

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan metode kuantitatif. Gravetter dan Forzano (2018) menjelaskan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan metode yang dipilih ketika penelitian mengukur sebuah variabel yang memiliki variasi dalam ukurannya, kemudian data yang didapatkan akan dianalisa dan dihitung menggunakan prosedur statistika. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena proses analisis serta interpretasi data variabel *self-esteem* dan juga *online deception behavior* yang telah didapatkan akan dilakukan menggunakan prosedur statistika.

3.2. Variabel Penelitian

Terdapat dua variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *self-esteem* dan *online deception behavior*. *Online deception behavior* sebagai *Dependent Variable (DV)* dan *self-esteem* sebagai *Independent Variable (IV)*.

3.2.1. Definisi Operasional Variabel *Online Deception Behavior*

Online deception behavior pada penelitian ini diartikan sebagai perilaku mengelabui dengan menyebarkan informasi yang tidak benar akan dirinya secara sadar melalui media *online*. Dua dimensi yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah *attractiveness deception* serta *identity concealment* yang ada dalam alat ukur *Deception Behavior*. Semakin tinggi skor total responden maka semakin besar

kecenderungan responden untuk melakukan *online deception behavior*, demikian pula sebaliknya, apabila skor total responden semakin rendah maka semakin kecil kecenderungan responden untuk melakukan *online deception behavior*.

3.2.2. Definisi Operasional Variabel *Self-Esteem*

Self-esteem dalam penelitian ini diartikan sebagai penilaian individu akan dirinya sendiri, baik secara positif ataupun secara negatif. *Self-esteem* individu akan dinilai secara unidimensional, yang artinya hanya secara spesifik mengukur bagaimana perasaan individu akan dirinya sendiri secara keseluruhan. Pengukuran yang digunakan berdasarkan skala *self-esteem* milik Rosenberg. Semakin tinggi skor total responden maka semakin tinggi *self-esteem* yang dimiliki oleh responden, demikian pula sebaliknya, semakin rendah skor total responden maka semakin rendah *self-esteem* yang dimiliki oleh responden.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah individu dalam rentang usia *emerging adulthood* yang aktif menggunakan Instagram. Individu dalam rentang usia *emerging adulthood* memiliki dorongan untuk bersosialisasi sebagai salah satu tugas perkembangannya, yaitu memulai serta mempertahankan hubungan sosial (Coyne et al., 2013). Lebih lanjut, Kemp (2021) menuliskan dalam situs Data Reportal bahwa jumlah pengguna Instagram di Indonesia dalam rentang usia *emerging adulthood* adalah sebanyak 33.192.840 orang dengan sebaran terbanyak berada di daerah Jabodetabek. Selanjutnya, penentuan jumlah sampel didasari oleh tabel sampel Krejcie (1970). Jumlah populasi adalah sebanyak 33.192.840, maka jumlah sampel dengan taraf kesalahan 5% adalah sebanyak 384 orang. Kriteria yang digunakan untuk sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Berada dalam rentang usia *emerging adulthood* (18 – 29 tahun).
- Menggunakan media sosial Instagram.
- Memiliki *fake account* atau menggunakan lebih dari 1 akun Instagram.

Berdasarkan beberapa kriteria yang disebutkan diatas, maka metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling*. *Convenience sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang dilakukan berdasarkan partisipan yang berada di sekitar atau mudah dijangkau, dan juga bersedia untuk menjadi responden dalam penelitian yang dilakukan (Gravetter & Forzano, 2018). Penelitian ini akan mengambil sampel menggunakan media sosial (Instagram, LINE, WhatsApp, dan lainnya) untuk menyebarkan tautan kuesioner *online*.

3.4. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini ada dua, yaitu skala *Deception Behavior in Social Media* dan *Rosenberg Self-Esteem Scale*.

3.4.1. Deskripsi Instrumen Skala *Deception Behavior in Social Media*

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur *online deception behavior* adalah skala yang dikembangkan oleh Moningga dan Selviana (2020). Uji validitas yang dilakukan dalam alat ukur ini adalah dengan metode *Principal Component Analysis* (PCA) dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) (Moningga & Selviana, 2020). Berdasarkan uji PCA, alat ukur ini hanya mencakup dua dimensi dalam *Deception Behavior in Social Media*, yaitu menyamarkan identitas dan menampilkan diri lebih baik. Selanjutnya, skala ini berisi 7 butir pernyataan dengan pilihan jawaban dalam bentuk skala Likert 1-5. Rentang pilihan yang diberikan

merupakan urutan mulai dari “Sangat Tidak Setuju” (1), “Tidak Setuju” (2), “Netral” (3), “Setuju” (4), hingga “Sangat Setuju” (5). Data yang diperoleh nantinya akan diolah, dan interpretasi akan dilakukan berdasarkan skor total masing-masing responden. Karena semua aitem bersifat *favorable* maka tidak ada penilaian yang perlu dilakukan secara terbalik ketika menghitung skor total. Sebaran aitem *deception behavior on social media* dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1. Sebaran Aitem *Deception Behavior on Social Media*

Dimensi	Nomor Aitem	Jumlah Aitem
Menyamarkan identitas	2, 4, 5, 7	4
Menampilkan diri lebih baik	1, 3, 6	3

Nilai *mean* teoritik akan digunakan dalam menentukan kecenderungan individu dalam melakukan *online deception behavior* dan digolongkan ke dalam kelompok tinggi dan rendah. Apabila skor total individu ada diatas 21, kecenderungan *online deception behavior* individu tergolong besar. Sementara bila skor total individu ada dibawah 21, maka kecenderungan *online deception behavior* individu tergolong kecil.

3.4.2. Deskripsi Instrumen Rosenberg *Self-Esteem Scale* (RSES)

Alat ukur yang digunakan untuk mengukur *self-esteem* adalah skala yang dikembangkan oleh Rosenberg (1965). Alat ukur ini bersifat unidimensional yang mengukur *self-esteem* secara keseluruhan, dan merupakan salah satu skala yang paling umum digunakan untuk mengukur *self-esteem*. Skala ini berisi 9 butir pernyataan dengan pilihan jawaban dalam bentuk skala Likert 1-4. Rentang pilihan yang diberikan merupakan urutan mulai dari “Sangat Tidak Setuju” (1), “Tidak Setuju” (2), “Setuju” (3), hingga “Sangat Setuju” (4). Data yang diperoleh nantinya akan diolah kemudian interpretasi akan dilakukan berdasarkan skor total masing-masing responden. Penghitungan untuk aitem *unfavorable* akan dilakukan secara terbalik. Sebaran aitem RSES dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2. Sebaran Aitem Rosenberg *Self-Esteem Scale* (RSES)

Dimensi	Nomor Aitem	Jumlah Aitem
Global <i>self-esteem</i>	1, 2*, 3, 4, 5*, 6*, 7, 8*, 9	9

*Aitem *unfavorable*

Nilai *mean* teoritik akan digunakan dalam melihat kecenderungan tingkat *self-esteem* individu dan digolongkan ke dalam kelompok nilai tinggi dan rendah. Apabila skor total individu ada diatas 22,5, maka *self-esteem* individu tergolong tinggi. Sementara bila skor total individu ada dibawah 22,5, maka *self-esteem* individu tergolong rendah.

3.4.3. Pengujian Psikometri

Pengujian psikometri dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner *online* yang berisikan alat ukur *Deception Behavior in Social Media* dan juga RSES kepada responden yang sesuai dengan kriteria. Kuesioner disebar mulai pada tanggal 25 November – 2 Desember 2021 menggunakan Google Forms. Data yang didapatkan kemudian diolah menggunakan aplikasi JASP 0.16. Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai *Cronbach's Alpha* dari masing-masing alat ukur. Uji validitas untuk *Deception Behavior in Social Media* dilakukan dengan menghitung *item-rest correlation*, dan uji validitas untuk RSES dilakukan dengan *content validity* dalam bentuk *expert judgement* kemudian *criterion-related validity* dengan menghitung *item-rest correlation*.

A. Pengujian Reliabilitas Alat Ukur *Deception Behavior in Social Media*

Pengujian reliabilitas alat ukur ini dilakukan dengan menghitung nilai konsistensi internal alat ukur, dan salah satu metode yang umum digunakan adalah dengan mencari nilai *coefficient alpha*. Nilai minimum *coefficient alpha* yang diterima adalah sebesar 0,70 (Shultz et al., 2014). Pengujian reliabilitas alat ukur dilakukan pada seluruh item yang ada, yaitu sejumlah 8 butir item. Berdasarkan pengujian reliabilitas yang terdapat di lampiran 5,

hasil *coefficient alpha* untuk alat ukur ini adalah sebesar 0,753. Dapat dikatakan bahwa reliabilitas alat ukur *deception behavior in social media* sudah tergolong baik.

B. Pengujian Validitas Alat Ukur *Deception Behavior in Social Media*

Sebelum kuesioner alat ukur *deception behavior in social media* disebar, uji validitas *content validity* dalam bentuk *expert judgement* dilakukan terlebih dahulu. Hal ini dilakukan karena meskipun alat ukur sudah menggunakan Bahasa Indonesia, namun tetap perlu dipastikan bahwa bahasa yang digunakan sudah sesuai dan mudah dimengerti. Proses ini dilakukan peneliti dengan meminta bantuan pembimbing sebagai *expert judgement*. Perbandingan aitem sebelum dan sesudah dilakukan *expert judgement* dapat dilihat pada lampiran 5.

C. Analisis Aitem Alat Ukur *Deception Behavior in Social Media*

Analisis aitem dilakukan untuk memastikan bahwa aitem memiliki daya beda yang baik antar satu aitem dengan aitem lainnya (Azwar, 2015), dan juga untuk meningkatkan nilai reliabilitas alat ukur. Analisis aitem dilakukan dengan menghitung nilai *item rest-correlation* masing-masing aitem. Nilai *r* minimum suatu aitem agar dapat dikatakan sebagai aitem yang baik adalah sebesar 0,30, namun apabila diperlukan maka batas minimum dapat diturunkan hingga 0,25 (Azwar, 2015). Pada lampiran 5, terlihat bahwa pada awalnya alat ukur *Deception Behavior in Social Media* memiliki 8 butir aitem, namun terdapat 1 butir aitem yang memiliki nilai korelasi dibawah 0,25 yaitu aitem 7. Karena terdapat satu butir aitem yang gugur dalam pengujian alat ukur, maka jumlah aitem yang akan masuk pada alat ukur adalah sebanyak 7 aitem.

D. Pengujian Reliabilitas Alat Ukur RSES

Pengujian reliabilitas alat ukur ini dilakukan dengan menghitung nilai konsistensi internal alat ukur, dan salah satu metode yang umum digunakan adalah dengan mencari nilai *coefficient alpha*. Nilai minimum *coefficient alpha* yang diterima adalah sebesar 0,70 (Shultz et al., 2014). Pengujian reliabilitas alat ukur dilakukan pada seluruh item yang ada, yaitu sejumlah 10 butir item. Berdasarkan pengujian reliabilitas yang terdapat pada

lampiran 6, hasil *coefficient alpha* adalah sebesar 0,79. Dapat dikatakan bahwa reliabilitas alat ukur RSES sudah tergolong baik.

E. Pengujian Validitas Alat Ukur RSES

Sebelum kuesioner dengan alat ukur RSES disebar, uji validitas *content validity* dalam bentuk *expert judgement* dilakukan terlebih dahulu. Hal ini perlu dilakukan karena alat ukur diadaptasi dari bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia. Proses ini dilakukan peneliti dengan meminta bantuan pembimbing sebagai *expert judgement*. Perbandingan aitem sebelum dan sesudah dilakukan *expert judgement* dapat dilihat pada lampiran 6.

F. Analisis Aitem Alat Ukur RSES

Analisis aitem dilakukan untuk memastikan bahwa aitem memiliki daya beda yang baik antar satu aitem dengan aitem lainnya (Azwar, 2015), dan juga untuk meningkatkan nilai reliabilitas alat ukur. Analisis aitem dilakukan dengan menghitung nilai *item rest-correlation* masing-masing aitem. Nilai r minimum suatu aitem agar dapat dikatakan sebagai aitem yang baik adalah sebesar 0,30, namun apabila diperlukan maka batas minimum dapat diturunkan hingga 0,25 (Azwar, 2015). Pada lampiran 6, terlihat bahwa pada awalnya alat ukur RSES berisikan 10 butir aitem, namun terdapat 1 butir aitem yang memiliki nilai korelasi dibawah 0,25 yaitu aitem 9. Karena terdapat satu butir aitem yang gugur dalam pengujian alat ukur, maka jumlah aitem yang akan masuk pada alat ukur hanya 9 butir aitem.

3.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear sederhana. Sebelum analisa dilakukan, syarat untuk dilakukannya uji regresi linear sederhana adalah dengan melakukan uji asumsi yang terdiri atas uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak dengan menggunakan uji *Shapiro Wilk* dan *Q-Q Plot*. Kemudian akan dilakukan uji linearitas pada penelitian ini dengan

menggunakan uji *residual vs predicted*. Apabila setelah dilakukan uji normalitas dan linearitas, data yang dimiliki sudah terdistribusi normal dan linear, uji regresi linear sederhana dapat dilakukan. Uji regresi linear sederhana bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh tingkat *self-esteem* individu terhadap *online deception behavior*. Namun, apabila hasil sebaran data termasuk tidak normal, maka peneliti tidak dapat melakukan uji regresi linear dan harus melakukan uji regresi non-linear.

3.6. Prosedur Penelitian

Bagian ini menjelaskan mengenai prosedur-prosedur yang dilakukan dalam penelitian untuk mengambil serta mengolah data yang telah diperoleh. Berikut adalah prosedur-prosedur yang dilakukan:

1. Peneliti melakukan pengambilan data kepada responden yang sesuai dengan karakteristik subjek penelitian. Pengambilan data dilakukan mulai dari Januari 2022 sampai dengan Maret 2022 dengan cara menyebarkan kuesioner *online* yang dibuat dalam Google forms. Kuesioner *online* kemudian disebar oleh peneliti melalui beberapa media sosial seperti Instagram, Line, Whatsapp, Twitter, dan Telegram.
2. Prosedur selanjutnya adalah mengolah data yang telah diperoleh dengan mencocokkan data yang didapatkan dengan kriteria responden yang diharapkan. Apabila ditemukan data yang tidak sesuai dengan karakteristik yang telah disebutkan sebelumnya, maka data tersebut tidak akan digunakan ketika pengolahan data dilakukan. Pada tahap ini juga, jawaban responden dalam kuesioner akan diubah menjadi skor menggunakan aplikasi Microsoft Excel.
3. Peneliti kemudian melakukan pengelompokan data untuk melihat kesesuaian nilai *mean* teoritik dengan *mean* empirik, kemudian juga dilakukan pengelompokan data berdasarkan data-data demografis dari masing-masing responden. Prosedur ini dilakukan masih dengan menggunakan Microsoft Excel.

4. Tahap keempat, peneliti melakukan uji asumsi normalitas dengan uji *Shapiro-Wilk* dan juga *Q-Q plot* sebagai uji asumsi untuk melakukan uji regresi linear. Ketika dilakukan uji asumsi, ditemukan bahwa data yang diperoleh tidak tersebar secara normal. Sehingga uji regresi linear tidak dapat dilakukan.
5. Uji regresi non-linear kemudian dilakukan, karena untuk melakukan uji regresi tersebut tidak diperlukan data yang terdistribusi normal. Penelitian ini kemudian menggunakan uji regresi linear logistik untuk mencari besar pengaruh variabel terikat terhadap variabel bebas.
6. Selain melakukan uji regresi, dalam penelitian ini juga melakukan analisis tambahan dengan menggunakan *contingency table* untuk mengetahui apakah terdapat faktor-faktor lain dalam penelitian ini yang berpengaruh terhadap variabel terikat.

