

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian asosiatif, dengan metode penelitian kuantitatif yang menekankan analisisnya pada data-data numerical yang diolah dengan metode statistika. Menurut Sugiyono (2010) penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang bertujuan mengetahui ada tidaknya pengaruh atau hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jika ada seberapa eratnya pengaruh atau hubungan serta tidaknya pengaruh atau hubungan tersebut. Dalam penelitian ini yang akan dilihat adalah pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap konsep diri pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*).

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*), dalam penelitian ini yaitu pengguna media sosial instagram.
2. Variabel Terikat (*dependent Variable*), dalam penelitian ini yaitu terhadap konsep diri.

C. Definisi Operasional Variabel-Variabel Penelitian

Definisi operasional dari kedua variabel tersebut adalah sebagai berikut:

1. Konsep Diri adalah pandangan tentang diri sendiri, sebagai gambaran seseorang mengenal dirinya sendiri, persepsi atau penilaian seseorang terhadap dirinya, dan konsep diri juga dapat diperoleh berdasarkan pengalaman dan situasi yang dialami individu tersebut.
2. Instagram adalah sebuah platform sosial media yang menampilkan beragam konten menarik dan terkini. Banyak konten yang bisa ditemukan di instagram, mulai dari gaya hidup, fashion, makanan, wisata, hingga tren-tren terkini. Pengguna instagram juga bisa dengan mudah mengikuti akun-akun yang sesuai dengan minat mereka, bisa mengikuti akun seperti selebriti, influencer, atau bahkan teman-teman kita sendiri.

D. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Imam Bonjol Padang angkatan 2022 berjumlah 194 Mahasiswa. Berdasarkan uraian di atas, berikut jumlah populasi pada penelitian ini:

Tabel 3. 1
Jumlah Populasi Perkelas Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah
UIN Imam Bonjol Padang

Kelas	
A	39
B	38
C	41
D	37
E	39
Total	194

Sumber: Akademik Fakultas FEBI

b. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi atau wakil dari populasi. Nana sudjana dan Ibrahim dalam bukunya yang berjudul “Penelitian dan Penilaian Pendidikan” mengatakan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki sifat karakteristik yang sama sehingga betul-betul mewakili populasi.

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Penentuan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugiyono, 2013). Teknik penarikan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan dengan pertimbangan tertentu dan memiliki karakteristik-karakteristik tertentu.

Karakteristik-karakteristik untuk memenuhi sampel penelitian ini sebagai berikut:

1. Mahasiswa aktif Manajemen Bisnis Syariah UIN Imam Bonjol Padang Angkatan 2022.
2. Memilih jurusan dengan populasi yang lebih banyak.
3. Pengguna aktif aplikasi instagram.
4. Mahasiswa laki-laki dan perempuan.

Rumus slovin merupakan suatu sistematis yang digunakan dalam menghitung jumlah populasi objek tertentu yang belum diketahui karakteristiknya secara spesifik. Dalam penggunaan rumus slovin ini, hal pertama yang harus dilakukan yaitu menetapkan taraf keyakinan terhadap hasil kebenaran atau taraf signifikansi toleransi kesalahan yang akan terjadi (Aloysius Rangga Aditya Nalendra, 2021). Untuk ukuran sampel pada populasi penelitian ditentukan dengan rumus Slovin (Prasetyo, 2014).

Tabel 3. 2

Statistik Teknik Pengambilan Sampel

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

N = jumlah sampel

N = jumlah populasi

E = Nilai toleransi atau nilai kesalahan yaitu 5% atau 0,05.

Jadi sampel penelitiannya adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2} = \frac{194}{1 + 194 (0,05)^2} = \frac{194}{1 + 0,48} = \frac{194}{1,48} = 131,08$$

Dengan demikian, jika populasi sebanyak 194 dan menggunakan *margin of error* 5% maka jumlah sampel yang di dapatkan dalam penelitian ini adalah sebanyak 131 orang mahasiswa.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan Skala. Skala adalah suatu instrumen yang berupa pernyataan dan digunakan untuk mengukur serta mengidentifikasi atribut psikologis responden, dalam skala psikologi berupa pernyataan atau pertanyaan yang tidak langsung menunjukkan atribut yang akan diukur (I Nyoman, 2019).

Skala likert merupakan kumpulan beberapa butir atau pernyataan sebagai indikator-indikator pengukuran dari suatu dimensi konseptual tertentu. Skala likert terdiri atas sejumlah pernyataan deklaratif yang diberikan kepada responden dalam skala likert perlu dibuat dalam pernyataan positif (favorable) dan negatif (unfavorable). Namun skala Likert juga dapat memilih rentangan 1-4 (Sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, sangat setuju).

Skala ini memiliki dua kategori yaitu *Favourable* dan *Unfavourable*. Skor skala *favourable* Sangat Setuju (SS) dengan skor 4, Setuju (S) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1. Skor skala *unfavourable* Sangat Setuju (SS) dengan skor 1, Setuju

(S) dengan skor 2, Tidak Setuju (TS) dengan skor 3, Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 4.

Tujuan dibuatnya skala adalah untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.

1. Skala Media Sosial Instagram

Skala media sosial instagram dibuat berdasarkan aspek menurut Del Bario (2014), yang terdiri dari tiga aspek, yaitu isi, fitur, dan frekuensi. Skala media sosial instagram dalam penelitian sebelum uji coba terdiri dari 25 aitem, 16 *favourable* dan 9 *unfavourable*. Skala pada penelitian penulis modifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Andarwati (2016) dengan hasil *Cronbach's Alpha* sebesar 0,625 artinya $> 0,05$, maka instrumen tersebut dapat penulis gunakan untuk penelitian. Berikut ini *Blue Print* distribusi aitem-aitem skala media sosial instagram:

Tabel 3.3
Blue Print Skala Media Sosial Instagram

Dimensi	Indikator	Aitem		Jumlah
		Fav	Unfav	
Isi	Ketertarikan dalam mengakses media sosial	1, 4, 6, 7, 8, 9	2, 3, 5, 10	10
Fitur	Memahami terkait informasi yang didapat dari media sosial sebagai penambah pengetahuan	11, 12, 13, 14, 15, 16, 17	-	7
Frekuensi	Seberapa sering mengakses media instagram	19, 20, 21, 22, 23, 25	18, 24	8
Jumlah				25

2. Skala Konsep Diri

Skala konsep diri dibuat berdasarkan aspek menurut Calhoun dan Accocela (1990), yang terdiri dari tiga aspek, yaitu identitas diri, kepuasan, dan ekspresi. Skala konsep diri dalam penelitian sebelum uji coba terdiri dari 25 aitem, 19 *favourable* dan 6 *unfavourable*. Skala pada penelitian penulis modifikasi dari penelitian yang dilakukan oleh Marsela & Supriatna (2019) dengan hasil *Cronbach's Alpha* sebesar 0,728 artinya $> 0,05$, maka instrumen tersebut dapat penulis gunakan untuk penelitian. Berikut ini *Blue Print* distribusi aitem-aitem skala konsep diri:

Tabel 3.4
Blue Print Skala Konsep Diri

Dimensi	Indikator	Aitem		Jumlah
		Fav	Unfav	
Identitas Diri	Mengenalkan data diri di media sosial instagram	1, 2, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12	3, 4	12
Kepuasan	Seberapa puas terhadap penggunaan media sosial instagram terhadap diri Sendiri	13, 18, 19, 20	14, 15, 16, 17	8
Ekspresi	Hal yang menunjukkan jati diri dengan berbagai momen	21, 22, 24, 25	23	5
Jumlah				25

F. Instrumen Penelitian

Untuk menguji penelitian diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas dan uji realibitas, sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji Validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu skala. Penelitian ini menggunakan validitas konstruk yang dimana menggunakan pendapat para ahli (*expert judgement*). Setelah menyusun instrumen berdasarkan aspek-aspek yang akan diukur dengan menggunakan teori yang telah ditentukan, selanjutnya instrumen ini akan dikonsultasikan dengan para ahli atau orang yang berkompeten melalui *expert judgement*. Dalam hal ini instrument skala penelitian dikonsultasikan dengan dosen psikologi, yaitu Ibu Mai Tiza Husna, M.Psi., Psikolog. Setelah melakukan perbaikan, dosen ahli menyatakan bahwa aitem layak untuk digunakan.

Kriteria pemilihan aitem yang memuaskan berdasarkan korelasi aitem-total, biasanya menggunakan batasan 0,30. Namun, ketika jumlah aitem yang memiliki koefisien korelasi aitem-total 0,30 kurang dari jumlah yang diinginkan, maka penulis dapat mempertimbangkan untuk menurunkan batasan menjadi 0,25 sehingga jumlah aitem yang dapat dicapai (Azwar, 2015). Uji validitas butir skala konsep diri dan media sosial instagram ini menggunakan bantuan program *SPSS 25 for windows*.

a. Analisis Item Instrumen Skala Media Sosial Instagram

Tabel 3.5
Blueprint Setelah Uji Coba

Dimensi	Indikator	Aitem		Jumlah
		Fav	Unfav	
Isi	Ketertarikan dalam mengakses media sosial	*1, 4, 6, 7, 8, 9	2, *3, *5, 10	7
Fitur	Memahami terkait informasi yang didapat dari media sosial sebagai penambah pengetahuan	11, *12, *13, 14, 15, 16, 17	-	5
Frekuensi	Seberapa sering mengakses media instagram	*19, 20, *21, 22, 23, *25	18, *24	4
Jumlah				16

*Angka yang diberi bintang adalah item yang gugur

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa sebanyak 16 aitem dari skala media sosial instagram mendapatkan hasil valid, diantaranya 2, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 22, dan 23. Skor *Corrected item-total Correlation* aitem yang diterima, yaitu 0,310 – 0,679. Kemudian didapatkan aitem yang tidak valid, yaitu 1, 3, 5, 12, 13, 19, 21, 24 dan 25. Skor *Corrected item-total Correlation* aitem yang diterima, yaitu -0,217 – 0,113. Maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan dalam skala konsep diri sebanyak 16 aitem.

b. Analisis Item Instrumen Skala Konsep Diri

Tabel 3.6
Blueprint Setelah Uji Coba

Dimensi	Indikator	Aitem		Jumlah
		Fav	Unfav	
Identitas Diri	Mengenalkan data diri di media sosial instagram	*1, 2, 5, 6, 7, 8, *9, 10, 11, 12	*3, 4	9
Kepuasan	Seberapa puas terhadap penggunaan media sosial instagram terhadap diri Sendiri	13, 18, 19, 20	*14, 15, *16, *17	5
Ekspresi	Hal yang menunjukkan jati diri dengan berbagai momen	21, 22, 24, *25	23	4
Jumlah				18

*Angka yang diberi bintang adalah item yang gugur

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa sebanyak 18 aitem dari skala konsep diri mendapatkan hasil valid, diantaranya 2, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 15, 18, 19, 20, 21, 22, 23 dan 24. Skor *Corrected item-total Correlation* aitem yang diterima, yaitu 0,287 – 0,797. Kemudian didapatkan aitem yang tidak valid, yaitu 1, 3, 9, 14, 16, 17, dan 25. Skor *Corrected item-total Correlation* aitem yang diterima, yaitu 0,060 – 0,232. Maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan dalam skala konsep diri sebanyak 18 aitem.

2. Uji Realibitas

Kriteria pengujian uji reliabilitas yaitu apabila nilai *Cronbach's Alpha* (α) $> 0,70$, maka konstruk atau variabel dinyatakan reliabel. Sedangkan apabila nilai *Cronbach's Alpha* (α) $< 0,70$, maka konstruk atau variabel dinyatakan tidak reliabel (Syahir, 2022). Hasil uji coba instrument konsep diri dan media sosial Instagram pada mahasiswa dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	N	Nilai Cronbach's Alpha
Media Sosial Instagram	16	.848
Konsep Diri	18	.916

Tabel tersebut menjelaskan bahwa skor koefisien reliabilitas skala media sosial instagram adalah $r = 0,848$ dan skala konsep diri $r = 0,916$. Artinya skala media sosial instagram dan konsep diri bernilai baik dan diterima untuk digunakan sebagai alat ukur.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi sederhana. Regresi Sederhana merupakan analisis yang terdiri dari dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Dari dua variabel tersebut untuk menemukan sampai sejauh mana terdapat pengaruh antara dua variabel (Erzed, 2019).

1. Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah hasil pengujian variabel tersebut berdistribusi normal atau tidak. Apabila nilai $\text{sig} > 0,005$ maka hipotesis diterima karena data tersebut terdistribusi normal, apabila nilai $\text{sig} < 0,05$ maka hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi secara normal.

2. Uji linearitas

Uji linearitas digunakan untuk menentukan apakah terdapat hubungan linear yang signifikan antara variabel x dan variabel y. Apabila nilai signifikansi *linearity* $< 0,05$ dan nilai *deviation from linearity* $> 0,05$ maka hal ini berarti terdapat hubungan linear antara dua variabel yang diuji (Syahir, 2022).

3. Uji hipotesis

Teknik statistik digunakan untuk melakukan uji hipotesis terkait hubungan antara konsep diri dan media sosial instagram. Dalam penelitian ini, uji hipotesisnya menggunakan teknik korelasi *produce moment*, karena peneliti ingin melihat hubungan antara satu variabel bebas (x) dengan satu variabel terikat (y) secara simultan dan parsial terhadap variabel terikat. Uji hipotesis ini menggunakan *SPSS 25 for windows*.