

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan dalam penelitian ini menggunakan rancangan kuantitatif. Menurut Babby (1995), yang dimaksud rancangan penelitian adalah mencatat perencanaan dari cara berpikir dan merancang suatu strategi untuk menemukan sesuatu. Kuantitatif yaitu penelitian yang datanya berupa angka-angka atau bilangan yang diperoleh dari hasil pengukuran. Rancangan penelitian yang digunakan adalah studi komparasi, yaitu penelitian yang dilakukan untuk melihat perbedaan antara dua kelompok. Menurut Dra. Aswarni Sudjud (dalam Suharsimi Arikunto, 2006), penelitian komparasi akan dapat menemukan persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan tentang benda-benda, tentang orang, tentang prosedur kerja, tentang ide-ide, kritik terhadap orang, kelompok, terhadap suatu idea tau suatu prosedur kerja.

Rancangan dalam penelitian ini terdiri dari satu variabel yaitu Identitas sosial yang akan membandingkan dua kelompok sosial yaitu penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas KFM (K-Pop Fandom Malang) dan penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam komunitas.

Gambar 3.1

Rancangan Penelitian



B. Definisi Operasional

Definisi operasional sangat penting dalam metode penelitian karena definisi operasional bertujuan untuk menyamakan pandangan peneliti dengan pembaca mengenai variable yang akan diteliti.

Definisi operasional merupakan definisi dari variable psikologi yang akan diteliti namun yang di sesuaikan dengan kenyataan atau definisi dari variable di lapangan.

Variabel dalam penelitian ini didefinisikan secara operasional sebagai berikut:

Identitas Sosial : Merupakan suatu konstruk kognitif yang dijadikan ciri khas yang dibangun oleh individu untuk melakukan aktivitas dengan kelompok sosial dimana ia bernaung dan membedakan kelompoknya dengan kelompok sosial lain. Identitas sosial disini juga dijadikan atribut pada kelompok sosial agar untuk memperkenalkan kelompok sosialnya tersebut kepada masyarakat.

Penggemar K-Pop in-Group (KFM): Merupakan individu yang menyatakan dirinya sebagai penggemar K-Pop kemudian melakukan serangkaian aktivitas yang membuktikan dirinya sebagai penggemar dan mereka juga tergabung dengan kelompok sosial dimana anggotanya merupakan penggemar K-Pop juga. KFM (K-Pop Fandom Malang) sendiri merupakan komunitas yang dibentuk oleh penggemar K-Pop sebagai wadah yang menaungi mereka.

Penggemar K-Pop out group (Non-KFM): Merupakan individu yang menyatakan dirinya sebagai penggemar K-Pop pula dan melakukan serangkaian aktivitas yang membuktikan dirinya sebagai penggemar layaknya penggemar K-Pop hanya saja yang membedakan adalah ketidak bergabungan mereka dalam komunitas KFM.

C. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan dari sekumpulan subjek yang akan diteliti dan digali informasinya mengenai variable penelitian yang sudah ditentukan. Populasi adalah keseluruhan unit analisis yang merupakan sasaran penelitian.

Gulo W (2007) sedangkan sampel adalah bagian dari populasi, sampel memberikan gambaran yang benar tentang populasi. Dalam penelitian ini populasinya merupakan para penggemar K-Pop yang berperan aktif dan sangat mengerti mengenai K-Pop, sehingga peneliti bisa memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dari subyek penelitian. Hal ini juga merupakan karakteristik subyek penelitian yang penting karena peneliti membutuhkan penggalian data mengenai informasi dengan sangat luas demi memperoleh hasil penelitian yang maksimal.

Untuk populasi in-group yaitu penggemar K-Pop yang tergabung dalam KFM (Komunitas Fandom Malang) berjumlah 1500 orang. Sedangkan untuk populasi outgroup merupakan semua penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam KFM (Komunitas Fandom Malang).

Teknik pengambilan sampel untuk subyek penelitian ini menggunakan teknik nonprobability sampling yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah tehnik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Menurut Sugiyono (2010) pertimbangan tertentu ini, misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti. Sampel yang akan diambil dipilih sesuai dengan kriteria atau dengan pertimbangan tertentu. Untuk itu, kriteria yang dijadikan pertimbangan pada populasi penggemar K-Pop tersebut adalah sebagai berikut:

1. Berada pada rentang usia remaja – Dewasa, yaitu kisaran umur 17-25 tahun (dalam J. W. Santrock Live Span Development jilid II) Beberapa peneliti yakin perubahan-perubahan identitas yang paling penting terjadi di masa muda dari pada masa remaja awal.
2. Berada pada rentang pendidikan antara Sekolah Menengah Atas sampai tingkat perkuliahan. Alan Waterman (1985, 1989, 1992 dalam J. W. Santrock Live Span Development jilid II) menemukan bahwa pada tahun-tahun awal sekolah menengah atas hingga tahun-tahun terakhir kuliah, terjadi peningkatan jumlah individu yang mencapai identitasnya.
3. Mengenal dan menjadi penggemar K-Pop minimal 6 bulan sebelum penelitian ini dilakukan. Hal ini berkaitan dengan pemahaman subjek penelitian terhadap objek yang dijadikan idola, dan seberapa jauh penggemar K-Pop tersebut mengetahui tentang idola.

4. Bergabung dan berperan aktif serta sering mengikuti kegiatan (untuk penggemar yang bergabung dalam komunitas KFM). Dengan menyadari pentingnya diri dan hubungannya dengan identitas kelompok, Henry Tajfel dan Turner (dalam Lynn Turner dan Richard West) mengemukakan identitas sosial seseorang ditentukan oleh kelompok dimana ia bergabung.

Pengambilan jumlah sampel adalah 10 % dari jumlah populasi. Populasi yang terdapat pada Ingroup adalah 1500 subjek, dan jumlah outgroup disamakan, sehingga total populasi 3000 subjek. Jadi jumlah sampel yang diambil untuk digunakan adalah 300 subjek. Terdiri dari 150 subjek dari penggemar K-Pop yang bergabung dalam komunitas KFM (Ingroup) dan 150 subjek dari penggemar K-Pop yang tidak bergabung dalam komunitas KFM (Outgroup).

D. Metode Pengumpulan Data

Agar memperoleh hasil maksimal peneliti harus menggali data secara tepat, akurat, dan dapat dipertanggung jawabkan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala psikologis.

Bentuk skala yang digunakan adalah skala pengukuran Likert dengan kategori penilaian pendukung (favorabel), yaitu sangat sesuai (SS) = 7, sesuai (S) = 6, agak sesuai (AS) = 5, netral (N) = 4, kurang sesuai (KS) = 3, tidak sesuai (TS) = 2, dan sangat tidak sesuai (STS) = 1, dan kategori penilaian yang tidak mendukung (unfavorabel), yaitu sangat sesuai (SS) = 1, sesuai (S) = 2, agak sesuai

(AS) = 3, netral (N) = 4, kurang sesuai (KS) = 5, tidak sesuai (TS) = 6, dan sangat tidak sesuai (STS) = 7.

Indikator skala identitas sosial berdasarkan pendapat Jackson dan Smith (1999) mengenai dimensi identitas sosial.

Tabel 3.1
Blueprint dan sebaran aitem skala Identitas sosial

Variabel	Dimensi	Indikator	Nomor Aitem		
			F	U	T
Identitas Sosial	Persepsi dalam konteks antar kelompok	a. Hubungan in group seseorang dengan outgroup atau group perbandingan lain	3, 10, 22, 28	7, 20	6
	Daya tarik in group	a. Afek yang ditimbulkan oleh ingroup seseorang	1, 15, 11, 14, 26, 30	18, 23	8
	Keyakinan yang saling terkait	a. Norma dan nilai yang menghasilkan tingkah laku anggota kelompok b. Berusaha mencapai tujuan c. Berbagi keyakinan yang sama	6, 9, 13, 19, 24	4, 16	7
	Dipersonalisasi	a. Memandang dirinya sebagai contoh dari kategori sosial b. Menginternalisasikan bahwa orang lain adalah bagian dari dirinya	2, 8, 12, 15, 17, 21, 25	27, 29	9
Jumlah Aitem					30

a. Validitas

Validitas merupakan suatu ketepatan alat ukur yang akan digunakan sebagai acuan untuk mengukur suatu variabel penelitian. Menurut Sugiyono (2010), validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

Uji validitas tes dalam penelitian ini dilakukan melalui scale reliability dan perlakuan terhadap butir gugur menggunakan SPSS for Windows versi 16.

b. Reliabilitas

Reliabilitas dalam penelitian ini merupakan pengukuran suatu konsistensi skor tes, dengan melihat sejauh mana suatu tes memperoleh stabilitas simpangan skor tes pada situasi tes dan oleh subjek penelitian yang sama. Dalam hal reliabilitas, Susan Stainback (1988) menyatakan bahwa, reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Menurut Sugiyono (2010) Dalam pandangan positivistic (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliable apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Pengujian reliabilitas instrumen menggunakan teknik alpha Cronbach melalui

scale reliability dan perlakuan terhadap butir gugur menggunakan SPSS for Windows versi 16.

Sebelum angket diberikan kepada subjek penelitian yaitu para penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas dan penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam komunitas, terlebih dahulu angket di uji coba kepada subjek yang memiliki criteria sama dengan subjek penelitian yang sebenarnya. Uji coba juga dilakukan terhadap penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas dan yang tidak tergabung dalam Komunitas. Uji coba ini bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas aitem-aitem pada angket yang telah disusun untuk mengukur variabel penelitian.

Dari hasil uji coba yang telah dilakukan sebelum penelitian, maka dapat diperoleh hasil mengenai validitas dan reliabilitas aitem-aitem dari angket untuk mengukur identitas sosial pada penggemar K-Pop, baik yang tergabung dalam komunitas maupun yang tidak tergabung dalam komunitas.

Tabel 3.2

Hasil Uji coba angket identitas sosial Penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas KFM (ingroup)

Variabel	Dimensi	Nomor Indikator	Jumlah aitem		Aitem gugur
			Valid	Gugur	
Identitas Sosial	Persepsi antar kelompok	1	4	2	3, 20
	Daya tarik ingroup	2	7	1	23
	Keyakinan yang terkait	3	7	-	-
	Dipersonalisasi	4	8	1	29
Jumlah			26	4	Alpha = ,945

Tabel 3.3

Hasil Uji coba angket identitas sosial Penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam komunitas KFM (outgroup)

Variabel	Dimensi	Nomor Indikator	Jumlah aitem		Aitem gugur
			Valid	Gugur	
Identitas Sosial	Persepsi antar kelompok	1	4	2	7, 20
	Daya tarik ingroup	2	7	1	23
	Keyakinan yang terkait	3	7	-	-
	Dipersonalisasi	4	8	1	29
Jumlah			26	4	Alpha = ,957

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dan daya beda menggunakan metode konsistensi internal alpha Cronbach diketahui bahwa skala pengukuran memiliki validitas dan reliabilitas sebesar ,945 untuk angket identitas sosial penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas dan ,957 untuk identitas sosial penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam komunitas dari 30 aitem.

Ada beberapa aitem yang gugur setelah uji reliabilitas dan daya beda, beberapa aitem yang gugur tersebut di antaranya adalah 3, 20, 23, 29 untuk ingroup dan 7, 20, 23, 29 untuk outgroup.

E. Teknik Analisa Data

Dalam menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan metode komparatif dua sampel berpasangan, dan analisa yang digunakan adalah t-test dua sampel karena untuk mengetahui perbandingan identitas sosial antara dua

kelompok yaitu kelompok penggemar K-Pop yang tergabung dalam komunitas dan kelompok penggemar K-Pop yang tidak tergabung dalam komunitas. Analisis data dilakukan menggunakan computer programe SPSS 16 for Windows.

Pada analisis statistik, teknik yang dilakukan adalah dengan membuat klasifikasi menjadi tiga kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Tabel 3.4
Standart pembagian klasifikasi

Kategori	Kriteria
Tinggi	$X \geq (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$
Sedang	$(\text{Mean} - 1 \text{ SD}) \geq X (\text{Mean} + 1 \text{ SD})$
Rendah	$X \leq (\text{Mean} - 1 \text{ SD})$