

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain kelompok tak setara (*non-equivalent control group design*). Dalam praktiknya studi ini memiliki kesamaan dengan adanya desain pretes-postes menggunakan kelompok kontrol dalam studi eksperimental. Perbedaan dalam desain kuasi eksperimen yaitu terletak pada pemilihan subjek sampel menggunakan kelompok intak dan dalam menentukan kelompok eksperimen dan kontrol tidak ada penugasan random (Ali, 2014, hlm. 308).

Studi ini diawali dengan memilih dua kelompok intak; satu kelompok dijadikan sebagai kelompok eksperimen yaitu kelompok yang akan memperoleh perlakuan dan satu kelompok lain dijadikan kelompok kontrol (Ali, 2014, hlm. 308). Sebelum memberikan perlakuan, pelaksana riset melakukan pengukuran awal atau pretes (O_1). Untuk selanjutnya kelompok eksperimen diberi perlakuan (x) sedangkan untuk kelompok kontrol tidak diberi perlakuan. Setelah itu, pelaksana riset melakukan pemberian postes (O_2).

Berikut merupakan desain yang digunakan penulis dalam melaksanakan riset yaitu desain *Nonequivalent Control Design* menurut Campbell dan Stanley dalam (Ali, 2014, hlm. 308).

Kelompok	Pretest	Treatment	Postes
Eksperimen	O_1	X	O_2
Kontrol	O_1		O_2

O_1 : Pretes

X : Perlakuan (*Treatment*) yaitu motivational posters dari akun instagram @nkcthi

O_2 : Postes

Desain tidak setara dalam pelaksanaannya, sebelum memberikan perlakuan (*treatment*) kedua kelompok yang akan di uji diberikan pretes, lalu setelah itu kelompok eksperimen diberikan perlakuan dengan pelaksana riset memberikan 10 poster *motivational poster* yang akan dilakukan satu kali perlakuan, poster yang akan

diberikan yaitu mengenai quotes motivasi dari akun instagram @nkcthi. Sedangkan untuk kelompok kontrol tidak diberikan perlakuan sama sekali.

3.1.1 Metode Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan suatu proses penelitian yang menggunakan pengambilan data berupa jumlah kategori, skala, skor, dan hasil pengukuran. Penelitian kuantitatif banyak digunakan dalam penelitian di bidang ilmu, ekonomi, psikologi, psikologi sosial, manajemen, sosiologi, dan cabang-cabang ilmu perilaku dan sosial lainnya (Ali, 2014, hlm. 4). Penelitian kuantitatif adalah bentuk penelitian yang menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data yang dianalisis menggunakan metode berbasis statistik (Mujis, 2004, hlm. 1). Penelitian kuantitatif bersifat objektif dan tidak mengikutsertakan interpretasi juga analisis peneliti. Selain itu, pendekatan kuantitatif menggunakan uji statistik untuk menganalisa data sehingga hasil tersebut dapat digeneralisasikan dari sampel yang representative (Krisyantono, 2010, hlm. 56).

Penelitian ini menggunakan desain kuasi eksperimen. Kuasi eksperimen adalah salah satu desain penelitian yang berada dalam lingkup eksperimental, namun dalam kuasi eksperimen pemilihan sampel tidak lakukan secara acak melainkan memilih subjek yang sudah ada atau disebut dengan kelompok intak dan tidak dilakukan penugasan random (Ali, 2014, hlm. 304). Kuasi eskperimen adalah studi yang bertujuan untuk mengevaluasi intervensi tetapi tidak menggunakan sistem acak, kuasi eksperimen bertujuan untuk menunjukkan kausalitas antara intervensi dan hasil. Studi kuasi eksperimen dapat menggunakan pengukuran pra-intervensi dan pasca intervensi serta kelompok kontrol yang tidak dipilih secara acak (Leay, Patricia, 2017, hlm.97-98).

Dalam melakukan penelitian agar dapat memperoleh hasil yang maksimal maka peneliti harus mengetahui langkah-langkah penelitian yang menggunakan studi kuasi eksperimental (Ali, 2014, hlm. 287) antara lain:

1. Teliti terhadap sumber literature yang berhubungan dengan masalah penelitian
2. Identifikasi, rumuskan, dan elaborasi rumusan masalah.
3. Perumusan hipotesis.
4. Susunan strategi secara lengkap dan operasional meliputi:
 - Menentukan variabel bebas dan variabel terikat.
 - Memilih desain yang akan digunakan.
 - Memilih subjek yang dijadikan sampel secara terencana atau menggunakan desain subjek tunggal.
 - Mengembangkan instrument pengukuran atau memilih instrument pengukuran yang baku.
 - Membuat rencana pokok dan langkah – langkah dalam melakukan eksperimen dan pengumpulan data.
 - Merumuskan hipotesis statistic berdasarkan rumusan hipotesis riset
5. Melaksanakan eksperimen.
6. Seleksi dan susun data untuk memudahkan analisis.
7. Tentukan taraf signifikansi yang akan digunakan dalam menguji hipotesis.
8. Analisis data dengan metode statistika yang relevan untuk menguji hipotesis berdasarkan data yang terkumpul.

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi

Populasi pada dasarnya merupakan sumber data secara keseluruhan. Namun, saat pelaksanaan penelitian dalam mengumpulkan data kebanyakan riset tidak melibatkan semua unit subjek anggota populasi sebagai sumber data. Sementara, sampel merupakan pengambilan sebagian data dari unit-unit subjek untuk mewakili keseluruhan populasi (Ali, 2014, hlm. 88). Populasi yang diambil dalam penelitian ini merupakan mahasiswi tingkat akhir di Kota Bandung, menurut data

statistik Kota Bandung tahun 2020 menyebutkan bahwa jumlah mahasiswi di kota Bandung dengan rentang usia 19-24 yang mana jumlah tersebut merupakan angka ideal untuk mahasiswa tingkat akhir adalah 21,88 orang.

Populasi dalam penelitian ini yaitu memiliki kriteria sebagai berikut:

- Seluruh mahasiswi S1 yang berkuliah di Kota Bandung
- Mahasiswi semester 7,9, dan lebih dari semester 9
- Berjenis kelamin perempuan
- Tidak mengikuti akun instagram @nkcthi
- Tidak mengetahui poster @nkcthi

3.2.1 Sampel

Sampel adalah bagian yang mewakili populasi dan diambil menggunakan teknik-teknik tertentu. Sampel harus mewakili atau representatif menunjukkan bahwa semua ciri yang dimiliki oleh populasi dapat terwakili dengan adanya sampel (Ali, 2014, hlm. 90). Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik dalam menentukan sampel pada penelitian dengan tujuan agar data yang diperoleh akan lebih representatif (Sugiyono, 2010). Selain itu, *purposive sampling* adalah cara pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan dan sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh pelaksana riset (Nursalam, 2013).

Sampel yang akan dijadikan subjek penelitian memiliki kriteria sebagai berikut:

- Mahasiswi S1 berkuliah di kota Bandung
- Mahasiswi semester 7,9 dan lebih dari semester 9
- Berjenis kelamin perempuan
- Tidak mengikuti akun instagram @nkcthi
- Tidak mengetahui poster @nkcthi
- Bersedia menjadi subjek dalam penelitian

Menurut (Creswell, 2014) untuk penelitian eksperimen, peneliti dapat mengidentifikasi sampel dan menggeneralisasi populasi, bagaimanapun maksud dasar desain eksperimental adalah menguji dampak perlakuan terhadap suatu hasil, dan mengendalikan semua faktor lain yang mungkin mempengaruhi hasil tersebut. Selaras dengan pernyataan tersebut, menurut Gay dalam (Mahmud, 2011, hlm.159) menyebutkan bahwa ukuran minimal sampel yang dapat dijadikan sebagai subjek penelitian berdasarkan metode eksperimen yaitu minimal 15 subjek untuk masing- masing kelompok.

Hal ini pun berkaitan dengan pendapat dari Roscoe dalam (Sugiyono, 2012, hlm. 91) yaitu untuk pelaksanaan riset eksperimen yang sederhana dan sukses harus membentuk kelompok eksperimen dan kelompok kontrol dengan jumlah masing-masing kelompok yaitu 10-20 partisipan. Dalam penelitian ini partisipan yang akan dijadikan sampel berjumlah 20 orang untuk masing-masing kelompok sehingga total keseluruhan sampel berjumlah 40 orang. Jumlah sampel tersebut sudah mencapai batas maksimal dari penentuan sampel yaitu sebanyak 20 orang untuk masing-masing kelompok.

3.3 Operasional Variabel dan Paradigma Penelitian

3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel adalah segala sesuatu yang ada dan keberadaannya memiliki lebih dari satu label atau lebih dari satu nilai. Apabila suatu variabel memiliki lebih dari satu label atau nilai sedangkan kebalikan dari variabel yaitu konstan yang hanya memiliki satu nilai. Contoh variabel antara lain: produktivitas, usia, jenis pekerjaan, jenis kelamin, motivasi, skor, tes, dan lain-lain (Ali, 2014, hlm. 75).

1. Variabel independent (X) : Motivational Posters

Motivational Posters adalah sebuah gambar yang biasaya disertai dengan tulisan sebagai sarana untuk memotivasi dan membangun nurani pembaca agar memiliki keinginan untuk berubah menjadi lebih baik.

Poster motivasi memiliki tema yang beragam seperti: dorongan atau motivasi (berupa kata-kata bijak/*quotes*), kewajiban (yang berpedoman pada regulasi perusahaan, seperti tata cara berbusana rapih dan sopan, menggunakan alat keselamatan kerja, menjaga kebersihan kantor, atau yang lainnya), atau bisa juga mengenai larangan (seperti merokok di tempat kerja, larangan korupsi, dan lain-lain) (Tay, 2017, hlm. 98).

Motivational posters yang dimaksudkan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang sudah menjadi hal biasa diruang publik, sekarang ini poster-poster motivasi sudah beredar banyak di media sosial (Bergen, 2006, hlm. 12). Kehadiran poster motivasi di sosial media digambarkan sebagai “psikologi pop” yaitu sebuah karya yang ditujukan untuk memberikan pengaruh positif kepada pembaca memiliki efektivitas terhadap psikologis dan menjadikan sebuah media digital menjadi sarana untuk mengembangkan poster tersebut menjadi lebih menarik dan kreatif (Justman, 2005, hlm. 20).

a. Dimensi *Motivational Posters*

Berikut adalah dimensi-dimensi dari *motivational posters* (Wijayanti, dkk, 2016, hlm. 25):

- Sebagai Motivasi
Poster digunakan sebagai media untuk memotivasi khalayak mengenai hal apapun sesuai dengan isi atau tujuan dari pesan-pesan yang ada di dalam poster tersebut. selain itu motivasi dari sebuah poster diciptakan untuk merangsang motivasi seseorang untuk mengubah atau melakukan sesuatu.
- Sebagai Menyadarkan
Poster digunakan sebagai media untuk menyadarkan khalayak, sehingga dengan media poster masyarakat mampu untuk merubah perilaku dalam praktik sehari-hari. Hal ini berhubungan dengan kemampuan daya ingat manusia mengenai kebiasaan dan kepedulian.

- Sebagai Media Kreatif
Poster lahir dari sebuah ide kreatif seseorang, maka selain menyampaikan pesan motivasi, poster yang kreatif dapat memunculkan ide-ide kreatif yang lainnya.

2. Variabel dependent (Y) : *Self Esteem*

a. Dimensi Self Esteem

Menurut Coopersmith terdapat dimensi-dimensi yang mempengaruhi self esteem seseorang diantaranya (Coopersmith, 1967) :

- Keberartian (*Significance*)
Berdasarkan dimensi pertama seseorang akan merasakan keberartian dalam hidupnya ketika penerimaan, perhatian dan kasih sayang diterima oleh seseorang. Faktor-faktor tersebut dapat dilihat dari adanya respon positif, ketertarikan, dan pengertian dari orang lain. Dampak yang paling terasa dari perlakuan tersebut adalah dapat menumbuhkan rasa kepercayaan diri seseorang sehingga semakin sering individu mendapatkan perlakuan seperti itu maka semakin besar pemahaman positif akan jati dirinya.
- Kekuatan (*Power*)
Seseorang akan merasa dirinya dihargai adalah ketika ide atau pemikiran yang individu tersebut ciptakan dapat diterima oleh orang lain. Dalam dimensi ini penghargaan diri seseorang akan tumbuh saat apa yang individu lakukan dan kontribusikan kepada lingkungannya dapat diakui oleh orang lain.
- Kompetensi (*Competence*)
Sama halnya dengan dimensi sebelumnya, pada dimensi kompetensi tumbuhnya sikap penghargaan diri seseorang karena performansi yang tinggi atau kompetensi dalam melaksanakan pekerjaan atau tugas memiliki variasi.
- Kebajikan (*Virtue*)

Salah satu cara seseorang dapat menghargai dirinya sendiri yaitu adanya rasa tunduk dan mempercayai prinsip-prinsip etis, agama dan moral.

3.3.2 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian yang dijadikan acuan oleh penulis adalah paradigma positivisme. Paradigma penelitian positivis mempunyai keterikatan dengan eksperimen, hipotesis diajukan dalam bentuk proporsional atau pertanyaan mengenai hubungan sebab akibat antar fenomena. Paradigm positivis mencoba untuk mengontrol variabel asing dengan membentuk dua atau lebih kelompok menjadi sasaran dengan kondisi yang sama (Rehman dan Alharthi, 2016, hlm. 54).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Dalam penggunaan kuesioner sebagai alat pengumpulan data, terdapat dua jenis pertanyaan yaitu pertanyaan terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka merupakan pertanyaan yang tidak menyediakan alternatif jawaban sedangkan pertanyaan tertutup yaitu pertanyaan yang memiliki alternative jawaban atau jawaban sudah tersedia dalam kuesioner (Ali, 2014, hlm. 137). Penelitian ini menggunakan pernyataan tertutup dimana dalam kuesioner yang akan disebarkan sudah tersedia pilihan jawaban.

Dalam praktiknya, pelaksana riset akan membagikan kuesioner atau angket pretes dan postes pada dua kelompok subjek penelitian yaitu kelompok eksperimen dan kelompok kontrol untuk mengukur efektivitas motivational posters terhadap self esteem perempuan khususnya mahasiswa akhir. Untuk kelompok eksperimen, pelaksana riset akan memberikan perlakuan yaitu subjek dalam kelompok eksperimen diarahkan untuk membaca atau melihat 10 poster motivasi dari akun instagram @nkcthi.

Pelaksanaan penelitian akan dilakukan secara daring yaitu dengan melakukan sesi *meeting* zoom untuk kelompok eksperimen sedangkan untuk

kelompok kontrol peneliti hanya melakukan pembagian kuesioner penelitian. Penelitian dilakukan secara daring disebabkan oleh situasi pandemic yang saat ini masih terjadi hingga saat ini sebagai alternative dalam melakukan penelitian.

3.4.1 Model Eksperimen *Motivational Posters*

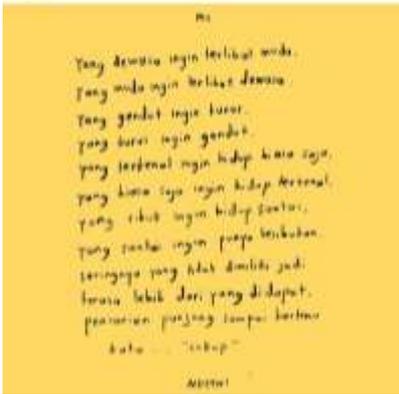
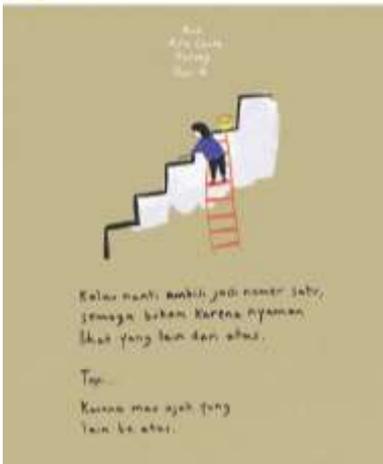
Model eksperimen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan poster sebagai perlakuan (*treatment*). Penggunaan poster sebagai media eksperimen, pernah di praktikkan sebelumnya dalam penelitian Batey untuk mengukur kreativitas karyawan dalam bekerja, hasil penelitian menunjukkan bahwa menggunakan poster efektif sebagai *treatment* dalam melakukan eksperimen (Batey, dkk, 2020, hlm. 15). Sehingga peneliti menerapkan *treatment* yang sama untuk penelitian ini yaitu dengan memilih 10 poster motivasi dari akun @nkcthi sebagai perlakuan untuk kelompok eksperimen sedangkan untuk kelompok kontrol tidak diberikan perlakuan. Akun instagram @nkcthi merupakan salah satu akun yang membuat konten berupa poster-poster yang memotivasi mengenai kehidupan.

Tabel 3. 1 Model Eksperimen

Tanggal Posting	Poster	Link
22 September 2020		https://www.instagram.com/p/CFb3FIgWSw/?igshid=ivf8ft04etzz
3 Agustus 2020		https://www.instagram.com/p/CDMVyIPAPIg/?igshid=nikf13t3vds4
28 Juli 2020		https://www.instagram.com/p/CCq3HeNAeZr/?igshid=1lemkOnurkiuo

	 <p>nkcthi</p> <p>Perjalanan tidak akan berubah kalau masih sama caranya. Gagalapa masih di tempat yang sama kalau masih diulang polanya. Kita tidak akan ke mana-mana kalau memilih menunggu saja</p> <p>nkcthi</p>	
15 Juli 2020	 <p>nkcthi</p> <p>menyederhanakan, melambat, mendengar, melihat ke dalam, bernapas, merawat, merasakan ...</p> <p>Andang, lidah bukan tentang besar-kecilan, tapi yang sampai duluan</p> <p>nkcthi</p>	https://www.instagram.com/p/CCkWrTFAuF6/?igshid=1u1pnpdk1sjlz
13 Juli 2020		https://www.instagram.com/p/CCgJBAmgDya/?igshid=x9xa2mi7ytre

		
11 Juli 2020		https://www.instagram.com/p/CCgJBAmgDya/?igshid=x9xa2mi7ytre
30 Juni 2020		https://www.instagram.com/p/CCDG1-tgQHG/?igshid=1raexl6roaob9

23 Juni 2020	 <p>nkcthi</p> <p>Ma Yang dewasa ingin terlihat muda. Yang muda ingin terlihat dewasa. Yang gendut ingin kurus. Yang kurus ingin gendut. Yang terkenal ingin hidup kaya saja. Yang kaya saja ingin hidup terkenal. Yang sibuk ingin hidup santai. Yang santai ingin punya pekerjaan. seringgaya yang akan dimiliki jadi terasa lebih dari yang didapat. perhatian: patung sampai bertukar kata ... "tutup"</p> <p>nkcthi</p>	https://www.instagram.com/p/CBxmcORgdaT/?igshid=1v5xyyde3fi6i
30 Mei 2020	 <p>nkcthi</p> <p><u>SEMUA USAHA PADA AKHIRNYA</u> <u>TIDAK SIA-SIA.</u></p> <p>Karena sepenuhnya sudah diberikan dalam pertarungan. Tidak ada salah untuk mereka yang menang lawan gelapnya diri sendiri.</p>	https://www.instagram.com/p/CA0MSILg5e4/?igshid=gpf0sos0m84m
3 Januari 2020	 <p>nkcthi</p> <p>Keluar nanti, ambil jadi nomor satu, semoga bukan karena nyaman ikut yang lain dari atas.</p> <p>Top...</p> <p>Karena mas ajah yang lain ke atas.</p>	https://www.instagram.com/p/B62C7fkg6l3/?igshid=2cw7myz6b7xl

3.4.2 Indikator Instrumen Penelitian

Variabel Y pada penelitian ini yaitu *Self Esteem*, penulis akan menggunakan instrumen sebagai alat pengumpulan data. Instrumen penelitian dibuat untuk kuesioner pada saat pelaksanaan pretes dan postes untuk mengukur perbedaan tingkat self esteem saat pretes dengan tingkat

self esteem sesudah diberikan perlakuan yang akan diketahui hasilnya dalam postes.

Tabel 3. 2 Indikator Instrumen Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
Self Esteem Perempuan (Y)	<i>Self esteem</i> merupakan hasil evaluasi yang dilakukan oleh seseorang terhadap diri sendiri. Tinggi dan rendahnya tingkat self esteem tergantung pada bagaimana seseorang menghargai diri mereka sendiri. Dimensi-dimensi self esteem menurut Coopersmith antara lain: Keberartian (<i>Significance</i>), Kekuatan (<i>Power</i>), Kompetensi (<i>Competence</i>), Kebajikan (<i>Virtue</i>).			
	1. <i>Significance</i>	Memperlihatkan keyakinan bahwa dirinya berarti bagi orang lain	1. Saya adalah orang yang bisa diandalkan. 2. Teman-teman saya selalu mendukung apa yang saya lakukan. 3. Keluarga saya terlalu mengharapkan banyak hal pada diri saya.	Likert
		Memperlihatkan keyakinan bahwa dirinya dapat diterima orang lain	4. Saya diterima dengan baik di lingkungan pergaulan saya. 5. Saya mudah disukai orang lain. 6. Saya populer di kalangan teman-teman saya.	Likert

			7. Orang lain nyaman ketika berbicara dengan saya.	
	2. <i>Power</i>	Memperlihatkan kemampuan untuk mengontrol diri dalam situasi yang sedang dihadapi	8. Saya mudah merasa bahagia	Likert
		Merasakan dan memperlihatkan kesadaran pada diri sendiri	9. Saya memahami diri saya dengan baik. 10. Saya menerima diri saya apa adanya. 11. Saya ingin merubah banyak hal dalam hidup saya. 12. Saya bangga pada segala hal yang sudah saya kerjakan.	Likert
	3. <i>Competence</i>	Memperlihatkan keyakinan terhadap kemampuan atau potensi yang ada pada pribadinya	13. Saya mudah berbaur di lingkungan baru 14. Saya memiliki kemampuan berbicara yang baik di depan umum. 15. Saya orang yang menyenangkan. 16. Orang-orang cenderung mengikuti ide yang saya miliki.	Likert
		Memperlihatkan keyakinan	17. Saya mampu mengontrol emosi	Likert

		mengenai kemampuan dalam mencari solusi di setiap masalah yang terjadi	dengan baik ketika menghadapi orang lain. 18. Saya adalah pendengar baik. 19. Orang lain percaya ketika memberikan tanggung jawab kepada saya.	
	4. <i>Virtue</i>	Memperlihatkan keyakinannya akan nilai-nilai agama dan kepercayaan.	20. Saya selalu merasa bersyukur dengan apa yang sudah saya miliki. 21. Menurut saya berdoa adalah salah satu usaha untuk mendapatkan sesuatu. 22. Saya selalu melakukan kewajiban saya sebagai umat beragama.	Likert
		Memperlihatkan sikap mematuhi norma dan moral yang berlaku di lingkungannya.	23. Saya adalah orang yang taat terhadap peraturan. 24. Saya selalu menerapkan sopan dan santun dalam kehidupan saya. 25. Saya suka menolong orang lain.	Likert

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, sampel yang dipilih peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik dalam menentukan sampel pada penelitian dengan tujuan agar data yang diperoleh akan lebih representatif (Sugiyono, 2010). Karakteristik dari teknik sampel tersebut sesuai dengan desain kuasi eksperimen yang dipilih yaitu *non equivalent control group design* yaitu sampel yang digunakan pada penelitian memiliki ketentuan khusus dan tidak dipilih secara random.

Analisis data angket pada penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang dipergunakan untuk mengukur aspek-aspek seperti sikap, pendapat dan persepsi seseorang mengenai suatu fenomena atau objek tertentu (Siregar, 2016, hlm.138). Skala likert memiliki pengukuran dengan skala 1-5. Skala likert mengklasifikasikan skala 1-5 menjadi (Yanbing, 2017, hlm.28) :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Biasa Saja
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju.

3.5.1 Uji Hipotesis Penelitian

Uji-t adalah metode statistika yang digunakan sebagai alat uji signifikansi perbedaan dua rata-rata. Terdapat tiga macam fungsi uji-t dalam pengujian signifikansi perbedaan diantaranya: a) uji signifikansi perbedaan antara sampel dengan rata-rata populasi, b) uji signifikansi perbedaan antara dua rata-rata dari dua sampel yang independen, c) uji signifikansi perbedaan antara dua rata-rata dari dua sampel yang dependen (Ali, 2014, hlm. 467). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan uji dependen sample t test yaitu analisis pengukuran sampel yang sama terhadap perlakuan tertentu (Trihendradi, 2010, hlm. 117). Hal ini sesuai dengan kuasi eksperimen yang penulis lakukan yaitu pengukuran pertama

dilakukan sebelum diberi perlakuan dan pengukuran dilakukan setelah diberikan 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. 1 Uji T

3.5.2 Uji Validitas

Uji validitas yaitu membuktikan valid atau tidaknya instrumen, sejauh mana pengukuran tepat dalam mengukur sesuatu yang akan diukur. Sebuah instrumen dikatakan valid ketika suatu instrumen penelitian dapat mengungkap data dari variabel secara tepat dan tidak menyimpang dari kriteria (Yusup, 2018, hlm.18).

Pada penelitian ini terdapat langkah-langkah yang akan dilakukan pelaksana riset dalam pengujian instrumen:

1. Uji instrumen pada sebagian partisipan penelitian yang telah ditentukan untuk memperoleh data. Partisipan atau responden yang akan dipilih berjumlah 32 orang.
2. Mengkonversi data-data yang diperoleh.
3. Menentukan nilai r hitung pada setiap butir pernyataan dalam instrumen. Penelitian ini menggunakan rumus *Product Moment Person*.
4. Selanjutnya, penulis menentukan nilai r table dan tingkat signifikansi uji dua arah 0,05 dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2)(n(\sum y_i^2) - (\sum y_i)^2)}}$$

Gambar 3. 2 Rumus Product Moment Pearson

r_{xy} = koefisien korelasi *product moment*

n = jumlah responden

x_i = skor setiap item pada percobaan pertama

y_i = skor setiap item pada percobaan selanjutnya

Untuk menentukan valid atau tidaknya instrumen dapat dilihat dari nilai r_{hitung} item tersebut. Apabila nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada nilai signifikansi tertentu, maka item tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Pada penelitian ini, nilai signifikansi yang dipilih adalah 0,05.

Berikut merupakan hasil dari uji validitas terhadap 32 responden dengan menguji variabel Y yaitu self esteem. Signifikansi yang dipilih adalah 0,05 maka nilai r_{tabel} 0,361. Instrumen dianggap valid apabila nilai $r_{hitung} > 0,349$. Pada uji validitas ini penulis memberikan kuesioner pretest dengan 25 butir pernyataan dengan hasil sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas

No Item	Corrected Item Correlation	r tabel (n=32)	Keterangan
1	0,602	0,349	Valid
2	0,696	0,349	Valid
3	0,406	0,349	Valid
4	0,711	0,349	Valid
5	0,647	0,349	Valid
6	0,478	0,349	Valid
7	0,648	0,349	Valid

8	0,456	0,349	Valid
9	0,696	0,349	Valid
10	0,622	0,349	Valid
11	0,482	0,349	Valid
12	0,842	0,349	Valid
13	0,567	0,349	Valid
14	0,452	0,349	Valid
15	0,735	0,349	Valid
16	0,555	0,349	Valid
17	0,526	0,349	Valid
18	0,568	0,349	Valid
19	0,851	0,349	Valid
20	0,708	0,349	Valid
21	0,681	0,349	Valid
22	0,644	0,349	Valid
23	0,466	0,349	Valid
24	0,679	0,349	Valid
25	0,712	0,349	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut terlihat nilai $r_{hitung} > 0,349$ maka dapat disimpulkan bahwa 25 item pernyataan pada instrumen penelitian dinyatakan valid. Sehingga kuesioner atau instrumen ini dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

3.5.3 Uji Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan uji *Alpha Cronbach* sebagai rumus dalam menentukan reliabilitas dari suatu angket/ kuesioner yang digunakan dalam penelitian. Uji reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS versi 23. Reliabilitas suatu angket mengacu pada nilai Alpha Cronbach yang di dapatkan dengan pengolahan data penelitian. Berikut merupakan kriteria dari uji reliabilitas (Suhartanto, 2013):

Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.927	25

- Jika nilai Alpha Cronbach $>$ Cut-off Value 0,60 maka data penelitian mempunyai reliabilitas yang baik / positif.
- Jika nilai Alpha Cronbach $<$ Cut-off Value 0,60 maka, data penelitian mempunyai reliabilitas yang buruk/negatif.

Setelah melakukan uji reliabilitas pada instrumen berdasarkan perhitungan *Alpha Cronbach* dapat diperoleh hasil koefisien reliabilitas pada variabel penelitian memiliki nilai 0,927 melebihi nilai 0,60 sehingga instrumen penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat di lanjutkan untuk melakukan penelitian.

3.5.4 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui variabel dependen, independen atau keduanya dapat berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak (Priyastama, 2017, hlm.117). Dalam penelitian ini penulis menggunakan uji normalitas teknik statistik Kolmogorov-Smirnov (Uji K-S). interpretasi dari hasil uji normalitas dengan melihat nilai *Asymp. Sig. (2tailed)*. Berikut merupakan uji normalitas adalah:

- Jika nilai *Asymp. Sig. (2tailed)* lebih besar dari tingkat alpha 5% (*Asymp. Sig. (2tailed)* $>$ 0,05) disimpulkan bahwa data berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

- Jika nilai *Asymp. Sig. (2tailed)* lebih kecil dari tingkat alpha 5% (*Asymp. Sig. (2tailed)* < 0,05) disimpulkan bahwa data berasal dari populasi yang berdistribusi tidak normal.