

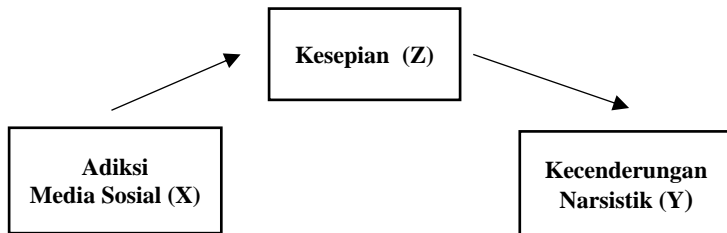
BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan beberapa metode penelitian, diantaranya; desain penelitian, populasi, sampel penelitian, variabel penelitian, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data, alat penelitian, pengembangan alat ukur, teknik analisis data dan prosedur penelitian.

A. Desain Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan uji regresi linear dan *mediation analysis*. Kemudian peneliti melakukan uji regresi linear dari variabel independen (adiksi media sosial) pada variabel dependen (kecenderungan narsistik), variabel independen terhadap variabel mediator (kesepian), variabel mediator pada variabel dependen serta menguji efek tidak langsung dari variabel independen terhadap dependen melalui variabel mediator.

Pada penelitian ini, peneliti berusaha mencari pengaruh dari variabel adiksi media sosial (X) terhadap kecenderungan narsistik (Y) yang dimediasi oleh kesepian (Z).



B. Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah pengguna media sosial. Sedangkan sampel dalam penelitian ini merupakan remaja pengguna media sosial berusia 18-24 tahun. Peneliti memilih remaja pengguna media sosial sebagai sampel karena usia remaja adalah yang paling mendominasi dalam mengakses internet. Hal ini sesuai dengan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun-2017 yang menjelaskan bahwa pengguna Internet di Indonesia didominasi oleh remaja, dengan presentase mencapai 75,50 %.

Tegar Lazuardi Lukman, 2020

PENGARUH ADIKSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KECENDERUNGAN NARSISTIK DIMEDIASI OLEH KESEPIAN PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL

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

Survei lainnya di awal tahun 2020 memaparkan total penggunaan media sosial mencapai 3,8 miliar orang dan Indonesia menempati urutan ketiga di dunia dengan durasi penggunaan media sosial terlama, yaitu 3 jam 26 menit sehari (Kemp, 2020) dan biasanya didominasi oleh individu berusia 18-29 tahun (Perrin & Anderson, 2019). Selain, umur 18-24 tahun adalah salah satu usia yang aktif dalam mengakses media sosial (*We are social*, 2020). kemudian, peneliti menggunakan teknik pendekatan *non-probability sampling* untuk pengambilan sampel, dengan dasar pertimbangan subjektif peneliti, dimana terdapat syarat yang harus dipenuhi oleh sampel. Salah satu syaratnya, yaitu aktif menggunakan media sosial (misalnya; *youtube, facebook, instagram, line, twitter, whatsapp*, dan sejenisnya). Maka dari itu, peneliti mengambil sampel berdasarkan kategori usia remaja pengguna media sosial berusia 18-24 tahun dengan jumlah 262 responden. Sampel dengan ukuran 30 dan kurang dari 500 adalah tepat bagi penelitian (Roscoe, 1975).

C. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

- a. X (Independen) = Adiksi Media Sosial
- b. Y (Dependen) = Kecenderungan Narsistik
- c. Z (Mediasi) = kesepian

2. Definisi Operasional

a. Adiksi Media Sosial

Secara operasional, Adiksi media sosial merupakan perilaku penggunaan media sosial yang berlebihan yang membentuk perilaku ketergantungan dan mengabaikan hal-hal lain disekitarnya sehingga menimbulkan berbagai dampak pada fisik, psikis, dan sosial. Adiksi media sosial dapat diungkapkan dengan alat ukur SMAS-SF (*Social Media Addiction Scale-Student Form*) yang dikembangkan oleh Sahin (2018) berdasarkan dimensi: *virtual tolerance, virtual communication, virtual problem*, dan *virtual information*.

b. Kecenderungan Narsistik

Secara operasional, kecenderungan narsistik adalah kebutuhan pribadi yang cenderung menuntut kekaguman, pujian, dan pemujaan terhadap diri sendiri untuk mencari kebutuhan akan kekhasan, keunggulan, kesuksesan, kemampuan yang lebih tinggi dari orang lain dan kurangnya rasa peduli tetapi membutuhkan perhatian yang lebih dari orang lain serta bersikap arogan. Kecenderungan narsistik pada responden dapat diungkapkan melalui alat ukur NPI (*Narcissistic Personality Inventory*) yang dikembangkan oleh Raskin & Terry (1988) berdasarkan dimensi: *authority*, *exhibitionism*, *exploitativeness*, *entitlement*, *vanity*, *superiority*, dan *self-sufficiency*.

c. Kesepian

Secara operasional, kesepian merupakan perasaan subjektif pribadi karena kurangnya kelekatan hubungan. Hal ini dikarenakan kehidupan sosial individu mengalami perubahan yang drastis sehingga secara emosional individu tersebut merasa gagal menjalin kelekatan dalam hubungannya. Kesepian pada responden dapat diungkapkan dengan alat ukur *R-UCLA Loneliness scale* yang dikembangkan oleh Rusell (1996) berdasarkan dimensi: *personality*, *social desirability*, dan *depression*.

D. Teknik Pengambilan Data

Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui teknik pembagian kuesioner dari ketiga variabel, yaitu Adiksi media sosial, kecenderungan narsistik, dan kesepian. Dalam masa pandemi covid-19 kuesioner ini akan dibagikan secara *online* kepada remaja pengguna media sosial, berusia 18-24 tahun melalui beberapa *platform* media sosial.

E. Instrumen Penelitian

1. Kesepian

Peneliti mengukur kesepian menggunakan alat ukur, yaitu skala R-UCLA *Loneliness* versi 3 (Russel, 1996). Skala kesepian mempunyai tiga dimensi; *personality*, *social esirability*, dan *depression* serta terdiri dari 20 pertanyaan yang mewakili perasaan kesepian.

Alat ukur R-UCLA *Loneliness* versi 3 mempunyai reliabilitas yang berada dalam kisaran yang dapat diterima dengan baik, yakni sekitar 0,89 hingga 0,94 yang menunjukkan bahwa alat ukur ini reliabel.

Model skala yang akan digunakan untuk skala kesepian mengacu pada model skala *likert* yang terdiri dalam empat alternatif jawaban yaitu: pernyataan *unfavourable* yang diberi skor sebagai berikut: sangat sering (SS) = 1, sering (S) = 2, jarang (J) = 3, dan tidak pernah (TP) = 4. Sedangkan pernyataan *favourable* diberi skor sebagai berikut: sangat sering (SS) = 4, sering (S) = 3, jarang (J) = 2, dan tidak pernah (TP) = 1.

Tabel 3.1 (Kisi-kisi R-UCLA loneliness)

No	Dimensi	No. Item	Jumlah
1	<i>Personality</i>	9*,16*,17	3
2	<i>Social Desirability</i>	1*,2,3,5*,6*,8,10*, 15*, 18,19*,20*	11
3	<i>Depression</i>	4, 7, 11, 12, 13, 14	6
Jumlah			20

Selanjutnya pilihan jawaban setiap item akan dijumlahkan dan dibuat kategori dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- Menentukan skor tertinggi dan terendah yang diperoleh oleh responden penelitian.
- Menentukan rentang, yaitu selisih skor tertinggi dan terendah.
- Menentukan lebar kelas, yakni membagi rentang kelas dengan banyak kelas yang diinginkan, yaitu empat kelas dengan rumus:

Tegar Lazuardi Lukman, 2020

PENGARUH ADIKSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KECENDERUNGAN NARSISTIK DIMEDIASI OLEH KESEPIAN PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL

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

$$\text{Lebar kelas} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kategori}}$$

d) Menentukan interval kelas,

Tabel 3.2 (Skor terendah, tertinggi dan lebar kelas *R-UCLA Loneliness*)

Kesepian	Skor terendah	Skor tertinggi	Lebar Kelas
	20 x 1 = 20	20 x 4 = 80	$\frac{80-20}{4} = 15$

Setelah dilakukan perhitungan dengan perumusan tersebut, maka skor tertinggi yang diperoleh responden adalah 80 sedangkan skor terendahnya ialah 20. Alat ukur ini akan menerapkan empat kategorisasi, yaitu sangat tinggi, tinggi, rendah, dan sangat rendah yang akan dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.3 (Kategorisasi Skor *R-UCLA Loneliness*)

Nilai	Rentang Skor	Kategori
1	68 - 80	Sangat Tinggi
2	52 - 67	Tinggi
3	36 - 51	Rendah
4	20 - 35	Sangat Rendah

2. Kecenderungan Narsistik

Peneliti mengukur kecenderungan narsistik menggunakan alat ukur, yaitu skala NPI (*Narcissistic Personality Inventory*) yang dikembangkan oleh Raskin & Terry (1988). Skala kecenderungan narsistik mempunyai tujuh dimensi; *authority*, *exhibitionism*, *exploitativeness*, *entitlement*, *vanity*, *superiority*, dan *self sufficiency* serta terdiri dari 40 pertanyaan yang mewakili kecenderungan narsistik.

Skala NPI (*Narcissistic Personality Inventory*) mempunyai reliabilitas yang berada dalam kisaran yang dapat diterima dengan baik, yakni sekitar 0,85 yang menunjukkan bahwa alat ukur ini reliabel.

Model skala yang akan digunakan untuk skala kecenderungan narsistik mengacu pada tipe skala Gutman. Skala pengukuran ini, akan di dapat jawaban yang tegas, yaitu “ya-tidak”, ”benar-salah”, “positif-negatif” (Sugiyono, 2011). Jawaban dapat dibuat dengan skor tertinggi satu dan terendah nol. Misalnya untuk jawaban sesuai (skor satu) dan tidak sesuai (skor nol).

Tabel 3.4 (Kisi-kisi Skala NPI)

No	Dimensi	No. Item	Jumlah
1	<i>Authority</i>	1, 8, 10, 11, 12, 32, 33, 36	8
2	<i>Self-sufficiency</i>	17, 21, 22, 31, 34, 39	6
3	<i>Superiority</i>	4, 9, 26, 37, 40	5
4	<i>Exhibitionism</i>	2, 3, 7, 20, 28, 30, 38	7
5	<i>Exploitativeness</i>	6, 13, 16, 23, 35	5
6	<i>Vanity</i>	15, 19, 29	3
7	<i>Entitlement</i>	5, 14, 18, 24, 25, 27	6
Total		40	

Tegar Lazuardi Lukman, 2020

PENGARUH ADIKSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KECENDERUNGAN NARSISTIK DIMEDIASI OLEH KESEPIAN PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL

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

Selanjutnya pilihan jawaban setiap item akan dijumlahkan dan dibuat kategori dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- Menentukan skor tertinggi dan terendah yang diperoleh oleh responden penelitian.
- Menentukan rentang, yaitu selisih skor tertinggi dan terendah.
- Menentukan lebar kelas, yakni membagi rentang kelas dengan banyak kelas yang diinginkan, yaitu empat dengan rumus:

$$\text{Lebar kelas} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kategori}}$$

- Menentukan interval kelas,

Tabel 3.5 (Skor terendah, tertinggi dan lebar kelas Skala NPI)

Kecenderungan	Skor terendah	Skor tertinggi	Lebar Kelas
Narsistik	$37 \times 0 = 0$	$37 \times 1 = 37$	$\frac{37-0}{4} = 9,25$

Setelah dilakukan perhitungan dengan perumusan tersebut, maka skor tertinggi yang diperoleh responden adalah 37 sedangkan skor terendahnya ialah 0. Alat ukur ini akan menerapkan empat kategorisasi, yaitu sangat positif, positif, negatif, dan sangat negatif yang akan dijelaskan pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.6 (Kategorisasi Skor Skala NPI)

Nilai	Rentang Skor	Kategori
1	30 - 37	Sangat Positif
2	20 - 29	Positif
3	10 - 19	Negatif
4	0 - 9	Sangat Negatif

3. Adiksi Media Sosial

Peneliti mengukur adiksi media sosial menggunakan alat ukur, yaitu SMAS-SF (*Social Media Addiction Scale-Student Form*) yang dikembangkan oleh Sahin (2018). Skala adiksi media sosial mempunyai empat dimensi; *virtual tolerance*, *virtual-*

communication, virtual problem, dan virtual information serta terdiri dari 29 pertanyaan yang mewakili adiksi media sosial.

SMAS-SF (*Social Media Addiction Scale-Student Form*) yang dikembangkan oleh Sahin (2018) mempunyai reliabilitas yang berada dalam kisaran yang dapat diterima dengan baik, yakni sekitar 0,93 yang menunjukkan bahwa alat ukur ini reliabel.

Model skala yang akan digunakan untuk skala adiksi media sosial mengacu pada model skala *likert* yang terdiri dalam empat atau lima jawaban yaitu: pernyataan *favourable* yang diberi skor sebagai berikut: sangat tidak setuju (STS) = 1, tidak setuju (TS) = 2, tidak setuju atau setuju (TS/S) = 3, setuju (S) = 4, dan sangat setuju (SS) = 5.

Tabel 3.7 (Tabel kisi-kisi SMAS-SF)

No	Dimensi	No. Item	Jumlah
1	<i>Virtual Tolerance</i>	1,2,3,4,5	5
2	<i>Virtual Communication</i>	6,7,8,9,10,11,12, 13,14	9
3	<i>Virtual Problem</i>	15,16,17,18,19,20,21,22,23	9
4	<i>Virtual Information</i>	24,25,26,27,28,29	6
Jumlah			29

Selanjutnya pilihan jawaban setiap item akan dijumlahkan dan dibuat kategori dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- Menentukan skor tertinggi dan terendah yang diperoleh oleh responden penelitian.
- Menentukan rentang, yaitu selisih skor tertinggi dan terendah.
- Menentukan lebar kelas, yakni membagi rentang kelas dengan banyak kelas yang diinginkan, yaitu empat dengan rumus:

$$\text{Lebar kelas} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah kategori}}$$

- Menentukan interval kelas,

Tabel 3.8 (Skor terendah, tertinggi, dan lebar kelas SMAS-SF)

Adiksi Media Sosial	Skor terendah	Skor tertinggi	Lebar Kelas
	29 x 1 = 29	29 x 5 = 145	$\frac{145 - 29}{4} = 29$

Tegar Lazuardi Lukman, 2020

PENGARUH ADIKSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KECENDERUNGAN NARSISTIK DIMEDIASI OLEH KESEPIAN PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL

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

Setelah dilakukan perhitungan dengan perumusan tersebut, maka skor tertinggi yang diperoleh responden adalah 145 sedangkan skor terendahnya ialah 29. Alat ukur ini akan menerapkan empat kategorisasi, yaitu sangat tinggi, tinggi, rendah, dan sangat rendah yang akan dijelaskan pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.9 (Kategorisasi Skor SMAS-SF)

Nilai	Rentang Skor	Kategori
1	119 – 145	Sangat Tinggi
2	89 – 118	Tinggi
3	59 – 88	Rendah
4	29 – 58	Sangat Rendah

F. Proses Pengembangan Alat Ukur

1. *Expert Judgement*

Peneliti menggunakan uji validitas *product moment* pada SMAS-SF (*Social Media Addiction Scale-Student Form*); *R-UCLA Version 3*; dan NPI (*Narcissistic Personality Inventory*) dengan melakukan *expert judgement* instrumen kepada ahli ilmu Psikologi yaitu Ita Juwitaningrum, S.Psi., M.Pd dan Sitti Chotidjah, M.A., Psi.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Metode yang digunakan untuk mengukur reliabilitas kuisioner penelitian adalah metode Cronbach's Alpha. Alat ukur dapat dikatakan *reliable* Jika mengacu pada koefisien reliabilitas Guilford sesuai dengan tabel dibawah ini:

(TABEL 3.10) Koefisien Reliabilitas Guilford

Koefisien Reliabilitas	Kategori
0,80 – 1,00	Sangat Tinggi
0,60 – 0,80	Tinggi
0,40 – 0,60	Sedang
0,20 – 0,40	Rendah
0,00 - 0,20	Sangat Rendah

Tegar Lazuardi Lukman, 2020

PENGARUH ADIKSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KECENDERUNGAN NARSISTIK DIMEDIASI OLEH KESEPIAN PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL

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

a) Adiksi Media Sosial

Peneliti melakukan uji reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach* pada alat ukur penelitian untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan memiliki penilaian yang tepat terhadap apa yang dinilainya. Hasilnya menunjukkan alat ukur penelitian untuk variabel “Adiksi Media Sosial” memiliki nilai reliabilitas **0,894**. Jika mengacu pada koefisien reliabilitas Guilford maka dapat dinyatakan instrumen penelitian ini mempunyai nilai reliabilitas dengan kategori “sangat tinggi” karena berada pada kisaran 0,80 – 1,00. (terlampir)

Instrumen SMAS-SF (*Social Media Addiction Scale-Student Form*) memiliki nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel yaitu 0,138 untuk signifikansi 5 % dengan jumlah responden 262 orang dan setiap item mempunyai nilai signifikan $< 0,05$ maka masing-masing item tersebut dapat dinyatakan valid (terlampir).

b) Kesepian

Peneliti melakukan uji reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach* pada alat ukur penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan memiliki penilaian yang tepat terhadap apa yang dinilainya. Hasilnya menunjukkan alat ukur penelitian untuk variabel “Kesepian” memiliki nilai reliabilitas **0,895**. Jika mengacu pada koefisien reliabilitas Guilford maka dapat dinyatakan instrumen penelitian ini mempunyai nilai reliabilitas dengan kategori “sangat tinggi” karena berada pada kisaran 0,80 – 1,00 dan masing-masing item instrumen penelitian memiliki nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel yaitu 0,138 untuk signifikansi 5 % dengan jumlah responden 262 orang dan setiap item mempunyai nilai signifikan $< 0,05$ maka keseluruhan item dapat dinyatakan valid (terlampir).

c) Kecenderungan Narsistik

Peneliti melakukan uji reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach* pada alat ukur penelitian untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat dipercaya dan memiliki penilaian yang tepat terhadap apa yang dinilainya. Hasilnya menunjukkan alat ukur penelitian untuk variabel “Kecenderungan Narsistik” memiliki nilai reliabilitas 0,829. Jika mengacu pada koefisien reliabilitas Guilford maka dapat dinyatakan instrumen penelitian ini mempunyai nilai reliabilitas dengan kategori “sangat tinggi” karena berada pada kisaran 0,80 – 1,00.

Sebanyak 37 item pada NPI (*Narcissistic Personality Inventory*) memiliki nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel yaitu 0,138 untuk signifikansi 5 % dengan jumlah responden 262 orang dan setiap item mempunyai nilai signifikan $< 0,05$ maka 37 item tersebut dapat dinyatakan valid. Sedangkan tiga item lainnya (nomor; 22, 23, dan 24) tidak dinyatakan valid karena tidak sesuai dengan kriteria dari r tabel atau nilai r hitung $< r$ tabel serta nilai signifikannya lebih besar dari 0,05.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang di implementasikan, yaitu teknik analisis regresi. Baron dan Kenny (dalam widhiarso, 2010) menjelaskan prosedur analisis variabel mediator secara sederhana melalui regresi. Langkah-langkah dalam menguji hipotesis mengacu pada prosedur pengujian peran mediator yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Membuat persamaan regresi X (Adiksi Media Sosial) terhadap Y (Kecenderungan Narsistik). Analisis regresi ini akan menghasilkan koefisien c . Jalur ini diharapkan signifikan ($p < 0,05$).
2. Membuat persamaan regresi X (Adiksi Media Sosial) terhadap Z (kesepian). Analisis regresi ini akan menghasilkan koefisien a . Jalur ini diharapkan signifikan ($p < 0,05$).
3. Membuat persamaan regresi X (Adiksi Media Sosial) dan Z (Kesepian) terhadap Y (Kecenderungan Narsistik). Analisis regresi ini akan menghasilkan dua nilai estimasi prediktor dari Z dan X.

Tegar Lazuardi Lukman, 2020

PENGARUH ADIKSI MEDIA SOSIAL TERHADAP KECENDERUNGAN NARSISTIK DIMEDIASI OLEH KESEPIAN PADA REMAJA PENGGUNA MEDIA SOSIAL

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

Prediksi Z terhadap Y akan menghasilkan koefisien b, sedangkan prediksi X terhadap Y menghasilkan koefisien c'. Jalur b diharapkan signifikan ($p < 0,05$), sedangkan jalur c' diharapkan tidak signifikan ($p > 0,05$).

H. Prosedur Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan melalui beberapa prosedur, diantaranya adalah:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, peneliti mempersiapkan penelitian dengan mencari fenomena penelitian, menjabarkan permasalahan untuk penelitian, melaksanakan studi literatur bersangkutan dengan variabel-variabel yang akan diteliti, kemudian, menentukan metode penelitian yang akan dilakukan.

2. Tahap Pelaksanaan

Setelah melalui tahap persiapan, peneliti akan melaksanakan pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan secara *online* melalui *GoogleForm* dan di *share* melalui beberapa *platform* media sosial

3. Tahap Pengolahan Data

Setelah melaksanakan pengambilan data, hasil data tersebut akan di olah secara kuantitatif (statistik) dengan menggunakan *software* program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*), JASP dan *Ms.Excel*.

4. Tahap Pelaporan

Data yang telah diolah hasilnya kemudian ditelaah dengan menggunakan teori yang sesuai untuk mendapatkan wawasan yang jelas terkait hasil penelitian. Selanjutnya, membuat simpulan dari data yang diolah menjadi bentuk laporan.