

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel

Variabel merupakan sifat atau ciri dari individu atau organisasi yang dapat diukur atau diobservasi dan dapat bervariasi antara orang dan organisasi yang diteliti (Sugiyono, 2019). Variabel dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel bebas: *self-control*
2. Variabel tergantung: *cyberbullying*

B. Definisi Operasional

1. *Self-Control*

Self-control adalah kemampuan individu untuk menghindari dorongan perilaku impulsif, mengatur perilaku dalam mengelola informasi, serta respons terhadap situasi yang dihadapi. Aspek *self-control* yang digunakan yaitu aspek menurut Averill (1973) yaitu *behavioral control*, *cognitive control*, dan *desicional control*. Nilai *self-control* dalam penelitian ini didapat dari jumlah skor yang diperoleh oleh subjek. Jadi semakin tinggi skor total subjek, maka semakin tinggi *self-control* yang dimiliki oleh subjek. Sebaliknya semakin rendah skor total subjek, maka semakin rendah *self-control* yang dimiliki oleh subjek.

2. *Cyberbullying*

Cyberbullying merupakan tindakan berbahaya atau perilaku agresif yang dilakukan secara sengaja dan berulang dengan menggunakan perangkat komunikasi seperti internet atau ponsel seluler melalui media sosial untuk mengintimidasi, melecehkan, atau mengancam individu maupun kelompok. Aspek *cyberbullying* yang digunakan yaitu aspek menurut Lee *et al.* (2015) berdasarkan teori Patchin dan Hinduja (2006) yaitu *verbal/written perpetration*, *visual/sexual perpetration*, dan *social exclusion perpetration*. Nilai *cyberbullying* dalam penelitian ini didapat dari jumlah skor yang diperoleh oleh subjek. Jadi semakin tinggi skor total subjek, maka semakin tinggi perilaku *cyberbullying* yang dilakukan oleh subjek.

Sebaliknya semakin rendah skor total subjek, maka semakin rendah perilaku *cyberbullying* yang dilakukan oleh subjek.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi merujuk pada area generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Karakteristik populasi dalam penelitian ini yaitu:

a. Penggemar K-Pop

Peneliti memilih subyek penelitian penggemar K-Pop dikarenakan pada tahun 2023 *cnnindonesia.com* memberikan informasi berdasarkan hasil konferensi pers *ChildFund* bahwa penggemar K-pop memiliki kecenderungan lebih tinggi melakukan perundungan *online* (55,3%) dibandingkan dengan fans non K-Pop. Hal tersebut menunjukkan bahwa penggemar K-Pop merupakan kelompok yang relevan untuk diteliti, khususnya dalam konteks perilaku *cyberbullying* di Indonesia. Selain itu hasil voting yang dilakukan oleh (Amry & Pratama, 2021) dengan responden penggemar K-Pop di twitter, sebanyak 606 voters 72% diantaranya pernah berkomentar tidak sopan dan kasar di sosial media. Hal tersebut didukung oleh penelitian (Lin *et al.*, 2023) menjelaskan bahwa tingginya nilai emosional dan rasa tanggung jawab terhadap idola dapat mendorong penggemar terlibat dalam *cyberbullying*. Perilaku agresif di media sosial tersebut tidak selalu dilandasi oleh niat jahat, melainkan sebagai bentuk perlindungan terhadap idola yang dianggap layak untuk dibela.

b. Usia 18-25 tahun

Pada usia 18-25 tahun disebut *emerging adulthood*. Pada usia *emerging adulthood* individu masih mengalami ketidakstabilan dalam mengeksplorasi dirinya serta

mengalami perubahan aspek kehidupan (Arnett dalam Gavriel-Fried *et al.*, 2024). Eksplorasi diri pada rentang usia *emerging adulthood* tidak jarang akan menimbulkan perilaku kurang adaptif seperti *cyberbullying*.

c. Aktif di media sosial

Pengguna aktif media sosial di Indonesia rata-rata sekitar 3-4 jam. Nguyen & Lin (2020) dalam penelitiannya menyarankan bahwa penggunaan sosial media tidak lebih dari 3 jam karena terdapat peluang untuk kecanduan. Selain itu, menurut Juditha (dalam Abidah & Aziz, 2020) bahwa penggunaan media sosial dapat dikatakan aktif apabila melebihi dari 3 jam dalam sehari. Penelitian dari Giordano *et al.* (2021) memperoleh hasil bahwa semakin tinggi kecanduan pada sosial media dan semakin aktif di sosial media mempengaruhi secara signifikan terhadap perilaku *cyberbullying*. Oleh karena itu, semakin lama seseorang aktif di media sosial semakin tinggi peluang terpapar efek negatif media sosial, salah satunya *cyberbullying*.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian (secara harfiah, sampel berarti contoh). Penetapan/pengambilan sampel harus memenuhi syarat tertentu yaitu mampu representatif (mewakili) keseluruhan populasi (Syahrums & Salim, 2014). Jumlah populasi dari penelitian ini tidak diketahui secara pasti, maka dari itu peneliti menggunakan rumus Hair *et al.* (dalam Indah, 2023) dengan jumlah sampel 5 atau 10 kali dari jumlah aitem. Pada penelitian ini, jumlah aitem skala *cyberbullying* yaitu 19 dan skala *self-control* yaitu 16 aitem. Maka sampel yang dibutuhkan yaitu $(19+16) \times 10 = 350$ sampel.

Untuk memastikan bahwa responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan, peneliti menerapkan seleksi awal melalui pertanyaan (*screening*) yang disisipkan di awal kuesioner. Kemudian, responden hanya diperbolehkan satu kali mengisi kuesioner guna menghindari pengisian ganda yang dapat memengaruhi validitas data. Untuk

memastikannya, *google form* akan diatur bahwa pemilik akun hanya boleh mengisi satu kali.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *non-probability* dengan menggunakan *quota sampling*. *Quota sampling* yaitu teknik sampling yang menentukan jumlah sampel dari populasi yang memiliki karakteristik tertentu sampai jumlah kuota yang ditetapkan terpenuhi (Latipah, 2014). Dari total 350 sampel, ditetapkan kuota penyebaran berdasarkan *platform* media sosial untuk memastikan distribusi responden merata. Pada saat pengisian kuesioner, akan diberikan *screening* berdasarkan media sosial dimana responden menerima informasi penelitian. Kuota ditetapkan berdasarkan proporsi penyebaran kuesioner melalui sosial media *WhatsApp*, *Instagram*, *Twitter (X)*, dan *Facebook* dengan masing-masing proporsi dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 1. Proporsi Penyebaran Kuesioner

Platform	Presentase	Jumlah
<i>WhatsApp</i>	24,86%	87
<i>Instagram</i>	25,14%	88
<i>Twitter (X)</i>	25,14%	88
<i>Facebook</i>	24,86%	87
Total	100%	350

Pembagian kuota antar *platform* ditetapkan berdasarkan proporsi pengguna pada tiap *platform* dan disesuaikan dengan prinsip *quota sampling*, di mana peneliti menentukan jumlah pada setiap kategori sesuai karakteristik populasi yang ingin diwakili (Neuman, 2014). Penyesuaian jumlah pada masing-masing *platform* dilakukan agar distribusinya tetap seimbang, mengingat total sampel (350 responden) tidak dapat dibagi secara merata ke dalam empat kategori sehingga dua *platform* memperoleh jumlah responden sedikit lebih tinggi karena intensitas penggunaan media sosial pada *platform* tersebut lebih besar pada kelompok sasaran, sehingga peluang masuknya respon juga lebih tinggi. Peneliti tidak menempatkan seluruh kelebihan kuota pada satu *platform* saja untuk menghindari

distribusi yang terlalu timpang dan menjaga pemerataan representasi antar *platform*. Dengan demikian, perbedaan kecil ini merupakan kombinasi dari penyesuaian bilangan bulat, intensitas penggunaan platform, dan upaya menjaga keseimbangan proporsi.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan kuesioner. Kuesioner adalah serangkaian instrumen pertanyaan yang disusun berdasarkan alat ukur variabel penelitian, penggunaan kuesioner dalam pengumpulan data dinilai efisien karena responden hanya memilih jawaban yang telah disediakan oleh peneliti (Sahir, 2021). Kuesioner dalam penelitian ini nantinya akan disebarluaskan secara daring (*online*) menggunakan *google form* dan dibagikan melalui berbagai media sosial, yaitu sebagai berikut:

1. *WhatsApp*

WhatsApp memfasilitasi penyebaran kuesioner melalui fitur *broadcast* atau grup, yang efektif untuk menjangkau komunitas K-pop. Berdasarkan laporan dari databoks.katadata.co.id tahun 2022, media sosial paling banyak digunakan oleh fandom K-Pop salah satunya yaitu *WhatsApp* yang berada di urutan ketiga setelah *Instagram* dan *Twitter (X)*. Penyebaran melalui *WhatsApp* dilakukan dengan membagikan *link* kuesioner ke dalam grup diskusi fandom, grup teman sebaya, dan juga melalui pesan pribadi (*personal chat*).

2. *Instagram*

Instagram merupakan *platform* yang sangat populer di kalangan penggemar K-pop karena sering digunakan untuk mengikuti idol, *fanbase*, dan tren fandom. Berdasarkan laporan dari databoks.katadata.co.id tahun 2022, media sosial paling banyak digunakan oleh fandom K-Pop yaitu *Instagram*. Peneliti mengirimkan kuesioner melalui *Direct Message (DM)* ke akun-akun penggemar K-pop atau komunitas yang relevan serta membagikan kuesioner melalui fitur *Story Instagram*.

3. *Twitter (X)*

Twitter (X) merupakan *platform* paling aktif untuk diskusi *real-time* dan *trending topic* K-pop. Pada penelitian Hudayu dan

Asmara (2025) menyebutkan bahwa Twiter (X) menjadi *platform* utama bagi fandom (penggemar K-Pop) untuk mendukung idola mereka melalui berbagai aktivitas terorganisir. *Link* kuesioner dibagikan melalui *tweet* menggunakan tagar populer fandom serta *mention* ke akun-akun *fanbase* K-pop.

4. *Facebook*

Facebook masih digunakan secara luas oleh komunitas K-pop, terutama untuk grup *fanbase* atau komunitas yang sering berbagi informasi *event*, *link*, dan diskusi fandom. Menurut laporan *Capstone-IntelCorporation* (2025), sepanjang tahun 2024 terjadi 34.195 postingan K-pop. Tingginya tingkat interaksi di *Facebook* membuat *platform* ini ideal untuk distribusi kuesioner dan menjaring responden secara luas. Peneliti menyebarkan kuesioner ke dalam grup penggemar K-pop yang masih aktif.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019). Terdapat dua skala yang digunakan dalam penelitian, yaitu:

1. *Self-control*

Skala *self-control* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala dari Dewi (2024) yang disusun berdasarkan teori Averill (1973) yaitu *behavioral control*, *cognitive control*, dan *desicional control* dengan nilai *cronbach alpha* .806. Skala kemudian akan dimodifikasi oleh peneliti. Pengukuran menggunakan model skala likert dengan lima rentang penilaian (1 = sangat tidak setuju, 2 = tidak setuju, 3 = agak setuju, 4 = setuju, dan 5 = sangat setuju). Alat ukur ini memiliki 18 aitem dengan 11 aitem *unfavorable* dan 7 aitem *favorable*.

Tabel 2. *Blueprint* Skala *Self-Control*

Aspek	Aitem		Jumlah
	F	UF	
<i>Behavioral Control</i>	1,2,3	8,9,10,11	7
<i>Cognitive Control</i>	4,5	12,13,14,15	6

<i>Decisional Control</i>	6,7	16,17,18	5
Jumlah			18

Tabel 3. Penilaian Skala *Self-Control*

<i>Favorable</i>	Skor	<i>Unfavorable</i>
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Setuju (SS)
Tidak Setuju (TS)	2	Setuju (S)
Agak Setuju (AS)	3	Agak Setuju (AS)
Setuju (S)	4	Tidak Setuju (TS)
Sangat Setuju (SS)	5	Sangat Tidak Setuju (STS)

2. Cyberbullying

Skala *cyberbullying* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala dari Lee *et al.* (2015) berdasarkan teori Patchin dan Hinduja (2006) yang telah diadaptasi oleh Putri (2023) yang akan dimodifikasi oleh peneliti dengan aspek *verbal/written perpetration*, *visual/sexual perpetration*, dan *social exclusion perpetration*. Pengukuran menggunakan model skala likert dengan lima rentang penilaian (1 = tidak pernah, 2 = jarang, 3 = kadang-kadang, 4 = sering, dan 5 = sangat sering). Nilai *cronbach alpha* dari skala *cyberbullying perpetration* secara keseluruhan yakni .907. Alat ukur ini memiliki 20 aitem dengan 17 aitem *favorable* dan 3 aitem *unfavorable*.

Tabel 4. *Blueprint* Skala *Cyberbullying*

Aspek	Aitem		Jumlah
	F	UF	
<i>Verbal/written perpetration</i>	1,2,3,4,5,6,7,8	18	9
<i>Visual/sexual perpetration</i>	9,10,11,12	19	5
<i>Social exclusion perpetration</i>	13,14,15,16,17	20	6
Jumlah			20

Tabel 5. Penilaian Skala *Cyberbullying*

<i>Favorable</i>	Skor	<i>Unfavorable</i>
Tidak Pernah (TP)	1	Sangat Sering (SS)
Jarang (J)	2	Sering (S)
Kadang-Kadang (KK)	3	Kadang-Kadang (KK)
Sering (S)	4	Jarang (J)
Sangat Sering (SS)	5	Tidak Pernah (TP)

E. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas suatu penelitian berkaitan dengan sejauh mana item-item dalam kuesioner telah mencerminkan seluruh aspek dari materi yang hendak diukur (Budiastuti & Bandur, 2018). Pada penelitian ini, dilakukan uji validitas guna mengukur kelayakan instrumen dengan minimal 30 sampel (Sugiyono dalam Subhaktiyasa, 2024). Penelitian ini menggunakan validitas konstruk yaitu uji validitas yang menilai sejauh mana pertanyaan bisa mengukur definisi konseptual yang sudah ditentukan oleh peneliti (Sahir, 2021). Penetapan validitas konstruk dilakukan dengan memastikan bahwa setiap item merepresentasikan aspek yang membentuk konstruk *self-control* dan *cyberbullying* sesuai definisi operasional yang telah ditentukan.

2. Reliabilitas

Sebuah instrumen penelitian seperti kuesioner dianggap reliabel apabila mampu menghasilkan skor yang konsisten pada setiap pengukuran. Dengan demikian, instrumen tersebut (butir-butir pernyataan/pertanyaan) tetap memberikan hasil pengukuran yang konsisten dalam waktu yang berbeda (Budiastuti & Bandur, 2018). Pada penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan menggunakan jasa komputer program SPSS (*Statistical Package and Service Solution*) 26.0 for Windows.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data berupa informasi hasil olah data, mengelompokkan hasil dari pengolahan data, meringkas hasil olah data sehingga membentuk suatu kesimpulan penelitian (Sahir, 2021). Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui dua tahap utama, yaitu uji asumsi dan uji hipotesis.

1. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah proses untuk menguji apakah variabel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak (Sahir, 2021). Pengujian normalitas data menggunakan teknik *One Sample Kolmogorov-Smirnov* melalui program SPSS (*Statistical Package and Service Solution*) 26.0 for Windows. Normalitas dipenuhi jika hasil uji tidak signifikan untuk suatu taraf signifikansi (α) tertentu ($\alpha=0,05$). Sebaliknya, jika hasil uji signifikan maka normalitas data tidak terpenuhi (Latipah, 2014).

b. Uji Linearitas

Uji ini bertujuan untuk menentukan apakah hubungan antara variabel independen dan dependen dalam penelitian mengikuti pola linier. Konsep linearitas mengacu pada sejauh mana variabel independen mampu memprediksi perilaku variabel dependen dalam suatu hubungan tertentu (Sihotang, 2023).. Jika nilai Deviation from Linearity Sig > 0.05, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara Variabel X dengan Variabel Y (Yusuf *et al.*, 2024).

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis *Spearman's Rho Correlation*. Perhitungan uji korelasi *spearman's* dapat dihitung dengan rumus:

$$\rho = 1 - \frac{6\sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan:

d = selisih ranking X dan Y

n = jumlah responden