

**HUBUNGAN ANTARA *NEED TO BELONG* DENGAN
KUALITAS PERSAHABATAN**

Skripsi

*Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau untuk memenuhi
persyaratan mencapai derajat Strata-1 Program studi Ilmu Psikologi*



Disusun Oleh

Namira Monica

178110144

Program Studi Ilmu Psikologi

Fakultas Psikologi

Universitas Islam Riau

Pekanbaru

2021

LEMBAR PENGESAHAN
HUBUNGAN ANTARA NEED TO BELONG
DENGAN KUALITAS PERSAHABATAN
NAMIRA MONICA
178110144

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Pada Tanggal
31 Mei 2021

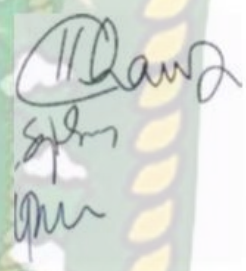
DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

Icha Herawati S.Psi.M.Soc.Sc

Dr. Sigit Nugroho, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Lisfarika Napitupulu, S.Psi., M.Psi., Psikolog



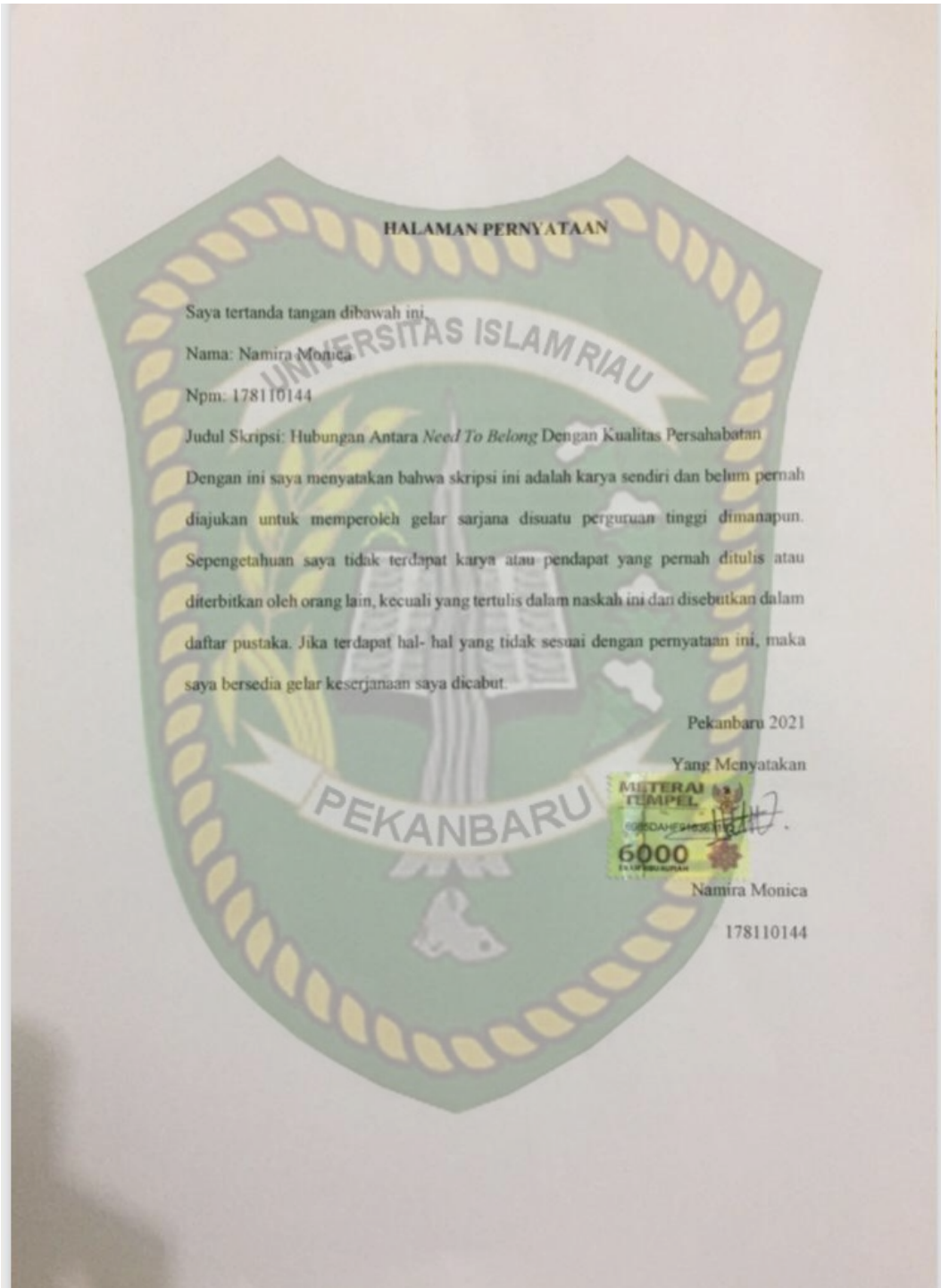
Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Psikologi
Pekanbaru, 27 Juli 2021

Mengesahkan

Dekan Fakultas Psikologi



Yanwar Arief, M.Psi Psikolog



HALAMAN PERSEMBAHAN

Atas izin Allah Subhanahuwata'ala , skripsi ini saya persembahkan khusus untuk:

Ayah, Ibu, Almarhumah Nenek, Adik- adik yang saya sayangi

Semoga kelulusan ini dapat membuat kalian bahagia dan bangga terhadap saya.



MOTTO

**Angin tidak berhembus untuk menggoyangkan pepohonan, melainkan untuk
menguji kekuatan akarnya**

(Ali Bin Abi Thalib)

**Masalah tidak datang untuk menghancurkan kita, melainkan untuk
mendewasakan kita**

(Namira Monica)



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas karunia dan rahmat-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik yang berjudul “ **Hubungan Antara *Need to Belong* Dengan Kualitas Persahabatan**”. Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana program studi Strata 1 (S1) pada Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.

Dalam menyelesaikan penyusunan dan penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar- besarnya terutama kepada:

1. Bapak Prof. DR.H. Syafrinaldi, SH., MCL selaku rektor Universitas Islam Riau
2. Bapak Yanwar Arief, M.Psi., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
3. Bapak Dr. Fikri, S. Psi., MA selaku Wakil Dekan I Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
4. Ibu Lisfarika Napitupulu, M.Psi., Psikolog selaku Wakil Dekan II Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.

5. Ibu Yulia Herawaty, S.Psi., MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
6. Ibu Juliarni Siregar, M.Psi., Psikolog selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
7. Bapak Didik Widianoro M.Psi., Psikolog selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
8. Ibu Icha Herawati S.Psi. M.Soc.Sc selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan, dan bimbingan yang sangat berarti dengan segenap kesabarannya, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan maksimal. Terimakasih atas masukan dan saran yang telah diberikan.
9. Ibu dr. Raihanatu Binqalbi Ruzain, M.Kes, Ibu T.Nila Fadhlia, M.Psi., Psikolog, Ibu Leni Armayati, S.Psi., M.Si, Ibu, M.Soc.Sc, Ibu Irfani Rizal, S.Psi., M.Si, Ibu Wina Diana Sari, S.Psi., M.B.A, Ibu Nindy Amita, M.Psi Psikolog, Bapak Ahmad Hidayat, S.Th.I, M.Psi., Psikolog, Bapak Dr. Sigit Nugroho, M.Psi., Psikolog, Bapak Bahril Hidayat, M.Psi., Psikolog, dan Bapak Tukiman Khateni, S.Ag., M.Si, selaku dosen psikologi di Universitas Islam Riau. Terima kasih atas semua dukungan yang sangat bermanfaat bagi penulis, serta telah memberikan ilmu dan berbagai pengalaman selama penulis belajar di Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau yang telah banyak memberi

bantuan, bimbingan, dan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti selama masa perkuliahan dan untuk masa yang akan datang.

10. Kepala tata usaha Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau Bapak Zulkifli Nur, SH, seluruh karyawan dan tata usaha Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau Ibu Eka Mailinasari, Ibu Masrifah, S.Ikom, Ibu Hj. Sovia Endang, Bapak Riki Hamdani, S.E, Bapak Ridho Lesmana, S.T, Bapak Wan Rahmad Maulana, S.E, Ibu Liza Farhani, S.Psi, Ibu Kasmiwati, Ibu Dewi Novita Sari, Bapak M Soif, dan Bapak Bambang Kamajaya Barus, S.P yang telah membantu dalam menyelesaikan segala kelengkapan administrasi penulis sehingga penulis dapat menyajikan skripsi ini.
11. Terimakasih banyak kepada Ayahku Budi Susanto dan Ibuku Marlen Rose yang selalu memberi semangat, dukungan, selalu mendampingi, memberikan bantuan moral maupun material yang tak terhitung banyaknya sehingga penulis selalu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Serta terimakasih kepada Almarhumah nenekku tersayang yang semasa hidupnya selalu memberikan semangat dan rasa sayang yang luar biasa.
12. Terimakasih kepada diri sendiri karena sudah mampu bertahan hingga sampai dititik ini.

13. Terimakasih kepada ibu ndut dan bapak yang selalu memberikan semangat, bantuan moral dan material yang tak terhitung banyaknya dan selalu mendoakan penulis hingga sampai saat ini. Terimakasih kepada adekku tersayang Muhammad Zikri Ardidjasyah dan adekku tersayang Vania Syafira Ardidjasyah yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis. Serta terimakasih kepada keluarga besar yang selalu mendukung dan memotivasi penulis untuk tetap semangat.
14. Terimakasih kepada sepupu- sepupu tersayang Frizsa Destya Rahmadani yang selalu memberikan semangat, abang Benny Setiawan dan adik sisil dan dinda yang tak henti mendukung penulis.
15. Terimakasih kepada kakak Rahma yang selalu membantu, memberikan semangat, dukungan serta motivasi- motivasi dan saran yang sangat berguna bagi penulis.
16. Terimakasih kepada Sahabat- Sahabat tersayang, Hotma, Ayu, Cipa, Dela, Uyun, Piak yang sudah menemani dan berjuang bersama sejak awal kuliah hingga saat ini.
17. Terimakasih kepada teman- temanku tersayang Puja, Rifka, Weni, yang selalu memberikan semangat dan telah menemani dari masa sekolah hingga sampai saat ini
18. Serta teman- teman seangkatan 2017 lainnya yang tidak bisa disebut satu persatu.

19. Kepada semua pihak yang telah membantu selama penulisan skripsi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, terimakasih atas kebaikan yang telah diberikan sehingga penulis mampu menghadapi setiap kesulitasn selama menyusun skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang.

Pekanbaru, April 2021

Penulis

Namira Monica



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Pengertian <i>Need to belong</i>	9
2.1.1 <i>Need to belong</i>	9
2.1.2 Aspek- aspek <i>Need to belong</i>	11

2.1.3 Teori Aktualisasi Diri	11
2.2 Kualitas Persahabatan.....	12
2.2.1 Pengertian Kualitas Persahabatan.....	12
2.2.2 Aspek- aspek Kualitas Persahabatan	13
2.2.3 Faktor Kualitas Persahabatan.....	15
2.3 Pengertian Generasi Milenial	16
2.3.1 Generasi Milenial.....	16
2.3.2 Karakteristik Generasi Milenial.....	16
2.3.3 Generasi <i>Gadget</i>	17
2.4 Hubungan antara <i>Need to belong</i> dengan Kualitas Persahabatan	17
2.5 Hipotesis.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian	21
3.2 Definisi Operasional Definisi Operasional.....	21
3.2.1 <i>Need to belong</i>	21
3.2.2 Kualitas Persahabatan	22
3.3 Subjek Penelitian.....	22
3.3.1 Populasi.....	22

3.3.2 Sampel Penelitian	23
3.4 Metode Pengumpulan Data	24
3.4.1 Skala <i>Need to belong</i>	24
3.4.2 Skala Kualitas Persahabatan	26
3.5 Pengembangan Alat Ukur Penelitian.....	28
3.6 Validitas dan Reliabilitas.....	30
3.6.1 Validitas	30
3.6.2 reliabilitas.....	30
3.7 Teknik Analisis Data	31
3.7.1 Uji Normalitas.....	31
3.7.2 Uji Linearitas	31
3.7.3 Uji Hipotesis	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Persiapan Penelitian	33
4.2 Pelaksanaan Penelitian	33
4.3 Data Demografi	34
4.3.1 Jenis Kelamin.....	34
4.3.2 Usia	34

4.4 Kategorisasi Data Penelitian	35
4.4.1 Kategorisasi <i>Need to belong</i> dan Kualitas Persahabatan Secara Umum	38
4.4.2 Kategorisasi <i>Need to belong</i> dan Kualitas Persahabatan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
4.4.3 Kategorisasi <i>Need to belong</i> dan Kualitas Persahabatan Berdasarkan Generasi	40
4.4.4 Uji Asumsi	41
4.4.5 Uji Hipotesis	42
4.5 Pembahasan	43
BAB V PENUTUP.....	48
5.1 Kesimpulan.....	48
5.2 Saran.....	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN I	54
LAMPIRAN II	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Populasi Penelitian.....	23
Tabel 3.2 <i>Blueprint</i> Skala <i>Need to Belong</i> sebelum <i>Try Out</i>	25
Tabel 3.3 <i>Blueprint</i> Skala <i>Need to Belong</i> setelah <i>Try Out</i>	25
Tabel 3.4 <i>Blueprint</i> skala Kualitas Persahabatan Sebelum <i>Try Out</i>	26
Tabel 3.5 <i>Blueprint</i> Skala Kualitas Persahabatan setelah <i>Try Out</i>	27
Tabel 4.1 Data Demografi Penelitian Jenis Kelamin.....	34
Tabel 4.2 Data Demografi Penelitian Usia.....	35
Tabel 4.3 Gambaran Hipotetik dan Empirik Variabel <i>Need to Belong</i> dan Kualitas Persahabatan.....	36
Tabel 4.4 Rumus Kategorisasi.....	37
Tabel 4.5 Kategorisasi Variabel <i>Need to Belong</i> Secara Umum.....	38
Tabel 4.6 Kategorisasi Variabel Kualitas Persahabatan Secara Umum.....	38
Tabel 4.7 Kategorisasi Variabel <i>Need to Belong</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.8 Kategorisasi Variabel Kualitas Persahabatan Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.9 Kategorisasi Variabel <i>Need to Belong</i> Berdasarkan Generasi.....	40
Tabel 4.10 Kategorisasi Variabel Kualitas Persahabatan Berdasarkan Generasi.....	41
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	41
Tabel 4.12 Uji Linearitas.....	42
Tabel 4.13 Uji Hipotesis.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Skala <i>Try Out</i>	54
Lampiran II Skala Penelitian.....	71



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

HUBUNGAN ANTARA *NEED TO BELONG* DENGAN KUALITAS PERSAHABATAN

Namira Monica
178110144

FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU

ABSTRAK

Manusia sebagai makhluk sosial yang memerlukan orang lain dihidupnya. Dikalangan remaja dan dewasa memiliki seorang sahabat atau teman dekat sangat mendukung keberlangsungan hidup individu. Memiliki kualitas persahabatan yang baik merupakan keinginan semua orang. Individu akan melakukan yang terbaik untuk lingkungan sosialnya dan merasa terikat, hal ini karena adanya *need to belong* dalam hubungan persahabatan. Tujuan penelitian ini adalah untuk melihat apakah terdapat Hubungan yang signifikan antara *Need to belong* dengan Kualitas Persahabatan. Subjek penelitian ini adalah generasi milenial dan generasi gadget di kota Pekanbaru yang berjumlah 300 orang. Teknik sampling menggunakan cara *purposive sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan skala *Need to Belong* yang disusun oleh Leary, dkk (2013) yang berjumlah 10 aitem dan skala Kualitas Persahabatan yang diadaptasi dari Prayona (2017) yang berjumlah 21 aitem. Data analisis dengan menggunakan korelasi *Spearman* dimana hasilnya menunjukkan nilai koefisien korelasi yang signifikan dengan nilai 0,353 ($p < 0,01$). Dari hasil tersebut dapat disimpulkan adanya hubungan antara *need to belong* dengan kualitas persahabatan. Semakin tinggi *need to belong* maka tinggi pula kualitas persahabatan dan begitupun sebaliknya.

Kata Kunci: *Need to Belong*, Kualitas Persahabatan, Generasi Milenial, Generasi

Gadget

**THE RELATIONSHIP BETWEEN NEED TO BELONG AND
THE QUALITY OF FRIENDSHIP**

**Namira Monica
178110144**

**FACULTY OF PSYCHOLOGY
RIAU ISLAMIC UNIVERSITY**

ABSTRACT

Humans are social creatures who need other people in their lives. Among teenagers and adults having a friend or close friend is very supportive of individual survival. Having good friendship qualities is everyone's desire. Individuals will do their best for their social environment and feel attached, this is because of the need to belong in friendly relationships. The purpose of this study was to see whether there was a significant relationship between Need to belong and the Quality of Friendship. The subjects of this research are the millennial generation and the gadget generation in the city of Pekanbaru, amounting to 300 people. The sampling technique used purposive sampling. The data collection method uses the Need to Belong scale compiled by Leary, et al (2013) which amounted to 10 items and the Friendship Quality scale adapted from Prayona (2017) which amounted to 21 items. Data analysis using Spearman correlation where the results show a significant correlation coefficient with a value of 0.353 ($p < 0.01$). From these results, it can be concluded that there is a relationship between need to belong and the quality of friendship. The higher the need to belong, the higher the quality of friendship and vice versa.

Keywords: Need to Belong, Friendship Quality, Millennial Generation, Gadget Generation

ارتباط بين Need To Belong بجودة الصلابة

نامرة مونيكا

178110144

كلية علم النفس
الجامعة الإسلامية الرياوية

الملخص

كان الناس من كائن اجتماعي هم يحتاجون إلى الآخرين في حياتهم. لكل الناس أصحاب يساعدهم في الحياة. وتكون جودة الصحبة الجيدة هي إرادة الشخص. سيعمل الشخص عملا جيدا للبيئة الاجتماعية ويلتزم بها. لأن وجود *need to belong* في الصحبة. يهدف هذا البحث إلى معرفة ارتباط قوي بين *need to belong* بجودة الصحبة. وأفراد البحث تتكون على الأجيال *milienial* والأجيال *gadget* في مدينة بكنبارو وعددهم 300 شخصا. وتستخدم الباحثة *purposive sampling* لأخذ العينة. وأما طريقة لجمع البيانات فتستخدم مقياس *need to belong* الذي ألفه لياري (2.31) وعددها 10 بنودا ومقياس جودة الصحبة الذي ألفه برايون (2017) وعدده 21 بنودا. وتحلل البيانات باستخدام ارتباط *spearman* وحصلت على نتيجة الارتباط $p < 0,01$ (353,0). فالنتيجة السابقة فتستخلص الباحثة بأن وجود ارتباط بين *need to belong* بجودة الصحبة. إذا يرتفع *need to belong* فنترفع جودة الصحبة أو العكس.

الكلمات الرئيسية : *need to belong*، جودة الصحبة، أجيال *milienial*، أجيال *gadget*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial tentunya memerlukan orang lain dihidupnya baik itu teman ataupun sahabatnya. Setiap individu dikehidupannya akan membutuhkan bantuan dari sesama manusia. Jika tidak terdapat hubungan sosial dikehidupannya, individu tersebut tidak dapat dikatakan sebagai makhluk sosial. Dalam kehidupan sosial individu ditekan agar mempunyai sifat saling membantu dilingkungan, dengan adanya sifat membantu maka akan terbentuknya kehidupan yang damai dan saling tolong menolong.

Dikalangan remaja dan dewasa memiliki seorang sahabat atau teman dekat sangat mendukung keberlangsungan hidup individu sebagai makhluk sosial yang membutuhkan orang lain dalam kehidupan sehari-harinya. Persahabatan merupakan hubungan antara dua orang atau lebih yang saling bergantung, memiliki kasih sayang satu sama lain dan akan melakukan apapun agar dapat membantu sahabatnya (Demir & Özdemir, 2010). Helgeson (2015) menyatakan bahwa individu yang menjalani persahabatan akan melibatkan kesenangan, penerimaan diri, saling menghormati, mendukung satu sama lain, memberikan perhatian dan spontanitas. Persahabatan akan memberikan dampak yang baik terhadap psikologis seseorang. Individu yang memiliki seorang sahabat akan lebih memaknai hidupnya dan lebih merasa dirinya dibutuhkan.

Persahabatan adalah individu yang mengenal satu sama lain dan mempunyai hubungan yang dekat yang menghargai satu sama lain. Menurut Fauziah (2014) individu dapat dikatakan sebagai seorang sahabat apabila dapat menghargai satu sama lain, setia tidak meninggalkan disaat susah ataupun senang, menjaga kepercayaan dan mempunyai hobi yang sama. Dengan begitu makna persahabatan sangat besar bagi individu karena dengan adanya persahabatan individu akan merasa diakui keberadaannya dan merasa dibutuhkan serta merasa diterima dilingkungan sekitar dan menumbuhkan rasa percaya diri terhadap individu tersebut.

Persahabatan biasanya menjadi sangat penting jika individu memasuki masa remaja sering terjadi pada perempuan, apabila sudah memasuki masa dewasa dan sudah memiliki keluarga peran persahabatan akan menurun dikarenakan individu lebih banyak menghabiskan waktu luang dengan keluarganya. Teman dapat diartikan sebagai individu yang dapat menghabiskan waktu bersama, selain itu juga dapat meningkatkan rasa empati kepada sesama manusia (Sandjojo, 2017).

Menurut Nangle, Erdley, Mason, & Carpenter (2003) mengemukakan bahwasanya individu yang mempunyai seorang teman, kualitas persahabatan yang erat dan popularitas akan membantu menghilangkan rasa kesepian pada diri individu. Kharisma (2015) juga mengatakan bahwa kualitas persahabatan adalah hubungan persahabatan yang memiliki aspek pertemanan, dukungan sosial dan konflik. Kualitas persahabatan juga ditentukan bagaimana suatu hubungan

persahabatan dapat berfungsi dengan baik dan sebagaimana pula seseorang dapat menyelesaikan konflik yang ada dengan baik. Kualitas persahabatan yang baik dinilai dari tinggi nya perilaku tolong menolong, kedekatan serta perilaku yang mengarah pada hal positif lainnya. Kualitas persahabatan dapat menunjukkan kesuksesan dalam berinteraksi dengan individu lain, kualitas persahabatan ini juga dapat berpengaruh terhadap sikap dan perilaku individu, hal ini karena adanya kualitas persahabatan yang baik maka dapat mengurangi rasa ketidakpercayaan terhadap diri sendiri Berndt (Rahmat, 2014).

Sandjojo (2017) mengatakan individu akan merasa bahagia jika saling membantu satu sama lain, merasa diterima didalam kelompok, merasa dilindungi dan merasa adanya kebahagiaan. Persahabatan atau pertemanan juga terdapat didalam agama islam, yaitu menjalin hubungan pertemanan yang baik. Agama islam merupakan agama yang mementingkan nilai- nilai kemanusiaan, yaitu persahabatan atau pertemanan (Jufri, 2017). Persahabatan dalam pandangan islam ialah persahabatan yang mampu memberikan dampak yang baik kepada individu, hal ini dikarenakan persahabatan mempunyai dampak yang besar bagi kehidupan seseorang.

Menurut Helgeson (2015) bahwasanya laki- laki dan perempuan cenderung memiliki jumlah teman yang sama, akan tetapi laki- laki lebih cenderung memiliki lingkup pertemanan yang jauh lebih besar daripada perempuan dikarenakan perbedaan jenis dalam permainan. Di hubungan pertemanan perempuan lebih banyak berinteraksi dengan lawan jenisnya, membericarakan hal- hal yang dirasakan, serta lebih banyak menghabiskan waktu untuk berbicara, sedangkan laki- laki lebih sering menghabiskan waktu dengan lingkup yang lebih besar dan berfokus pada hal- hal tertentu.

Hubungan persahabatan perempuan ataupun laki- laki tidak semuanya berjalan dengan mulus pasti selalu ada konflik disetiap hubungan. Namun hubungan persahabatan perempuan lebih rentan tidak bertahan lama dibandingkan dengan persahabatan laki- laki. Hal ini dikarenakan perempuan lebih terbuka dan mengatakan apapun yang sedang dirasakannya kepada teman terdekatnya, yang memicu munculnya konflik (Helgeson, 2015). Laki- laki lebih mempertahankan suatu pertemanan yang sudah lama, dan lelaki juga mempunyai tenggang rasa jika temannya mengkhianati ataupun gagal dalam memeprtahankan kepercayaannya. Namun dalam persahabatan laki- laki dan perempuan terdapat kesamaan, salah satunya mempunyai keinginan yang sama dari seorang teman dan sama-sama menginginkan teman yang dapat dipercaya. Perempuan ataupun laki- laki lebih banyak menghabiskan masa remaja nya dengan temannya.

Perempuan dan laki- laki mempunyai beberapa perbedaan dalam memandang makna dari sebuah persahabatan akan tetapi mereka mempunyai keinginan yang sama dari sebuah hubungan persahabatan. Perempuan dan laki- laki menilai pentingnya untuk saling menghibur satu sama lain agar dapat membuat oranglain merasa nyaman . salah satu yang menjadi factor persahabatan wanita lebih erat dibandingkan dengan persahabatan pria ialah dikarenakan wanita lebih terbuka, lebih banyak mengungkapkan diri dibandingkan dengan pria menurut(Helgeson, 2015).

Dengan adanya hubungan persahabatan pada individu, dapat memenuhi kebutuhan untuk mendapatkan dukungan dari orang terdekatnya serta mendapatkan kebutuhan untuk diperhatikan atau memperhatikan dan rasa memiliki satu sama lain. Setiap individu akan melakukan yang terbaik untuk lingkungan sosialnya dan merasa terikat, hal ini karena adanya *need to belong* dalam hubungan persahabatannya (Shodiq, Kosasih, & Sri, 2020).

Menurut Shodiq, Kosasih, dan Sri (2020) mengatakan *Need to belong* merupakan salah satu teori kebutuhan, yang memiliki aspek *love needs* dan *belongingness* yang artinya memiliki kebutuhan untuk disayang atau rasa sayang dan memiliki kelebihan untuk dapat berinteraksi dengan orang lain serta lingkungan sosial. *Need to belong* merupakan salah satu bentuk motivasi untuk diri sendiri, umumnya individu membutuhkan rasa ingin diterima di lingkungan dan memiliki rasa dibutuhkan dalam sebuah lingkungan sosial. Setiap individu

memiliki *need to belong* yang besar terhadap lingkungan pertemanannya, sebab jika adanya dukungan atas masalah yang sedang dihadapi individu akan merasa dirinya diterima dilingkungan tersebut.

Need to belong didefinisikan sebagai suatu kebutuhan yang berfungsi untuk membentuk dan menjaga hubungan antara individu. Menurut Maslow (dalam Adhani, 2013) mengemukakan bahwa *belongingness and love needs* merupakan suatu kebutuhan agar dapat memiliki dan agar dapat merasa dicintai dan mencintai. Rasa cinta dihubungkan persahabatan adalah rasa sayang dan terikat (*to belong*) yang muncul dari keluarga, teman kerja, teman sekolah dan lainnya serta individu ingin merasa dirinya dapat diterima dengan baik.

Kebutuhan untuk dimiliki didefinisikan sebagai kebutuhan untuk membentuk dan memelihara setidaknya kuantitas minimum hubungan antar pribadi. Itu sudah dipersiapkan secara bawaan dan hampir seluruh di antara manusia. Adanya kebutuhan psikologis untuk dapat bergabung dengan kelompok pertemanan yang didefinisikan sebagai bentuk perhatian agar dapat membangun dan memelihara hubungan yang positif dengan individu ataupun kelompok lain (Lavigne, Vallerand, & Braud 2011).

Dalam penelitian Barnes, Carvallo, Brown, & Osterman (2010) mengatakan bahwa tidak ada satu individu yang mampu bertahan hidup tanpa adanya hubungan sesama manusia dan tanpa adanya perhatian. Setiap individu mempunyai kebutuhan untuk saling memiliki dan dimiliki atau *Need to belong*, salah satunya

yaitu kebutuhan untuk mempertahankan sebuah hubungan sosial. Hal ini memperlihatkan suatu kualitas persahabatan yang berarti hubungan sosial antara individu dengan yang lainnya yang didalamnya terdapat dukungan sosial, kasih sayang dan konflik.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti mengenai Hubungan antara *Need to belong* dengan Kualitas Persahabatan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan pada latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini sebagai adalah Apakah ada Hubungan yang signifikan antara *Need to belong* dengan Kualitas Persahabatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka dapat dikemukakan bahwa tujuan dari penelitian ini ialah untuk melihat apakah terdapat Hubungan yang signifikan antara *Need to belong* dengan Kualitas Persahabatan.

1.4 Manfaat Penelitian

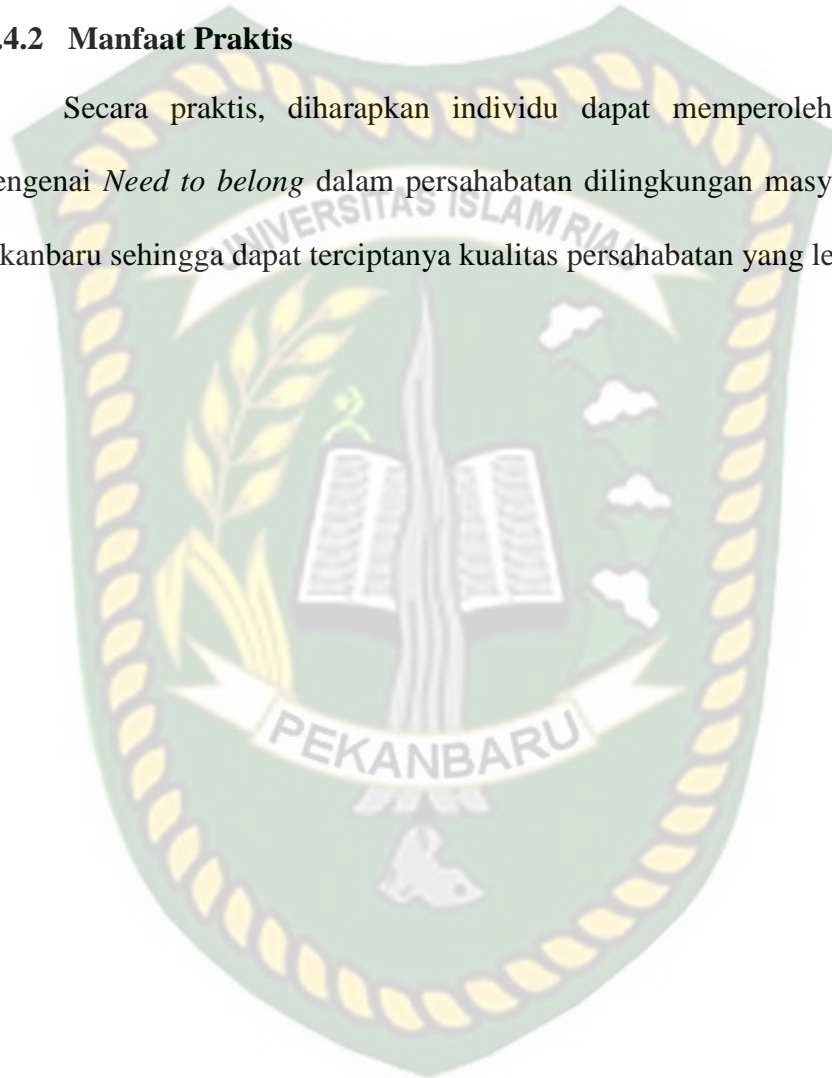
1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat sebagai referensi dan memperluas wawasan mengenai pengembangan ilmu psikologi khususnya pada bidang psikologi sosial dan psikologi

perkembangan terkait dengan Hubungan antara *Need to belong* dengan Kualitas Persahabatan

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan individu dapat memperoleh informasi mengenai *Need to belong* dalam persahabatan dilingkungan masyarakat kota Pekanbaru sehingga dapat terciptanya kualitas persahabatan yang lebih baik.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian *Need to belong*

2.1.1 *Need to belong*

Need to belong merupakan suatu kebutuhan untuk dapat menjalin sebuah hubungan sosial dengan individu lainnya serta keinginan untuk dapat diterima dengan lingkungan sosial, *need to belong* adalah kebutuhan yang dimiliki individu untuk dapat memberi dan menerima kasih sayang dari individu lain. Setiap individu memiliki kebutuhan dengan orang lain dan setiap individu harus dapat memenuhi kebutuhan mereka agar dapat menikmati kehidupan sosial yang baik (Lavigne, Vallerand, & Braud, 2011).

Menurut Shodiq, Kosasih, dan Sri (2020) mengatakan *Need to belong* merupakan salah satu teori kebutuhan, yang memiliki aspek *love needs* dan *belongingness* yang artinya memiliki kebutuhan untuk disayang atau rasa sayang dan memiliki kelebihan untuk dapat berinteraksi dengan orang lain serta lingkungan sosial. *Need to belong* merupakan salah satu bentuk motivasi untuk diri sendiri, umumnya individu membutuhkan rasa ingin diterima dilingkungan dan memiliki rasa dibutuhkan dalam sebuah lingkungan sosial. Setiap individu memiliki *need to belong* yang besar terhadap lingkungan pertemanannya, sebab jika adanya dukungan atas masalah yang sedang dihadapi individu akan merasa dirinya diterima dilingkungan tersebut.

Need to belong merupakan salah satu teori kebutuhan dasar milik individu yang dikemukakan oleh Abraham Maslow dalam penelitian Shodiq, dkk, (2020). Kebutuhan rasa memiliki dan cinta merupakan suatu kebutuhan untuk rasa sayang dan kebutuhan agar mampu berinteraksi dengan orang lain, dan kebutuhan untuk diterima dilingkungan sosial. *Need to belong* merupakan suatu motivasi dasar yang ada pada diri individu, manusia pada dasarnya memiliki kebutuhan untuk diterima didalam sebuah kelompok pertemanan.

Menurut Leary, Kelly, Cottrell, & Schreindorfer (dalam Sarita & Suleeman, 2017) menjelaskan bahwa *need to belong* berhubungan dengan kecenderungan individu untuk dapat berinteraksi dengan orang lain. *Need to belong* juga termasuk dari bagian perkembangan sosial anak dan remaja , pada masa remaja mempunyai keinginan yang kuat untuk dapat memiliki teman Louw, 1998 (dalam Sarita & Suleeman, 2017).

Need to belong muncul sebagai motivasi bagi setiap individu untuk dapat diterima didalam suatu lingkaran pertemanan, jika tidak diterima dalam suatu lingkaran pertemanan akan menyebabkan kesepian, dan berdampak negative pada kesejahteraan emosional individu (Hasan & Wibowo, 2018).

Baumeister dan Leary (dalam Shodiq dkk., 2020) menyatakan bahwa manusia memiliki dorongan yang kuat untuk dapat memelihara dan membentuk hubungan dengan orang lain yang langgeng, dan positif. Kegagalan untuk memenuhi *need to belong* dapat menyebabkan perasaan

terasingkan dan kesepian, dengan demikian *need to belong* tidak hanya untuk sekedar berinteraksi sosial tetapi juga untuk pemaham terhadap rasa kesepian (Mellor, Stokes, Firth, Hayashi, & Cummins 2008).

2.1.2 Aspek- aspek *Need to belong*

Baumeister dan Leary dalam (Shodiq et al., 2020) mengemukakan beberapa aspek mengenai *Need to belong* yaitu;

- a. Berhubungan dengan orang lain (*Affiliate with other*) merupakan suatu kebutuhan untuk menjalin hubungan dengan individu lainnya.
- b. Penerimaan Sosial (*Social Acceptance*) adalah suatu kebutuhan untuk dapat diterima didalam suatu lingkungan sosial.

2.1.3 Teori Aktualisasi Diri

Maslow dalam Adhani (2013) menjelaskan ada 5 kebutuhan dasar manusia yang berbentuk hierarki kebutuhan yaitu kebutuhan untuk aman, kebutuhan sosial, kebutuhan akan dihargai, kebutuhan fisiologis dan kebutuhan aktualisasi diri. Kebutuhan untuk aman (*safety needs*) merupakan suatu kebutuhan untuk mendapatkan keamanan secara fisik ataupun psikologis. Kebutuhan sosial (*social need*) meliputi suatu kebutuhan untuk berhubungan dengan orang lain, untuk mendapatkan seorang sahabat dan hubungan untuk dapat berinteraksi lebih dekat dengan individu lain. kebutuhan akan dihargai (*esteem needs*) adalah kebutuhan atau keinginan

untuk dapat dihormati, dihargai ketika mendapatkan prestasi dan pengakuan. Kebutuhan psikologis (*physiological need*) adalah kebutuhan hierarki manusi yang paling dasar yaitu, sandang, pangan contohnya kebutuhan untuk makan, minum, istirahat dan lainnya dalam (Sari & Dwiarti, 2018).

Aktualisasi diri merupakan suatu proses menjadi diri sendiri serta untuk membantu mengembangkan sifat- sifat dan potensi diri yang menarik Maslow (dalam Adhani, 2013). Individu yang mampu mengaktualisasikan dirinya sendiri mereka sangat memahami harapan serta hambatan. Selain itu terdapat beberapa karakteristik yang menunjukkan individu telah mencapai aktualisasi diri antara lain , individu melakukan penerimaan diri sendiri dengan orang lain apa adanya, memiliki spontanitas, mampu mengembangkan ide- ide yang menarik serta memiliki kesadar sosial yang baik.

2.2 Kualitas Persahabatan

2.2.1 Pengertian Kualitas Persahabatan

Persahabatan merupakan suatu hubungan sukarela, adanya timbal balik dimana masing- masing individu mengakui sebuah hubungan tersebut dengan setara. Bentuk persahabatan ini cenderung merasa dirinya diperlukan, dan mendapatkan kasih sayang satu sama lain (Rubin & Bowker, 2018).

Persahabatan merupakan dua orang atau lebih yang saling bergantung , memiliki kasih sayang satu sama lain dan akan melakukan apapun agar dapat membantu sahabatnya (Demir & Özdemir, 2010). Dalam persahabatan

terdapat kesenangan, penerimaan diri, saling menghormati, saling mendukung antar individu, memberikan perhatian dan spontanitas. Persahabatan itu sendiri memberikan dampak yang baik terhadap psikologis seseorang, seseorang yang memiliki seorang sahabat akan lebih memaknai hidupnya dan lebih merasa dirinya dibutuhkan.

Menurut Nangle, Erdley, Mason, & Carpenter dkk, (2003) mengemukakan bahwasanya individu yang mempunyai seorang teman, kualitas persahabatan yang erat dan popularitas akan membantu menghilangkan rasa kesepian pada diri individu. Namun tidak semua individu dapat diterima didalam sebuah kelompok pertemanan, tingkat penerimaan dalam sebuah kelompok, walaupun hanya beberapa yang terlibat akan mengurangi tingkat kesepian individu.

Menurut Kharisma (2015) kualitas persahabatan adalah hubungan sosial antar individu yang dibentuk dari aspek pertemanan, dukungan social dan konflik. Kualitas persahabatan juga ditentukan bagaimana suatu hubungan persahabatan dapat berfungsi dengan baik dan sebagaimana pula seseorang dapat menyelesaikan konflik yang ada dengan baik.

2.2.2 Aspek- aspek Kualitas Persahabatan

Brendgen, dkk., dalam (A'yun, 2018) mengatakan kualitas suatu hubungan persahabatan dipengaruhi oleh aspek-aspek yang dapat berfungsi dengan baik. Aspek-aspek tersebut antara lain:

a. Pertemanan (*companionship*)

Mengarahkan kepada aktifitas bersama yang membangkitkan kesenangan, kegembiraan, dan gairah atau semangat.

b. Pertolongan (*help*)

Aspek ini mengarah pada penyediaan atau pemberian tuntutan, bantuan, pemberian informasi, saran dan bentuk bantuan lain yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan atau tujuan sahabatnya.

c. Kedekatan (*closeness*)

Aspek keintiman ialah suatu keadaan dimana individu bersikap peka terhadap apa yang menjadi kebutuhan dan peka terhadap kondisi sahabatnya. Disamping itu, dalam dimensi terdapat kesediaan untuk menerima sahabat apa adanya.

d. Konflik (*conflict*)

Mengarah pada kesanggupan untuk mengandalkan keberadaan dan loyalitas sahabatnya. Disamping itu, aspek ini menunjukkan bagaimana konflik yang terjadi pada pasangan sahabat diselesaikan dengan baik.

e. Keamanan (*security*)

Individu akan merasa aman serta akan memberikan perlindungan untuk sahabatnya pada keadaan yang dapat mengancam atau berbahaya.

2.2.3 Faktor Kualitas Persahabatan

Factor yang mempengaruhi kualitas persahabatan menurut Baron & Byrne dalam (Dyartika, 2015) yaitu:

a. Ketertarikan dari fisik

Fisik merupakan salah satu factor yang mempengaruhi dalam menjalin sebuah hubungan persahabatan .Hubungan persahabatan akan berjalan dengan baik jika diawali dengan pengenalan dan bergantung pada ketertarikan individu pada fisik .

b. Kesamaan

Dalam menjalin hubungan persahabatan individu cenderung mencari teman yang mempunyai kesamaan dan ketidaksukaan yang sama. Kesamaan yang dimiliki individu dan sahabatnya mencakup berbagai hal.

c. Timbal Balik

Hubungan persahabatan yang baik ialah jika didalamnya terdapat rasa saling menguntungkan dari hubungan tersebut, yang akan membuat hubungan menjadi lebih erat.

2.3 Pengertian Generasi Milenial

2.3.1 Generasi Milenial

Generasi milenial atau generasi Y merupakan salah satu generasi muda saat ini, generasi ini mulai di usia 15- 34 tahun. Usia tersebut sesuai dengan mahasiswa yang sedang duduk diperguruan tinggi. Menurut Hidayatullah, Waris, Devianti, Sari Ratna, Wibowo Ardi, & PW (2018) dalam penelitian mengatakan bahwa generasi milenial adalah generasi modern yang hidup pada pergantian millenium.

2.3.2 Karakteristik Generasi Milenial

Dalam penelitian Hidayatullah, dkk, (2018) mengatakan bahwasanya karakteristik generasi milenial yaitu:

- a. Milenial lebih percaya pada konten yang dibuat oleh pengguna dari pada informasi yang diberikan secara langsung
- b. Generasi milenial lebih memilih *gadget* dibandingkan dengan menonton tv
- c. Generasi milenial masing- masing memiliki sosial media.
- d. Generasi milenial tidak menyukai membaca tulisan diatas sebuah kertas, melainkan mereka lebih menyukai tulisan digital .
- e. Generasi milenial lebih sering melakukan transaksi melalui teknologi canggih saat ini.
- f. Generasi milenial mampu menggunakan teknologi untuk mendapatkan informasi.
- g. Generasi milenial lebih senang melakukan perilaku konsumtif dan malas.

2.3.3 Generasi *Gadget*

Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1996-2010, generasi ini lahir setelah generasi millennium atau generasi Y. generasi Z ini adalah generasi yang tumbuh seiring dengan internet dan media sosial, generasi ini sedang menjalani pendidikan di dunia kuliah dan ada yang sudah menyelesaikan studinya kemudian memasuki dunia kerja. Generasi Z ini tumbuh dan berkembang seiring dengan adanya teknologi, jaringan internet, serta media sosial. Generasi ini mendapat pandangan sebagai generasi yang menjadi candu terhadap teknologi dan anti sosial (Bussines insider, 2019) dalam (Purnomo dkk., 2019).

2.4 Hubungan antara *Need to belong* dengan Kualitas Persahabatan

Mengacu pada kajian teoritis sebelumnya, keterkaitan antara dua variabel penelitian diatas dapat dilihat bahwa adanya hubungan antara *Need to belong* dengan Kualitas Persahabatan. *Need to belong* merupakan suatu kebutuhan yang dimiliki individu agar dapat diterima didalam suatu lingkungan sosial. Kebutuhan ini merupakan sifat yang sudah ada dalam diri individu, yang menjadi kebutuhan penting individu akan menganggap orang lain lebih penting dari dirinya sendiri.

Need to belong merupakan salah satu teori kebutuhan dasar milik individu yang dikemukakan oleh Abraham Maslow (1943) dalam penelitian Shodiq, dkk (2020). *Belongingness* dan *love needs* merupakan suatu kebutuhan untuk rasa sayang dan kebutuhan agar mampu berinteraksi dengan orang lain, dan kebutuhan

untuk diterima dilingkungan sosial. *Need to belong* merupakan suatu motivasi dasar yang ada pada diri individu, manusia pada dasarnya memiliki kebutuhan untuk diterima didalam sebuah kelompok pertemanan.

Menurut Baumeister & Leary (Shodiq, Kosasih,& Sri, 2020) menjelaskan bahwasanya *need to belong* merupakan suatu kebutuhan untuk dapat menjalin hubungan dengan individu lainnya (*affiliation*) dan ingin diterima didalam lingkungan sosialnya (*social acceptance*). Kebutuhan (*to belong*) merupakan suatu kebutuhan untuk dapat memberi dan menerima kasih sayang serta perhatian dari orang lain. Teori ini menggunakan konsep yang sama dengan Abraham Maslow mengenai lima hierarki kebutuhan dasar, yang meliputi kebutuhan fisiologis (*physiological need*), kebutuhan untuk aman (*safety need*), kebutuhan akan cinta dan kepemilikan (*love / belonging need*), kebutuhan untuk penghargaan (*esteem need*) serta kebutuhan aktualisasi diri (*self-actualization need*).

Setiap individu memiliki *Need to belong* yang tinggi pada lingkungan pertemanannya, karena memiliki seorang teman merupakan salah satu bentuk dukungan atas diri sendiri untuk dapat menghadapi berbagai masalah yang sedang dihadapi Louw dalam Shodiq, dkk,(2020) . Dikalangan remaja dan dewasa memiliki seorang sahabat atau teman dekat sangat mendukung keberlangsungan hidup individu sebagai makhluk sosial yang membutuhkan orang lain dalam kehidupan sehari- harinya.

Dengan adanya hubungan persahabatan pada diri individu, dapat memenuhi kebutuhan untuk mendapatkan dukungan dari orang terdekatnya serta mendapatkan kebutuhan untuk diperhatikan atau memperhatikan dan rasa memiliki satu sama lain. Setiap individu akan melakukan yang terbaik untuk lingkungan sosialnya serta akan merasa terikat, hal ini karena adanya *need to belong* dalam hubungan persahabatannya Shodiq, dkk, (2020). Individu mempunyai kebutuhan untuk saling memiliki dan dimiliki atau *Need to belong*, salah satunya yaitu kebutuhan untuk mempertahankan sebuah hubungan sosial. Hal ini memperlihatkan suatu kualitas persahabatan yang berarti hubungan sosial antara individu dengan yang lainnya yang didalamnya terdapat dukungan sosial, kasih sayang dan konflik

Kualitas persahabatan ialah suatu hubungan persahabatan yang saling mendapatkan dukungan emosional, kasih sayang, nasehat dan saling membutuhkan (Angraini & Cucuani, 2014). Kualitas persahabatan yang positif meliputi dua orang atau lebih yang saling bergantung, memiliki kasih sayang satu sama lain, saling membutuhkan, memiliki rasa diterima dan akan melakukan apapun agar dapat membantu sahabatnya (Demir & Özdemir, 2010).

Persahabatan mencakup penerimaan dalam kelompok, kepercayaan, saling menghormati, mendukung satu sama lain, kebahagiaan, perhatian dan kasih sayang (Demir & Özdemir, 2010). Menurut Mendelson dalam Dyartika (2015) persahabatan merupakan suatu proses untuk membentuk sebuah hubungan

pertemanan, pertolongan, keintiman serta rasa aman. Persahabatan adalah suatu hubungan yang melibatkan dua orang atau lebih untuk dapat menghabiskan banyak waktu bersama, berinteraksi didalam semua situasi dan memberikan dukungan emosional satu sama lain.

Generasi millennial merupakan generasi yang lahir seiring dengan berkembangnya teknologi canggih. Generasi millennial sangat fanatik terhadap media sosial karena terpengaruh oleh perkembangan teknologi. Pada generasi milenial dan generasi *gadget* bentuk persahabatan pada remaja masa kini cenderung melakukan beberapa aktivitas melalui media sosial, selalu mengupdate foto kegiatan mereka saat bersama dengan temannya dalam (Afrika & Caropeboka, 2019).

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, terlihat adanya keterkaitan antara *need to belong* dengan kualitas persahabatan.

2.5 Hipotesis

Berdasarkan dari teori- teori yang telah diuraikan, maka hipotesis dari penelitian ini ialah :

Ha : “ Terdapat hubungan yang signifikan antara *Need to belong* dengan Kualitas Persahabatan.

Ho : “ Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara *Need to belong* dengan Kualitas Persahabatan”

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sesuatu yang menjadi objek pengamatan untuk penelitian, sering juga disebut factor yang berperan penting dalam penelitian. Variabel penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel penelitian yaitu,

Variabel Bebas (X) : *Need to belong*

Variabel Terikat (Y) : Kualitas Persahabatan

3.2 Definisi Operasional Definisi Operasional

3.2.1 *Need to belong*

Need to belong merupakan suatu kebutuhan individu agar dapat diterima didalam suatu lingkungan sosial. Kebutuhan ini merupakan sifat yang sudah ada dalam diri individu, yang menjadi kebutuhan penting dan individu akan menganggap orang lain lebih penting dari dirinya sendiri. Skala ini memiliki 10 aitem, dengan aspek terdiri dari *Affiliate with other* merupakan suatu kebutuhan untuk menjalin hubungan dengan individu lainnya, dan *Social Acceptance* adalah suatu kebutuhan untuk dapat diterima didalam suatu lingkungan sosial.

3.2.2 Kualitas Persahabatan

Kualitas persahabatan adalah hubungan sosial antara individu dengan yang lainnya yang didalamnya terdapat dukungan sosial, kasih sayang dan konflik. Kualitas persahabatan juga ditentukan dari bagaimana suatu hubungan persahabatan tersebut dapat memberikan dampak yang positif bagi setiap individu serta selalu ada dalam situasi apapun. Skala ini memiliki 21 aitem, dengan aspek terdiri dari *Companionship* (persahabatan), *Help* (pertolongan) , *Security* (keamanan) , *Closeness* (kedekatan) dan *conflict* (Konflik) .

3.3 Subjek Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013) populasi merupakan suatu wilayah yang generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti, hal ini berguna untuk dipelajari kemudian dapat ditarik kesimpulannya.

Sesuai dengan masalah penelitian, maka yang menjadi populasi penelitian adalah masyarakat pekanbaru dengan kriteria tertentu yang berusia 15-34 tahun yang berjumlah 162.466 orang.

Table 3.1
Populasi Penelitian
Sumber: BPS Kota Pekanbaru
2020

Kelompok Umur	Jumlah Penduduk Kota Pekanbaru Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin		
	Laki- laki	Perempuan	Laki- laki dan Perempuan
15-19	40.171	38.241	78.412
20-24	41.925	42.129	84.054

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Oleh sebab itu, sampel yang diambil dari populasi harus benar- benar *representative* (mewakili).

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Slovin untuk dapat menghitung berapa banyak sampel yang digunakan untuk dapat mewakili populasi.

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{162.466}{1+162.466(0,05)^2} = \frac{162.466}{1+162.466.0,0025}$$

$$= \frac{162.466}{1+406.165} = \frac{162.466}{407.165} = 399,0175 = 300$$

Keterangan:

n= Jumlah Sampel

e= Batas Toleransi eror

N= Jumlah Populasi

3.4 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ini merupakan salah satu proses dalam data primer untuk membantu keperluan penelitian. Dalam melakukan pengumpulan data sangat diperlukan cara yang tepat untuk mendapatkan data yang valid sehingga akan sesuai dengan tujuan dari penelitian.

Dalam penelitian ini subjek akan diminta untuk mengisi tanda dari lima alternative jawaban yaitu "sangat tidak setuju" (STS), "cukup tidak setuju"(CTS), "tidak setuju" (TS), "cukup setuju" (CS), dan " sangat setuju" (SS). Pada pernyataan *favorable* nilai tertinggi 5 untuk jawaban "sangat setuju" (SS) , nilai 4 untuk pernyataan " cukup setuju"(CS), nilai 3 untuk pernyataan "tidak setuju" (TS) dan nilai 2 untuk "cukup tidak setuju" (CTS) dan nilai 1 untuk pernyataan " sangat tidak setuju" (STS). Sedangkan untuk pernyataan *unfavorable* untuk jawaban "sangat tidak setuju" (STS) diberi nilai 5, "cukup tidak setuju"(CTS) diberi nilai 4, "tidak setuju" (TS) diberi nilai 3, "cukup setuju" (CS) diberi nilai 2, dan " sangat setuju" (SS) diberi nilai 1.

Skala dalam penelitian ini meliputi skala *Need to belong* dan skala Kualitas Persahabatan.

3.4.1 Skala *Need to belong*

Skala *Need to belong* didalam penelitian ini diadaptasi dari Leary, dkk,(2013) . Skala *Need to belong* terdiri dari *Affiliate with other* merupakan

atau kebutuhan untuk menjalin hubungan dengan individu lainnya, dan *Social Acceptance* adalah suatu kebutuhan untuk dapat diterima didalam suatu lingkungan sosial.

Table 3.2
Blue Print Skala Need to belong sebelum diuji coba

No	Aspek	Indicator	Aitem		Jumlah
			F	UF	
1.	Hubungan dengan (<i>Affiliate with other</i>)	Mebutuhkan oranglain Tidak suka sendirian Kebutuhan memiliki Merasa tidak enak hati Tidak membutuhkan oranglain	1,3,4	,5 2	5
2.	Penerimaan sosial (<i>Acceptance social</i>)	Takut tidak memiliki teman Penerimaan diri Mebutuhkan oranglain Tidak menerima keadaan Kepedulian	7,9,10	6,8	5
Jumlah					10

Berdasarkan dari hasil pengujian *try out* 10 aitem skala *need to belong*, hasil reliabilitas pada skala *need to belong* ialah 0,736 . peneliti tidak melakukan pengguguran aitem skala, dikarenakan setiap aitem skala *need to belong* memiliki nilai daya beda aitem $\geq 0,25$.

Tabel 3.3

Blueprint Skala Need to belong setelah Try out

No	Aspek	Aitem		Jumlah
		F	UF	
1.	Hubungan dengan orang lain (<i>Affiliate with other</i>)	1,3,4,5	2	5
1.	Penerimaan Sosial (<i>Acceptance social</i>)	7,9,10,6	8	5
Jumlah				10

3.4.2 Skala Kualitas Persahabatan

Skala Kualitas Persahabatan didalam penelitian ini ialah adaptasi dari skala Prayona (2017) . Skala kualitas persahabatan terdiri dari *Companionship* (persahabatan), *Help* (pertolongan) , *Security* (keamanan) , *Closeness* (kedekatan) dan *conflict* (Konflik) .

Table 3.4
Blue Print Skala kualitas persahabatan sebelum diuji coba

No	Aspek	Indicator	Aitem		Jumlah
			F	UF	
	<i>Conflict</i>	Pertengkaran Mengganggu Berdebat Berbeda pendapat	9,11,17,18	-	4
	<i>Companionship</i> (Persahabatan)	Menghabiskan waktu bersama Hal menyenangkan Hal yang disukai	1,4,13	-	3
	<i>Help</i> (pertolongan)	Menolong teman Menolong disaat kesulitan Memaafkan satu sama lain Memberikan pinjaman Selalu ada ketika dibutuhkan	3,5,12,14,19	-	5
	<i>Security</i>	Menceritakan segala hal yang Mengganggu Menjaga rahasia Menyelesaikan masalah Saling memaafkan	2,15,16,10	-	4
	<i>Closeness</i>	Merindukan jika sedang jauh Ikut mrasakan senang Melakukan hal yang menyenangkan Merasa senang Memikirkan satu sama lain	6,7,8,20,21	-	5
		Jumlah			21

Berdasarkan hasil pengujian *try out* 21 aitem skala kualitas persahabatan, hasil reliabilitas pada skala *need to belong* ialah 0, 865. Setelah dilakukan analisis daya beda , terdapat 2 butir aitem yang dibuang

dari 21 butir aitem. Aitem yang gugur atau dibuang yaitu, aitem 10 dan 18. Setelah peneliti membuang aitem tersebut, koefisien reliabilitas naik menjadi 0,878 sehingga aitem yang digunakan dalam penelitian sebanyak 19 butir aitem. Distribusi penyebaran aitem dapat dilihat pada table 4.3 dibawah ini.

Table 3.5

Blueprint Skala Kualitas Persahabatan setelah *Tryout*

No	Aspek	Indicator	Aitem		Jumlah
			F	UF	
	<i>Conflict</i>	Pertengkaran Mengganggu Berdebat Berbeda pendapat	9,11,17, <u>18</u>	-	4
	<i>Companionship</i> (Persahabatan)	Menghabiskan waktu bersama Hal menyenangkan Hal yang disukai	1,4,13	-	3
	<i>Help</i> (pertolongan)	Menolong teman Menolong disaat kesulitan Memaafkan satu sama lain Memberikan pinjaman Selalu ada ketika dibutuhkan	3,5,12,14,19	-	5
	<i>Security</i>	Menceritakan segala hal yang Mengganggu Menjaga rahasia Menyelesaikan masalah Saling memaafkan	2,15,16, <u>10</u>	-	4
	<i>Closeness</i>	Merindukan jika sedang jauh Ikut merasakan senang Melakukan hal yang menyenangkan Merasa senang Memikirkan satu sama lain	6,7,8,20,21	-	5
		Jumlah			21

Keterangan: tanda yang digaris bawahi adalah aitem yang gugur

3.5 Pengembangan Alat Ukur Penelitian

Tahapan yang dilakukan peneliti sebelum melakukan penelitian ialah mempersiapkan alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian.

a. Skala *Need to belong*

Ada beberapa tahapan yang dilakukan peneliti dalam mempersiapkan alat ukur *Need to belong*, yaitu : alih bahasa, uji coba skala (*try out*), analisis daya beda aitem dan Reliabilitas skala.

1) Alih Bahasa

Untuk skala *Need to belong*, peneliti mengadaptasi skala dengan cara meminta para alih Bahasa Inggris untuk dapat menerjemahkan skala dari Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia. Ahli yang menerjemahkan skala *need to belong* adalah penerjemah tersumpah.

2) Uji Coba (*Try Out*)

Uji coba pada penelitian ini dilakukan pada hari Kamis tanggal 18 Februari 2021. Subjek uji coba pada penelitian ini ialah generasi milenial dan generasi *gadget* yang berusia (15- 34 tahun) yang berdomisili di Pekanbaru yang berjumlah 60 orang. Skala uji coba ini disebarkan dengan cara online dengan menggunakan media *Google Form* dengan cara menyebarkan link.

3) Analisis Daya Beda Aitem dan Reliabilitas Skala

Analisis daya beda item mempunyai tujuan untuk melihat kemampuan aitem yang membedakan subjek dengan *trait* tinggi dan *trait* rendah. Aitem yang baik memiliki koefisien daya beda $\geq 0,25$, dalam (Azwar, 2012). Daya beda aitem dan reliabilitas alat ukur dapat diketahui dengan menggunakan rumus *alpha Cronbach's* dengan bantuan perangkat lunak SPSS 22 *for windows*.

b. Skala Kualitas Persahabatan

Tahap selanjutnya yang dilakukan oleh peneliti dalam mempersiapkan alat ukur Kualitas Persahabatan yaitu: uji coba skala (*try out*), analisis daya beda aitem dan reliabilitas skala:

1) Uji coba (*Try Out*)

Uji coba pada penelitian ini dilakukan pada hari Kamis tanggal 18 Februari 2021. Subjek uji coba pada penelitian ini ialah generasi milenial dan generasi *gadget* yang berusia (15- 34 tahun) yang berdomisili diPekanbaru yang berjumlah 60 orang. Skala uji coba ini disebarakan dengan cara online dengan menggunakan media Google Form dengan cara menyebarkan link.

2) Analisis Daya Beda Aitem dan Reliabilitas Skala

Analisis daya beda item mempunyai tujuan untuk melihat kemampuan aitem yang membedakan subjek dengan *trait* tinggi dan *trait* rendah. Aitem yang baik memiliki koefisien daya beda $\geq 0,25$, dalam (Azwar, 2012). Daya beda aitem dan reliabilitas alat ukur dapat diketahui dengan menggunakan rumus *alpha Cronbach's* dengan bantuan perangkat lunak SPSS 22 *for windows*.

3.6 Validitas dan Reliabilitas

3.6.1 Validitas

Validitas ialah sejauh mana alat ukur yang dibuat mampu mengukur sesuatu yang ingin diukur, apakah seluruh aitem- aitem yang dibuat sesuai dengan kenyataannya dalam (Periantalo, 2016). Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi. Aitem- aitem tersebut diperiksa kesesuaiannya dengan aspek dari variabel penelitian. Penilaian ini bertujuan untuk melihat kesesuaian aitem dan aspek yang akan diukur serta untuk melihat kesesuaian *blueprint* dengan tujuan pemilihan aitem.

3.6.2 reliabilitas

Reliabilitas adalah keakuratan dan ketepatan suatu alat ukur penelitian, sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Ini menunjukkan sejauh mana alat ukur yang dibuat konsisten atau tidak. Kapan pun pengukuran dilakukan apakah akan menunjukkan hasil yang sama . Koefisian minimum sebesar

0,70 . namun apabila koefisien tidak lebih besar dari 0,70 maka dapat dikatakan bahwa sebuah tes atau alat ukur yang digunakan kurang tepat.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis statistik dengan menggunakan teknik analisis korelasi *Spearman* dengan bantuan program SPSS dengan bantuan aplikasi SPSS versi 22. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara *need to belong* dengan kualitas persahabatan dan menguji hipotesis.

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai variabel yang akan diteliti mengikuti distribusi normal atau sebaliknya. Perhitungan uji normalitas dilakukan menggunakan aplikasi *Statistic Product and Service Solution* (SPSS) versi 22.0 *for windows*. Metode yang digunakan untuk dapat mengetahui normal atau tidaknya sebaran data dapat dilihat jika $P > 0,01$ maka sebaran normal namun jika sebaliknya $p < 0,01$ maka sebaran data tidak normal (Azwar, 2012).

3.7.2 Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan suatu uji hubungan secara linear antara dua variabel terikat (Kualitas Persahabatan) dan variabel bebas (*Need to belong*). Metode yang digunakan untuk menentukan data linear atau tidak dapat melihat nilai P dari nilai F (*Deviation Fromm Linearity*). Jika nilai

$p > 0,05$ maka dapat dikatakan hubungan linier, tetapi apabila $p < 0,05$ maka hubungannya tidak linier.

3.7.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis dapat dilakukan dengan menggunakan teknik analisis korelasi *Spearman* dengan bantuan program SPSS. Pengujian ini dapat melihat Hubungan antara *Need to belong* dengan Kualitas Persahabatan. Perhitungan untuk uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Statistic Product and Service Solution (SPSS) versi 22.0 for windows*. Tahap penyelesaian analisis akan dilakukan dengan menggunakan hasil uji hipotesis ini, untuk melihat apakah hipotesis diterima atau ditolak yang kemudian akan dikemukakan didalam penelitian.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Persiapan Penelitian

Tahap pertama yang dilakukan oleh peneliti ialah menentukan lokasi atau tempat dimana peneliti akan melakukan penelitian serta mempersiapkan seluruh keperluan dalam penelitian. Peneliti mendapatkan subjek penelitian berdasarkan dengan kriteria atau karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti yaitu masyarakat kota Pekanbaru yang merupakan generasi milenial dan generasi *gadget* dengan rentang usia 15- 34 tahun.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik *purposive sampling*, yaitu merupakan teknik pengambilan sampel dimana peneliti mempunyai kriteria tertentu untuk memilih sampel yang akan digunakan pada penelitian. Karakteristik pengambilan sampel yaitu berusia 15- 34 tahun, berdomisili di kota Pekanbaru dan pengguna media sosial. Jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 300 orang. Kemudian data demografi subjek pada penelitian ini adalah usia jenis kelamin.

4.2 Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 05 maret 2021 sampai 20 maret 2021 dengan jumlah sampel 300 orang masyarakat Pekanbaru dengan rentang usia 15-34 tahun. Sebelum skala diisi oleh subjek, peneliti menjelaskan terlebih dahulu

maksud dan tujuan dari skala tersebut, serta memberikan tata cara untuk pengisian skala tersebut. Skala disebarluaskan secara *online* melalui media sosial *Whatsapp* dan *Instagram*.

4.3 Data Demografi

4.3.1 Jenis Kelamin

Dari 400 sampel yang didapatkan menggunakan uji deskriptif maka diperoleh gambaran sampel berdasarkan jenis kelamin dengan jumlah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data Demografi Penelitian

Kategori	Jumlah	Presentase
Jenis kelamin		
Laki- laki	94	31,3%
Perempuan	206	67,6%
Total	300	100%

Pada tabel 4.1 dapat dilihat 31,3% sampel dengan jenis kelamin laki-laki (94 responden) serta 67,6% dengan jenis kelamin perempuan (206 responden). Artinya sampel perempuan dalam penelitian ini lebih banyak dibandingkan dengan sampel laki-laki

4.3.2 Usia

Dari 400 sampel yang didapatkan menggunakan uji deskriptif maka diperoleh gambaran sampel berdasarkan usia dengan jumlah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Data Demografi Penelitian

Kategori	Jumlah	Presentase
Usia		
15-20	76	25,3%
21-35	220	73,3%
26-30	3	1%
31-34	-	-
Total	300	100%

Berdasarkan tabel 4.2 dapat dilihat pada kategori usia 15-20 tahun sebanyak 76 responden (25,3%), sebanyak 220 responden (73,3%) pada rentang usia 21-25 tahun, 3 responden (1%) masuk pada kategori usia 26-30 tahun, dan tidak terdapat subjek untuk usia 31-34 tahun. Artinya sampel dalam penelitian ini banyak berada pada rentang usia 21-25 tahun yaitu sebanyak 220 responden (73,3%).

4.4 Kategorisasi Data Penelitian

Skor didalam penelitian belum memberikan gambaran yang jelas dalam menggambarkan subjek penelitian yang bermakna diagnostik. Sisi diagnostik pengukuran atribut psikologi adalah interpretasi terhadap skor skala. Skor skala dalam pengukuran kuantitatif adalah angka yang membutuhkan sebuah norma perbandingan agar dapat diinterpretasi secara kuantitatif. Skala psikologi selalu bersifat normatif, yang artinya memiliki skor yang telah dicantumkan pada skor dalam sebuah kelompok yang sudah dibatasi (Azwar, 2012).

Skala *need to belong* dikelompokkan dalam 5 kategori yakni kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Skor penelitian diharapkan mampu

memberikan gambaran yang jelas dengan menggunakan sebuah norma. Skala *need to belong* terdapat 10 aitem dengan skor yang diberikan dari 1,2,3,4 serta 5. Sehingga skor minimum yang diperoleh subjek adalah $1 \times 10 = 10$ serta skor maksimal yang diperoleh subjek adalah $5 \times 10 = 50$. Skor *mean* yaitu $(50 + 10)/2 = 30$ untuk standar deviasi $(50 - 10)/6 = 7$.

Skala Kualitas Persahabatan dikelompokkan dalam 5 kategori yakni kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Skor penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang jelas dengan menggunakan sebuah norma. Skala Kualitas Persahabatan terdapat 19 aitem dengan skor yang diberikan dari 1,2,3,4 serta 5. Sehingga skor minimum yang diperoleh subjek adalah $1 \times 19 = 19$ serta skor maksimal yang diperoleh subjek adalah $5 \times 19 = 95$. Skor *mean* yaitu $(95 + 19)/2 = 57$ untuk standar deviasi $(95 - 19)/6 = 13$. Berikut penjabaran data hipotetik dan data empiric *need to belong* dan kualitas persahabatan:

Tabel 4.3

Gambaran Hipotetik dan Empirik Variabel *Need to belong* dan Kualitas Persahabatan

Variabel	Skor X yang diperoleh(Empirik)				Skor X yang diperoleh (Hipotetik)			
	Xmin	Xmax	Mean	SD	Xmin	Xmax	Mean	SD
Penelitian SD <i>Need to Belong</i> Kualitas Persahabatan	1.00	5.00	43.1	83,4	10	50	30	7
	2.00	5.00	46,5	54,4	19	95	57	13

Berdasarkan tabel 4.3 dapat dilihat bahwa nilai *mean* untuk variabel *need to*

belong adalah 30 dengan standar deviasi sebesar 7, sedangkan nilai rata- rata yang

diperoleh untuk variabel kualitas persahabatan sebesar 57 dengan standar deviasi 13. Jika dilihat dari data empirik yang diperoleh dengan menggunakan bantuan SPSS 22.0, nilai rata- rata yang didapatkan untuk variabel *need to belong* sebesar 43,3 dengan standar deviasi 83,3, sedangkan untuk variabel kualitas persahabatan rata- rata yang diperoleh sebesar 46,5 dengan standar deviasi 54,4.

Berdasarkan dari tabel diatas, skor *need to belong* dan kualitas persahabatan dibuat kategorisasi. Pengelompokan ini dilakukan berdasarkan pada data dari tabel 4.3. adapun rumus kategorisasi pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4
Rumus Kategorisasi

Rumus	Kategorisasi
Sangat Tinggi	$X \geq M + 1,5 SD$
Tinggi	$M + 0,5 SD \leq X < M + 1,5 SD$
Sedang	SD
Rendah	$M - 0,5 SD \leq X < M - 0,5 SD$
Sangat Rendah	SD
	$M - 1,5 SD \leq X < M - 0,5 SD$
	SD
	$X \leq M - 1,5 SD$

Dilihat dari tabel diatas, maka untuk variabel *need to belong* dalam penelitian ini terbagi menjadi 5 bagian kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah.

4.4.1 Kategorisasi *Need to belong* dan Kualitas Persahabatan Secara Umum

Tabel 4.5
Kategori Variabel *Need to belong*

Kategori	Skor	Frekuensi	Presentase
Sangat Tinggi	$X \geq 40,5$	153	51%
Tinggi	$33,5 \leq X \leq 40,5$	90	30%
Sedang	$26,5 \leq X \leq 33,5$	50	16.7%
Rendah	$19,5 \leq X \leq 26,5$	5	1,7%
Sangat Rendah	$X < 19,5$	2	0,7%
Jumlah		300	100%

Berdasarkan kategorisasi variabel *need to belong* pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar subjek pada penelitian ini memiliki skor *need to belong* pada kategori sangat tinggi sebanyak 153 dari 300 subjek, dengan presentase sebesar 51%. Selanjutnya, kategorisasi skor untuk variabel kualitas persahabatan pada tabel 4.6.

Tabel 4.6
Kategorisasi Variabel Kualitas Persahabatan

Kategori	Skor	Frekuensi	Presentase
Sangat Tinggi	$X \geq 76,5$	213	71%
Tinggi	$63,5 \leq X \leq 76,5$	80	26.7%
Sedang	$50,5 \leq X \leq 63,5$	6	2%
Rendah	$37,5 \leq X \leq 50,5$	1	0.3%
Sangat Rendah	$X < 37,5$	-	-
Jumlah		300	100%

Berdasarkan tabel kategorisasi variabel kualitas persahabatan pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebagian besar subjek pada penelitian ini memiliki skor kualitas persahabatan pada kategori sangat tinggi sebanyak 213 dari 300 subjek, dengan presentase 51%.

4.4.2 Kategorisasi *Need to belong* dan Kualitas Persahabatan Berdasarkan Jenis Kelamin

a. *Need to belong*

Tabel 4.7

Kategorisasi variabel *need to belong* berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Sangat Tinggi	Tinggi	Sedang	Rendah	Sangat Rendah	Total
Laki- laki	30 (10%)	35 (11,6%)	24 (8%)	4 (1,3%)	2 (0,6%)	94 (100%)
Perempuan	133 (51,4%)	77 (27,5%)	55 (19,6%)	3 (3,07%)	- (0,3%)	206 (100%)

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.7 diatas dapat disimpulkan dapat disimpulkan bahwa laki- laki maupun perempuan yang memiliki *need to belong* dalam kategori sangat tinggi. Namun, jika dibandingkan antara tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah pada laki- laki dan perempuan, ditemukan bahwa perempuan cenderung lebih banyak memiliki *need to belong* dibandingkan laki- laki.

b. Kualitas Persahabatan

Tabel 4.8

Kategorisasi kualitas persahabatan berdasarkan jenis kelamin

Kategorisasi	Sangat Tinggi	Tinggi	Sedang	Rendah	Sangat Rendah	Total
Laki- laki	64 (21,3%)	9 (27%)	3 (1%)	-	-	94 (100%)
Perempuan	178 (59,3%)	24 (8%)	73 (1%)	1 (0,3%)	-	206 (100%)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat disimpullkan bahwa kualitas persahabatan pada laki- laki dan perempuan memiliki kualitas persahabatan yang baik yaitu masuk pada kategori sangat tinggi. Namun, jika dilihat dari

kategori tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah pada laki- laki dan perempuan, ditemukan bahwa perempuan cenderung lebih banyak memiliki kualitas persahabatan yang baik dibandingkan laki- laki.

4.4.3 Kategorisasi *Need to belong* dan Kualitas Persahabatan Berdasarkan Generasi

a. *Need to belong*

Tabel 4.9

Kategorisasi berdasarkan *need to belong* berdasarkan generasi

kategorisasi	Sangat Tinggi	Tinggi	Sedang	Rendah	Sangat Rendah	Total
Generasi Milenial	130 (58,2%)	71 (31,8%)	20 (8,9%)	2 (0,8%)	1- (-)	223 (100%)
Generasi <i>Gadget</i>	55 (51,8%)	37 (34,9%)	12 (11,3%)	1 (0,9%)	1 (0,9%)	77 (100%)

Berdasarkan analisis pada tabel 4.9 diatas, dapat disimpulkan bahwa generasi yang memiliki *need to belong* yang tinggi yaitu generasi milenial, sebanyak 223 subjek, dengan kategori sangat tinggi sebesar 58,2% atau sebanyak 130 subjek penelitian. Artinya, sebagian besar subjek dalam penelitian merupakan generasi milenial yang berusia 21-34 tahun yang lahir pada tahun 1980an –hingga 1995 (Hidayatullah et al., 2018).

b. Kualitas Persahabatan

Tabel 4.10

Kategorisasi Kualitas Persahabatan Berdasarkan Generasi

Kategorisasi	Sangat Tinggi	Tinggi	Sedang	Rendah	Sangat Rendah	Total
Generasi Milenial	188 (84,3%)	28 (12,5%)	6 (2,6%)	1 (0,4%)	-	223 (100%)
Generasi Gadget	52 (67,5%)	22 (28,5%)	3 (3,8%)	-	-	77 (100%)

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, artinya generasi milenial memiliki kualitas persahabatan yang tinggi yaitu sebanyak 188 responden (84,3%).

4.4.4 Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan bertujuan untuk mengetahui apakah populasi data distribusinya normal atau tidak. Data yang layak digunakan untuk penelitian adalah data yang berdistribusi dengan normal yaitu $P > 0,01$ (Azwar,2012). Hasil pengujian normalitas menggunakan teknik *One Sampel Kolmogorov-smirnov test* serta analisis dengan program SPSS 22.0 *for windows*, yaitu:

Tabel 4.11
Uji Normalitas

Variabel	Sig ($p > 0,05$)	keterangan
<i>Need to belong</i>	0,000	Tidak Normal
Kualitas persahabatan	0,000	Tidak Normal

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 4.6 diatas dengan jumlah sampel sebanyak 400 diperoleh signifikasi sebesar 0,000 untuk variabel

need to belong dan 0,000 untuk variabel kualitas persahabatan . Hal ini menunjukkan bahwa data tersebut tidak berdistribusi dengan normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan guna untuk mengetahui terdapatnya linieritas hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian yang dilakukan. Hubungan linear menggambarkan bahwa perubahan variabel bergantung pada garis linier. Pengujian linieritas menggunakan program SPSS 22.0 *for windows*, hubungan antara *need to belong* dengan kualitas persahabatan adalah linier.

Tabel 4.12

Uji Linearitas

		<i>Sum of squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig</i>
<i>Qf*ntb</i>	<i>(combined)</i>	5682.957	28	202.963	3.826	.000
	<i>Linearity</i>	2659.30	1	2659.380	50.132	.000
	<i>Deviation</i>	3023.577	27	111.984	2.111	.001

Berdasarkan tabel 4.7 hasil pengujian linearitas pada variabel *need to belong* dan kualitas persahabatan memiliki nilai signifikansi (p) sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Dengan demikian hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara *need to belong* dengan kualitas persahabatan linear.

4.4.5 Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji asumsi terhadap data variabel yang telah diperoleh, maka dilakukannya analisis lebih lanjut untuk menjawab hipotesis dalam penelitian. Tujuannya untuk mengetahui hubungan antara *need to*

belong dengan kualitas persahabatan yang dianalisis menggunakan teknik analisis korelasi *Spearman* dengan bantuan program SPSS 22.0 for windows. Adapun ketentuan diterima atau ditolak sebuah hipotesis apabila signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0,05 ($p \leq 0,01$) maka hipotesis penelitian tersebut diterima. Adapun hasil analisisnya ialah:

Tabel 4.13
Uji Hipotesis

		<i>Need to belong</i>	Kualitas Persahabatan
<i>Spearman's rho</i>	<i>Nb</i>		
	<i>Correlation Coefficient</i>	1.000	.353
	<i>Sig.(2-tailed)</i>	.	.000
	<i>N</i>	300	300
<i>KP</i>	<i>Correlation Coefficient</i>	.353	1.000
	<i>Sig.(2-tailed)</i>	.000	.
	<i>N</i>	300	300

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat terdapat hubungan yang signifikan dan positif antara *need to belong* dengan kualitas persahabatan dilihat dari nilai sebesar 0,353 yang artinya terdapat hubungan yang positif antara *need to belong* dengan kualitas persahabatan. Sesuai dengan ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis seperti yang telah dikemukakan diatas, maka hipotesis diterima.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan bahwa ada hubungan yang signifikan antara *need to belong* dengan kualitas persahabatan. Penelitian ini menemukan bahwa *need to belong* dan kualitas persahabatan memiliki korelasi

yang signifikan dengan nilai 0,353 ($p < 0,01$). Artinya semakin tinggi *need to belong* maka tinggi pula kualitas persahabatan dan begitupun sebaliknya.

Hasil pengujian normalitas menggunakan teknik *One Sampel Kolmogorov-smirnov test* menunjukkan bahwa data yang didapat tidak berdistribusi dengan normal. Hal ini menunjukkan bahwa untuk uji hipotesis menggunakan analisis non parametrik. Hasil analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis non parametrik dengan teknik analisis korelasi *Spearman*, artinya adanya hubungan yang positif antara *need to belong* dengan kualitas persahabatan pada generasi milenial dan generasi *gadget* yang menjadi subjek pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis pada 300 generasi milenial dan generasi *gadget* di kota Pekanbaru, peneliti menemukan sebesar 51% subjek memiliki *need to belong* dengan kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwasanya setengah subjek dalam penelitian ini memiliki *need to belong* atau kebutuhan untuk dimiliki yang sangat tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Barnes, Carvallo, Brown, & Osterman (2010) yang mengatakan Setiap individu mempunyai kebutuhan untuk saling memiliki dan dimiliki atau *Need to belong*, salah satunya yaitu kebutuhan untuk mempertahankan sebuah hubungan sosial.

Hasil analisis untuk variabel kualitas persahabatan, subjek berada di kategori sangat tinggi dengan nilai 71% atau 213 orang, sehingga peneliti menyimpulkan bahwa subjek dalam penelitian ini memiliki kualitas persahabatan yang sangat tinggi. Artinya, sebagian besar subjek penelitian memiliki kualitas

persahabatan yang sangat tinggi. Hal ini sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan (Rahmat, 2014) setiap individu membutuhkan kualitas persahabatan yang baik didalam sebuah pertemanan. Kualitas persahabatan yang baik dinilai dari tinggi nya perilaku tolong menolong dan rasa empati.

Berdasarkan hasil analisis data demografi jenis kelamin diketahui bahwa lebih banyak perempuan yang memiliki kebutuhan untuk dimiliki atau *need to belong* dan kualitas persahabatan yaitu sebesar 67,6%. Sedangkan laki- laki yang memiliki kebutuhan untuk dimiliki atau *need to belong* dan kualitas persahabatan sebesar 31,3%. Artinya perempuan lebih membutuhkan *need to belong* dan kualitas persahabatan yang baik dibandingkan dengan laki- laki.

Namun, jika dilihat dari hasil analisis antar generasi milenial dan generasi *gadget* peneliti menemukan sebanyak 58,2% generasi milenial pada subjek penelitian yang memiliki *need to belong* yang sangat tinggi, sedangkan untuk generasi *gadget* sebanyak 45,4% responden dalam kategori sangat tinggi. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar dari subjek penelitian adalah generasi milenial yang memiliki *need to belong* atau kebutuhan untuk dimiliki yang tinggi. Sedangkan untuk variabel kualitas persahabatan, sebanyak 84,3% responden generasi milenial masuk dalam kategori sangat tinggi . Sedangkan untuk generasi *gadget* sebanyak 67,5% responden. Artinya generasi milenial memiliki kualitas persahabatan yang tinggi. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Afrika& Caropeboka,

2019) mengatakan bahwa generasi milenial mempunyai bentuk persahabatan yang memiliki empati dan rasa tolong menolong yang tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menyimpulkan bahwa subjek dalam penelitian ini sebagian besar merupakan generasi milenial yang berusia 21-34 tahun yang memiliki *need to belong* dan kualitas persahabatan yang sangat tinggi.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *need to belong* atau kebutuhan untuk dimiliki mempunyai hubungan yang positif dengan kualitas persahabatan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Shodiq, Kosasih, & Sri, 2020) mengemukakan *need to belong* merupakan suatu kebutuhan yang dimiliki individu agar dapat diterima didalam suatu lingkungan sosial. Kebutuhan ini merupakan sifat yang sudah ada dalam diri individu, yang menjadi kebutuhan penting, individu akan menganggap orang lain dari dirinya sendiri. Berdasarkan definisi Baumeister & Leary (Shodiq, Kosasih, & Sri, 2020) menjelaskan bahwasanya *need to belong* merupakan suatu kebutuhan untuk dapat menjalin hubungan dengan individu lainnya (*affiliation*) dan ingin diterima didalam lingkungan sosialnya (*social acceptance*).

Dikalangan remaja dan dewasa memiliki seorang sahabat atau teman dekat sangat mendukung keberlangsungan hidup individu sebagai makhluk sosial yang membutuhkan orang lain dalam kehidupan sehari-harinya. Hasil penelitian ini

menemukan bahwa *need to belong* atau kebutuhan untuk dimiliki mempunyai hubungan yang positif dengan kualitas persahabatan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti menemukan hubungan yang signifikan antara *need to belong* dengan kualitas persahabatan pada generasi milenial dan generasi *gadget*. Dengan adanya hubungan persahabatan pada diri individu, dapat memenuhi kebutuhan untuk mendapatkan dukungan dari orang terdekatnya serta mendapatkan kebutuhan untuk diperhatikan atau memperhatikan dan rasa memiliki satu sama lain. Setiap individu akan melakukan yang terbaik untuk lingkungan sosialnya serta akan merasa terikat, hal ini karena adanya *need to belong* dalam hubungan persahabatannya Shodiq, dkk, (2020).

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat dilihat bahwa terdapat adanya hubungan yang signifikan antara *need to belong* dengan kualitas persahabatan pada generasi milenial dan generasi *gadget*. Adapun arah yang ditunjukkan dalam penelitian ini adalah positif, artinya semakin tinggi *need to belong*, maka semakin tinggi pula kualitas persahabatan, dan sebaliknya. Penelitian ini masih banyak kekurangan, terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini. Salah satunya ialah tidak dapat memberikan secara langsung serta tidak dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat Pekanbaru, hal ini disebabkan pandemic covid-19 yang mengharuskan setiap individu untuk menjaga jarak satu sama lain.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka peneliti memberikan saran kepada pihak- pihak terkait dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

A. Kepada Generasi Milenial dan Generasi *Gadget*

Bagi Generasi Milenial dan Generasi *Gadget* diharapkan untuk dapat memahami pentingnya *need to belong* dalam menjaga kualitas persahabatan.

B. Kepada Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengadakan penelitian dengan topik yang sama, sebaiknya menghubungkan variabel yang lain atau faktor-faktor lain dan diharapkan agar dapat berineraksi langsung dengan subjek agar dapat mengurangi eror dalam pengambilan data serta mendapatkan hasil yang akurat.



DAFTAR PUSTAKA

- A'yun, Q. (2018). Hubungan kualitas persahabatan dengan forgiveness pada mahasiswa fakultas psikologi di universitas medan area. *Universitas Medan Area. Skripsi*
- Adhani, A. R. (2013). Pengaruh kebutuhan aktualisasi diri dan beban kerja terhadap prestasi kerja karyawan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, Vol,1. No. 4. Juli 2013, 1-11
- Afrika, S. L., & Caropeboka, R. M. (2019). Perilaku generasi x dan generasi millennial dalam penggunaan media sosial. *jurnal binadarma* 12, 1–27. <https://doi.org/10.33557/jurnalinovasi.v14i1.946>
- Anggraini, Dewi & Cucuani, Hijriyati. (2014). Hubungan kualitas persahabatan dan empati pada pemaafan remaja akhir. *jurnal Psikologi*, Vol 10. No. 1, 18- 25
- Azwar, S. 2012. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Barnes, C. D., Carvallo, M., Brown, R. P., & Osterman, L. (2010). Forgiveness and the need to belong. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(9), 1148–1160. <https://doi.org/10.1177/0146167210378852>
- Dyartika, Erlinda Hayu.(2015). Hubungan antara persahabatan dengan kebahagiaan pada remaja. *Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta*. <http://eprints.ums.ac.id/37463/> . Diakses Tanggal 17 Januari 2021
- Demir, M., & Ozdemir, M. (2010). Friendship, need satisfaction and happiness. *Journal Of Happiness Studies*, 11(12),243-259
- Fauziah, N. (2014). Empati, persahabatan, dan kecerdasan adversitas pada

mahasiswa yang sedang skripsi. *Jurnal Psikologi Undip*, 13(1), 78–92. <https://doi.org/10.14710/jpu.13.1.78-92>

Hasan, H., & Wibowo, N. F. S. (2018). The influence of the need to belong on self-presentation of teenage instagram users in Bandung, Indonesia. 214(Ices 2018), 67–70. <https://doi.org/10.2991/ices-18.2019.17>

Helgeson, V. S. (2015). The Psychology of Gender. In *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis* (Vol. 53, Issue 9). <http://publications.lib.chalmers.se/records/fulltext/245180/245180.pdf%0Ahttps://hdl.handle.net/20.500.12380/245180%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.james.2011.03.003%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2014.12>

Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku generasi milenial dalam menggunakan aplikasi *go-food*. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>

Jufri, N. I. (2017). Pertemanan perspektif al- qur'an (*Suatu Tinjauan Metode Maudu'i*). 1–166. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/8617/1/Nurhikmah%20Itsnaeni%20Jufri.pdf>. Diakses Tanggal 17 Januari 2021

Lavigne, G. L., Vallerand, R. J., & Crevier-Braud, L. (2011). The fundamental need to belong: on the distinction between growth and deficit-reduction orientations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 37(9), 1185–1201. <https://doi.org/10.1177/0146167211405995>

Leary, M. R. (2013). Instrument title : instrument author : cite instrument as : need to belong scale science . Retrieved from www.midss.ie *Need to Belong Scale*. Diakses Tanggal 07 Februari 2021

Mellor, D., Stokes, M., Firth, L., Hayashi, Y., & Cummins, R. (2008). Need for belonging, relationship satisfaction, loneliness, and life satisfaction.

Personality and Individual Differences, 45(3), 213–218.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2008.03.020>

Nangle, D. W., Erdley, C. A., Newman, J. E., Mason, C. A., & Carpenter, E. M. (2003). Popularity, friendship quantity, and friendship quality: interactive influences on children's loneliness and depression. *Journal of Clinical Child and Adolescent Psychology*, 32(4), 546–555.
https://doi.org/10.1207/S15374424JCCP3204_7

Kharisma, Asri. (2015). Hubungan antara persahabatan dengan kepercayaan diri pada remaja. *Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta*. 0–8.
<http://eprints.ums.ac.id/38940/>. Tanggal 17 Januari 2021

Periantalo, Jelpa. (2016). *Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

Prayona, Baiq Arwindy. (2017). Perbedaan kualitas persahabatan remaja ditinjau dari gaya kelekatan. *Universitas Muhammadiyah Malang. Skripsi*

Purnomo, A., Asitah, N., Rosyidah, E., Septianto, A., Daryanti, M. D., & Firdaus, M. (2019). Generasi z sebagai generasi wirausaha. 1–4.
<https://doi.org/10.31227/osf.io/4m7kz>

Rahmat, W. (2014). Pengaruh tipe kepribadian dan kualitas persahabatan dengan kepercayaan pada remaja akhir. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*. 2(2), 206–216.

Rubin, K. H., & Bowker, J. (2018). *Friendship*.

Sandjojo, C. T. (2017). Hubungan antara kualitas persahabatan dengan kebahagiaan pada remaja urban. *Calyptra: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 6(2), 1721–1739.

Sari, E., & Dwiarti, R. (2018). Pendekatan hierarki abraham maslow pada prestasi

kerja karyawan pt. madubaru (pg madukismo) Yogyakarta. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 6(1), 58. <https://doi.org/10.26486/jpsb.v6i1.421>

Sarita, S., & Suleeman, J. (2017). The relationship between the need to belong and instagram self-presentation among adolescents. *UI Proceedings on Social Science and Humanities*, 1(0).

Shodiq, F., Kosasih, E., & Maslihah, S. (2020). Need to belong dan fear of missing out mahasiswa pengguna media sosial Instagram. *Jurnal Psikologi Insight*, 4(1), 53–62. DOI: <https://doi.org/10.17509/insight.v4i1.24595>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV