

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang menekankan analisis pada data-data kuantitatif berupa angka yang dikumpulkan melalui prosedur pengukuran dan diolah dengan metode analisis statistika (Azwar, 2022:5). Adapun tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yakni penelitian survei. Prasetyo dan Jannah (2019) mendefinisikan penelitian survei adalah salah satu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan sistematis atau terstruktur (kuisioner) yang sama kepada banyak orang sehingga jawaban yang didapatkan dicatat, diolah, dan dianalisis oleh peneliti.

3.2. Identifikasi Variabel

Menurut Sugiyono (2015:61), variabel merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Adapun dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), diantaranya yaitu:

3.2.1. Variabel Terikat

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2015:61). Adapun variabel terikat (Y) dalam penelitian ini yaitu *online fear of missing out* (ON-FOMO).

3.2.2. Variabel Bebas

Variabel bebas atau variabel independen merupakan variabel yang variasinya mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lain (Azwar, 2022:92). Adapun variabel bebas (X) dalam penelitian ini yaitu kebersyukuran.

3.3. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan ciri atau karakteristik variabel tersebut yang diamati (Azwar, 2022:105). Adapun definisi operasional dalam penelitian ini yakni sebagai berikut:

3.3.1. *Online Fear of Missing Out* (ON-FOMO)

Online fear of missing out (ON-FOMO) adalah munculnya perasaan khawatir atau takut yang dialami individu saat mengetahui orang lain mengalami pengalaman

mengesankan tanpa dirinya sehingga individu tersebut merasa dirinya harus tetap terhubung dan mengikuti kegiatan yang dilakukan orang lain melalui *online* di media sosial. Dalam penelitian ini *online fear of missing out* (ON-FOMO) diukur menggunakan dimensi yang dikemukakan oleh Sette dkk., (2019) yakni kebutuhan untuk dimiliki (*need to belong*) yaitu ketika individu tidak dihiraukan di media sosial atau tidak bisa bergabung dengan kelompok lainnya sehingga individu tersebut mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan bagi dirinya. Kebutuhan akan popularitas (*need for popularity*) adalah kebutuhan seseorang yang cenderung untuk diterima orang lain di media sosial. Perasaan cemas (*anxiety*) merupakan keadaan ketika individu mengalami perasaan cemas atau khawatir yang memiliki afeksi negatif sehingga individu selalu terpikirkan ketika dirinya tidak terhubung dengan internet. *Online fear of missing out* (ON-FOMO) diukur menggunakan skala likert dengan 5 pilihan respon jawaban yakni Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Semakin tinggi nilai yang diperoleh maka semakin tinggi tingkat ON-FOMO pada individu dan juga sebaliknya.

3.3.2. Kebersyukuran

Kebersyukuran atau *gratitude* merupakan suatu perasaan yang muncul sebagai bentuk ungkapan rasa terima kasih terhadap kebaikan atau manfaat yang telah diberikan oleh orang-orang disekitarnya. Dalam penelitian ini kebersyukuran dapat diukur berdasarkan aspek-aspek dari McCullough dkk., (2002) yakni intensitas (*intensity*) yaitu individu yang bersyukur akan merasa bersyukur ketika dirinya mengalami suatu kejadian yang positif atau menyenangkan. Frekuensi (*frequency*) yaitu individu yang bersyukur akan mengungkapkan rasa syukur dengan sangat sering setiap harinya dan hal tersebut dapat diperoleh melalui kejadian yang sederhana. Rentang (*span*) yaitu rentang rasa syukur mengacu pada seberapa banyak kejadian individu merasa bersyukur pada saat tertentu. Kebersyukuran atau *gratitude* diukur menggunakan skala likert yang berisi 7 jenis jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Agak Setuju (AS), Netral (N), Agak Kurang Setuju (AKS), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Semakin tinggi nilai yang diperoleh maka semakin sering intensitas rasa syukur yang dirasakan individu dan sebaliknya.

3.4. Populasi dan Teknik Sampling

3.4.1. Populasi

Populasi penelitian didefinisikan sebagai sekelompok subjek yang akan digeneralisasikan sebagai hasil penelitian (Azwar, 2022:109). Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh mahasiswa aktif tahun 2023 di Universitas Muhammadiyah Gresik dengan total 4.943 mahasiswa.

3.4.2. Teknik Sampling

Sampel merupakan sebagian dari subjek populasi atau bagian dari populasi (Azwar, 2022:112). Sampel penelitian ini adalah mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Gresik, dihitung dengan rumus slovin dengan taraf 5%. Teknik sampling dalam penelitian ini yakni tipe *purposive sampling* yakni teknik penentuan sampel dengan melakukan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015). Dalam menentukan jumlah sampel dihitung menggunakan rumus slovin dengan taraf 5% sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 & \frac{N}{1 + N (e)^2} \\
 &= \frac{4,943}{1 + 4,943 (0,05)^2} \\
 &= \frac{4,943}{1 + 4,943 (0,0025)} \\
 &= \frac{4,943}{1 + 12,3575} \\
 &= \frac{4,943}{13,3575} \\
 &= 370
 \end{aligned}$$

Rumus 1 Rumus Slovin

Maka dengan ini peneliti mengambil sampel sebanyak 370 mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Gresik sesuai hasil perhitungan rumus diatas. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini yakni mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Gresik, berjenis kelamin laki-laki atau perempuan, memiliki *handphone* dan pengguna media sosial.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai teknik pengumpulan data. Kuisioner merupakan teknik mengumpulkan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2015:199). Skala pengukuran variabel x (kebersyukuran) dan variabel y (*online fear of missing out*) dalam penelitian ini menggunakan skala likert berbentuk kuisioner yang disesuaikan dengan aspek-aspek dari variabel yang telah ditetapkan.

3.5.1. Skala *Online Fear of Missing Out* (ON-FOMO)

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ON-FOMO yang dikembangkan oleh Sette dkk., (2019) yang diterjemahkan dan diuji coba oleh Kurniawan dan Utami (2022) ke dalam bahasa Indonesia. Adapun dimensi ON-FOMO dari Sette dkk., (2019) yakni kebutuhan untuk dimiliki (*need to belong*) yaitu ketika individu tidak dihiraukan di media sosial atau tidak bisa bergabung dengan kelompok lainnya sehingga individu tersebut mengalami pengalaman yang tidak menyenangkan bagi dirinya. Kebutuhan akan popularitas (*need for popularity*) adalah kebutuhan seseorang yang cenderung untuk diterima orang lain di media sosial. Perasaan cemas (*anxiety*) merupakan keadaan ketika individu mengalami perasaan cemas atau khawatir yang memiliki afeksi negatif sehingga individu selalu terpikirkan ketika dirinya tidak terhubung dengan internet. Skala ini terdiri dari 20 item, yang terdiri dari 18 item *favorable* dan 2 item *unfavorable*.

Tabel 3. 1 *Blueprint Skala Online Fear Of Missing Out (Y)*

No.	Dimensi	Aitem		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1.	<i>Need to belong</i>	7, 8, 9, 10	6	5
2.	<i>Need for popularity</i>	16, 17, 18, 19	20	5
3.	<i>Anxiety</i>	1, 2, 3, 4, 5		5
4.	<i>Addiction</i>	11, 12, 13, 14		5
TOTAL		18	2	20

Adapun cara pengisian pada alat ukur ini yakni dengan cara meminta kesediaan responden untuk mengisi semua item yang diberikan dengan cara memilih alternatif jawaban yang sesuai dengan kondisi atau diri individu tersebut. Setiap item memiliki 5 alternatif jawaban dengan rentang nilai atau skor pada item *favorable* yaitu 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), 5

(sangat setuju). Lalu untuk skor atau rentang nilai pada item *unfavorable* yakni 5 (sangat tidak setuju), 4 (tidak setuju), 3 (netral), 2 (setuju), 1 (sangat setuju).

Tabel 3. 2 *Skoring Skala Online Fear Of Missing Out (Y)*

No.	<i>Favorable</i> Alternatif Jawaban	Nilai	<i>Unfavorable</i> Alternatif Jawaban	Nilai
1.	Sangat tidak setuju	1	Sangat tidak setuju	5
2.	Tidak setuju	2	Tidak setuju	4
3.	Netral	3	Netral	3
4.	Setuju	4	Setuju	2
5.	Sangat setuju	5	Sangat setuju	1

3.5.2. Skala Kebersyukuran

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala kebersyukuran yang dikembangkan oleh McCullough dkk., (2002) yang diterjemahkan dan diuji coba oleh Alwi dkk., (2023) ke dalam bahasa Indonesia. Adapun aspek-aspek kebersyukuran dari McCullough dkk., (2002) yakni intensitas (*intensity*) adalah individu yang bersyukur akan merasa bersyukur ketika dirinya mengalami suatu kejadian yang positif atau menyenangkan. Frekuensi (*frequency*) adalah yaitu individu yang bersyukur akan mengungkapkan rasa syukur dengan sangat sering setiap harinya dan hal tersebut dapat diperoleh melalui kejadian yang sederhana. Rentang (*span*) yaitu rentang rasa syukur mengacu pada seberapa banyak kejadian individu merasa bersyukur pada saat tertentu. Kerapatan (*density*) adalah ketika individu yang selalu bersyukur dapat memperoleh pengalaman yang positif, kejadian positif tersebut datang dari banyak orang termasuk keluarga maupun teman. Skala ini terdiri dari 5 item *favorable*.

Tabel 3. 3 *Blueprint Skala Kebersyukuran (X)*

No.	Aspek	Aitem <i>Favorable</i>	Jumlah
1.	Intensitas (<i>intensity</i>)	1	1
2.	Frekuensi (<i>frequency</i>)	2	1
3.	Rentang (<i>span</i>)	4, 5	2
4.	Kerapatan (<i>density</i>)	3	1
TOTAL		5	5

Adapun cara pengisian pada alat ukur ini yakni dengan cara meminta kesediaan responden untuk mengisi semua item yang diberikan dengan cara memilih alternatif jawaban yang sesuai dengan kondisi atau diri individu tersebut.

Setiap item memiliki 5 alternatif jawaban dengan rentang nilai atau skor pada item *favorable* yaitu 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (agak kurang setuju), 4 (netral), 5 (agak setuju), 6 (setuju), dan 7 (sangat setuju).

Tabel 3. 4 *Skoring* Skala Kebersyukuran (X)

No.	<i>Favorable</i> Alternatif Jawaban	Nilai
1.	Sangat tidak setuju	1
2.	Tidak setuju	2
3.	Agak kurang setuju	3
4.	Netral	4
5.	Agak setuju	5
6.	Setuju	6
7.	Sangat setuju	7

3.6. Validitas dan Reliabilitas

3.6.1. Validitas

Menurut Sugiyono (2015), valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Penelitian ini menggunakan validitas isi yaitu validitas yang diestimasi lewat pengujian terhadap kelayakan atau relevansi isi tes melalui analisis rasional atau lewat *expert judgement* (Azwar, 2015). Berdasarkan korelasi aitem total maka dapat dikatakan valid apabila nilainya 0,30 namun jika jumlah aitem belum cukup maka dapat dipertimbangkan untuk menurunkan menjadi 0,25 (Azwar, 2015:86).

3.6.2. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan keterpercayaan atau konsistensi hasil ukur yang mengandung makna seberapa tinggi kecermatan pengukuran (Azwar, 2015:111). Reliabilitas alat ukur pada penelitian ini diukur menggunakan uji reliabilitas *Alpha-Cronbach* dengan melihat konsistensi antar bagian-bagian skala. Adapun butir aitem dikatakan reliable dari nilai 0 sampai dengan 1 yang artinya semakin mendekati 1 maka semakin baik (Azwar, 2015:112).

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan suatu hal yang harus dilakukan ketika terkumpulnya semua jawaban responden. Hal tersebut bertujuan untuk mengelompokkan dan menganalisis data diurutkan berdasarkan variabel, kategori responden dan melakukan perhitungan agar bisa menjawab rumusan masalah yang telah disusun serta untuk

melakukan perhitungan hipotesis (Sugiyono, 2017). Teknik analisis dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana. Adapun analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen.

3.7.1. Uji Normalitas

Uji normalitas menjadi salah satu uji asumsi klasik yang harus terpenuhi untuk menguji hipotesis suatu penelitian. Tujuan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data dari variabel yang digunakan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan uji normalitas *Kolmogrov-Smirnov*. Data dapat dikatakan normal jika nilai $p > 0,05$ dan jika data $p < 0,05$ data tersebut dikatakan tidak berdistribusi normal (Ghozali, 2018:31). Penelitian ini menggunakan SPSS sebagai alat bantu uji normalitas.

3.7.2. Uji Linieritas

Salah satu uji asumsi klasik yang harus terpenuhi yakni uji linieritas digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel yang digunakan dalam penelitian memiliki hubungan yang linier atau tidak. Adapun pengujian ini menggunakan bantuan SPSS dengan *test for linearity* dengan taraf signifikansi yaitu 0,05 yang artinya apabila dalam penelitian memiliki nilai $> 0,05$ dikatakan linier dan sebaliknya jika $< 0,05$ maka tidak linier (Priyatno, 2018:78). Apabila uji asumsi terpenuhi, maka dilanjutkan dengan uji hipotesis.

3.7.3. Uji Hipotesis

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh kebersyukuran terhadap *online fear of missing out* (ON-FOMO). Dalam penelitian ini terdapat dua jenis hipotesis yakni hipotesis yang menunjukkan hipotesis diterima karena terdapat pengaruh antar variabel (H_a) dan hipotesis yang menunjukkan hipotesis ditolak karena tidak adanya pengaruh antar variabel (H_o). Uji hipotesis penelitian ini menggunakan uji regresi sederhana dibantu menggunakan SPSS dengan nilai $< 0,05$ artinya hipotesis diterima (Priyatno, 2018). Maka dapat dikatakan berpengaruh antara variabel dependen dan variabel independen.