

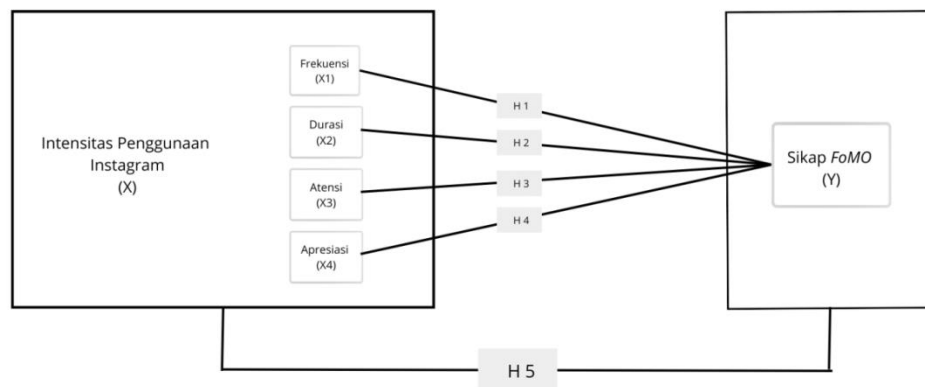
BAB III

METODE PENELITIAN

Pada bagian ini, peneliti akan membahas mengenai seluruh hal yang berkaitan dengan persiapan penelitian. Berupa desain penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, uji instrument, prosedur penelitian, dan analisis data penelitian.

3.1. Desain Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian, desain penelitian sangat diperlukan untuk mempermudah melakukan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel yang sudah ditentukan. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis penelitian yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020, hlm.14).



Selanjutnya, peneliti menggunakan metode korelasi. Peneliti berupaya untuk mengukur hubungan antara 2 variabel atau lebih dan menyelidiki sejauh mana variabel tersebut saling berhubungan. Peneliti memilih metode korelasional karena peneliti bermaksud untuk mencari tahu apakah terdapat pengaruh antara variabel intensitas penggunaan akun instagram yang terbagi menjadi empat turunan variabel yaitu frekuensi, durasi, apresiasi dan atensi terhadap variabel sikap *FoMO* pada generasi Z seperti pada diagram di atas.

Dalam hal ini, penelitian dilakukan pada pengikut akun instagram @rachelvennya yang merupakan generasi Z baik perempuan maupun laki laki.

3.2. Partisipan

Peneliti menentukan beberapa karakteristik partisipan atau responden dalam proses pengambilan data yang sesuai, sebagai berikut:

- a. Perempuan atau laki-laki yang lahir pada rentang tahun 1997-2005 (Generasi Z).
- b. Merupakan *followers* akun instagram @rachelvennya

Peneliti menentukan kriteria di atas sebagai partisipan penelitian adalah karena pria dan wanita kelahiran pada tahun tersebut merupakan Gen Z, dimana generasi ini merupakan generasi yang sangat aktif menggunakan instagram, selain itu dipilih pada rentang tahun 1997-2007 untuk memastikan bahwa sampel yang diambil benar-benar merepresentasikan gen Z. Partisipan dibatasi pada rentang tahun kelahiran tersebut adalah karena berdasarkan laporan dari *The Common Sense Census* generasi Z yang lahir mulai 2008 hingga saat ini sudah tidak lagi intens menggunakan instagram melainkan mereka berfokus dan intens menggunakan media sosial TikTok dan Youtube

3.3. Populasi dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Populasi penelitian ini adalah *followers* akun instagram @rachelvennya. Peneliti memilih akun instagram @rachelvennya sebagai populasi adalah karena berdasarkan observasi yang dilakukan peneliti bahwa mayoritas generasi Z merasa sangat terpengaruh terhadap konten-konten yang dihadirkan di akun instagram @rachelvennya. Akun instagram @rachelvennya merupakan akun yang telah terverifikasi oleh instagram, akun ini banyak mengikuti trend yang sedang ramai diperbincangkan mulai dari gaya hidup, *fashion* maupun *event*. Maka diketahui populasi dalam penelitian ini sebanyak 7.833.837 *followers* terhitung pada tanggal 12 Juli 2024

3.3.2 Teknik Sampling

Sampel dihitung menggunakan rumus *Isac* dan *Michael* dengan rumus:

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2(n-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

$$S = \frac{3,841 \times 7.833.837 \times 0,5 \times 0,5}{0,05 \times 0,05(7.833.837 - 1) + 3,841 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$S = 384,08$$

$$S = 384$$

Keterangan:

- S : Jumlah Sampel
 λ^2 : Tabel nilai Chi Square disesuaikan dengan tingkat kepercayaan dalam penelitian
 d : *Sampling error* = 5%
 N : Jumlah Populasi
 P : Peluang benar (0,5)
 Q : Peluang salah (0,5)

Dari perhitungan di atas, dengan jumlah populasi sebesar **7.833.837**, menggunakan *error sampling* sebesar **5%**, diperoleh hasil sampel sejumlah **386** orang sebagai sampel penelitian dari total populasi tersebut

3.4. Instrumen Penelitian

3.4.1 Kuesioner Penelitian

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner. Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi pertanyaan-pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien untuk dilakukan terhadap populasi dan sampel yang cukup besar (Sugiyono, 2020, hlm. 229). Kuesioner akan dikirimkan kepada

responden yang memenuhi kriteria untuk mengisi kuesioner penelitian agar mendapat data sesuai dengan yang diharapkan.

Kuesioner yang akan diberikan kepada responden akan memuat beberapa pertanyaan mengenai intensitas penggunaan akun media sosial dan sikap *FoMO*. Kuesioner akan diberikan peneliti kepada responden melalui pesan langsung atau *direct message* di media sosial instagram. Kuesioner yang akan disebar berisikan tiga bagian. Bagian pertama bagian identitas atau biodata responden, bagian kedua berisi tentang pertanyaan indikator variabel intensitas penggunaan media sosial instagram, dan bagian terakhir berisikan pertanyaan indikator variabel sikap *FoMO*.

3.4.2 Studi Kepustakaan

Pada penelitian ini, studi kepustakaan yang akan dilakukan adalah melalui pengumpulan data dari buku baik cetak maupun *online*, jurnal penelitian, artikel, situs internet serta penelitian-penelitian terdahulu dengan syarat bahwa penelitian terdahulu harus bersinggungan dengan perihal intensitas penggunaan media sosial dan sikap *FoMO*.

3.4.3 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala likert, menurut Sugiyono (2020) skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi terhadap suatu fenomena.

Tabel 3. 1 Skala Pengukuran

Skala	Nilai
Selalu	4
Sering	3
Jarang	2
Tidak Pernah	1

3.4.4 Definisi Variabel

Terdapat dua variabel pada penelitian yang dilakukan ini, yaitu satu variabel independen atau variabel bebas dan satu variabel dependen atau terikat. Menurut Sugiyono (2020, hlm. 79), variabel bebas atau independen adalah variabel yang mempengaruhi atau variabel yang menjadi sebab munculnya variabel dependen atau variabel terikat.

Sedangkan variabel dependen adalah variabel sebagai akibat atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas / independen.

Dalam penelitian yang dilakukan ini, variabel intensitas penggunaan media sosial merupakan variabel bebas / independen (X) yang memiliki tiga sub variabel yaitu Frekuensi (X1), durasi (X2), atensi (X3), Apresiasi (X4) (Sartika & Sugiharsono, 2020, hlm. 84). Sedangkan, sikap *FoMO* menjadi variabel terikat. Kedua variabel ini memiliki hubungan sebab-akibat. Yang mana apabila semakin tinggi X, maka begitu pula dengan Y. Hubungan variabel yang dirasa cocok dengan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut,

Intensitas penggunaan media sosial instagram memiliki 4 indikator yang bisa digunakan untuk mengukur tingkat intensitas penggunaan instagram yaitu (Sartika & Sugiharsono, 2020, hlm.84),

1. Frekuensi, merupakan jumlah dadri seberapa banyak atau berapa kali individu mengakses atau menggunakan media sosialnya dalam sehari.
2. Durasi, dalam hal ini berkaitan dengan berapa lama waktu yang dihabiskan oleh individu selama menggunakan media sosialnya.
3. Atensi, dalam hal ini atensi berkaitan dengan perhatian yang diberikan individu atau pengguna media sosial terhadap konten-konten yang dihadirkan
4. Apresiasi, merupakan penyerapan informasi yang didapat dari media sosial individu untuk memahami, menyimpan informasi atau pengalaman-pengalaman orang lain yang didapat dari media sosial

Variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel terikat adalah sikap *FoMO* yang terdiri dari 3 indikator yaitu kekhawatiran, keinginan untuk tetap terhubung, dan perasaan terganggu.

Menurut Przybylski dkk, 2013, ada beberapa indikator yang dapat digunakan untuk mengukur sikap *FoMO* pada pengguna media sosial, yaitu:

1. Kekhawatiran

Adalah keadaan tidak menyenangkan dimana individu merasa kehilangan kesempatan atau ketinggalan informasi dan aktivitas yang penting terjadi di lingkaran sosialnya.

2. Keinginan untuk tetap terhubung.

Adalah keadaan di mana individu memiliki dorongan yang kuat untuk terus terhubung atau terlibat dengan apa yang sedang dilakukan oleh lingkaran sosialnya.

3. Perasaan terganggu

Adalah perasaan tidak nyaman dan terganggu ketika tidak dapat mengakses atau terhubung dengan media sosial dalam kurun waktu tertentu

3.4.5 Operasional Variabel

Tabel 3. 2 Operasional Variabel

Jenis Variabel	Indikator	Instrumen
Intensitas Penggunaan Media Sosial (Instagram)	Definisi:	Intensitas penggunaan media sosial adalah kekuatan atau kedalaman sikap terhadap sesuatu. Intensitas dapat diartikan sebagai bentuk perhatian dan minat didasarkan pada kualitas dan kuantitas yang ditunjukkan oleh individu. Intensitas dapat dilihat dari frekuensi, durasi, atensi dan apresiasi (Sartika & Sugiharsono, 2020, hlm. 74).
	Skala: Likert	
	Frekuensi (X1)	1. Saya membuka aplikasi instagram dalam sehari 2. Saya memperbarui story di instagram 3. Saya memperbarui <i>feeds</i> di instagram 4. Saya memeriksa notifikasi dan pesan di instagram dalam sehari 5. Saya memberikan comment pada postingan orang lain di instagram dalam sehari 6. Saya memberikan likes pada postingan orang lain di instagram dalam sehari 7. Saya menggunakan instagram ketika sedang melakukan aktivitas lain (sambil makan, menunggu dll) 8. Saya membuka aplikasi instagram sebelum tidur 9. Saya menggunakan instagram saat bangun pagi 10. Saya mengakses instagram dalam satu

Ade Indriani br Sitepu, 2024

Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Sikap Fear of Missing Out (FoMO) Pada Generasi Z (Studi Korelasi Pada Followers akun instagram @rachelvennya)

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Jenis Variabel	Indikator	Instrumen
Intensitas Penggunaan Media Sosial (Instagram)	Definisi: Intensitas penggunaan media sosial adalah kekuatan atau kedalaman sikap terhadap sesuatu. Intensitas dapat diartikan sebagai bentuk perhatian dan minat didasarkan pada kualitas dan kuantitas yang ditunjukkan oleh individu. Intensitas dapat dilihat dari frekuensi, durasi, atensi dan apresiasi (Sartika & Sugiharsono, 2020, hlm. 74).	
		minggu
	Durasi (X2)	1. Berapa lama rata-rata anda menggunakan instagram dalam sehari? 2. Berapa lama anda menggunakan instagram setiap kali membuka aplikasi? 3. Berapa lama anda menghabiskan waktu untuk melihat-lihat (scrolling) konten di instagram? 4. Berapa lama anda menggunakan instagram sebelum tidur? 5. Berapa lama anda mengakses instagram setelah bangun pagi? 6. Berapa lama anda menggunakan instagram saat sedang melakukan aktivitas lain? 7. Berapa lama anda menggunakan instagram dalam seminggu 8. Berapa lama anda biasanya menghabiskan waktu untuk melihat postingan dari akun-akun yang anda ikuti setiap hari 9. Berapa lama anda biasanya menghabiskan waktu mengirim dan membaca pesan langsung (DM) setiap harinya? 10. Berapa lama anda biasanya menghabiskan waktu mengecek notifikasi di instagram setiap hari?
	Atensi (X3)	1. Saya menggunakan instagram karena banyak hal-hal yang saya sukai 2. Saya menikmati aktivitas ketika menggunakan instagram 3. Saya melewatkan beberapa tugas dan pekerjaan ketika sedang menggunakan instagram 4. Saya menggunakan instagram karena terdapat banyak fitur yang saya sukai 5. Saya selalu membaca caption setiap postingan 6. Saya selalu menyimpan postingan untuk dijadikan referensi 7. Saya selalu memiliki waktu untuk memeriksa

Ade Indriani br Sitepu, 2024

Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Sikap Fear of Missing Out (FoMO) Pada Generasi Z (Studi Korelasi Pada Followers akun instagram @rachelvennya)

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Jenis Variabel	Indikator	Instrumen
Intensitas Penggunaan Media Sosial (Instagram)	Definisi: Intensitas penggunaan media sosial adalah kekuatan atau kedalaman sikap terhadap sesuatu. Intensitas dapat diartikan sebagai bentuk perhatian dan minat didasarkan pada kualitas dan kuantitas yang ditunjukkan oleh individu. Intensitas dapat dilihat dari frekuensi, durasi, atensi dan apresiasi (Sartika & Sugiharsono, 2020, hlm. 74).	
		pembaruan instagram 8. Saya sering terlibat dalam diskusi atau komentar di sebuah postingan 9. Saya merasa mengikuti trend di instagram perlu agar tidak ketinggalan 10. Saya sering memikirkan konten apa yang akan saya posting di instagram
	Apresiasi (X3)	1. Saya merasa terhibur dengan postingan atau konten yang diposting oleh akun @rachelvennya 2. Saya sering merasa termotivasi dengan postingan di akun @rachelvennya 3. Saya sering me-like postingan @rachelvennya 4. Saya merasa kagum terhadap konten / gaya hidup yang ditampilkan di akun @rachelvennya 5. Saya sering membagikan postingan dari akun @rachelvennya di media sosial saya 6. Saya merasa memiliki kedekatan dengan Rachel Vennya melalui konten yang diposting akun @rachelvennya 7. Saya sering menggunakan produk/ layanan yang direkomendasikan oleh akun @rachelvennya 8. Saya merasa akun @rachelvennya memberikan manfaat pada saya 9. Saya merasa instagram memperkaya kehidupan sosial saya 10. Saya merasa konten iklan di instagram sesuai dengan minat dan kebutuhan saya

Jenis Variabel	Indikator	Instrumen
Variabel Y (sikap FoMO)	Definisi: <i>FoMO</i> atau rasa takut ketinggalan adalah perasaan yang mendorong untuk terus terhubung dengan orang lain karena takut kehilangan moment-moment yang dirasakan orang lain. Yang mana menurut Przybylski sikap ini dapat diukur dengan tiga indicator yaitu Kekhawatiran, Keinginan untuk tetap terhubung dan perasaan terganggu apabila tidak terhubung dengan media sosial	
		5. Saya merasa tidak nyaman jika tidak dapat bergabung dalam percakapan atau kegiatan yang sedang dilakukan teman-teman saya 6. Saya selalu memastikan bahwa saya tidak melewatkan hal penting yang dilakukan orang-orang di sekitar saya 7. Saya merasa tidak nyaman jika tidak dapat terhubung dengan apa yang sedang terjadi di lingkungan sosial saya 8. Saya selalu berusaha untuk tetap aktif dan terlibat dalam kegiatan sosial teman-teman saya 9. Saya merasa tidak nyaman jika saya tidak dapat mengikuti perkembangan terbaru dari kegiatan dan pengalaman teman-teman saya
	Perasaan terganggu	1. Saya merasa cemas dan gelisah jika tidak dapat mengakses instagram dalam waktu yang lama 2. Saya merasa frustrasi jika terjadi masalah koneksi internet sehingga saya tidak dapat menggunakan media sosial 3. Saya merasa terganggu ketika harus meninggalkan media sosial dalam waktu yang lama untuk melakukan aktivitas lain 4. Saya merasa kurang fokus dan tidak dapat berkonsentrasi jika tidak dapat mengakses media sosial 5. Saya merasa khawatir jika terjadi gangguan pada perangkat yang saya gunakan untuk mengakses media sosial 6. Saya merasa kesulitan untuk bersantai dan menikmati waktu luang jika tidak dapat menggunakan media sosial 7. Saya merasa tidak tenang ketika harus menunggu tanpa menggunakan media sosial 8. Saya merasa terganggu dan tidak sabar jika mengalami kendala teknologi yang menghambat penggunaan media sosial 9. Saya merasa tidak nyaman dan kurang

Jenis Variabel	Indikator	Instrumen
Variabel Y (sikap FoMO)	Definisi: FoMO atau rasa takut ketinggalan adalah perasaan yang mendorong untuk terus terhubung dengan orang lain karena takut kehilangan moment-moment yang dirasakan orang lain. Yang mana menurut Przybylski sikap ini dapat diukur dengan tiga indikator yaitu Kekhawatiran, Keinginan untuk tetap terhubung dan perasaan terganggu apabila tidak terhubung dengan media sosial	
		produktif jika harus menjauhkan diri dari media sosial dalam waktu yang lama 10. Saya merasa terganggu dan tidak bisa santai jika tidak dapat mengakses media sosial sehari-hari

3.5. Pengujian Instrumen Penelitian

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menguji valid atau tidaknya sebuah instrumen. Uji validitas ini dilakukan guna mengetahui tingkat kesahihan suatu instrumen. Dalam uji ini, instrument yang dipakai harus benar-benar mengukur apa yang sesungguhnya harus diukur. Korelasi *Pearson Product Moment* adalah sebuah rumus yang digunakan untuk menguji validitas instrumen. Rumus yang digunakan yaitu:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} - \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

N = Banyaknya sampel

X = Skor butir yang diperoleh dari seluruh item

Y = Skor total butir yang diperoleh dari seluruh item

Kriteria dalam penilaian uji validitas adalah dengan *error tolerance* 5 % sbb:

1. $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dan $\text{sig} < 0.05$ maka pernyataan tersebut dapat dinyatakan valid
2. $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ dan $\text{sig} > 0.05$. Maka pernyataan tersebut dikatakan tidak valid

Tabel 3. 3 Uji Validitas

Variabel	No	Corrected Item Correlation	Rtabel (N=100)	Keterangan
Variabel Bebas (X): Intensitas penggunaan instagram	1.	0.402	0.195	Valid
	2.	0.601	0.195	Valid
	3.	0.663	0.195	Valid
	4.	0.765	0.195	Valid
	5.	0.630	0.195	Valid
	6.	0.501	0.195	Valid
	7.	0.479	0.195	Valid
	8.	0.650	0.195	Valid
	9.	0.594	0.195	Valid
	10.	0.737	0.195	Valid
	11.	0.664	0.195	Valid
	12.	0.733	0.195	Valid
	13.	0.745	0.195	Valid
	14.	0.615	0.195	Valid
	15.	0.666	0.195	Valid
	16.	0.698	0.195	Valid
	17.	0.665	0.195	Valid
	18.	0.702	0.195	Valid
	19.	0.624	0.195	Valid
	20.	0.732	0.195	Valid
	21.	0.482	0.195	Valid
	22.	0.625	0.195	Valid
	23.	0.617	0.195	Valid

Variabel	No	Corrected Item Correlation	Rtabel (N=100)	Keterangan
	24.	0.533	0.195	Valid
	25.	0.695	0.195	Valid
	26.	0.656	0.195	Valid
	27.	0.695	0.195	Valid
	28.	0.551	0.195	Valid
	29.	0.548	0.195	Valid
	30.	0.547	0.195	Valid
	31.	0.425	0.195	Valid
	32.	0.342	0.195	Valid
	33.	0.527	0.195	Valid
	34.	0.528	0.195	Valid
	35.	0.407	0.195	Valid
	36.	0.235	0.195	Valid
	37.	0.578	0.195	Valid
	38.	0.501	0.195	Valid
	39.	0.491	0.195	Valid
	40.	0.527	0.195	Valid
Variabel Dependen (Y) : <i>Fear of Missing Out</i>	41.	0.741	0.195	Valid
	42.	0.790	0.195	Valid
	43.	0.635	0.195	Valid
	44.	0.735	0.195	Valid
	45.	0.679	0.195	Valid
	46.	0.722	0.195	Valid
	47.	0.640	0.195	Valid
	48.	0.622	0.195	Valid
	49.	0.670	0.195	Valid
	50.	0.694	0.195	Valid
	51.	0.583	0.195	Valid

Variabel	No	Corrected Item Correlation	Rtabel (N=100)	Keterangan
	52.	0.667	0.195	Valid
	53.	0.720	0.195	Valid
	54.	0.647	0.195	Valid
	55.	0.597	0.195	Valid
	56.	0.740	0.195	Valid
	57.	0.691	0.195	Valid
	58.	0.634	0.195	Valid
	59.	0.675	0.195	Valid
	60.	0.722	0.195	Valid
	61.	0.668	0.195	Valid
	62.	0.543	0.195	Valid
	63.	0.732	0.195	Valid
	64.	0.595	0.195	Valid
	65.	0.712	0.195	Valid
	66.	0.697	0.195	Valid
	67.	0.675	0.195	Valid
	68.	0.731	0.195	Valid
	69.	0.709	0.195	Valid

Olahan Peneliti, 2024

3.5.2 Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang mengukur konsistensi dan stabilisasi nilai berdasarkan hasil skala pengukuran tertentu. Uji reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya. Uji reliabilitas akan melihat derajat ketepatan atau konsistensi skor yang didapatkan dari instrument yang diuji ke subjek tertentu secara berulang. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas akan dilakukan dengan rumus *Cronbach Alpha*.

Tabel 3. 4 Kriteria Kategori

Ade Indriani br Sitepu, 2024

Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Sikap Fear of Missing Out (FoMO) Pada Generasi Z (Studi Korelasi Pada Followers akun instagram @rachelvennya)

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Interval	Kriteria
<0.002	Sangat Rendah
0.002 - 0,399	Rendah
0.400 - 0.599	Cukup
0,600-0.799	Tinggi
0,800-1.000	Sangat Tinggi

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach Score	Critical r	Hasil
Variabel Bebas (X) Intensitas	0.952	0.800-1.00	Reliabilitas Sangat Tinggi
Variabel Terikat (Y) Fear of Missing Out	0.958	0.800-1.00	Reliabilitas Sangat Tinggi

Olahan Peneliti, 2024

3.6. Prosedur Penelitian

Dalam sebuah penelitian tentunya harus mengikuti serangkaian tahapan penelitian. Adapun beberapa tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan topik dan menemukan gap penelitian yang kemudian dikembangkan menjadi penelitian.
2. Membuat rancangan rumusan masalah, agar target penelitian jelas dan terarah.
3. Mencari sumber-sumber studi pustaka dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian.
4. Membuat hipotesis atau dugaan sementara yang akan diuji kebenarannya.
5. Menentukan metode yang akan digunakan dalam penelitian beserta rumusan-rumusan statistika yang digunakan sebagai bahan dalam analisis data.
6. Menetapkan kuesioner sebagai alat untuk mengukur data penelitian.

7. Setelah data yang dibutuhkan terkumpul, maka data diolah dengan rumus-rumus statistika yang telah ditentukan agar lebih mudah untuk menganalisis dan memahami hasil penelitian.
8. Setelah berbagai hasil penelitian ditemukan, maka peneliti dapat membuat kesimpulan, saran dan rekomendasi penelitian.

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1 Analisis Data Deskriptif

Pada penelitian yang dilakukan ini, peneliti menggunakan teknik analisis data deskriptif. Teknik analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara menggambarkan data yang terkumpul. Teknik ini dipakai untuk menjelaskan atau menggeneralisasi populasi atau sampel terhadap hubungan oleh variabel-variabel yang dipakai (Sugiyono, 2020, hal. 236). Pernyataan yang dibangun oleh peneliti pada rumusan masalah penelitian akan dijawab berdasar pada analisis data deskriptif, yakni untuk mengetahui pengaruh antara intensitas penggunaan instagram terhadap sikap *FoMO* pada generasi Z. Analisis data deskriptif merupakan langkah penting dalam penelitian kuantitatif karena memberikan pemahaman dasar mengenai data, memfasilitasi pemilihan teknik analisis lanjutan serta membantu dalam komunikasi dan interpretasi hasil penelitian.

3.8. Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi sebuah data. Distribusi normal merupakan distribusi simetris yang mana mean, media, dan modus berada di pusat. Uji normalitas biasanya digunakan untuk menguji atau mengukur sebuah data yang berbentuk skala ordinal, rasio maupun interval (Nuryadi, dkk., 2017, hal. 79). Murwani (dalam Nuryadi, dkk., 2017, hlm.80), uji normalitas digunakan untuk mengetahui data yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dasar yang

menjadikan pengambilan keputusan adalah normal atau tidaknya sebuah data berdistribusi adalah apabila

- a. $\text{Sig} > \text{dari } 0,05$ maka data berdistribusi normal
- b. $\text{Sig} < \text{dari } 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan analisis *Kolmogorov-Smirnov* karena merupakan salah satu cara untuk menentukan normalitas sebuah data. Uji normalitas digunakan untuk memastikan bahwa data memenuhi asumsi yang diperlukan, sehingga analisis statistik dapat dilakukan dengan tepat dan hasil penelitian dapat diinterpretasikan dengan baik.

3.9. Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Korelasi

Uji korelasi adalah uji yang digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antar variabel. Uji korelasi dipilih berdasarkan normalitas data. Normal atau tidaknya sebuah data akan mempengaruhi kepada keputusan pemilihan uji korelasi. Apabila data berdistribusi normal, maka dapat menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Namun, apabila data tidak berdistribusi normal maka dapat digunakan uji korelasi jenis *Rank Spearman* dan *Kendall Tau* (Sugiyono, hlm. 379, 2020).

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan uji korelasi *Spearman* dengan keputusan:

- c. Apabila $\text{sig} < 0,05$ maka terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y
- d. Apabila $\text{sig} > 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y

Dengan tingkat korelasi seperti di bawah ini:

Tabel 3. 6 Kategorisasi Tingkat Korelasi

Interval	Tingkat Korelasi
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah

Ade Indriani br Sitepu, 2024

Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Sikap Fear of Missing Out (FoMO) Pada Generasi Z (Studi Korelasi Pada Followers akun instagram @rachelvennya)
Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

Interval	Tingkat Korelasi
0,40-0,599	Sedang/ Moderat
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber: Darmawan, 2013

3.9.2 Uji Regresi Linier Berganda

Penelitian ini terdiri dari 4 sub variabel X dan 1 variabel Y, maka termasuk pada penelitian dengan analisis regresi berganda. Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mencari tahu hubungan atau pengaruh antara variabel independent dan dependent (Purnomo, 2016, hal. 161). Maka penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda untuk melihat pengaruh yang terjadi antara Variabel X yaitu intensitas penggunaan instagram terhadap variabel Y sikap *FoMO*. Maka, rumus dari uji regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan:

Y : Sikap *FoMO*

A : Konstanta

β_1 : Koefisien regresi pada variabel frekuensi

β_2 : Koefisien regresi pada variabel durasi

β_3 : Koefisien regresi pada variabel atensi

β_4 : Koefisien regresi pada variabel apresiasi

X1: Frekuensi

X2: Durasi

X3: Atensi

X4: Apresiasi

3.9.3 Uji Parsial (Uji - T)

Uji parsial dilakukan guna menganalisis regresi berganda untuk melihat variabel manakah yang lebih berpengaruh dibandingkan variabel lainnya secara parsial (Ulum, 2018, hal. 49), sehingga dapat ditentukan hipotesis yang telah disusun dan ditarik kesimpulan dari hasil yang didapatkan peneliti. Tingkat *error sampling* pada penelitian ini adalah 5% atau 0.05 dengan hasil maksimal signifikansi sebesar

Ade Indriani br Sitepu, 2024

Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Sikap Fear of Missing Out (FoMO) Pada Generasi Z (Studi Korelasi Pada Followers akun instagram @rachelvennya)

Universitas Pendidikan Indonesia | Repository.upi.edu | Perpustakaan.upi.edu

adalah 95%. Rumus untuk memperoleh t Ttabel pada penelitian adalah seperti berikut.

$$T_{tabel} = \frac{\alpha}{2} : n - k - 1 \text{ atau } f_{t \text{ residual}}$$

Keterangan:

α : 0,05 atau 5% (*Signifikansi penelitian*)

n: Jumlah sampel

k: jumlah variabel

Dalam penentuan hipotesis diterima atau ditolak, ditentukan dengan nilai t_{hitung} dan batas nilai t_{tabel} (Nuryadi, 2017, hlm. 96), melalui ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai sig < 0,05 atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima dan H_o ditolak
- b. Jika nilai sig > 0,05 maka H_a ditolak dan H_o diterima.

3.9.4 Uji Simultan (Uji - F)

Uji simultan atau Uji F merupakan uji yang dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel guna melihat apakah semua variabel secara bersama-sama berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen (Junaidi, 2018, hal. 13).

- a. Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_o akan ditolak dan H_a akan diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersama-sama.
- b. Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_o akan diterima dan H_a akan ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Uji simultan dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$df_1 = k - 1$$

$$df_2 = n - k$$

Keterangan:

k : Jumlah seluruh variabel (independen+dependen)

n : Jumlah sampel pada penelitian

3.9.5 Uji Koefisien Determinasi (R) dan Adjusted (R^2)

Koefisien determinasi merupakan angka antara 0-1 yang mengukur seberapa baik model statistic memprediksi suatu hasil. Nilai R^2 yang paling rendah adalah 0 dan yang paling tinggi adalah 1. Secara sederhana dapat diartikan bahwa semakin baik suatu model dalam membuat prediksi, semakin dekat R^2 nya ke 1 (Turney, 2023). Uji digunakan untuk mengetahui besar kontribusi dari variabel X secara bersama-sama terhadap variabel Y dengan dilihat dari nilai koefisien determinasi total. R^2 bertujuan membuktikan pengaruh luar variabel yang diuji terhadap variabel sedangkan nilai Adjusted R^2 bisa saja turun apabila satu variabel bebas ditambahkan ke dalam suatu model (Kusnendi, 2017, hlm. 3).

3.10. Etika Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bantuan *Artificial Intelligence* (AI) berikut untuk membantu proses penelitian. Pertama, Chat GPT yang digunakan peneliti untuk membantu peneliti dalam mencari literatur yang relevan dan kredibel kemudian . Kedua, peneliti menggunakan *Connected Paper* yang digunakan peneliti untuk mencari sumber pustaka yang saling berkaitan guna memperkecil jangkauan sumber pustaka sesuai topik penelitian peneliti. Terakhir peneliti menggunakan Grammarly untuk menerjemahkan, kemudian diparafrase oleh peneliti dan mengedit kualitas bahasa dalam penelitian ini