

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel merupakan suatu karakteristik, atribut, atau ciri yang dimiliki oleh objek, individu, organisasi, atau aktivitas yang memiliki variasi tertentu dan dijadikan fokus penelitian untuk diteliti, diukur, atau diamati. Informasi yang diperoleh dari proses tersebut kemudian menjadi dasar dalam penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2024). Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel tergantung. Sedangkan variabel tergantung adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2024). Dalam konteks penelitian ini, variabel tersebut berkaitan dengan hubungan antara *Self-control* dan perilaku *Fear of Missing Out* (FoMO) pada Generasi Z pengguna aplikasi TikTok di Sleman, Yogyakarta:

Variabel Tergantung : *Fear of Missing Out* (FoMO)

Variabel Bebas : *Self-Control*

B. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan deskripsi tentang variabel yang disusun berdasarkan ciri-ciri atau karakteristik yang bisa diamati. Dalam proses ini, definisi konseptual yang cenderung berfokus pada kriteria hipotetis diubah menjadi bentuk yang lebih terukur dan dapat diamati.

1. *Fear of Missing Out*

Variabel tergantung dalam penelitian ini adalah *Fear of Missing Out* (FoMO), yaitu perasaan cemas atau takut ketinggalan ketika seseorang merasa tidak ikut serta dalam pengalaman menarik atau penting yang dialami oleh orang lain seperti acara sosial, tren terkini, atau momen berharga lainnya. Pada generasi Z, FoMO sering kali muncul karena eksposur yang tinggi terhadap media sosial, di mana mereka melihat kehidupan orang lain yang tampak lebih seru, produktif, atau menyenangkan. Oleh karena itu, mereka bisa merasa gelisah, tidak cukup "*update*", atau tertinggal dari teman sebaya. FoMO dalam konteks ini mendorong generasi Z untuk terus memantau media sosial agar tetap terhubung dan tidak melewatkan apa pun yang sedang terjadi. FoMO terdiri dari 2 dimensi yaitu dimensi diri yang mencakup kebutuhan psikologis individu terhadap kompetensi dan otonomi serta dimensi keterhubungan. Untuk mengumpulkan data, peneliti memodifikasi skala *Fear of Missing Out* (FoMO) dari Kurniawati dan Prawita (2024).

2. *Self-control*

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah *Self-control* (pengendalian diri), yaitu kemampuan individu dalam mengatur pikiran, emosi, dan perilaku, terutama saat dihadapkan pada dorongan, godaan, atau keinginan yang tidak sejalan dengan tujuan jangka panjang. Bagi Generasi Z kelompok usia yang tumbuh di tengah kemajuan teknologi

dan arus informasi yang cepat, *Self-control* menjadi keterampilan penting dalam menghadapi berbagai distraksi digital, seperti media sosial, hiburan daring, dan konsumsi konten instan. Kemampuan ini memungkinkan mereka untuk menahan dorongan impulsif, mengelola waktu secara efektif, serta tetap fokus pada prioritas dan komitmen pribadi maupun akademik.

Self-control yang baik juga membantu Generasi Z dalam membangun disiplin diri, mengatasi tekanan sosial, serta membuat keputusan yang lebih bijaksana dalam kehidupan sehari-hari. *Self-control* mencakup tiga aspek utama, yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan. Penelitian ini mengukur data melalui skala *Self-control* yang dimodifikasi dari Kartohadiprodjo dan Suryadi (2025).

C. Subjek Penelitian

Penelitian ini melibatkan Generasi Z yang berdomisili di Kabupaten Sleman, berusia 18-25 tahun sebagai subjek penelitian. Populasi penelitian ini mencakup seluruh Generasi Z yang berdomisili dan menetap di Kabupaten Sleman. Pemilihan responden yang berdomisili di Sleman dilakukan agar hasil penelitian relevan dengan situasi sosial dan budaya di daerah tersebut. Selain itu, dengan mengambil sampel dari satu wilayah yang sama, penelitian dapat lebih terfokus dalam menganalisis hubungan dari *Self-control* dan FoMO dalam lingkungan yang relatif homogen.

Dalam penelitian ini, digunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik memilih sampel dengan menetapkan partisipan berdasarkan ciri atau

karakteristik tertentu yang dianggap sesuai dengan tujuan dari penelitian (Sugiyono, 2024). Selain itu, metode *accidental sampling* juga diterapkan, yakni teknik dalam mengambil sampel berdasarkan pertemuan yang terjadi secara spontan atau kebetulan, di mana individu yang ditemui secara tidak sengaja dapat dijadikan sampel jika dianggap relevan sebagai sumber data (Sugiyono, 2024). Pemilihan sampel secara online dilakukan untuk mempermudah akses serta menjangkau lebih banyak responden dalam waktu yang lebih efisien. Adapun karakteristik sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Generasi Z dengan rentang usia 18-25 tahun
2. Menggunakan aplikasi TikTok minimal 3 jam per hari
3. Berdomisili di Yogyakarta

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah tahap yang penting dalam penelitian untuk mendapatkan data penilaian. Pada penelitian ini, instrumen penelitian digunakan sebagai alat dalam mengumpulkan data oleh peneliti. Untuk mengukur *Self-Control*, peneliti menggunakan alat ukur skala *Self-control* yang dimodifikasi dari skala (Kartohadiprodjo & Suryadi, 2025). Alat ukur *Fear of Missing Out* (FoMO) menggunakan skala *Fear of Missing Out* (FoMO) yang dimodifikasi dari skala (Kurniawati & Prawita, 2024).

Dalam penelitian ini, skala psikologi berfungsi sebagai instrumen untuk mengukur variabel yang diteliti. Manurung dan Aritonang (2023), menyatakan bahwa skala psikologi merupakan metode pengumpulan data

dengan tujuan untuk mengungkap konstruk atau konsep psikologi yang merepresentasikan aspek dari kepribadian seseorang. Pada penelitian ini, digunakan model skala Likert yang dirancang untuk mengukur ekspresi sikap, baik positif maupun negatif, serta tingkat persetujuan atau ketidaksetujuan terhadap objek sosial tertentu. Pernyataan dalam skala sikap dibagi menjadi dua kategori: *favourable* (mendukung objek sikap) dan *unfavourable* (tidak mendukung objek sikap). Model skala Likert ini menawarkan empat alternatif jawaban, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), ragu-ragu (RG), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS) (Sugiyono, 2024).

Tabel 1 Skala Likert

Pilihan Jawaban	<i>Favourabel</i>	<i>Unfavourabel</i>
SS (Sangat Setuju)	5	1
S (Setuju)	4	2
RG (Ragu-Ragu)	3	3
TS (Tidak Setuju)	2	4
STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

1. Skala *Fear of Missing Out*

Penelitian ini memodifikasi skala *Fear of Missing Out* dari Kurniawati dan Prawita, (2024). Aitem dalam skala ini dikembangkan dari setiap indikator yang dihasilkan dari komponen dimensi skala FoMO. Sebelum dilakukan uji coba, skala *Fear of Missing Out* (FoMO) akan terlebih dahulu diuji validitasnya menggunakan *Aiken's V*.

Tabel 2 *Blue Print Fear of Missing Out* Sebelum Modifikasi

Dimensi	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah	Bobot
		F	UF		
1. <i>Relatedness</i>	Ketakutan	1,2,3	4	4	50%
	Kekhawatiran	6,8,11	5,7,9,10	7	
2. <i>Self</i>	Kecemasan	12,13,14	-	4	50%
Total				15	100%

Peneliti melakukan pengembangan dan modifikasi pada indikator dan aitem dalam skala *Fear of Missing Out* (FoMO) dari (Kurniawati & Prawita, 2024). Pada dimensi Diri (*Self*), peneliti menambahkan indikator baru, yaitu Ketidakpuasan. Selain itu, aitem dalam skala sebelumnya yang berfokus pada mahasiswa di salah satu universitas di Yogyakarta dan telah disesuaikan dengan penelitian ini sehingga lebih relevan dengan konteks penelitian ini, yaitu Generasi Z pengguna aplikasi TikTok. Modifikasi tersebut dilakukan untuk menyesuaikan karakteristik dan kelompok sasaran dalam fenomena FoMO. Peneliti melakukan modifikasi sebagai berikut:

Tabel 3 *Blue Print Fear of Missing Out* Setelah Modifikasi

Dimensi	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah	Bobot
		F	UF		
1. <i>Relatedness</i>	Ketakutan	1,2,3,15,16	4,17,18,19,20	10	50%
	Kekhawatiran	6,8,11,21,22	5,7,9,10,23	10	
2. <i>Self</i>	Kecemasan	12,13,14,24,25	26,27,28,29,30	10	50%
	Ketidakpuasan	31,32,33,34,35	36,37,38,39,40	10	
Total				40	100%

2. Skala *Self-Control*

Pada penelitian ini skala yang digunakan merupakan hasil dari modifikasi skala *Self-control* Kartohadiprodjo dan Suryadi (2025). Aitem-aitem dalam skala ini dikembangkan dari setiap indikator yang dihasilkan dari komponen aspek-aspek dalam skala *Self-Control*. Proses ini menghasilkan aitem-aitem pernyataan yang relevan dengan konstruk alat ukur yang dimaksud. Sebelum dilakukan uji coba, skala *Self-control* akan terlebih dahulu diuji untuk validitasnya menggunakan

Aiken's V.

Tabel 4 *Blue Print Self-control* Sebelum Modifikasi

	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah	Bobot
			F	UF		
1.	Kontrol Perilaku (<i>Behavioral Control</i>)	Kemampuan mengatur pelaksanaan	1,7	16,27	4	33,33 %
		Kemampuan mengatur stimulus	2,18	15,26	4	
2.	Kontrol Kognitif (<i>Cognitive Control</i>)	Kemampuan mengantisipasi peristiwa	3,19	14	4	33,33 %
		Kemampuan menafsirkan peristiwa	20,4	13,25	3	
3.	Kontrol Keputusan (<i>Decisional Control</i>)	Kemampuan mengambil keputusan	5	12,24	3	33,33 %
Total					18	100%

Peneliti melakukan pengembangan dan modifikasi pada indikator dan aitem dalam skala *Self-control* yang disusun oleh Kartohadiprodo dan Suryadi (2025). Pada aspek Kontrol Keputusan (*Decisional Control*), peneliti menambahkan indikator baru, yaitu indikator kemampuan memilih tindakan. Selain itu, aitem dalam skala sebelumnya yang berfokus pada remaja akhir pengguna media sosial telah disesuaikan sehingga lebih relevan dengan konteks penelitian ini, yaitu Generasi Z pengguna aplikasi TikTok. Modifikasi tersebut dilakukan untuk menyesuaikan karakteristik dan kelompok sasaran dalam fenomena FoMO. Peneliti melakukan modifikasi sebagai berikut:

Tabel 5 *Blue Print Self-control* Setelah Modifikasi

	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah	Bobot
			F	UF		
1.	Kontrol Perilaku (<i>Behavioral Control</i>)	Kemampuan mengatur pelaksanaan	1,2,3,28	6,7,8,29	8	33,33 %
		Kemampuan mengatur stimulus	9,11,40,41	22,12,42,43	8	
2.	Kontrol Kognitif (<i>Cognitive Control</i>)	Kemampuan mengantisipasi peristiwa	13,44,45,46	4,5,14,47	8	33,33 %
		Kemampuan menafsirkan peristiwa	15,17,18,19	16,20,21,48	8	
3.	Kontrol Keputusan (<i>Decisional Control</i>)	Kemampuan mengambil keputusan	10,23,25,30	24,26,27,31	8	33,33 %
		Kemampuan memilih tindakan	32,33,34,35	36,37,38,39	8	
Total					48	100%

E. Metode Analisis Data

Pada penelitian ini metode analisis data yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif yang bertujuan untuk mengolah serta menginterpretasikan data yang diperoleh melalui skala FoMO dan skala *Self-Control*. Penelitian ini menggunakan Teknik analisis korelasi, untuk mengevaluasi korelasi antara variabel FoMO dan *Self-Control*. Analisis korelasi merupakan suatu teknik statistik yang digunakan untuk mengukur derajat dan arah hubungan antara dua atau lebih variabel. Azwar (2017) mengatakan bahwa analisis korelasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar korelasi antara variabel yang diteliti, serta menentukan derajat atau kekuatan hubungan tersebut. Hubungan ini bisa bersifat positif, negatif, atau tidak ada korelasi sama sekali.

Tahap berikutnya adalah melakukan uji asumsi, yang meliputi uji normalitas untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal, serta uji linearitas untuk memastikan adanya hubungan linear antara variabel (Sinambela & Sinambela, 2021). Setelah kedua asumsi ini terpenuhi, tahap berikutnya adalah uji hipotesis menggunakan analisis korelasi *Pearson Product Moment*. Metode ini digunakan untuk mengevaluasi hubungan antara variabel *Self-control* dan FoMO. Sebagaimana dijelaskan oleh Azwar (2017), analisis korelasi *Pearson Product Moment* diterapkan untuk menguji hipotesis mengenai hubungan antara satu variabel independen dan satu variabel dependen.

Metode analisis korelasi *Pearson Product Moment* digunakan dalam penelitian ini karena termasuk dalam analisis statistik parametrik, yang mengharuskan data memenuhi asumsi normalitas dan hubungan antar variabel bersifat linear. Analisis korelasi *Pearson Product Moment* mampu mengukur hubungan antara variabel FoMO dan *Self-control* secara lebih akurat jika data berdistribusi normal, serta memberikan informasi mengenai arah dan kekuatan hubungan antar variabel. Namun, jika dalam uji asumsi ditemukan bahwa data tidak terdistribusi dengan normal, maka metode yang lebih tepat digunakan yaitu *Spearman Rank* (Sugiyono, 2024). Melalui analisis ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran mengenai kekuatan serta arah hubungan antara kedua variabel tersebut. Berikut ini tahapan yang akan dilakukan untuk menganalisis data:

1. Uji Asumsi

a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah metode statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah data dalam suatu penelitian terdistribusi secara normal atau tidak (Sinambela & Sinambela, 2021). Pada penelitian ini, metode *Kolmogorov-Smirnov* diterapkan dengan bantuan perangkat lunak SPSS 22 untuk Windows. Data dianggap terdistribusi normal jika nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, jika nilai signifikansi di bawah 0,05, data dinyatakan tidak terdistribusi secara normal (Sinambela & Sinambela, 2021).

b) Uji Linearitas

Penelitian ini menerapkan uji linearitas dengan menggunakan program SPSS 22 for Windows. Uji linearitas bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan linear antara dua variabel yang dianalisis (Sinambela & Sinambela, 2021). Hubungan antara kedua variabel dikatakan linear jika nilai signifikansi yang diperoleh melebihi 0,05. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi berada di bawah 0,05, maka hubungan antara kedua variabel tersebut dinyatakan tidak linear (Sinambela & Sinambela, 2021).

2. Uji Hipotesis

Setelah peneliti melakukan uji asumsi pada variabel *Fear of Missing Out* (Y) dan variabel *Self-control* (X). Peneliti melakukan uji

hipotesis menggunakan metode statistik Korelasi *Pearson Product Moment*. Metode ini diterapkan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel, dan koefisien korelasi yang dihasilkan membantu mengidentifikasi kekuatan hubungan tersebut serta mendukung asumsi yang diajukan (Sugiyono, 2024). Analisis korelasi memungkinkan pengukuran kekuatan hubungan antara FoMO dan *Self-Control*. Namun, jika data tidak terdistribusi secara normal, diperlukan pengujian dengan metode non-parametrik, yaitu menggunakan korelasi *Spearman Rank* (Sugiyono, 2024).

F. Kredibilitas

1. Validitas

Validitas merupakan tingkat ketepatan suatu tes atau skala dalam mengukur sesuatu sesuai dengan tujuan atau fungsinya. Suatu pengukuran dianggap memiliki validitas tinggi jika data yang dihasilkan dapat secara tepat menggambarkan variabel yang diukur sesuai dengan tujuan pengukuran tersebut (Azwar S. , 2022). Penelitian ini, validitas yang digunakan adalah validitas isi, yang diperoleh melalui pengembangan instrumen dan pembuatan kisi-kisi instrumen yang berfungsi mendukung validitas tersebut. Menurut Azwar (2022), validitas isi merupakan bentuk validitas yang dievaluasi dengan menguji kelayakan atau relevansi materi dalam tes. Proses penilaian ini dilakukan melalui analisis rasional yang melibatkan pendapat dari panel ahli atau *expert judgment*.

Uji validitas dilakukan untuk menilai kualitas alat ukur, guna memastikan bahwa instrumen tersebut benar-benar mengukur aspek yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini, digunakan uji validitas isi dengan metode statistik *Aiken's V*. Koefisien *Aiken's V* diperoleh dari penilaian para ahli terhadap aitem-aitem instrumen, yang kemudian digunakan untuk menilai sejauh mana aitem tersebut merepresentasikan konsep yang diukur secara akurat.

Berikut ini adalah rumus *Aiken's V*:

$$V = \frac{\text{Jumlah } s}{n (c-1)}$$

Dengan keterangan :

S = r- lo

lo = nilai validitas terendah

c = nilai validitas tertinggi

r = angka yang diberikan oleh seorang ahli

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu pengukuran yang mampu menghasilkan data dengan tingkat konsistensi yang tinggi, sehingga disebut sebagai pengukuran yang andal atau reliabel (Azwar S. , 2022). Hasil pengukuran dianggap dapat dipercaya jika pengukuran yang dilakukan berulang kali pada kelompok subjek yang sama menghasilkan data yang konsisten, selama aspek yang diukur dalam diri subjek tetap tidak berubah (Azwar S., 2022). Pada penelitian ini, metode *Alpha*

Cronbach digunakan untuk mengukur reabilitas. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika skor reliabilitasnya berada dalam rentang 0,00 hingga 1,00, dengan nilai yang semakin mendekati 1,00 menunjukkan tingkat kepercayaan yang semakin tinggi. Secara umum, reliabilitas yang dianggap baik jika memiliki nilai minimal sekitar 0,80 (Azwar S., 2022).

G. Rancangan Penelitian

1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu dengan metode korelasional. Menurut Azwar (2017), metode ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana kekuatan hubungan antara dua atau lebih variabel. Dalam konteks penelitian ini, metode korelasional digunakan untuk mengidentifikasi adanya hubungan antara pengendalian diri (*Self-Control*) dan perasaan takut tertinggal (*Fear of Missing Out*) pada Generasi Z pengguna aplikasi TikTok.

2. Prosedur Penelitian

a. Tahap Persiapan

Dalam tahap ini, peneliti mulai dengan merumuskan masalah penelitian, termasuk mengidentifikasi variabel yang akan diteliti, menganalisis hubungan antar variabel, dan menyusun kerangka teori yang relevan. Selanjutnya, peneliti mengumpulkan informasi terkait subjek penelitian yang sesuai dengan kriteria, menggunakan berbagai sumber yaitu jurnal, buku, artikel, dan laporan penelitian. Peneliti kemudian memilih subjek yang memenuhi kriteria

penelitian, dan menyiapkan peralatan yang dibutuhkan untuk penelitian. Selain itu, peneliti melakukan asesmen awal dengan wawancara dan observasi untuk mengumpulkan data tentang pengendalian diri (*Self-Control*) dan ketakutan akan ketinggalan informasi (*Fear of Missing Out*).

b. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, peneliti menguji instrumen penelitian pada sekelompok Generasi Z yang menggunakan aplikasi TikTok guna mengevaluasi validitas dan reliabilitas skala yang digunakan. Untuk memudahkan responden, data dikumpulkan secara daring melalui *Google Form*.

c. Tahap Pengolahan Data

Pada tahap ini, data dianalisis menggunakan SPSS 22 for Windows. Langkah berikutnya adalah menginterpretasikan hasil dari analisis data tersebut. Proses interpretasi ini harus dilakukan secara objektif dan berlandaskan hasil analisis data yang telah diperoleh.

d. Tahap Evaluasi

Setelah peneliti menyelesaikan analisis data, langkah berikutnya adalah menyusun laporan penelitian yang harus disusun secara sistematis dan jelas. Kemudian, peneliti akan menarik kesimpulan dan memberikan saran menurut hasil penelitian.