

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Berdasarkan judul yang diambil, pada penelitian ini variabel yang digunakan dalam menguji hipotesis antara lain:

1. Variabel *Dependent*

Variabel *dependent* yang diteliti adalah *social loafing*, sebagai variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independent*, *self-esteem*.

2. Variabel *Independent*

Variabel *independent* yang diteliti adalah *self-esteem*, sebagai salah satu faktor yang mempengaruhi variabel *dependent*, *social loafing*.

B. Definisi Operasional

1. *Social Loafing*

Penelitian ini menggunakan variabel tergantung berupa *social loafing* yang merujuk pada perilaku mahasiswa yang memberikan kontribusi dan usaha yang sedikit dalam suatu organisasi. Serta ditandai dengan rendahnya motivasi dan produktivitas mahasiswa dalam mengerjakan tugas bersama kelompok dibandingkan ketika mengerjakannya seorang diri. Karena mahasiswa merasa bahwa kontribusi mereka tidak terlalu diperhatikan, tidak penting, serta merasa bahwa tugas tersebut bukan hanya tanggung jawabnya saja sehingga berpikir anggota lain juga akan mengerjakannya dan kontribusi mereka akan tertutupi oleh

anggota yang lain.

Terdapat faktor eksternal dan internal yang berperan dalam memunculkan *social loafing* di antaranya, visibilitas tugas, kohesivitas kelompok, situasional, *self-efficacy*, *self-esteem*, dan kepribadian *extraversion & neuroticism*. Perilaku *social loafing* dapat diukur dari beberapa aspek yaitu, pengurangan usaha ketika bekerja dalam kelompok, kurang bertanggung jawab dan mengandalkan anggota lain dalam menyelesaikan tugas. Peneliti melakukan modifikasi skala *social loafing* Agung, Susanti dan Yunis (2019), dimana Agung, Susanti dan Yunis (2019) mengadaptasi skala *social loafing* milik George (1992).

2. *Self-Esteem*

Variabel bebas pada penelitian ini berupa *self-esteem* yang merujuk mengenai persepsi mahasiswa dalam menilai diri mereka baik positif atau negatif, berdasarkan pada penilaian diri sendiri maupun penilaian anggota lain mengenai mereka. Serta, berhubungan dengan keyakinan untuk percaya bahwa dirinya penting, dapat bahagia, berharga dan sukses. Hal tersebut, akan menentukan mahasiswa dalam bertindak dan menentukan arah kedepannya.

Terdapat beberapa faktor internal yang berperan dalam meningkatkan *self-esteem*, yaitu faktor inteligensi, lingkungan sosial, lingkungan keluarga, jenis kelamin dan kondisi fisik. *Self-esteem* tersebut didasarkan pada beberapa aspek yaitu; *significance* (keberartian), *power* (kekuatan), *virtue* (kebijakan), dan *competence* (kemampuan). Peneliti

dalam mengukur *self-esteem* melakukan modifikasi pada skala *self-esteem* yang telah disusun oleh Rokhmatika dan Muslikah (2024) berdasarkan teori dari Coopersmith (1967) untuk menyesuaikan konteks serta karakteristik subjek penelitian.

C. Subjek Penelitian

Penelitian ini melibatkan mahasiswa yang aktif berorganisasi di wilayah Yogyakarta sebagai subjek. Pemilihan subjek pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yakni metode pengambilan sampel yang mengacu pada kriteria-kriteria spesifik yang telah ditetapkan agar relevan dengan fokus penelitian (Sugiyono, 2014). Adapun kriteria dalam penelitian ini adalah:

1. Laki-laki dan perempuan.
2. Mahasiswa yang masih aktif mengikuti organisasi di Yogyakarta.
3. Minimal telah mengikuti organisasi selama 1 semester.

D. Metode Pengumpulan Data

Peneliti menerapkan pendekatan kuantitatif korelasional dalam studi ini, dengan menggunakan instrumen berupa skala *self-esteem* sebagai media pengumpulan data. Skala tersebut dimodifikasi dari skala yang sebelumnya dikembangkan oleh Rokhmatika dan Muslikah (2024), dengan dasar dari aspek teori *self-esteem* dari Coopersmith. Sedangkan pada instrumen skala *social loafing* peneliti memodifikasi dari skala *social loafing* Agung, Susanti dan Yunis (2019), dimana peneliti sebelumnya mengadaptasi skala *social loafing*

George (1992) dari sisi konteks dunia kerja ke konteks akademik.

Azwar (2021) menjelaskan skala psikologi merupakan sekumpulan stimulus berupa item yang hanya memiliki nilai manfaat apabila subjek memberikan respon yang benar-benar mencerminkan kondisi dirinya yang sebenarnya. Sehingga, efektivitas stimulus tersebut bergantung pada kejujuran dan keakuratan respons subjek dalam menggambarkan keadaan dirinya. Dengan demikian, stimulus tersebut dapat memberikan gambaran yang valid dan relevan terhadap karakteristik atau keadaan subjek, yang kemudian menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut.

Penelitian ini menerapkan model skala likert yang digunakan untuk menilai pandangan, sikap, serta persepsi individu maupun kelompok terhadap fenomena sosial tertentu yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti dan didefinisikan sebagai variabel dalam penelitian ini (Azwar, 2021). Stimulus yang digunakan dalam skala Likert terdiri dari pernyataan yang mencerminkan indikator perilaku (*favorabel*) dan pernyataan yang bertentangan dengan indikator perilaku (*unfavorabel*). Skala likert disusun dengan lima pilihan respons, yaitu: Sangat Tidak Sesuai (STS), Tidak Sesuai (TS), Netral (N), Sangat Sesuai (SS), dan Sesuai (S). Untuk pernyataan *favorabel*, penilaian diberikan dengan skor lima untuk jawaban "Sangat Sesuai (SS)," empat untuk "Sesuai (S)," tiga untuk "Netral (N)," dua untuk "Tidak Sesuai (TS)," dan satu untuk "Sangat Tidak Sesuai (STS)". Kemudian, untuk butir yang bersifat *unfavourable*, skor dimulai dari satu poin untuk jawaban "SS," dua poin untuk jawaban "S," tiga poin untuk jawaban "N" empat poin untuk jawaban "TS,"

dan lima poin untuk jawaban "STS."

1. Skala Penelitian *Social Loafing*

Penelitian ini memodifikasi skala *social loafing* Agung, Susanti dan Yunis (2019). Dimana, Agung, Susanti dan Yunis (2019) mengadaptasi skala *social loafing* George (1992) yang kemudian dimodifikasi dari sisi jumlah aitem dan dari sisi konteks dunia kerja ke konteks akademik, dengan uji reliabilitas yang didapatkan sebesar 0.89. Aitem-aitem ini diturunkan dari aspek *social loafing* George (1992) yang meliputi persepsi atas usaha, mengurangi usaha, membiarkan orang lain melakukan lebih dan mengandalkan orang lain dengan total aitem pernyataan 21 butir.

Tabel 3.1 Blueprint Skala *Social Loafing* Pra Try Out

Indikator	Butir <i>Favorable</i> Nomor Aitem	Jumlah	Butir <i>Unfavorable</i> Nomor Aitem	Jumlah
1. Pengurangan Usaha Ketika Bekerja Dalam Kelompok	1, 2, 3, 4, 5	5	-	0
2. Mengurangi Usaha	6, 7, 8, 9, 10	5	-	0
3. Mengandalkan Orang Lain	11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21	11	-	0
		21		0

Tabel 3.2 Pemberian Skor Terhadap *Social Loafing*

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Skala Penelitian *Self-Esteem*

Instrumen *self-esteem* dalam penelitian ini merupakan hasil modifikasi dari skala yang telah dikembangkan oleh Rokhmatika dan Muslikah (2024), yang dimana hasil reliabilitas aitem berjumlah 0,867. Aitem-aitem ini diturunkan dari aspek *self-esteem* Coopersmith (1967) yang terdiri dari Keberartian (*Significance*), Kebajikan (*Virtue*), Kekuatan (*Power*) dan Kompetensi (*Competence*) dan diturunkan menjadi beberapa aitem pernyataan yang berjumlah 46 butir. Berdasarkan hasil uji validitas didapatkan dari 46 aitem terdapat 2 aitem yang tidak valid, sehingga aitem yang bertahan 44 aitem pernyataan.

Tabel 3.3 *Blueprint Skala Self-Esteem Pra Try Out*

Aspek	Butir <i>Favorable</i>	Jumlah	Butir <i>Unfavorable</i>	Jumlah
	Nomor Aitem		Nomor Aitem	
1. <i>Significance</i> (keberartian)	1,3,5, 7,9,11	6	2,4,6, 8,10,12	6
2. <i>Virtue</i> (kebajikan)	13,15,17,19,21	5	14,16,18,20,22	5
3. <i>Power</i> (Kekuatan)	23,25,27,29,31,33	7	24,26,28,30,32,34	7
4. <i>Competences</i> (Kompetensi)	35,37,39,41,43	5	36,38,40,42,44	5
		22		22

Tabel 3.4 Pemberian Skor Terhadap *Self-Esteem*

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

E. Metode Analisis Data

1. Uji Normalitas

Untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan terdistribusi secara normal, dilakukan uji normalitas. Penelitian ini menggunakan

metode uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan *software* SPSS 26.0 for *Windows* (Awalia & Sihombing, 2022). Berdasarkan pendapat Sugiyono (Rohmawati, 2021), data dianggap berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data dianggap tidak terdistribusi secara normal.

2. Uji Linearitas

Untuk memastikan bahwa hubungan antara dua variabel dapat digambarkan secara linier, dilakukan pengujian linearitas. Penelitian ini menggunakan metode tes linearitas dengan dukungan program SPSS 26.0 for *Windows*. Apabila hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan linear. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka hubungan antara variabel tersebut dianggap tidak linear (Rohmawati & Izzati, 2021).

3. Uji Hipotesis

Setelah memastikan bahwa data telah memenuhi asumsi normalitas dan linearitas, langkah berikutnya adalah melakukan uji hipotesis untuk menganalisis hubungan antara variabel *self-esteem* (X) dan variabel *social loafing* (Y). Apabila data terdistribusi normal, maka analisis dilakukan menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Namun, jika data tidak terdistribusi normal, maka digunakan uji korelasi *Spearman Rank*. Uji hipotesis ini bertujuan untuk menentukan apakah terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut.

F. Kredibilitas

1. Validitas

Supaya skala yang dibuat dapat memberikan hasil yang akurat dan sesuai dengan apa yang ingin diukur, maka perlu dilakukan pengujian validitas. Proses ini melibatkan penilaian ahli (*expert judgement*) untuk mengevaluasi validitas pengukuran dalam penelitian ini. Uji validitas pada skala psikologi bertujuan untuk memastikan bahwa seluruh aspek perilaku, indikator, dan aitem telah tersusun dengan baik sehingga mampu secara tepat mengukur atribut yang hendak diukur (Azwar, 2021). Penelitian ini menerapkan uji validitas isi dengan menggunakan teknik statistik Aiken's V. Nilai koefisien Aiken's V diperoleh dari penilaian para ahli terhadap setiap item, untuk menilai sejauh mana item tersebut secara tepat merepresentasikan konstruk yang diukur.

2. Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada sejauh mana hasil pengukuran menunjukkan konsistensi dan ketepatan. Selain itu, reliabilitas juga mencakup konsistensi, keandalan, dan stabilitas hasil pengukuran dari waktu ke waktu, tanpa adanya perubahan kecuali karena adanya perubahan pada atribut yang diukur (Azwar, 2021). Penelitian ini menguji reliabilitas dengan teknik *Alpha Cronbach's*. Sebuah instrumen dianggap reliabel jika skor reliabilitasnya ada pada rentang 0,00 hingga 1,00, dengan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi bergerak ke arah angka 1,00. Nilai reliabilitas dianggap memadai jika setidaknya berada pada kisaran 0,80

(Azwar, 2021).

G. Rancangan Penelitian

1. Desain Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan dengan metode yang bertujuan untuk melihat hubungan antar variabel (korelasional). Sugiyono (2014) menjelaskan metode pendekatan korelasional merupakan salah satu metode kuantitatif yang digunakan untuk menguji seberapa kuat hubungan antar dua variabel atau lebih. Tujuan penggunaan metode korelasional pada penelitian ini yaitu untuk mengetahui adakah hubungan antara *self-esteem* dengan *social loafing* pada mahasiswa yang aktif mengikuti organisasi di Yogyakarta.

2. Rancangan Penelitian

a) Tahap Persiapan

Peneliti pada tahap persiapan diawali dengan mengidentifikasi masalah dan variabel yang diambil untuk penelitian, yang mencakup fenomena, hubungan antar variabel, dan teori yang mendasari penelitian ini. Selanjutnya, peneliti menentukan subjek yang akan diambil, yang kemudian merumuskan tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini. Peneliti melakukan kajian literatur dengan mengumpulkan beberapa informasi mengenai topik yang diangkat. Peneliti juga melakukan wawancara yang sesuai dengan kriteria sebagai studi pendahuluan guna mendukung fenomena yang diangkat. Peneliti dalam mengambil data menggunakan skala *likert* yang

disusun dengan memodifikasi dari skala yang telah terstandar. Selain itu, tahap ini juga mencakup proses perizinan penelitian dan penyusunan *informed consent* untuk memastikan penelitian dilakukan sesuai dengan etika yang berlaku.

b) Tahap Pelaksanaan

Peneliti mengmupulkan data dengan menyebarkan skala kepada responden penelitian yaitu, mahasiswa yang aktif berorganisasi di Yogyakarta. Kuesioner disebarikan secara daring melalui *google form* yang telah dipersiapkan. Peneliti telah memastikan *google form* telah terisi dengan lengkap termasuk petunjuk pengisian skala agar terhindar dari bias. Responden dapat langsung mengikuti petunjuk yang ada, dengan mengisi identitas dan *inform consent* serta memberikan skor yang sesuai keadaan mereka yang sebenarnya pada setiap pernyataan yang ada di kuesioner.

c) Tahap Pengolahan Data

Proses pengolahan data dimulai dengan tahap penyaringan untuk memastikan validitas data serta menghapus data yang tidak konsisten atau tidak lengkap. Setelah itu, analisis data dilakukan menggunakan SPSS 26.0 *for Windows*. Hasil dari analisis data tersebut kemudian diinterpretasikan secara objektif. Interpretasi hasil selanjutnya disajikan dalam laporan hasil penelitian dan dihubungkan dengan teori serta permasalahan yang menjadi fokus penelitian ini.

d) Tahap Evaluasi

Tahap terakhir yaitu, mengevaluasi dan melakukan penyusunan laporan secara sistematis. Berdasarkan temuan yang diperoleh, peneliti menyusun kesimpulan serta memberikan saran bagi penelitian selanjutnya. Kemudian, laporan penelitian dirangkum untuk dipresentasikan atau dipublikasikan dalam jurnal ilmiah.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA