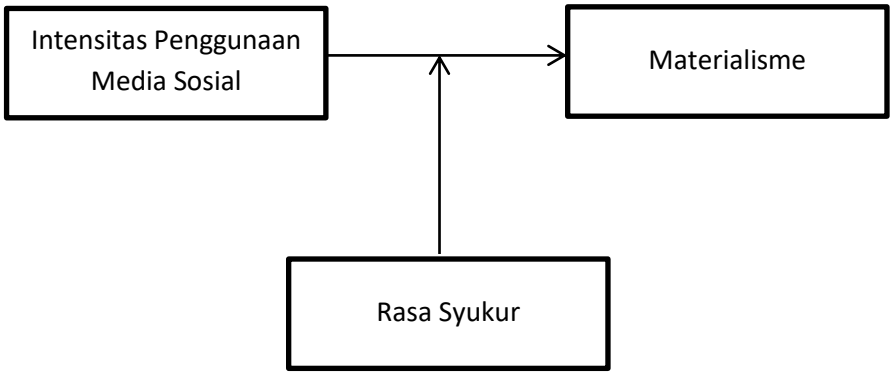
BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel intensitas penggunaan media sosial Instagram (X) terhadap materialisme (Y) yang dimoderasi rasa syukur (Z). Rasa syukur (Z) adalah variabel moderasi yang berfungsi untuk melihat apakah variabel tersebut menguatkan atau justru memperlemah suatu hubungan antara variabel intensitas penggunaan media sosial Instagram (X) terhadap materialisme (Y). Berikut ini adalah gambaran desain penelitian:



B. Populasi dan Sampel Penelitian

a. Populasi

Sesuai dengan definisi remaja menurut Hurlock (1980) dan *emerging adults* menurut Arnett (2006), populasi dalam penelitian ini adalah individu yang berada pada rentang usia 13-25 tahun dan tinggal di Kota Bandung. Menurut Badan Pusat Statistik Kota Bandung (2019), terdapat 866.976 penduduk Kota Bandung yang tergolong remaja dan *emerging adults*. Data ini yang selanjutnya dijadikan acuan untuk menghitung jumlah minimal sampel pada penelitian ini.

b. Sampel dan Teknik *Sampling*

Sampel pada penelitian ini adalah remaja dan *emerging adults* yang berada pada rentang usia 13-25 tahun. Penentuan jumlah sampel pada

penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin ini dapat digunakan untuk menghitung jumlah minimal sampel yang diteliti apabila jumlah populasi diketahui (Amirin, 2011). Rumus Slovin yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan taraf signifikansi (e) dengan nilai 0,05. Berikut ini adalah perhitungan berdasarkan rumus Slovin:

$$x = \frac{866.976}{1 + (866.976 \text{ x } 0{,}05^2)}$$

$$x = 399{,}81$$

Berdasarkan rumus tersebut, jumlah sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 400 responden. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan ***convenience sampling***. Dalam *non-probability sampling*, tidak semua subjek yang berada dalam populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. ***Convenience sampling*** merupakan teknik pengambilan sampel yang didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya dengan memperhatikan kriteria sampel yang dibutuhkan. Berikut kriteria sampel yang digunakan dalam penelitian ini:

- Individu yang berusia 13-25 tahun
- Memiliki dan menggunakan akun media sosial Instagram
- Berdomisili di Kota Bandung
- Bersedia menjadi responden penelitian ini

C. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Operasional

1. Variabel Penelitian

   Pada penelitian ini terdapat tiga variabel yang diteliti, yaitu variabel bebas X (intensitas penggunaan media sosial Instagram), variabel terikat Y (materialisme), dan variabel moderator Z (rasa syukur).

2. Definisi Variabel Konseptual dan Variabel Operasional
   a. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Del Barrio (dalam Timbung, 2017) mengatakan bahwa intensitas penggunaan media sosial meliputi tingkat kualitas dan kuantitas, yaitu tingkat kuantitas waktu yang menunjukkan durasi dan frekuensi mengakses media sosial dalam waktu tertentu, serta tingkat perhatian dan penghayatan yang menunjukkan minat dan pemahaman terhadap media sosial tersebut.

Dalam penelitian ini secara operasional intensitas penggunaan media sosial Instagram adalah jumlah perilaku berdasarkan tinggi rendahnya frekuensi dan durasi yang digunakan remaja dan *emerging adults* untuk mengakses media sosial Instagram serta tinggi rendahnya perhatian dan penghayatan remaja dan *emerging adults* saat mengakses media sosial Instagram. Definisi operasional merupakan skor total dari alat ukur Intensitas Penggunaan Media Sosial (IPMS) yang telah disusun oleh Umi Hidayatun (2015) berdasarkan aspek durasi, frekuensi, perhatian, dan penghayatan (Del Barrio dalam Timbung, 2017). Semakin tinggi skor total yang diperoleh remaja dan *emerging adults* dalam skala tersebut, maka semakin tinggi pula intensitas penggunaan media sosial Instagram-nya. Sebaliknya, semakin rendah skor total yang diperoleh, maka semakin rendah pula intensitas penggunaan media sosial Instagram-nya.

b. Materialisme

Richins dan Dawson (1992) mendefinisikan materialisme sebagai nilai yang menjadikan kepemilikan harta benda sebagai tujuan utama dalam kehidupan dan sekaligus menjadi faktor yang mengatur perilaku seseorang.

Dalam penelitian ini, secara operasional, materialisme remaja dan *emerging adults* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan dan perilaku remaja dan *emerging adults* yang menunjukkan pentingnya kepemilikan harta benda secara material serta pemerolehannya, sehingga menjadikan hal itu sebagai tujuan utama di dalam kehidupannya. Definisi operasional materialisme merupakan skor total dari alat ukur *Material Values Scale* (MVS) yang dibuat oleh Richins

(2004). Skala tersebut didasarkan atas tiga aspek materialisme yaitu, *acquisition centrality, acquisition as the pursuit of happiness*, dan *possession-defined succes.* Semakin tinggi skor total yang diperoleh remaja dan *emerging adults* dalam skala tersebut, maka semakin tinggi pula materialismenya. Sebaliknya, semakin rendah skor total yang diperoleh, maka semakin rendah materialismenya.

c. Rasa Syukur

Menurut McCullough dkk. (2002) rasa syukur ialah sebuah bentuk emosi atau perasaan yang berkembang menjadi suatu sikap atau sifat moral yang baik, menjadi sebuah kebiasaan dan akan memengaruhi seseorang dalam menanggapi suatu stimulus atau situasi yang tampak dalam bentuk perilaku yang positif.

Dalam penelitian ini, secara operasional rasa syukur didefinisikan sebagai tingkat/tinggi rendahnya emosi remaja dan *emerging adults* yang berkembang menjadi suatu sifat dan sikap positif dalam diri remaja, dan akan memengaruhi remaja dan *emerging adults* dalam merespon suatu situasi atau pengalaman dalam bentuk perilaku yang positif. Definisi operasional rasa syukur merupakan skor total dari alat ukur Gratitude Questionnaire-6 (GQ-6) yang diciptakan McCullough dkk. (2002) dan muncul dalam empat dimensi yang saling bergantung, yaitu dimensi intensitas, frekuensi, rentang, dan kerapatan (*density*). Semakin tinggi skor total yang diperoleh remaja dan *emerging adults* dalam skala tersebut, maka semakin tinggi pula rasa syukurnya. Sebaliknya, semakin rendah skor total yang diperoleh, maka semakin rendah pula rasa syukurnya.

D. Instrumen Penelitian

1. Instrumen untuk Mengukur Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

a. Identitas Instrumen

Instrumen untuk mengukur intensitas penggunaan media sosial Instagram, peneliti memodifikasi alat ukur Intensitas Penggunaan Media Sosial (IPMS) yang dibuat oleh Umi Hidayatun (2015) sesuai jenis media sosial dalam penelitian ini, yaitu media sosial Instagram. IPMS disusun berdasarkan aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial yang dikemukakan oleh Del Barrio yiatu, *attention*, *comprehension*, *duration*, dan *frequency*.

Setelah diadaptasi sesuai kebutuhan penelitian, instrumen ini terdiri atas 40 item; 32 item *favourable* dan 8 item *unfavourable*. Pilihan jawaban terdiri atas empat alternatif jawaban skala *Likert*, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS).

b. Penyekoran

Penyekoran jawaban responden pada instrumen IPMS disesuaikan dengan jenis item *favorable* dan *unfavourable* yang dijelaskan dalam bentuk tabel berikut:

Jenis Item	**Skor/Pilihan Jawaban**				**No. Item**	**Jumlah**
	SS	**S**	**TS**	**STS**		
Favorable	4	3	2	1	1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 30, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 39, 40	**32**
Unfavorable	1	2	3	4	2, 12, 15, 19, 27, 29, 31, 38	**8**
Jumlah						**40**

c. Kategorisasi Skor

Kategorisasi skor yang digunakan pada instrumen dukungan sosial menggunakan rumus empat kategori (Azwar, 2012). Berikut merupakan rumus dalam membuat kategorisasi pada penelitian ini:

Skor Maksimal Instrumen	=	Jumlah soal x skor skala terbesar
Skor Minimal Instrumen	=	Jumlah soal x skor skala terkecil
Mean Teoretis (μ)	=	½ (skor maksimal + Skor minimal)
Standar Deviasi Populasi (σ)	=	1/6 (skor maksimal - Skor minimal)

Dari hasil perhitungan di atas, setiap responden akan digolongkan pada empat kategori sebagai berikut:

Rentang Skor	Kategori
$X > \mu+1\,\sigma$	Tinggi
$\mu < X \leq \mu+1\,\sigma$	Cukup Tinggi
$\mu-1\,\sigma < X \leq \mu$	Cukup Rendah
$X \leq \mu-1\,\sigma$	Rendah

d. Kriteria Interpretasi Kategorisasi Skor

1) Responden yang berada pada kategori Tinggi merupakan responden yang menunjukkan perilaku yang sangat intens dalam penggunaan media sosial Instagram baik secara kualitas dan kuantitas. Dalam penggunaannya, responden menunjukkan atensi, penghayatan, pengulangan, dan durasi yang sangat tinggi.
2) Responden yang berada pada kategori Cukup Tinggi merupakan responden yang menunjukkan perilaku yang cukup intens dalam penggunaan media sosial Instagram baik secara kualitas dan kuantitas. Dalam penggunaannya, responden menunjukkan atensi, penghayatan, pengulangan, dan durasi yang cukup tinggi.
3) Responden yang berada pada kategori Cukup Rendah merupakan responden yang menunjukkan perilaku yang kurang intens dalam penggunaan media sosial Instagram baik secara kualitas dan kuantitas. Dalam penggunaannya, responden kurang menunjukkan atensi, penghayatan, pengulangan, dan durasi.

4) Responden yang berada pada kategori Rendah merupakan responden yang menunjukkan perilaku yang tidak intens dalam penggunaan media sosial Instagram baik secara kualitas dan kuantitas. Dalam penggunaannya, responden tidak menunjukkan atensi, penghayatan, pengulangan, dan durasi.

2. Instrumen untuk Mengukur Materialisme

a. Identitas Instrumen

Instrumen yang akan digunakan untuk mengukur tingkat materialisme adalah Material Values Scale (MVS) yang dibuat oleh Richins pada tahun 2004 dan telah diadaptasi oleh Assyifa (2019). Alat ukur tersebut memiliki 15 item dengan 9 item *favorable* dan 6 item *unfavorable* yang terdiri atas tiga dimensi, yaitu, *acquisition centrality*, *acquisition as the pursuit of happiness*, dan *possession-defined success*. Alat ukur ini menggunakan skala *Likert* dengan pilihan jawaban dengan lima alternatif jawaban, yaitu sangat setuju (ST), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Konsistensi reliabilitas alat ukur ini sebesar α = 0,86 dan tergolong memiliki realibilitas sangat tinggi (Richins, 2004).

b. Penyekoran

Penyekoran jawaban responden pada instrumen MVS disesuaikan dengan jenis item *favorable* dan *unfavourable* yang dijelaskan dalam bentuk tabel berikut:

Jenis Item	Skor/Pilihan Jawaban				No. Item	Jumlah
	SS	S	TS	STS		
Favorable	4	3	2	1	1, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15	**9**

Unfavorable	1	2	3	4	2, 3, 4, 5, 6, 10	**6**
			Jumlah			**20**

c. Kategorisasi Skor

Kategorisasi skor yang digunakan pada instrumen dukungan sosial menggunakan rumus empat kategori (Azwar, 2012). Berikut merupakan rumus dalam membuat kategorisasi pada penelitian ini:

Skor Maksimal Instrumen = Jumlah soal x skor skala terbesar

Skor Minimal Instrumen = Jumlah soal x skor skala terkecil

Mean Teoretis (μ) = ½ (skor maksimal + Skor minimal)

Standar Deviasi Populasi (σ) = 1/6 (skor maksimal - Skor minimal)

Dari hasil perhitungan di atas, setiap responden akan digolongkan pada empat kategori sebagai berikut:

Rentang Skor	Kategori
$X > \mu+1\,\sigma$	Tinggi
$\mu < X \leq \mu+1\,\sigma$	Cukup Tinggi
$\mu-1\,\sigma < X \leq \mu$	Cukup Rendah
$X \leq \mu-1\,\sigma$	Rendah

d. Kriteria Interpretasi Kategorisasi Skor

1) Responden yang berada pada kategori Tinggi merupakan responden yang sangat meyakini pentingnya kepemilikan harta benda secara material serta pemerolehannya, sehingga menjadikan hal itu sebagai tujuan utama di dalam kehidupannya.
2) Responden yang berada pada kategori Cukup Tinggi merupakan responden yang meyakini pentingnya kepemilikan harta benda secara material serta pemerolehannya, sehingga menjadikan hal itu sebagai tujuan utama di dalam kehidupannya.
3) Responden yang berada pada kategori Cukup Rendah merupakan responden yang kurang meyakini pentingnya kepemilikan harta

benda secara material serta pemerolehannya, sehingga menjadikan hal itu sebagai tujuan utama di dalam kehidupannya.

4) Responden yang berada pada kategori Sangat Rendah merupakan responden yang tidak meyakini pentingnya kepemilikan harta benda secara material serta pemerolehannya, sehingga menjadikan hal itu sebagai tujuan utama di dalam kehidupannya.

3. Instrumen untuk Mengukur Rasa Syukur

a. Identitas Instrumen

Instrumen yang akan digunakan untuk mengukur rasa syukur yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan alat ukur Gratitude Questionnaire-6 (GQ-6) yang dibuat oleh McCullough, Emmons dan Tsang pada tahun 2002 dan telah diadaptasi oleh Dienillah (2017). Alat ukur ini terdiri atas 6 item; 4 item *favorable* dan 2 item *unfavorable* yang berasal dari dimensi intensitas *(intensity),* frekuensi *(frequency),* rentang *(span), dan* kerapatan *(density).* Alat ukur ini menggunakan skala *Likert* dengan empat alternatif jawaban, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS). Konsistensi reliabilitas untuk alat ukur rasa syukur ini adalah sebesar $\alpha = 0{,}82$ dan tergolong memiliki realibilitas sangat tinggi (McCullough dkk., 2002).

b. Penyekoran

Penyekoran jawaban responden pada instrumen GQ-6 disesuaikan dengan jenis item *favorable* dan *unfavourable* yang dijelaskan dalam bentuk tabel berikut:

Jenis Item	Skor/Pilihan Jawaban				No. Item	Jumlah
	SS	S	TS	STS		
Favorable	4	3	2	1	1, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15	**9**

Unfavorable	1	2	3	4	2, 3, 4, 5, 6, 10	**6**
			Jumlah			**20**

c. Kategorisasi Skor

Kategorisasi skor yang digunakan pada instrumen dukungan sosial menggunakan rumus empat kategori (Azwar, 2012). Berikut merupakan rumus dalam membuat kategorisasi pada penelitian ini:

Skor Maksimal Instrumen = Jumlah soal x skor skala terbesar

Skor Minimal Instrumen = Jumlah soal x skor skala terkecil

Mean Teoretis (μ) = ½ (skor maksimal + Skor minimal)

Standar Deviasi Populasi (σ) = 1/6 (skor maksimal - Skor minimal)

Dari hasil perhitungan di atas, setiap responden akan digolongkan pada empat kategori sebagai berikut:

Rentang Skor	Kategori
$X > \mu+1\,\sigma$	Tinggi
$\mu < X \leq \mu+1\,\sigma$	Cukup Tinggi
$\mu-1\,\sigma < X \leq \mu$	Cukup Rendah
$X \leq \mu-1\,\sigma$	Rendah

d. Kriteria Interpretasi Kategorisasi Skor

1) Responden yang berada pada kategori Tinggi merupakan responden yang sangat mampu memaknai peristiwa yang dialami sebagai suatu hal yang positif serta memiliki motivasi yang kuat untuk berperilaku positif.
2) Responden yang berada pada kategori Cukup Tinggi merupakan responden yang cukup mampu memaknai peristiwa yang dialami sebagai suatu hal yang positif serta memiliki motivasi yang cukup kuat untuk berperilaku positif.
3) Responden yang berada pada kategori Cukup Rendah merupakan responden yang kurang mampu memaknai peristiwa yang dialami

sebagai suatu hal yang positif serta kurang memiliki motivasi untuk berperilaku positif.

4) Responden yang berada pada kategori Rendah merupakan responden yang tidak mampu memaknai peristiwa yang dialami sebagai suatu hal yang positif serta tidak memiliki motivasi untuk berperilaku positif.

E. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang diberikan secara daring kepada partisipan. Kuesioner dibuat melalui Google Form dalam tautan bit.ly/PenelitianZara2021. Tautan tersebut kemudian disebarkan melalui media sosial seperti Line, WhatsApp, Instagram, dan Twitter. Peneliti meminta bantuan teman-teman yang memiliki kenalan responden sesuai kriteria dalam penelitian ini untuk membagikan poster yang telah peneliti buat beserta tautan kepada responden yang bersangkutan. Selain itu, peneliti juga menghubungi responden secara langsung melalui media sosial peneliti menyampaikan tujuan dari penelitian dan menanyakan kesediaan untuk menjadi responden dalam penelitian ini. penyebaran kuesioner dilakukan pada tanggal 2 – 16 Maret 2021 kepada 549 responden.

Adapun isi dari kuesioner tersebut diantaranya: 1) tujuan penelitian, kriteria partisipan dan informasi mengenai kerahasiaan data; 2) identitas responden; 3) alat ukur intensitas penggunaan media sosial Instagram; 4) alat ukur materialisme; dan 5) alat ukur rasa syukur.

F. Prosedur Penelitian

Prosedur dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap akhir. Berikut uraian setiap tahapnya:

1. Tahap Persiapan

   Tahap persiapan meliputi kegiatan menentukan rumusan masalah, penyusunan kerangka berpikir dan hipotesis penelitian, menentukan

metode penelitian, variabel dan indikator penelitian, serta mencari dan menyusun instrumen penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan

   Pada tahap pelaksanaan peneliti melakukan pengambilan data, melakukan analisis pada hasil uji reliabilitas dan validitasnya, melakukan penyekoran dan pengolahan data.

3. Tahap Akhir

   Pada tahap akhir peneliti akan melakukan pembahasan berdasarkan teori serta penelitian sebelumnya yang berkaitan dan membuat simpulan untuk menyusun skripsi**.**

G. Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Moderated Regression Analysis* (MRA). *Moderated Regression Analysis* (MRA) merupakan aplikasi khusus linear berganda yang memiliki interaksi berupa perkalian dua variabel independen atau lebih dalam persamaan regresinya (Liana, 2009). *Moderated Regression Analysis* (MRA) dalam penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh Intensitas penggunaan media sosial Instagram (X) terhadap materialisme (Y) yang diperkuat atau diperlemah oleh rasa syukur (Z). Sugiono (2004) menyatakan bahwa dalam *Moderated Regression Analysis* (MRA) melalui tahapan persamaan sebagai berikut:

1) $Y = a + b1X + e$
2) $Y = a + b1X + b2Z + e$
3) $Y = a + b1X + b2Z + b3\ X*Z + e$

Keterangan:

X : Variabel terikat
Y : Variabel bebas
A : Konstanta
b(n) : Koefisien regresi, besaran respons yang ditimbulkan oleh variabel bebas
Z : Variabel bebas
XZ : Variabel moderasi

E : Eror

Berdasarkan persamaan tersebut, terdapat empat ketentuan yang mengkategorikan jenis-jenis variabel moderasi (Sugiono, 2004):

1) Bila persamaan (2) b2Z, koefisien b2 (Pengaruh variabel Z dan Y) signifikan dan persamaan (3) b3 X*Z, koefisien b3 (Interaksi antara variabel X dan Z) tidak signifikan, maka variabel Z bukan variabel moderator, tetapi merupakan variabel *intervening*, *exogeneou*s, *antecedent*, atau *predictor*.
2) Bila persamaan (2) b2Z, koefisien b2 (Pengaruh variabel Z dan Y) tidak signifikan dan persamaan (3) b3 X*Z, koefisien b3 (Interaksi antara variabel X dan Z) signifikan, maka variabel Z merupakan *Pure Moderator* (Z merupakan variabel moderator murni).
3) Bila persamaan (2) b2Z, koefisien b2 (Pengaruh variabel Z dan Y) signifikan dan persamaan (3) b3 X*Z, koefisien b3 (Interaksi antara variabel X dan Z) tidak signifikan, tetapi terdapat perbedaan pada R *Square Change* antara subgroup sebelum dan setelah dimasukkan variabel moderator, maka variabel Z merupakan variabel *Homologizer Moderator*. Sebaliknya, apabila tidak terdapat perbedaan *R Square Change* antara subgroup sebelum dan setelah dimasukkan variabel moderator, maka variabel Z bukan variabel moderator.
4) Bila persamaan (2) b2Z, koefisien b2 (Pengaruh variabel Z dan Y) signifikan dan persamaan (3) b3 X*Z, koefisien b3 (Interaksi antara variabel X dan Z) tidak signifikan, maka variabel Z merupakan variabel *Quasi Moderator*.

Pengujian dilakukan pada taraf signifikansi $\alpha = 0{,}05$ dengan menggunakan bantuan perangkat lunak Winsteps versi 3.73 dan SPSS versi 23.0. Winsteps digunakan untuk mengkonversi data ordinal menjadi data interval. Konversi data diperlukan untuk langkah analisis selanjutnya, yaitu analisis regresi. Peneliti melakukan transformasi data ordinal menjadi interval menggunakan Rasch Model dengan aplikasi Winsteps versi 3.73. Setelah melakukan

transformasi data, peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 23.0 untuk melakukan analisis regresi.

H. Proses Pengembangan Instrumen

Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengembangan alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian. Tahapan pengembangan instrumen dilakukan dengan tahapan berikut:

1) Modifikasi Instrumen

Peneliti melakukan modifikasi terhadap instrumen Intensitas Penggunaan Media Sosial (Hidayatun, 2015). Modifikasi diperlukan karena kebutuhan penelitian yang spesifik untuk media sosial Instagram.

2) Uji Validitas (*Expert Judgement*)

Uji Validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan pengukuran (Azwar, 2015). Uji validitas yang dilakukan pada tahap ini adalah uji validitas isi. Validitas isi dilakukan untuk mengetahui sejauh mana relevansi elemen-elemen pada instrumen dan untuk mengetahui sejauh mana instrumen merepresentasikan konsep variabel yang diukur (Azwar, 2012). Straub (2004) dalam Azwar (2015) menjelaskan bahwa uji validitas isi dilakukan dengan mendapat kesepakatan penilaian dari penilai yang kompeten dalam bidang kajian yang sesuai dengan instrumen. *Expert*/ahli yang melakukan uji validitas (*expert judgement*) dalam penelitian ini adalah Dr. Dra. Herlina, M.Pd., Psikolog.

3) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kecermatan pengukuran suatu alat ukur (Azwar, 2015). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan S*ingle Trial Administration* yang menghasilkan estimasi reliabilitas konsistensi internal dengan teknik Alpha Cronbach. Kategorisasi relibilitas mengacu pada kategorisasi reliabilitas dari Guilford (1956) berikut ini:

Indeks	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

Pada penelitian ini, reliabilitas instrumen diuji menggunakan SPSS Versi 23.0. Berikut merupakan reliabilitas hasil pengembangan instrumen pada penelitian ini:

Instrumen	Reliabilitas Alpha Cronbach	Kategori Alpha Cronbach
Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram (IPMS IG)	0,901	Sangat Tinggi
Material Values Scale (MVS)	0,791	Tinggi
Gratitude Questionnaire-6 (GQ-6)	0,723	Tinggi

4) Pemilihan Item yang Layak

Pemilihan item yang dilakukan melalui proses uji validitas dengan analisis item yang bertujuan untuk mengetahui tingkat validitas setiap instrumen dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, metode yang digunakan adalah *Corrected Item Total Correlation*. Metode ini bertujuan untuk mencari korelasi antara skor item dan skor total dari sisa item lainnya. Berdasarkan metode *Corrected Item Total Correlation*, item yang layak merupakan item yang mencapai koefiisien korelasi minimal 0,30 karena daya bedanya dianggap memuaskan. Oleh karena itu item tersebut lah item yang dipilih menjadi item item final dan dianggap layak untuk digunakan (Azwar, 2015). Tabel berikut menggambarkan pemetaan hasil pemilihan item yang layak pada instrumen penelitian ini.

Instrumen	Sebelum Uji Coba	Sesudah Uji Coba
Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram (IPMS IG)	1, 2, 3, 4, 5, 6 ,7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39	1, 3, 4, 5, 6 ,7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39

Jumlah Item	**39**	**34**
Material Values Scale (MVS)	1, 2, 3, 4, 5, 6 ,7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15	1, 4, 5, 6 ,7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15
Jumlah Item	**15 Item**	**13 Item**
Gratitude Questionnaire-6 (GQ-6)	1, 2, 3, 4, 5, 6	1, 2, 3, 4, 6
Jumlah Item	**6 Item**	**5 Item**