

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang hasil atau datanya berupa skor angka, yang kemudian angka-angka ini dapat dianalisis dan diinterpretasikan menggunakan teknik statistika (Gravetter & Forzano, 2018). Angka yang dihasilkan pada penelitian ini berupa skor total dari masing-masing variabel penelitian yaitu kecemasan sosial dan *online deception behavior* yang kemudian akan diolah dengan teknik statistik korelasional untuk melihat hubungan antara kedua variabel ini.

3.2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan suatu karakteristik atau kondisi yang dapat berubah atau memiliki nilai yang berbeda bagi setiap individu (Gravetter & Forzano, 2018). Terdapat 2 jenis variabel yang digunakan pada penelitian ini, variabel pertama adalah *online deception behavior* and variabel kedua adalah kecemasan sosial. Berikut adalah definisi operasional kedua variabel tersebut.

3.2.1. Definisi Operasional *Online Deception Behavior*

Online deception behavior merupakan penipuan yang dilakukan pada suatu media *online*, penipuan ini bisa dilakukan dalam beberapa bentuk salah satunya adalah membuat dan menyebarkan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi individu yang sebenarnya. Pada variabel *online deception behavior*, dimensi yang hendak peneliti ukur sesuai dengan dimensi pada alat ukur *Deception Behavior in Social Media*, yaitu menyamarkan identitas dan menampilkan diri lebih baik. Semakin sering individu melakukan kedua dimensi

di atas, maka semakin tinggi kecenderungan individu melakukan *online deception behavior*, begitupun sebaliknya.

3.2.2. Definisi Operasional Kecemasan Sosial

Kecemasan sosial merupakan kondisi dimana individu merasa takut, atau cemas ketika mendapatkan evaluasi negatif dari individu lain, baik secara langsung (*face to face*) maupun melalui media sosial. Pada variabel kecemasan sosial, dimensi yang hendak peneliti ukur sesuai dengan dimensi pada alat ukur *Social Anxiety Scale for Social Media Users*, yaitu *negative evaluation anxiety*, *interaction anxiety*, dan *anxiety regarding privacy concerns*. Semakin sering individu mengalami ketiga dimensi di atas, maka semakin tinggi kecenderungan individu mengalami kecemasan sosial, begitupun sebaliknya.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan kumpulan individu yang menarik bagi seorang peneliti, meskipun tidak semua anggota populasi bisa berpartisipasi dalam sebuah penelitian, namun hasil dari penelitian tersebut dapat digeneralisasikan untuk seluruh anggota populasi (Gravetter & Forzano, 2018). Populasi dalam penelitian ini adalah *emerging adulthood* dengan rentang usia antara 18-29 tahun di Jabodetabek. Peneliti memilih *emerging adulthood* sebagai subjek penelitian karena menurut Arnett, penggunaan media sosial pada fase perkembangan *emerging adulthood* memiliki fungsi penting dalam konteks bersosialisasi, dimana salah satu tugas pada fase perkembangan *emerging adulthood* adalah mengeksplorasi identitas diri.

Sesuai dengan data sensus penduduk milik Badan Pusat Statistik terdapat 5,79 juta penduduk dengan rentang usia 18-29 tahun di Jabodetabek, rincian data per daerah dapat dilihat pada lampiran 1. Terbatasnya dana, tenaga, dan waktu peneliti untuk menyebar kuesioner kepada seluruh populasi *emerging adulthood* di Indonesia, membuat peneliti harus menentukan *sample* dari banyaknya populasi. *Sample* merupakan kelompok individu yang dipilih dari sebuah populasi

untuk mewakili populasi dalam sebuah penelitian (Gravetter & Forzano, 2018). Teknik *sampling* yang digunakan oleh peneliti adalah *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* merupakan teknik dalam pemilihan *sample* yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti dan peneliti tidak dapat mencantumkan seluruh anggota populasi (Gravetter & Forzano, 2018). Jenis teknik dalam pemilihan *sample* yang digunakan adalah *convenience sampling*. Pada teknik ini, peneliti menggunakan subjek yang mudah didapatkan, dan subjek yang terpilih pun berdasarkan atas ketersediaan dan kesediaan mereka untuk berpartisipasi (Gravetter & Forzano, 2018). Penentuan jumlah *sample* penelitian mengacu pada tabel jumlah *sample* berdasarkan jumlah populasi milik Isaac dan Michael (sebagaimana di kutip dalam Uyuniyyah, 2016). Pada tabel yang terdapat pada lampiran 2 tersebut, dikatakan bahwa apabila jumlah populasi lebih dari satu juta individu, maka jumlah *sample* yang digunakan sebanyak 348 responden. Terdapat beberapa karakteristik *sample* yang sudah ditentukan, yaitu:

- Individu dengan rentang usia 18-29 tahun
- Domisili Jabodetabek
- Memiliki akun Instagram lebih dari 1 dan salah satunya adalah *fake account*

Pengambilan *sample* dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner *Google Forms* melalui beberapa media sosial yang peneliti miliki seperti Instagram, Line, Telegram, dan Whatsapp.

3.4. Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini terdapat dua instrumen penelitian yang digunakan. Kedua instrumen ini mengukur masing-masing variabel penelitian yang digunakan. Alat ukur yang pertama adalah milik Moningga dan Selviana (2020), yaitu *Deception Behavior in Social Media* (DBSM). Alat ukur ini digunakan untuk mengukur *online deception behavior* yang terjadi pada *emerging adulthood*. Alat ukur yang kedua adalah milik Erliksson et al., (2020), yaitu *Social Anxiety Scale for Social Media Users* (SAS-SMU), alat ukur ini merupakan hasil penerjemahan dari alat ukur *Social Anxiety Scale for Social Media* milik Alkis et

al., (2017). Alat ukur ini digunakan untuk mengukur kecemasan sosial yang terjadi pada *emerging adulthood*.

3.4.1. Deskripsi Instrumen *Deception Behavior in Social Media*

Dalam mengukur variabel *online deception behavior*, peneliti menggunakan alat ukur *Deception Behavior in Social Media* yang dikembangkan oleh Moningga dan Selviana (2020). Sebelumnya, kedua peneliti telah melakukan pengukuran reliabilitas dan validitas. Pengukuran reliabilitas pada alat ukur ini menggunakan metode koefisien alfa, hasil analisis koefisien alfa yang didapatkan sebesar 0,681 (Moningga & Selviana, 2020). Pengukuran validitas pada alat ukur ini menggunakan metode *Principal Component Analysis* (PCA) dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) (Moningga & Selviana, 2020). Hasil yang didapatkan dari uji PCA adalah lolosnya 8 aitem dari 10 aitem yang ada dan hasil yang didapatkan dari uji CFA adalah model pengukuran diterima dengan nilai RMSEA = 0,05; GFI = 0,97; CFI = .95; TLI = 0,92, $\chi^2/df = 2.54$ (Moningga & Selviana, 2020). Selain itu, hasil uji PCA pun menyatakan bahwa hanya terdapat 2 dimensi pada alat ukur ini, hal ini terjadi dikarenakan pernyataan aitem pada dimensi mengubah identitas dan dimensi menutupi identitas terlihat tumpang tindih (Moningga & Selviana, 2020). Tabel *blue print* terdapat pada lampiran 3. Alat ukur ini menggunakan skala Likert dengan rentang angka 1-5 (1 = Sangat Tidak Sesuai - 5 = Sangat Sesuai), dimana skala Likert akan digunakan untuk melihat skor total subjek penelitian pada variabel *online deception behavior*.

3.4.2. Pengujian Psikometri Alat Ukur *Deception Behavior in Social Media*

Sebelum melakukan pengujian psikometri, peneliti menyebarkan *pilot study* secara *online* menggunakan *Google Form*. Pengumpulan data dilakukan pada bulan November 2021. Terdapat 103 responden yang mengisi kuesioner ini yaitu terdiri dari 64 responden perempuan dan 39 responden laki-laki. Namun, hanya 101 responden saja yang memenuhi kriteria penelitian karena 2 responden lainnya berusia 15 dan 201 tahun sehingga tidak masuk ke dalam kriteria subjek

penelitian. Setelah didapatkan data penelitian, peneliti melakukan uji reliabilitas, validitas, dan analisis aitem. Berikut penjelasannya:

a. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan keterpercayaan atau konsistensi hasil dari suatu alat ukur (Azwar, 2015). Pengujian psikometri dilakukan setelah peneliti menyebarkan kuesioner kepada 103 responden. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan *software* JASP versi 0.16.0.0. Teknik pengujian reliabilitas yang digunakan oleh peneliti adalah *Cronbach's Alpha*. Alat ukur ini memiliki nilai koefisien alfa sebesar 0,786. Alat ukur ini reliabel, karena suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila nilai koefisien alfa setidaknya 0,70 atau lebih (Shultz et al., 2014). Tabel uji reliabilitas terdapat pada lampiran 4.

b. Uji Validitas

Pengujian validitas yang digunakan pada alat ukur DBSM adalah validitas isi (*content validity*). Validitas isi dilakukan dengan jenis *expert judgement* yang dilakukan oleh dosen pembimbing. Hasil *expert judgement* dapat dilihat pada lampiran 5. Berdasarkan hasil *expert judgement*, dapat dikatakan bahwa aitem-aitem tersebut layak digunakan karena aitem pada alat ukur ini sesuai dengan setiap dimensi yang sudah ditetapkan.

c. Analisis Aitem

Analisis aitem dilakukan dengan bantuan *software* JASP versi 0.16.0.0. Azwar (2015) menjelaskan bahwa aitem akan dikatakan memiliki daya beda yang memuaskan apabila nilai koefisien korelasinya sebesar 0,30 atau lebih. Terdapat 8 aitem pada alat ukur DBSM, kedelapan aitem memiliki rentang nilai antara 0,408 – 0,579. Berdasarkan rentang nilai yang sudah didapatkan, aitem pada alat ukur DBSM memenuhi persyaratan aitem yang baik, yaitu aitem tersebut dapat mengukur *online deception behavior*. Berdasarkan hasil yang didapatkan, tidak ada aitem yang gugur pada alat ukur ini karena semua memiliki nilai di atas 0,30. Tabel *item-rest correlation* pada alat ukur DBSM terdapat pada lampiran 4.

3.4.3. Deskripsi Instrumen *Social Anxiety Scale for Social Media Users*

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur variabel kecemasan sosial adalah *Social Anxiety Scale for Social Media Users* milik Erliksson et al., (2020). Sebelumnya, Erliksson et al., (2020) telah melakukan pengukuran reliabilitas dan validitas. Pengukuran reliabilitas pada alat ukur ini menggunakan jenis internal konsistensi dengan metode koefisien alfa. Hasil analisis koefisien alfa yang didapatkan sebesar 0,92 (Erliksson et al., 2020). Selanjutnya, pengukuran validitas pada alat ukur ini menggunakan metode *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dengan hasil sebesar 0,93 (Erliksson et al., 2020). Selain itu, hasil uji EFA pun menyatakan bahwa hanya terdapat 3 dimensi pada alat ukur ini, yaitu *negative evaluation anxiety*, *interaction anxiety*, dan *anxiety regarding privacy concerns*. Tabel *blue print* terdapat pada lampiran 6.

- Pada penelitian Erliksson et al., (2020) aitem-aitem yang digunakan masih menggunakan Bahasa Inggris, sehingga dilakukan adaptasi bahasa menjadi Bahasa Indonesia. Adaptasi bahasa pada alat ukur SAS-SMU yang dibantu dengan 2 *expert judgement* terdapat pada lampiran 7. Sama seperti alat ukur DBSM, alat ukur ini menggunakan skala Likert dengan rentang angka 1-5 (1 = Sangat Tidak Sesuai - 5 = Sangat Sesuai), dimana skala Likert akan digunakan untuk melihat skor total subjek penelitian pada variabel kecemasan sosial.

3.4.4. Pengujian Psikometri Alat Ukur *Social Anxiety Scale for Social Media Users*

Sebelum melakukan pengujian psikometri, peneliti menyebarkan *pilot study* secara *online* menggunakan *Google Form*. Pengumpulan data dilakukan pada bulan November 2021. Terdapat 105 responden yang mengisi kuesioner ini yaitu terdiri dari 67 responden perempuan dan 38 responden laki-laki. Namun, hanya 102 responden saja yang memenuhi kriteria penelitian karena 3 responden lainnya berusia 15, 17 dan 30 tahun sehingga tidak sesuai dengan kriteria subjek penelitian. Setelah didapatkan data penelitian, peneliti melakukan uji reliabilitas, validitas, dan analisis aitem. Berikut penjelasannya:

a. Uji Reliabilitas

Teknik pengujian reliabilitas yang digunakan oleh peneliti adalah *Cronbach's Alpha*. Setelah diuji menggunakan JASP, alat ukur ini memiliki nilai koefisien alfa sebesar 0,943. Alat ukur ini reliabel, karena suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila nilai koefisien alpha setidaknya 0,70 atau lebih (Shultz et al., 2014). Tabel uji reliabilitas terdapat pada lampiran 8.

b. Uji Validitas

Pengujian validitas yang digunakan pada alat ukur SAS-SMU adalah validitas isi (*content validity*). Pengujian validitas dengan jenis ini dilakukan dengan cara meminta para *expert judgement* (penilai yang kompeten) untuk memeriksa aitem-aitem yang sudah diadaptasi dari Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia. Proses penentuan apakah aitem selaras dengan dimensi dan tujuan alat ukur tidak hanya didasarkan pada penilaian penulis soal sendiri, tetapi perlu didasarkan pada kesepakatan antara beberapa penilai yang kompeten (Straub sebagaimana dikutip dalam Azwar, 2015). Pada penelitian ini, pengujian validitas dilakukan oleh peneliti bersama dengan 2 *expert judgement* yang merupakan dosen pembimbing. Setelah peneliti melakukan adaptasi bahasa pada alat ukur ini, peneliti melakukan proses revisi kepada 2 dosen pembimbing. Setelah mendapatkan revisi dari para *expert judgement*, peneliti dipersilahkan untuk menyebarkan kuesioner sebagai *pilot study* kepada para responden. Hasil revisi *expert judgement* dapat dilihat pada lampiran 7. Berdasarkan hasil *expert judgement*, dapat dikatakan bahwa aitem-aitem tersebut layak digunakan karena aitem pada alat ukur ini sesuai dengan setiap dimensi yang sudah ditetapkan.

c. Analisis Aitem

Analisis aitem dilakukan dengan cara yang sama seperti alat ukur DBSM. Dua puluh aitem pada alat ukur ini memiliki rentang nilai antara 0,477 – 0,780. Berdasarkan rentang nilai yang sudah didapatkan, aitem pada alat ukur SAS-SMU memenuhi persyaratan

aitem yang baik, yaitu aitem tersebut dapat mengukur rasa takut atau cemas pada individu ketika mendapatkan evaluasi negatif dari orang lain baik secara langsung (*face to face*) ataupun melalui media sosial. Berdasarkan hasil yang didapatkan, tidak ada aitem yang gugur pada alat ukur ini karena semua memiliki nilai di atas 0,30. Tabel *item-rest correlation* pada alat ukur SAS-SMU terdapat pada lampiran 8.

3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan teknik statistik deskriptif. Teknik ini digunakan untuk melihat gambaran umum subjek penelitian seperti jenis kelamin, usia, jumlah akun Instagram, tujuan dan alasan membuat akun Instagram lebih dari satu.

- Teknik analisis data yang digunakan adalah uji korelasi, dimana teknik ini digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Terdapat dua jenis korelasi, salah satunya adalah *bivariate correlation* yaitu korelasi atau hubungan antara dua variabel (Field, 2009). Terdapat dua jenis nilai signifikan pada *bivariate correlation*, yaitu *Pearson's* dan *Spearman's rho*. Sebelum uji korelasional dilakukan, peneliti melakukan uji asumsi, dimana uji asumsi sangat penting untuk dilakukan guna memeriksa uji statistik mana yang sesuai, salah satu hal yang dapat dilakukan adalah melakukan uji normalitas (Field, 2009).

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan jenis *Shapiro-Wilk*, jika nilai signifikan $<0,05$, maka data tersebut berdistribusi tidak normal, begitupun sebaliknya (Coolican, 2019). Pada uji korelasi jika analisis statistik dilakukan secara nonparametrik dapat menggunakan korelasi *Spearman's rho* (Ibm.com, 2021). Terdapat dua hal yang dapat diidentifikasi setelah melakukan uji korelasional, pertama arah hubungan yang digambarkan dengan tanda korelasi di bagian depan nilai signifikan. Apabila tanda korelasi positif maka kedua variabel cenderung akan berubah kearah yang sama, sebaliknya apabila tanda korelasi negatif maka variabel 1 dan 2 akan berubah ke arah yang berlawanan (Gravetter & Forzano, 2018). Kedua adalah seberapa kuat hubungan antara kecemasan sosial dengan *online deception behavior* pada pengguna Instagram di Jabodetabek.

Pengujian seberapa kuat hubungan dapat dilihat melalui nilai r^2 . Tabel 3.1. merupakan panduan interpretasi kekuatan korelasi menurut Cohen (Sebagaimana dikutip dalam Gravetter & Forzano, 2018). Selanjutnya peneliti dengan bantuan *software* JASP versi 0.16.0.0. mencari gambaran variabel penelitian serta melakukan uji beda dengan metode *independent samples t-test* dan *analysis of variance* (ANOVA).

Tabel 3. 1. Panduan Interpretasi Kekuatan Korelasi

Kategori	Nilai koefisien korelasi
Kecil	$r = 0,10$ atau $r^2 = 0,01$ (1%)
Sedang	$r = 0,30$ atau $r^2 = 0,09$ (9%)
Besar	$r = 0,50$ atau $r^2 = 0,25$ (25%)

3.6. Prosedur Penelitian

Berdasarkan proses persiapan penelitian yang sudah dilakukan, berikut adalah langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penelitian ini:

1. Peneliti melakukan uji reliabilitas, validitas, dan melakukan analisis aitem untuk memastikan bahwa alat ukur tersebut layak digunakan.
2. Peneliti membuat *Google form* yang dilengkapi dengan *informed consent* ketersediaan subjek penelitian dalam mengisi kuesioner penelitian.
3. Peneliti menyebarkan *link* kuesioner melalui media sosial Instagram, Line, Telegram, dan Whatsapp kepada teman dan saudara sesuai karakteristik subjek penelitian. Penyebaran *link* kuesioner ini dilakukan pada bulan Januari hingga Maret 2022.
4. Setelah data terkumpul, peneliti melakukan *screening* sesuai dengan karakteristik subjek penelitian.
5. Peneliti melakukan *coding* data yang digunakan untuk menyajikan gambaran umum subjek penelitian dan melakukan analisis tambahan dengan cara melakukan uji t dan uji ANOVA.
6. Peneliti melakukan uji normalitas.

7. Peneliti melakukan uji statistik deskriptif untuk melihat gambaran variabel penelitian.
8. Peneliti melakukan uji korelasi.
9. Peneliti melakukan uji beda dengan cara melakukan uji t dan uji ANOVA.

