

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan analisis statistik (Creswell, 2014). Pendekatan ini dipilih karena bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai hubungan antara dua variabel, yaitu *social media fatigue* dan *psychological well-being*.

Jenis penelitian korelasional bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan serta seberapa erat hubungan antara dua variabel atau lebih, tanpa bermaksud mencari hubungan sebab-akibat (Sugiyono, 2023). Dalam konteks penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah terdapat hubungan antara *social media fatigue* dengan *psychological well-being* pada mahasiswa di Kota Padang.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut, sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023). Variabel penelitian dapat dibedakan menjadi variabel *independen* (variabel bebas) yaitu variabel yang mempengaruhi atau yang memicu terjadinya perubahan atau timbulnya variabel *dependen* (variabel terikat). Sedangkan

variabel *dependen* (variabel terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang diidentifikasi sebagai berikut:

1. Variabel X (bebas) : *Social Media Fatigue*
2. Variabel Y (terikat) : *Psychological Well-Being*

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional adalah pengertian mengenai variabel-variabel penelitian yang telah dirumuskan berdasarkan pada karakteristik variabel tersebut (Azwar, 2020). Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Social Media Fatigue*

Social media fatigue adalah kelelahan psikologis yang dialami oleh mahasiswa di Kota Padang akibat dari penggunaan media sosial secara berlebihan, sehingga dapat menimbulkan rasa jenuh dan kewalahan dalam mengakses media sosial, perasaan cemas, hingga perilaku menghindar dari media sosial untuk sementara waktu. Aspek dari *social media fatigue* ada tiga, yaitu aspek kognitif, emosional, dan perilaku. *Social media fatigue* diukur menggunakan skala *social media fatigue*.

2. *Psychological Well-Being*

Psychological well-being adalah kepuasan psikologis pada mahasiswa di Kota Padang yang muncul dikarenakan mereka merasa nyaman dengan apa adanya diri mereka, memiliki hubungan sosial yang baik terhadap sesama, dan merasa hidupnya bermakna dan berkembang. Dimensi *psychological well-*

being ada enam, yaitu: *self acceptance* (penerimaan diri), *positive relationship* (hubungan yang positif), *otonomy* (otonomi), *environmental mastery* (penguasaan lingkungan), *purpose in life* (tujuan hidup), *personal growth* (pertumbuhan pribadi). *Psychological well-being* diukur menggunakan skala *psychological well-being*.

D. Subjek Penelitian

1. Populasi penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa aktif di Kota Padang berusia 18-25 tahun. Adapun tabel sebaran populasi pada penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.1
Sebaran Populasi

No	Nama Perguruan Tinggi	Jumlah Mahasiswa
1.	Universitas Andalas	36.000
2.	Universitas Negeri Padang	38.430
3.	Universitas Islam Negeri Imam Bonjol	15.307
4.	Universitas Bung Hatta	6.517
5.	Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat	3.668
6.	Universitas Ekasakti	9.837
7.	Universitas Tamansiswa	1.702
8.	Universitas Baiturrahmah	4.342
9.	Universitas Putra Indonesia YPTK Padang	13.177
10.	Universitas Dharma Andalas	2.180
11.	Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Barat	676
12.	Universitas Perintis Indonesia	2.586
13.	Universitas Adzkia	2.924
14.	Universitas PGRI Sumatera Barat	4.125
15.	Universitas Metamedia	959
16.	Universitas Mercubaktijaya	1.464
17.	Universitas Syedza Saintika	2.811
18.	Institut Teknologi Padang	2.115
19.	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KBP	1.242

20.	Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Adabiah	299
21.	Sekolah Tinggi Bahasa Asing Prayoga	107
22.	Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi LPPN	890
23.	STISIP Imam Bonjol	1.123
24.	Sekolah Tinggi Teknologi Industri Padang	155
25.	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perdagangan	89
26.	Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbankan Indonesia	333
27.	STMIK Jaya Nusa	1.277
28.	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Alifah Padang	1.277
29.	Sekolah Tinggi Ilmu Farmasi Padang	1.166
30.	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Indonesia	798
31.	Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan YPAK Padang	100
32.	STIKES Ranah Minang	339
33.	STIKES Dharma Landbouw	346
34.	STIKES Lenggogeni Padang	–
35.	Akademi Pembangunan Pertanian Lubuk Alung	–
36.	Akademi Pariwisata Bunda Padang	125
37.	Akademi Keuangan dan Perbankan Padang	100
38.	Akademi Akuntansi Indonesia Padang	116
39.	Akademi Keperawatan Baiturrahmah	97
40.	Akademi Maritim Sapta Samudra	142
41.	Akademi Manajemen Informatika dan Komputer Jaya Nusa	71
42.	Apikes Iris	226
43.	Akademi Kebidanan Puteri Andalas	–
44.	Akademi Teknik Gigi YLPTK Padang	98
45.	Akademi Farmasi Prayoga Padang	182
46.	Akademi Refraksi Optisi YLPTK	108
47.	Akademi Keperawatan Kesdam I/Bukit Barisan Padang	120
48.	Politeknik Kesehatan Siteba	218
49.	Politeknik 'Aisyiyah Sumatera Barat	175
50.	Politeknik Negeri Padang	8.549
51.	Universitas Terbuka Padang	4.729

Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Padang (Publikasi Kota Padang dalam Angka 2026)

Berdasarkan data di atas, maka didapati jumlah keseluruhan populasi sebesar 173.417 orang.

2. Sampel penelitian

Sampel penelitian adalah jumlah sebagian subjek dari jumlah keseluruhan populasi, dengan kata lain sampel adalah bagian dari populasi (Azwar, 2020). Penentuan ukuran sampel pada penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan tabel *Isaac and Michael* dengan tingkat kepercayaan 95% dan *margin of error* 5% (Sugiyono, 2023). Adapun tabel *Isaac and Michael* disajikan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Penentuan Jumlah Sampel Isaac dan Michael dengan tingkat eror 1%, 5%, dan 10%

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	663	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	664	349	272

Berdasarkan jumlah populasi sebanyak 173.417 mahasiswa dan mengacu pada tabel Isaac dan Michael dengan taraf kesalahan 5%, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 347 orang responden.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan diambil untuk suatu penelitian, terdapat berbagai teknik

sampling yang digunakan (Sugiyono, 2023). Teknik penarikan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* melalui pendekatan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria dan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2023). Pada penelitian ini data akan dikumpulkan secara online melalui *google form* kepada mahasiswa aktif di Kota Padang berusia 18-25 tahun, dan jika terdapat data yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut maka akan dieleminasi.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan alat ukur skala psikologi sebagai teknik pengumpulan data. Skala psikologi merupakan instrumen yang digunakan untuk mengukur atribut psikologis yang tidak dapat diamati secara langsung, seperti sikap, persepsi, perasaan, maupun karakteristik individu melalui sejumlah pernyataan yang telah disusun secara sistematis (Azwar, 2021). Penggunaan skala psikologi dalam penelitian ini dipilih karena mampu mengungkapkan kondisi psikologis responden secara objektif berdasarkan jawaban yang diberikan.

Instrumen penelitian ini disusun dalam bentuk skala Likert dengan lima alternatif jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Skala Likert digunakan karena memudahkan responden dalam memberikan penilaian terhadap responden dalam memberikan respon terhadap setiap pernyataan sesuai dengan keadaan atau pengalaman yang dirasakan. Selain itu, skala Likert merupakan salah satu teknik penskalaan yang paling banyak digunakan dalam penelitian ilmu sosial dan psikologi karena

memiliki tingkat reliabilitas yang baik dalam mengukur sikap dan persepsi individu (Sugiyono, 2023).

F. Instrumen Penelitian

1. Skala *Social Media Fatigue*

Social media fatigue scale yang dirancang oleh Zhang et al., (2021) merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur tingkat kelelahan media sosial yang dialami individu. Skala tersebut terdiri dari 14 item yang mengukur aspek kognitif, emosi, dan perilaku. Pada penelitian ini, akan digunakan skala *social media fatigue* yang telah diadaptasi dan disesuaikan ke dalam Bahasa Indonesia oleh Azhari et al., (2024) dengan nilai reliabilitas sebesar 0,816.

Jenis skala yang digunakan untuk mengukur *social media fatigue* dalam penelitian ini adalah skala Likert yang terdiri dari 5 pilihan jawaban. Opsi jawaban diberi skor dari 5 sampai 1 secara berturut-turut. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, Setuju (S) diberi skor 4, Netral (N) diberi skor 3, Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

Tabel 3.3
Blue Print *Social Media Fatigue* Sebelum Uji Coba

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	jumlah
1.	Kognitif	1,2,3,4	-	4
2.	Perilaku	5,6,7,8,9	-	5
3.	Emosi	10,11,12,13,14	-	5
Jumlah		14	-	14

2. Skala *Psychological Well-Being*

Alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *psychological well-being scale* yang dikembangkan oleh Ryff & Keyes, (1995) yang terdiri dari 36 item dan mengukur enam dimensi yaitu penerimaan diri, hubungan positif dengan orang lain, otonomi, penguasaan lingkungan, tujuan hidup, pertumbuhan pribadi. Pada penelitian ini, akan digunakan skala yang telah diadaptasi oleh Zahrah et al., (2022) dengan nilai reliabilitas sebesar 0,934.

Jenis skala yang akan digunakan untuk mengukur *Psychological well-being* dalam penelitian ini adalah skala Likert yang terdiri dari item *favorable* dan *unfavorable*. Pada item *favorable*, opsi jawaban diberi skor dari 5 sampai 1 secara berturut-turut. Jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5, Setuju (S) diberi skor 4, Netral (N) diberi skor 3, Tidak Setuju (TS) diberi skor 2, Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1. Adapun item *unfavorable* adalah kebalikan dari *favorable*, jadi opsi jawabannya diberi skor 1 sampai 5, yaitu Sangat Setuju (SS) diberi skor 1, Setuju (S) diberi skor 2, Netral (N) diberi skor 3, Tidak Setuju (TS) diberi skor 4, Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 5.

Tabel 3.4
Blue Print *Psychological Well-Being* Sebelum Uji Coba

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1.	Penerimaan Diri	6, 16, 26, 31	3	5
2.	Hubungan Positif dengan Orang Lain	20, 32, 8, 29	23, 13, 1, 11	8
3.	Otonomi	14, 33, 27, 22	5	5
4.	Penguasaan Lingkungan	30, 18	9	3
5.	Tujuan Hidup	2, 28, 12, 24	19, 25, 7	7
6.	Pertumbuhan Pribadi	35, 4, 34, 10, 36	21, 15, 17	8
Jumlah		23	13	36

G. Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dapat dilakukan setelah peneliti mengumpulkan data uji coba penelitian. Adapun uji coba penelitian dilakukan pada 16 Juli 2026, skala disebarkan kepada mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Imam Bonjol sebanyak 30 orang.

1. Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang berarti ketepatan dan kecermatan. Maka uji validitas adalah untuk menguji sejauh mana alat ukur dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu alat ukur dikatakan memiliki validitas tinggi apabila hasil pengukurannya benar-benar mencerminkan konstruk atau variabel yang ingin diukur (Azwar, 2018).

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan merupakan instrumen yang telah melalui proses adaptasi dan pengujian validitas oleh peneliti sebelumnya. Meskipun demikian sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen akan dikonsultasikan kepada dosen ahli untuk dilakukan *expert judgement* guna memastikan kesesuaian isi dengan tujuan penelitian. Penilaian validitas isi dilakukan dengan mempertimbangkan kesesuaian setiap item terhadap indikator yang telah ditetapkan, serta relevansi isi terhadap konstruk teoritis variabel yang diukur.

Sedangkan uji validitas item pada skala *social media fatigue* dan *psychological well-being* dilakukan dengan bantuan program IBM SPSS *Statistics 20 for windows* menggunakan analisis *Corrected Item-Total Correlation* (CITC). *Corrected Item-Total Correlation* merupakan teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui daya beda setiap butir pernyataan,

yaitu sejauh mana suatu item mampu membedakan individu yang memiliki tingkat atribut psikologis tinggi dan rendah. Nilai *Corrected Item-Total Correlation* diperoleh dengan mengkorelasikan skor setiap item terhadap skor total setelah skor item yang bersangkutan dikeluarkan dari perhitungan skor total, sehingga menghasilkan estimasi daya beda item yang lebih akurat (Azwar, 2021).

Mengacu pada pedoman Azwar (2021), suatu item dinyatakan memiliki daya beda yang baik apabila memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* sebesar $\geq 0,30$. Item yang memiliki koefisien di bawah 0,30 maka akan dieleminasi atau direvisi karena dianggap belum mampu mengukur konstruk yang sama secara memadai. Adapun hasil analisis validitas item untuk skala *social media fatigue* dan *psychological well-being* dapat dilihat pada tabel-tabel berikut ini:

a. Analisis Aitem Instrumen *Social Media Fatigue*

Tabel 3.5
Blue Print Social Media Fatigue Setelah Uji Coba

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	jumlah
1.	Kognitif	1,2,3,4	-	3
2.	Perilaku	5,6,7,8,9	-	5
3.	Emosi	10,11,12,13,14	-	5
Jumlah		14	-	14

Berdasarkan hasil uji validitas skala *social media fatigue* melalui bantuan IBM SPSS *Statistics 20 for windows*, diperoleh 14 item valid dengan skor *corrected item-total correlation* 0,321 - 0,739. Seluruh item memiliki nilai

CITC $\geq 0,30$ sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Azwar (2021). Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa keseluruhan item skala *social media fatigue* memiliki daya beda yang baik dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

b. Analisis Aitem Instrumen *Psychological Well-Being*

Tabel 3.6
Blue Print *Psychological Well-Being* Setelah Uji Coba

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1.	Penerimaan Diri	6, 16*, 26, 31	3	4
2.	Hubungan Positif dengan Orang Lain	20, 32*, 8*, 29*	23, 13, 1, 11*	4
3.	Otonomi	14*, 33*, 27*, 22	5	2
4.	Penguasaan Lingkungan	30, 18	9	3
5.	Tujuan Hidup	2*, 28, 12*, 24	19, 25, 7	5
6.	Pertumbuhan Pribadi	35, 4*, 34, 10, 36	21, 15, 17	7
Jumlah		13	12	25

(*)= Item gugur

Berdasarkan hasil uji validitas skala *psychological well-being* melalui bantuan IBM SPSS 20 for windows, diperoleh 25 item valid yaitu nomor **1, 3, 5, 6, 7, 9, 10, 13, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 30, 31, 34, 35, 36**. Skor *corrected item-total correlation* dari item yang diterima yaitu 0,363 - 0,650. Sedangkan 11 item lainnya (item nomor **2, 4, 8, 11, 12, 14, 16, 27, 29, 32, 33**) dinyatakan tidak valid dan akan dieleminasi karena skor *corrected item-total correlation* $\leq 0,30$ yaitu -0,068 – 0,220. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa 25 item skala *psychological well-being* memiliki daya beda yang baik dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability*, yang berarti keterandalan atau konsistensi suatu alat ukur dalam menghasilkan data. Alat ukur dikatakan reliabel apabila memberikan hasil yang konsisten saat digunakan pada subjek yang sama dalam waktu yang berbeda, selama variabel yang diukur tidak berubah.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini diuji dengan menggunakan koefisien *Alpha Cronbach's* yang merupakan teknik statistik yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal dari suatu skala. Nilai reliabilitas berada dalam rentang 0 hingga 1,00. Apabila nilai $\alpha > 0,70$ maka instrumen tersebut dianggap reliabel dan layak digunakan dalam penelitian (Azwar, 2018). Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan menggunakan bantuan *IBM SPSS 20 for windows* untuk memastikan bahwa seluruh item pada masing-masing skala memiliki tingkat konsistensi internal yang memadai.

Tabel 3.7
Hasil Uji Reliabilitas Skala *Social Media Fatigue*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,858	14

Tabel 3.8
Hasil Uji Reliabilitas Skala *Psychological Well Being*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,888	25

Berdasarkan tabel 3.7 dan 3.8 dapat dilihat bahwa skor koefisien reliabilitas skala *social media fatigue* sebesar $r = 0,858$. sedangkan skala *psychological well being* sebesar $r = 0,888$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kedua skala tersebut dinyatakan reliabel dan bernilai baik, sehingga dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

H. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan serangkaian tahapan yang dilakukan untuk menjawab rumusan masalah penelitian serta menarik kesimpulan dari data yang telah dikumpulkan. Pada penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, sehingga analisis data melibatkan proses perhitungan statistik.

Analisis data kuantitatif dalam penelitian ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu kategorisasi variabel, uji asumsi, dan uji hipotesis dengan menggunakan program *IBM SPSS for Windows*.

1. Kategorisasi Variabel

Kategorisasi variabel bertujuan untuk mengelompokkan individu ke dalam kategori tertentu berdasarkan tingkat skor yang diperoleh, yaitu kategori rendah, sedang, dan tinggi. Pengelompokkan ini mengacu pada nilai mean hipotetik dan standar deviasi dari skor skala yang digunakan (Azwar, 2012).

Adapun langkah-langkah perhitungan kategori sebagai berikut:

Skor maksimum = jumlah item $\times$ skor tertinggi dalam skala

Skor minimum = jumlah item $\times$ skor terendah dalam skala

$$\text{Mean} = \frac{\text{skor maksimum} + \text{skor minimum}}{2}$$

$$\text{Standar deviasi} = \frac{\text{skor maksimum} - \text{skor minimum}}{6}$$

$$\text{Range} = X_{\max} - X_{\min}$$

Setelah itu, kategori variabel akan ditentukan menggunakan rumus kategorisasi sebagai berikut:

Tabel 3.9
Rumus Kategorisasi

Kategori	Rumus
Rendah	$X < M - 1SD$
Sedang	$M - 1SD \leq X \leq M + 1SD$
Tinggi	$X \geq M + 1SD$

Keterangan:

X = skor yang diperoleh responden

M = mean

SD = simpangan baku

Range= rentang atau selisih antara skor maksimal dan skor minimal

2. Uji asumsi

Sebelum melakukan uji hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi dari uji normalitas dan uji linearitas sebagai berikut:

a. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini digunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* karena jumlah responden lebih dari 50 orang. Jika nilai singifikansi $> 0,05$ maka data dianggap terdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal (Santoso, 2010).

b. Uji linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara dua variabel bersifat linear. Uji ini menggunakan *test of Linearity* dalam SPSS. Hubungan dua variabel dikatakan linear jika nilai signifikansi pada kolom *linearity* $< 0,05$ dan nilai signifikansi pada kolom *deviation from linearity* $> 0,05$ begitu pula sebaliknya (Santoso, 2010).

3. Uji hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Mengingat penelitian ini adalah penelitian korelasional, maka teknik analisis statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah teknik korelasi *pearson product moment* untuk menguji hubungan *social media fatigue* dan *psychological well-being*. Namun jika uji asumsi tidak terpenuhi, maka akan dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan *Spearman Rank* Pengujian dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi *IBM SPSS for Windows* dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi (2-tailed) $< 0,05$ maka terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut.
- b. Jika nilai signifikansi (2-tailed) $> 0,05$ maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel.

Selain signifikansi, analisis juga akan memperhatikan koefisien korelasi (r) untuk melihat arah hubungan (positif atau negatif) serta kekuatan hubungan antar variabel.