

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian adalah bentuk kerangka kerja yang akan dikerjakan untuk memulai suatu penelitian. Desain penelitian juga berguna untuk mengembangkan suatu penelitian secara jelas dan juga mendapatkan informasi dalam penelitian tersebut. Desain penelitian juga digunakan untuk memetakan permasalahan dalam penelitian, menentukan informasi yang akan didapat, mengembangkan penelitiannya, dan lainnya (Malhotra, 2009, hlm. 70–71)

Tujuan desain penelitian ini adalah sebagai pemandu dalam menjalankan suatu penelitian. Sehingga peneliti lebih mudah dalam menjalankan penelitiannya. Desain penelitian juga memberikan penelitian kesesuaian dalam melakukan penelitian. Peneliti disekat dalam meneliti sesuatu agar sesuai dengan topik dan tujuan yang ditelitinya (Mulyadi, 2012, hlm. 72)

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk memperkuat teori yang dipakai dalam penelitian ini. Sekaligus penelitian kuantitatif dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel penelitian dan menguji kekuatan pengaruh hubungan antar variabel. Pengujian kekuatan pengaruh antar variabel dilakukan lewat berbagai tahapan uji hitung data dan analisis data. Selanjutnya, hasil pengujian data tersebut disajikan dalam bentuk angka, hasil uji statistik, dan lainnya. Dengan ini, penelitian kuantitatif dapat menunjukkan kekuatan pengaruh antar variabel (Rakhmat & Ibrahim, 2019, hlm. 42–43). Penelitian dengan metode kuantitatif juga berkaitan dengan statistika untuk menghitung data penelitian dan menjelaskan hubungan antara variabel (Zaenudin dkk., 2022, hlm. 353–354).

Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode deskriptif dan studi korelasional. Metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan variabel dan hubungannya secara rinci. Metode ini juga menggunakan angket sebagai teknik penelitiannya. Sedangkan studi korelasional digunakan untuk mengetahui dan menyampaikan hubungan antar variabel (Kusumastuti dkk., 2020, hlm. 40–41)

Penelitian ini menggunakan variabel X (Pesan kampanye *body positivity*) dan variabel Y (Tingkat kepercayaan diri). Cara yang dilakukan adalah dengan menyebarkan angket daring berbentuk Google Form kepada beberapa anggota komunitas Perempuan Hari Ini Medan dan anggota komunitas Beauty Beyond Size Medan. Responden mengisi pilihan jawaban yang disediakan oleh peneliti dalam angket. Selanjutnya peneliti mengumpulkan angket tersebut dan dianalisis secara statistik.

3.2 Partisipan

Untuk penelitian ini, peneliti memilih beberapa komunitas perempuan yang ada di kota Medan. Pemilihan komunitas perempuan ini juga dipertimbangkan keaktifan pada komunitas. Setelah dipertimbangkan, peneliti memilih dua komunitas perempuan di kota Medan yakni komunitas Perempuan Hari Ini dan komunitas Beauty Beyond Size Medan. Kedua komunitas perempuan ini adalah komunitas perempuan di kota Medan yang masih aktif. Selain itu, kedua komunitas ini juga kerap membagikan berbagai info dan isu perempuan termasuk *body positivity* dan juga mengadakan acara pertemuan dengan para anggota komunitas.

Dalam mempertimbangkan penentuan partisipan, peneliti menetapkan bahwa partisipan tersebut berasal dari masing-masing anggota komunitas Beauty Beyond Size Medan dan komunitas Perempuan Hari Ini. Alasan penetapan syarat partisipan adalah anggota dari kedua komunitas ini lebih paham dan mengikuti setiap info dan isu yang disampaikan pada masing-masing komunitas. Terutama pada isu *body positivity* dan perundungan tubuh yang juga menjadi salah satu isu yang dibawakan. Selain itu, partisipan juga harus aktif pada komunitas diskusi daring (*sharing online discuss*) milik komunitas Perempuan Hari Ini dan juga mengikuti akun media sosial dari masing-masing komunitas.

Pertimbangan lainnya adalah partisipan telah menonton video “My Body Is Perfect And I Love It” dari kanal Youtube MARSHED. Alasan dari syarat ini adalah agar partisipan lebih mengetahui dan memahami pesan kampanye *body positivity* pada video tersebut. Dengan ini, partisipan yang telah memenuhi syarat juga menjadi bagian

dari populasi. Selanjutnya, populasi yang terpilih juga akan disaring untuk menjadi sampel penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah sesuatu yang dijadikan objek penelitian yang memenuhi kualitas dan persyaratan dari peneliti untuk diteliti dan diambil jawaban sebagai kesimpulannya. Populasi tidak hanya berupa orang tetapi juga objek lain yang dapat diteliti dan karakteristiknya sesuai dengan persyaratan penelitian (Sugiyono, 2015, hlm. 117).

Terkait populasi penelitian, peneliti memilih dua komunitas perempuan di kota Medan yang aktif yakni komunitas Perempuan Hari Ini Medan dan komunitas Beauty Beyond Size Medan. Dua komunitas ini berfokus pada isu-isu yang dialami oleh perempuan. Selain itu, dua komunitas ini juga berfokus pada isu perundungan tubuh dan *body positivity*.

Kedua komunitas ini memiliki masing-masing akun media sosial resmi. Komunitas Perempuan Hari Ini memiliki akun resmi Instagram dan kelompok diskusi daring (*sharing online discussion*). Untuk kelompok diskusi daring atau SDO dari komunitas Perempuan Hari Ini Medan berjumlah 98 anggota. Sedangkan komunitas Beauty Beyond Size Medan memiliki resmi akun Instagram dengan jumlah anggota sebanyak 1.000 anggota

Tabel 3.1 Tabel Populasi Anggota Komunitas Perempuan di Kota Medan

Populasi Anggota Komunitas Perempuan di Kota Medan	
Jumlah Anggota SDO Perempuan Hari Ini Medan	98 anggota
Jumlah Anggota Komunitas Beauty Beyond Size Medan	1.000 anggota
Total Populasi	1.098 anggota

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang disaring atau diambil dari beberapa anggota populasi yang diambil untuk penelitian. Sampel digunakan apabila jumlah anggota populasi banyak dan peneliti memiliki keterbatasan dalam waktu, dana, dan tenaga. Sampel juga dianggap sebagai yang mewakili/ representasi keseluruhan populasi (Sugiyono, 2015, hlm. 118).

Sampel terdiri dari dua macam yaitu *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* adalah jenis teknik sampel yang memberikan kesempatan bagi semua anggota populasi untuk menjadi bagian dari sampel. Sedangkan *Non probability sampling* adalah jenis teknik sampel yang tidak memberikan kesempatan bagi anggota populasi untuk menjadi bagian dari sampel (Sugiyono, 2015, hlm. 119-123). Pada penelitian ini, peneliti memilih *probability sampling* dengan teknik *Simple random sampling*. Teknik ini diambil untuk mencari tahu sampel yang merupakan anggota komunitas perempuan di kota Medan yang mengetahui dan menonton video dari kanal Youtube MARSHEd “My Body Is Perfect And I Love It”. Teknik ini juga membuat anggota populasi mempunyai keleluasaan saat menjadi bagian dari sampel penelitian (Zaenudin dkk., 2022, hlm. 354). Pemilihan sampel diperhatikan lewat syarat yang diajukan oleh peneliti yaitu:

- Anggota dari salah satu komunitas perempuan di kota Medan yang dipilih oleh peneliti (komunitas Perempuan Hari Ini Medan dan komunitas Beauty Beyond Size Medan)

- Bagi anggota komunitas Perempuan Hari Ini Medan juga tergabung dalam kelompok diskusi daring (*sharing online discussion*) Perempuan Hari Ini Medan di Whatsapp
- Bagi anggota komunitas Beauty Beyond Size Medan juga ikut di akun resmi Instagram Beauty Beyond Size Medan
- Telah menonton video kanal Youtube MARSHEd berjudul “My Body Is Perfect And I Love It”

Dalam penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin yakni (Kriyantono, 2014, hlm. 162) :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{1.098}{1 + (1.098 \cdot 0,05^2)}$$

$$n = \frac{1.098}{2,745 + 1}$$

$$n = \frac{1.098}{3,745}$$

$$n = 293$$

Keterangan:

n= Jumlah sampel

N= Jumlah populasi

e = alpha (0,05) atau *sampling error* = 5%

Perhitungan rumus ini menghasilkan jumlah sampel sebanyak 293 orang dari total populasi sebanyak 1.098 orang. Jumlah sampel ini juga didapatkan dari tingkat signifikansi sebesar 0,05%.

3.4 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dan juga mengukur variabel. Dalam membuat instrument penelitian, jumlah instrumennya sama dengan jumlah variabel yang diteliti. Instrumen penelitian menjadi cara untuk mengumpulkan data kuantitatif dari sampel yang telah dipilih

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrument penelitian dengan skala Likert untuk mengetahui data sampel kuantitatif terkait pengaruh pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri. Skala Likert ini juga digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan lainnya (Sugiyono, 2015, hlm. 147-148).

3.4.1 Kuesioner

Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner. Kuesioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang disesuaikan dengan variabel penelitian yang diteliti. Penyebaran kuesioner dapat dilakukan baik secara langsung kepada responden maupun tidak langsung lewat pos, internet, dan lainnya (Sugiyono, 2015, hlm. 199).

Dalam penelitian ini, peneliti membuat kuesioner berupa angket berisi pernyataan terkait pesan kampanye *body positivity* terhadap tingkat kepercayaan diri. Kuesioner dibuat di Google Form untuk memudahkan responden saat mengisi kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan lewat internet yakni disebar baik di grup SOD Perempuan Hari Ini Medan di Whatsapp ataupun lewat pesan langsung (*direct message*) ke anggota SOD Perempuan Hari Ini Medan dan komunitas Beauty Beyond Size Medan.

3.4.2 Skala Pengukuran

Untuk mengetahui penilaian dari masing-masing jawaban dari semua pernyataan kuesioner, peneliti menggunakan skala Likert untuk mengukur jawaban responden. Penggunaan skala Likert dilakukan untuk mengukur tanggapan atas jawaban responden pada masing-masing pernyataan (Sugiyono, 2015, hlm. 134). Setiap jawaban akan diberikan nilai angka berdasarkan pilihan jawabannya. Pilihan jawaban juga terdiri dari

lima pilihan yakni sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju (Pranatawijaya dkk., 2019, hlm. 129; Suwandi dkk., 2018, hlm. 11).

Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan pernyataan positif dengan format skor yakni 5,4,3,2,1. Format pilihan jawaban dibuat dengan bentuk pilihan ganda. Sehingga peneliti dapat memberikan skor penilaian pada masing-masing jawaban pernyataan yang dipilih responden (Sugiyono, 2015, hal. 138).

Tabel 3.2 Skor Likert Penilaian Jawaban Pernyataan

Pilihan Jawaban Pernyataan	Skor Penilaian
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2015, hal.138

3.4.3 Studi Kepustakaan

Selain menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian, peneliti juga menggunakan studi kepustakaan untuk mendukung dan memperkuat penelitian. Studi pustaka diperlukan untuk menambah dan memperkuat variabel-variabel penelitian yang dikaji (Khatibah, 2011, hlm. 38). Untuk melakukan studi pustaka, peneliti mengumpulkan berbagai sumber seperti buku, jurnal, infografis dan hasil survei, berita di media massa, dan lainnya. Berbagai sumber ini juga harus berkaitan dengan variabel penelitian yang diteliti (pesan kampanye *body positivity* dan tingkat kepercayaan diri). Sehingga hasil dari penelitian ini menjadi lebih mendukung dan sesuai dengan variabel yang diteliti.

3.5 Prosedur Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian, peneliti membutuhkan suatu prosedur untuk dapat melakukan tahapan penelitian lebih tersusun. Prosedur penelitian juga diperlukan agar penelitian lebih rinci dan rapi. Prosedur penelitian terdiri dari pra penelitian, penelitian, dan pasca penelitian. Hal-hal yang diperlukan dalam prosedur penelitian yakni memilih dan memeriksa permasalahan penelitian, mendesain hipotesis dan rumusan masalah, memilih metode penelitian, mengumpulksn berbagai sumber untuk penelitian, hingga cara analisis data (Sugiyono, 2015, hlm. 285). Tahapan prosedur penelitian adalah:

1. Peneliti memilih dan memeriksa permasalahan yang akan diteliti.
2. Peneliti mengumpulkan berbagai sumber (buku, jurnal, infografis, berita media massa, dan lainnya) sebagai penguat permasalahan yang diteliti.
3. Peneliti membuat latar belakang permasalahan yang akan diteliti.
4. Peneliti menentukan dan membuat rumusan masalah dan hipotesis.
5. Peneliti memilih metode dan rumus penelitian yang akan dipakai.
6. Peneliti memilih dan menghubungi responden penelitian yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti (komunitas Beauty Beyond Size Medan dan Komunitas Perempuan Hari Ini Medan)
7. Peneliti juga menentukan jumlah populasi dan sampel responden penelitian
8. Peneliti mendesain instrumen penelitian berupa kuesioner yang akan disebarkan kepada responden
9. Peneliti menyebarkan kuesioner penelitian kepada responden penelitian yang sesuai (anggota komunitas Beauty Beyond Size Medan dan anggota SHO komunitas Perempuan Hari Ini Medan)
10. Peneliti melakukan analisis dan menghitung jawaban respoden yang akan diolah dan dianalisis
11. Peneliti membuat kesimpulan dan saran untuk penelitian

3.6 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel digunakan untuk menyampaikan penjelasan variabel beserta indikatornya. Indikator dapat diukur dan sesuai dengan variabelnya (Kriyantono, 2014, hlm. 153). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel berupa variabel bebas (pesan kampanye *body positivity*) dan variabel terikat (tingkat kepercayaan diri). Variabel ini menjadi suatu pemicu yang memberikan efek pada variabel terikat. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang menjadi akibat dari pengaruh dari variabel bebas (Sugiyono, 2015, hlm. 61).

Variabel bebas (pesan kampanye *body positivity*) memiliki tujuh sub variabel (daya tarik, faktualitas, kecukupan, kebenaran, keringkasan, kejelasan, dan pertimbangan). Variabel terikat penelitian ini adalah tingkat kepercayaan diri. Terdapat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yang saling memberikan pengaruh.

3.6.1 Variabel Pesan Kampanye Body Positivity

Untuk variabel ini, peneliti merujuk kepada format “7C” yang diutarakan oleh Cutlip, Center, Broom, bahwa pesan kampanye juga harus mampu menarik perhatian responden, membuat responden ingin mengetahui isu tersebut lebih mendalam, dan juga mampu memahami isi pesan kampanye. Selain itu, pesan kampanye juga dibuat lebih jelas, mendalam, namun dibuat lebih sederhana agar mudah dipahami (Stellarosa & Kurniasari, 2009, hlm. 376). Sub variabel pada bagian ini adalah Daya Tarik, Faktualitas, Kecukupan, Kebenaran, Keringkasan, Kejelasan, dan Pertimbangan.

Tabel 3.3

Definisi Operasionalisasi Variabel Pesan Kampanye Body Positivity

Dimensi	Definisi Dimensi	Indikator	Definisi Operasional	Parameter dan Pengukuran	Skala dan Kategori
X1.1 Daya Tarik	Aspek cara komunikasi menyampaikan	Perhatian komunikasi terhadap	Komunikator dapat menyampaikan pesan	Pengukuran dilihat dari munculnya rasa tertarik	Terdapat lima pilihan jawaban

	kan pesan komunikasi lebih menarik agar pesannya tersampaikan kepada masyarakat.	isu <i>body positivity</i>	isu <i>body positivity</i> secara baik. Komunikat or juga mampu menyampaikan pesan kampanye <i>body positivity</i> agar dapat menarik perhatian komunikan.	dan keingintahuan tentang isu <i>body positivity</i> lewat video “My Body is Perfect And I Love It”	(sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju) pada masing-masing pernyataan tentang daya tarik
X1.2 Faktualitas	Aspek pesan yang dikampanyekan harus disesuaikan dengan tema yang diangkat dan pengalaman yang dialami oleh orang lain dan	Realitas dalam menceritakan isu <i>body positivity</i> .	Komunikat or dapat menjelaskan isu <i>body positivity</i> sesuai dengan pengalamannya dalam menerima dan mencintai tubuhnya. Komunikat	Pengukuran dilihat dari munculnya rasa keterhubungan antara pengalaman Marshanda di video “My Body is Perfect And I Love It”. Juga komunikator mampu	Terdapat lima pilihan jawaban (sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju) pada

	disampaikan secara detail		or juga dapat menceritakan pengalaman nya menerima dan mencintai tubuh secara detail	menjelaskan isu <i>body positivity</i> lebih detail	masing-masing pernyataan tentang faktualitas
XI.3 Kecukupan	Aspek pesan kampanye tersebut cukup untuk menyuarakan isu kampanye dan datanya lengkap.	Kelengkapan informasi dan data tentang isu <i>body positivity</i>	Komunikator memiliki informasi dan data yang cukup dan saling melengkapi untuk menyampaikan isu <i>body positivity</i>	Pengukuran dilihat dari rasa cukup dari narasumber dalam mengetahui dan memahami informasi tentang <i>body positivity</i> dan komunikator memiliki data dan informasi cukup tentang isu <i>body positivity</i>	Terdapat lima pilihan jawaban (sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju) pada masing-masing pernyataan

					n tentang kecukupan
XI.4 Kebenaran	Aspek pesan kampanye tersebut memiliki data dan fakta sesuai tersebut, di lapangan dan membuat masyarakat terhubungan dengan isu kampanye	Keakuratan data dan informasi pesan kampanye <i>body positivity</i>	Informasi dan data tentang isu <i>body positivity</i> tersebut benar dan faktanya sesuai dengan kondisi realitas dalam menerima dan mencintai tubuh	Pengukuran dilihat dari kecermatan dan keakuratan data dan informasi isu <i>body positivity</i>	Terdapat lima pilihan jawaban (sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju) pada masing-masing pernyataan tentang kebenaran
XI.5 Keringkas an	Aspek pesan yang dikampanye kan dibuat lebih sederhana,	Kelugasan isi pesan kampanye <i>body positivity</i>	Komunikat or mampu menyampaikan isi pesan kampanye	Pengukuran dilihat dari kemampuan komunikator untuk menyederhana	Terdapat lima pilihan jawaban (sangat tidak

	singkat, dan padat isi pesannya.		<i>body positivity</i> secara singkat, sederhana, dan padat agar komunikasi lebih paham tentang isu <i>body positivity</i>	kan pesan kampanye <i>body positivity</i> dan komunikasi paham dengan isi pesan kampanye <i>body positivity</i> yang dibuat sederhana dan singkat	setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju) pada masing-masing pernyataan tentang keringkas an
X1.6 Kejelasan	Aspek pesan yang dikampanye kan dibuat lebih menarik dan mampu menjelaskan isu yang dikampanye kan dengan baik.	Transpara nsi isi pesna kampanye <i>body postivity</i>	Komunikat or mampu menjelaskan isi pesan kampanye <i>body positivity</i> dan komunikasi mampu menangkap dan paham dengan penjelasan komunikato	Pengukuran dilihat dari cara komunikator menjelaskan pesan kampanye <i>body positivity</i> dengan baik dan komunikasi mampu memahami penjelasan dari komunkator	Terdapat lima pilihan jawaban (sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju) pada masing-

			r tentang pesan kampanye <i>body positivity</i>		masing pernyataan tentang kejelasan
X1.7 Pertimbangan	Aspek pesan yang dikampanyekan membuat masyarakat membuat dan menentukan keputusan yang berpengaruh pada sikap, pandangan, ideologi, dan lainnya.	Keputusan untuk lebih menerima dan mencintai tubuh	Komunikasikan berpikir dan meninjau untuk memutuskan menerima dan mencintai tubuhnya	Pengukuran dilihat dari cara komunikasi mempertimbangkan dan memutuskan untuk lebih menerima dan mencintai tubuhnya setelah memahami isu <i>body positivity</i>	Terdapat lima pilihan jawaban (sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju) pada masing-masing pernyataan tentang pertimbangan

3.6.2 Variabel Tingkat Kepercayaan Diri

Untuk variabel tingkat kepercayaan diri, penulis merujuk pada aspek-aspek kepercayaan diri dari Lauster. Aspek-aspek kepercayaan diri menjadi dasar utama

individu untuk mengembangkan kepercayaan dirinya. Beberapa aspek tersebut adalah Keyakinan Kemampuan Diri, Objektif, Optimis, Bertanggungjawab, dan Rasional & Realitas. Lima aspek ini berperan penting agar individu mampu meningkatkan rasa percaya dirinya. Selain itu, lima aspek ini juga dapat membuat individu lebih yakin terhadap diri sendiri dan mampu menjalankan tugasnya lebih baik (Afifah dkk., 2019, hlm. 46).

Tabel 3.4

Definisi Operasionalisasi Variabel Tingkat Kepercayaan Diri

Dimensi	Definisi Dimensi	Indikator	Definisi Operasional	Parameter dan Pengukuran	Skala dan Kategori
Y1.1 Keyakinan Kemampuan Diri	Aspek individu tersebut sudah merasa yakin dengan kemampuan dan bisa melakukan pekerjaannya secara mandiri dan percaya	Kemampuan mandiri komunikasi untuk melakukan berbagai aktivitas	Komunikasi lebih percaya diri terhadap penampilan tubuh dan tidak menjadikannya penghalang untuk berbagai aktivitas	Pengukuran dilihat dari komunikasi yang merasa mampu menjalankan aktivitasnya lebih leluasa dan tidak bergantung pada pendapat orang lain	Terdapat lima pilihan jawaban (sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju) pada masing-masing pernyataan tentang keyakinan kemampuan diri

	pada diri sendiri				
Y1.2 Objektif	Aspek individu tersebut tidak memihak pada siapapun, dan mampu menyaring informasi yang salah.	Netral dalam menghadapi berbagai kritikan dan pendapat buruk tentang tubuhnya	Komunikasi menyaring berbagai pendapat dan masukan dari orang lain tentang tubuhnya dan lebih yakin dalam prinsip dirinya tentang tubuhnya	Pengukuran dilihat dari komunikasi yang bersikap netral, memilah berbagai kritik tentang tubuhnya, dan yakin terhadap prinsip diri sendiri	Terdapat lima pilihan jawaban (sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju) pada masing-masing pernyataan tentang objektif
Y1.3 Optimis	Aspek individu mulai menunjukkan sikap positif terhadap dirinya. Individu	Sikap positif pada penampilan dan kesehatan tubuhnya	Komunikasi mampu merasa nyaman dan percaya diri dengan tubuhnya	Pengukuran dilihat dari rasa dan tindakan positif komunikasi terhadap tubuhnya seperti	Terdapat lima pilihan jawaban (sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju) pada

	juga mulai menerima dirinya sendiri		dan bersikap positif dengan tubuhnya	kenyamanan, rasa menyayangi, dan menerima tubuhnya	masing-masing pernyataan tentang optimis
Y1.4 Bertanggungjawab	Aspek individu mulai menjaga kondisi penampilan dan kesehatan tubuhnya secara konsisten agar maksimal.	Konsisten untuk menjaga dan merawat penampilan dan kesehatan tubuh	Komunikasi memiliki rasa tanggungjawab untuk menjaga dan merawat penampilan dan kesehatan tubuhnya seperti makan makanan sehat, berolahraga, dan lainnya	Pengukuran dilihat dari tindakan dan rasa bertanggungjawab komunikasi terhadap tubuhnya	Terdapat lima pilihan jawaban (sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju) pada masing-masing pernyataan tentang bertanggungjawab.
Y1.5 Rasional & Realitas	Aspek individu mulai	Logis dalam menerima	Komunikasi merasa lebih	Pengukuran dilihat dari komunikasi	Terdapat lima pilihan jawaban

	merasa bahagia, percaya diri, dan menyayangi dirinya sendiri.	a dan menyayangi tubuh	bahagia dan nyaman dengan penampilan dan tubuhnya dan menerapkan <i>body positivity</i>	yang merasa bahagia dalam menerima dan menyayangi tubuh	(sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, dan sangat setuju) pada masing-masing pernyataan tentang rasional & realitas
--	---	------------------------	---	---	--

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kesamaan data. Pengujiannya digunakan untuk menguji kesamaan data yang dikumpulkan dengan data dari objek yang diteliti. Selain itu, uji validitas digunakan untuk mengukur keabsahan instrumen penelitiannya. Sehingga perhitungan untuk uji validitas instrument dilakukan secara teliti dan terukur (Sugiyono, 2015, hlm. 172–173). Untuk melakukan uji validasi, terdapat rumus yang digunakan dan ditampilkan sebagai berikut:

$$r_{XY} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{XY} = Koefisiensi korelasi

X = Skor pertanyaan tiap nomor

Y = Jumlah skor total pertanyaan

N = Jumlah responden

Gambar 3.1 Rumus Uji Validitas

$$r_{11} = \frac{n}{n-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^n s_i^2}{s_t^2} \right)$$

dengan:

r_{11} adalah koefisien reliabilitas

n adalah banyaknya butir soal.

s_i^2 adalah varians skor soal ke-i.

s_t^2 adalah varians skor total.

Gambar 3.2 Rumus Uji Reliabilitas

Untuk menguji validitas instrumen penelitian, peneliti memilih Derajat Kebebasan (dk) yakni 28. Pemilihan Derajat Kebebasan ini dikarenakan peneliti membagikan instrumen penelitian kepada 30 responden. Sehingga didapatkan hasil Derajat Kebebasan adalah 28 ($dk = 30 - 2 = 28$). Nilai r_{tabel} pada uji validitas dan reliabilitas adalah sebesar 0,361. Agar setiap butir pernyataan instrumen penelitian menjadi valid, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Setelah dilakukan uji validitas, terdapat hasil perhitungan pada instrumen penelitian ini. Pengujian validitas dan reliabilitas dibagi dalam dua variabel yakni pesan kampanye *body positivity* (variabel X) dan tingkat kepercayaan diri (variabel Y). Dimulai dari hasil uji validitas pada variabel X yang memiliki 23 butir pernyataan.

Hasil Uji Validitas Variabel X (Pesan Kampanye Body Positivity)

No.SoaI	P-Value	rHitung	r Tabel	Keterangan
X1	0.000	0.769	0.361	Valid
X2	0.000	0.814	0.361	Valid
X3	0.000	0.776	0.361	Valid
X4	0.000	0.611	0.361	Valid
X5	0.000	0.740	0.361	Valid
X6	0.000	0.679	0.361	Valid

X7	0.000	0.846	0.361	Valid
X8	0.000	0.870	0.361	Valid
X9	0.000	0.844	0.361	Valid
X10	0.000	0.881	0.361	Valid
X11	0.000	0.885	0.361	Valid
X12	0.000	0.727	0.361	Valid
X13	0.000	0.745	0.361	Valid
X14	0.000	0.754	0.361	Valid
X15	0.000	0.762	0.361	Valid
X16	0.000	0.825	0.361	Valid
X17	0.000	0.844	0.361	Valid
X18	0.000	0.851	0.361	Valid
X19	0.000	0.609	0.361	Valid
X20	0.000	0.626	0.361	Valid
X21	0.000	0.694	0.361	Valid
X22	0.000	0.700	0.361	Valid
X23	0.002	0.609	0.361	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel X didapatkan bahwa sebanyak 23 butir pernyataan dinyatakan valid. Hal ini dinyatakan dari setiap hasil rhitung > rtabel. Sehingga setiap pernyataan variabel X adalah valid.

Hasil Uji Validitas Variabel Y (Tingkat Kepercayaan Diri)

No.Soa	P-Value	r	r Tabel	Keterangan
Y1	0.000	0.685	0.361	Valid
Y2	0.000	0.856	0.361	Valid
Y3	0.000	0.809	0.361	Valid
Y4	0.000	0.852	0.361	Valid
Y5	0.000	0.777	0.361	Valid

Y6	0.000	0.861	0.361	Valid
Y7	0.000	0.804	0.361	Valid
Y8	0.000	0.742	0.361	Valid
Y9	0.000	0.815	0.361	Valid
Y10	0.000	0.736	0.361	Valid
Y11	0.000	0.631	0.361	Valid
Y12	0.000	0.801	0.361	Valid
Y13	0.000	0.755	0.361	Valid
Y14	0.000	0.764	0.361	Valid
Y15	0.000	0.795	0.361	Valid
Y16	0.000	0.809	0.361	Valid
X17	0.000	0.835	0.361	Valid

Sumber: Olahan Peneliti, 2022

Selain itu, hasil uji validitas variabel Y juga dinyatakan valid. Sebanyak 17 butir pernyataan dinyatakan valid. Hal ini dinyatakan dari setiap hasil rhitungan >rtabel.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Tidak hanya menguji validitas, instrumen penelitian juga harus melalui uji reliabilitas. Uji realibilitas dilakukan untuk mengetahui instrumen penelitian tersebut data digunakan untuk selanjutnya (Sugiyono, 2015, hlm. 172–173). Uji reliabilitas instrumen penelitian ini menggunakan metode Alpha Cronbach. Metode ini digunakan untuk mengetahui reliabilitas dari instrumen penelitian (DeVellis, 2003, hlm. 28).

Tabel 3.5

Klasifikasi Skor Uji Reliabilitas Metode *Alpha Cronbach*

<i>Alpha Cronbach's score</i>	< 0,6	Tidak dapat diterima
	0,60-0,65	Dipertanyakan
	0,65-0,70	Sedikit bagus
	0,70-0,80	Bagus

	0,80-0,90	Sangat bagus
	>0,90	Dipertimbangkan untuk membuat skala secara lebih sederhana

Sumber: DeVellis, 2003 , hal.28

Untuk uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan lewat SPSS 24 dan hasil perhitungan ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach Score</i>	<i>Critical r</i>	Hasil
Pesan Kampanye <i>Body Positivity</i> (X)	0.966	0.91-1.00	Sangat Bagus
Tingkat Kepercayaan Diri (Y)	0.960	0.91-1.00	Sangat Bagus

Sumber: Olahan Peneliti, 2022