

STRATEGI PROMOSI PARIWISATA PUNCAK MAS KOTA BANDAR LAMPUNG

Bangun Suharti, Agnesia Dian Karima, Iqbal Al Bifari

KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DI RUANG PUBLIK BERBASIS DIGITAL: ANALISIS SELF-DISCLOSURE DALAM PODCAST BAGISUARA

Sarah Putri Auliya

PENINGKATAN BRAND EQUITY MELALU STRATEGI MARKETING COMMUNICATION APLIKASI INVESTASI REKSADANA "BIBIT"

Meika Dinandra

HUBUNGAN ANTARA KUALITAS INSTAGRAM DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS @genbibandung

Mila Melyco, Uud Wahyudin, Slamet Mulyana

PEMANFAATAN TIK TOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE GERAKAN CUCI TANGAN DI INDONESIA UNTUK PENCEGAHAN PENYEBARAN VIRUS COVID-19

Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami, Umaimah Wahid

ADIKSI INTERNET PADA ANAK

(Studi pada pola komunikasi internet pada siswa SMP di Bandarlampung)

Hestin Oktiani, Eka Yuda Gunawibawa

PERILAKU PHUBBING PADA GENERASI MUDA

(Hubungan Antara Kecanduan Ponsel dan Media Sosial Terhadap Perilaku Phubbing)

Eny Ratnasari, Fikri Dwi Oktaviani



MetaKom

Jurnal
Kajian
Komunikasi

Volume 4 No.1 April 2020
P-ISSN (2443-3691) ; E-ISSN (2715-0089)

Jurnal Kajian Komunikasi MetaKom diterbitkan dua kali dalam satu tahun oleh Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, berisi artikel ilmiah kajian ilmu komunikasi hasil penelitian dan telaah teoritis dari akademisi dan praktisi komunikasi

P-ISSN
2443-3691

E-ISSN
2715-0089

KETUA PENYUNTING

Dr. Abdul Firman Ashaf

PENYUNTING PELAKSANA

Ahmad Rudy Fardiyan, S.Sos., M.Si
Eka Yuda Gunawibawa, S.I.Kom., M.Med.Kom
Purwanto Putra, S.Hum., M.Hum
Vito Prasetya, S.Sos., M.Si.
Nadya Amalia Nasution, S.I.Kom., M.Si.

PENERBIT

Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lampung

ALAMAT REDAKSI

Jurusan Ilmu Komunikasi
FISIP Universitas Lampung
Jl. Sumantri Brojonegoro No.1
Bandar Lampung
Telp./Fax. 0721-704626
website:
jurnal.fisip.unila.ac.id
e-mail:
jurnal.metakom@fisip.unila.ac.id



PENGANTAR REDAKSI

Puji syukur kehadiran Tuhan YME atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Jurnal Kajian Komunikasi MetaKom ini bisa diterbitkan. Tidak sedikit waktu yang dilalui untuk impian memiliki jurnal sendiri. Sebagai civitas akademis, belum lengkap rasanya jika sebuah program studi belum memiliki medium untuk menampung pemikiran-pemikiran dan hasil penelitian dari komunitas akademis. Untuk itulah Jurnal MetaKom hadir sebagai wadah publikasi ilmiah demi menunjang tridharma perguruan tinggi, khususnya dalam pengembangan ilmu lewat publikasi hasil penelitian dan pemikiran. Jurnal Kajian Komunikasi MetaKom diharapkan mampu memfasilitasi kebutuhan civitas akademika, praktisi, komunitas, maupun masyarakat umum atas informasi seputar perkembangan dan persoalan-persoalan dalam kajian komunikasi yang mutakhir, baik dalam lingkup lokal, regional, maupun global.

Pada edisi ketujuh ini Jurnal MetaKom menyajikan artikel ilmiah yang mengupas sejumlah problem komunikasi, baik dalam bentuk komunikasi pesaran terhadap promosi pariwisata, media maupun komunikasi antarpribadi. Diantaranya yaitu , komunikasi antarpribadi berbasis digital, kualitas informasi pada Instagram, pemanfaatan media sosial pencegahan penyebaran Virus Covid-19, adiksi internet pada anak, dan perilaku *phubbing* pada generasi muda.

Akhir kata, redaksi mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu menerbitkan Jurnal Kajian Komunikasi MetaKom. Kami pun mengharapkan masukan berupa kritik dan saran dari pembaca demi peningkatan mutu Jurnal Kajian Komunikasi MetaKom ini.

Selamat membaca!

Salam Redaksi

DEWAN REDAKSI

Prof. Karomani
(Universitas Lampung, Indonesia)

Prof. Dr. Khomsahrial Ramli, M.Si.
(UIN Raden Intan, Indonesia)

Dr. Hermin Indah Wahyuni
(Universitas Gadjah Mada, Indonesia)

Dr. Tina Silvana
(Universitas Padjadjaran, Indonesia)

Dr. Nuryah Asri Sjafirah
(Universitas Padjadjaran, Indonesia)

Dr. Andy Corry Wardhani
(Universitas Lampung, Indonesia)

Dr. Tina Kartika
(Universitas Lampung, Indonesia)

DAFTAR ISI

<i>STRATEGI PROMOSI PARIWISATA PUNCAK MAS KOTA BANDAR LAMPUNG</i> (Bangun Suharti, Agnesia Dian Karima, Iqbal Al Bifari)	1 - 13
<i>KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DI RUANG PUBLIK BERBASIS DIGITAL: ANALISIS SELF-DISCLOSURE DALAM PODCAST BAGISUARA</i> (Sarah Putri Auliya)	15 - 27
<i>PENINGKATAN BRAND EQUITY MELALU STRATEGI MARKETING COMMUNICATION APLIKASI INVESTASI REKSADANA "BIBIT"</i> (Meika Dinandra)	29 - 40
<i>HUBUNGAN ANTARA KUALITAS INSTAGRAM DENGAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS @genbibandung</i> (Mila Melyco, Uud Wahyudin, Slamet Mulyana)	41 - 57
<i>PEMANFAATAN TIK TOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE GERAKAN CUCI TANGAN DI INDONESIA UNTUK PENCEGAHAN PENYEBARAN VIRUS COVID-19</i> (Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami, Umaimah Wahid)	59 - 72
<i>ADIKSI INTERNET PADA ANAK</i> (Studi pada pola komunikasi internet pada siswa SMP di Bandarlampung) (Hestin Oktiani, Eka Yuda Gunawibawa)	73 - 87
<i>PERILAKU PHUBBING PADA GENERASI MUDA</i> (Hubungan Antara Kecanduan Ponsel dan Media Sosial Terhadap Perilaku Phubbing) (Eny Ratnasari, Fikri Dwi Oktaviani)	89 - 104



**PERILAKU PHUBBING PADA GENERASI MUDA
(Hubungan Antara Kecanduan Ponsel dan Media Sosial Terhadap Perilaku *Phubbing*)**

**PHUBBING BEHAVIOR IN YOUNG GENERATION
(Relationship Between Mobile Addiction and Social Media Against *Phubbing* Behavior)**

Eny Ratnasari¹, Fikri Dwi Oktaviani²

*Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran,^{1,2}
eny12001@mail.unpad.ac.id¹*

ABSTRAK

Phubbing adalah sebuah fenomena yang terjadi akibat perkembangan teknologi. Tanpa disadari hal tersebut terjadi pada interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini ingin mengetahui apakah ada hubungan antara kecanduan ponsel dan media sosial terhadap perilaku *phubbing* pada generasi muda. Hipotesis yang diajukan adalah adanya hubungan antara kecanduan ponsel dan media sosial dengan perilaku *phubbing*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survei *online* melalui *google form*. Responden dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Karakteristik dari subjek penelitian adalah generasi muda yang berdomisili di Pulau Jawa, berusia antara 17-25 tahun, aktif menggunakan ponsel dan media sosial lebih dari 8 jam sehari. Jumlah sampel yang dijadikan subjek penelitian sebanyak 177 partisipan. Hasil analisis data menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar (r) 0,680 dengan sig. 0,000 ($p < 0,01$). Simpulan dari penelitian ini adalah adanya hubungan positif antara kecanduan ponsel dan media sosial dengan perilaku *phubbing*. Semakin tinggi kecanduan ponsel dan media sosial, semakin tinggi pula perilaku *phubbing*. Sumbangan antara kecanduan ponsel dan media sosial terhadap perilaku *phubbing* adalah 46,2%. Sementara sisanya yaitu 53,8% adalah faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian

Kata kunci : kecanduan ponsel; kecanduan media sosial; komunikasi interpersonal; *phubbing*;

ABSTRACT

Phubbing is a phenomenon that occurs due to technological development. Unconsciously, this happens in human interactions in everyday life. This study wants to find out whether there is a relationship between cell phone addiction and social media addiction on *phubbing* behavior on young generation. The hypothesis proposed is the relationship between mobile addiction and social media with *phubbing* behavior. This research uses quantitative research methods with the type of correlational research. Research data collection is done by using the online survey method through Google forms. Respondents were selected by purposive sampling technique. The characteristics of the research subjects are the younger generation who live in Java Island, participating between 17-25 years, actively using mobile phones and social media for more than 8 hours a day. The number of samples used as research subjects were 177 participants. The results of data analysis showed the value of the conversion coefficient of (r) 0.680 with sig. 0.000 ($p < 0.01$). The conclusion from this study is a positive relationship between mobile addiction and social media with a *phubbing* relationship. The higher the cell phone addiction and social media addiction, the higher the *phubbing* interaction. The contribution of mobile and social media addiction to *phubbing* behavior was 46.2%. While the remaining 53.8% is another factor not included in the study.

Keywords: cell phone addiction; interpersonal communication; *phubbing*; social media addiction;

DOI : <https://doi.org/10.23960/metakom.v4i1.82>

Copyright © 2019 This is an open-access article distributed under the terms of the

Creative Commons Attributing 4.0 International Licence (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

Which permits unrestricted non-commercial used, distribution and reproduction in any medium

PENDAHULUAN

Dewasa ini perilaku seseorang dalam berkomunikasi menjadi berubah. Maraknya penggunaan *smarthphone* dan munculnya *addicted* terhadap media sosial seakan turut menjadi pemicu terjadinya perilaku *phubbing* pada generasi muda. Menurut data *emarketer.com*, Indonesia menjadi negara pengguna *smarthphone* terbesar di Asia Tenggara. Maraknya pengguna *ponsel* didukung pula oleh harganya yang murah dan kemampuan adaptasi generasi muda terutama mereka yang lahir pada tahun 1995 hingga 2010. Hasil studi Polling Indonesia bersama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) yang diambil selama periode Maret hingga 14 April 2019 menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12 persen. Angka ini meningkat dari tahun 2017 saat angka penetrasi internet di Indonesia tercatat sebanyak 54,86 persen. Hasil survei APJII tahun 2018 juga menunjukkan bahwa setiap harinya penggunaan internet paling banyak diakses melalui perangkat *ponsel* dengan persentase sebanyak 93,9%. Dilihat lebih lanjut komposisi pengguna internet yang dikelompokkan berdasarkan generasi terbesar ditempati oleh generasi millennial sebanyak 49,52%. Beberapa data menyebutkan bahwa penggunaan media sosial *Twitter* menempati persentase sebesar (1,7%), *Instagram* menempati (17,8%), *Facebook* (50,7%), dan *Youtube* (15,1%).

Perkembangan teknologi dan dunia digital seakan menjadi pendorong lahirnya fenomena *phubbing*. *Phubbing* lahir dari gabungan kata *phone* dan *snooping*. *Phubbing* diartikan sebagai perilaku tidak mengindahkan orang lain dalam interaksi sosial karena lebih terfokus pada ponselnya. Pelaku *phubbing* disebut *phubbers*, yakni orang yang terus menerus mengecek ponselnya seperti sosial media atau *chatting*. Fenomena *phubbing* marak terjadi pada semua tingkatan usia baik muda maupun tua. Namun fenomena ini lebih sering dialami oleh para generasi muda. *Phubbing* juga diartikan sebagai perilaku seseorang yang menjadi sangat bergantung terhadap *ponsel* dan menjadi kurang peduli akan lingkungan sekitar. Banyak orang yang merasa kecewa dan dirugikan oleh para pelaku *phubbing* sehingga munculah *statement* bahwa *ponsel* mendekatkan yang jauh dan menjauhkan yang dekat. Generasi muda saat ini cenderung lebih asik bermain gawai dibanding dengan berinteraksi langsung bersama lingkungan sosialnya. Hal ini pun diperkuat oleh (Turnbull, 2010) yang menyatakan bahwa salah satu dari klasifikasi pelaku *phubbing* adalah mereka yang banyak menghabiskan waktu untuk bermain internet, maka dia hanya punya sedikit waktu untuk berkomunikasi dengan orang lain secara nyata. Sebagian besar generasi muda sekarang telah menggantungkan hidup mereka pada alat-alat elektronik seperti ponsel pintar. Mereka menggantungkan hidup mereka pada gadget dengan berbagai alasan seperti membantu mengerjakan tugas, mencari ilmu

pengetahuan, mencari sumber bacaan, mengikuti perkembangan, dll. Namun tanpa disadari, ketergantungan terhadap gadget yang mereka anggap sebagai penunjang studi mereka ataupun sebagai pengikut perkembangan mereka malah dapat menjadi penghambat bagi studi mereka jika tidak digunakan sesuai dengan fungsi yang sebenarnya dan dengan bijaksana.

Gadget menurut Griffiths (Essau, 2008) menyatakan bahwa kecanduan merupakan aspek perilaku yang kompulsif, adanya ketergantungan, dan kurangnya kontrol. Kata kecanduan (adiksi) biasanya digunakan dalam konteks klinis dan diperhalus dengan perilaku berlebihan (*excessive*). Konsep kecanduan dapat diterapkan pada perilaku secara luas, termasuk kecanduan teknologi komunikasi informasi (ICT) (Yuwanto, 2010). Aspek-aspek kecanduan gadget menurut Young (1999) adalah (1) merasa sibuk dengan gadgetnya; (2) merasa membutuhkan menggunakan internet dengan meningkatkan jumlah waktu untuk mencapai kepuasan, berulang kali melakukan upaya untuk mengontrol, mengurangi, atau menghentikan penggunaan *gadget* namun selalu gagal, merasa gelisah, marah, depresi, atau marah ketika mencoba untuk mengurangi atau menghentikan penggunaan *gadget*. Bermain *gadget* lebih lama daripada yang direncanakan.

Fenomena *phubbing* telah menjadi isu yang mendunia dan lumayan cukup menjadi perhatian sosial. Penelitian tentang *phubbing* sebelumnya pernah dilakukan pada tahun 2018 dengan judul *The effects of "phubbing" on social interaction*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa peningkatan *phubbing* secara signifikan dan negatif mempengaruhi persepsi kualitas komunikasi dan kepuasan hubungan. Efek-efek ini dimediasi oleh berkurangnya rasa memiliki. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya *phubbing* sebagai fenomena sosial modern untuk diselidiki lebih lanjut.

Diantara para pelaku *phubbing* banyak pula yang menolak keras tindakan *phubbing*, hal tersebut didasari karena banyaknya mereka yang merasa diabaikan oleh lawan bicaranya ketika sedang berinteraksi satu sama lain. Pelaku *phubbing* lebih sering disibukkan oleh gawainya saat sedang berkumpul sehingga lawan bicaranya merasa tidak dihargai. Sehingga banyak bermunculan *campaign stop phubbing* serta *website* yang menyuarakan dampak *negative* dari perilaku *phubbing*. Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini ingin mengetahui apakah ada hubungan antara kecanduan ponsel dan media sosial terhadap perilaku *phubbing* pada generasi muda di Pulau Jawa.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa dilakukan perubahan apapun terhadap data yang diperoleh (Arikunto, 2010). Data yang diperoleh kemudian peneliti olah menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Science*) versi 22.0.

Penelitian ini memiliki dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah perilaku *phubbing*. Sedangkan variabel bebas adalah kecanduan ponsel (X1) dan kecanduan media sosial (X2). Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan menggunakan metode survei *online*. Kuesioner yang disebarakan secara *online* berisikan instrumen penelitian dengan model skala likert disebarakan melalui *google form*. Kuesioner disebarakan melalui aplikasi pesan *WhatsApp, Twitter, Instagram, dan Facebook* selama 37 hari dari tanggal 10 April 2019 hingga 17 Mei 2019. Penelitian ini menggunakan tiga skala alat ukur *Phubbing Scale* (Roberts dan David, 2016); *Cell Phone Addiction Scale* (Roberts, et al, 2014) dan *Social Media Addiction Scale* (Karadag et al, 2015). Survei memiliki 29 item pertanyaan, partisipan diminta untuk menilai pada skala dimensi seberapa banyak setiap pernyataan berhubungan dengan mereka, (1 "Tidak Pernah" sampai 4 "Sering"). Termasuk diantaranya adalah 3 pertanyaan demografis (usia, jenis kelamin, status pekerjaan).

Phubbing Scale meliputi perhatian terpusat pada ponsel, kurang kontrol terhadap ponsel saat bersama orang lain, gelisah saat ponsel di luar jangkauan. *Cell Phone Addiction Scale* meliputi perhatian terpusat pada ponsel, waktu menggunakan ponsel semakin lama, kurang kontrol, gelisah saat ponsel di luar jangkauan, gugup ketika baterai ponsel hampir habis. *Social Media Addiction* meliputi perhatian terpusat pada akun media sosial, memeriksa akun media sosial, berbagi kegiatan yang dilakukan di media sosial, memeriksa akun media sosial orang lain yang dikenal maupun tidak, lebih menyukai berkomunikasi dengan teman melalui media sosial, bertanya pada orang lain apakah membaca unggahan mereka, memantau acara dan hal yang sedang populer menggunakan jejaring sosial, lebih suka menggunakan media sosial daripada menonton televisi. Teknik analisis data yang digunakan adalah korelasi *Product Moment* dari Pearson. Adapun untuk mengetahui berapa besar indeks reliabilitas skala digunakan dengan teknik formula Alpha Cronbach.

Seseorang yang kecanduan *ponsel* memiliki kemungkinan besar untuk menjadi *phubber*. Untuk memutuskan apakah seseorang kecanduan *ponsel* atau tidak, faktanya menjadi kriteria penting untuk mengajukan pertanyaan apakah dia memiliki jaringan seluler atau tidak memiliki jaringan seluler. Karena dengan jaringan seluler, *ponsel* pengguna dapat menjelajahi situs *web* jejaring sosial atau menelusuri informasi apa pun yang mereka inginkan.

Responden dalam penelitian telah dipilih berdasarkan pertimbangan yang sudah ditentukan oleh peneliti. Responden dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Karakteristik dari subjek penelitian adalah generasi muda yang berdomisili di Pulau Jawa, berusia antara 17-25 tahun, aktif menggunakan *ponsel* dan media sosial lebih dari 8 jam sehari.

Jumlah sampel yang dijadikan subjek penelitian sebanyak 177 partisipan. (N=177). Partisipan terdiri dari 51 orang laki-laki (28,8%) dan 126 orang perempuan (71,2%). Sebanyak 23 orang (13%) berusia 17–19 tahun, 49 orang (27,7%) berusia 20–22, dan 105 orang (59,3%) berusia 23–25 tahun. Kemudian untuk status pekerjaan, sebanyak 7 orang (4%) adalah pelajar SMA, 78 orang (44,1%) adalah mahasiswa, 19 orang (10,7%) adalah *fresh graduate*, 9 orang (5,1%) adalah pegawai negeri, 47 orang (26,6%) adalah pegawai swasta, sedangkan 17 orang (9,6%) adalah lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN (Cambria, 12pt, bold)

Setelah dilakukan analisis terhadap data yang terkumpul, didapatkan gambaran karakteristik subjek yang terdapat dalam penelitian ini.

Tabel 1 Karakteristik Subjek Penelitian

	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	51	28,8
	Perempuan	126	71,2
	Total	172	100
Usia	17-19	23	13
	20-22	49	27,7
	23-25	105	59,3
	Total	177	100
Status Pekerjaan	Pelajar SMA	7	4
	Mahasiswa	78	44,1

<i>Fresh Graduate</i>	19	10,7
Pegawai Negeri	9	5,1
Pegawai Swasta	47	26,6
Lain-lain	17	9,6
Total	177	100

Penelitian ini bermaksud untuk menguji hipotesis awal yaitu ada hubungan antara kecanduan ponsel dan media sosial dengan perilaku *phubbing*. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil uji analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa terdapat korelasi yang kuat antara kedua variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu ditunjukkan dengan koefisien korelasi sebesar 0,680.

Tabel 2. Statistik Deskriptif

	Mean	Std. Deviation	N
Y	23,8588	4,86492	177
X1	13,8192	3,64646	177
X2	25,9379	5,32058	177

Berdasarkan hasil uji statistik menggunakan teknik analisis regresi linier berganda hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima yaitu ada hubungan kecanduan ponsel dan kecanduan media sosial dengan perilaku *phubbing* pada generasi muda. Hal ini dapat dilihat dari F hitung diperoleh sebesar 74,785 lebih besar dibanding F tabel yaitu sebesar 3,047906 sehingga hipotesis yang diajukan diterima yaitu ada hubungan antara kecanduan ponsel dan kecanduan media sosial dengan perilaku *phubbing*.

Tabel 3. Hasil Uji F/Simultan

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1925,488	2	962,744	74,785	,000 ^b
	Residual	2239,981	174	12,873		
	Total	4165,469	176			

Korelasi secara parsial kemudian dilakukan dengan uji koefisien regresi secara parsial. Pengujian korelasi parsial antara kecanduan ponsel dengan perilaku *phubbing* diperoleh bahwa t hitung yaitu $4,895 > t$ tabel yaitu $1,973$ sehingga secara parsial ada hubungan kecanduan ponsel dengan perilaku *phubbing*. Pengujian korelasi parsial berikutnya antara kecanduan media sosial dengan perilaku *phubbing* diperoleh hasil t hitung yaitu $4,826 > t$ tabel yaitu $1,973$ sehingga secara parsial juga ada hubungan kecanduan media sosial dengan perilaku *phubbing*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dalam penelitian ini apabila dilihat secara parsial variabel kecanduan ponsel lebih berpengaruh bila dibandingkan dengan variabel kecanduan media sosial dalam hubungannya dengan perilaku *phubbing*.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,257	1,356		6,088	,000
X1	,498	,102	,373	4,895	,000
X2	,336	,070	,368	4,826	,000

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier berganda diperoleh angka R Square sebesar $0,462$ hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar $46,2\%$ apabila kedua variabel bebas tersebut bersama-sama dalam mempengaruhi variabel terikat.

Tabel 5. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,680 ^a	,462	,456	3,58796

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan teknik analisis *Product Moment* dari Carl Pearson dapat diketahui nilai koefisien korelasi (r_{x_1y}) sebesar $0,625$ dengan sig. $0,000$; ($p < 0,01$) artinya ada hubungan positif yang sangat signifikan antara kecanduan ponsel dengan perilaku *phubbing*. Dengan kata lain, semakin tinggi kecanduan ponsel, semakin tinggi pula perilaku *phubbing*. Kemudian untuk nilai koefisien korelasi (r_{x_2y}) sebesar $0,623$ dengan sig. $0,000$;

($p < 0,01$) Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan oleh peneliti yaitu ada hubungan antara kecanduan media sosial dengan perilaku *phubbing*. Artinya, semakin tinggi kecanduan media sosial maka akan semakin tinggi pula *phubbing*.

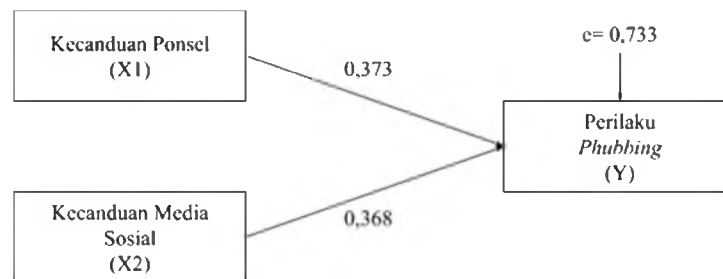
Selisih nilai koefisien korelasi kecanduan ponsel dengan perilaku *phubbing* dan nilai koefisien korelasi antara kecanduan media sosial dengan perilaku *phubbing* hanya terpaut 0,002. Meski demikian, nilai koefisien korelasi kecanduan ponsel dengan perilaku *phubbing* lebih besar dibandingkan dengan nilai koefisien kecanduan media sosial dengan perilaku *phubbing*. Dengan demikian, variabel kecanduan ponsel lebih berpengaruh bila dibandingkan dengan variabel kecanduan media sosial dalam hubungannya dengan perilaku *phubbing*.

Tabel 6. Uji Korelasi Variabel Bebas dan Variabel Terikat

		Phubbing (Y)	Kecanduan Ponsel (X1)	Kecanduan Media Sosial (X2)
Pearson Correlation	Phubbing (Y)	1,000	,625	,623
	Kecanduan Ponsel (X1)	,625	1,000	,684
	Kecanduan Media Sosial (X2)	,623	,684	1,000
Sig. (1- tailed)	Phubbing (Y)	.	,000	,000
	Kecanduan Ponsel (X1)	,000	.	,000
	Kecanduan Media Sosial (X2)	,000	,000	.
N	Phubbing (Y)	177	177	177

Kecanduan Ponsel (X1)	177	177	177
-----------------------	-----	-----	-----

Kecanduan Media Sosial (X2)	177	177	177
-----------------------------	-----	-----	-----



Gambar 1. Bagan Analisis Jalur Hubungan antara Kecanduan Ponsel dan Media Sosial terhadap Perilaku *Phubbing*

Mengacu pada Tabel 4, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi dari kedua variabel $X_1 = 0,000$ dan $X_2 = 0,000$ lebih kecil dari $0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel X_1 dan X_2 berpengaruh signifikan terhadap Y . Besarnya nilai R^2 atau R Square yang terdapat pada Tabel 5 adalah sebesar $0,462$. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y adalah sebesar $46,2\%$. Sementara sisanya yaitu $53,8\%$ atau $0,538$ merupakan kontribusi dari variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian. Sementara itu, nilai e setelah dihitung dengan rumus adalah $0,733$.

Hubungan antara Kecanduan Ponsel dan Media Sosial terhadap Perilaku *Phubbing*

Penelitian ini menemukan bahwa kecanduan ponsel dan media sosial berpengaruh terhadap perilaku *phubbing*. Hal ini berarti bahwa seseorang yang masuk ke dalam kriteria orang-orang yang masuk ke kategori candu terhadap ponsel dan media sosial maka bisa disimpulkan bahwa orang tersebut cenderung sangat besar untuk melakukan perilaku *phubbing*, baik itu secara disadari maupun tidak. Kami menawarkan solusi bahwa ketangguhan yang lebih besar serta peran di lingkungan sosial terutama untuk melalui lingkungan virtual dapat mengurangi kebutuhan dalam perilaku *phubbing*.

Merujuk pada hasil analisis data yang telah dilakukan, maka dapat dinyatakan hipotesis yang diusulkan oleh peneliti diterima yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara kecanduan terhadap ponsel serta medial dengan perilaku phubbing. Hal ini berarti apabila ketika seseorang remaja atau generasi muda memiliki intensitas yang tinggi dalam menggunakan ponsel dan media sosial maka akan membuat komunikasi yang dilakukan dengan orang lain akan rendah. Apabila seseorang memiliki komunikasi yang dilakukan dengan orang lain rendah maka orang tersebut berkemungkinan untuk melakukan perilaku *phubbing*.

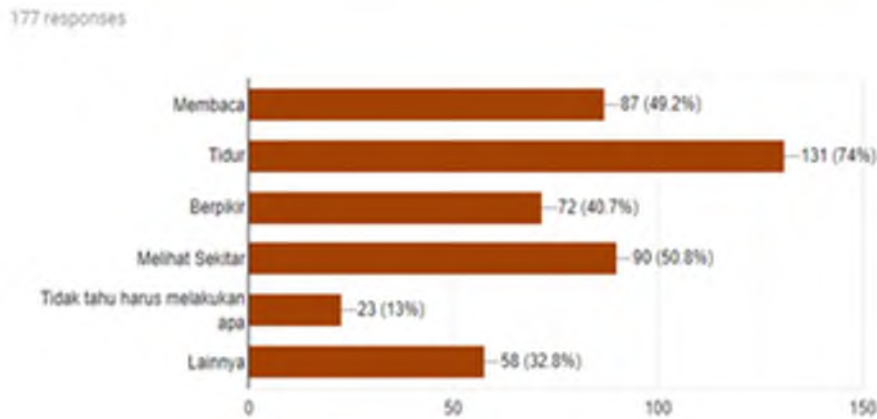
Beberapa temuan data kami bahas untuk menguatkan hasil uji statistik yang telah disajikan. Gambar 2 menunjukkan hasil survei dari pertanyaan peneliti tentang hal yang responden lakukan dengan ponsel ketika berada di kelas atau di kantor. Hasilnya menunjukkan kegiatan yang paling banyak dilakukan responden ketika berada di kelas/ di kantor adalah menggunakan media sosial. Kemudian disusul dengan kegiatan mengirim pesan singkat baik itu SMS, *Whatsapp*, dan lain sebagainya. Hal ketiga yang paling banyak dilakukan adalah berselancar di internet. Selanjutnya adalah mendengarkan musik, bermain game, menggunakan email, mengambil gambar, dan yang terakhir adalah menelepon.



Gambar 2. Hal yang Dilakukan Ponsel Responden Ketika Berada di Kelas/di Kantor

Gambar 3 menunjukkan hasil survei peneliti tentang kegiatan yang dilakukan oleh responden jika tidak menggunakan ponsel. Kegiatan yang paling banyak dilakukan oleh responden adalah tidur. Kemudian disusul dengan melihat sekitar pada posisi kedua dan membaca pada posisi ketiga. Selanjutnya adalah berpikir dan kegiatan lain. Adapun yang paling sedikit yakni 23 orang responden dengan jujur menjawab tidak tahu harus melakukan apa ketika tidak menggunakan ponsel.

Kegiatan apa yang Anda lakukan jika Anda tidak menggunakan ponsel ?



Gambar 3. Kegiatan yang Dilakukan Responden Jika Tidak Menggunakan Ponsel

Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa subjek penelitian memiliki tingkat kecanduan gadget yang tinggi, artinya faktor yang mempengaruhi seseorang menjadi kecanduan gadget adalah faktor internal, situasional, eksternal, dan sosial.

Berdasarkan uraian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa kecanduan ponsel dan kecanduan media sosial memiliki pengaruh yang kuat terhadap perilaku *phubbing* pada anak muda di Pulau Jawa. Hasil ini menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara kecanduan ponsel dan media sosial dengan perilaku *phubbing*.

Banyaknya kemudahan dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan kerabat atau keluarga yang jaraknya jauh membuat seseorang asik sendiri dengan media sosialnya meski tanpa direncanakan sebelumnya.

Adapun seseorang yang kecanduan media sosial, merujuk dengan pertimbangan terkait bagaimana seseorang dapat dikategorikan kecanduan media sosial (misalnya seperti *Facebook, Instagram, Twitter*), penelitian ini dilakukan dengan menggunakan skala kecanduan media sosial.

Dalam menggunakan media sosial, tidak jarang remaja membagikan sebuah status, berupa kalimat pendek atau *quotes* sebagai bentuk ungkapan dari apa yang mereka sedang rasakan. Proses berbagi cerita yang melibatkan emosi di media sosial pada akhirnya akan membentuk rasa nyaman untuk melakukan komunikasi melalui berbagai media yang ada termasuk salah satunya ponsel pintar. Jika hal itu kerap terjadi maka ini merupakan siklus yang saling berkaitan, semakin seseorang memiliki kenyamanan terhadap penggunaan media sosial, maka

semakin tinggi pula intensitas seseorang tersebut dalam menggunakan ponsel pintar begitupun sebaliknya.

Perlu dipahami pula bahwa jaringan internet turut berkontribusi dalam pembentuka terjadinya perilaku *phubbing*. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Siti pada tahun 2017 dengan judul "Dampak kecanduan internet (*internet addiction*) pada remaja". Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kecanduan internet (*internet addiction*) memiliki lebih banyak dampak negatifnya dibandingkan dengan dampak positifnya.

Ketika *offline* dan tidak menggunakan ponsel maupun tidak bermain media sosial, seseorang akan merasa cemas, was was, penasaran, bingung, bosan dan lain sebagainya. Sedangkan ketika sedang *online* perasaannya senang, tenang, bahagia, memiliki hal hal baru yang menambah informasinya. menyenangkan hatinya, moodnya baik, dan menjadi lebih baik lagi.

Ada beberapa alasan yang menjadikan media sosial begitu digandrungi. Sebagaimana menurut Hidayatun (2015) yang menyebutkan bahwa media sosial sebagai media *online* dimana penggunaanya dapat bersosialisasi dan berinteraksi tanpa dibatasi oleh adanya ruang dan waktu. Banyaknya jenis media sosial seperti *e-mail, twitter, facebook, line, whatsapp*, dan *instagram* yang membantu kita bisa dengan mudah menjalin relasi, berbagi video, foto, dan bahkan bertukar pikiran bersama para pengguna media sosial lainnya baik itu keluarga maupun teman lama atau baru.

Lingkungan sosial juga dapat mempengaruhi bagaimana perilaku *phubbing* itu dapat terjadi. Lingkungan sosial tertentu menentukan bagaimana seseorang mempergunakan ponsel dan media sosialnya. Sebagaimana didukung oleh penelitian yang dilakukan Chotpiyatasunondh pada tahun 2018 bahwa tindakan seseorang yang hanya berkonsentrasi pada ponselnya ketika berada dalam lingkungan sosial. Kenyamanan yang didapat melalui penggunaan media sosial dan *handphone* pada akhirnya akan menyebabkan seseorang lebih berpotensi untuk melakukan perilaku *phubbing*. Pernyataan ini juga didukung oleh Young dan Rodgers (1998) mengemukakan bahwa hal tersebut membuat seseorang menjadi malas untuk berkomunikasi di dunia nyata karena merasa lebih menyenangkan untuk berkomunikasi dengan teman *online* sehingga mengakibatkan kurangnya rasa empati terhadap lingkungan sekitar.

Penelitian ini juga didukung pula oleh penelitian yang dilakukan oleh Husna tahun (2017) dengan hipotesa yang diterimanya. Dengan subjek nya seorang pustakawan, penelitian Husna menemukan perbedaan perilaku pustakawan setelah menggunakan media sosial. Setelah menggunakan media sosial, pustakawal lebih mengandalakan media sosial untuk menyelesaikan permasalahannya dalam berkerja dibandingkan untuk bertanya langsung kepada sesama rekan kerjanya. Perbedaan selanjutnya juga terlihat dari intensitas komunikasi yang dilakukan secara langsung bersama-sama dengan rekan pustakawannya lebih sedikit dibandingkan dengan menggunakan media sosial dan lebih fokus menyendiri menggunakan ponselnya. Maka terlihat bahwa komunikasi langsung dengan orang-orang yang berada disekitarnya mengalami penurunan karena beralih menggunakan media sosial sebagai wadah untuk berkomunikasi dengan orang lain, sehingga intensitas penggunaan media sosial yang tinggi berdampak negatif menyebabkan komunikasi yang terjadi secara langsung menjadi rendah.

Merujuk pada data yang didapat dari hasil perhitungan uji statistik menunjukkan bahwa nyatanya penggunaan ponsel sangat mempengaruhi terjadinya perilaku *phubbing*. Sebagaimana yang disebutkan oleh Karadag (2017) dalam penelitiannya bahwa diantara faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku *phubbing* adalah adanya adiksi terhadap *smarthphone*. Kebutuhan manusia yang menuntut akses informasi dan komunikasi begitu cepat, kebutuhan rasa nyaman, instan, dan konstan, menyebabkan bentuk komunikasi yang mendorong terjadinya perubahan seseorang dalam berinteraksi. Kebutuhan terhadap teknologi akan berdampak pada penggunaan teknologi yang berlebihan, dari hal tersebut maka pada akhirnya akan berisiko pada “candu” atau kecanduan teknologi itu sendiri. Salah satu faktor yang mempengaruhi *smartphone addiction* adalah regulasi diri. Sebagaimana dengan teori belajar kognitif sosial yang dicetuskan oleh (Bandura, 1993; Kanthawongs et al, 2016) dimana teori tersebut menunjukkan bahwa mekanisme pengaturan diri individu mempengaruhi tingkat pengendalian diri individu. Regulasi diri mengacu kepada “pemikiran, perasaan, dan tindakan yang dihasilkan diri sendiri yang telah direncanakan dan disesuaikan secara siklis dengan pencapaian tujuan pribadi. Regulasi diri dapat juga mencakup pengaturan perasaan, perhatian, dan juga berkaitan dengan perilaku adiktif. Kegagalan seseorang untuk mengatur dirinya sendiri dapat menyebabkan penggunaan akan media mereka meningkat dan situasi ini cenderung berubah menjadi sebuah perilaku media *addicted* atau kecanduan media.

Selanjutnya kecanduan media sosial pada nyatanya telah menjadi sesuatu hal yang tak dapat dihindarkan lagi. Hampir setiap orang membuka aplikasi jejaring sosialnya setiap waktu, entah itu hanya untuk sekedar membuka *Facebook*, memposting foto di *Instagram*, memberi *like and comment* pada akun teman, melihat notifikasi masuk, dan lain sebagainya. Hasil survei APJII pada tahun 2016 menunjukkan bahwa alasan terbesar seseorang menggunakan internet adalah untuk mengunjungi *website* sebuah *online shop*, kemudian disusul dengan penggunaan media sosial seperti *Facebook*, dan disusul dengan penggunaan *Instagram*. Alasan mengapa seseorang sangat suka menggunakan media sosial pada dasarnya dikarenakan sebagai penunjang kebutuhan akan hiburan. Kebutuhan seseorang terhadap interaksi dan hiburan tidak dapat dielakkan. Beragam cara dan upaya dilakukan agar hasrat dapat terpenuhi. Layaknya kebutuhan primer, permintaan akan kebutuhan hiburan pun menjadi sangat besar. Tidak hanya di kehidupan sosial secara nyata, akan tetapi media sosial menjadi sebuah media yang menjadi sumber informasi dan komunikasi dan sekaligus menjadi media sebagai sarana interaksi dan sarana hiburan yang menarik.

Kecanduan *ponsel* dan media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku *phubbing*. Hal tersebut terjadi karena adanya rasa yang timbul dari dalam diri untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Menurut Katz, Gurevitch, dan Haas (Tan dalam Yusup, 2009: 338) ada beberapa jenis kebutuhan yang dikaitkan dengan keadaan lingkungannya, diantaranya adalah 1) kebutuhan kognitif yaitu kebutuhan yang dikaitkan dengan pemenuhan kebutuhan informasi seseorang akan lingkungannya, seperti rasa ingin tahu, kekosongan informasi dan lain sebagainya. 2) kebutuhan afektif, kebutuhan ini berkaitan dengan pengalaman pengalaman emosional yang menyenangkan. 3) kebutuhan integrasi personal dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu atau berkaitan dengan pencarian harga diri. 4) kebutuhan akan integrasi sosial dikaitkan dengan kebutuhan untuk berhubungan dengan lingkungan sekitar seperti keluarga, orang tua, teman, tetangga, dan sebagainya. 5) kebutuhan berkhayal dikaitkan dengan kebutuhan untuk melepaskan ketegangan, melarikan diri, dan hasrat mencari hiburan atau pengalihan.

Kualitas komunikasi seseorang juga dipengaruhi oleh perilaku *phubbing*. Proses komunikasi yang terjadi menjadi tidak *balance*. Perilaku tersebut juga merubah kualitas komunikasi interpersonal yang terjadi, sehingga proses penyampaian pesan dan pesan yang diterima menjadi tidak efektif. Meskipun salah satu motif atau tujuan seseorang melakukan *phubbing* adalah untuk memenuhi kebutuhan hiburan, akan tetapi perilaku seseorang yang terlalu sibuk

dengan *gadget* nya hingga tidak mengindahkan orang lain yang ada disekitar menjadi hal yang tidak bisa untuk dibenarkan.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Yao & Zhong (2014) menyatakan bahwa kontak sosial *online* yang dilakukan dengan teman maupun keluarga bukan merupakan alternatif yang efektif dalam mengurangi perasaan kesepian dibandingkan dengan komunikasi sosial yang dilakukan secara *offline*. Hal ini disebabkan karena kontak sosial yang dilakukan secara *online* tidak dapat memenuhi semua kebutuhan sosial individu seperti yang didapatkan ketika berkomunikasi secara tatap muka. Ketika individu melakukan komunikasi sosial *offline* (tatap muka) maka individu lebih bisa berbagi perasaan sehingga merasa ada kesamaan pemahaman atau pendapat tentang pesan yang tengah disampaikan dengan lawan bicaranya.

Kami kemudian memverifikasi bahwa hipotesis yang diajukan diterima secara positif. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi dan intensitas penggunaan ponsel tinggi memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku *phubbing*. Apabila perilaku *phubbing* masuk dalam katagori tinggi, maka kualitas komunikasi dengan lingkungan sekitar menjadi rendah. *Phubbing* tampaknya tidak secara eksklusif terkait dengan perilaku kecanduan. Namun, hasil kami menyoroti bahwa terdapat hubungan yang kuat antara perilaku *phubbing* dengan perilaku kecanduan ponsel dan media sosial.

PENUTUP

Berdasarkan uraian diatas, simpulan dari hasil penelitian ini adalah adanya hubungan positif antara kecanduan ponsel dan kecanduan media sosial terhadap perilaku *phubbing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara kecanduan ponsel dan media sosial dengan perilaku *phubbing*. Semakin tinggi kecanduan ponsel dan media sosial, semakin tinggi pula perilaku *phubbing*. Sumbangan antara kecanduan ponsel dan media sosial terhadap perilaku *phubbing* adalah 46,2%. Sementara sisanya yaitu 53,8% adalah faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi generasi muda di Indonesia agar memperbanyak berkomunikasi secara tatap muka dengan orang-orang disekitarnya. Bagi peneliti berikutnya, peneliti mengharapkan adanya pengembangan pada variabel penelitian dengan memasang variabel lain. Dengan demikian hasil penelitian lebih berkembang dan dapat dijadikan bahan referensi yang valid untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

REFERENSI

- Chotpitayasunondh, Varoth. Douglas, Karen M. (2018) . The Effects of "Phubbing" on Social Interaction. *Journal of Applied Social Psychology* . DOI: 10.1111/jasp.12506
- Davey, et. all. (2018). Predictors and Consequences of "Phubbing" among Adolescents and Youth in India: An impact evaluation study. *J Family Community Med. Jan-Apr; 25(1): 35-42.*
- Dewi, Noviana, Stefanus Khriemasagung Trikusumaadi. (2016). Bahaya Kecanduan Internet dan Kecemasan Komunikasi terhadap Karakter Kerja Sama pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi, Volume 43, Nomor 3, 2016: 220-230.*
- Esra. (2017). Disconnected, Though Satisfied: Phubbing Behavior and Relationship Satisfaction. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication - TOJDAC, April 2017, Volume 7 Issue 2: 364-375, DOI NO: 10.7456/10702100/018*
- Guazzini, Andrea, et.al. (2019). An Explorative Model to Assess Individuals Phubbing Risk. *Future Internet, 11, 21: 1-13, doi:10.3390/fi11010021*
- Hakim, Siti Nurina, Aliffatullah Alyu Raj. (2017). Dampak Kecanduan Internet (Internet Addiccion) pada Remaja. *Prosiding Temu Ilmiah X Ikatan Psikologi Perkembangan Indonesia, Peran Psikologi Perkembangan dalam Penumbuhan Humanitas pada Era Digital, 280-284.*
- Harman, H. H. (1976). *Modern Factor Analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hugh Wesrbrook. (2013). *Phubbing All Over The World: The Words of 2013*. United States: CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Karadağ, et al. (2015). Determinants of Phubbing, Which is The Sum of Many Virtual Addictions: A Structural Equation Model. *Journal of Behavioral Addictions 4(2)*, pp. 60-74.
- Ling, R. (2004). *The Mobile Connection: The cell phone's impact on society*. San Francisco, CA: Elsevier Science.