

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Sugiyono (2018), paradigma penelitian dapat dipahami sebagai kerangka berpikir yang menggambarkan ikatan antar variabel yang dikaji, sekaligus menggambarkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang harus dipenuhi, teori yang dipakai untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, serta metode analisis statistik yang akan diterapkan.

Paradigma adalah suatu perspektif, metode memahami, cara menafsirkan, sebuah kerangka pemikiran, serta dasar keyakinan yang memberikan petunjuk dalam bertindak (Andini et al., 2023). Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma positivistik. Paradigma positivistik digunakan dalam penelitian ini karena memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang objektif dan dapat diukur secara empiris melalui variabel yang dapat dinyatakan dalam bentuk angka serta diuji dengan metode statistik untuk melihat hubungan sebab–akibat antar variabel. Paradigma positivistik memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang dapat diobservasi secara nyata, terukur, dan diuji secara ilmiah melalui data empiris. Dalam konteks *positivisme*, pengetahuan diperoleh melalui pengukuran variabel yang terdefinisi dengan jelas dan diuji melalui metode statistik sehingga menghasilkan generalisasi yang dapat diuji ulang. Paradigma ini sesuai dengan karakteristik penelitian kuantitatif karena menempatkan peneliti sebagai pengamat yang netral dan bebas dari nilai subjektif untuk memastikan bahwa hasil penelitian mencerminkan hubungan kausal yang valid antar variabel yang diuji.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif-eksplanatori, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengukur fenomena sosial secara objektif melalui data numerik serta menguji hubungan antarvariabel menggunakan analisis statistik.

Creswell (2014) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif digunakan untuk “*testing objective theories by examining the relationship among variables*” atau menguji teori secara objektif dengan melihat hubungan antarvariabel. Pendekatan ini relevan dengan penelitian yang mengkaji pengaruh kredibilitas Maudy Ayunda sebagai publik figur di Instagram terhadap perilaku pengembangan diri mahasiswa di Jakarta, karena kedua variabel dapat dioperasionalkan ke dalam indikator terukur.

Metode deskriptif dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan kondisi empiris yang terjadi pada objek penelitian. Menurut Sugiyono (2019), penelitian deskriptif bertujuan untuk “memberikan gambaran atau deskripsi mengenai suatu keadaan atau fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat.” Dalam konteks penelitian ini, metode deskriptif digunakan untuk menjelaskan karakteristik responden, tingkat persepsi mahasiswa terhadap kredibilitas Maudy Ayunda (keahlian, kepercayaan, dan daya tarik), serta tingkat perilaku pengembangan diri mahasiswa yang mengikuti akun Instagram tersebut. Dengan pendekatan deskriptif, peneliti dapat mengetahui bagaimana kecenderungan sikap dan perilaku mahasiswa secara umum tanpa menarik kesimpulan sebab-akibat.

Penelitian eksplanatori adalah desain penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antar variabel, menguji hipotesis, dan menentukan apakah suatu variabel mempengaruhi variabel lainnya. Pendekatan ini sesuai dengan karakteristik penelitian kuantitatif yang menekankan pada pengukuran empiris dan pengujian hubungan antar variabel melalui teknik statistik seperti regresi linear, uji signifikansi, dan koefisien determinasi. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Sofya et al. (2024) mengenai metode eksplanatori, penelitian eksplanatori dilakukan untuk mengidentifikasi dan memastikan hubungan sebab-akibat antar variabel, serta memprediksi variasi perubahan dalam hubungannya dengan variabel lain. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk tidak hanya mengamati fenomena, tetapi juga mengetahui alasan atau faktor yang menjelaskan terjadinya fenomena tersebut secara empiris.

Penggunaan metode deskriptif-eksplanatori dinilai tepat karena penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menggambarkan fenomena penggunaan Instagram dan persepsi terhadap publik figur, tetapi juga untuk menjelaskan bagaimana dan

sejauh mana kredibilitas publik figur mampu mendorong perubahan perilaku pengembangan diri mahasiswa. Pendekatan ini sejalan dengan Teori Kredibilitas Sumber dan Teori *Stimulus–Organism–Response* (S-O-R), yang sama-sama menekankan bahwa persepsi audiens terhadap sumber pesan dan motif penggunaan media dapat memengaruhi sikap serta perilaku individu. Dengan demikian, metode deskriptif-eksplanatori memberikan kerangka metodologis yang kuat dan relevan untuk menjawab tujuan serta hipotesis penelitian secara ilmiah.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengikut (*followers*) akun Instagram resmi Maudy Ayunda (@maudyayunda) yang pada saat penelitian dilakukan tercatat berjumlah 19,3 juta pengikut, berdasarkan data yang tertera pada profil akun Instagram tersebut. Jumlah ini menjadi dasar kuantitatif dalam menentukan cakupan populasi penelitian.

Secara metodologis, populasi menurut Sugiyono (2019) adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam konteks penelitian ini, karakteristik yang dimaksud adalah individu yang mengikuti akun Instagram Maudy Ayunda dan berpotensi terpapar secara langsung terhadap konten yang ia unggah. Oleh karena itu, seluruh *followers* akun tersebut memenuhi kriteria sebagai populasi karena memiliki kemungkinan menerima *stimulus* komunikasi yang sama.

Pemilihan *followers* sebagai populasi juga didasarkan pada pertimbangan teoritis. Dalam Teori Kredibilitas Sumber dan Teori *Stimulus–Organism–Response* (S-O-R), efektivitas pengaruh komunikasi hanya dapat terjadi apabila audiens benar-benar terpapar stimulus. *Followers* merupakan kelompok yang secara sadar memilih untuk mengikuti akun tersebut, sehingga memiliki probabilitas paparan, perhatian, dan keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan pengguna Instagram secara umum. Dengan demikian, *followers* menjadi populasi yang paling relevan dan representatif

untuk menguji pengaruh kredibilitas Maudy Ayunda terhadap perilaku pengembangan diri.

Selain itu, followers memiliki tingkat keterlibatan (*engagement*) dan intensitas paparan yang lebih tinggi dibandingkan pengguna Instagram secara umum, sehingga secara metodologis lebih tepat dijadikan populasi untuk menguji pengaruh kredibilitas terhadap perilaku. Dengan menjadikan *followers* sebagai populasi, penelitian ini memastikan bahwa responden yang diteliti benar-benar memiliki akses dan kemungkinan terpapar pada konten Maudy Ayunda, sehingga relevan dengan tujuan penelitian untuk menguji pengaruh kredibilitas terhadap perilaku pengembangan diri.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil sebagai representasi. Untuk penelitian kuantitatif, besar sampel yang ideal adalah antara 100-150 responden, tergantung dari tingkat kepercayaan dan metode yang digunakan. Dalam penelitian ini saya menggunakan rumus *slovin*.

$$n = \frac{n}{1 + N(e)^2}$$

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Keterangan :

- n = Jumlah sampel
- N = Jumlah populasi (Followers akun Instagram Maudy Ayunda)
- e = Tingkat kesalahan (error tolerance), yaitu 10% atau 0,10

Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak:

$$\begin{aligned} n &= \frac{n}{1 + N(e)^2} \\ n &= \frac{19.300.000}{1 + 19.300.000(10\%)^2} \\ &= 99,99 \end{aligned}$$

Dalam perhitungan untuk menentukan ukuran sampel diatas, peneliti mendapatkan hasil sebesar 99,99, kemudian dibulatkan menjadi 100. Artinya, dari 19.300.000 orang akan diambil 100 orang responden sebagai sampel.

3.3.3 Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, dalam hal ini mereka yang merupakan:

1. Mahasiswa aktif yang berdomisili atau berkuliah di Jakarta
2. Pengikut akun Instagram Maudy Ayunda
3. Pernah melihat atau terpapar konten Maudy Ayunda di Instagram

3.4 Defisini Konsep dan Operasional Konsep

3.4.1 Definisi Konsep Kredibilitas Publik Figur dan Perilaku Pengembangan Diri

3.4.1.1 Kredibilitas Publik Figur

Kredibilitas publik figur dalam penelitian ini didefinisikan sebagai persepsi mahasiswa terhadap tingkat kelayakan, kompetensi, dan integritas seorang publik figur dalam menyampaikan pesan melalui media sosial, yang mempengaruhi tingkat penerimaan dan internalisasi pesan oleh audiens. Konsep ini merujuk pada Teori Kredibilitas Sumber yang menyatakan bahwa efektivitas komunikasi sangat dipengaruhi oleh sejauh mana komunikator dianggap memiliki daya tarik (*attractiveness*), kepercayaan (*trustworthiness*), dan keahlian (*expertise*).

Dalam konteks penelitian ini, kredibilitas publik figur tidak hanya dipahami sebagai popularitas atau tingkat ketenaran, melainkan sebagai konstruksi persepsi yang terbentuk dari evaluasi audiens terhadap karakter, kompetensi, serta konsistensi nilai yang ditampilkan oleh figur tersebut. Seorang publik figur dinilai kredibel apabila ia mampu menunjukkan kapasitas intelektual atau profesional (*expertise*), integritas dan kejujuran dalam menyampaikan pesan (*trustworthiness*), serta memiliki daya tarik personal yang relevan dan mampu membangun kedekatan psikologis dengan audiens (*attractiveness*).

Dengan demikian, dalam penelitian ini kredibilitas publik figur diposisikan sebagai variabel *independen* (X) yang berfungsi sebagai stimulus komunikasi, yang secara teoritis berpotensi mempengaruhi sikap dan perilaku audiens, khususnya dalam konteks pengembangan diri mahasiswa.

3.4.1.2 Perilaku Pengembangan Diri

Perilaku pengembangan diri dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kecenderungan tindakan mahasiswa yang secara sadar diarahkan pada upaya peningkatan kualitas diri, baik dalam aspek akademik maupun personal, melalui proses pembelajaran, refleksi, dan pengelolaan diri yang berkelanjutan.

Konsep ini merujuk pada pemahaman bahwa pengembangan diri bukan hanya sebatas niat atau motivasi internal, tetapi diwujudkan dalam bentuk perilaku nyata yang mencerminkan komitmen individu untuk bertumbuh dan meningkatkan kapasitas dirinya. Dalam konteks penelitian ini, perilaku pengembangan diri dioperasionalkan melalui beberapa indikator, yaitu motivasi belajar, peningkatan keterampilan, pengelolaan diri dan waktu, serta kepercayaan diri. Keempat indikator tersebut merepresentasikan dimensi kognitif, afektif, dan behavioral yang saling berkaitan dalam proses pembentukan kualitas diri mahasiswa.

Dengan demikian, perilaku pengembangan diri dalam penelitian ini diposisikan sebagai variabel dependen (Y), yaitu respons yang muncul sebagai hasil dari proses penerimaan dan internalisasi stimulus komunikasi. Secara konseptual, perilaku ini mencerminkan bentuk respons konstruktif mahasiswa terhadap pengaruh kredibilitas publik figur dalam konteks media sosial.

3.4.1.3 Operasional Konsep

Operasionalisasi konsep melibatkan pembuatan konsep penelitian lebih rinci dan terukur. Setiap konsep penelitian memerlukan definisi operasional, yaitu penjabaran konsep menjadi bagian atau dimensi yang lebih rinci agar dapat diukur. Mengoperasionalkan suatu konsep melibatkan penentuan indikator atau variabel yang akan diukur dalam suatu penelitian. Langkah ini penting karena

memungkinkan konsep-konsep abstrak diukur secara konkrit dan empiris. Dalam penelitian ini, variabel operasionalnya dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) Variabel X (Kredibilitas Maudy Ayunda)
- 2) Variabel Y (Perilaku Pengembangan Diri Mahasiswa)

Tabel 3.1 Operasional Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Kredibilitas Maudy Ayunda (X)	Keahlian (Expertise)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemilihan topik Instagram Maudy Ayunda yang berkaitan dengan pendidikan dan pengembangan diri 2. Kejelasan penyampaian pesan pengembangan diri dalam caption atau video Instagram 3. Kesesuaian isi konten dengan latar belakang pendidikan dan prestasi Maudy Ayunda 4. Penggunaan bahasa yang informatif, sistematis, dan mudah dipahami. 5. Konsistensi Maudy Ayunda dalam menyajikan konten yang bersifat edukatif 	Skala Likert: <ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat Setuju
	Kepercayaan (Trustworthiness)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konsistensi pesan yang disampaikan Maudy Ayunda dalam unggahan Instagram. 2. Kejujuran pesan yang ditampilkan dalam konten Instagram Maudy Ayunda 	Skala Likert: <ol style="list-style-type: none"> 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat Setuju

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		3. Kesesuaian antara konten yang disampaikan dengan citra diri Maudy Ayunda di publik 4. Ketulusan Maudy Ayunda dalam membagikan pengalaman dan pandangan pribadi 5. Persepsi bahwa konten Maudy Ayunda tidak bersifat manipulatif atau menyesatkan.	
	Daya Tarik (Attractiveness)	1. Ketertarikan terhadap penampilan Maudy Ayunda dalam foto atau video Instagram. 2. Ketertarikan terhadap gaya komunikasi Maudy Ayunda saat menyampaikan pesan. 3. Estetika visual feeds Instagram Maudy Ayunda secara keseluruhan . 4. Pemilihan warna, filter dan tata visual yang menarik pada konten Instagram. 5. Daya tarik personal Maudy Ayunda yang membuat kontennya ingin terus diikuti.	Skala Likert: 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat Setuju
Perilaku Pengembangan Diri Mahasiswa (Y)	Motivasi Belajar	1. Dorongan untuk meningkatkan semangat belajar setelah melihat	Skala Likert: 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		konten Maudy Ayunda 2. Keinginan untuk mencapai prestasi akademik yang lebih baik. 3. Ketertarikan untuk mencari pengetahuan baru setelah terpapar konten Maudy Ayunda. 4. Peningkatan minat belajar secara mandiri. 5. Dorongan untuk menetapkan tujuan belajar yang lebih jelas.	4. Setuju 5. Sangat Setuju
	Peningkatan Keterampilan	1. Keinginan untuk mengembangkan keterampilan baru (akademik maupun non-akademik) 2. Upaya mengikuti pelatihan, kursus atau kegiatan pengembangan diri. 3. Penerapan keterampilan baru dalam kehidupan sehari-hari. 4. Kesadaran akan pentingnya peningkatan kompetensi diri. 5. Konsistensi dalam mengasah keterampilan yang dimiliki.	Skala Likert: 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat Setuju
	Pengelolaan Diri dan Waktu	1. Kemampuan mengatur waktu antara kuliah dan kegiatan pribadi.	Skala Likert: 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
		2. Disiplin dalam menjalankan jadwal kegiatan sehari-hari. 3. Kemampuan menentukan prioritas kegiatan yang bermanfaat. 4. Pengurangan kebiasaan menunda pekerjaan (prokratinasi). 5. Penerapan kebiasaan hidup yang lebih teratur.	4. Setuju 5. Sangat Setuju
	Kepercayaan Diri dan Pengembangan Potensi	1. Peningkatan rasa percaya diri terhadap kemampuan diri sendiri. 2. Kesadaran terhadap potensi diri yang dimiliki. 3. Keberanian untuk mencoba hal atau tantangan baru. 4. Keyakinan untuk mengembangkan potensi diri secara maksimal. 5. Sikap positif terhadap proses pengembangan diri jangka panjang.	Skala Likert: 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Netral 4. Setuju 5. Sangat Setuju

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Data primer merupakan sumber informasi yang secara langsung menyediakan data kepada pengumpul informasi (Sugiyono, 2018). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data primer yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab sesuai dengan kondisi, pendapat, atau persepsi yang

dimilikinya. Sugiyono (2018) menjelaskan bahwa kuesioner digunakan ketika peneliti ingin memperoleh data langsung dari responden secara sistematis, terstruktur, dan efisien, terutama dalam penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup dengan menggunakan Skala Likert, yang bertujuan untuk mengukur persepsi mahasiswa terhadap kredibilitas publik figur Maudy Ayunda serta perilaku pengembangan diri mereka. Penggunaan kuesioner memungkinkan data dikumpulkan secara seragam dari seluruh responden sehingga hasil penelitian dapat dianalisis secara statistik dan objektif.

Skala ini berfungsi untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2018). Dengan penerapan skala likert, variabel yang diteliti akan diukur dan digambarkan menjadi indikator-indikatornya. Indikator-indikator ini lalu digunakan sebagai dasar untuk menyusun item-item instrumen yang berbentuk pernyataan atau pertanyaan.

Tabel 3.2 Skala Likert

JAWABAN	SKOR
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

3.5.2 Data Sekunder

Dalam penelitian berjudul “Pengaruh Kredibilitas Maudy Ayunda Terhadap Perilaku Pengembangan Diri Mahasiswa Jakarta”, data sekunder merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti dari sumber-sumber yang telah ada sebelumnya dan tidak diperoleh langsung dari responden. Dalam penelitian kuantitatif, data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dari dokumen, laporan, artikel, atau publikasi yang telah dikumpulkan dan disusun oleh pihak lain sebelum penelitian ini dilakukan. Data sekunder berfungsi sebagai penunjang dan penguat landasan teoritis, kerangka

konseptual, serta kajian empiris dalam penelitian, sehingga memberikan konteks yang lebih luas terhadap fenomena yang diobservasi. Menurut John W. Creswell, *secondary data are data that have been collected by someone else for some other purpose but that can be reanalyzed to address the current research question* (Creswell, 2014). Dengan kata lain, meskipun data tersebut tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti, data sekunder tetap dapat memberikan informasi *valid* yang relevan untuk mendukung argumentasi ilmiah dan interpretasi hasil penelitian.

Dalam konteks penelitian ini, yang mengkaji pengaruh kredibilitas publik figur di Instagram terhadap perilaku pengembangan diri mahasiswa data sekunder digunakan untuk memperkuat pemahaman tentang dua hal utama: pertama, fenomena penggunaan Instagram sebagai media komunikasi yang berpotensi mempengaruhi perilaku generasi muda, kedua: mekanisme bagaimana kredibilitas publik figur dapat mempengaruhi sikap dan perilaku pengikutnya berdasarkan penelitian terdahulu. Misalnya, studi-studi sebelumnya tentang kredibilitas *influencer* telah menunjukkan bahwa dimensi seperti *expertise*, *trustworthiness*, dan *attractiveness* berperan signifikan dalam membentuk persepsi audiens terhadap pesan yang disampaikan (Ohanian, 1990). Dengan menggunakan data sekunder dari jurnal internasional yang sudah melalui *peer review*, penelitian ini dapat memperkuat dasar teoritis dan *justifikasi* pemilihan variabel serta instrumen pengukuran.

Selain jurnal, data sekunder juga dapat berupa laporan atau statistik yang dipublikasikan oleh lembaga riset, organisasi profesional, atau *platform* media sosial terkait tren penggunaan Instagram oleh mahasiswa. Data semacam ini membantu peneliti memahami latar sosial dan perilaku digital mahasiswa sebagai konteks empiris yang relevan, sehingga hasil penelitian tidak hanya berbasis pada data primer semata tetapi juga didukung oleh bukti yang lebih luas. Karenanya, penggunaan data sekunder dalam penelitian ini tidak hanya memperluas kedalaman kajian, tetapi juga menambah kredibilitas ilmiah hasil penelitian, dengan tetap mengacu pada standar metodologis yang diakui dalam kajian ilmu sosial dan komunikasi.

3.5.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.5.3.1 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2018:132), validitas merujuk pada tingkat kesesuaian antara informasi yang diperoleh dari objek yang diteliti dan informasi yang dapat dihasilkan oleh alat ukur atau peneliti. Dalam penelitian kuantitatif, validitas merupakan aspek penting agar instrumen (seperti kuesioner) dapat dikatakan benar dan sesuai untuk digunakan. Validitas menunjukkan seberapa tepat dan akurat suatu alat ukur dalam mengukur konsep atau konstruk yang dimaksud. Dalam studi ini, validitas digunakan untuk mengevaluasi apakah pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner benar-benar dapat mengukur variabel Kredibilitas Maudy Ayunda (X) dan Perilaku Pengembangan Diri Mahasiswa (Y) sesuai dengan definisi yang telah ditentukan. Pentingnya uji validitas adalah untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan benar-benar mencerminkan keadaan yang ingin dipahami, seperti contoh sejauh mana ketertarikan terhadap kredibilitas Maudy Ayunda dapat mempengaruhi perilaku pengembangan diri mahasiswa. Dalam mengukur penelitian ini, penulis menggunakan *Person Correlation* dimana peneliti melakukan korelasi antar skor dari tiap pertanyaan dengan total skor variabel dengan signifikan 5% (Ghozali, 2018: 53). Berikut rumus yang digunakan yaitu, Rumus *Pearson Product Moment*:

$$r_{xy} = \frac{n \sum(XY) - \sum X \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

x = Jumlah skor pada item

y = Jumlah skor total

Nilai koefisien yang jumlahnya sama atau lebih dari 0,5 dianggap valid, serta apabila koefisien berada dibawah 0,5 lalu dianggap tidak valid. Kriteria dalam kategori layak, yaitu sebagai berikut :

- a. Nilai Rhitung > Rtabel, lalu pertanyaan kuesioner dikatakan valid.
- b. Nilai Rhitung < Rtabel, lalu pertanyaan kuesioner dikatakan tidak valid.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kredibilitas Maudy Ayunda (X)

Item	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
X1	0,689	0,000	Valid
X2	0,612	0,000	Valid
X3	0,495	0,000	Valid
X4	0,566	0,000	Valid
X5	0,484	0,000	Valid
X6	0,486	0,000	Valid
X7	0,525	0,000	Valid
X8	0,394	0,000	Valid
X9	0,465	0,000	Valid
X10	0,474	0,000	Valid
X11	0,496	0,000	Valid
X12	0,543	0,000	Valid
X13	0,458	0,000	Valid
X14	0,437	0,000	Valid
X15	0,463	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan tabel 3.3, seluruh item pernyataan pada variabel Kredibilitas Maudy Ayunda (X) memiliki nilai *Pearson Correlation* yang positif dan signifikan pada level 0,01 dengan nilai Sig. (2-tailed) = 0,000 < 0,05. Item X1 memiliki korelasi tertinggi dengan nilai 0,689, sedangkan item X8 memiliki korelasi terendah dengan nilai 0,394. Dengan demikian, seluruh 15 item pernyataan pada variabel X dinyatakan *valid* dan layak digunakan sebagai instrumen pengukuran kredibilitas Maudy Ayunda.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Perilaku Pengembangan Diri Mahasiswa (Y)

Item	Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Keterangan
Y1	0,559	0,000	Valid
Y2	0,357	0,000	Valid
Y3	0,309	0,002	Valid
Y4	0,311	0,002	Valid
Y5	0,452	0,000	Valid
Y6	0,375	0,000	Valid
Y7	0,318	0,001	Valid
Y8	0,389	0,000	Valid
Y9	0,398	0,000	Valid
Y10	0,384	0,000	Valid
Y11	0,482	0,000	Valid
Y12	0,404	0,000	Valid
Y13	0,411	0,000	Valid
Y14	0,353	0,000	Valid
Y15	0,453	0,000	Valid
Y16	0,316	0,001	Valid
Y17	0,408	0,000	Valid
Y18	0,448	0,000	Valid
Y19	0,354	0,000	Valid
Y20	0,368	0,000	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan tabel 3.4, seluruh item pernyataan pada variabel Perilaku Pengembangan Diri Mahasiswa (Y) memiliki nilai *Pearson Correlation* yang positif dan signifikan dengan nilai Sig. (2-tailed) < 0,05. Item Y1 memiliki korelasi tertinggi dengan nilai 0,559, sedangkan item Y3 memiliki korelasi terendah dengan nilai 0,309. Dengan demikian, seluruh 20 item pernyataan pada variabel Y dinyatakan *valid* dan layak digunakan sebagai instrumen pengukuran perilaku pengembangan diri mahasiswa.

3.5.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk semua indikator dalam masing – masing variabel, baik variabel X (Kredibilitas Maudy Ayunda) maupun variabel Y (Perilaku Pengembangan Diri Mahasiswa). Hasil dari uji reliabilitas yang positif menunjukkan bahwa tiap dalam kuesioner menunjukkan kesesuaian internal dan layak digunakan untuk mengumpulkan data yang dapat di percaya. Menurut Ghazali (2016:47) reliabilitas adalah alat untuk melihat suatu kuesioner yang berfungsi sebagai indikator dari sebuah variabel konstruk. Sebuah konstruk dianggap konsisten jika hasil pengukurannya menunjukkan adanya kesamaan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan uji Cronbach's Alpha, dengan batas minimal yang digunakan secara umum adalah $\geq 0,70$. Semakin tinggi nilai Cronbach's Alpha, semakin konsisten instrumen dalam mengukur variabel tertentu.

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left(1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

a = koefisien reliabilitas

k = jumlah item pertanyaan

σ_i^2 = Varian tiap item

σ_t^2 = Varian total skor

Jika nilai $\alpha \geq 0,70$ maka instrumen reliabel. Nilai mendekati 1 menunjukkan reliabilitas yang sangat tinggi.

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kredibilitas Maudy Ayunda (X)	0,775	15	Reliabel
Perilaku Pengembangan Diri Mahasiswa (Y)	0,706	20	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.8, nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Kredibilitas Maudy Ayunda (X) adalah 0,775 dan variabel Perilaku Pengembangan Diri Mahasiswa (Y) adalah 0,706. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,600, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian untuk kedua variabel memiliki tingkat reliabilitas yang baik dan konsisten dalam mengukur variabel yang dimaksud. Hal ini menunjukkan bahwa jika pengukuran dilakukan berulang kali dengan instrumen yang sama, hasilnya akan tetap konsisten dan dapat dipercaya.

3.6 Teknik Analisa Data

3.6.1 Statistik inferensial

Analisis statistik inferensial adalah teknik statistik yang dipakai untuk mengambil kesimpulan atau membuat pernyataan umum tentang suatu populasi berdasarkan data yang diambil dari sampel. Dengan kata lain, tujuan dari statistik inferensial adalah untuk memperkirakan parameter populasi dan menguji hipotesis, sehingga hasil penelitian dapat diterapkan pada populasi yang lebih besar. Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan, analisis statistik inferensial dalam penelitian ini berfungsi untuk menguji hipotesis tentang pengaruh kredibilitas Maudy Ayunda terhadap perilaku pengembangan diri mahasiswa. Statistik inferensial tidak hanya berfungsi untuk mendeskripsikan data, tetapi juga memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memperluas temuan penelitian dari sampel ke populasi yang lebih besar (Sugiyono, 2017). Oleh karena itu, melalui metode analisis regresi linier sederhana, uji t, serta koefisien determinasi (R^2), penelitian ini mampu

menyajikan bukti empiris mengenai seberapa besar dan arah pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*, dan juga menilai tingkat signifikansinya (Santoso, 2017; Riduwan dan Sunarto, 2013).

3.6.2 Uji Normalitas dan Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data residual pada model regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas menjadi sangat penting karena salah satu asumsi klasik pada analisis regresi linier sederhana adalah bahwa data residual harus terdistribusi secara normal. Pemenuhan asumsi ini memastikan bahwa hasil estimasi koefisien regresi tidak bias dan interpretasi signifikansi statistik dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Uji normalitas dilakukan menggunakan uji Kolmogorov – Smirnov dengan tingkat signifikansi 0,05.

1. Dinyatakan normal apabila signifikansi bernilai $> 0,05$
2. Dinyatakan tidak normal jika signifikansi bernilai $< 0,05$.

Tabel 3.6 Hasil Uji Normalitas

	Unstandardized Residual
N	100
Mean	0,0000000
Std. Deviation	4,40963306
Absolute	0,057
Positive	0,036
Negative	-0,057
Test Statistic	0,057
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,200

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan tabel 4.9, hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data residual dalam model regresi terdistribusi secara normal. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, maka analisis regresi linier sederhana dapat dilanjutkan dan hasil estimasi koefisien regresi dapat dipertanggungjawabkan secara statistik.

3.6.2.2 Uji Signifikasi Parsial (Uji t)

Dalam penelitian ini digunakan uji signifikansi parsial (uji t) untuk mengetahui pengaruh variabel independen, yaitu Kredibilitas Maudy Ayunda (X) terhadap Perilaku Pengembangan Diri Mahasiswa (Y) secara individual. Uji t bertujuan untuk menguji apakah variabel independen yang digunakan dalam model regresi mampu menjelaskan variasi variabel dependen secara parsial.

Pengujian uji t dilakukan dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Menurut Ghozali (2018), uji t digunakan untuk menunjukkan sejauh mana satu variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikansi (Sig.) $< 0,05$, maka hipotesis alternatif (H1) diterima, yang berarti terdapat pengaruh signifikan kredibilitas Maudy Ayunda terhadap perilaku pengembangan diri mahasiswa. Sebaliknya, jika nilai Sig. $> 0,05$, maka hipotesis alternatif ditolak.

Dengan demikian, uji t dalam penelitian ini berperan penting untuk membuktikan secara empiris pengaruh kredibilitas publik figur di Instagram terhadap perilaku pengembangan diri mahasiswa, sehingga dapat memperkuat kesimpulan penelitian yang dihasilkan.

3.7 Uji Hipotesis

3.7.1 Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Kredibilitas Maudy Ayunda (X) terhadap Perilaku Pengembangan Diri Mahasiswa (Y). Model regresi linier sederhana dipilih

karena penelitian ini hanya melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen, sehingga hubungan antar variabel dapat dianalisis secara langsung.

Menurut Ghozali (2018), regresi linier sederhana digunakan untuk memprediksi perubahan variabel dependen berdasarkan perubahan variabel independen. Dalam konteks penelitian ini, analisis regresi digunakan untuk mengetahui arah dan besarnya pengaruh kredibilitas Maudy Ayunda sebagai publik figur di Instagram terhadap perilaku pengembangan diri mahasiswa, yang meliputi motivasi belajar, peningkatan keterampilan, pengelolaan diri dan waktu, serta kepercayaan diri dan pengembangan potensi. Dengan demikian, hasil analisis regresi linier sederhana dapat memberikan informasi yang jelas mengenai arah, besar, dan signifikansi pengaruh antar variabel yang diteliti.

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :

Y = variabel dependen (perilaku pengembangan diri mahasiswa)

X = variabel independen (kredibilitas Maudy Ayunda)

a = konstanta (nilai Y jika X = 0)

b = koefisien regresi (besarnya perubahan Y jika X naik satu satuan)

e = error (residual atau pengaruh faktor lain).

3.7.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel independen, yaitu Kredibilitas Maudy Ayunda (X), dalam menjelaskan variasi Perilaku Pengembangan Diri Mahasiswa (Y). Nilai koefisien determinasi menunjukkan kemampuan model regresi linier sederhana dalam menerangkan perubahan pada variabel dependen berdasarkan variabel independen yang diteliti.

Menurut Nachrowi dan Usman (2006), koefisien determinasi digunakan untuk melihat sejauh mana kemampuan model regresi dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai R^2 berada pada rentang 0 hingga

1, di mana semakin mendekati angka 1, maka semakin besar proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Dalam konteks penelitian ini, nilai R^2 menunjukkan seberapa besar perilaku pengembangan diri mahasiswa dapat dijelaskan oleh kredibilitas Maudy Ayunda sebagai publik figur di Instagram.

Dengan demikian, koefisien determinasi menjadi penting dalam penelitian ini untuk mengetahui kuat atau lemahnya pengaruh kredibilitas Maudy Ayunda terhadap perilaku pengembangan diri mahasiswa. Sisa variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh model regresi ini menunjukkan adanya faktor lain di luar penelitian yang turut memengaruhi perilaku pengembangan diri mahasiswa.

$$R^2 = r^2$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi antara variabel X dan Y

R^2 = proporsi variasi variabel dependen Y yang dapat dijelaskan oleh variabel independen X.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA