

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal atau angka yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2004).

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif, yaitu untuk menggambarkan sejauh mana faktor-faktor koneksi sosial, berbagi identitas, fotografi, konten Facebook, investigasi sosial, berselancar (*surfing*) di jejaring sosial, memperbaharui (*update*) status dapat memberikan kontribusi untuk mendorong seseorang dalam menggunakan Facebook.

Dalam penelitian ini terdapat variabel tunggal yaitu faktor pendorong dalam menggunakan Facebook (variabel Y) yang didalamnya terdiri atas faktor (variabel X) koneksi sosial, berbagi identitas, fotografi, konten Facebook, investigasi sosial, berselancar (*surfing*) di jejaring sosial, dan memperbaharui (*update*) status.

B. Subjek penelitian

1. Populasi

Populasi merupakan seluruh subjek penelitian (Iskandar, 2008: 69).

Menurut Sugiyono (dalam Purwanto, 2007: 219) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai

kuantitas atau karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya semester 2-8 tahun ajaran 2011-2012. Data mengenai jumlah mahasiswa Fakultas Dakwah semester 2-8 tahun ajaran 2011-2012 dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.1
Jumlah Mahasiswa Fakultas Dakwah Semester 2-8 Tahun Ajaran 2011-2012

No	Prodi/Jurusan	Semester 2		Semester 4		Semester 6		Semester 8	
		L	P	L	P	L	P	L	P
1.	Komunikasi dan Penyiaran Islam	31	37	26	28	22	27	18	30
2.	Pengembangan Masyarakat Islam	19	15	15	17	23	25	16	10
3.	Bimbingan dan Konseling Islam	25	52	15	42	12	34	13	25
4.	Manajemen Dakwah	27	46	36	39	16	22	20	25
5.	Sosiologi	41	52	43	32	23	33	24	20
6.	Ilmu Komunikasi	48	68	46	67	74	60	61	85
7.	Psikologi	24	89	42	69	45	88	42	116

Keterangan: L = Laki-Laki

P = Perempuan

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2008: 81). Menurut Soenarto (dalam Purwanto, 2007:220) sampel adalah suatu bagian yang dipilih dengan cara tertentu untuk mewakili keseluruhan kelompok populasi.

Dalam pengambilan sampel, peneliti berpedoman pada pendapat dari Arikunto (1998: 120) yaitu apabila subjek penelitian kurang dari 100 orang, lebih baik ambil semuanya, sehingga penelitiannya adalah populasi. Akan tetapi apabila subjeknya lebih dari 100 orang, maka diperbolehkan mengambil sampel 10%-15%.

Teknik sampling merupakan penelitian yang tidak meneliti seluruh subjek yang ada dalam populasi, melainkan hanya sebagian saja yang diperlukan oleh peneliti dalam penelitian yang disebut sampel. Adapun teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *proporsional sampling*. *Proporsional sampling* adalah pengambilan sampel yang dilakukan dari tiap-tiap sub populasi dengan memperhitungkan besar kecilnya sub-sub populasi (Narbuko dan Ahmadi, 2009: 115). Sub-sub populasi yang dimaksud disini adalah populasi dalam tiap jurusan atau program studi. Kemudian dengan teknik *stratifikasi sampling* (sampling strata) peneliti mengambil sampel berdasar semester pada masing-masing jurusan dan program studi digabungkan dengan teknik *cluster sampling* (sampling kelompok) peneliti mengambil jumlah sampel berdasar karakteristik jenis kelamin.

Berdasarkan data populasi mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya semester 2-8 tahun ajaran 2011-2012, dan berpedoman pada pendapat dari Arikunto bahwa untuk mengambil sampel diperbolehkan dengan batasan 10%-15% dari jumlah populasi, maka peneliti mengambil sampel dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.2
Jumlah Sampel Penelitian

No	Prodi/Jurusan	Sampel 10-15% Dari Populasi								Jumlah
		Semester 2		Semester 4		Semester 6		Semester 8		
		L	P	L	P	L	P	L	P	
1.	Komunikasi dan Penyiaran Islam	3	3	3	3	2	3	2	3	22
2.	Pengembangan Masyarakat Islam	2	1	1	2	2	2	1	1	12
3.	Bimbingan dan Konseling Islam	2	5	1	4	1	3	1	2	19
4.	Manajemen Dakwah	3	4	4	4	1	2	2	2	22
5.	Sosiologi	4	5	4	3	2	3	2	2	25
6.	Ilmu Komunikasi	5	7	4	7	7	6	6	8	50
7.	Psikologi	2	9	4	7	4	9	4	11	50
Jumlah		21	34	21	30	19	28	18	29	200

Keterangan: L = Laki-Laki

P = Perempuan

C. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengadaan data primer untuk keperluan penelitian. Pengumpulan data adalah langkah yang amat penting dalam metode ilmiah, karena pada umumnya data yang dikumpulkan digunakan untuk menguji hipotesa yang sudah dirumuskan (Nazir, 1999: 211).

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan angket tertutup (*Close Ended Questionare*). Angket tertutup merupakan angket yang pertanyaan/ pernyataannya memberikan kebebasan kepada responden untuk memberikan jawaban dan pendapat menurut pilihan-pilihan jawaban yang telah disediakan.

Penelitian ini menggunakan model skala *likert* untuk mengetahui faktor apa yang mendorong seseorang dalam menggunakan Facebook. Dalam alat ukur *likert* menggunakan pernyataan yang terdiri atas 4 kategori, sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS).

Tabel 3.3
Skor Skala Likert

Jawaban	Skor	Skor
	Favourable (F)	Unfavourable (UF)
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Pernyataan favourable merupakan pernyataan yang berisi hal-hal yang positif atau mendukung terhadap objek sikap. Pernyataan unfavourable merupakan pernyataan yang berisi hal-hal yang negatif yakni yang tidak mendukung atau kontra terhadap objek sikap yang hendak diungkap.

1. Definisi operasional

Definisi operasional merupakan definisi yang didasarkan atas sifat-sifat hal yang didefinisikan yang dapat diamati atau diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang diamati dan dapat diuji serta ditentukan kebenarannya oleh orang lain (Sarwono, 2006: 67).

Dalam penelitian ini, definisi operasional dari faktor pendorong dalam menggunakan Facebook sebagai media sosial adalah tingkat dorongan yang dapat diukur melalui skala yang diindikasikan melalui (1)

Koneksi sosial, yang meliputi: mencari tahu apa yang sekarang ini dilakukan oleh teman lama, berhubungan kembali dengan orang-orang yang sudah lama kehilangan kontak, menjaga hubungan dengan orang lain agar tidak kehilangan kontak dengan mereka, mendapat teman baru, menemukan orang-orang yang baru sebentar saja tidak terlihat, menjaga hubungan dengan orang-orang yang jarang bertemu, berhubungan dengan teman-teman yang jarang ada di rumah. (2) Berbagi identitas, yang meliputi: membuat atau bergabung dengan even, bergabung dengan kelompok atau grup, berkomunikasi dengan orang-orang yang sepemikiran. (3) Fotografi, yang meliputi: melihat-lihat foto, ditandai (*di-tag*) dalam foto, menandai (*men-tag*) foto, berbagi foto. (4) Konten, yang meliputi: aplikasi-aplikasi dalam Facebook, memainkan *game* (permainan), menambahkan aplikasi baru yang serupa dengan teman-teman karena mereka sudah memiliki aplikasi baru, bermain kuis. (5) Investigasi sosial, yang meliputi: merasa seperti bertemu dengan orang banyak, menggunakan layanan '*search*' untuk mencari orang-orang yang diinginkan, bertemu dengan orang-orang baru, berburu orang baru. (6) Berselancar di dunia situs jejaring sosial, yang meliputi: melihat-lihat profil orang-orang yang tidak dikenal, melihat-lihat daftar pertemanan milik orang lain, mencari temannya dari teman pribadi. (7) Memperbaharui status, yang meliputi: memperbaharui status pribadi, melihat-lihat kolom berita (beranda), melihat-lihat status orang lain.

2. Blue Print

Tabel 3.4
Blue Print Faktor Pendorong dalam Menggunakan Facebook

No	Faktor	Indikator	No. Soal		Jumlah
			F	UF	
1.	Koneksi Sosial	1. Mencari tahu apa yang sekarang ini dilakukan oleh teman lama	1	-	8
		2. Berhubungan kembali dengan orang-orang yang sudah lama kehilangan kontak	15	-	
		3. Menjaga hubungan dengan orang lain agar tidak kehilangan kontak dengan mereka	29	-	
		4. Mendapat teman baru	-	50	
		5. Menemukan orang-orang yang baru sebentar saja tidak terlihat	51	-	
		6. Menjaga hubungan dengan orang-orang yang jarang bertemu	45	52	
		7. Berhubungan dengan teman-teman yang jarang ada di rumah	-	46	
2.	Berbagi identitas	1. Membuat atau bergabung dengan even	9, 22	2	8
		2. Bergabung dengan kelompok atau grup	23	16	
		3. Berkomunikasi dengan orang-orang yang sepemikiran	37, 8	30	
3.	Fotografi	1. Melihat-lihat foto	3	10	8
		2. Ditandai (di-tag) dalam foto	17	24	
		3. Menandai (men-tag) foto	31	38	
		4. Berbagi foto	47	54	
4.	Konten Facebook	1. Aplikasi-aplikasi dalam Facebook	11	4	8
		2. Memainkan game (permainan)	25	18	
		3. Menambahkan aplikasi baru yang serupa dengan	39	32	

		teman-teman karena mereka sudah memiliki aplikasi baru			
		4. Bermain kuis	55	48	
5.	Investigasi sosial	1. Merasa seperti bertemu dengan orang banyak	5	12	8
		2. Menggunakan layanan 'search' untuk mencari orang-orang yang diinginkan	19	26	
		3. Bertemu dengan orang-orang baru	33	40	
		4. Berburu berita orang lain	49	56	
6.	Berselancar di dunia situs jejaring sosial	1. Melihat-lihat profil orang-orang yang tidak dikenal	13, 36	6	8
		2. Melihat-lihat daftar pertemanan milik orang lain	27, 43	20	
		3. Mencari temannya dari teman pribadi	41	34	
7.	Memperbaharui status	1. Memperbaharui status pribadi	7, 44	14	8
		2. Melihat-lihat kolom berita (beranda)	21	28	
		3. Melihat-lihat status orang lain	35, 53	42	

3. Validitas dan Realibilitas

3.1 Uji Validitas

Uji validitas dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat (Azwar, 2004). Syarat bahwa aitem-aitem tersebut valid adalah nilai korelasi (r hitung harus positif dan lebih besar atau sama dengan r tabel dimana untuk subjek ketentuan $df=N-2$ pada penelitian ini karena $N=200$, berarti $200-2=198$ dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05% maka diperoleh r tabel = 0,138.

Uji validitas dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS 15.0. Sehingga nantinya hasil output untuk nilai validitas tiap aitem dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Nilai pada kolom *Corrected Item-Total Correlation* kemudian diperbandingkan dengan nilai r table (Anwar, 2009: 20).

3.2 Uji Reliabilitas

Menurut Azwar (2010: 83) reliabilitas sebenarnya mengacu pada konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur, yang mengandung makna kecermatan pengukuran. Dalam aplikasinya, reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas ($r_{xx'}$) yang angkanya berada dalam rentang dari 0 sampai dengan 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitas aitem tersebut. Namun sebaliknya jika nilai koefisien semakin rendah mendekati angka 0 berarti semakin rendah reliabilitasnya.

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus alpha, karena dalam penelitian ini menggunakan instrument penelitian berupa angket (Arikunto, 1998). Rumus alpha tersebut ialah:

$$r_{11} = \frac{K}{(K - 1)} \frac{1 - \sum \sigma_b^2}{\sigma_y^2}$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

σ_b^2 = Jumlah varians butir pertanyaan

σ_y^2 = Varians total

Uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS 15.0. Sehingga nantinya hasil output untuk nilai reliabilitas skala yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel Alpha Cronbach's. Nilai pada tabel Alpha Cronbach's kemudian diperbandingkan dengan nilai r tabel (Anwar, 2009: 20).

D. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan statistik multivariat dengan teknik analisis faktor (*factor analysis*). Proses analisis faktor mencoba menemukan hubungan (*interrelationship*) antar sejumlah variabel-variabel yang saling independen satu dengan yang lain sehingga bisa dibuat satu atau beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal (Santoso, 2002: 93).

Pada penelitian ini, berdasarkan langkah-langkah yang dituliskan oleh Santoso (2002: 95), peneliti memproses analisis faktor hanya sampai pada pengujian kelayakan variabel yang dilakukan dengan metode Bartlett test of sphericity serta pengukuran MSA (*Measure of Sampling Adequacy*) yang memiliki tujuan untuk mengetahui faktor mana yang paling berpengaruh dalam mendorong seseorang dalam menggunakan Facebook. Analisis dilakukan dengan bantuan program komputer *Statistical Package for Social Science (SPSS) 15.0 for windows*.