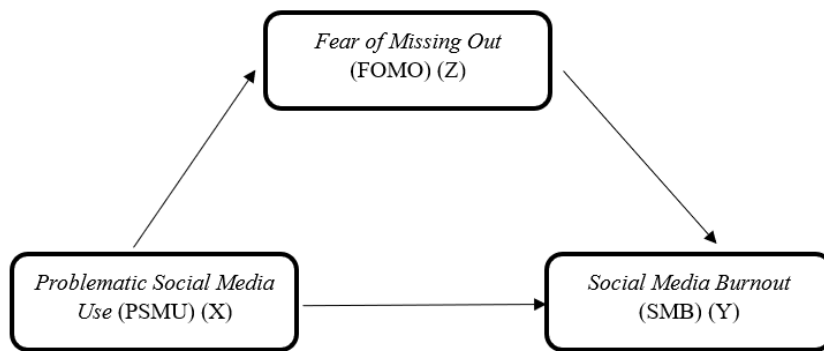


BAB III METODE PENELITIAN

1.1. Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode mediasi. Pada penelitian kuantitatif, peneliti mengidentifikasi masalah penelitian berdasarkan pada kecenderungan sebuah fenomena di lapangan atau kebutuhan dengan berusaha menjelaskan mengapa fenomena tersebut terjadi (Creswell, 2012). Dalam menguji hipotesis utama dalam penelitian ini menggunakan model penelitian mediasi untuk menguji apakah terdapat peran dari variabel mediator (Z) dalam memediasi pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).



Gambar 3 1 Desain Penelitian

1.2. Populasi dan Sampel

3.2.1. Populasi

Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dewasa awal dengan rentang 18-25 tahun pengguna media sosial Tiktok yang berdomisili di Jawa Barat. Karena berdasarkan data yang ada dan penelitian terdahulu, pengguna Tiktok tertinggi adalah pada usia 18-25 tahun. Sedangkan salah satu wilayah dengan pengguna media sosial tertinggi di Indonesia adalah Jawa Barat. Jumlah populasi dari dewasa awal dengan rentang 18-25 tahun pengguna media sosial Tiktok yang berdomisili di Jawa Barat tidak diketahui secara pasti. Sehingga, peneliti mengambil jumlah populasi dengan besar hitungan tak hingga.

3.2.2. Sampel

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu setiap individu dalam populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dipilih dengan teknik penentuan sampel *accidental sampling* untuk mendapatkan sampel berdasarkan dengan kriteria tertentu sesuai dengan tujuan dari penelitian ini (Creswell, 2012). Untuk menentukan ukuran sampel digunakan tabel dari Isaac & Michael. Karena jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka peneliti menggunakan jumlah populasi tak hingga dengan tingkat signifikansi 5% yang artinya jumlah minimal sampel dalam penelitian ini sejumlah 349 sampel. Sampel penelitian diambil secara luring dan daring melalui kuesioner yang disebarkan menggunakan Google Formulir.

3.2.3. Partisipan

Peneliti mengambil populasi dari kelompok dewasa awal (18-25 tahun) yang aktif menggunakan sosial media, khususnya Tiktok di Jawa Barat. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berusia 18-25 tahun (Laki-laki dan Perempuan)
2. Berdomisili di Jawa Barat
3. Merupakan pengguna aktif Tiktok, minimal selama satu tahun terakhir dan
4. Menggunakan media sosial Tiktok dengan durasi ≥ 3 jam sehari.

1.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.3.1. Variabel Penelitian

a) Variabel Bebas (X)

Variabel independen dari penelitian ini adalah *Problematic Social Media Use* (PSMU).

b) Variabel Mediator (Z)

Variabel mediator dalam penelitian ini adalah *Fear of Missing Out* (FOMO).

c) Variabel Terikat (Y)

Variabel dependen dari penelitian ini adalah *Social Media Burnout* (SMB).

3.3.2. Definisi Operasional

a) *Problematic Social Media Use* (PSMU)

Problematic social media use (PSMU) merupakan kecenderungan dewasa awal pengguna media sosial Tiktok untuk menggunakan media sosial berlebihan yang terdiri dari gejala kognitif. Sehingga dewasa awal ingin terus menggunakan media sosialnya meskipun tidak ada kepentingan, merasa lebih aman untuk berinteraksi di media sosial tatap muka, menggunakan media sosial untuk mengurangi perasaan cemas, dan memiliki dampak negatif terhadap kehidupan sehari-hari.

b) *Fear of Missing Out* (FOMO)

Fear of Missing Out (FOMO) merupakan suatu perasaan takut atau khawatir yang dirasakan oleh dewasa awal pengguna media sosial Tiktok saat harus kehilangan suatu momen yang berharga dan tidak dapat mengikuti apa yang dilakukan orang lain di media sosial.

c) *Social Media Burnout* (SMB)

Social media burnout (SMB) merupakan kondisi kelelahan secara emosional yang dialami dewasa awal pengguna media sosial Tiktok ketika menggunakan media sosial. Dewasa awal merasa semua sumberdayanya seperti waktu dan energinya terkuras habis oleh penggunaan media sosial, adanya kesenjangan emosional antara pengguna media sosial dengan media sosialnya, dan perasaan ambigu yang dirasakan pengguna media sosial mengenai hasil menyenangkan ketika menggunakan media sosial.

1.4. Instrumen Penelitian

3.4.1. *Problematic Social Media Use* (PSMU)

a) Spesifikasi Instrumen

Pengukuran *Problematic Social Media Use* (PSMU) dilakukan menggunakan *Generalized Problematic Internet Use Scale 2* (GPIUS 2). Caplan (2010) merujuk konstruk alat ukurnya berdasarkan teori *Cognitive-Behavioral model of Pathological Internet Use* dari Davis (2001) yang

diterjemahkan oleh peneliti, terdapat 15 item *favorable* dengan menggunakan opsi pilihan dan memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0.893.

b) Kisi-kisi Instrumen

Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Problematic Social Media Use (PSMU)

Dimensi	Indikator	Nomor Item		Jumlah
		F	UF	
POSI (<i>Preferensi for online social interaction</i>)	Merasa lebih aman, nyaman, dan percaya diri untuk berinteraksi secara online dibanding tatap muka	1,2,3		3
<i>Mood Regulation</i>	Media sosial digunakan untuk memperbaiki suasana hati	4,5,6		3
<i>Cognitive Preoccupation</i>	Memiliki pemikiran untuk terus menggunakan media sosial	7,8,9		3
<i>Compulsive Social Media Use</i>	Tidak mampu mengendalikan dorongan untuk terus online/menggunakan media sosial	10,11,12		3
<i>Negative Outcomes</i>	Penggunaan internet di media sosial menimbulkan masalah dalam kehidupan pribadi, kehidupan sosial dan kehidupan professional individu	13,14,15		3
	Total	15	0	15

c) Pengisian Kuesioner

Instrumen dalam penelitian ini memiliki lima pilihan jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai, (S), Ragu-ragu (N), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS).

d) Penyebaran

Tabel 3.2 Penyebaran Instrumen Problematic Social Media Use

Jenis Item	Skor				
	SS	S	N	TS	STS
Favorable	5	4	3	2	1
Unfavorable	1	2	3	4	5

e) Kategorisasi

Selanjutnya pilihan jawaban akan dikategorikan menjadi empat, didasarkan pada rata-rata dan standar deviasi (Azwar,2014).

Tabel 3.3 Kategorisasi Problematic Social Media Use

Kategori	Kriteria	Rentang Skor	
Sangat Tinggi	$M + SD < X$	$52 + 9.7 < X$	$61.7 < X$
Tinggi	$M < X \leq M + SD$	$52 < X \leq (52 + 9.7)$	$52 < X \leq 61.7$
Rendah	$M - SD < X \leq M$	$(52 - 9.7) < X < 52$	$42.3 < X \leq 52$
Sangat Rendah	$X \leq M - SD$	$X \leq 52 - 9.7$	$X \leq 42.3$

f) Interpretasi Kategori Skor

1) Kategori Sangat Rendah

Responden yang berada pada kategori sangat rendah dalam *problematic social media use*, akan cenderung merasa lebih aman, percaya diri, nyaman untuk berinteraksi dengan orang lain secara langsung. Responden memiliki kontrol dalam menggunakan Tiktok, tidak terlalu memikirkan apa yang terjadi di media sosial saat tidak menggunakannya, serta tidak memiliki keinginan untuk terus mengakses Tiktok. Oleh karena itu, penggunaan Tiktok digunakan sesuai dengan tujuan, sehingga tidak akan menimbulkan dampak negatif bagi responden.

2) Kategori Rendah

Responden dengan skor rendah dalam *problematic social media use* cenderung merasa lebih aman, percaya diri, nyaman untuk berinteraksi secara langsung ataupun online. Responden sulit untuk berhenti menggunakan Tiktok, selalu memikirkan apa yang terjadi di Tiktok ketika tidak menggunakannya dan memiliki keinginan untuk menggunakan Tiktok saat tidak memiliki kepentingan, serta sulit mengontrol waktu dalam mengakses Tiktok. Namun, individu tersebut masih dapat mengontrol penggunaan Tiktoknya sesuai dengan tujuan. Oleh karena itu, penggunaan Tiktok tersebut cenderung tidak terlalu menimbulkan dampak negatif bagi kehidupan individu karena intensitas penggunaan Tiktoknya tidak terlalu tinggi.

3) Kategori Tinggi

Responden dengan skor tinggi pada *problematic social media use*, cenderung merasa lebih aman, percaya diri, nyaman berinteraksi menggunakan Tiktok. Individu tersebut cenderung selalu memikirkan yang terjadi di Tiktok, dan sulit mengontrol waktu dalam mengakses Tiktok. Oleh karena itu, penggunaan Tiktok tersebut cenderung dapat menimbulkan dampak negatif bagi kehidupan responden.

4) Kategori Sangat Tinggi

Responden dengan skor sangat tinggi pada *problematic social media use*, akan merasa lebih aman, percaya diri, nyaman untuk berinteraksi secara online dibandingkan secara langsung. Responden tidak memiliki kontrol dalam menggunakan media sosial, selalu memikirkan apa yang terjadi di Tiktok, serta memiliki keinginan untuk terus mengakses Tiktok walaupun tidak sedang memiliki keperluan di Tiktok. Oleh karena itu, penggunaan Tiktok tersebut dapat menimbulkan dampak negatif bagi kehidupan individu baik pribadi, sosial, ataupun profesional.

3.4.2. Fear of Missing Out (FOMO)

a) Spesifikasi Instrumen

Instrumen yang digunakan untuk mengukur FOMO adalah *Fear of Missing Out Scale* (FOMOs) yang dibuat oleh Przybylski et al., (2013) yang diterjemahkan oleh peneliti. Alat ukur *Fear of Missing Out Scale* (FOMOs) pada penelitian ini memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0.844.

b) Kisi-kisi Instrumen

Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Fear of Missing Out (FOMO)

Aspek	Indikator	Nomor Item		Jumlah
		F	UF	
Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis <i>Relatedness</i>	Dewasa awal ingin terus terhubung dengan orang lain untuk mencari tahu terkait apa yang dilakukannya melalui media sosial terutama Tiktok.	1,2,3,4,5 6,7	-	7
	Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis <i>Self</i>	Dewasa awal tidak memiliki otonomi atas dirinya sendiri, sehingga dewasa awal kesulitan dalam mengatur dan mengambil tindakan untuk dirinya sendiri	8, 9, 10	-
Total		10	0	10

c) Pengisian Kuesioner

Instrumen dalam penelitian ini memiliki lima pilihan jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai, (S), Ragu-ragu (N), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS).

d) Penyekoran

Tabel 3.5 Penyekoran Instrumen Fear of Missing Out (FOMO)

Jenis Item	Skor				
	SS	S	N	TS	STS
<i>Favorable</i>	5	4	3	2	1
<i>Unfavorable</i>	1	2	3	4	5

e) Kategorisasi

Pada skala FOMO, skor yang telah diperoleh responden dikategorikan menjadi empat kelompok yaitu kelompok sangat tinggi, tinggi, rendah, dan sangat rendah (Azwar, 2014).

Tabel 3.6 Kategori Fear of Missing Out (FOMO)

Kategori	Kriteria	Rentang Skor	
Sangat Tinggi	$M + SD < X$	$34 + 7.3 < X$	$41.3 < X$
Tinggi	$M < X \leq M + SD$	$34 < X \leq (34 + 7.3)$	$34 < X \leq 41.3$
Rendah	$M - SD < X \leq M$	$(34 - 7.3) < X \leq 34$	$26.7 < X \leq 34$
Sangat Rendah	$X \leq M - SD$	$X \leq 34 - 7.3$	$X \leq 26.7$

f) Interpretasi Kategori Skor

1) Kategori Sangat Rendah

Responden yang berada pada kategori sangat rendah dalam *fear of missing out*, cenderung tidak merasa tertekan atau cemas ketika mereka melewatkan kesempatan atau aktivitas tertentu di media sosial. Mereka mungkin memiliki tingkat kepuasan yang tinggi terhadap kehidupan mereka saat ini dan tidak merasa perlu untuk selalu terlibat dalam segala hal yang sedang terjadi di media sosial, terutama Tiktok.

2) Kategori Rendah

Responden dengan skor rendah dalam *fear of missing out* cenderung merasa sedikit cemas atau khawatir ketika mereka melewatkan sesuatu, tetapi perasaan ini tidak mengganggu atau mendominasi pikiran mereka secara signifikan. Mereka mungkin

dapat mengatasi perasaan ini dengan mudah dan tidak terlalu dipengaruhi oleh aktivitas atau peristiwa yang mereka lewatkan.

3) Kategori Tinggi

Responden dengan skor tinggi pada *fear of missing out*, cenderung merasa gelisah, cemas, atau terbebani ketika mereka melewatkan kesempatan atau aktivitas tertentu di media sosial, terutama Tiktok. Mereka mungkin merasa perlu untuk selalu terlibat dalam segala hal yang terjadi di sekitar mereka agar tidak merasa tertinggal atau terisolasi. Perasaan ini dapat mengganggu kesejahteraan mereka secara keseluruhan.

4) Kategori Sangat Tinggi

Responden dengan skor sangat tinggi pada *fear of missing out*, cenderung merasa sangat gelisah, cemas, atau terbebani secara emosional ketika mereka melewatkan kesempatan atau aktivitas tertentu di media sosial Tiktok. Perasaan ini dapat sangat mengganggu kehidupan mereka sehari-hari dan bahkan memengaruhi kesehatan mental mereka. Mereka mungkin merasa perlu untuk selalu hadir dalam segala hal yang ada di media sosial terutama Tiktok dan sulit untuk menenangkan diri ketika mereka merasa tertinggal.

3.4.3. Social Media Burnout (SMB)

a) Spesifikasi Instrumen

Instrumen yang digunakan untuk mengukur social media burnout dalam penelitian ini adalah *the social media burnout measurement instrument* yang dikembangkan oleh Han (2016) dengan merujuk berdasarkan teori *Burnout* dari Maslach (1981). Alat ukur ini terdiri dari 11 item pernyataan berdasarkan tiga dimensi, yaitu *ambivalence*, *emotional exhaustion*, *depersonalization*, yang diukur melalui skala likert 1 (sangat sesuai) sampai 5 (sangat tidak sesuai). Koefisien reliabilitas untuk alat ukur ini adalah sebesar 0.892.

b) Kisi-kisi Instrumen

Tabel 3. 7 Kisi-kisi Instrumen Social Media Burnout (SMB)

Dimensi	Indikator	Nomor Item		Jumlah
		F	UF	
<i>Emotional Exhaustion</i>	Individu merasa semua sumberdayanya seperti waktu dan energinya terkuras habis oleh penggunaan media sosial	5,6,7	-	3
<i>Depersonalization</i>	Individu merasa adanya kesenjangan emosional antara dirinya dengan media sosial yang digunakannya	8,9,10,11	-	4
<i>Ambivalence</i>	Perasaan ambigu yang dirasakan pengguna media sosial mengenai hasil menyenangkan ketika menggunakan media sosial	1,2,3,4	-	4
Total		11	0	11

c) Pengisian Kuesioner

Instrumen dalam penelitian ini memiliki lima pilihan jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai, (S), Ragu-ragu (N), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS).

d) Penyekoran

Tabel 3.8 Penyekoran Instrumen Social Media Burnout (SMB)

Jenis Item	Skor				
	SS	S	N	TS	STS
Favorable	5	4	3	2	1
Unfavorable	1	2	3	4	5

e) Kategorisasi

Pada skala SMB, skor yang telah diperoleh responden dikategorikan menjadi empat kelompok yaitu kelompok sangat tinggi, tinggi, rendah, dan sangat rendah (Azwar, 2014).

Tabel 3.9 Kategorisasi Social Media Burnout (SMB)

Kategori	Kriteria		Rentang Skor
Sangat Tinggi	$M + SD < X$	$33 + 8.7 < X$	$41.7 < X$
Tinggi	$M < X \leq M + SD$	$33 < X \leq (33 + 8.7)$	$33 < X \leq 41.7$
Rendah	$M - SD < X \leq M$	$(33 - 8.7) < X \leq 33$	$24.3 < X \leq 33$
Sangat Rendah	$X \leq M - SD$	$X \leq 33 - 8.7$	$X \leq 24.3$

f) Interpretasi Kategori Skor

1) Kategori Sangat Rendah

Responden yang berada pada kategori sangat rendah dalam *social media burnout*, akan cenderung merasa lebih minim atau bahkan tidak merasakan kelelahan yang signifikan terkait penggunaan media sosial Tiktok. Mereka mungkin menggunakan Tiktok dengan teratur tetapi tidak merasa terbebani atau stress olehnya. Mereka mungkin mampu membatasi waktu mereka secara sehat dan tidak merasa tergantung pada media sosial untuk memenuhi kebutuhan sosial atau emosional mereka.

2) Kategori Rendah

Responden dengan skor rendah dalam *social media burnout* mungkin merasakan beberapa gejala burnout atau kejenuhan terkait penggunaan media sosial Tiktok, tetapi ini tidak mengganggu secara signifikan kehidupan mereka sehari-hari. Mereka mungkin masih dapat mengelola dampak negatif dari penggunaan media sosial Tiktoknya dengan menerapkan Batasan waktu atau mengambil jeda secara teratur.

3) Kategori Tinggi

Responden dengan skor tinggi pada *social media burnout* menunjukkan bahwa responden merasa signifikan terbebani, stress,

atau jenuh terkait penggunaan media sosial. Mereka mungkin mengalami gejala seperti kelelahan secara emosional, kesejangan emosional dengan media sosialnya, dan perasaan ambigu yang disebabkan oleh adanya tekanan yang dirasakan dari media sosial Tiktok. Penggunaan berlebihan atau pengalaman negatif di media sosial Tiktok dapat secara nyata memengaruhi kondisi psikologis dan emosional responden.

4) Kategori Sangat Tinggi

Responden dengan skor sangat tinggi pada *social media burnout*, akan mengalami gejala yang parah dan mengganggu kehidupan sehari-hari mereka secara serius. Mereka mungkin merasa sangat tertekan, stress, atau bahkan aktivitas sehari-hari mereka terganggu disebabkan oleh penggunaan media sosial Tiktoknya. Mereka mungkin merasa sulit untuk memisahkan diri dengan media sosial Tiktok nya atau merasa tidak mampu mengelola dampak negatifnya.

1.5. Prosedur Penelitian

3.5.1. Persiapan

Pada tahap ini, peneliti mempersiapkan beberapa hal penting yang dibutuhkan dalam penelitian, yaitu:

- a. Melakukan studi literatur mengenai berbagai topik dan permasalahan masa kini yang sering terjadi terutama pada media sosial
- b. Melakukan diskusi dan studi pendahuluan terakit fenomena dan permasalahan yang relevan
- c. Menentukan permasalahan, tujuan, dan manfaat dalam penelitian
- d. Menentukan populasi dan sampel dalam penelitian
- e. Menentukan alat ukur penelitian dan meminta permohonan izin kepada pihak yang memiliki alat ukur penelitian tersebut

3.5.2. Pelaksanaan

Pada tahap ini, penyebaran kuesioner dan pengolahan data penelitian mulai dilakukan dengan tahap sebagai berikut:

- a. Membuat kerangka sasaran responden dalam penelitian
- b. Menyebarkan kuisisioner secara langsung maupun daring melalui media sosial kepada responden penelitian

3.5.3. Pengolahan Data

Pada tahap ini, data yang sudah terkumpul akan dianalisis secara kuantitatif dengan bantuan software IBM SPSS-27. Setelah itu, berdasarkan hasil tersebut akan dibuat kesimpulan penelitian.

1.6. Penerjemahan Alat Ukur

Alat ukur dalam pengukuran *problematic social media use* di terjemahkan dan disesuaikan oleh peneliti berdasarkan alat ukur asli *Generalized Problematic Internet Use* (GPIUS-2) yang dikemukakan oleh Caplan (2010) dengan mengubah istilah internet ke dalam konteks media sosial. Selanjutnya, alat ukur *fear of missing out*, peneliti melakukan penerjemahan berdasarkan alat ukur asli *Fear of Missing Out Scale* (FOMOs) milik Przybylski et al. (2013). Kemudian untuk alat ukur *social media burnout*, peneliti melakukan penerjemahan berdasarkan alat ukur asli *Social Media Burnout Measurement Inventory* dari Han (2016).

3.6.1. Proses Adaptasi Skala

Adaptasi skala dilakukan sebelum dapat digunakan untuk pengambilan data penelitian. Setelah dilakukannya proses adaptasi alat ukur, kemudian dilanjutkan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Berikut proses penerjemahan yang dilakukan oleh peneliti:

- Penerjemahan alat ukur asli berbahasa Inggris ke Bahasa Indonesia (*Forward Translation*)

Proses penerjemahan dari Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia dilakukan dengan menggunakan jasa penerjemah tersertifikat. Kriteria

penerjemah yang peneliti pakai yaitu orang yang memiliki bukti berupa sertifikat Kompetensi Bahasa Inggris.

Keseluruhan alat ukur asli berbahasa Inggris, yang kemudian diterjemahkan oleh Nurul Hanivah, M.Pd., selaku penerjemah tersertifikasi asal Malang, Indonesia.

- *Expert Judgement*

Setelah skala diterjemahkan ke Bahasa Indonesia, selanjutnya peneliti melakukan *expert judgement*, yang merupakan tahap evaluasi terhadap kualitas item-item untuk alat ukur oleh para ahli untuk mengetahui kelogisan item untuk mengungkap indikator dan dimensi dari teori asalnya (Azwar, 2012). *Expert judgement* dalam penelitian ini dilakukan oleh pembimbing peneliti yaitu bapak Muhammad Ariez Musthofa, S.Ag., M.Si dan Ibu Gemala Nurendah, S.Pd., M.A.

- Penerjemahan dari Bahasa Indonesia ke Bahasa Inggris (*Back Translation*)

Setelah melakukan translasi dari bahasa asli alat ukur ke Bahasa Indonesia, dilakukan kembali translasi ke Bahasa Inggris (*back translation*). Proses ini melibatkan satu orang ahli bahasa yang berada di ranah psikologi. Peneliti dibantu oleh rekan peneliti bernama Daniella Budiman, S.Psi., yang merupakan sarjana psikologi dan memiliki sertifikat keterampilan Bahasa Inggris.

- Uji Keterbacaan

Setelah dilakukan *expert judgement* dan *back translation* peneliti melakukan uji keterbacaan kepada calon responden untuk mengetahui apakah kalimat yang ada dalam alat ukur dapat dipahami oleh responden. Uji keterbacaan dilakukan kepada dewasa awal berusia 18-25 tahun pengguna Tiktok di Jawa Barat.

3.6.1. Analisis Item

Analisis item dilakukan untuk melihat kesesuaian teori dengan setiap item yang dibuat, agar item tersebut layak dan dapat mewakili teori yang ada

sehingga menghasilkan jawaban yang dapat diinterpretasikan dengan akurat (Azwar, 2015). Perhitungan analisis item korelasi pada penelitian ini menggunakan *product moment* dari *Pearson* melalui *software* SPSS 27.0. Pemilihan item yang layak tersebut dinilai berdasarkan hasil *corrected item total correlation* (Streiner, Norman, & Cairney, 2015). Item dinilai kurang layak ketika item tersebut memiliki nilai korelasi (r) lebih rendah dari 0,3 ($r < 0,3$) (Azwar, 2021). Di bawah ini hasil analisis validitas instrumen *problematic social media use*, *fear of missing out*, dan *social media burnout*.

A. Analisis Item Instrumen *Problematic Social Media Use* (PSMU)

Analisis Validitas Instrumen *Problematic Social Media Use* terdiri dari 15 item. Berdasarkan hasil analisis validitas seluruh item dalam alat ukur ini layak, yaitu nilai korelasi item dengan item total berada di atas 0,3.

Tabel 3. 10 Total Item Instrumen *Problematic Social Media Use* (PSMU)

Dimensi	Sebelum Analisis Item		Setelah Analisis Item	
	No. Item	Jumlah	No. Item	Jumlah
POSI (<i>Preferensi for online social interaction</i>)	1,2,3	3	1,2,3	3
<i>Mood Regulation</i>	4,5,6	3	4,5, 6	2
<i>Cognitive Preoccupation</i>	7,8,9	3	7,8,9	3
<i>Compulsive Social Media Use</i>	10,11,12	3	10,11,12	3
<i>Negative Outcomes</i>	13,14,15	3	13,14,15	3
Total		15		15

B. Analisis Item Instrumen *Fear of Missing Out* (FOMO)

Instrumen *Fear of Missing Out* (FOMO) terdiri dari 10 item. Berdasarkan hasil analisis item menunjukkan bahwa keseluruhan item dari instrumen ini layak, yaitu nilai korelasi item dengan item total berada di atas 0,3.

Tabel 3. 11 Total Item Instrumen Fear of Missing Out (FOMO)

Aspek	Sebelum Analisis Item		Setelah Analisis Item	
	No. Item	Jumlah	No. Item	Jumlah
Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis <i>Relatedness</i>	1,2,3,4,5,6,7	7	1,2,3,4,5,6,7	7
Tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis <i>Self</i>	8,9,10	3	8,9,10	3
Total		10		10

C. Analisis Item Instrumen *Social Media Burnout* (SMB)

Instrumen *Social Media Burnout* (SMB) terdiri dari 11 item. Berdasarkan hasil analisis item menunjukkan bahwa keseluruhan item dari instrument ini layak, yaitu nilai korelasi item dengan item total berada di atas 0,3.

Tabel 3. 12 Total Item Instrumen *Social Media Burnout* (SMB)

Aspek	Sebelum Analisis Item		Setelah Analisis Item	
	No. Item	Jumlah	No. Item	Jumlah
<i>Emotional Exhaustion</i>	5,6,7	3	5,6,7	3
<i>Depersonalization</i>	8,9,10,11	4	8,9,10,11	4
<i>Ambivalence</i>	1,2,3,4	4	1,2,3,4	4
Total		11		11

3.6.2. Analisis Reliabilitas

Analisis reliabilitas dilakukan agar penelitian dapat dikatakan reliabel dengan melihat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Adapaun kategori koefisien korelasi reliabilitas merujuk pada Guilford (Putri, Isrokatun, et al., 2019), adalah sebagai berikut:

Koefisien Korelasi	Interpretasi
0.90-1.00	Sangat reliabel/sangat baik
0.70-0.90	Reliabel/baik
0.40-0.70	Cukup reliabel/cukup baik
0.20-0.40	Kurang reliabel/buruk
<0.20	Tidak reliabel/sangat buruk

Maka hasil analisis reliabilitas pada keseluruhan alat ukur dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- A. Analisis reliabilitas Instrumen *Problematic Social Media Use* (PSMU)
Berdasarkan hasil analisis reliabilitas, instrumen *Problematic Social Media Use* (PSMU) memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0,893 Hal ini menunjukkan bahwa instrumen *Problematic Social Media Use* (PSMU) dalam penelitian ini reliabel.
- B. Analisis reliabilitas Instrumen *Fear of Missing Out* (FOMO)
Berdasarkan hasil uji reliabilitas, instrumen *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0,844 Hal ini menunjukkan bahwa instrumen *Fear of Missing Out* (FOMO) dalam penelitian ini reliabel.
- C. Analisis reliabilitas Instrumen *Social Media Burnout* (SMB)
Berdasarkan hasil uji reliabilitas, instrumen *Social Media Burnout* (SMB) memiliki *Cronbach's Alpha* sebesar 0,892 Hal ini menunjukkan bahwa instrumen *Social Media Burnout* (SMB) dalam penelitian ini reliabel.

3.6.2. Statistik Inferensial

1. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik merupakan uji prasyarat yang perlu dilakukan sebelum melakukan uji hipotesis dengan model regresi. Asumsi-asumsi yang harus terpenuhi di antaranya adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji linearitas, dan uji multikolinearitas (Mardiatmoko, 2020).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan memiliki distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, karena jumlah sampel yang digunakan berada pada cakupan yang besar. Hasil uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 3. 13 Hasil Uji Normalitas Residual Regresi Problematic Social Media Use (PSMU) (X) dan Fear of Missing Out (FOMO)(Z) terhadap Social Media Burnout (SMB)(Y)

One Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
N		505		
Normal Parameters	Rata-rata		0.000000	
	Std. Deviation		7.77197554	
Most Extreme Differences	Absolute		0.39	
	Positive		0.39	
	Negative		-0.30	
Test Statistic		0.039		
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.061		
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig		0.059	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0.052	
		Upper Bound	0.065	
		Bound		

Tabel 3. 14 Hasil Uji Normalitas Residual Regresi Antar-Variabel

One Sample Kolmogorov-Smirnov Test					
		X-Y	X-Z	Z-Y	
N		505	505	505	
Normal Parameters	Rata-rata		0.000	0.000	0.000
	Std. Deviation		6.703	7.595	8.100
Most Extreme Differences	Absolute		0.038	0.031	0.056
	Positive		0.022	0.031	0.056
	Negative		-0.038	-0.031	-0.029

Test Statistic			0.038	0.031	0.056
Asymp. Sig. (2-tailed)			0.084	0.200	0.059
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		0.085	0.271	0.057
	99%	Lower	0.078	0.259	0.052
		Confidence Bound			
		Interval			
		Upper	0.092	0.282	0.062
		Bound			

Berdasarkan hasil uji normalitas pada keseluruhan variabel penelitian ini, diketahui bahwa nilai signifikansi untuk uji normalitas pada regresi variabel *Problematic Social Media Use* (PSMU)(X) dan *Fear of Missing Out* (FOMO)(Z) terhadap *Social Media Burnout* (SMB)(Y) secara simultan adalah sebesar $0,061 > 0,05$. Selanjutnya, untuk hasil uji normalitas pada regresi antar-variabel, diantaranya sebesar 0,084 (*Problematic Social Media Use* (PSMU) terhadap *Social Media Burnout* (SMB)), 0,200 (*Problematic Social Media Use* (PSMU) terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO)(Z)), dan 0,052 (*Fear of Missing Out* (FOMO)(Z) terhadap *Social Media Burnout* (SMB)). Seluruh nilai signifikansi pada data penelitian ini menunjukkan angka di atas 0,05. Maka, dapat dikatakan bahwa seluruh data dalam penelitian ini terdistribusi dengan normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji suatu model regresi untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual dalam satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varians tetap dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya, maka data tersebut disebut homoskedastisitas atau tidak mengalami gejala hetereskedastisitas. Model regresi yang baik ialah model yang di dalamnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Tabel 3. 15 Uji Heteroskedastisitas Problematic Social Media Use (PSMU)(X) dan Fear of Missing Out (FOMO)(Z) terhadap Social Media Burnout (SMB)(Y)

Correlations					
			X	Z	Unstandardized Residual
Spearman's Rho	Problematic Social Media Use (X)	Correlation	1.000	0.443	0.024
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)		0.000	0.583
		N	505	505	505
	Fear of Missing Out (Z)	Correlation	0.443	1.000	0.013
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	0.000		0.776
		N	505	505	505
	Unstandardized Residual	Correlation	0.24	0.013	1.000
Coefficient					
Sig. (2-tailed)		0.583	0.776		
	N	505	505	505	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Tabel 3. 16 Uji Heteroskedastisitas Problematic Social Media Use (PSMU)(X) terhadap Social Media Burnout (SMB)(Y)

Correlations					
			PSMU	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	Problematic Social Media Use (PSMU)	Correlation	1.000	0.005	
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)		0.908	
		N	505	505	
	Unstandardized Residual	Correlation	0.005	1.000	
		Coefficient			
		Sig. (2-tailed)	0.908		
		N	505	505	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Tabel 3. 17 Uji Heteroskedastisitas Problematic Social Media Use (PSMU)(X) terhadap Fear of Missing Out (FOMO)(Z)

Correlations				
			PSMU	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Problematic Social Media Use (PSMU)	Correlation	1.000	0.074
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)		0.097
		N	505	505
	Unstandardized Residual	Correlation	0.074	1.000
		Coefficient		
Sig. (2-tailed)		0.097		
	N	505	505	
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)				

Tabel 3. 18 Uji Heteroskedastisitas Fear of Missing Out (FOMO)(Z) terhadap Social Media Burnout (SMB)(Y)

Correlations				
			FOMO	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Fear of Missing Out (FOMO)	Correlation	1.000	0.014
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)		0.751
		N	505	505
	Unstandardized Residual	Correlation	0.014	1.000
		Coefficient		
Sig. (2-tailed)		0.752		
	N	505	505	
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)				

Uji heteroskedastisitas yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *Rank Spearman Rho*, yaitu dengan melihat nilai signifikansi pada *undstandardized residual*. Jika nilai signifikansi di atas 0,05 maka artinya tidak terdapat gejala

heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 3.15, 3.16, 3.17, dan 3.18 di atas.

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan, diketahui bahwa nilai signifikansi pada uji heteroskedastisitas pada uji regresi antara variabel *Problematic Social Media Use* (PSMU) dan *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap *Social Media Burnout* (SMB) secara simultan, diantaranya untuk nilai signifikansi *Problematic Social Media Use* (PSMU) sebesar 0.583. Kemudian untuk variabel *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki nilai signifikansi sebesar 0.776. Kemudian, untuk nilai signifikansi pada uji heteroskedastisitas untuk uji regresi variabel *Problematic Social Media Use* (PSMU) terhadap *Social Media Burnout* (SMB) adalah sebesar 0,908. Selanjutnya, untuk nilai signifikansi pada uji heteroskedastisitas untuk uji regresi variabel *Problematic Social Media Use* (PSMU) terhadap *Fear of Missing Out* (FOMO) sebesar 0,097. Terakhir, nilai signifikansi pada uji heteroskedastisitas untuk uji regresi *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap *Social Media Burnout* (SMB) sebesar 0,752. Hasil dari uji heteroskedastisitas keseluruhannya memiliki nilai signifikansi di atas 0,05, artinya tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

c. Uji Linearitas

Uji linearitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih apakah berhubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas ini dilakukan sebagai syarat untuk melakukan uji analisis korelasi atau regresi linear.

Uji ini dilakukan dengan *software SPSS 27* dengan membandingkan p dengan nilai signifikansi 0,05. Apabila p lebih kecil dari taraf signifikansi, maka hubungan dari variabel-variabel tersebut dapat dikatakan linear (Rangkuti, 2012). Hasil uji linearitas sebagai berikut:

Tabel 3. 19 Uji Linearitas Problematic Social Media Use (PSMU) terhadap Social Media Burnout (SMB)

ANOVA Tables							
			Sum of Squares	df	Rata-rata Squares	F	Sig.
<i>Social Media Burnout (SMB)*Problematic Social Media Use (PSMU)</i>	Between Groups	(Combined)	8381.520	45	186.256	2.848	0.000
		Linearity	4682.812	1	4682.812	71.602	0.000
		Deviation from Linearity	3698.708	44	84.062	1.285	0.111
	Within Groups		30018.705	459	65.400		
	Total		38400.226	504			

Tabel 3. 20 Uji Linearitas Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Social Media Burnout (SMB)

ANOVA Tables							
			Sum of Squares	df	Rata-rata Squares	F	Sig.
<i>Social Media Burnout (SMB)*Fear of Missing Out (FOMO)</i>	Between Groups	(Combined)	10167.762	34	299.052	4.978	0.000
		Linearity	6670.197	1	6670.197	111.042	0.000
		Deviation from Linearity	3497.565	33	105.987	1.764	0.006
	Within Groups		28232.464	470	60.069		
	Total		38400.226	504			

Tabel 3. 21 Uji Linearitas Problematic Social Media Use (PSMU) terhadap Fear of Missing Out (FOMO)

ANOVA Tables							
<i>Fear of Missing Out (FOMO)*Problematic Social Media Use (PSMU)</i>			Sum of Squares	df	Rata-rata Squares	F	Sig.
<i>Problematic Social Media Use (PSMU)</i>	Between Groups	(Combined)	6861.469	45	152.477	3.440	0.000
		Linearity	5374.244	1	5374.244	121.25	0.000
	Within Groups	Deviation from Linearity	1487.225	44	33.801	0.763	0.866
				20344.285	459	44.323	
Total			27205.754	504			

Berdasarkan hasil uji linearitas yang dilakukan pada variabel *Problematic Social Media Use (PSMU)* terhadap *Social Media Burnout (SMB)*, *Fear of Missing Out (FOMO)* terhadap *Social Media Burnout (SMB)*, dan variabel *Problematic Social Media Use (PSMU)* terhadap *Fear of Missing Out (FOMO)* diketahui bahwa nilai signifikansi untuk *linearity* adalah $0.000 < 0,05$. Maka dengan ini dapat dikatakan bahwa variabel dalam penelitian ini linear.

d. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji hubungan linear antar variabel independent dalam penelitian ini, yaitu *Problematic Social Media Use (PSMU)* dan *Fear of Missing Out (FOMO)*. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak terjadi multikolinearitas pada variabel-variabel independennya. Identifikasi multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai toleransi dan VIF (Variance Inflation Factor). Jika nilai toleransi lebih besar dari 0,10 atau nilai VIF kurang dari 10. Maka, tidak terjadi multikolinearitas pada variabel model regresi dalam penelitian ini. Hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3. 22 Hasil Uji Multikolinearitas

Collinearity Statistics			
Model		Tolerance	VIF
1	Problematic Social Media Use (PSMU)	0.806	1.240
	Fear of Missing Out (FOMO)	0.806	1.240
Dependent Variabel: Social Media Burnout			

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas di atas, diperoleh hasil signifikansi tolerance sebesar $0,806 > 0,10$ dan VIF sebesar $1,240 < 10$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel *Problematic Social Media Use (PSMU)* dan *Fear of Missing Out (FOMO)*.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear dan analisis alur (*path analysis*) yang memiliki tujuan untuk memperoleh nilai regresi antar variabel, yaitu dari variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y) setelah dikontrol oleh variabel mediator (Z). Hal tersebut sesuai dengan model hubungan kausal yang dijelaskan oleh tokoh Baron & Kenny (1986) yang menyatakan bahwa pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat akan berkurang dan tidak signifikan, atau bahkan bernilai nol setelah melewati jalur atau diintervensi oleh variabel mediator.

Selanjutnya, untuk menguji hipotesis utama dalam penelitian ini yaitu hipotesis mediasi, digunakan Uji Sobel (*Sobel Test*) untuk menguji hipotesis mediasi dengan rumus berikut:

$$Z = \frac{ab}{Sab}$$

Nilai Sab diperoleh menggunakan rumus berikut:

$$Sab = \sqrt{b^2Sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2}$$

Keterangan:

Sab : Besarnya eror pengaruh tidak langsung

A : Jalur variabel independent (X) dengan variabel mediasi (Z)

B : Jalur variabel mediasi (Z) dengan variabel dependen (Y)

Sa : Standar eror koefisien jalur *a*

Sb : Standar eror koefisien jalur *b*