

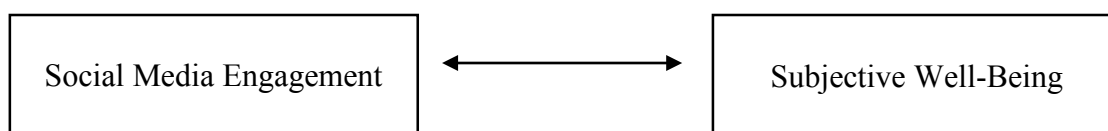
BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Sugiyono (2015) mendefinisikan pendekatan kuantitatif sebagai metode penelitian yang memandang hubungan gejala sebab-akibat, dalam penelitian ini mencari hubungan *social media engagement* (X) dengan *subjective well-being* (Y). Desain korelasional dalam penelitian ini merupakan metode untuk mengetahui dan menguji hubungan antar kedua variabel.

Gambar 3.1. Desain Penelitian



B. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Sugiyono (2015) mendefinisikan populasi penelitian sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung. Berdasarkan data terakhir dari Pangkalan Data Pendidikan Tinggi (PDDikti), jumlah mahasiswa UPI Bandung sebanyak 33.928. Jumlah mahasiswa tersebut sebagai populasi dalam penelitian ini.

2. Sampel Penelitian

Sampel penelitian adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Teknik *sampling* yang digunakan merupakan teknik probabilitas dengan teknik *convient sampling*. *Convient sampling* adalah teknik pemilihan responden berdasarkan kriteria dan yang

bersedia (Creswell, 2012). Jumlah sampel yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan toleransi eror 5%.

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$
$$n = \frac{33.928}{1 + 33.928(0,05^2)}$$
$$n = 399,988 = 400$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Taraf kesalahan dalam pengambilan sampel yang ditolerir ($e = 0,005$) = 5%

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus di atas, dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang dibutuhkan penelitian ini adalah 400 responden.

C. Definisi Konseptual dan Operasional

1. Definisi Konseptual *Social Media Engagement*

Social media engagement adalah keterlibatan individu dalam penggunaan media sosial yang dapat membentuk perilaku terhadap suatu hubungan (Gangi & Wasko, 2016).

2. Definisi Konseptual *Subjective Well-Being*

Subjective well-being adalah penilaian subjektif terhadap kehidupan yang dialami individu (Diener, Suh, Lucas & Smith, 1999).

3. Definisi Operasional *Social Media Engagement*

Social media engagement adalah keterlibatan dalam media sosial di kehidupan sehari-hari, yang diukur berdasarkan aspek interaksi sosial, fitur teknis, dan *user engagement*. Dari tiga aspek tersebut, dapat mengukur bagaimana keterlibatan media sosial pada seseorang yang akan mempengaruhi

sikap seseorang terhadap hubungan dari pengalaman yang ia bentuk di media sosial.

4. Definisi Operasional *Subjective Well-Being*

Subjective well-being adalah penilaian subjektif terhadap kehidupan yang diukur berdasarkan dua aspek, yaitu aspek kognitif dan aspek afektif. Dari dua aspek tersebut, dapat mengukur tinggi atau rendahnya *subjective well-being* pada seseorang.

D. Instrumen Penelitian

1. *Social Media Engagement*

a. Spesifikasi Instrumen

Pengukuran *social media engagement* menggunakan instrumen dari Gangi & Wasko (2016) yang terdiri dari tiga dimensi, *social interactions*, *technical features*, dan *user engagement*.

b. Kisi-kisi Instrumen

Tabel 3.1
Kisi-kisi Instrumen SME

Dimensi	Item		Jumlah Item
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
<i>Social Interactions</i>	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18.	-	20
<i>Technical Features</i>	19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32.	-	14
<i>User Engagement</i>	33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45.	-	13

c. Penskoran

Tabel 3.2
Penskoran SME

Item	Skor Pernyataan				
	TS	ATS	AS	S	SS
<i>Favorable</i>	1	2	3	4	5
<i>Unfavorable</i>	5	4	3	2	1

d. Kategorisasi Norma

Selanjutnya pilihan jawaban pada setiap item akan dijumlahkan dengan langkah sebagai berikut:

- 1) Menentukan skor tertinggi dan terendah pada penelitian.
- 2) Menentukan rentang (*range*), yaitu selisih antara skor tertinggi dan skor terendah.
- 3) Menentukan lebar kelas, yaitu membagi rentang kelas dengan banyaknya kelas yang diinginkan, yakni 4 kelas dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Lebar kelas} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

- 4) Menentukan interval kelas.

Tabel 3.3
Interval Kelas *Social Media Engagement*

<i>Social Media Engagement</i>	Skor Terendah	Skor Tertinggi	Lebar Kelas
		45 x 1 = 45	45 x 5 = 225

Setelah digunakan perhitungan dengan rumus di atas, maka diperoleh hasil bahwa skor tertinggi yang dapat diperoleh partisipan adalah 225 sedangkan skor terendah yang diperoleh partisipan adalah 45. Instrumen ini akan menggunakan empat kategori yaitu, sangat rendah, rendah, tinggi, sangat tinggi. Sehingga dengan lebar kelas sebesar 45, didapatkan kategorisasi instrumen *social media engagement* sebagai berikut.

Tabel 3.4
Rentang Skor *Social Media Engagement*

Rentang Skor	Kategori
183 - 225	Sangat Tinggi
137 - 182	Tinggi
91 - 136	Rendah
45 - 90	Sangat Rendah

Berdasarkan tabel 3.4 di atas, responden yang mendapatkan skor antara 183 - 225 termasuk ke dalam kategori sangat tinggi. Responden dengan skor antara 137 - 182 termasuk ke dalam kategori tinggi. Responden yang mendapatkan skor antara 91 - 136 termasuk dalam kategori rendah. Responden dengan skor antara 45 - 90 termasuk ke dalam kategori sangat rendah. Kategorisasi tersebut menunjukkan seberapa banyak karakteristik yang muncul pada seseorang untuk menunjukkan keterlibatan sosial medianya atau *social media engagement*. Semakin tinggi kategori, maka semakin banyak kemungkinan keterlibatan media sosial pada partisipan.

2. *Subjective Well-Being*

a. Spesifikasi Instrumen

Pengukuran *subjective well-being* dalam penelitian ini menggunakan *Satisfaction with Life Scale* (SWLS) untuk mengukur aspek kognitif dan *Scale of Positive and Negative Experience* (SPANE) untuk mengukur aspek afektif dari Diener, Suh, Lucas & Smith (1999) yang diadaptasi oleh Hamdi (2019).

b. Kisi-kisi Instrumen

Tabel 3.5
Kisi-kisi Instrumen SWB

Dimensi	Item		Jumlah Item
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Kognitif	1, 2, 3, 4.	-	4
Afektif	5, 8, 10	6, 7, 9, 11, 12, 13	9

c. Penskoran

Tabel 3.6
Penskoran SWB

Item	Skor Pernyataan				
	TS	ATS	AS/N	S	SS
<i>Favorable</i>	1	2	3	4	5
<i>Unfavorable</i>	5	4	3	2	1

d. Kategorisasi Norma

Selanjutnya pilihan jawaban pada setiap item akan dijumlahkan dengan langkah sebagai berikut:

- 1) Menentukan skor tertinggi dan terendah pada penelitian.
- 2) Menentukan rentang (*range*), yaitu selisih antara skor tertinggi dan skor terendah.
- 3) Menentukan lebar kelas, yaitu membagi rentang kelas dengan banyaknya kelas yang diinginkan, yakni 4 kelas dengan rumus sebagai berikut.

$$\text{Lebar kelas} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}}$$

- 4) Menentukan interval kelas.

Tabel 3.7
Interval Kelas *Subjective Well-Being*

	Skor Terendah	Skor Tertinggi	Lebar Kelas
<i>Subjective Well-Being</i>	13 x 1 = 13	13 x 5 = 65	$\frac{65 - 13}{4}$ $= 12,75$ $= 13$

Setelah digunakan perhitungan dengan rumus di atas, maka diperoleh hasil bahwa skor tertinggi yang dapat diperoleh partisipan adalah 65, sedangkan skor terendah yang diperoleh partisipan adalah 13. Instrumen

ini akan menggunakan empat kategori yaitu, sangat rendah, rendah, tinggi, sangat tinggi. Sehingga dengan lebar kelas sebesar 13, didapatkan kategorisasi instrumen *subjective well-being* sebagai berikut.

Tabel 3.8
Rentang Skor *Subjective Well-Being*

Rentang Skor	Kategori
55 - 65	Sangat Tinggi
41 - 54	Tinggi
27 - 40	Rendah
13 - 26	Sangat Rendah

E. Pengembangan Instrumen

Azwar (2015) menjelaskan bahwa pengembangan instrumen bertujuan untuk mengetahui kelayakan alat ukur yang digunakan dalam penelitian yang harus memenuhi dua komponen, yaitu reliabilitas dan validitas.

Reliabilitas menjadi persyaratan penting dalam suatu proses penelitian ilmiah (Zohrabi, 2013). Suatu instrumen dikatakan memiliki reliabilitas yang tinggi apabila skor dari instrumen tersebut berkorelasi tinggi dengan skor murninya sendiri, atau dapat pula ditafsirkan sebagai seberapa tinggi korelasi antara skor tampak pada dua instrumen yang berhubungan (Azwar, 2014). Tujuan dari reliabilitas alat ukur untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut yang diuji menghasilkan data hasil yang konsisten. Metode yang digunakan dalam menguji reliabilitas instrumen ini yaitu dengan metode konsistensi internal *Cronbach's alpha*. Selain itu, untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam digunakan juga reliabilitas item dan responden menggunakan bantuan *Rasch Model*.

Tabel 3.9
Kategori Reliabilitas

Nilai Koefisien Reliabilitas Instrumen	Kategori	Nilai Koefisien Reliabilitas Person/Item	Kategori
< 0,50	Buruk	< 0,67	Lemah
0,5 – 0,6	Jelek	0,67 – 0,80	Cukup
0,6 – 0,7	Cukup	0,81 – 0,90	Bagus
0,7 – 0,8	Bagus	0,91 – 0,94	Bagus Sekali

Tabel 3.9
Kategori Reliabilitas

Nilai Koefisien Reliabilitas Instrumen	Kategori	Nilai Koefisien Reliabilitas Person/Item	Kategori
> 0,8	Bagus Sekali	> 0,94	Istimewa

Penelitian ini memiliki tiga instrumen yang diadaptasi, yaitu *social media engagement scale*, *satisfaction with life scale (SWLS)*, dan *scale of positive and negative experience (SPANES)*. Adapun tahap pengembangan instrumen yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Uji Keterbacaan Instrumen

Uji keterbacaan instrumen dilakukan untuk mengetahui dan memeriksa apakah pernyataan yang digunakan pada instrumen dapat dipahami oleh responden sebagaimana yang dikehendaki oleh peneliti.

2. Adaptasi Bahasa dan *Expert Judgement*

Alat ukur diterjemah ke dalam bahasa Indonesia sebelum pengujian dilakukan, dan setelah itu *expert judgement*.

3. Pemilihan Item yang Layak

Pemilihan item yang layak dilakukan dengan uji coba alat ukur kepada 150 responden yang terlibat. Pemilihan item ini dilakukan dari hasil uji kalibrasi instrumen berdasarkan kriteria item yang *fit* (layak) dan *misfit* (tidak layak) dengan pendekatan *rasch model* menggunakan perangkat lunak Winsteps. Kriteria yang dilihat dengan mempertimbangkan nilai *outfit* MNSQ, *outfit* ZSTD, dan *PT-Measure Correlation* dengan acuan nilai sebagai berikut:

Tabel 3.10
Kategori Winsteps

DATA	NILAI YANG DITERIMA
<i>Outfit Mean Square (MNSQ)</i>	0.5 – 1.5
<i>Outfit Z-Standard (ZSTD)</i>	(-2) – 2
<i>Point Measure Correlation (Pt Mean Corr)</i>	0.4 – 0.85

Berdasarkan pertimbangan angka nilai *outfit* MNSQ, *outfit* ZSTD, dan *PT-Measure Correlation*, maka di penelitian ini terdapat 6 item yang tidak digunakan, yaitu 2 item dari alat ukur *social media engagement scale*, 1 item dari *satisfaction with life scale* (SWLS), serta 3 item dari *scale of positive and negative experience* (SPANE).

Tabel 3.11
Gambaran Item yang Tidak Digunakan Setelah Try Out

Instrumen	No. Item	Nilai <i>outfit</i> MNSQ, <i>outfit</i> ZSTD, PT-Measure Corr	Keterangan	
<i>Social Media Engagement</i>	5	MNSQ: 1,51 ZSTD: 4,2 Pt-Meas Corr: -0,04	Tidak ada kesesuaian item yang dapat menurunkan kualitas pengukuran.	Item dibuang
	8	MNSQ: 1,63 ZSTD: 5,1 Pt-Meas Corr: 0,00	Tidak ada kesesuaian item yang dapat menurunkan kualitas pengukuran.	Item dibuang
<i>Satisfaction with life scale</i> (SWLS)	2	MNSQ: 0,43 ZSTD: -6,0 Pt-Meas Corr: 0,86	Tidak ada kesesuaian item yang dapat menurunkan kualitas pengukuran.	Item dibuang
<i>Scale of positive and negative experience</i> (SPANE)	3	MNSQ: 1,55 ZSTD: 4,2 Pt-Meas Corr: -2,0	Tidak ada kesesuaian item yang dapat menurunkan kualitas pengukuran.	Item dibuang
	10	MNSQ: 0,47 ZSTD: -6,1 Pt-Meas Corr: 0,86	Tidak ada kesesuaian item yang dapat menurunkan kualitas pengukuran.	Item dibuang
	12	MNSQ: 0,29 ZSTD: -9,3 Pt-Meas Corr: 0,87	Tidak ada kesesuaian item yang dapat menurunkan kualitas pengukuran.	Item dibuang

4. Reliabilitas

Uji reliabilitas yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan *Rasch Model* dengan perangkat lunak *Winsteps*. Koefisien yang digunakan penelitian ini adalah *Alpha Cronbach*. Berikut hasil uji reliabilitas instrumen:

Tabel 3.12
Reliabilitas Instrumen SME, SWLS, dan SPANE

Instrumen	Alpha Cronbach	Item Reliability	Person Reliability
<i>Social Media Engagement</i>	0,81	0,91	0,77
<i>Satisfaction with life scale (SWLS)</i>	0,80	0,91	0,77
<i>Scale of positive and negative experience (SPANE)</i>	0,81	0,98	0,78

Berdasarkan tabel di atas, nilai *Alpha Cronbach* dari instrumen *social media engagement* adalah 0,81 termasuk pada kategori bagus sekali, kemudian ada pula nilai reliabilitas item dan responden masing-masing 0,91 dan 0,77. Hal ini menunjukkan bahwa item-item dalam instrumen tersebut memiliki kualitas yang sangat baik, serta jawaban responden cukup konsisten terhadap pernyataan-pernyataan yang diberikan.

Kedua ada instrumen *satisfaction with life scale (SWLS)* yang memiliki nilai *Alpha Cronbach* 0,80, termasuk pada kategori bagus, kemudian ada pula nilai reliabilitas item dan responden masing-masing 0,91 dan 0,77. Hal ini menunjukkan bahwa item-item dalam instrumen tersebut memiliki kualitas yang sangat baik, serta jawaban responden cukup konsisten terhadap pernyataan-pernyataan yang diberikan.

Instrumen terakhir yaitu *scale of positive and negative experience (SPANE)* yang menunjukkan nilai *Alpha Cronbach* 0,81, termasuk pada kategori bagus sekali, kemudian ada pula nilai reliabilitas item dan responden masing-masing 0,98 dan 0,78. Hal ini menunjukkan bahwa item-item dalam instrumen tersebut

memiliki kualitas yang sangat baik, serta jawaban responden cukup konsisten terhadap pernyataan-pernyataan yang diberikan.

F. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data ini menggunakan angket dengan pernyataan-pernyataan di dalamnya. Sugiyono (2010) menjelaskan angket atau kuisioner adalah sejumlah pernyataan atau pertanyaan yang tertulis untuk dijawab oleh responden. Pernyataan yang ada di angket tersebut diukur menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur setiap pilihan jawaban mengenai pendapat, sikap dan persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial yang kemudian diberi skor, lalu variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2010).

Angket dalam penelitian ini terdiri dari tiga bagian, yaitu identitas diri, *social media engagement* dan angket *subjective well-being*. Penyebaran angket secara online menggunakan *google form* melalui media sosial dikarenakan penelitian ini berlangsung disaat pandemi Covid-19.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang ada dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis korelasi. Jenis data kedua variabel adalah data ordinal, maka sebelum melakukan uji korelasi melakukan transformasi data ordinal menjadi rasio dengan menggunakan *rasch model* dengan aplikasi *winstep*. Uji korelasi penelitian ini menggunakan *pearson product moment* yang merupakan teknik yang mengukur kekuatan dan hubungan antar dua variabel (Arikunto, 2007). Berikut kategori nilai derajat hubungan korelasi dari dua variabel.

Tabel 3.13
Kategori Derajat Hubungan

Nilai Koefisien	Kekuatan Hubungan
0	Tidak ada korelasi antara dua variabel
>0 - 0,25	Korelasi sangat lemah
>0,25 - 0,5	Korelasi cukup

Tabel 3.13
Kategori Derajat Hubungan

Nilai Koefisien	Kekuatan Hubungan
>0,5 - 0,75	Korelasi kuat
>0,75 - 0,99	Korelasi sangat kuat
1	Korelasi sempurna

H. Prosedur Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa prosedur yang dilalui, diantaranya:

1. Tahap Persiapan

Tahap ini merupakan tahap persiapan kebutuhan untuk kelancaran keberlangsungan penelitian dengan harapan tujuan penelitian dapat tercapai. Tahap persiapan dalam penelitian ini dimulai dari merumuskan masalah penelitian, melakukan studi literatur terhadap variabel yang akan diteliti, membuat rancangan penelitian, serta mencari alat ukur yang akan digunakan untuk penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap ini dilakukannya penyebaran kuesioner secara online dengan target total 400 responden. Penyebaran kuesioner secara online melalui media sosial yang sebelumnya sudah dibentuk dalam bentuk *Google Form*.

3. Tahap Pengolahan dan Analisis Data

Tahap ini merupakan tahap mengolah dan menginterpretasi data, kemudian mendeskripsikan serta menganalisis hasil penelitian sesuai dengan teori yang bersangkutan untuk nantinya dijadikan kesimpulan.