

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Pada penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ialah suatu pendekatan ilmiah berusaha menunjukkan hubungan antara dua variabel, menguji teori, dan menemukan generalisasi yang bernilai prediktif. Karena data penelitian disajikan dalam bentuk angka dan statistik yang digunakan untuk analisis, maka strategi ini dikenal sebagai pendekatan kuantitatif (Sugiyono, 2017).

Penelitian dengan menggunakan pendekatan kuantitatif biasanya dikerjakan dengan jumlah sampel yang telah ditentukan oleh peneliti berdasarkan populasi. Adapun metode pada penelitian ini yaitu menggunakan penelitian survei. Penelitian survei merupakan salah satu jenis penelitian kuantitatif untuk mendapatkan fakta maupun data yang ada pada lapangan (Priadana & Sunarsi, 2021). Peneliti menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data tentang skala *Body image* dan skala kepercayaan diri pengguna media sosial *Instagram*.

3.2 Identifikasi Variabel

Setiap upaya penelitian tentu saja berfokus pada beberapa fenomena atau gejala utama, serta beberapa fenomena lain yang terkait. Dalam kajian psikologi dan sosial, fenomena yang biasanya mengacu pada atribut atau sifat-sifat yang terkandung dalam subjek penelitian yang mungkin berbeda secara kuantitatif atau kualitatif. Maka dari itu, konsep inilah yang disebut dengan variabel (Azwar, 2007:59).

Hal ini sejalan dengan Sugiyono (2010) yang mendefinisikan variabel penelitian sebagai ciri, sifat atau nilai seseorang, objek atau aktivitas yang didefinisikan dan diambil kesimpulannya oleh peneliti. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu:

1. Variabel bebas atau independen (X) : *Body image*
2. Variabel terikat atau dependen (Y) : kepercayaan diri

3.3 Definisi Operasional

Pada definisi operasional mendeskripsikan mengenai karakteristik yang ada dalam variabel X dan Y. Dalam definisi operasional, suatu variabel didefinisikan oleh

peneliti untuk diteliti lebih detail guna memberikan informasi tentang apa yang sedang diteliti. Dalam definisi operasional variabel, ada dua variabel yang diteliti (Azwar, 2017). Oleh karena itu, dalam penelitian ini definisi operasional variabel X dan Y adalah sebagai berikut:

3.3.1 Variabel Y (Kepercayaan Diri)

Variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah kepercayaan diri. Kepercayaan diri adalah dimana individu merasa yakin serta merasa mampu untuk bisa mencapai berbagai tujuan hidupnya. Kepercayaan diri akan didapatkan dengan menggunakan alat ukur yang berupa skala yang telah disusun berdasarkan aspek-aspek Lauster. Menurut Lauster (2003) terdapat lima aspek pada kepercayaan diri:

1. Yakin dengan tindakan yang dilakukan
2. Optimis
3. Objektif
4. Bertanggung Jawab
5. Rasional serta Realistis.

Tinggi rendahnya kepercayaan diri yang dimiliki oleh subjek dilihat dari skor total pada skala kepercayaan diri. Semakin tinggi skor yang didapat oleh subjek, maka semakin tinggi pula kepercayaan diri yang dimiliki oleh subjek. Sebaliknya, semakin rendah skor yang didapat oleh subjek maka semakin rendah pula kepercayaan diri yang dimiliki oleh subjek.

3.3.2 Variabel X (*Body image*)

Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah *Body image* . *Body image* adalah persepsi individu terhadap dirinya sendiri yang mana apabila dirinya memandang bahwa tubuhnya positif maka tubuh yang dimilikinya juga positif, akan tetapi apabila individu tersebut memandang tubuhnya negatif maka *Body image* yang dimilikinya akan ikut negatif. *Body image* pada penelitian ini akan didapatkan dengan menggunakan alat ukur MBSRQ-AS (*Multidimensional Body Self Relation Questionnaire-Apperance Scale*) yang telah disusun oleh Cash dan Pruzinsky (2002). Aspek *Body image* menurut MBSRQ-AS oleh Cash & Pruzinsky (2002), yaitu:

1. Evaluasi penampilan (*appearance evaluation*)
2. Orientasi penampilan (*appearance orientation*)
3. Kepuasan terhadap bagian tubuh (*body areas satisfaction*)

4. Kecemasan menjadi gemuk (*overweight preoccupation*)

5. Pengelompokan ukuran tubuh (*self-classified weight*)

Adapun tinggi rendahnya *Body image* yang mereka miliki dilihat dari skor total pada skala *Body image*. Yang mana apabila skor yang didapatkan oleh subjek tinggi, artinya subjek mempunyai *Body image* dalam kategori tinggi. Berbanding terbalik dengan seseorang yang mendapatkan skor yang rendah, artinya orang tersebut memiliki *Body image* yang rendah

3.4 Rumusan Populasi dan Teknik Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah sekumpulan elemen yang digunakan sebagai bidang inferensi/generalisasi. Unsur populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diukur, yaitu satuan yang diteliti. Dalam hal ini populasi adalah suatu ruang umum yang terdiri atas objek/subjek yang punya kuantitas dan ciri-ciri tertentu yang ingin diteliti oleh peneliti guna dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019, hlm. 145).

Populasi yang akan diambil oleh peneliti yaitu keseluruhan mahasiswi aktif Fakultas Psikologi.

Tabel 3. 1 Populasi Mahasiswi Aktif

Semester	Jumlah mahasiswi
Semester 2	53
Semester 4	60
Semester 6	56
Semester 8	36
Semester 10	5
Semester 12	4
Semester 14	1
Jumlah	215

Sumber : Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Gresik

Berdasarkan tabel diatas diketahui jumlah populasi mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Gresik sebanyak 215 mahasiswi. Peneliti

mendapatkan data tersebut dari bagian administrasi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Gresik.

3.4.2 Teknik Sampling

Sampel merupakan salah satu bagian dari jumlah serta karakter khusus yang dimiliki oleh populasi. Akan tetapi, metode ataupun teknik pengambilan sampel disebut dengan teknik sampling (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini peneliti mengambil sampel dengan menggunakan *teknik purposive sampling*. *Teknik purposive sampling* atau purposive sampling merupakan teknik yang menentukan sampel dengan pertimbangan khusus (Sugiyono, 2016). Menurut Arikunto 2010, tujuan metode ini adalah untuk mengatasi permasalahan berdasarkan adanya tujuan tertentu, bukan berdasarkan strata, random, atau daerah. Cara ini biasa digunakan karena berbagai alasan. Misalnya, terbatasnya waktu, tenaga, dan uang membuat pengumpulan sampel dalam jumlah besar tidak memungkinkan.

Sampel dalam penelitian ini adalah berdasarkan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu perempuan, aktif media sosial/memiliki akun instagram, mahasiswa aktif Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Gresik. Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan metode yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael, dengan tingkat kesalahan 5% dari jumlah keseluruhan populasi (Sugiyono, 2017).

$$\frac{\lambda^2 N \cdot P \cdot Q}{d^2(N-1) + \lambda^2 P \cdot Q}$$

Rumus 1 Sampel Isaac dan Michael

Keterangan :

λ^2 = taraf kesalahan (1%, 5%, 10%)

N = jumlah populasi

P = proporsi dalam populasi (0,5)

Q = 1 – P (1 – 0,5 = 0,5)

d = Derajat kebebasan (0,05)

Berdasarkan rumus Isaac dan Michael diatas dengan taraf kesalahan sebesar 5% diperoleh jumlah sampel pada mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Gresik sebesar 135.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2019:296), menyatakan bahwa teknik pengumpulan data yaitu: “Langkah terpenting dalam penelitian ialah dengan metode pengumpulan data, karena tujuannya utama penelitian adalah memperoleh data”.

Sebuah skala digunakan oleh para peneliti untuk mengumpulkan data untuk penelitian ini. Yang mana dalam pengukuran sikap, pendapat, persepsi seseorang ataupun sekelompok orang dengan peristiwa sosial tertentu dapat menggunakan skala likert dalam pengukurannya. Variabel-variabel yang akan dinilai diubah menjadi indikator-indikator variabel melalui penggunaan skala *Likert*. Selanjutnya, ciri-ciri atau indikator tersebut akan dijadikan sebagai poin-poin yang dijadikan sebagai acuan untuk menyusun item-item instrumen yang akan berbentuk pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono, 2013). Kemudian, skala *Likert* dijadikan dalam bentuk pertanyaan yang berupa *favourable* dan *unfavorable* dengan menggunakan empat alternatif jawaban untuk tiap butir pertanyaan. Adapun kriteria penilaian *favorable* dalam skala *Likert* dapat disajikan dengan angka sebagai berikut

Tabel 3. 2 Kriteria Penilaian

No.	<i>Favorable</i>		<i>Unfavorable</i>	
	Alternatif Jawaban	Nilai	Alternatif Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju	4	Sangat Setuju	1
2.	Setuju	3	Setuju	2
3.	Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	3
4.	Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	4

Adanya empat pilihan diatas dalam penyusunan skala ini tujuannya untuk menghindari kemungkinan jawaban ditengah-tengah.

3.5.1 Kepercayaan diri (Y)

Lauster telah mengidentifikasi beberapa karakteristik dari skala kepercayaan diri. Skala ini dimodifikasi oleh para peneliti dari. Skala ini memiliki total 30 item, dimana 15 item bersifat *favorable* dan 15 item bersifat *unfavorable*. Lima aspek yang tercakup dalam skala ini adalah optimis, bertanggung jawab, rasional, realistis, dan percaya diri dengan kemampuan diri sendiri. Secara rinci dapat dilihat pada tabel 3.3 dibawah ini

Tabel 3. 3 Blueprint Variabel kepercayaan (Y)

No	Aspek	Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Keyakinan kemampuan diri	1, 2, 3	-	3
2.	Optimis	4, 5, 6	-	3
3.	Objektif	7, 8, 9	10, 11*	5
4.	Tanggung jawab	12, 13, 14	15*	4
5.	Rasional dan realistis	16, 17, 18	19, 20, 21*	6
Total				21

Pengisian skala kepercayaan di media sosial *Instagram* yakni meminta ketersediaan dalam menjawab keseluruhan item yang tersedia dengan cara memilih pilihan alternatif yang sesuai dengan keadaan responden. Skala kepercayaan di media sosial *Instagram* memiliki alternatif jawaban 1 sampai 4. Berikut adalah cara skoring yang digunakan pada skala.

Tabel 3. 4 Skoring alat ukur kepercayaan diri (Y)

No.	Favorable	Nilai	unfavorable	Nilai
	Alternatif jawaban		Alternatif jawaban	
1.	Sangat setuju	4	Sangat setuju	1
2.	Setuju	3	Setuju	2
3.	Tidak setuju	2	Tidak setuju	3
4.	Sangat tidak setuju	1	Sangat tidak setuju	4

Setelah dilakukan skoring maka akan diketahui interpretasinya bahwa semakin tinggi skor yang diperoleh menunjukkan semakin tinggi pula Tingkat kepercayaan

dirinya di media sosial, dan sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh menunjukkan semakin rendah kepercayaan diri individu tersebut.

3.5.2 *Body image*

Dalam skala *Body image* peneliti mengukur dengan dimensi MBSRQ-AS (*Multidimensional Body Self Relation Questionnaire-Apperance Scale*) milik Cash dan Pruzinsky (2002) yang telah dikembangkan oleh Khairani, Hannan, dan Amalia (2019) total keseluruhan item terdiri dari 13 item yang dibagi menjadi 6 item *favorable* dan 7 item *unfavorable* dengan mencakup 5 aspek yaitu evaluasi penampilan, orientasi penampilan, kepuasan terhadap bagian tubuh, kecemasan menjadi gemuk, yakin dengan Secara rinci dapat dilihat pada tabel 3.5 dibawah ini.

Tabel 3. 5 Blueprint Variabel *Body image* (X)

No	Aspek	Item		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	Evaluasi penampilan	1, 2	3, 4	4
2.	Orientasi penampilan	-	5	1
3.	Kepuasan terhadap bagian tubuh	6, 7	8, 9	4
4.	Kecemasan menjadi gemuk	-	10	1
5.	Pengkategorian ukuran tubu	11, 12	13	3
Total		6	7	13

Pengisian skala MBSRQ-AS (*Multidimensional Body Self Relation Questionnaire-Apperance Scale*) yakni meminta ketersediaan dalam menjawab keseluruhan aitem yang tersedia dengan cara memilih pilihan alternatif yang sesuai dengan keadaan responden. Skala MBSRQ-AS (*Multidimensional Body Self Relation Questionnaire-Apperance Scale*) memiliki alternatif jawaban 1 sampai 5. Berikut adalah cara skoring yang digunakan pada skala.

Tabel 3. 6 Skoring alat ukur *Body image* (X)

No.	Favorable	Nilai	unfavorable	Nilai
	Alternatif jawaban		Alternatif jawaban	
1.	Sangat setuju	5	Sangat setuju	1
2.	Setuju	4	Setuju	2
3.	Netral	3	Netral	3
4.	Tidak setuju	2	Tidak setuju	4
5.	Sangat tidak setuju	1	Sangat tidak setuju	5

Setelah dilakukan skoring maka akan diketahui interpretasinya bahwa semakin tinggi skor yang diperoleh menunjukkan bahwa semakin positif *Body image* yang dimiliki oleh responden, begitu juga sebaliknya apabila skor rendah menunjukkan bahwa semakin negative *Body image* yang dimilikinya

3.6 Validitas dan reliabilitas

Reliabilitas dan validitas adalah komponen penting dalam penelitian. Validitas setiap item akan diukur terlebih dahulu, kemudian diikuti dengan penilaian reliabilitas alat ukur. Validitas dan reliabilitas yang kuat akan menghasilkan data yang berguna tentang status terkini dari topik penelitian.

3.6.1 Validitas

Sugiyono (2016) berpendapat bahwa validitas mengacu pada kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data sebenarnya yang ditemui di tempat penelitian. Adanya istilah “valid” berarti alat ukur yang digunakan mampu memberikan nilai sebenarnya dari apa yang diinginkan. Menurut Azwar (2016), ketika beberapa peneliti menganggap suatu item relevan, maka item tersebut dinyatakan untuk mendukung validitas isi skala.

3.6.2 Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016:75) berpendapat, reliabilitas merupakan suatu tingkat keandalan suatu instrumen penelitian yang apabila digunakan berkali-kali akan menghasilkan data yang sama. Hal ini menggambarkan seberapa konsisten perangkat pengukuran tersebut. Kemampuan untuk mengidentifikasi tanda-tanda yang tidak

konsisten adalah manfaat dari pendekatan *Cronbach Alpha*. Reliabilitas alat ukur akan diketahui dengan menggunakan skor *Alpha Cronbach* dengan menggunakan IBM SPSS 25 *for windows*.

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Asumsi

Karena ada prasyarat pada berbagai teknik analisis data yang digunakan dalam pengujian hipotesis, peneliti harus melakukan uji asumsi ini sebelum melanjutkan ke pengujian hipotesis. Uji normalitas dan uji linearitas adalah dua jenis uji asumsi.

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas menurut Priyatno (2010:54) adalah untuk memastikan apakah data terdistribusi secara teratur atau tidak. Model regresi yang berdistribusi normal dianggap sebagai model yang baik. Dengan demikian, teknik *Kolmogorov-Smirnov Test* digunakan dalam penelitian ini untuk menentukan uji normalitas berdasarkan kriteria sebagai berikut:

1. Jika signifikan (Asymp.sig) $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal
2. Jika signifikan (Asymp.sig) $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal

Adapun uji normalitas dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS 25.0 *for windows*.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas ini memiliki tujuan mengetahui apakah kedua variabel tersebut menunjukkan adanya hubungan yang linier atau tidak dengan menggunakan prosedur analisis statistic. Pengujian dilakukan dengan IBM SPSS 25 *for windows* menggunakan Test of Linearity pada taraf signifikan 0,05.

Adapun kriteria pengujian dengan uji statistic sebagai berikut :

1. Jika signifikan pada linearity $> 0,05$ maka data tersebut tidak mempunyai hubungan yang linier
2. Jika signifikan pada linearity $< 0,05$ maka data tersebut mempunyai hubungan yang linier (Priyatno, 2010:42)

3.7.2 Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah suatu pernyataan yang nantinya akan menunjukkan dugaan mengenai hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017:89). Penelitian ini akan menggunakan statistik parametrik, khususnya uji regresi sederhana, untuk

menguji hipotesis mengenai hubungan antara item-item citra tubuh dan kepercayaan diri yang dihasilkan. Untuk memastikan apakah variabel independen (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y), atau apakah pengaruh yang terjadi dapat digeneralisasi ke populasi, maka uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi sederhana. Untuk proses selanjutnya proses analisis statistic yang peneliti gunakan yaitu alat bantu program komputer IBM SPSS *for windows* versi 25

