

BAB 4

HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN

1.1 Gambaran Umum Subjek

Subjek pada penelitian ini yaitu perempuan dewasa awal berusia 18-25 tahun pengguna *smartphone* dan media sosial aktif yang berjumlah 359 subjek. Subjek ini diperoleh melalui *Google Form* yang disebar ke beberapa media sosial seperti *WhatsApp*, *Telegram*, dan *Twitter*.

Tabel 4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian (N = 359)

Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)
Usia (tahun)		
18	44	12,3
19	41	11,4
20	50	13,9
21	62	17,3
22	85	23,7
23	37	10,3
24	25	7,0
25	15	4,2
Domisili (Pulau)		
Sumatera	28	7,8
Jawa	317	88,3
Kalimantan	9	2,5
Sulawesi	5	1,4
Durasi penggunaan <i>smartphone</i> selama sehari		
<1 jam	9	2,5
1-3 jam	40	11,1
3-5 jam	80	22,3
6-10 jam	138	38,4
>10 jam	92	25,6
*Jenis media sosial yang aktif digunakan selama sehari		
<i>Twitter</i>	199	14,1
<i>Instagram</i>	311	22,0
<i>YouTube</i>	257	18,2
<i>TikTok</i>	243	17,2
<i>WhatsApp</i>	320	22,7
<i>Line</i>	69	4,9
<i>Facebook</i>	12	0,9
Durasi penggunaan media sosial selama sehari		
<1 jam	8	2,2
1-3 jam	61	17,0
3-5 jam	95	26,5
6-10 jam	109	30,4
>10 jam	86	24,0

Keterangan:

*Jumlah diakumulasikan dengan total keseluruhan yang memilih media sosial

Tabel 4.1, mayoritas dari subjek pada penelitian adalah berusia 22 tahun (23,7%). Kebanyakan subjek (88,3%) berdomisili di Pulau Jawa. Kebanyakan subjek (38,4%) menggunakan *smartphone* dalam sehari selama 6-10 jam selama sehari. Kebanyakan subjek (97,8%) juga memiliki lebih dari 1 media sosial yang aktif. Kebanyakan subjek (22,7%) memilih *WhatsApp* sebagai jenis media sosial aktif yang digunakan selama sehari. Kebanyakan subjek (26,1%) juga menggunakan media sosial selama 6-10 jam selama sehari.

1.2 Hasil

Pada bagian ini memuat hasil dari gambaran variabel *smartphone addiction* dan *fear of missing out* beserta masing-masing dimensinya. Gambaran variabel ini terdiri dari perhitungan mean teoritik, mean empirik, standar deviasi, minimum mean empirik, dan maksimum mean empirik.

4.2.1 Gambaran Variabel *Smartphone Addiction* (SA)

Pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa pada variabel *smartphone addiction* didapatkan hasil *mean* empirik ($M=139,1$), skor ini lebih besar daripada mean teoritik ($M=115,5$). Selisih antara *mean* empirik dan teoritik berjumlah 23,6 yang artinya bahwa mayoritas subjek memiliki kecenderungan *smartphone addiction* yang cukup tinggi. Pada dimensi *daily-life disturbance* didapatkan nilai *mean* empirik ($M=21,6$), lebih besar dari dari nilai *mean* teoritik ($M=17,5$) dengan selisih berjumlah 4,1. Artinya subjek memiliki kecenderungan terganggu kehidupan sehari-hari seperti tertunda pekerjaan, sulit berkonsentrasi, serta gejala fisik karena penggunaan *smartphone*. Pada dimensi *positive anticipation* didapatkan nilai *mean* empirik ($M=31,2$), lebih besar dari nilai *mean* teoritik ($M=28,0$) dengan selisih berjumlah 3,2. Artinya subjek memiliki kecenderungan untuk menghilangkan *stress* dengan menggunakan *smartphone*.

Pada dimensi *withdrawal* memiliki nilai *mean* empirik ($M=24,3$), lebih besar dari nilai *mean* teoritik ($M=21,0$) dengan selisih berjumlah 3,3. Artinya subjek memiliki kecenderungan untuk menarik diri dari lingkungan sekitarnya karena

penggunaan *smartphone*-nya. Pada dimensi *cyber-spaced oriented relationship* memiliki nilai *mean* empirik ($M=27,9$), lebih besar dari nilai *mean* teoritik ($M=24,5$) dengan selisih berjumlah 3,4. Artinya subjek memiliki kecenderungan merasa bahwa pertemanan di *smartphone*-nya lebih intim atau dekat ketimbang di dunia nyata.

Pada dimensi *overuse* memiliki nilai *mean* empirik ($M=17,3$), lebih besar dari nilai *mean* teoritik ($M=14,0$) dengan selisih berjumlah 3,3. Artinya subjek memiliki kecenderungan menggunakan *smartphone* secara tidak terkontrol atau berlebihan. Terakhir, pada dimensi *tolerance* memiliki nilai *mean* empirik ($M=12,9$), lebih besar dari nilai *mean* teoritik ($M=10,5$) dengan selisih berjumlah 2,4. Artinya subjek memiliki kecenderungan untuk berusaha mengurangi penggunaan *smartphone*, namun selalu berakhir gagal. Untuk perhitungan lebih lanjut dapat dilihat di lampiran 9.

Tabel 4.2 Gambaran Variabel Smartphone Addiction

Dimensi	Mean Teoritik	Mean Empirik	Standar Deviasi	Min. Mean Empirik	Maks. Mean Empirik
Skor Total <i>smartphone addiction</i>	115,5	139,1	32,9	54,0	182,0
<i>Daily-Life Disturbance</i>	17,5	21,6	5,9	7,0	30,0
<i>Positive Anticipation</i>	28,0	31,2	7,9	10,0	42,0
<i>Withdrawal</i>	21,0	24,3	6,6	6,0	30,0
<i>Cyber-Spaced Oriented Relationship</i>	24,5	27,9	7,5	9,0	41,0
<i>Overuse</i>	14,0	17,3	4,2	5,0	24,0
<i>Tolerance</i>	10,5	12,9	3,5	4,0	18,0

4.2.2 Gambaran Variabel *Fear of Missing Out* (FoMO)

Pada tabel 2.3 menunjukkan bahwa variabel *fear of missing out* memiliki *mean* empirik ($M=41,8$) lebih besar daripada *mean* teoritik ($M=36$) dengan selisih sebesar 5,8. Artinya pada subjek penelitian ini memiliki kecenderungan *fear of missing out* yang cukup tinggi. Pada dimensi *missed experience* memiliki nilai *mean* empirik ($M=17,6$), lebih besar daripada nilai *mean* teoritik ($M=15,0$) dengan selisih berjumlah 2,6. Artinya subjek memiliki kecenderungan merasa cemas,

khawatir, dan gelisah apabila melewatkan suatu kegiatan yang ada di media sosialnya.

Pada dimensi *compulsion* memiliki *mean* empirik ($M=17,6$), lebih besar dari *mean* teoritik ($M=15,0$) dengan selisih berjumlah 2,6. Artinya subjek memiliki kecenderungan untuk berperilaku selalu mengecek media sosialnya secara berulang karena takut tertinggal sesuatu. Terakhir, dimensi *comparison with friends* memiliki nilai *mean* empirik ($M=6,7$), lebih besar dari *mean* teoritik ($M=6,0$) dengan selisih berjumlah 0,7. Artinya subjek memiliki kecenderungan merasakan perasaan negatif dengan orang lain karena membandingkan dirinya atau orang lain tersebut memiliki pengalaman berharga darinya. Untuk perhitungan lebih lanjut dapat dilihat di lampiran 10.

Tabel 4.3 *Gambaran Variabel Fear of Missing Out*

Dimensi	Mean Teoritik	Mean Empirik	Standar Deviasi	Min. Mean Empirik	Maks. Mean Empirik
Skor Total FoMO	36,0	41,8	10,0	15,0	60,0
<i>Missed Experience</i>	15,0	17,6	4,5	5,0	25,0
<i>Compulsion</i>	15,0	17,6	4,2	7,0	25,0
<i>Comparison With Friends</i>	6,0	6,7	2,1	2,0	10,0

4.3 Analisis

Pada bagian ini menjelaskan mengenai uji asumsi seperti uji normalitas, uji linearitas, uji homoskedastisitas dan uji independen error. Apabila seluruh uji asumsi terpenuhi maka peneliti dapat melakukan uji regresi linear sederhana. Namun apabila tidak terpenuhi, peneliti akan melakukan uji regresi non linear.

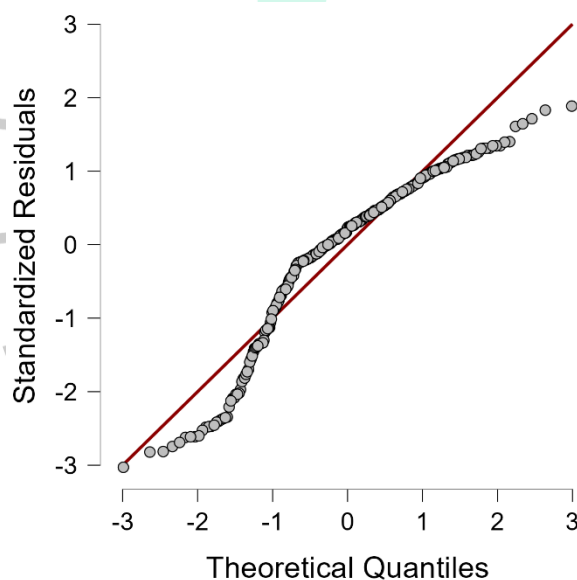
4.3.1 Uji Normalitas

Setelah didapatkan nilai residual dari kedua variabel *fear of missing out* dan *smartphone addiction* melalui *MS. Excel*, peneliti kemudian menguji normalitas data residual tersebut menggunakan uji statistik *Shapiro-Wilk*. Didapatkan hasil skor sebesar ($W=<0,001$, $p<0,05$). Artinya data residual pada penelitian ini tidak berdistribusi normal karena mendapatkan skor di bawah skor minimal yaitu 0,05.

Untuk analisis lebih lanjutnya dapat dilihat pada lampiran 11. Berdasarkan hasil tersebut, disimpulkan bahwa data residual yang digunakan oleh peneliti tidak memenuhi asumsi uji normalitas.

4.3.2 Uji Linearitas

Uji linearitas juga dilakukan dengan menggunakan *QQ plots*. Gambar 4.1, *QQ plots* menunjukkan titik-titik berada tidak dekat dengan garis dan tidak membentuk garis lurus. Artinya diasumsikan bahwa perubahan *fear of missing out* dan *smartphone addiction* tidak terkait secara linear atau tidak segaris. Berdasarkan hasil tersebut, disimpulkan bahwa data yang digunakan oleh peneliti tidak memenuhi asumsi uji linearitas.

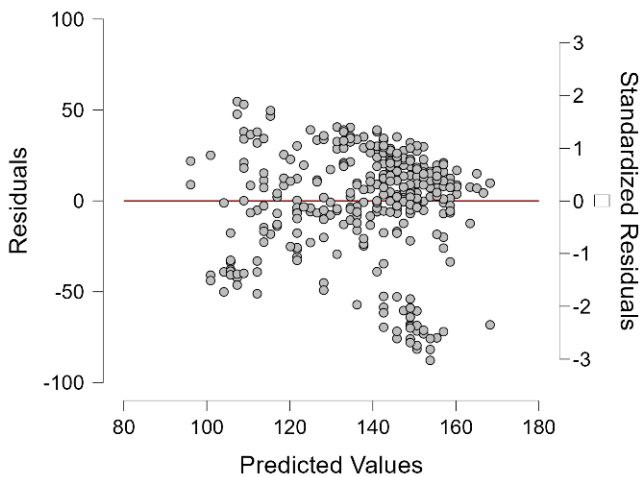


Gambar 4.1 *QQ Plots* Uji Linearitas.

4.3.3 Uji Homoskedastisitas

Uji asumsi homoskedastisitas dilakukan dengan metode visual menggunakan *scatter plots* (Goss-Sampson, 2022). Gambar 4.2 merupakan *scatter plots* dari uji asumsi dan menunjukkan bahwa titik-titik menyebar di antara garis dan tidak membentuk pola tertentu. Artinya uji homoskedastisitas tidak dilanggar, karena pada *scatter plots* menunjukkan distribusi acak yang seimbang dari residual

di sekitar garis. Berdasarkan hasil tersebut, disimpulkan bahwa data yang peneliti gunakan memenuhi asumsi uji homoskedastisitas.



Gambar 4.2 Scatter plots uji homoskedastisitas

4.3.4 Uji Independen Error

Uji independen error dilakukan dengan menggunakan *durbin-watson*. Uji asumsi independensi mendapati hasil bahwa data yang digunakan pada peneliti tidak saling memiliki korelasi satu sama lain, dengan hasil *durbin-watson*=1,031, $p < 0,001$. Artinya, uji asumsi ini tidak dilanggar karena skor *durbin-watson* yang didapat berada di antara 1-3 (Goss-Sampson, 2022). Untuk perhitungan lebih lanjut dapat dilihat pada lampiran 12. Berdasarkan hal tersebut, disimpulkan bahwa data yang digunakan peneliti memenuhi uji asumsi independen error.

4.3.5 Uji Regresi Logistik

Melalui uji asumsi didapatkan bahwa data yang peneliti gunakan hanya memenuhi 2 uji asumsi saja yaitu uji homoskedastisitas dan uji independensi error, sedangkan uji normalitas dan uji linearitas tidak terpenuhi. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tidak dapat menggunakan uji regresi linear sederhana. Maka peneliti pun menggunakan uji regresi logistik. Hal ini karena terpenuhinya uji

asumsi independensi error dan tidak terpenuhinya uji linearitas, maka peneliti dapat melakukan uji regresi logistik (Field, 2013).

Pada uji regresi logistik variabel dependen harus biner yaitu ya dan tidak, baik dan buruk, dll (Goss-Sampson, 2022). Variabel *smartphone addiction* dapat dikategorikan menjadi tinggi dan rendah. Peneliti membagi kategori *smartphone addiction* berdasarkan *mean* teoritik yaitu *smartphone addiction* cenderung rendah <115,5 (22,0%) dikodekan dengan 0. *Smart addiction* cenderung tinggi >115,5 (78,0%) dikodekan dengan 1. Berdasarkan pengkategorian ini, peneliti dapat melakukan uji regresi logistik.

Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi Logistik

Model	df	χ^2	Sensitivity	Nagelkerke R^2	p
H1	357	40,925	0,961	0,165	<0,001

Uji regresi logistik dilakukan untuk mengetahui pengaruh *fear of missing out* dalam bermedia sosial terhadap *smartphone addiction* pada perempuan dewasa awal, menunjukkan hasil signifikan, $\chi^2(357)=40,925$, $p<0,001$. Hasil uji regresi logistik ini juga memiliki keakuratan sebesar 96,1% dalam memprediksi pengaruh *fear of missing out* terhadap *smartphone addiction*. Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hal ini karena peningkatan pada *fear of missing out* dalam bermedia sosial, dapat menyebabkan peningkatan *smartphone addiction* pada perempuan dewasa awal. Untuk perhitungan lebih lanjut dapat dilihat di lampiran 13.

Besar pengaruh *fear of missing out* terhadap *smartphone addiction* dapat dilihat pada koefisien *nagelkerke R²* pada tabel 4.4. Koefisien *nagelkerke R²* digunakan karena dapat menginterpretasikan hasil signifikan mirip dengan R^2 pada uji regresi linear (Field, 2013). Hasil uji regresi menunjukkan pengaruh *fear of missing out* dalam bermedia sosial terhadap *smartphone addiction* mendapati nilai *Nagelkerke R²*=0,165, $p<0,001$. Artinya, *fear of missing out* dalam bermedia sosial berpengaruh sebesar 16,5% terhadap *smartphone addiction* pada perempuan dewasa awal. Hal ini menunjukkan bahwa besr pengaruh *fear of missing out* dalam bermedia sosial terhadap *smartphone addiction* pada perempuan dewasa awal

berada pada kategori sedang. R^2 apabila berada pada rentang 9-25% berada pada kategori sedang (Gravetter & Forzano, 2019)

Nilai *odds ratio* menunjukkan probabilitas hubungan antar variabel, apabila koefisien <1 menunjukkan hubungan yang negatif, sedangkan >1 menunjukkan hubungan yang positif (Goss-Sampson, 2022). Pada tabel 4.5, *odds ratio*=1,085, dapat diartikan perempuan dewasa awal yang *fear of missing out* dalam bermedia sosial, akan mengalami *smartphone addiction* sebanyak 108,5%. Hal ini karena diperoleh koefisien >1 yang berarti *fear of missing out* yang meningkat signifikan dapat terkait dengan peningkatan *smartphone addiction* atau berarti terdapat hubungan positif antar kedua variabel.

Tabel 4.5 Koefisien Uji Regresi Logistik

Model	Estimate	Odd Ratio	p
Intercept	-1,978	0,138	<0,001
Total FoMO	0,082	1,085	<0,001

Berdasar hasil uji regresi logistik di atas, dapat dibuat ke dalam persamaan regresi sebagai berikut:

$$\ln \left(\frac{1,085}{1-1,085} \right) = -1,978 + 0,082X$$

Keterangan:

P' : konstanta *odds ratio* pada *fear of missing out*

B_0 : koefisien konstanta *estimate* dari *smartphone addiction* tanpa pengaruh *fear of missing out*

B_1 : koefisien prediktor yaitu *estimate* dari *fear of missing out*

X : merupakan nilai prediktor dari pengkodean *smartphone addiction*, 0=rendah dan 1=tinggi.

Berdasarkan persamaan regresi logistik di atas, menunjukkan bahwa koefisien *odds ratio* memiliki nilai (+), artinya bahwa tingginya tingkat *fear of missing out* dalam bermedia sosial, dapat menyebabkan peningkatan pada *smartphone addiction* pada perempuan dewasa awal. Pada persamaan regresi juga menunjukkan apabila ingin melihat kemungkinan berapa pengaruh *fear of missing out* terhadap *smartphone addiction* maka akan digunakan nilai prediktor yang

dihasilkan pengkodean pada *smartphone addiction* yang tinggi yaitu 1, maka nilai pada logaritma naturalnya pun juga akan bertambah sebanyak 1,085. Artinya setiap penambahan skor pada *fear of missing out* sebanyak 1, maka kemungkinan sebanyak 108,5% akan mengalami *smartphone addiction* yang tinggi.

4.4 Analisis Tambahan

Pada bagian ini menjelaskan mengenai analisis tambahan yang menguji pengaruh dari setiap dimensi pada *fear of missing out* terhadap *smartphone addiction*.

4.4.1 Uji Regresi Setiap Dimensi *Fear of Missing Out* Terhadap *Smartphone Addiction*

Uji regresi logistik dilakukan untuk mengetahui pengaruh setiap dimensi *fear of missing out* terhadap *smartphone addiction* pada perempuan dewasa awal, menunjukkan hasil signifikan, $\chi^2(355)=41,249$, $p<0,05$. Hasil uji regresi pengaruh setiap dimensi *fear of missing out* dalam bermedia sosial terhadap *smartphone addiction* juga mendapati hasil Nagelkerke $R^2=0,167$, $p<0,05$ seperti tabel 4.6. Artinya, bahwa setiap dimensi *fear of missing out* berpengaruh sebesar 16,7% terhadap *smartphone addiction* pada perempuan dewasa awal. Terdapat selisih sebesar 0,2 dengan koefisien nagelkerke R^2 pada *fear of missing out* secara keseluruhan terhadap *smartphone addiction*. Hal ini menunjukkan bahwa setiap dimensi *fear of missing out* tidak mempengaruhi *smartphone addiction* sebagai satuan dimensi, namun sebagai kesatuan *fear of missing out*.

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Logistik Setiap Dimensi *Fear of Missing Out* Terhadap *Smartphone Addiction*

Model	df	χ^2	Odds Ratio	Nagelkerke R^2	p
H ₁	355	41,249		0,167	<0,001
<i>Missed experience</i>			1,084		0,084
<i>Compulsion</i>			1,065		0,157
<i>Comparison With Friends</i>			1,132		0,176

4.4.2 Uji Regresi *Fear of Missing Out* dan Durasi Penggunaan *Smartphone* Selama Sehari Terhadap *Smartphone Addiction*

Uji regresi logistik dilakukan untuk mengetahui pengaruh *fear of missing out* dan durasi penggunaan *smartphone* selama sehari terhadap *smartphone addiction* pada perempuan dewasa awal, menunjukkan hasil signifikan, $\chi^2(353)=150,867$, $p<0,05$. Hasil uji regresi pengaruh *fear of missing out* dan durasi penggunaan *smartphone* selama sehari terhadap *smartphone addiction* juga mendapati hasil *Nagelkerke R*² $=0,527$, $p<0,05$ seperti tabel 4.7. Artinya, pengaruh *fear of missing out* dan durasi penggunaan *smartphone* selama sehari sebanyak 52,7% terhadap *smartphone addiction* pada perempuan dewasa awal. Hal ini menunjukkan bahwa besar pengaruh *fear of missing out* dan durasi penggunaan *smartphone* selama sehari terhadap *smartphone addiction* berada pada kategori tinggi. Hal ini karena *R*² berada >25% berada pada kategori yang tinggi (Gravetter & Forzano, 2019). Terdapat peningkatan koefisien *nagelkerke R*² sebesar 36,2%. Artinya terdapat peningkatan besar pengaruh *fear of missing out* yang ditambahkan durasi penggunaan *smartphone* selama sehari terhadap *smartphone addiction*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lama durasi penggunaan *smartphone* seperti 6-10 jam atau lebih selama sehari pada perempuan dewasa awal maka dapat berpengaruh pada peningkatan *smartphone addiction*-nya.

Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi *Fear of Missing Out* dan Durasi Penggunaan *Smartphone* Terhadap *Smartphone Addiction*

Model	df	χ^2	Odds Ratio	Nagelkerke <i>R</i> ²	p
H ₁	353	150,867		0,527	<0,001
<i>Fear of missing out</i>			1,078		<0,001
Durasi penggunaan <i>smartphone</i> :					
1-3 jam			0,676		0,670
3-5 jam			5,338		0,053
6-10 jam			26,833		<0,001
>10 jam			213,709		<0,001

4.4.3 Uji Regresi *Fear of Missing Out* dan Durasi Penggunaan Media Sosial Selama Sehari Terhadap *Smartphone Addiction*

Uji regresi logistik dilakukan untuk mengetahui pengaruh *fear of missing out* dan durasi penggunaan media sosial selama sehari terhadap *smartphone addiction* pada perempuan dewasa awal, menunjukkan hasil signifikan, $\chi^2(353)=121,429$, $p<0,05$. Hasil uji regresi pengaruh *fear of missing out* dan durasi penggunaan media sosial selama sehari terhadap *smartphone addiction* juga mendapati hasil Nagelkerke $R^2=0,441$, $p<0,05$ seperti tabel 4.8. Artinya, pengaruh *fear of missing out* dan penggunaan media sosial selama satu hari sebesar 44,1% terhadap *smartphone addiction*. Besar pengaruh *fear of missing out* dan durasi penggunaan media sosial selama sehari juga menunjukkan berada pada kategori tinggi, karena memiliki koefisien $>25\%$. Selisih besar pengaruh *fear of missing out* dan durasi penggunaan media sosial selama sehari juga mengalami peningkatan sebesar 27,6% dari besar pengaruh *fear of missing out* saja terhadap *smartphone addiction*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin lama durasi penggunaan media sosial selama sehari yaitu 3-5 jam atau lebih, maka dapat berpengaruh terhadap meningkatnya *smartphone addiction* pada perempuan dewasa awal.

Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi FoMO dan Durasi Penggunaan Media Sosial Terhadap SA

Model	df	χ^2	Odds Ratio	Nagelkerke R^2	p
H ₁	353	121,429		0,441	<0,001
<i>Fear of missing out</i>			1,068		<0,001
Durasi penggunaan media sosial:					
1-3 jam			2,456		0,343
3-5 jam			7,054		0,038
6-10 jam			35,678		<0,001
>10 jam			221,001		<0,001

