

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel

1. Identifikasi

Variabel adalah petunjuk, jenis, makna seseorang, tujuan, atau aktivitas yang memiliki jenis khusus yang ditentukan penelaah untuk dikaji lebih lanjut sehingga bisa didapatkan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2012).

Dalam penelitian ini, ada variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas juga dikenal dengan prediktor, dan prekursor. Variabel bebas menurut Sugiyono (2015) adalah variabel yang berpengaruh kepada variabel terikat (*dependent*) atau menyebabkannya berubah atau muncul. Variabel dependen atau keluaran dan hasil. Definisi variabel terikat menurut Sugiyono adalah variabel yang dihasilkan dari variabel bebas.

Pada studi ini variabel yang ditetapkan yakni:

Variabel terikat (Y) : *Cyberbullying*

Variabel bebas (X) : Empati

2. Definisi Operasional

Dalam penelitian tentunya dibutuhkan suatu limit atau tepi dari variabel yang dituju dan diukur, inilah yang disebut definisi operasional. Perlunya memberikan batasan supaya pengukuran itu konstan antara informan satu dengan yang lain. Selain perlu

untuk diberi batas, pada definisi operasional juga harus dijabarkan teknik, hasil, dan skala yang digunakan (Notoatmodjo, 2012). Berikut ini rincian definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

a. *Cyberbullying*

Cyberbullying dalam penelitian ini adalah tindakan disengaja yang bersifat mengintimidasi dan dilakukan berulang-ulang dengan tujuan merugikan seseorang atau kelompok individu melalui media digital atau perangkat elektronik. *Cyberbullying* dapat dilakukan menggunakan koneksi internet, media sosial, email, situs web, dengan tujuan merugikan atau menyusahkan orang lain. *Cyberbullying* ini akan diukur menggunakan skala *cyberbullying* yang disusun ke dalam bentuk skala Likert berdasarkan teori mengenai aspek-aspek yang dikemukakan oleh Chadwick (2014) yaitu *harassment, trickery, cyberstalking, outing, flaming, denigration, masquerading, impersonation, dan pseudonyms*.

b. Empati

Empati pada studi ini adalah aktivitas yang dilakukan seseorang kepada individu lain untuk paham dengan apa yang orang lain rasakan. Empati merupakan keterampilan sosial dan emosional untuk bisa memposisikan diri pada situasi orang lain dan berusaha menawarkan bantuan maupun memberikan dukungan kepada orang tersebut.

Empati ini akan diukur melalui skala empati yang disusun ke dalam bentuk skala Likert berdasarkan teori mengenai aspek-aspek yang dikemukakan oleh McLaren (2013) antara lain *emotion contagion*, *emotion regulation*, *empathic accuracy*, *concern for other*, *perspective taking*, dan *perceptive engagement*.

B. Subjek Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah semua subjek yang ada di kawasan manifestasi penelitian yang memiliki atribut atau spesifikasi tertentu (Azwar, 2005). Adapun populasi dalam penelitian ini adalah remaja pengguna sosial media Instagram dan berdomisili di Kota Malang. Besar jumlahnya tidak diketahui secara pasti (populasi *infinite*). Populasi *infinite* adalah jumlah individu tertentu yang tidak tetap di dalam populasi. Populasi memiliki sifat-sifat yang dapat dijelaskan secara kuantitatif. Jika ditinjau dari jumlah individu sebagai himpunan maka dapat dibedakan menjadi jumlah individu yang tergabung bisa terhingga (*finite*) dan tak terhingga (*infinite*) (Winarni, 2021).

2. Sampel

Menurut Rutoto (2007), sampel adalah sebagian responden dalam populasi yang bisa merepresentasikan populasinya. Dari sampel yang ditelaah, lalu disimpulkan, dan bisa dianggap wakil dari populasi. Dengan demikian sampel yang diambil harus benar-benar sesuai dengan fungsinya sebagai wakil. Pada

populasi *infinite* dalam riset ini, peneliti menggunakan rumus menurut Wibisono dalam Akdon & Riduwan (2013).

Rumus untuk populasi *infinite* yaitu:

$$n = \left(\frac{(0,25) \cdot \frac{Z\alpha}{2}}{\varepsilon} \right)^2$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

$\frac{Z\alpha}{2}$ = Nilai yang didapat dari tabel normal atas tingkat

keyakinan

ε = Kesalahan penarikan sampel

Tingkat keyakinan dalam penelitian ini ditentukan sebesar 95%, maka nilai $\frac{Z\alpha}{2}$ adalah 1,96. Tingkat variansi sebesar 5%. Sehingga dari hasil hitung menggunakan rumus tersebut dapat diperoleh jumlah sampel yang harus dipenuhi, yakni:

$$n = \left(\frac{(0,25) \cdot (1,96)}{0,05} \right)^2 = 96,04$$

Maka berdasarkan perhitungan, sampel yang diperlukan yaitu sejumlah 96,04 orang. Dapat disederhanakan menjadi 100 orang remaja pengguna media sosial Instagram di Kota Malang.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel merupakan bagaimana menetapkan responden yang besarnya cocok dengan jumlahnya dengan yang sudah ditentukan, tentunya sambil mencermati karakteristik dan populasi agar mendapat responden yang *representative* (mewakili) (Margono, 2004). Pada penelitian

ini, teknik yang digunakan yaitu *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016). Pemilihan teknik ini dikarenakan sesuai dengan penelitian yang dilaksanakan yaitu menentukan responden dari remaja pengguna Instagram di Kota Malang.

C. Cara Pengumpulan Data

Teknik untuk mengumpulkan data pada studi ini yakni memakai skala. Skala merupakan kumpulan pernyataan-pernyataan yang harus dikerjakan atau dipenuhi oleh responden yang jumlah dan karakteristiknya sudah ditentukan sebelumnya. Berdasarkan skala yang sudah diisi tadi, dapat diambil kesimpulan perihal keadaan responden yang tengah dikaji (Suryabrata, 2010). Alasan peneliti memilih mengumpulkan data melalui skala karena responden adalah orang yang paling paham dengan kondisinya. Kedua, semua pernyataan responden merupakan sesuatu yang faktual dan dapat divalidasi kebenarannya. Ketiga, interpretasi responden terhadap pernyataan-pernyataan dengan apa yang dimaksudkan dalam penelitian (Hadi, 2001).

Variabel bebas dan variabel terikat menggunakan alat ukur skala likert. Skala likert digunakan untuk menaksir sudut pandang, pemikiran, dan kesan individu atau sekelompok

individu mengenai peristiwa sosial. Pada penelitian ini, digunakan dua skala yaitu skala empati dan skala kecenderungan melakukan *cyberbullying*.

Pernyataan dalam skala likert memiliki dua sifat, yaitu *favorable* (mendukung) dan *unfavorable* (tidak mendukung). Pertanyaan dalam setiap pernyataan memiliki empat jawaban alternatif yaitu SS (Sangat Setuju), S (Setuju), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju). Pernyataan yang bersifat *favorable* diberi rentangan nilai 4-1 dan yang bersifat *unfavorable* diberi rentangan nilai 1-4. Uraian di atas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Penilaian Skala Likert

Pilihan Jawaban	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

1. Skala Kecenderungan Melakukan *Cyberbullying*

Skala kecenderungan *cyberbullying* disusun berdasarkan aspek-aspek *cyberbullying* menurut teori Chadwick (2014) yaitu *harassment, denigration, flaming, impersonation, masquerading, pseudonyms, outing and trickery*, dan *cyberstalking*. Berikut ini tabel *blue print* skala kecenderungan *cyberbullying*.

Tabel 2. *Blue print* Skala Cyberbullying

No	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah Aitem
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	<i>Harassment</i>	Mengirim pesan terus-menerus (<i>spam</i>) kepada seseorang dengan kata-kata kasar melalui media sosial, email, dan pesan teks.	7	5	12
2.	<i>Denigration</i>	Menyebarkan foto orang lain di Internet untuk tujuan menjelekkan nama baik dan reputasi.	4	3	8
		Mengedit foto orang lain dan menyebarkannya di internet untuk tujuan yang buruk.	4	3	7
3.	<i>Flaming</i>	Mengirimkan pesan yang berisi kata-kata kasar kepada orang lain di dalam grup obrolan.	6	4	10
		Mengirimkan gambar untuk tujuan menyindir orang lain di dalam grup obrolan.	3	3	6
4.	<i>Impersonation</i>	Bersandiwara menjadi individu lain dengan mendistribusikan informasi untuk mencemarkan nama baik pemilik akun sebenarnya.	5	3	8
		Menirukan orang lain untuk membuat postingan yang bertujuan untuk menjelekkan nama baik pemilik akun sebenarnya.	3	3	6
5.	<i>Masquerading</i>	Menyamar sebagai orang lain dengan cara membuat alamat email palsu untuk melakukan tindakan berupa ancaman kepada seseorang untuk membuat seolah-olah ancaman itu dikirim oleh	4	3	8

		orang lain dan bukan dirinya sendiri.			
		Bersembunyi dibalik identitas orang lain dan bahkan memakai ponsel orang lain untuk melakukan ancaman kepada seseorang dengan tujuan agar identitas aslinya tidak diketahui.	3	3	6
6.	<i>Pseudonyms</i>	Menggunakan nama alias untuk menyembunyikan identitas guna melakukan perundungan kepada orang lain di dunia maya.	5	3	8
		Menggunakan nama lain untuk melakukan penghinaan kepada orang lain di internet.	4	3	7
		Mengunggah dengan maksud agar tersebar luas rahasia individu lain di internet.	3	3	6
7.	<i>Outing dan Trickery</i>	Mengunggah dengan maksud agar tersebar luas gambar pribadi seseorang di media sosial.	5	4	9
		Mengelabui orang lain untuk bisa mendapatkan foto rahasia atau pribadi orang yang bersangkutan di internet.	3	3	6
		Melakukan intimidasi dengan memburukkan nama baik individu secara berulang sehingga membuat orang tersebut merasa takut.	3	2	5
8.	<i>Cyberstalking</i>	Menjelekkan reputasi orang lain di Internet sehingga membuat orang tersebut resah dan merasa terancam.	3	3	6
		Total	65	51	116

2. Skala Empati

Skala empati dibentuk dari aspek-aspek empati menurut teori McLaren (2013) yaitu *emotion contagion*, *emotion regulation*, *empathic accuracy*, *perspective taking*, *perceptive engagement*, dan *concern for other*. Berikut ini tabel *blue print* skala empati.

Tabel 3. *Blue-print* Skala Empati

No	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah Aitem
			<i>favorable</i>	<i>unfavorable</i>	
1.	<i>Emotion contagion</i>	Mampu merasakan emosi yang dialami orang lain.	5	5	10
		Mampu membagikan emosi kepada orang lain.	3	3	6
2.	<i>Empathic accuracy</i>	Mampu mengidentifikasi berbagai macam emosi.	4	3	7
		Mampu memahami keadaan emosi orang lain.	3	3	6
		Mampu memahami pikiran diri sendiri dan orang lain.	4	4	8
		Mampu memahami tujuan diri sendiri dan orang lain.	4	4	8
3.	<i>Emotion regulation</i>	Mampu memahami emosi pribadi.	3	4	7
		Mampu mengatur emosi diri sendiri.	3	4	7
		Memiliki kesadaran diri.	3	3	6
4.	<i>Perspective taking</i>	Dapat meletakkan diri pada situasi orang lain.	4	4	8
		Dapat memahami perasaan orang lain.	3	4	7

		Dapat memahami apa yang dibutuhkan serta diinginkan orang lain	4	5	9
5.	<i>Concern for other</i>	Mampu memberikan sikap perhatian dan peduli kepada orang lain.	4	3	7
6.	<i>Perspective engagement</i>	Dapat memberikan hiburan kepada individu lain.	3	3	6
		Dapat membantu individu lain.	4	3	7
		Dapat mendengarkan individu lain dengan penuh perhatian.	3	3	6
Total			57	58	115

3. Validitas dan Reliabilitas

a. Validitas

Validitas adalah penggambaran dari ketepatan data. Validitas berkaitan dengan bagaimana alat ukur bisa berfungsi dengan baik dalam memberikan data yang akurat dan jeli (Azwar, 2017). Secara sederhana, validitas berarti alat untuk menguji instrumen penelitian apakah sudah sesuai dalam menjalankan tugasnya. Validitas pada studi ini terdiri dari *content validity* dan perhitungan validitas butir aitem terhadap skala empati dan skala *cyberbullying*. Tata cara *content validity*, menurut Straub et. al. dalam Azwar (2015) dilaksanakan berlandaskan kemufakatan dari penilaian ahli (*expert judgement*).

Pemilihan aitem yang akan digunakan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan indeks inkonsistensi

aitem (daya beda), yang ditentukan dengan uji statistik menggunakan *SPSS for Windows* untuk mendapatkan koefisien korelasi aitem keseluruhan yang benar. Dari uji validitas dapat diketahui bahwa jika nilai r hitung $\geq r$ -tabel, maka aitem dalam pernyataan dalam kuesioner pada aitem-aitem adalah valid, sedangkan jika r_{xy} nilai r hitung $< r$ -tabel, maka aitem pernyataan dalam kuesioner tersebut tidak valid.

b. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu acuan untuk melihat apakah hasil sebuah alat ukur bisa diandalkan jika dalam sejumlah pengukuran pada kelompok yang sama hasilnya akan tetap (tidak berubah-ubah) (Azwar, 2017). Uji reliabilitas dilaksanakan untuk mengukur keajegan dari jawaban subjek terhadap suatu alat ukur yang disusun. Reliabilitas dihitung pada item yang valid. Sebuah studi bisa dikatakan reliabel jika hasilnya tetap sama walaupun diukur dalam waktu yang berbeda.

Penelitian ini menggunakan uji reliabilitas alat *Cronbach Alpha* karena data untuk variabel eksplorasi ini adalah tipe data interval, dan alat responnya berupa skala. Selain itu, formula *Alpha Cronbach* hasilnya lebih cermat dan dapat mendekati hasil yang sebenarnya. Menurut Arikunto (2010), reliabilitas dinyatakan sebagai faktor keamanan 0 sampai 1. Semakin tinggi faktor

keamanan mendekati 1 maka reliabilitasnya semakin tinggi. Semakin rendah angka sekitar 0, semakin rendah keandalannya. Alasan menggunakan kriteria indeks reliabilitas menurut Azwar (2012) adalah karena kategorisasi tersebut lebih terbaru dan dapat mendeskripsikan kategori reliabilitas yang lebih luas dan mendalam.

Berikut kriteria indeks suatu koefisien reliabilitas dari *Alpha Cronbach* menurut Azwar (2012):

Tabel 4. Kriteria Indeks Suatu Koefisien dari Reliabilitas *Alpha Cronbach*

Interval Koefisien dari Reliabilitas	Kriteria
<0,200	Tidak Reliabel
0,200-0,400	Kurang Reliabel
0,400-0,700	Cukup Reliabel
0,700-0,900	Reliabel
>0,900	Sangat Reliabel

D. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Hal ini karena studi ini dilaksanakan untuk melihat atau menilai pengaruh antar dua variabel atau lebih. Sebagaimana penjelasan oleh Arikunto (2010), studi korelasi adalah studi yang dilakukan oleh peneliti untuk menentukan derajat korelasi antara dua variabel atau lebih tanpa mengubah, menambah, atau memanipulasi data yang ada.

Teknik pengambilan *sampling* dilakukan melalui *accidental sampling*, pengumpulan data dengan instrumen penelitian (skala likert), analisis data kuantitatif statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang diberikan (Sugiyono, 2015).

Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruh empati terhadap kecenderungan perilaku *cyberbullying* pada remaja pengguna media sosial. Variabel terikat (Y) adalah *cyberbullying* (perundungan dunia maya), variabel bebas (X) dalam studi ini adalah empati.

E. Cara Analisis Data

Studi ini menggunakan teknik regresi sederhana untuk menganalisis datanya. Menurut Mason dalam Algifari (1997), analisis regresi adalah suatu metode untuk membuat persamaan linier dan menggunakan persamaan tersebut untuk memprediksi. Tujuan dari regresi adalah untuk membuat persamaan garis lurus dan memperkirakan nilai satu variabel dalam kaitannya dengan variabel lainnya. Analisis data didahului dengan uji analisis kebutuhan. Adapun syarat uji yang berkaitan dengan uji analisis data dalam penelitian ini adalah uji normalitas.

1. Uji Normalitas

Fungsi adanya uji normalitas yaitu untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas ini digunakan untuk memeriksa normalitas suatu sampel (Arikunto, 2002). Uji normalitas yang digunakan pada studi ini ialah *Kolmogorov-Smirnov* untuk normalitas dengan IBM

SPSS Statistics 21. Menurut Sugiyono (2015), apakah distribusi data normal dapat ditentukan dengan membandingkan chi-kuadrat yang dihitung dengan tabel chi-kuadrat yang bermakna 5%. Jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05a ($p > 0.05$), maka data berdistribusi normal. Jika nilai signifikan lebih kecil dari 0,05a ($p < 0.05$), maka data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk melihat apakah hipotesis diterima atau ditolak. Hipotesis yang diutarakan dalam penelitian ini adalah “empati memberikan pengaruh terhadap kecenderungan perilaku *cyberbullying* pada remaja pengguna media sosial Instagram” yang merupakan hipotesis alternatif (H_a) dan “empati tidak memberikan pengaruh terhadap kecenderungan perilaku *cyberbullying* pada remaja pengguna media sosial Instagram” sebagai hipotesis nol (H_0). Pengecekan hipotesis dalam studi ini menggunakan analisis regresi sederhana dengan satu variabel bebas (Syafaruddin, 2004). Tingkat signifikansi yang digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini adalah 5%. Jika nilai signifikansi a ($p < 0.05$) lebih kecil dari 0.05 maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, begitu pula sebaliknya (Sugiyono, 2015). Menguji data ini diproses dengan IBM SPSS Statistics 21.