Winsteps*, dari 232 responden yang mengisi kuesioner, terdapat sekitar 69 responden yang memiliki nilai *outfit MNSQ*, *outfit ZSTD*, dan *Point Measure Correlation* yang tidak memenuhi standar. Artinya kemungkinan responden mengisi kuesioner secara asal-asalan atau tidak sesuai dengan keadannya. maka dari itu peneliti membuang datanya. Hasilnya terdapat sekitar 163 responden yang *fit* atau sesuai dengan penelitian, di mana responden dapat memahami instrumen dan mengisi jawaban dengan sungguh-sungguh sesuai dengan keadaannya.

c. Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel jika hasilnya dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pengukuran dengan subjek yang sama, hasilnya tidak berbeda (Azwar, 1996).

Untuk mengetahui reliabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada koefisien reliabilitas dari hasil analisis data *Rasch Model* yang meliputi reliabilitas responden dan item serta koefisien *Alpha Cronbach*. Berikut kategorisasi koefisien reliabilitas dari hasil analisis *Rasch Model* dan koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach* (Sumintono & Widhiarso, 2015).

Tabel 3.11

Kategori Koefisien Reliabilitas *Item* dan *Person* dalam *Rasch*

| Koefisien Reliabilitas <i>Item & Person</i> | Kategori |
|--|-----------------|
| > 0.94 | Istimewa |
| 0.91 – 0.94 | Bagus sekali |
| 0.81 – 0.90 | Bagus |
| 0.67 – 0.80 | Cukup |
| < 0.67 | Lemah |

Tabel 3.12
Kategori Koefisien Reliabilitas *Alpha Cronbach*

| Koefisien Reliabilitas <i>Alpha Cronbach</i> | Kategori |
|--|--------------|
| > 0.80 | Bagus sekali |
| 0.70 – 0.80 | Bagus |
| 0.60 – 0.70 | Cukup |
| 0.50 – 0.60 | Jelek |
| < 0.50 | Buruk |

1) Reliabilitas instrumen *social comparison*

Berdasarkan hasil analisis *Rasch Model* dengan *software Winsteps*, hasil uji coba menunjukkan koefisien reliabilitas *item* sebesar 0,97 yang berarti reliabilitas *item* pada instrumen *social comparison* tergolong istimewa. Kemudian koefisien reliabilitas *person* sebesar 0,84 yang menunjukkan bahwa responden yang mengisi kuesioner berada di kategori bagus. Hasil analisis juga menunjukkan koefisien *Alpha Cronbach* sebesar 0,84, yang berarti bahwa reliabilitas instrumen berada di kategori bagus sekali.

2) Reliabilitas instrumen *self-esteem*

Koefisien reliabilitas *item* pada instrumen *self-esteem* yang dianalisis menggunakan *Rasch Model* tergolong istimewa dengan nilai sebesar 0,98. Sementara itu, koefisien reliabilitas *person* sebesar 0,82 yang berada di kategori bagus. Kemudian koefisien *Alpha Cronbach* sebesar 0,84 yang berarti bagus sekali. Hasil ini merupakan reliabilitas setelah satu item dibuang, sehingga menjadi sembilan item.

3) Reliabilitas instrumen *gratitude*

Berdasarkan hasil analisis *Rasch Model*, koefisien reliabilitas *item* pada instrumen *gratitude* yaitu sebesar 0,99 yang berarti tergolong istimewa. Kemudian koefisien reliabilitas *person* sebesar 0,78 yang tergolong cukup dengan reliabilitas *Alpha Cronbach* sebesar 0,73 dan tergolong bagus.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi untuk mengetahui hubungan antara *social comparison* dengan *self-esteem*, *social comparison* dengan *gratitude*, serta *self-esteem* dengan *gratitude*. Jenis data dari ketiga variabel tersebut merupakan data ordinal, namun telah dikonversikan menjadi data interval dengan menggunakan *Rasch Model*. Maka dari itu, uji korelasi pada penelitian ini menggunakan *Pearson Product Moment*.

Penelitian ini juga dilakukan untuk melihat perbedaan *social comparison*, *self-esteem*, dan *gratitude* berdasarkan jenis kelamin dan usia responden serta intensitas menggunakan *Instagram*. Untuk menguji perbedaan pada kategori jenis kelamin, dilakukan uji beda *Independent T Test*. Sementara untuk menguji perbedaan pada kategori usia dan intensitas, digunakan ANOVA dengan bantuan *software SPSS*. Analisis yang dilakukan mengacu pada hipotesis statistik berikut ini.

| | | |
|----|--------------------------|--|
| 1. | $H_0 = \rho_{xy} = 0$ | Tidak terdapat hubungan antara <i>social comparison</i> dengan <i>self-esteem</i> . |
| | $H_a = \rho_{xy} \neq 0$ | Terdapat hubungan antara <i>social comparison</i> dengan <i>self-esteem</i> . |
| 2. | $H_0 = \rho_{xy} = 0$ | Tidak terdapat hubungan antara <i>social comparison</i> dengan <i>gratitude</i> . |
| | $H_a = \rho_{xy} \neq 0$ | Terdapat hubungan antara <i>social comparison</i> dengan <i>gratitude</i> . |
| 3. | $H_0 = \rho_{xy} = 0$ | Tidak terdapat hubungan antara <i>self-esteem</i> dengan <i>gratitude</i> . |
| | $H_a = \rho_{xy} \neq 0$ | Terdapat hubungan antara <i>self-esteem</i> dengan <i>gratitude</i> . |
| 4. | $H_0: \mu_p - \mu_w = 0$ | Tidak terdapat perbedaan <i>social comparison</i> pada remaja laki-laki dan perempuan. |

| | | |
|--|-----------------------------|--|
| | $H_a: \mu_p - \mu_w \neq 0$ | Terdapat perbedaan <i>social comparison</i> pada remaja laki-laki dan perempuan. |
|--|-----------------------------|--|

| | | |
|-----|--|---|
| 5. | $H_0: \mu_a = \mu_t = \mu_k = 0$ | Tidak terdapat perbedaan <i>social comparison</i> pada remaja awal, remaja madya, dan remaja akhir. |
| | $H_a: \mu_a = \mu_t \neq \mu_k$ atau $H_a: \mu_a \neq \mu_t = \mu_k$ atau $H_a: \mu_a \neq \mu_t \neq \mu_k$ | Terdapat perbedaan <i>social comparison</i> pada remaja awal, remaja madya, dan remaja akhir. |
| 6. | $H_0: \mu_t = \mu_s = \mu_r = 0$ | Tidak terdapat perbedaan <i>social comparison</i> pada remaja pengguna <i>Instagram</i> dengan intensitas tinggi, sedang, dan rendah. |
| | $H_a: \mu_a = \mu_t \neq \mu_k$ atau $H_a: \mu_a \neq \mu_t = \mu_k$ atau $H_a: \mu_a \neq \mu_t \neq \mu_k$ | Terdapat perbedaan <i>social comparison</i> pada remaja pengguna <i>Instagram</i> dengan intensitas tinggi, sedang, dan rendah. |
| 7. | $H_0: \mu_p - \mu_w = 0$ | Tidak terdapat perbedaan <i>self-esteem</i> pada remaja laki-laki dan perempuan. |
| | $H_a: \mu_p - \mu_w \neq 0$ | Terdapat perbedaan <i>self-esteem</i> pada remaja laki-laki dan perempuan. |
| 8. | $H_0: \mu_a = \mu_t = \mu_k = 0$ | Tidak terdapat perbedaan <i>self-esteem</i> pada remaja awal, remaja madya, dan remaja akhir. |
| | $H_a: \mu_a = \mu_t \neq \mu_k$ atau $H_a: \mu_a \neq \mu_t = \mu_k$ atau $H_a: \mu_a \neq \mu_t \neq \mu_k$ | Terdapat perbedaan <i>self-esteem</i> pada remaja awal, remaja tengah, dan remaja akhir. |
| 9. | $H_0: \mu_t = \mu_s = \mu_r = 0$ | Tidak terdapat perbedaan <i>self-esteem</i> pada remaja pengguna <i>Instagram</i> dengan intensitas tinggi, sedang, dan rendah. |
| | $H_a: \mu_a = \mu_t \neq \mu_k$ atau $H_a: \mu_a \neq \mu_t = \mu_k$ atau $H_a: \mu_a \neq \mu_t \neq \mu_k$ | Terdapat perbedaan <i>self-esteem</i> pada remaja pengguna <i>Instagram</i> dengan intensitas tinggi, sedang, dan rendah. |
| 10. | $H_0: \mu_p - \mu_w = 0$ | Tidak terdapat perbedaan <i>gratitude</i> pada remaja laki-laki dan perempuan. |
| | $H_a: \mu_p - \mu_w \neq 0$ | Terdapat perbedaan <i>gratitude</i> pada remaja laki-laki |

| | | |
|--|--|----------------|
| | | dan perempuan. |
|--|--|----------------|

| | | |
|-----|--|---|
| 11. | $H_0: \mu_a = \mu_t = \mu_k = 0$ | Tidak terdapat perbedaan <i>gratitude</i> pada remaja awal, remaja madya, dan remaja akhir. |
| | $H_a: \mu_a = \mu_t \neq \mu_k$ atau $H_a: \mu_a \neq \mu_t = \mu_k$ atau $H_a: \mu_a \neq \mu_t \neq \mu_k$ | Terdapat perbedaan <i>gratitude</i> pada remaja awal, remaja tengah, dan remaja akhir. |
| 12. | $H_0: \mu_t = \mu_s = \mu_r = 0$ | Tidak terdapat perbedaan <i>gratitude</i> pada remaja pengguna <i>Instagram</i> dengan intensitas tinggi, sedang, dan rendah. |
| | $H_a: \mu_a = \mu_t \neq \mu_k$ atau $H_a: \mu_a \neq \mu_t = \mu_k$ atau $H_a: \mu_a \neq \mu_t \neq \mu_k$ | Terdapat perbedaan <i>gratitude</i> pada remaja pengguna <i>Instagram</i> dengan intensitas tinggi, sedang, dan rendah. |

Data yang dihasilkan dari hasil pengolahan *Rasch Model* sudah memenuhi syarat untuk dilakukannya analisis hipotesis di atas menggunakan Uji T dan ANOVA, di mana data yang dihasilkan sudah berupa data interval, berdistribusi normal, dan homogeny (data terlampir).

Sebagai cara memperdalam analisis, digunakan uji DIF (*Differential Item Functioning*) dalam *Rasch Model* dengan *software Winsteps* untuk mendeteksi adanya bias item pada alat ukur ketiga variabel dalam penelitian ini sehingga perbedaan pola jawaban responden dapat diketahui. Item-item yang diujikan merupakan item yang sudah teruji validitasnya. Apabila terdapat item yang terjangkit DIF, artinya item tersebut bersifat bias, yaitu item tersebut lebih memihak pada salah satu karakteristik atau kelompok individu tertentu.

Untuk menginterpretasikan hasil korelasi dari uji analisis yang telah dijelaskan sebelumnya, digunakan tabel koefisien korelasi sebagai berikut.

Tabel 3.13
Interpretasi Koefisien Korelasi

| Koefisien Korelasi | Kriteria |
|--------------------|---------------|
| 0,00 – 0,199 | Sangat Rendah |
| 0,20 – 0,399 | Rendah |
| 0,40 – 0,599 | Sedang |
| 0,60 – 0,799 | Kuat |
| 0,80 – 1,000 | Sangat Kuat |

H. Prosedur Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui beberapa prosedur, yaitu:

a. Persiapan

- 1) Merumuskan permasalahan penelitian
- 2) Melakukan studi literatur untuk mengkaji landasan teori dan penelitian sebelumnya mengenai variabel-variabel dalam penelitian ini.
- 3) Menentukan populasi dan sampel penelitian.
- 4) Menyiapkan instrumen untuk penelitian ini yang sesuai dengan teori yang dipakai.
- 5) Melakukan *expert judgment* dengan tiga orang yang ahli di bidangnya.
- 6) Melakukan uji coba (*try out*) untuk mendapatkan analisis mengenai validitas dan reliabilitas dari instrumen yang digunakan dalam penelitian ini.

b. Pengambilan dan Pengolahan Data

- 1) Menyebarluaskan kuesioner langsung dan *link online form* pada jejaring *line*, *instagram*, dan *facebook* milik pribadi.
- 2) Mengolah dan menginterpretasi data.

c. Analisis Data

Mendeskripsikan dan menganalisis hasil penelitian sesuai dengan teori yang bersangkutan untuk nantinya dijadikan kesimpulan.