

BAB III

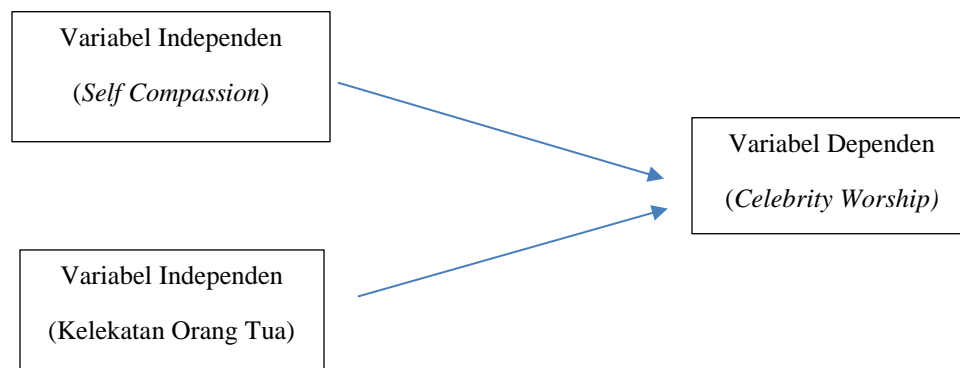
METODE PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan menjelaskan metode penelitian yang akan digunakan terkait subjek penelitian, desain penelitian, variabel penelitian, instrumen, prosedur, dan analisis data.

A. Metode dan Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan desain korelasional, yang menghubungkan *self compassion* dan kelekatan dengan *celebrity worship* pada fans *K-Pop*. Desain penelitian korelasional bertujuan untuk melihat kontribusi variabel (X_1) dan variabel (X_2) terhadap variabel (Y).

Maka model penelitian yang akan dilakukan, selain akan menguji kontribusi dari variabel independen (X_1) terhadap variabel (Y), akan pula menguji apakah terdapat peranan variabel independen variabel (X_2) dalam terhadap variabel dependen (Y).



Gambar 3.1

Desain Penelitian

B. Populasi, Sampel, dan Responden

Penelitian ini dilaksanakan untuk melihat kontribusi kelekatan dan *self compassion* dengan *celebrity worship*, sehingga subjek dalam penelitian ini berfokus pada penggemar *K-Pop*. *Celebrity worship* di sini berfokus pada *K-Pop* sehingga subjek utama berfokus pada penggemar *K-Pop*.

Populasi dalam penelitian ini adalah penggemar *K-Pop*. Sedangkan, Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2012). Sampel dalam penelitian ini merupakan penggemar *K-Pop*. Teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik *snow ball*, yaitu yang meminta kesediaan responden untuk menyebarkan kepada responden yang lain, karena populasi *fans K-Pop* yang tidak dapat ditentukan dengan jelas. Teknik *snow ball* digunakan karena memudahkan peneliti untuk menjangkau data secara *online*, sebab peneliti tidak memberikan kuesioner secara langsung dan juga mengupayakan data lebih banyak dari penggemar *K-Pop* di Kota Bandung yang sulit untuk ditemui satu per satu.

Berikut data demografis pada penelitian ini yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan, dan status tinggal bersama. Data tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Gambaran Umum Demografis Responden

Demografis	Kategori	Frekuensi	Persentase
Usia	<19	65	27.9%
	19-25	159	68.2%
	>25	9	3.9%
Total		233	100%
Jenis Kelamin	Laki-laki	35	15%
	Perempuan	198	85%
Total		233	100%
Pendidikan	SMP dan sederajat	5	2.1%
	SMA dan sederajat	57	24.5%
	Diploma	16	6.9%
	Strata 1	153	65.7%
	Strata 2	2	0.9%

	Total	233	100%
Tinggal Bersama	Orang tua (Ayah dan ibu)	164	70.4%
	Ibu	30	12.9%
	Ayah	5	2.1%
	Wali	9	3.9%
	Kost	25	10.7%

Pada tabel 3.1 menunjukkan hasil responden sebanyak 233 orang. Responden yang paling banyak mengikuti penelitian ini merupakan *fans K-Pop* berusia 19-25 tahun dengan jumlah 159 responden (68.2%) dan paling sedikit pada usia >25 tahun sejumlah 9 responden (3.9%). Dalam kategori jenis kelamin, menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan sejumlah 198 orang (85%) lebih banyak daripada laki-laki sebanyak 35 orang (15%). Selanjutnya berdasarkan pendidikan, responden pendidikan Strata 1 berjumlah 153 orang (65.7%) mendominasi pada penelitian ini. Kemudian diikuti responden dengan pendidikan SMA dan sederajat sejumlah 57 orang (24.5%), pendidikan Diploma 16 orang (6.9%), pendidikan SMP dan sederajat sejumlah 5 orang (2.1%), dan terakhir dengan pendidikan Strata 2 sejumlah 2 orang (0.9%). Berdasarkan tempat tinggal, responden paling banyak tinggal bersama kedua orang tuanya dengan jumlah 164 orang (70.4%) dan paling sedikit tinggal bersama ayah yang berjumlah 5 orang (2.1%).

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang terdiri dari *self compassion* sebagai variabel independen (X_1) dan variabel independen kelekatan (X_2), *celebrity worship* sebagai variabel dependen (Y). Variabel independen merupakan variabel yang berkontribusi dengan variabel dependen.

2. Definisi operasional

Variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini akan dioperasionalisasikan sebagai berikut:

a. Definisi Operasional *Celebrity worship*

Celebrity worship merupakan tingkat perilaku ketertarikan *fans K-Pop* untuk mencari hiburan (*entertainment*) kepada idolanya (McCutheon, Lange, & Houran, 2003). Yang dilihat berdasarkan tiga dimensi yaitu *entertainment-social value* dan *intense-personal* melalui alat ukur *celebrity attitude scale (CAS)*. Secara operasional, dua dimensi tersebut dijelaskan sebagai berikut:

- 1) *Entertainment-social* adalah tingkat ketika *fans* tertarik pada idola *K-Pop* dan kehidupannya karena kemampuan idola *K-Pop* dalam menghibur dan sebagai sumber interaksi sosial. *Fans* menikmati hasil karya idola *K-Pop*nya, membicarakan idola *K-Pop* dengan teman-teman, dan mengetahui informasi mengenai idola *K-Pop*nya.
- 2) *Intense personal feeling* adalah tingkat ketika *fans* memiliki perasaan yang kuat dan cenderung terobsesi pada idola *K-Pop*nya. *Fans* merasa cemburu ketika idola *K-Pop*nya memiliki pacar, *fans* marah ketika ada orang menghina idola *K-Pop*nya, dan terobsesi dengan detail kehidupan pribadi idola *K-Pop*.

b. Definisi Operasional Kelekatan dengan Orang Tua

Kelekatan dengan orang tua merupakan persepsi remaja tentang dimensi afektif/kognitif positif dan negatif dari hubungan dengan orang tua (Armsden & Greenberg, 1987). Dalam penelitian ini dilihat kelekatan yang terjadi pada *fans K-Pop* dengan orang tuanya yang dinilai dari *Inventory of Parent and Peer Attachment (IPPA)*. IPPA disusun dalam beberapa dimensi yaitu, *trust*, *communication*, dan *alienation* yang dijelaskan sebagai berikut.

- 1) *Trust*, yang mengacu pada individu percaya bahwa orang tua memahami dan menghormati kebutuhan dan keinginan mereka.

- 2) *Communication*, yang mengacu pada persepsi individu bahwa orang tua sensitif dan responsif terhadap keadaan emosional mereka dan menilai tingkat dan kualitas keterlibatan dan komunikasi verbal dengan mereka.
- 3) *Alienation*, yang mengacu pada perasaan isolasi, kemarahan, dan perasaan individu yang dialami dalam hubungan keterikatan dengan orang tua.

c. Definisi Operasional *Self Compassion*

Self compassion merupakan suatu tindakan atau pemahaman individu dalam menyikapi pengalaman menyedihkan dalam hidup seperti kegagalan, ketidakmampuan diri dianggap sebagai hal yang wajar dialami dirinya maupun oleh semua orang (Neff, 2003a). Penelitian ini diukur melalui alat ukur *Self Compassion Scale* (SCS) dari Neff (2016). *Self compassion* disusun dengan dimensi *Self-kindness vs. Self-judgement*, *Common Humanity vs. Isolation*, *Mindfulness vs. Over-identification* yang dijelaskan sebagai berikut.

- 1) *Self-kindness vs. Self-judgement*, individu menjadi hangat dan mengerti kepada diri sendiri saat mengalami penderitaan, kegagalan, atau merasa sedang tidak seimbang dibandingkan untuk tidak menghiraukan kesakitan atau kepedihan dengan mengkritik diri.
- 2) *Common Humanity vs. Isolation*, individu meningkatkan kesadaran bahwa penderitaan dan kesalahan diri adalah pengalaman dari kehidupan manusia. Jadi sesuatu pasti pernah dilewati oleh semua orang daripada merasa bahwa hanya individu itu sendiri yang pernah merasakan.
- 3) *Mindfulness vs. Over-identification*, individu menyeimbangkan emosi negatif bukan dengan memberikan tekanan atau mengabaikan.

D. Instrumen Penelitian

1. *Celebrity worship*

Instrumen penelitian untuk mengukur variabel *celebrity worship* adalah skala *CAS (Celebrity Attitude Scale)* yang dikembangkan oleh McCutcheon pada tahun 2003. Alat ukur *celebrity worship* pertama kali dikemukakan oleh McCutcheon, Lange, dan Houran pada tahun 2002. Alat ukur ini mengacu pada alat ukur *Parasocial Interaction Scale (PSI)* untuk mengetahui figur media favorit. Alat ukur ini juga melihat dari perspektif alat ukur *Celebrity Appeal Questionnaire (CAQ)* untuk melihat hubungan operasionalitas konstruk dengan minat parasosial.

Dalam penelitian, peneliti menggunakan alat ukur yang telah diadaptasi dan telah mendapatkan izin untuk digunakan, dalam bahasa Indonesia dan telah diuji kelayakannya oleh Nirmala (2015), yang diberikan kepada 131 responden dari komunitas penggemar *K-Pop* HKLC Bandung. Aspek yang diukur dalam instrumen tersebut memiliki 2 aspek yaitu *entertainment-social value* dan *intense-personal feeling*. Instrumen *Celebrity Attitude Scale (CAS)* sudah diuji kelayakan item dan realibilitasnya dan menunjukkan indeks realibilitasnya sebesar 0,96. Kemudian peneliti menghitung reliabilitas perdimensi dengan *Cronbach Alpha*, dimensi *entertainment social value* sebesar 0.86 dan *intense personal feeling* sebesar 0.86.

Alat ukur *celebrity worship* menggunakan skala Likert dengan 4 pilihan jawaban, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS). Penilaian pilihan jawaban tiap item dibedakan berdasarkan jenis item *favorable* dan *unfavorable*.

Tabel 2.1 Penilaian item pernyataan

Pilihan Jawaban	Nilai Item	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
STS	1	4
TS	2	3

S	3	2
SS	4	1

2. Instrumen Kelekatan

Instrumen Kelekatan dalam penelitian ini diukur menggunakan *Inventory of Parent and Peer Attachment* (IPPA; Armsden & Greenberg, 1987 dalam Rosenberg, 2006). Alat ukur kelekatan IPPA (*Inventory Parent and Peer Attachment*) ditemukan oleh Armsden dan Greenberg pada tahun 1987. Yang kemudian dikembangkan oleh penulis yang sama pada tahun 2009. Pada tahun 1987 diuji pada responden berumur 12 tahun dan kemudian diuji kepada responden berumur 16 sampai 20 tahun. Sebelum direvisi, item berjumlah 25 dan setelah direvisi menjadi 75 item. Yang membedakan adalah kelompok item yaitu, 25 item mengenai ibu, 25 item mengenai ayah, dan 25 item mengenai teman sebaya.

Adapun instrumen sudah memiliki adaptasi kepada bahasa Indonesia dan peneliti sudah mendapatkan izin menggunakan instrumen tersebut. IPPA merupakan instrumen yang mengukur kelekatan berdasarkan dimensi kognitif dan afektif individu. IPPA disusun berdasarkan paradigma kelekatan yang diungkapkan oleh Bowlby yaitu *trust*, *communication* dan *alienation* yang terdiri dari 25 aitem pernyataan kepada Ayah dan Ibu. Instrumen *Inventory of Parent and Peer Kelekatan* (IPPA) sudah diuji kelayakan item dan reliabilitasnya dan menunjukkan indeks reliabilitasnya sebesar 0,895. Kemudian peneliti menghitung reliabilitas perdimensi dengan *Cronbach Alpha*, dimensi *trust* sebesar 0.91, *communication* sebesar 0.89, dan *alienation* sebesar 0.82. Setiap item pernyataan diberi bobot 1-4 menggunakan *likert rating*, dimana terdapat pernyataan *favorable* dan pernyataan *unfavorable*.

3. Instrumen *Self-Compassion*

Instrumen *self-compassion* dalam penelitian ini diukur menggunakan ukur *Self-compassion Scale* (SCS) oleh Neff (2016). SCS merupakan instrumen yang

melihat hubungan dengan diri sendiri dalam hal-hal yang dianggap gagal, tidak mampu, atau penderitaan pribadi. Alat ukur ini pertama kali diperkenalkan oleh Neff pada tahun 2003 dengan berjumlah 26 item dan kemudian dikembangkan oleh Neff sendiri pada tahun 2010 menjadi instrumen lebih singkat yang diberi nama *Self Compassion Scale Short Form* dengan berjumlah 12 item.

Dalam penelitian, peneliti menggunakan alat ukur yang telah diadaptasi dalam bahasa Indonesia dan telah di uji kelayakannya oleh Tria (2013), yang diberikan kepada 250 responden wanita janda di Bandung. Instrumen *Self Compassion Scale* (SCS) sudah diuji kelayakan item dan realibilitasnya dan menunjukkan indeksi realibilitas sebesar 0.77. Kemudian peneliti menghitung reliabilitas perdimensi dengan *Cronbach Alpha*, dimensi *self kindness vs. self judgmenet* sebesar 0.41, *common humanity vs isolation* sebesar 0.42, dan *mindfulness vs. over identification* sebesar 0.52.

E. Analisis Data

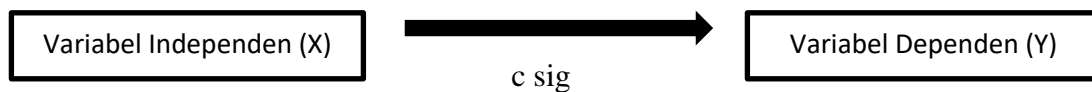
Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan untuk mengetahui kontribusi antar variabel adalah dengan menggunakan analisis data statistik. Untuk mencari keeratan hubungan maka akan digunakan analisis linear sederhana dan *multiple linear regression*. Maka data dapat yang diubah menjadi data rasio atau interval. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini akan terlebih dahulu menggunakan uji normalitas data, yang bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi data yang didapat.

Data yang diperoleh dari CAS, IPPA, dan SCS akan diuji normalitasnya untuk mengetahui distribusi data yang didapat normal atau tidak normal melalui kurva. Serta data yang dikumpulkan harus memiliki nilai signifikansi di atas 0.05 untuk dikatakan sebagai distribusi normal. Adapun jenis data yang diperoleh dari ketiga alat ukur ini berjenis interval. Penelitian ini dilakukan untuk menjawab hipotesis utama mengenai *self compassion* dan kelekatan yang berkontribusi dengan *celebrity worship*.

Penelitian ini melakukan uji korelasi variabel independen (X_1) dan variabel independen (X_2) yang signifikan. Maka untuk mengetahui nilai korelasi antar variabel maka digunakan teknik *pearson-product moment* karena basis data bersifat interval. Setelah itu dilakukan analisis regresi untuk menguji peran antar variabel (Baron & Kenny, 1986).

Tahap pertama yang dilakukan adalah dengan melihat signifikansi dari variabel independen pertama yaitu *self compassion* terhadap variabel dependen dan dilanjutkan dengan variabel independen kedua yaitu kelekatan. Kemudian juga dilakukan analisis multi regresi kepada dua variabel independen tersebut terhadap variabel dependen.

Model 1



Gambar 3

Adapun uji korelasi dengan analisis regresi ini dilakukan ketika koefisien regresi memiliki nilai signifikansi di bawah 0.05 ($p < 0.05$). Sementara itu, untuk mengetahui nilai kontribusi variabel maka digunakan koefisien determinasi dengan rumus:

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

Keterangan :

KD = Koefisien determinasi

R^2 = Koefisien korelasi (square) yang dikuadratkan

F. Prosedur Pengambilan Data dan Agenda Kegiatan

Data dikumpulkan dengan menggunakan skala dalam bentuk kuesioner. Kuisisioner yang diberikan terdiri atas tiga instrumen yang akan mengukur variabel *celebrity worship*, *self compassion*, dan kelekatan. Bentuk kuisisioner yang diberikan

Anasthasia Sabatini, 2020

Kontribusi Self Compassion dan Kelekatan dengan Orang Tua terhadap Celebrity Worship (Tingkat Entertainment Social Value dan Intense Personal Feeling) pada Fans K-Pop di Kota Bandung

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

adalah pernyataan tertutup. Artinya, subjek diberikan beberapa pernyataan dan diharuskan memilih satu diantara berbagai alternatif pilihan. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* kepada subjek atau responden yaitu subjek atau responden yang mengalami *celebrity worship* dan berada di Bandung. Kuesioner *online* akan dibuat melalui *google form* dan akan disebar oleh peneliti melalui sosial media seperti *line*, *instagram*, dan *whatsapp*.