

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Pada pelaksanaan sebuah penelitian, dasar dan rancangan sangatlah diperlukan. Rancangan penelitian pula harus memerhatikan desain penelitian yang akan dilaksanakan oleh peneliti (Hikmat, 2011, hlm. 41). Desain penelitian yang akan digunakan oleh peneliti menerapkan metode kuantitatif, lebih dalamnya adalah menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif. Pada penelitian eksplanatif, tata cara yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel adalah melalui pengujian hipotesis. Peneliti memilih metodologi kuantitatif dikarenakan bersifat objektif dan tidak mengikutsertakan analisis dan interpretasi subjektif peneliti. Tidak hanya itu, pendekatan kuantitatif juga menggunakan uji statistik untuk menganalisa data dan hasilnya dapat digeneralisasikan dari sampel yang representatif, untuk menghasilkan penafsiran yang kokoh (Kriyantono, 2010, hlm. 56).

Jenis penelitian yang peneliti gunakan untuk mengenali hubungan antara variabel independen (X) terpaan konten *influencer* Instagram dengan variabel dependen (Y) motivasi melakukan *online self disclosure* yaitu menggunakan studi korelasional. Penelitian korelasional bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antar dua variabel atau lebih, di mana nantinya dapat diketahui hubungan tersebut bersifat positif atau negatif (Kriyantono, 2010, hlm. 56).

Bentuk penelitian korelasional adalah di mana peneliti menggunakan statistik korelasional untuk menggambarkan dan mengukur tingkat atau asosiasi (hubungan) antara dua atau lebih variabel atau rangkaian skor (Creswell, 2014, hlm. 41). Maka dari itu, metode atau pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) terpaan konten *influencer* Instagram yang terdiri dari tiga aspek yaitu tingkat durasi (X1), frekuensi (X2) dan atensi (X3), terhadap variabel dependen yaitu motivasi melakukan *online self disclosure*.

3.2 Partisipan

Partisipan yang akan disurvei pada penelitian ini adalah pengikut atau *followers* dari akun *influencer* Instagram @catwomanizer. Mengingat argumentasi yang telah peneliti paparkan dalam bab I latar belakang penelitian (hlm. 9-11), juga setelah peneliti melakukan survei pendahuluan melalui Instagram pribadi pada bulan Maret 2020. Berdasarkan hasil survei pendahuluan, menunjukkan bahwa akun *influencer* @catwomanizer tersebutlah yang paling sesuai dengan kriteria penelitian yang peneliti inginkan. Pada pemilihan partisipan ini tentunya telah disesuaikan pula dengan tujuan penelitian. Dikarenakan subjek dalam penelitian ini adalah akun instagram *influencer* @catwomanizer, sehingga nantinya populasi dalam penelitian ini adalah pengikut atau *followers* dari akun @catwomanizer. Sampel pun akan diambil secara linear berdasarkan populasi penelitian, sehingga data yang didapat pun akan valid, juga memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan awal penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dimaknai oleh Bungin (2014, hlm. 109) sebagai keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuh-tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya, sehingga objek tersebut menjadi sumber penelitian. Pada penelitian ini, populasi yang diteliti oleh peneliti merupakan populasi terbatas. Populasi terbatas merupakan populasi yang memiliki sumber data yang jelas batas-batasnya secara kuantitatif.

Sesuai dengan penjelasan di atas, populasi dalam penelitian ini akan dilihat dari karakteristik kelas yang sama. Maka dari itu, populasi dari penelitian ini adalah pengikut akun *influencer* @catwomanizer pada media sosial Instagram, yang berjumlah 209.000 pengikut per tanggal 13 April 2020.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, atau bagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti. Bila jumlah populasi dipandang terlalu besar, dengan maksud menghemat waktu, biaya, dan tenaga, peneliti tidak meneliti seluruh anggota populasi. Bila peneliti bermaksud meneliti sebagian dari populasi saja (sampel), pertanyaan yang selalu muncul adalah berapa jumlah sampel yang memenuhi syarat. Ada hukum statistika dalam menentukan jumlah sampel, yaitu semakin besar jumlah sampel semakin menggambarkan keadaan populasi (Sukardi, 2004, hlm. 55).

Sampel dikatakan sebagai wakil semua unit strata dan sebagainya yang ada di dalam populasi (Bungin, 2014, hlm. 112). Serasi dengan pemaparan sebelumnya, jadi sampel merupakan satuan yang mewakili populasi. Terkait populasi yang homogen dan terbatas, maka semakin besar kemungkinan penggunaan sampel dalam jumlah kecil (Bungin, 2014, hlm. 114). Dikarenakan populasi penelitian sudah jelas yaitu *followers @catwomanizer*, maka penelitian ini akan menggunakan pengambilan sampel dengan teknik *simple random sampling*. Menurut Kerlinger (2006, hlm. 188) *simple random sampling* adalah metode penarikan dari sebuah populasi atau semesta dengan cara tertentu sehingga setiap anggota populasi atau semesta tadi memiliki peluang yang sama untuk terpilih atau terambil tanpa memerhatikan tingkatan yang ada di dalam anggota tersebut.

Maka dari itu, berdasarkan pemaparan dan penjelasan di atas, dalam melaksanakan penelitian ini, sampel akan dipilih berdasarkan kebutuhan utama peneliti dengan melihat rancangan dan tujuan penelitian. Sehingga dapat diringkas bahwa yang dapat dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah; (1) Pengguna aktif media sosial Instagram; (2) Merupakan pengikut akun *influencer @catwomanizer* di media sosial Instagram; dan (3) Pernah melihat, menonton atau membaca konten dari akun *influencer @catwomanizer* di media sosial Instagram.

Setelah menentukan teknik pengambilan sampel penelitian, untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil peneliti menggunakan rumus *Slovin* dengan taraf kepercayaan sepuluh persen. Menurut Kriyantono (2010, hlm. 162) untuk memperoleh generalisasi, dibutuhkan bobot sampel yang bisa dipertanggung jawabkan. Untuk memutuskan sampel berdasarkan populasi yang telah diketahui jumlahnya dapat menggunakan rumus *Slovin*. Maka dari itu sampel dihitung dengan formula sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1+N(e)^2)}$$

Keterangan;

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir. Batas kesalahan yang ditolerir bagi setiap populasi tidak sama yaitu, 1%, 2%, 3%, 4%, 5% atau 10%.

Lalu, pengukuran sampel dihitung dengan rincian di bawah ini;

$$n = \frac{N}{(1+N(e)^2)}$$

$$n = \frac{209.000}{(1+209.000(0.1)^2)}$$

$$n = \frac{209.000}{209.000(0.01)} = 99.99 \text{ dibulatkan menjadi } 100.$$

Maka dari itu, sesuai dengan perhitungan di atas, menurut rumus *Slovin* bahwa sampel *random* untuk penelitian ini dengan tingkat kepercayaan 10% ialah 99.99 atau dibulatkan menjadi 100 orang.

3.4 Instrumen Penelitian

3.4.1 Kuesioner (Angket)

Soehartono dalam Hikmat (2011, hlm. 77) mengatakan bahwa angket (*self-administered questionnaire*) adalah teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden. Istilah lain dari responden adalah informan yaitu orang yang memberikan tanggapan (respons) atau menjawab atas semua pertanyaan-pertanyaan yang diajukan.

Angket merupakan daftar pertanyaan yang kemudian diberikan kepada orang lain atau responden dengan maksud agar orang tersebut bersedia memberikan tanggapannya sesuai dengan permintaan pengguna (Arikunto, 2016, hlm. 103). Sementara kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk kemudian dijawabnya (Sugiyono, 2015, hlm. 135).

Berdasarkan definisi di atas, metode penelitian ini akan dilakukan oleh peneliti dengan menyebarkan kuesioner kepada pengikut atau *followers* akun *influencer @catwomanizer* pada media sosial Instagram. Penyebaran kuesioner akan dibuka atau dilakukan hingga jumlah sampel yang dibutuhkan terpenuhi, untuk selanjutnya peneliti akan mengolah hasil dari penyebaran kuisisioner tersebut guna menjawab rumusan masalah dan hipotesis penelitian.

3.4.2 Studi Kepustakaan

Creswell (2014, hlm. 68) mengemukakan bahwa salah satu komponen penting dalam melakukan penelitian adalah menentukan teori yang akan digunakan dalam mengeksplorasi rumusan masalah. Selain teori, konsep-konsep penting yang terdapat dalam penelitian sangat memperkaya arah penelitian. Teori dan konsep dalam penelitian didapatkan peneliti melalui studi kepustakaan berdasarkan kanal-kanal informasi ilmiah berupa buku, laman internet, data pemerintahan, jurnal penelitian, artikel, atau pun berkas data lain yang dibutuhkan dan terkait dengan penelitian.

Fitria Nissa Zahara, 2020

PENGARUH TERPAAN KONTEN INFLUENCER INSTAGRAM TERHADAP MOTIVASI MELAKUKAN ONLINE SELF DISCLOSURE

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Sejalan dengan penjelasan di atas, Darmawan (2013, hlm. 113) mengatakan dalam sebuah penelitian haruslah menggunakan teori yang berfungsi sebagai faktor pendukung penelitiannya. Peneliti dapat menulis mulai dari teori-teori maupun batasan tentang fokus masalah sampai dengan faktor pendukungnya. Penelitian yang dilakukan dengan mempelajari berbagai teori dan konsep, kemudian mengumpulkan buku-buku terkait yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti. Adapun rincian dari studi kepustakaan yang dijadikan sebagai rujukan teori atau sumber dan prinsip dalam penelitian ini yaitu berupa buku-buku mengenai komunikasi massa, komunikasi media baru dan psikologi komunikasi. Jurnal-jurnal penelitian terdahulu terkait media *exposure*, media sosial, *self disclosure* klasik dan juga online self disclosure, Instagram, dan lain sebagainya terkait judul penelitian. Lalu sumber internet terkait data-data survei, seperti survei pengguna Instagram, survei pengguna internet, survei pengikut akun Instagram dan semacamnya yang dibutuhkan oleh peneliti guna data pendukung. Juga artikel-artikel *online* terkait laman berita ataupun dokumentasi lainnya mengenai *influencer* Instagram yang diteliti.

3.4.3 Skala Pengukuran

Berbicara mengenai skala pengukuran, Darmawan (2013, hlm 169) menjelaskan bahwasanya skala Likert's adalah skala yang paling sering digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap instrumen pada skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif menjadi sangat negatif.

Skala Likert digunakan oleh peneliti sebagai upaya pengukuran untuk mengetahui kesetujuan dan kesetujuan responden terhadap objek melalui tiga pilihan kemungkinan sikap, yakni: positif, negatif, dan netral (Indrawan & Yaniawati, 2016, hlm. 118).

Tabel 3.1

Kriteria Bobot Penilaian

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai Pernyataan Positif	Bobot Nilai Pernyataan Negatif
-----------------	-----------------------------------	-----------------------------------

Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Netral	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Sumber : Adaptasi Penjelasan (Indrawan & Yaniawati, 2016, hlm. 118)

3.5 Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, peneliti mengukur dua variabel yaitu variabel independen atau bebas (X) dan variabel dependen atau terikat (Y). Menurut Sugiyono (2015, hlm. 53) variabel independen atau bebas adalah variabel yang diduga penyebab atau yang mempengaruhi variabel terikat. Variabel pengaruh terpaan konten *influencer* @catwomanizer pada Instagram sebagai variabel independen atau bebas (variabel X) yang meliputi tiga aspek di dalamnya yaitu durasi (X1), frekuensi (X2), dan atensi (X3).

Sedangkan variabel dependen atau terikat menurut Sugiyono (2015, hlm. 53) adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya atau variabel bebas. Variabel dependen dari penelitian ini adalah motivasi melakukan *online self disclosure* (variabel Y) yang terdiri dari beberapa indikator, antara lain ; (1) sikap dan pendapat; (2) selera dan minat; (3) pekerjaan atau studi; (4) uang; (5) kepribadian; dan (6) tubuh.

Agar lebih jelas, penjelasan variabel tersebut akan peneliti sajikan dan paparkan dalam definisi operasional variabel yang sebagaimana telah diringkas pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Variabel Independen: Pengaruh Terpaan Konten <i>Influencer</i>	Terpaan merupakan taraf konsumsi publik pada program tayangan yang dapat diuji dari frekuensi merupakan seberapa lama penonton melihat tayangan, durasi merupakan seberapa waktu menonton tayangan, dan atensi atau perhatian seberapa besar perhatian yang diberikan kepada tayangan (McQuail, 1987, hlm. 201-202)			

@catwomanizer pada Instagram (X)	Durasi (X1)	Seberapa waktu melihat tayangan.	1. Saya melihat unggahan foto dan video @catwomanizer dari awal sampai akhir.	Likert
			2. Saya membaca unggahan tulisan @catwomanizer di Instagram Stories dan <i>timeline</i> dari awal sampai akhir.	
	Frekuensi (X2)	Seberapa lama melihat tayangan.	3. Saya sering melihat unggahan foto dan video @catwomanizer di <i>timeline</i> .	Likert
			4. Saya sering membaca unggahan tulisan @catwomanizer di <i>timeline</i> .	
			5. Saya sering membuka Instagram <i>Stories</i> @catwomanizer.	
	Atensi (X3)	Seberapa besar perhatian yang diberikan kepada tayangan.	6. Saya selalu fokus saat melihat / menonton / membaca konten @catwomanizer.	Likert
			7. Saya tidak pernah ketinggalan info unggahan konten terbaru dari @catwomanizer.	
			8. Saya selalu memerhatikan dan memahami seluruh isi pesan dan makna dari konten @catwomanizer.	
			9. Saya merasa senang dan nyaman saat melihat / menonton / membaca konten	

			@catwomanizer.	
			10. Saya selalu tertarik terhadap isi konten @catwomanizer.	
			11. Saya tidak merasa bosan saat melihat / menonton / membaca konten @catwomanizer.	
Variabel Dependen :	Jourard & Lasakow (1958, hlm. 92) mengatakan bahwa terdapat beberapa faktor terkait dengan isi dan konten, yang dapat mengukur tingkatan sebuah pengungkapan diri seseorang di media sosial.			
Motivasi Melakukan <i>Online Self Disclosure</i> (Y)	Sikap dan Pendapat	Ungkapan tentang isu-isu atau masalah yang terjadi pada diri sendiri atau di sekitar, di mana hal-hal tersebut menjadi bagian dari identitas secara pribadi ataupun secara sosial.	12. Saya menjadi lebih vokal dalam mengungkapkan pendapat mengenai isu perempuan dan feminisme. 13. Saya menjadi lebih sering mengimplementasikan sikap <i>self love</i> atau mencintai diri sendiri. 14. Saya ikut serta dalam membantu mengedukasi <i>followers</i> saya mengenai <i>sex education</i> dan <i>sexual health</i> . 15. Saya menjadi lebih sering mengungkapkan cerita mengenai hubungan pribadi saya dengan lawan jenis. 16. Saya menjadi lebih berani untuk membahas mengenai hal-hal yang tabu atau tidak umum.	Likert

			17. Saya menjadi lebih sering berpendapat mengenai topik percintaan atau <i>dating</i> .	
	Selera dan Minat	Ungkapan tentang hal-hal apa saja yang dapat menggugah selera dan minat.	18. Saya menjadi lebih nyaman saat mengungkapkan selera dan minat saya dalam berbagai hal.	Likert
			19. Saya menjadi lebih sering mengunggah foto dan video makanan / minuman / tempat / <i>outfit of the day</i> favorit saya.	
			20. Saya menjadi lebih sering mengungkapkan dan membicarakan kegiatan atau hobi yang sedang saya jalani saat ini.	
	Pekerjaan atau Studi	Ungkapan tentang apa yang membuat seseorang menjadi tidak dapat menikmati atau tidak disukai dan mengganggu pekerjaan, serta hal menyenangkan dari pekerjaan.	21. Saya menjadi lebih berani mengungkapkan kesukaan / ketidaksukaan terhadap pekerjaan / studi saya saat ini.	Likert
			22. Saya menjadi lebih berani mengungkapkan bahwa saya menikmati / tidak menikmati pekerjaan / studi saya saat ini.	
			23. Saya menjadi lebih berani mengungkapkan masalah yang sedang saya hadapi dalam pekerjaan / studi saya saat ini.	

			24. Saya menjadi lebih bangga untuk mengungkapkan prestasi yang saya raih dalam pekerjaan / studi saya saat ini.	
	Uang	Ungkapan tentang uang yang umumnya terkait dengan harapan, apa yang ingin dilakukan, dan bagaimana kehidupan yang diinginkannya dengan uang.	25. Saya menjadi lebih terbuka dalam mengungkapkan hal-hal yang saya lakukan dengan uang saya. 26. Saya tidak malu untuk mengungkapkan keadaan ekonomi saya.	Likert
	Kepribadian	Ungkapan tentang hal-hal terbaik dalam diri seseorang serta kemungkinan hal-hal yang paling tidak disukai dalam dirinya.	27. Saya mengakui bahwa saya mencintai diri saya sendiri. 28. Saya menjadi lebih bijak dalam mengungkapkan kelebihan yang saya miliki. 29. Saya bangga saat mengungkapkan hal-hal yang saya sukai / tidak sukai dari diri saya sendiri. 30. Saya menjadi lebih berani saat mengakui kekurangan yang saya miliki.	Likert
	Tubuh	Ungkapan tentang nilai dan ekspektasi mengenai hal-hal yang dimiliki secara fisik, sejauh mana yang sesuai atau tidak	31. Saya menjadi lebih tenang setelah mengungkapkan bahwa saya bangga akan wajah yang saya miliki. 32. Saya menjadi lebih bangga setelah mengungkapkan	Likert

		sesuai dengan harapan.	mengenai bentuk tubuh saya yang sempurna.	
			33. Saya menjadi lebih percaya diri saat mengungkapkan bahwa saya bangga dengan kelebihan yang fisik saya miliki.	
			34. Saya menjadi lebih terbuka dan jujur saat mengungkapkan bahwa saya menerima kekurangan yang fisik saya miliki.	
			35. Saya menjadi lebih termotivasi untuk <i>speak up</i> mengenai <i>body positivity</i> .	

Sumber : Olahan peneliti, 2020

3.6 Pengujian Instrumen Penelitian

Setelah menyusun sebuah instrumen penelitian, untuk menilai kelayakan sebuah instrumen agar dapat dipakai sebagai sumber data primer, perlu dilaksanakannya pengujian instrumen penelitian. Operasional variabel di atas kemudian perlu diuji melalui uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengetahui bahwa instrumen penelitian tidak diragukan validitas dan reliabilitasnya jika disebarkan kepada responden.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan mengukur tingkat keabsahan suatu instrumen penelitian, kuesioner penelitian yang akan disebarkan kepada responden penelitian harus lulus uji validitas terlebih dahulu. Dalam penelitian kuantitatif, kriteria utama adalah data hasil penelitian adalah valid, reliabel, dan objektif (Sugiyono, 2015, hlm. 267). Validitas ialah derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek dalam penelitian dengan data yang dapat dilaporkan. Data

yang valid merupakan data yang tidak berbeda antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada responden.

Hikmat (2011, hlm. 85) berpendapat bahwa validitas merupakan tujuan dan bukan merupakan hasil. Untuk mencapai derajat yang terpercaya dan bermanfaat, penelitian tidak harus menampilkan kebenaran objektif tetapi buktinya. Instrumen yang diuji keabsahannya haruslah valid karena berarti alat ukur yang nantinya akan digunakan untuk memperoleh hasil penelitian yang valid sesuai dengan masalah yang diteliti. Rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen ini adalah *product moment* dari Karl Pearson sebagai berikut :

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

Keterangan :

r_{xy} : r hitung

$\sum X$: jumlah skor item

Σ : jumlah skor total

N : jumlah individu dalam sampel

Hasil perhitungan r_{xy} atau r hitung selanjutnya dibandingkan dengan r_{tabel} , untuk r_{tabel} dengan responden 30 orang sebesar 0.361 dengan tingkat kesalahan 5%. Valid tidaknya ditentukan dengan dasar pengambilan keputusan :

1. $r_{xy} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid (sahih)
2. $r_{xy} < r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid (tidak sah).

Berikut hasil uji validitas terhadap 30 orang responden. Uji validitas menguji dua variabel utama, yakni; terpaan konten *influencer* Instagram (sebagai variabel X), dan motivasi melakukan *online self disclosure* (sebagai variabel Y). Instrumen yang diujikan memuat 35 *items* dengan hasil validitas yang disajikan pada tabel 3.3 dan 3.4 di bawah ini.

Tabel 3.3
Hasil Uji Validitas Variabel X

No Item	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai R Tabel	Hasil
Item 1	0.667	0.361	Valid
Item 2	0.751	0.361	Valid
Item 3	0.587	0.361	Valid
Item 4	0.787	0.361	Valid
Item 5	0.764	0.361	Valid
Item 6	0.759	0.361	Valid
Item 7	0.651	0.361	Valid
Item 8	0.550	0.361	Valid
Item 9	0.442	0.361	Valid
Item 10	0.617	0.361	Valid
Item 11	0.434	0.361	Valid

Sumber : Olahan Peneliti, 2020

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi dari setiap butir pertanyaan atau *items* lebih besar dari nilai kritis (r tabel) yaitu 0.361. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan untuk terpaan konten *influencer* Instagram valid dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian serta dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas Variabel Y

No Item	<i>Pearson Correlation</i>	Nilai R Tabel	Hasil
Item 12	0.423	0.361	Valid
Item 13	0.715	0.361	Valid
Item 14	0.376	0.361	Valid
Item 15	0.375	0.361	Valid
Item 16	0.634	0.361	Valid
Item 17	0.505	0.361	Valid
Item 18	0.580	0.361	Valid
Item 19	0.528	0.361	Valid
Item 20	0.457	0.361	Valid
Item 21	0.497	0.361	Valid
Item 22	0.573	0.361	Valid
Item 23	0.504	0.361	Valid
Item 24	0.480	0.361	Valid
Item 25	0.466	0.361	Valid
Item 26	0.607	0.361	Valid
Item 27	0.628	0.361	Valid
Item 28	0.833	0.361	Valid
Item 29	0.825	0.361	Valid
Item 30	0.628	0.361	Valid

Item 31	0.710	0.361	Valid
Item 32	0.550	0.361	Valid
Item 33	0.501	0.361	Valid
Item 34	0.548	0.361	Valid
Item 35	0.671	0.361	Valid

Sumber : Olahan Peneliti, 2020

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi dari setiap butir pertanyaan atau *items* lebih besar dari nilai kritis (r tabel) yaitu 0.361. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan untuk motivasi melakukan *online self disclosure* valid, dan layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian serta dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya. Berdasarkan hasil dari uji validitas variabel X dan Y di atas menunjukkan bahwa item-item yang valid dianggap layak dan dapat dijadikan alat ukur penelitian. Untuk selanjutnya, item-item penelitian tersebut akan diujikan melalui uji reliabilitas guna mengetahui apakah instrumen penelitian reliabel atau tidak.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan sejauh mana temuan-temuan penelitian dapat direplikasi. Apabila penelitian dilakukan berulang maka akan menghasilkan kesimpulan yang sama. Dalam konteks penelitian kuantitatif terutama terkait dengan benda-benda mati, reliabilitas dapat terpenuhi tetapi ketika berbicara manusia dalam konteks kajian ilmu sosial yang mengkaji pikiran, sikap, dan perilakunya, konsep reliabilitas sulit untuk terpenuhi karena manusia itu adalah makhluk yang berubah (Hikmat, 2011, hlm. 90).

Selain menguji validitas suatu instrumen harus lulus uji reliabilitas karena instrumen penelitian yang akan digunakan untuk mengukur penelitian, selain harus valid harus juga reliabel artinya instrumen tersebut dapat dipercaya. Dalam mencari reliabilitas internal yaitu dengan melalui cara menganalisis alat ukur dari satu kali pengukuran dan rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah teknik Alpha Croanbanch (Riduwan, 2004, hlm. 125) yaitu, di mana:

- r_{11} : Reliabilitas Instrumen
- k : Banyaknya Soal
- $\Sigma\sigma^2_t$: Jumlah Variansi Butir Soal
- σ^2_t : Variansi Total

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

(Arikunto, 2016, hlm. 239)

Sedangkan untuk melihat signifikansi, reliabilitasnya, dilakukan dengan mendistribusikan rumus *student t*, yaitu :

$$t_{hit} = \frac{r_{xy} \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dengan dasar pengambilan keputusan :

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian reliabel
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian tidak reliabel

Metode Alpha Cronbach diukur menggunakan skala dari 0 – 1. Skala diklasifikasikan menjadi enam untuk menentukan keberhasilan suatu instrumen. Klasifikasi dijabarkan sebagai berikut :

1. Alpha Cronbach Skor 0,0 – 0,5 artinya tidak dapat terima
2. Alpha Cronbach Skor 0,51 – 0,6 artinya tidak buruk
3. Alpha Cronbach Skor 0,71 – 0,8 artinya dapat diterima
4. Alpha Cronbach Skor 0,81 – 0,9 artinya bagus
5. Alpha Cronbach Skor 0,91 – 1 artinya sangat bagus

Uji reliabilitas instrumen penelitian ini dilaksanakan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS versi 25 dengan hasil sebagai berikut :

Tabel 3.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Hasil
Terpaan Konten <i>Influencer</i> Instagram @catwomanizer	0.815	Bagus
Motivasi Melakukan <i>Online Self Disclosure</i>	0.905	Bagus

Sumber : Olahan Peneliti, 2020

3.7 Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian merupakan langkah atau urutan yang harus diikuti dan dilalui oleh peneliti dalam menyusun sebuah penelitian. Ada beberapa tahap prosedur penelitian yang dimulai, mulai dari mencari masalah yang ingin diteliti, hingga pada akhirnya menulis kesimpulan dari penelitian yang telah dijalani. Berikut beberapa prosedur penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti:

1. Peneliti membuat dan mengidentifikasi persoalan, masalah atau kasus yang akan diteliti.
2. Peneliti melakukan studi pendahuluan dengan mencari informasi dan data-data awal yang berguna untuk penelitian seperti penelitian terdahulu dari berbagai jurnal.
3. Peneliti membuat rumusan permasalahan penelitian yang hendak diteliti dengan melihat data-data yang didapat.
4. Peneliti memilih metodologi yang sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan metode kuantitatif.
5. Peneliti merumuskan hipotesis atau kemungkinan yang akan terjadi pada rumusan masalah.
6. Peneliti mencari sumber data informasi, kajian serta referensi yang bermanfaat bagi seluruh isi penelitian ini, terutama data variabel.
7. Peneliti mengumpulkan data ke lapangan, yaitu kepada pengikut atau *followers* dari akun *influencer* Instagram @catwomanizer.
8. Setelah data terkumpul juga memadai, peneliti mengolah dan menganalisis data dengan menggunakan aplikasi *software* SPSS 25 untuk mengetahui hasilnya.

9. Setelah pengolahan data selesai, peneliti menarik kesimpulan, implikasi dan rekomendasi sesuai dengan prosedur penelitian di atas.

3.8 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode berikut :

3.8.1 Metode Analisis Data Deskriptif

Darmawan (2013, hlm. 49) menjelaskan bahwa analisa deskriptif memiliki tujuan untuk mendeskripsikan bagaimana suatu objek atau kegiatan yang menjadi perhatian peneliti. Mengingat sampel yang digunakan yaitu representatif, maka penelitian ini lebih terstruktur dari penelitian eksplorasi. Penelitian ini juga dapat berfungsi sebagai penelitian perantara guna keperluan penelitian lebih lanjut analisis data dilakukan guna menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan pada bagian rumusan masalah.

Analisis deskriptif digunakan dalam menjawab rumusan masalah mengingat penelitian ini ditujukan untuk mengetahui terkait pengaruh terpaan konten *influencer* Instagram terhadap motivasi melakukan *online self disclosure*. Kusnendi (2017, hlm. 6) menjelaskan bahwa analisis data yang dilakukan dengan tahapan: (1) menentukan kriteria kategorisasi; (2) menghitung nilai statistik deskriptif; dan (3) mendeskripsikan variabel.

1. Kriteria Kategorisasi

$$X > (\mu + 1,0\sigma) \quad : \text{Tinggi}$$

$$(\mu - 1,0\sigma) \leq X \leq (\mu + 1,0\sigma) \quad : \text{Moderat / Sedang}$$

$$X < (\mu - 1,0\sigma) \quad : \text{Rendah}$$

Dengan:

$$X = \text{Skor Empiris}$$

$$\mu = \text{rata-rata teoritis} = (\text{skor min} + \text{skor maks})/2$$

$$\sigma = \text{simpangan baku teoritis} = (\text{skor maks} - \text{skor min})/6$$

2. Distribusi Frekuensi

Merubah data variabel menjadi data ordinal sebagaimana tercantum pada Tabel 3.6 di bawah ini :

Tabel 3.6
Kategori Variabel Distribusi Frekuensi

Kategori	Nilai
Tinggi	3
Moderat	2
Rendah	1

Sumber: Kusnendi, 2017, hlm. 6

3.8.2 Metode Analisis Data Kuantitatif

Chun Li dalam Darmawan (2013, hlm. 61) mengutarakan pendapatnya bahwa analisis jalur adalah salah satu bentuk analisis statistik yang dapat digunakan untuk menguji beberapa hipotesis penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, penganalisan data akan menggunakan teknik analisis regresi *multiple* (ARM). Jenis data yang terkumpul yaitu data interval. Analisis tersebut merupakan metode statistika *multivariate* dependensi yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara beberapa variabel (IV) dengan satu variabel dependen (DV), mengetahui besarnya pengaruh IV terhadap DV, serta memprediksi nilai DV atas dasar nilai IV yang diketahui (Kusnendi, 2017, hlm.2).

Penelitian ini menggunakan alat bantu program SPSS (*Statistical Package For The Social Science*) for windows dengan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$\text{Unstandardized : } Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$\text{Standardized : } Y = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \beta_3 X_{3i} + e$$

Di mana:

Y : *Online Self Disclosure*

β_0 : Konstanta regresi

β_1 : Konstanta regresi X

X_{1i} : Frekuensi

X_{2i} : Durasi

X_{3i} : Atensi

e : Standar error

3.9 Pengujian Analisis Data

3.9.1 Uji Normalitas

Sebuah penelitian memerlukan uji normalitas data. Uji ini merupakan ketentuan pokok yang perlu dipenuhi dalam analisis parametrik. Statistik parametrik memerlukan terpenuhi banyak asumsi, asumsi yang utama adalah data yang akan dianalisis harus berdistribusi normal (Sugiyono, 2015, hlm. 172).

Normalitas suatu data penting karena dengan data yang berdistribusi normal atau mendekati normal, maka data tersebut terdistribusi normal dan data dianggap dapat mewakili suatu populasi. Maka dari itu pengolahan data normalitas tersebut dapat dilakukan dengan bantuan program SPSS.

Pada analisa penelitian, peneliti akan menggunakan metode *Kolmogrov-Smirnov*. Sugiyono (2015, hlm. 150) menjelaskan terkait kriteria dari uji normalitas metode *Kolmogrov-Smirnov* adalah sebagai berikut:

- Jika nilai probabilitas (*Asymtotic Significant*) $<0,05$ maka distribusi tidak normal.
- Jika nilai probabilitas (*Asymtotic Significant*) $>0,05$ maka distribusi normal.

3.9.2 Uji Multikolinieritas

Kusnendi (2007, hlm. 51) menjelaskan uji multikolinieritas sebagai uji yang dapat menggambarkan mengenai kondisi variabel bebas atau variabel penyebab terhadap hubungan yang sempurna. Dalam kebutuhan penelitian ini, uji multikolinieritas berfungsi untuk menggambarkan apakah terjadi hubungan sempurna antara variabel pengaruh terpaan konten *influencer* Instagram terhadap motivasi melakukan *online self disclosure*. Uji ini tidak dapat dilanggar, bilamana sampel dalam penelitian ditemukan adanya masalah terhadap uji ini akan menghasilkan model yang tidak dapat untuk diprediksi.

Ghozali (2011, hlm. 106) juga menjelaskan parameter uji multikolinieritas dipandang dari nilai VIF. Jika nilai VIF $< 10,00$ maka data yang dapat disimpulkan bebas dari gejala multikolinieritas.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011, hlm. 139-143) uji heteroskedastisitas merupakan suatu pengujian yang bertujuan untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan varian dalam model regresi dari residuan antara satu pengamatan terhadap pengamatan lainnya. Dalam keperluan ini model regresi yang diterapkan yakni pengujian terhadap model regresi pada pengaruh terpaan konten *influencer* Instagram terhadap motivasi melakukan *online self disclosure*. Kedua model regresi ini akan digunakan dalam menunjukkan bentuk model yang terjadi antara variabel bebas dan terikat.

3.9.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dalam perspektif Ghozali (2011, hlm. 110) bertujuan untuk menguji bagaimana model regresi linier berjalan, adakah korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode $t-1$. Model regresi linier yang diujikan antara pengaruh terpaan konten *influencer* Instagram terhadap motivasi melakukan *online self disclosure*. Jika terjadi demikian, maka terdapat indikasi masalah.

Pada penelitian ini akan menguji autokorelasi dengan menggunakan metode *Durbin Watson* atau disebut *DW Test* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

1. Jika $DW < dL$ atau $DW > 4 - dL$, maka terdapat autokorelasi
2. Jika $dU < DW < 4 - dU$, maka tidak terdapat autokorelasi
3. Jika $dL \leq DW \leq dU$ atau $4 - dU \leq DW \leq 4 - dL$, uji *Durbin Watson* tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti (*inclusive*).

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Korelasi

Ketika suatu data penelitian sudah terkumpul secara lengkap, maka langkah selanjutnya ialah menghitung data dengan menggunakan uji korelasi. Hal ini bertujuan untuk menentukan apakah terdapat atau tidak terdapat hubungan antar variabel, serta menghitung seberapa erat hubungan antar variabel, juga seberapa berarti atau tidaknya hubungan tersebut (Arikunto, 2016, hlm. 313). Analisis korelasi menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{nn(\sum XXYY) - (XX\sum YY)}{\sqrt{nn(\sum XX^2) - (\sum XX)^2}\{nn(\sum YY^2) - (\sum YY)^2\}}$$

Keterangan :

r_{xy} : Korelasi *Pearson's Product Moment*

n : Jumlah populasi

$\sum x$: Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum y$: Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum x^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

$\sum y^2$: Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

$\sum xy$: Jumlah perkalian butir X dan Y

Hubungan positif antar dua variabel dapat dilihat dari uji korelasi menggunakan rumus Korelasi *Pearson's Product Moment* dengan merujuk pada pedoman interpretasi dari Sugiyono (2015, hlm. 184).

Tabel 3.7

Tabel Pearson's Product Moment

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
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

(Sumber : Sugiyono, 2014, hlm. 184)

3.10.2 Pengujian Secara Parsial (Uji-T)

Uji t merupakan suatu prosedur di mana hasil sampel dapat digunakan untuk verifikasi kebenaran dan kesalahan hipotesis (H_0) (Rohmana, 2010, hlm. 48). Dasar pengambilan keputusan untuk uji t dibuat berdasarkan hasil uji statistik yang diperoleh berdasarkan data yang telah terkumpul. Uji t bertujuan untuk menguji nilai signifikansi dari setiap tingkat variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Secara sederhana t hitung dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$Tbk = \frac{b_k}{\sqrt{(RJK_{Res}) C_{ii} C}}$$

(Kusnendi, 2017, hlm. 4)

Kriteria keputusan untuk menolak dan menerima H_0 sebagai berikut :

1. Jika nilai t hitung > nilai t kritis, maka H_0 ditolak atau menerima H_a artinya variabel tersebut signifikan
2. Jika nilai t hitung < nilai t kritis, maka H_0 diterima atau menerima H_a artinya variabel tersebut tidak signifikan

3.10.3 Uji Simultan (Uji F)

Uji F berfungsi untuk menguji hipotesis yang mencakup seluruh variabel dalam penelitian. Pengujian hipotesis secara keseluruhan merupakan penggabungan dalam menghitung variabel bebas terhadap variabel terikat untuk kemudian diketahui seberapa besar pengaruh yang ditimbulkan (Kusnendi, 2017, hlm. 4).

Uji F merupakan penggabungan dari pengujian seluruh hipotesis, yaitu penggabungan variabel X terhadap variabel terkait Y untuk berapa besar pengaruhnya. Langkah-langkah menghitung uji F sebagai berikut :

$$H_0 : b_1 = b_2 = \dots = b_k = 0$$

$$H_1 : \text{minimal ada sebuah } b \neq 0$$

$$F = \frac{RJK_{reg}}{RJK_{res}}$$

(Kusnendi, 2017, hlm. 4)

3.10.4 Koefisien Determinasi

Tujuan dari uji koefisien determinasi ini untuk mengetahui persentase kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Jadi untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dihitung dengan rumus koefisien korelasi yang telah diketahui sebelumnya. Adapun perhitungannya adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Nilai koefisien determinan

r^2 : Nilai koefisien korelasi