

**HUBUNGAN ANTARA KECANDUAN MEDIA SOSIAL DAN INTERAKSI
SOSIAL DENGAN PERILAKU *PHUBBING* PADA SISWA SMK NU 1
KENDAL**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1)
Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Disusun Oleh:

Beno Primodian Krismulyawan
(30701900044)

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG**

2025

PERSETUJUAN PEMBIMBING

HUBUNGAN ANTARA KECANDUAN MEDIA SOSIAL DAN INTERAKSI SOSIAL DENGAN PERILAKU *PHUBBING* PADA SISWA SMK NU 1 KENDAL

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Beno Primodian Krismulyawan

30701900044

Telah disetujui dan dipertahankan di depan Dewan Penguji guna memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal

Abdurrohman, S.Psi., M.Si

27 Agustus 2025

Semarang, 27 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Sultan Agung


Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si
NIK. 210799001

HALAMAN PENGESAHAN

HUBUNGAN ANTARA KECANDUAN MEDIA SOSIAL DAN INTERAKSI SOSIAL DENGAN PERILAKU *PHUBBING* PADA SISWA SMK NU 1 KENDAL

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Beno Primodian Krismulyawan

30701900044

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji

Pada 27 Agustus 2025

Dewan Penguji

1. Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si.
2. Falasifatul Falah, S.Psi., M.A.
3. Abdurrohman, S.Psi., M.Si.

Tanda Tangan



Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 27 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Sultan Agung



Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si.
NIK. 210799001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya Beno Primodian Krismulyawan dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan :

1. Skripsi ini adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun.
2. Sepanjang pengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.
3. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut.

Semarang, 27 Agustus 2025
Yang menyatakan



Beno Primodian Krismulyawan

30701900044

MOTTO

“Hai orang-orang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu sesungguhnya Allah bersama orang-orang yang sabar (QS.AL-Baqarah:153)”

*“aku membahayakan nyawa ibuku untuk lahir didunia,jadi
Tidak mungkin aku tidak ada artinya”
(primodian)*

*“satu-satunya yang bisa melawan malas adalah dirimu sendiri”
(kunto Aji,saudade)*

“jangan takut untuk melangkah, karena jejak langkahmu akan membuktikan jalanmu”(Najwa shihab)



PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini saya sembahkan untuk :

- ❖ Kedua orang tua yang saya cintai yang tiada henti memberikan dukungan baik spritual maupun material serta do'a.
- ❖ Dosen pembimbing saya yang telah sabar membimbing saya dalam menyelesaikan skipri ini.
- ❖ Segenap Dosen Fakultas Psikologi yang telah berjasa dalam mendidik dan membimbing.
- ❖ Sahabat dan Teman seperjuangan serta orang terdekat yang selalu memberikan dukungan dan do'a.
- ❖ Almamater tercinta.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul " Hubungan Antara Kecanduan Media Sosial dan Interaksi Sosial dengan Perilaku *Phubbing* Pada Siswa SMK NU 1 Kendal ". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana S-1 Psikologi. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian skripsi ini mengingat pengetahuan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis menerima kritik dan saran yang membangun dari pembaca yang nantinya berguna pada waktu yang akan datang. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini terdapat banyak kesulitan, namun berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberi izin penelitian.
2. Bapak Abdurrohman, S.Psi., M.Si.Psikologi selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu, senantiasa memberikan bimbingan, saran, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan berlangsung.
3. Ibu Dra. Rohmatun, M.Si Psikologi selaku dosen wali yang telah bersedia mengarahkan dan memberikan bantuan dari awal sampai akhir, sehingga saya dapat berada pada tahap ini.
4. Guru Bimbingan konseling SMKNU 01 KENDAL ibu sugiarti serta subjek penelitian yang bekerja sama dengan baik dan memberikan kontribusi besar dalam penyelesaian skripsi dengan meluangkan waktunya untuk mengisi skala.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi UNISSULA atas dedikasinya dalam memberikan ilmu kepada penulis yang sangat bermanfaat hingga saat ini dan kemudian hari.
6. Staf tata usaha dan perpustakaan fakultas psikologi unissula yang telah membantu dalam proses administrasi mulai dari awal perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

7. Cinta pertama dan pintu surgaku, yaitu mbah dan ibuku. Terima kasih atas kepercayaan yang telah diberikan atas izin kuliah dari kalian, serta pengorbanan, cinta, kasih, do'a, motivasi, semangat dan nasihat. Selalu mendukung segala keputusan dan pilihan dalam hidup saya, kalian sangat berarti, semoga Allah SWT selalu menjaga kalian dalam kebaikan dan kemudahan amin.
8. Kepada diriku sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.
9. Calon istriku ina yatus saadah yang selalu support system dari hari ke hari untuk mendukung,menemani disaat apapun itu dan memberikan semangat untuk tidak berhenti dalam setiap usaha yang peneliti lakukan
10. Teman-teman psikologi angkatan 2019 khususnya kelas A yang telah menemani dan memberikan kebahagiaan selama kuliah di fakultas psikologi unissula.
11. Zali, afrik,mas dimas 2018,alif komtang,alis,adam berserta teman-teman dari zaman awal kuliah ferdi fe,Erwin ft,yahya ft,irsha ft (tim huru-hara) yang telah membantu penulis dalam memperluas daya berpikir dikehidupan dan meluangkan waktu berdiskusi tentang apapun itu.
12. Berbagai pihak yang telah turut membantu, memberikan dukungan serta do'a kepada penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, masukan serta saran dari berbagai pihak sangat penulis harapkan untuk memperbaiki dan menyempurnakan karya ini. Penulis juga berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu psikologi, khususnya dalam ranah psikologi perkembangan dan pendidikan.

Semarang, 27 Agustus 2025

Peneliti

Beno Primodian Krismulyawan

30701900044



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Perilaku <i>Phubbing</i>	11
1. Pengertian Perilaku <i>Phubbing</i>	11
2. Aspek-aspek Perilaku <i>Phubbing</i>	12
3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku <i>Phubbing</i>	14
B. Kecanduan Media Sosial	17
1. Pengertian Kecanduan	17
2. Pengertian Media Sosial	18
3. Kecanduan Media Sosial	19
4. Aspek - aspek Kecanduan Media Sosial.....	20
5. Jenis-jenis Kecanduan Media Sosial	20

6. Ciri-ciri Kecanduan Media Sosial	21
7. Faktor Penyebab Kecanduan Media Sosial	22
8. Contoh Kecanduan Media Sosial	24
C. Interaksi Sosial	25
1. Pengertian Interaksi Sosial	25
2. Ciri-ciri Interaksi Sosial.....	26
3. Syarat Interaksi Sosial	27
4. Faktor-faktor Interaksi Sosial	30
5. Aspek-aspek Interaksi Sosial.....	32
D. Hubungan Antara Kecanduan Media Sosial dan Interaksi Sosial Dengan Perilaku <i>Phubbing</i> pada SMK NU 1 Kendal	34
E. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Identifikasi Variabel Penelitian	38
B. Definisi Operasional.....	38
C. Populasi, Sampel dan Sampling	39
D. Metode Pengumpulan Data	41
E. Validasi, Uji Daya Beda Aitem, dan Estimasi Reliabilitas	42
F. Teknik Analisis Data	44
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Orientasi Kancan Penelitian dan Pelaksanaan Penelitian	46
B. Pelaksanaan Penelitian.....	52
C. Analisis Data dan Hasil Penelitian	53
D. Deskripsi Variabel Penelitian	59
E. Pembahasan	63
F. Kelemahan/Kekurangan Penelitian	69
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	74

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rincian Jumlah Siswa SMK NU 01 Kendal Tahun Ajaran 2024/2025	40
Tabel 3. 2 Blue Print Perilaku <i>Phubbing</i>	41
Tabel 3. 3 Blue Print Skala Kecanduan Media Sosial	42
Tabel 3. 4 Blue Print Skala Interaksi Sosial	42



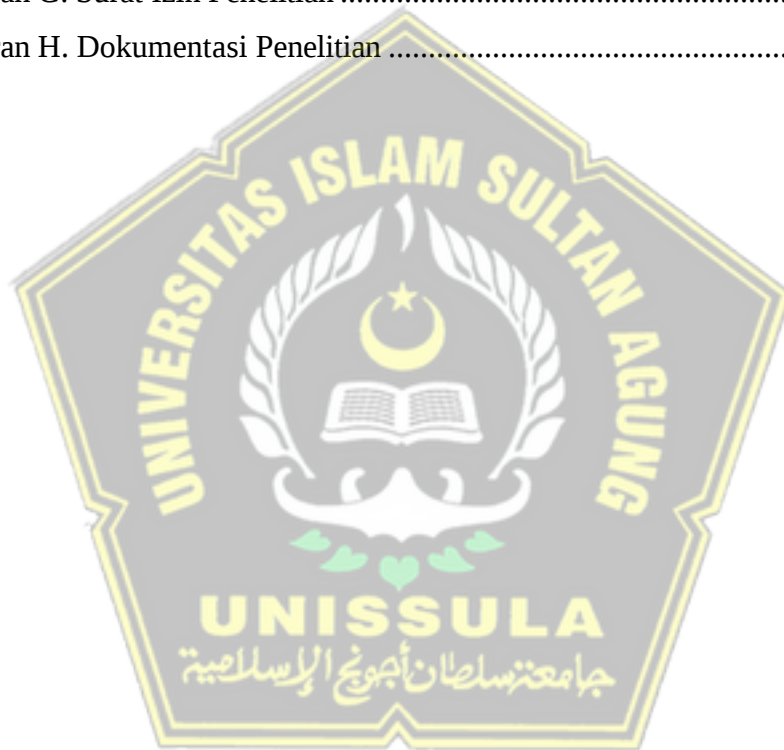
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penggunaan Smartphone.....	2
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2017-2026.....	8



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Skala Uji Coba	76
Lampiran B. Data Tabulasi Uji Coba	90
Lampiran C. Hasil Uji Daya Beda Aitem, Validitas dan Reliabilitas Skala	117
Lampiran D. Distribusi Frekuensi	133
Lampiran E. Kategorisasi Skala Penelitian	134
Lampiran F. Hasil Analaisis Data.....	135
Lampiran G. Surat Izin Penelitian	156
Lampiran H. Dokumentasi Penelitian	157



HUBUNGAN ANTARA KECANDUAN MEDIA SOSIAL DAN INTERAKSI SOSIAL DENGAN PERILAKU *PHUBBING* PADA SISWA SMK NU 1 KENDAL

Oleh:

Beno Primodian Krismulyawan, Abdurrohim

Fakultas Psikologi, Universitas Islam Sultan Agung

Email : primodian575@gmail.com, tgstgsabdurrohim@unissula.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah membawa dampak signifikan terhadap perilaku remaja, khususnya dalam penggunaan media sosial. Salah satu fenomena yang muncul adalah *phubbing*, yaitu perilaku mengabaikan orang lain dalam interaksi sosial karena terlalu fokus pada perangkat digital, khususnya ponsel pintar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kecanduan media sosial dan interaksi sosial dengan perilaku *phubbing* pada siswa SMK NU 1 Kendal. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif korelasional, dengan populasi sebanyak 1.308 siswa dan sampel sebanyak 180 siswa yang dipilih melalui teknik *cluster random sampling*. Instrumen pengumpulan data berupa angket skala Likert yang mengukur tiga variabel, yaitu perilaku *phubbing*, kecanduan media sosial, dan interaksi sosial. Data dianalisis menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment dan uji reliabilitas Cronbach's Alpha dengan bantuan SPSS versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada uji korelasi Pearson Product Moment pada variabel kecanduan media sosial didapatkan 12 item, pada variabel interaksi sosial didapatkan 8 item dan pada variabel perilaku *phubbing* didapatkan 12 item dengan nilai item tinggi dan tidak ada satupun yang memiliki nilai item rendah dibawah 0,201. Hasil penelitian juga menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara kecanduan media sosial dan interaksi sosial dengan perilaku *phubbing* pada siswa. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi sekolah dan orang tua untuk lebih memperhatikan dampak penggunaan media sosial terhadap kualitas interaksi sosial remaja.

Kata Kunci: *Phubbing*, Kecanduan Media Sosial, Interaksi Sosial, Remaja, SMK NU 1 Kendal

**THE RELATIONSHIP BETWEEN SOCIAL MEDIA ADDICTION AND
SOCIAL INTERACTION WITH PHUBBING BEHAVIOR AMONG
STUDENTS OF SMK NU 1 KENDAL**

By:

Beno Primodian Krismulyawan, Abdurrohim

Faculty of Psychology, Universitas Sultan Agung Semarang

Email: primodian575@gmail.com, tgstgsabdurrohim@unissula.ac.id

ABSTRACT

The rapid development of digital technology has brought a significant impact on adolescent behavior, particularly in the use of social media. One emerging phenomenon is phubbing, which refers to the behavior of ignoring others in social interactions due to being overly focused on digital devices, especially smartphones. This study aims to examine the relationship between social media addiction and social interaction with phubbing behavior among students of SMK NU 1 Kendal. The research method employed was a correlational quantitative approach, with a population of 1,308 students and a sample of 180 students selected through cluster random sampling. The data collection instrument used was a Likert-scale questionnaire measuring three variables: phubbing behavior, social media addiction, and social interaction. Data were analyzed using the Pearson Product-Moment correlation test and Cronbach's Alpha reliability test with the assistance of SPSS version 25.0. The results of the study showed that the Pearson Product-Moment correlation test identified 12 valid items for the social media addiction variable, 8 valid items for the social interaction variable, and 12 valid items for the phubbing behavior variable, with all items scoring high and none falling below the threshold value of 0.201. The findings also indicated a significant relationship between social media addiction and social interaction with phubbing behavior among students. These results provide important implications for schools and parents to pay greater attention to the impact of social media use on the quality of adolescents' social interactions..

Keywords: *Phubbing*, Social Media Addiction, Social Interaction, Adolescents, SMK NU 1 Kendal

BAB I

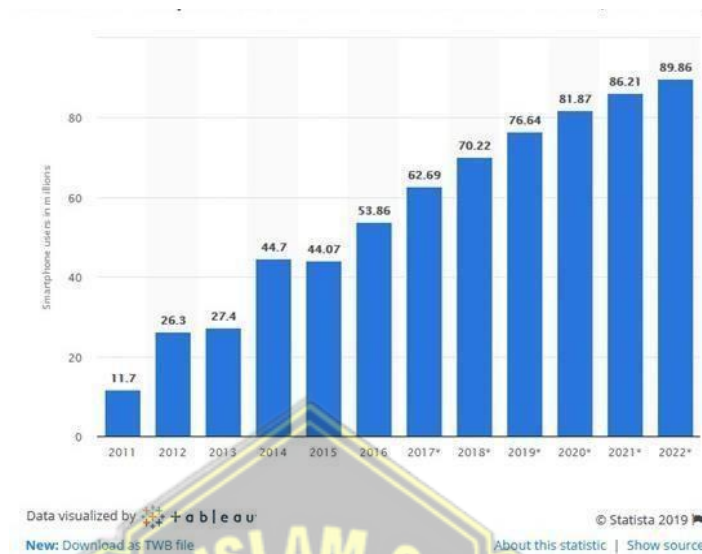
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi, informasi, dan komunikasi di era globalisasi mengalami kemajuan yang sangat cepat. Pada beberapa tahun terakhir, kemajuan teknologi menjadi kian modern. Anak muda, terutama mereka yang berusia 15–20 tahun dan 10–14 tahun, merupakan kelompok pengguna internet yang jumlahnya meningkat secara signifikan. Kehadiran internet memberikan pengaruh besar dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam bentuk dampak positif maupun negatif. Dampak positifnya adalah terbukanya akses informasi dari seluruh dunia tanpa batasan ruang dan waktu. Sementara itu, dampak negatifnya mencakup pergeseran dalam sikap serta norma sosial di masyarakat (Safitri, 2021),.

Berdasarkan survei yang dilakukan (Ramadan, 2023), mengatakan bahwa *smartphone* yang tersambung dengan internet memiliki kemampuan untuk mengakses berbagai jenis perangkat lunak. Pengguna dapat menjalankan aplikasi komputer, berkomunikasi dengan individu atau kelompok melalui medsos, melakukan panggilan, menikmati musik baik secara online maupun offline, membaca buku digital, mengakses berita daring, memesan tiket dan hotel, hingga melakukan belanja dengan online hanya memakai *smartphone*.

(Daeng, 2017) mengatakan bahwa pemakaian *smartphone* mempermudah komunikasi jarak jauh secara langsung, serta memungkinkan transaksi jual beli dan transfer uang melalui SMS dengan cara yang praktis, sebab bisa dijalankan kapan saja dan di mana saja tanpa mengunjungi bank atau ATM. Selain itu, *smartphone* juga dilengkapi dengan aplikasi seperti Google Maps yang membantu pengguna menemukan lokasi dan memberikan panduan arah. Kemampuan untuk menyimpan berbagai jenis data secara digital, mulai dari audio, dokumen, hingga foto, menjadikan *smartphone* kian digandrungi oleh beberapa lapisan masyarakat.



Gambar 1. 1 Grafik Penggunaan Smartphone

Statista Research Department (2019) mencatat bahwa pemakaian *smartphone* di dunia mengalami pertumbuhan yang signifikan dari tahun ke tahun, dan diperkirakan akan terus tumbuh sampai tahun 2022. Pada awal survei tahun 2011, jumlah user *smartphone* tercatat sekitar 11,7 juta orang, kemudian melonjak menjadi sekitar 76,64 juta pada tahun 2019, dan diprediksi akan mencapai sekitar 89,86 juta pengguna pada tahun 2022 mendatang.

Berdasarkan survei awal yang dilaksanakan melalui metode observasi dan wawancara di SMK NU 1 Kendal, peneliti menemukan adanya siswa kelas XI yang menggunakan *smartphone* saat proses belajar mengajar berlangsung. Temuan ini menarik perhatian peneliti untuk lebih memfokuskan pengamatan pada siswa tersebut. Selama waktu istirahat, siswa itu biasanya berada di kantin untuk makan dan berkumpul bersama temannya, namun ia terlihat lebih sering menggunakan smartphonenya dan tampak tidak memperhatikan teman-temannya saat sedang berinteraksi. Salah satu ciri perilaku *phubbing* ialah ketika individu lebih fokus menggunakan *smartphone* hingga mengganggu komunikasi langsung. Hal ini menunjukkan bahwa siswa tersebut menunjukkan tanda-tanda perilaku *phubbing*.

Menurut (Hati,2020) perilaku mengabaikan orang yang sedang berkomunikasi dengan lebih memilih fokus pada *smartphone* disebut dengan

phubbing (singkatan dari phone snubbing). Istilah ini pertama kali dikenalkan oleh tim ahli bahasa dari McCann Australia bersama Kamus Macquarie, yang menggambarkan situasi ketika seseorang lebih memperhatikan ponsel dibandingkan lawan bicaranya. Kata "*phubbing*" sendiri diciptakan oleh Mescall dan Mills, yang berkolaborasi dengan Susan Butler, editor dan penerbit Kamus Macquarie. Riset terkait istilah ini sudah didokumentasikan dalam sebuah film yang dirilis pada 22 Mei 2012 pukul 16.22 di Universitas Sydney, yang membahas proses terciptanya istilah "*phubbing*".

(Saloom,2021) mengatakan bahwa perilaku *phubbing* dapat terjadi pada berbagai kelompok usia, namun penting untuk mengidentifikasi variabel penyebabnya dalam masing-masing kelompok. Dalam sebuah penelitian di Budapest yang melibatkan mahasiswa sebagai responden, ditemukan bahwa 54% di antaranya menunjukkan perilaku *phubbing*, yang dapat dijelaskan melalui sejumlah variabel tertentu. Ketergantungan seseorang terhadap *smartphone* atau perangkat digital lainnya dapat mengganggu hubungan sosial dan memicu perilaku *phubbing*. Fenomena ini dipandang negatif karena menunjukkan kecenderungan individu untuk mengabaikan lawan bicara dan kurang memberikan penghargaan dalam interaksi sosial.

Berdasarkan hasil observasi awal terhadap fenomena *phubbing* di kalangan siswa, peneliti kemudian melakukan wawancara dengan subjek bernama puji pada hari Selasa, 3 September 2024:

"Saya lebih memilih untuk terus memegang *smartphone* daripada menyimpannya dan berkonsentrasi berinteraksi langsung dengan teman, karena saya merasa perlu untuk selalu mengikuti perkembangan informasi di media sosial. Menurut saya, tetap terhubung melalui chat atau melihat pembaruan informasi adalah hal yang penting. Aktivitas seperti membuat story di Instagram atau mengobrol lewat WhatsApp terasa lebih menyenangkan dan menarik bagi saya".

Hal serupa juga disampaikan oleh subjek 2 yang bernama Antik pada hari yang sama, dengan pernyataan sebagai berikut:

"Saat saya membuka media sosial di ponsel, saya sering kesulitan untuk fokus mendengarkan cerita teman-teman, sehingga terkadang hal itu membuat mereka merasa kesal dan enggan berbicara dengan saya. Ini terjadi karena saya memberikan respons yang tidak relevan dengan apa yang

mereka tanyakan. Begitu saya terhubung dengan media sosial, saya menjadi terlalu asyik dengan dunia maya”.

Menurut hasil wawancara dengan subjek 3, Lukman, pada hari Sabtu, 7 September 2024, dia menyatakan bahwa:

“Saya sering kali membuka Instagram di ponsel, dan ketika teman mengajak ngobrol, saya sering terlambat memberikan respon karena terlalu fokus pada ponsel untuk melihat informasi di Insta Story”.

(Najah,2022) menyatakan bahwa penggunaan *smartphone* yang intens dapat menyebabkan kecanduan dan ketergantungan. Selain itu, *smartphone* lama-kelamaan menjadi suatu kebutuhan yang sulit untuk diabaikan. Penggunaan *smartphone* yang berlebihan telah berkembang menjadi masalah global yang dianggap sebagai "penyakit", di mana penggunaan yang berlebihan dapat berdampak negatif pada kehidupan. Hal ini memiliki konsekuensi serius terhadap kesehatan, baik secara mental, fisik, maupun sosial.

Menurut (Ridho,2019), menyatakan bahwa sebagai makhluk sosial, manusia memerlukan komunikasi dengan sesama serta lingkungan sekitar. Komunikasi terjadi ketika komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan, yang kemudian menerima pesan tersebut, sehingga tercapai pemahaman bersama. Namun, jika terdapat kesalahan dalam proses komunikasi, interaksi bisa gagal. Kegagalan dalam berinteraksi bisa ditimbulkan oleh beberapa hal seperti kurangnya fokus komunikan dalam menerima pesan. Sebuah perilaku yang menyebabkan hilangnya fokus saat berkomunikasi yakni ketergantungan pada *smartphone*, baik secara sengaja ataupun tidak sengaja.

Menurut (Addriyani,2019), mengatakan bahwa interaksi sosial ialah hubungan yang terjadi antar individu, yakni masing-masing bisa mempengaruhi satu sama lainnya. Dalam interaksi ini, ada hubungan timbal balik; bila tidak ada pengaruh yang saling terjadi antara individu, maka timbal balik tersebut tidak akan tercipta.

Menurut (Rohmah, 2018) mengatakan bahwa interaksi tidak dapat terjadi tanpa adanya kontak sosial dan komunikasi. Kontak sosial merujuk pada hubungan antara individu atau kelompok, baik langsung ataupun tidak langsung. Sementara

itu, komunikasi terjadi ketika seseorang memberikan interpretasi terhadap perilaku seseorang terkait rasa yang ingin diutarakan, dan orang yang berkaitan memberikan respons pada perasaan tersebut. Kontak sosial dan komunikasi menjadi lebih mudah dilakukan seiring dengan berkembangnya teknologi.

Menurut (Jani, 2021), mengatakan bahwa media sosial telah menjadi sangat mempengaruhi banyak orang hingga menjadi kebutuhan utama dalam kehidupan mereka. Media sosial sudah jadi bagian krusial dalam aktivitas sehari-hari, di mana mereka cenderung lebih terfokus pada internet dan platform media sosial. Penggunaan media sosial sebagai sarana hiburan membuat banyak orang lebih sering menghabiskan waktu dengan mengakses situs internet, seperti menonton drakor, facebook-an, mengakses Instagram, membaca novel, serta bermain *game online* dan aktivitas hiburan lainnya.

(Hartati, 2019) menyatakan bahwa seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi, interaksi sosial dan komunikasi juga mengalami perubahan yang cepat. Teknologi telah membuat individu lebih fokus pada dirinya sendiri, tanpa memperhatikan lingkungan sekitar, yang mengurangi rasa peduli terhadap lingkungan sosial. Remaja kini kesulitan untuk beradaptasi dengan lingkungan nyata, dan sering kali memilih berkomunikasi melalui dunia maya. Kenyamanan yang didapat dari kemajuan teknologi komunikasi, membuat jiwa sosial semakin melemah. Mereka merasa tidak perlu bantuan individu lain untuk memenuhi kebutuhannya, karena teknologi, terutama *smartphone*, menjadi solusi utama.

Siswa yang *candu* akan media sosial dapat merujuk pada perilaku kompulsif yang berisiko menimbulkan dampak negatif. (Subathra, Nimisha, dan Hakeem 2013) mengungkapkan bahwa kecanduan dapat menyebabkan seseorang merasa terdorong untuk melakukan aktivitas tertentu berulang kali, yang pada akhirnya bisa menjadi perilaku berbahaya dan mengganggu kegiatan penting lainnya, seperti pekerjaan ataupun perkuliahan. Riset ini juga menunjukkan jika mahasiswa yang kecanduan media sosial cenderung hasil belajarnya menurun.

(Kircaburun, 2016) menyatakan bahwa dampak negatif lebih lanjut dari kecanduan media sosial ialah dapat menyebabkan depresi pada penggunanya. Dalam kasus yang lebih tajam, pengguna bahkan mengonsumsi pil kafein untuk

memperpanjang sesi penggunaan internet, yang berujung pada gangguan pola tidur yang signifikan. Kekurangan tidur seperti ini mengakibatkan kelelahan parah, menurunkan kinerja akademik, serta menumbuhkan risiko kebiasaan makan yang tidak baik dan kurangnya olahraga.

Penelitian yang dilakukan oleh (Fitri, 2020) pada 50 responden, yakni mahasiswa/i MIKOM UNDIP dan user aktif *smartphone* serta internet dalam rentang usia 21 s.d 30 tahun, menunjukkan bahwa 37 dari 50 responden belum familiar dengan istilah *Phubbing*. Tapi, hasil riset menyatakan jika mayoritas responden pernah jadi *phubber* saat makan ataupun berkumpul dengan teman dan keluarga. Sebanyak 40 responden terganggu jika lawan bicaranya menjalankan hal itu selama bercakap-cakap. Berdasarkan riset ini, bisa ditarik simpulan jika 80% responden merasa tidak nyaman dengan perilaku tersebut, meskipun mereka tidak dapat membantah bahwa mereka sendiri pernah melakukannya.

Sebuah studi yang dilakukan oleh (Karadağ, et al 2015) pada 401 mahasiswa yang usianya 21 tahun menunjukkan bahwa penggunaan *smartphone*, internet, media sosial, dan game secara signifikan dapat meningkatkan perilaku *phubbing*. Penelitian lainnya oleh (Chotpitayasunondh & Douglas 2016) yang melibatkan 251 responden dengan rentang usia 18 hingga 66 tahun di Inggris, mengungkapkan jika kecanduan *smartphone* bisa membuat individu menjadi *phubber*. Pada interaksi sosial, istilah "phubber" merujuk pada individu yang melakukan perilaku *phubbing*, sedangkan "phubbee" adalah individu yang menerima perilaku tersebut (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018).

(Fazriyah 2021) menekankan pentingnya untuk memahami beberapa faktor yang memengaruhi tindakan *phubbing*, terutama di kalangan pelajar sebagai generasi muda. Banyak di antara mereka yang tampak lebih fokus pada *smartphone* ketika berkumpul bersama, meskipun mereka berada dalam satu kelompok. Sebagai contoh, peneliti yang berada di sebuah kafe di Samarinda pada awal tahun 2020 mengamati beberapa kelompok muda yang duduk bersama, namun sebagian besar dari mereka tampak lebih terfokus pada gadget pribadi mereka daripada berinteraksi dengan teman-teman di sekitarnya. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa

penggunaan smartphone yang berlebihan telah menjadi masalah kesehatan di masyarakat.

(Tiara dkk, 2019) mengatakan bahwa dalam penelitiannya menemukan bahwa perilaku *phubbing* dapat menyebabkan gangguan kesehatan fisik pada beberapa mahasiswa, seperti pusing, mual, kelelahan, serta mata yang terasa pedih. Selain itu, dampak mental yang muncul antara lain hilangnya rasa percaya diri, perasaan sedih, dan depresi, yang disebabkan oleh penggunaan smartphone yang tidak tepat. Dari segi sosial, *phubbing* juga berpengaruh pada berkurangnya kemampuan komunikasi dan hubungan sosial antar individu.

Media sosial sudah dengan cepat menjadi bagian penting bagi siswa sekolah. Meskipun media sosial terlihat sebagai platform yang menyenangkan dan aman untuk berbagi foto dan berinteraksi dengan orang lain, ada kekhawatiran yang semakin berkembang terkait dampak negatifnya. Beberapa dampak yang diangkat meliputi masalah kesehatan mental, kerentanan emosional, gangguan tidur, serta penurunan interaksi tatap muka. Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat mendorong individu untuk lebih mengutamakan kebahagiaan dan kepuasan pribadi, yang akhirnya memperburuk ketergantungan pada platform tersebut.

Shirley Cramer CBE, Chief Executive RSPH Inggris, menyatakan bahwa media sosial lebih adiktif dibanding rokok ataupun alkohol, sebab dampaknya yang begitu mendalam dalam kehidupan anak muda hingga menjadi hal yang sulit untuk dihindari (RSPH and the Young Health Movement, 2017). Media sosial menghilangkan batasan waktu dan tempat, memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dimanapun dan kapanpun. Dengan media sosial, individu yang awalnya tidak dikenali banyak orang, menjadi terkenal begitu pula sebaliknya. Remaja sebagai user media sosial rentan terhadap dampak negatif atas pemakaian media sosial tersebut. Beberapa remaja bisa memfilter penggunaan internet yang bermanfaat, sementara yang lain masih kesulitan membedakan antara konten yang positif dan yang kurang berfaedah bagi pertumbuhan pribadi mereka.

Penting untuk memberikan perhatian yang serius terhadap penggunaan media sosial, mengingat kecenderungan remaja yang makin meningkat dan over dalam menggunakannya. Dalam jangka panjang, hal ini bisa menyebabkan gangguan

mental seperti cemas dan stress (Best, Paul; Manktelow, Roger; Taylor, 2014). Media sosial memberi ruang bagi remaja untuk mengalami dan menyebarkan tekanan emosional serta berinteraksi dengan cara yang bisa mengancam atau melecehkan remaja lain. Karena emosi remaja masih rentan, mereka sering kali mengekspresikan diri tanpa kontrol, bahkan sampai melakukan penghinaan terhadap teman-teman mereka melalui media sosial (Dredge et al., 2014). Menurut data dari Goodstats, pemakaian media sosial di Indonesia telah tumbuh pesat. Berdasarkan Data Reportal tahun 2023, sudah ada 167 juta user media sosial di Indonesia, dengan 153 juta diantaranya berusia lebih dari 18 tahun, yang setara dengan 79,5% dari total populasi. Grafik di bawah ini menunjukkan data tersebut:



Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2017-2026

Serangkaian masalah yang telah dijelaskan menunjukkan bahwa perilaku *phubbing* menjadi hal yang mengganggu, di mana penggunaan smartphone secara berlebihan dapat menciptakan dampak negatif terhadap lawan bicara. Semakin sering perilaku *phubbing* terjadi dalam interaksi tatap muka, maka hubungan antar individu semakin rentan terhadap gangguan.

Berdasarkan penjabaran tersebut, maka penulis akan melakukan riset dengan judul “Hubungan Antara Kecanduan Media Sosial dan Interaksi Sosial dengan Perilaku *Phubbing* pada Siswa SMK NU 1 Kendal”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah dan fokus penelitian, maka rumusan masalah riset ini antara lain:

1. Adakah hubungan kecanduan media sosial dengan perilaku *phubbing* pada siswa SMK NU 1 Kendal?
2. Adakah hubungan interaksi sosial dengan perilaku *phubbing* pada siswa SMK NU 1 Kendal?
3. Adakah hubungan kecanduan media sosial dan interaksi sosial dengan perilaku *phubbing* pada siswa SMK NU 1 Kendal?

C. Tujuan Penelitian

Atas dasar rumusan masalah maka tujuan riset ini antara lain:

1. Untuk mengetahui hubungan kecanduan media sosial dengan perilaku *phubbing* pada siswa SMK NU 1 Kendal.
2. Untuk mengetahui hubungan interaksi sosial dengan perilaku *phubbing* pada siswa SMK NU 1 Kendal.
3. Untuk mengetahui hubungan kecanduan media sosial dan interaksi sosial dengan perilaku *phubbing* pada siswa SMK NU 1 Kendal.

D. Manfaat Penelitian

Dari tujuan riset diatas, maka manfaat riset ini diharap bisa bermanfaat:

1. Manfaat Teoritis

Riset ini diharap bisa bermanfaat dalam memperluas pengetahuan di bidang psikologi perkembangan mengenai hubungan antara kecanduan media sosial dan interaksi sosial pada perilaku *phubbing* siswa SMK NU 1 Kendal.

2. Manfaat Praktis

Riset ini diharap bisa memberi wawasan pada subjek, khususnya individu pada usia dewasa awal, dalam mengenali tanda perilaku *phubbing*. Riset ini juga bertujuan untuk membantu siswa yang cenderung bergantung

pada smartphone agar lebih mampu mengendalikan diri, sehingga penggunaan smartphone tidak berlebihan.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku *Phubbing*

1. Pengertian Perilaku *Phubbing*

Phubbing sebagai perilaku individu yang terfokus pada penggunaan *smartphone* saat berinteraksi dengan individu lainnya. Seseorang yang asyik dengan *smartphone*-nya disebut sebagai *phubber*, sedangkan orang yang diabaikan atau menjadi korban dari perilaku *phubbing* disebut *phubbed*. (Youstri, dkk 2018) menjelaskan bahwa *phubbing* berasal dari gabungan kata "*phone*" dan "*snubbing*", yang menggambarkan sikap acuh pada lawan bicara dan bisa membuat sakit hati mereka akibat penggunaan *smartphone* yang berlebihan. (Roberts & David 2015)

Phubbing ialah tindakan yang mengabaikan orang lain dalam konteks sosial dengan lebih fokus pada telepon seluler daripada memperhatikan orang lain (*Phubbing: A Word is Born*, 2013). *Phubbing* terjadi ketika seseorang lebih memilih menggunakan ponsel pintar, misalnya untuk memeriksa Facebook atau aplikasi pesan lainnya, selama interaksi sosial. *Phubbing* dapat ditemukan dalam berbagai aktivitas, seperti saat makan, rapat, ceramah, ataupun pertemuan sosial dengan teman (Chasombat, 2014).

(Chotpitayasunondh, 2016) mendefinisikan *phubbing* sebagai tindakan merendahkan orang lain dalam interaksi sosial yang melibatkan dua orang ataupun lebih, di mana seseorang lebih fokus pada penggunaan perangkatnya daripada berbicara langsung dengan orang lain. Istilah *phubber* merujuk pada individu yang lebih memilih memperhatikan *smartphone*-nya, sementara *phubbee* adalah orang yang diabaikan oleh temannya dalam situasi sosial sebab temannya lebih memilih memakai handphone mereka.

(Karadag et al. 2015) menjelaskan bahwa perilaku *phubbing* adalah tindakan yang dapat menyakiti orang lain, di mana seseorang berpura-pura mendengarkan saat diajak berbicara, tetapi lebih sering memperhatikan *smartphone* nya.

(Hanika 2015) menyatakan bahwa *phubbing* merupakan bentuk kecanduan terhadap media, di mana makin besar individu bergantung pada penggunaan media, maka makin penting peran media dalam hidupnya, yang pada gilirannya akan memberikan dampak yang lebih besar pada individu tersebut.

Dari penjelasan tersebut, tindakan *phubbing* merujuk pada tindakan yang muncul akibat pemakaian smartphone secara berlebih, yang menyebabkan seseorang mengabaikan orang lain saat berinteraksi sosial dan melukai perasaan inidvidu lainnya dengan berpura-pura mendengarkan saat berbicara.

2. Aspek-aspek Perilaku *Phubbing*

(Chotpitayasunondh & Douglas 2018) menjelaskan beberapa aspek terkait perilaku *phubbing*, salah satunya:

a. *Nomophobia*

Nomophobia, ialah singkatan dari *no-mobile-phone-phobia*, merujuk pada rasa takut atau kecemasan berlebihan ketika seseorang tidak memiliki akses ke smartphone-nya. Kondisi ini tidak hanya terjadi karena tidak membawa ponsel, tetapi juga dapat muncul akibat situasi seperti kehilangan sinyal internet, baterai ponsel yang habis, atau kehabisan kuota.

b. *Interpersonal Conflict*

Konflik interpersonal terjadi ketika masalah muncul antara individu dan orang lain akibat penggunaan smartphone. Masalah ini biasanya muncul ketika ponsel berbunyi, yang menyebabkan lawan bicara merasa diabaikan, sehingga menimbulkan ketidakpuasan dalam interaksi yang berlangsung.

c. *Self Isolation*

Isolasi diri terjadi ketika seseorang menjauh dari lingkungan sosialnya dan lebih fokus pada smartphone. Proses ini dimulai dengan isolasi sosial, di mana individu yang melakukan *phubbing* menarik diri dari interaksi sosial, yang terlihat dari tidak adanya kontak mata selama berkomunikasi, serta kecenderungan untuk lebih terfokus pada dirinya sendiri dan perangkat ponselnya.

d. *Problem acknowledgement*

Pengakuan masalah berkaitan dengan individu yang menyadari bahwa mereka memiliki kebiasaan *phubbing*, seperti menghabiskan waktu terlalu lama dengan smartphone, menyadari bahwa orang lain tidak menyukai perilaku tersebut, namun tetap merasa dorongan untuk terus menggunakan ponselnya.

(Karadağ *et al* 2015), mengutarakan ada 2 aspek tindakan *phubbing*, yakni:

a. Gangguan Komunikasi (*communication disturbance*)

Proses mendengarkan, berbahasa, dan berbicara ialah contoh gangguan komunikasi, yang dapat diartikan sebagai tidak mampu untuk mengirim, menerima dan memahami ide simbol verbal, nonverbal, dan grafik. Perilaku *phubbing* digambarkan sebagai gangguan komunikasi yang timbul akibat kemunculan teknologi, seperti smartphone, yang berfungsi sebagai penghalang dalam komunikasi langsung antara dua orang atau lebih di lingkungan sosial.

b. Obsesi terhadap Smartphone (*smartphone obsession*)

Obsesi dapat diartikan sebagai ide, bayangan, atau keinginan yang terus-menerus muncul dalam pikiran, mengganggu, dan sulit dihentikan. Dorongan kuat untuk mempunyai *smartphone* saat berinteraksi langsung dapat mengakibatkan obsesi pada perangkat tersebut. Penggunaan *smartphone* bisa menjadikan seseorang kehilangan kesadaran tentang berapa banyak waktu yang sudah dihabiskannya, sehingga tanpa sadar mereka mengalokasikan waktu yang seharusnya digunakan untuk aktivitas lain.

Menurut (Reza, 2019) mengungkapkan jika tindakan *phubbing* ada 3 aspek, yakni:

a. Mengabaikan Orang Lain

Saat berinteraksi dengan individu lain, baik dalam percakapan satu lawan satu maupun kelompok, individu cenderung sibuk dengan *smartphone* mereka tanpa tujuan yang jelas. Ciri-ciri perilaku mengabaikan

orang lain antara lain enggan memulai percakapan, tidak dapat menjadi pendengar yang baik, serta tidak merespons pembicaraan orang lain dan lebih fokus pada ponselnya.

b. Ketergantungan *Smartphone*

Seseorang yang sangat bergantung pada *smartphone* akan merasa kesulitan untuk bertahan lama tanpa perangkat tersebut. Tanda-tanda ketergantungan pada *smartphone* termasuk ketidakmampuan untuk melepas perangkat tersebut dan menghabiskan lebih banyak waktu dengannya. Perilaku *phubbing* yang dilakukan oleh seseorang dapat meningkatkan kebutuhan akan perhatian dan menyebabkan seseorang terikat pada medsos dengan harapan untuk memperoleh kembali rasa keterikatan.

c. *Social Disconnectedness*

Phubbing merupakan perilaku di mana seseorang menunjukkan ketidaktertarikan terhadap aktivitas sosial dan cenderung menghindarinya. Ciri-ciri dari keterputusan sosial ini antara lain kurangnya minat terhadap kegiatan sosial, ketertarikan yang lebih besar pada penggunaan *smartphone*, serta kecenderungan menghindari interaksi sosial demi berfokus pada perangkat tersebut.

Berdasarkan pemahaman tersebut, aspek dalam perilaku *phubbing* mencakup terganggunya komunikasi dengan orang-orang di sekitarnya serta adanya ketergantungan yang berlebihan terhadap ponsel, seolah-olah tidak ada jeda untuk tidak menggunakannya.

3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku *Phubbing*

(Chotpitayasunondh 2016), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku *phubbing* yakni:

a. Kecanduan *Smartphone*

Pemakaian *smartphone* yang tidak sehat berhubungan dengan gejala penarikan diri, ketidakmampuan menoleransi ketidakhadiran perangkat, perilaku kompulsif, serta gangguan dalam menjalankan fungsi sehari-hari. Pemakaian *smartphone* secara berlebihan, terutama kebiasaan memeriksa perangkat secara terus-menerus, juga berhubungan dengan masalah dalam

menjalin hubungan sosial, hambatan dalam membangun kepercayaan, gangguan dalam aktivitas sosial lainnya, serta perasaan tidak aman dalam hubungan romantis dengan pasangannya.

b. *Fear of missing out*

Rasa takut, cemas, dan gelisah sering kali dialami seseorang ketika merasa terlewatkan atau tidak terlibat dalam peristiwa, ataupun percakapan di lingkungan sosial. Seseorang yang merasa tidak aman akibat pemakaian ponsel yang tiada henti biasanya mengalami rasa cemas akan ketinggalan informasi, yang turut berperan dalam penggunaan media sosial, pemenuhan kebutuhan pribadi, kepuasan hidup, serta suasana hati. Faktor-faktor ini semuanya berkaitan erat dengan tingkat ketergantungan terhadap *smartphone*.

c. Kontrol Diri

Kemampuan mengendalikan diri memiliki hubungan yang kuat dengan tindakan adiktif dan sudah dibuktikan dengan pemakaian *smartphone* yang tidak sehat. Seperti halnya pada gejala kecanduan, individu yang mengalami kesulitan tinggi dalam mengontrol dorongan impulsif cenderung tidak mampu membatasi penggunaan ponselnya. Selain itu, rendahnya tingkat ketekunan dapat mengganggu konsentrasi dalam menyelesaikan tugas serta memicu gangguan yang tidak relevan, yang pada akhirnya mendorong peningkatan frekuensi penggunaan *smartphone*.

Menurut (Kadarag dan rekan-rekannya 2015), terdapat sejumlah faktor lain yang turut mendukung munculnya perilaku *phubbing*, yakni:

a. Kecanduan *Smartphone*

Ketergantungan terhadap teknologi membawa dampak seperti pemakaian yang over, di mana daya tarik berbagai fitur yang ditawarkan turut memberikan pengaruh besar. Ketergantungan ini secara signifikan memengaruhi berbagai aspek kehidupan manusia.

b. Kecanduan Internet

Penelitian ini mengungkapkan bahwa permasalahan bukan terletak pada perangkat *smartphone* itu sendiri, melainkan pada aplikasi-aplikasi

yang digunakan di dalamnya. Salah satu sumber utama permasalahan adalah kebiasaan untuk tetap terhubung secara daring dalam jangka waktu yang lama, di mana lamanya waktu penggunaan internet dapat memicu perilaku pemakaian internet yang bersifat patologis.

c. Kecanduan Sosial Media

Media sosial mencakup berbagai platform, termasuk situs permainan, berbagi informasi, dan konten multimedia, yang semuanya membuat individu untuk terus terhubung secara daring, baik melalui komputer maupun smartphone. Berbeda dengan komputer yang memerlukan meja sebagai tempat penggunaan, smartphone memiliki keunggulan karena portabilitasnya, sehingga bisa dipergunakan dimanapun dan kapanpun.

d. Kecanduan *Game*

Kecanduan permainan digital merupakan sebuah faktor yang bisa mendorong munculnya tindakan *phubbing*, terutama pada individu yang tidak mempunyai kemampuan dalam mengatur waktu penggunaan. Mereka lebih memainkan game sebagai bentuk pelarian dari masalah serta sebagai sarana untuk meredakan tekanan psikologis.

(Reski, 2020) mengungkapkan ada berbagai faktor yang bisa mempengaruhi tindakan *phubbing*, yakni:

a. Perilaku *phubbing* dapat mengganggu interaksi sosial

Menurunnya interaksi tatap muka dapat menimbulkan perasaan tidak dihargai pada lawan bicara, melemahkan sikap kesopanan, serta menyulitkan individu dalam menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya. Hal ini juga berdampak pada berkurangnya kemampuan untuk merasakan simpati dan empati terhadap orang lain.

b. Menghindari topik pembicaraan yang tidak disukai

Karena tiap individu mempunyai sudut pandang yang tidak sama terkait pemicu suatu perilaku, beberapa topik dalam interaksi sosial mungkin dianggap lebih menarik daripada yang lain. Untuk menghindari percakapan yang dirasa kurang menarik, sebagian orang cenderung terlibat

dalam perilaku *phubbing*, meskipun hal tersebut kerap memicu teguran dari lawan bicaranya.

c. Teman di sekitar juga melakukan perilaku *phubbing*

Manusia adalah makhluk sosial yang selalu merespons rangsangan dari orang lain saat berinteraksi. Tindakan *phubbing* seringkali dikritik karena dianggap merendahkan lawan bicara, dan interaksi semacam ini membawa dampak negatif. Seseorang cenderung melakukan *phubbing* ketika kelompok teman di sekitarnya memulai perilaku tersebut, karena individu tersebut merasa tidak dihargai oleh lawan bicara, bahkan merasa diabaikan ketika orang di depannya lebih fokus pada ponselnya. Ini menandakan jika seseorang yang terlibat dalam tindakan *phubbing* sebetulnya menjadi korban dari tindakan serupa yang dilakukan oleh orang lain terhadapnya.

Berdasarkan penjelasan di atas, bisa ditarik simpulan bahwa berbagai faktor yang memengaruhi perilaku *phubbing* meliputi kecanduan ponsel, kecanduan internet, kecanduan media sosial, kecanduan game, fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO), kontrol diri, gangguan dalam interaksi sosial, upaya menghindari topik pembicaraan yang tidak diinginkannya, serta pengaruh dari beberapa teman di sekitar yang juga berperilaku *phubbing*.

B. Kecanduan Media Sosial

1. Pengertian Kecanduan

(Griffiths dalam Essau, 2008) berpendapat bahwa kecanduan adalah suatu kondisi yang mencerminkan kelemahan, yang disebabkan oleh kurangnya motivasi, adanya ketergantungan, dan kurangnya kemampuan untuk mengontrol diri. Sementara itu, (Thakkar, 2006) menyatakan bahwa kecanduan ialah keadaan medis dan psikiatrik yang ditandai dengan pemakaian suatu substansi secara berlebih, yang, jika terus berlanjut, bisa menimbulkan dampak negatif di kehidupan seseorang yang mengalaminya, seperti rusaknya hubungan dengan teman, serta kehilangan pekerjaan.

Kecanduan adalah sebuah hal yang menunjukkan ketergantungan yang dialami individu, baik fisik maupun psikologis, terhadap suatu kegiatan, seperti mengonsumsi alkohol, yang berlangsung di luar kontrol kesadaran. (Mark dan rekan-rekannya 2004) menyatakan bahwa kecanduan terjadi akibat adanya:

- a. Keinginan yang mendalam untuk terus andil dalam suatu tindakan tertentu, terutama ketika kesempatan untuk menjalankannya tidak ada.
- b. Kegagalan mengontrol perilaku, di mana individu merasa cemas saat perilaku tersebut dihentikan.
- c. Adanya kecenderungan untuk terus melakukan perilaku tersebut meskipun sudah ada bukti yang jelas bahwa perilaku tersebut dapat menimbulkan masalah.

Dari penjabaran tersebut, maka bisa ditarik simpulan jika kecanduan merupakan kecenderungan untuk terus-menerus terlibat dalam suatu aktivitas, yang pada akhirnya menimbulkan ketergantungan dan mengurangi kemampuan untuk mengontrol perilaku tersebut, sehingga menyebabkan rasa tidak nyaman dan stres ketika aktivitas tersebut dihentikan atau ditunda.

2. Pengertian Media Sosial

Istilah media sosial terdiri dari dua kata, yaitu "media" dan "sosial". "Media" merujuk pada alat komunikasi, sementara "sosial" menggambarkan kenyataan sosial di mana seseorang berperan aktif dalam berkontribusi kepada masyarakat. Ungkapan ini menandakan jika media dan perangkat lunak yang ada pada dasarnya adalah produk dari proses sosial (Mulawarman, 2017).

Media sosial ialah *platform online* yang memfasilitasi interaksi sosial antar penggunanya. Menggunakan teknologi web, media sosial mengubah cara komunikasi menjadi dialog yang lebih interaktif. Beberapa situs media sosial yang tengah digandrungi masyarakat yakni WhatsApp, Facebook, YouTube, Twitter, dll. Antony Mayfield memberikan definisi lain tentang media sosial, yaitu sebagai media di mana penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan pesan, termasuk di dalamnya blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum virtual, dan dunia maya. Media sosial menawarkan cara berkomunikasi. Sebelum kemunculan dan popularitas media

sosial, sebagian besar orang berkomunikasi melalui tatap muka dan saling sapa dengan langsung. Tapi, terdapatnya media sosial, saat ini seseorang lebih memilih berkomunikasi melalui layanan pesan instan ataupun mengirim pesan menggunakan platform yang ada di media sosial (Doni, 2017).

(Kristanto 2011) menyatakan jika media sosial ialah platform online yang menjadikan pemakaiannya untuk saling berkomunikasi dengan orang lain di dunia nyata. (Lewis 2010) mendefinisikan media sosial sebagai istilah untuk teknologi digital yang menjadikan individu untuk berinteraksi, menciptakan, dan berbagi konten pesan. Juliasih (dalam Kristanto, 2011) juga menyebutkan bahwa media sosial adalah platform online yang memungkinkan pemakainya untuk saling berinteraksi.

Bisa ditarik simpulan jika media sosial ialah platform digital yang menjadikan pemakainya untuk berinteraksi, dan membuat konten secara daring. Media sosial dapat berbentuk situs web yang membuat pemakainya berbagi teks, gambar, video, dan berbagai jenis konten lainnya.

3. Kecanduan Media Sosial

(Damar 2016) menyatakan jika rata-rata waktu yang digunakan mengakses internet melalui media sosial adalah 3 jam 33 menit per hari. Teori Ketergantungan (Dependency Theory) juga menjelaskan bahwa intensitas waktu penggunaan media sosial yang berlebihan untuk memenuhi kebutuhan tergantung pada media tertentu, yang menjadikannya sangat penting bagi penggunanya (Soliha, 2015).

Kecanduan media sosial, menurut (Nurmandia 2013), adalah gangguan psikologis yang terjadi ketika pengguna menambah durasi penggunaannya untuk mendapatkan rasa senang, yang pada akhirnya dapat menyebabkan kecemasan, gangguan afeksi (seperti kesulitan beradaptasi dan depresi), serta mengganggu kehidupan sosial.

Pemakaian media sosial yang berlebih adalah bagian dari ketergantungan yang ditandai dengan ekspresi emosi melalui media sosial, yang bisa menyebar tanpa disadari pemakai saat mereka melihat konten orang lain. Ini adalah

keadaan di mana individu menganggap jika dunia maya lebih menyenangkan dibanding real life (Mukodim, dkk. 2004).

Kesimpulannya, kecanduan media sosial adalah gangguan psikologis yakni pengguna menghabiskan waktu yang banyak untuk bermedia sosial, yang dipicu oleh rasa keingintahuan yang besar, kurang mengontrol diri, serta kurangnya aktivitas produktif dalam kehidupan.

4. Aspek - aspek Kecanduan Media Sosial

Aspek kecanduan media sosial yang dipakai pada skala alat ukur (Menayes 2015) ini ialah hasil adaptasi dari IAT (Internet Addiction Test) yang dikembangkan oleh (Young 2010), yang disesuaikan konteks kecanduan media sosial dan mengarah pada dimensi kecanduan internet:

a. *Social Consequences* (Konsekuensi sosial)

Ini merujuk pada dampak pemakaian media sosial yang memengaruhi aktivitas individu dalam kehidupannya, seperti mengabaikan teman dan penurunan kinerja akademik.

b. *Time Displacement* (Pengalihan waktu)

Ini merujuk pada perubahan waktu yang dipakai oleh pengguna media sosial, seperti pemakaian media sosial secara berlebih, abai pada tugas yang seharusnya dilakukan, dan meningkatnya waktu yang dihabiskan untuk media sosial.

c. *Compulsive Feelings* (Perasaan kompulsif)

Ini merujuk pada ketergantungan yang menggambarkan apa yang dirasakan user media sosial, seperti rasa jenuh saat tidak mengakses media sosial dan dorongan untuk terus memakainya.

Atas dasar penjabaran di atas, ada 3 aspek kecanduan media sosial, yaitu konsekuensi sosial, pengalihan waktu, dan perasaan kompulsif.

5. Jenis-jenis Kecanduan Media Sosial

Pada buku yang berjudul "The Heart of Addiction," (Yee 2002) mengemukakan 2 jenis kecanduan, yakni kecanduan fisik seperti kokain, dan kecanduan non-fisik seperti kecanduan terhadap permainan online atau internet, yang juga berlaku pada media sosial.

(Young 2010) mengklasifikasikan pengguna internet menjadi dua kategori, yakni:

- a. *Non Dependent* yakni pengguna internet dengan normal

Ini mengakses internet untuk mencari informasi dan menjaga hubungan yang telah ada melalui komunikasi elektronik dengan wajar, dengan durasi penggunaan internet sekitar 4 hingga 5 jam/minggu.

- b. *Dependent* yaitu pengguna internet yang secara adiktif

Ini memakai internet untuk komunikasi dua arah dan berbagi ide dengan beberapa orang baru ataupun yang sudah dikenalnya melalui internet. Pemakaian medsos pada kelompok ini bisa mencapai 20 s.d 80 jam/minggu.

Dari penjabaran tersebut, bisa ditarik simpulan jika kecanduan internet termasuk dalam kategori adiksi non-fisik, yang hanya melibatkan interaksi manusia dengan internet tanpa melibatkan alkohol atau obat-obatan. Selain itu, kecanduan internet juga termasuk dalam jenis kecanduan dependent, karena penggunaannya dapat membuang waktu berjam-jam untuk bermedia sosial.

6. Ciri-ciri Kecanduan Media Sosial

(Young 2010) memandang kecanduan teknologi sebagai bagian dari kecanduan perilaku, di mana kecanduan internet, termasuk juga kecanduan media sosial, menjadi salah satunya. Karakteristik individu yang mengalami ketergantungan yakni:

- a. Terus memikirkan kegiatan yang dilakukan saat online
- b. Keinginan untuk menghabiskan banyak waktu di internet demi mendapat rasa puas
- c. Kesulitan dalam mengontrol penggunaan
- d. Merasakan kecemasan, kesedihan, stres, atau mudah marah saat mencoba mengurangi penggunaan media sosial
- e. Memakai media sosial untuk menghadapi masalah

(Suler 2017) mengidentifikasi beberapa tanda tambahan dari kecanduan internet pada media sosial Instagram yakni:

- a. Perubahan signifikan dalam gaya hidup yang menyebabkan seseorang selalu membuang waktu untuk internetan.
- b. Sikap yang abai pada kesehatan karena penggunaan internet yang over.
- c. Gangguan pola tidur akibat banyak mengakses internet, sehingga jam tidur berkurang.
- d. Abai pada keluarga dan teman, yang menyebabkan menurunnya kemampuan dalam sosialisasi.
- e. Mengabaikan kewajiban pribadi seperti tugas dan lainnya.

Atas dasar penjabaran itu, bisa ditarik simpulan jika kecanduan media sosial dapat menimbulkan beberapa masalah, seperti gangguan tidur, penurunan produktivitas, kecemasan dan depresi, masalah kesehatan mental, serta gangguan dalam hubungan sosial.

7. Faktor Penyebab Kecanduan Media Sosial

Menurut (Young 2010), kecanduan media sosial merupakan bagian dari Internet Addiction, khususnya dalam kategori Cyber-Relational Addiction, yaitu ketergantungan pada situs jejaring sosial di dunia maya yang dipengaruhi oleh sejumlah faktor:

a. Gender

Jenis kelamin turut menentukan preferensi aplikasi yang digunakan serta alasan seseorang mengalami kecanduan internet. Umumnya, pria lebih rentan terhadap kecanduan game online, situs pornografi, dan aktivitas perjudian daring, sementara wanita cenderung lebih sering mengalami ketergantungan pada aktivitas chatting.

b. Kondisi Psikologis

Kecanduan internet dapat muncul sebagai respons terhadap masalah emosional, seperti depresi dan gangguan kecemasan, di mana individu kerap memanfaatkan dunia maya sebagai pelarian psikologis untuk menghindari emosi negatif.

c. Tujuan dan Waktu Pemakaian Internet

Alasan seseorang dalam menggunakan internet sangat berpengaruh terhadap tingkat kecanduan yang dialaminya, khususnya ketika individu

menghabiskan banyak waktu sendirian di depan komputer hingga kehilangan kendali diri. Penggunaan internet seringkali dimaksudkan sebagai cara untuk menghindari atau mengatasi berbagai persoalan dalam kehidupan nyata, maupun sekadar mencari hiburan.

Menurut (Young 2010), ada beberapa faktor lain yang berperan dalam munculnya kecanduan internet, seperti adanya interaksi dua arah antar pengguna dalam komunikasi online, kemudahan akses terhadap berbagai fasilitas internet, minimnya pengawasan dari orang tua, dorongan atau motivasi personal, serta rendahnya kemampuan individu dalam mengendalikan perilaku mereka sendiri.

(Montag dan Reuter 2015) mengemukakan jika ada faktor lain yang juga dapat memengaruhi munculnya kecanduan terhadap internet, yakni:

a. Faktor Sosial

Hambatan berkomunikasi antarpribadi atau masalah sosial yang dihadapi seseorang dapat mendorong penggunaan internet secara berlebihan. Di samping itu, salah satu faktor sosial lain yang turut berkontribusi adalah perubahan pola dalam menjalin hubungan.

b. Faktor Psikologis

Kecanduan internet bisa muncul akibat gangguan psikologis yang dialami seseorang, seperti depresi, kecemasan, serta penyalahgunaan zat, termasuk alkohol. Internet memberikan sarana bagi individu untuk menghindari kenyataan, mencari hiburan, atau memperoleh perasaan senang, yang pada akhirnya mendorong penggunaan secara berlebihan hingga menimbulkan ketergantungan.

c. Faktor Biologis

(Montag dan Reuter 2015), melalui penelitian memakai teknologi *functional magnetic resonance imaging*, menemukan adanya perbedaan fungsi otak seseorang yang candu internet dengan yang tidak candu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja yang candu internet cenderung lebih lambat dalam memproses informasi serta sulit mengendalikan diri.

Dari berbagai faktor yang sudah diuraikan, bisa ditarik simpulan jika kecanduan media sosial berkaitan erat dengan kendali diri seseorang, yang dipengaruhi oleh tujuan dan durasi pemakaian internet, keterbatasan kemampuan seseorang dalam mengatur perilakunya, sekaligus beberapa faktor biologis yang dimilikinya.

8. Contoh Kecanduan Media Sosial

Berikut ini adalah contoh kecanduan media sosial pada siswa yang dilihat dari tiga aspek utama: dampak sosial, perubahan waktu yang dihabiskan, dan dorongan perasaan yang tidak terkendali:

1. Konsekuensi Sosial (Social Consequences)

Contoh: Seorang siswa bernama Raka mulai sering mengabaikan aktivitas bersama keluarga dan teman-temannya. Saat makan malam bersama keluarga, ia lebih sibuk dengan ponselnya untuk membalas komentar di media sosial. Penggunaan media sosial yang berlebihan membuat Raka lebih cenderung menghindari interaksi sosial tatap muka. Ia merasa lebih nyaman berkomunikasi melalui dunia maya daripada dalam kehidupan nyata. Hal ini berdampak pada hubungan sosial yang semakin jauh, baik dengan keluarga maupun teman, dan menyebabkan Raka merasa kesepian meskipun selalu terhubung di media sosial.

2. Pengalihan Waktu (Time Displacement)

Contoh: Seorang siswi bernama Anisa sering menunda mengerjakan tugas sekolah karena terlalu terfokus pada menonton konten di Instagram Reels dan TikTok. Ia bisa menghabiskan waktu hingga 5 jam sehari di media sosial, sehingga lupa waktu untuk belajar. Waktu yang seharusnya digunakan untuk kegiatan produktif, seperti belajar atau beristirahat, justru dihabiskan untuk berselancar di media sosial. Akibatnya, Anisa menjadi kurang disiplin, tugas-tugas sekolah terbengkalai, dan prestasi belajarnya menurun. Hal ini menunjukkan bahwa kecanduan media sosial telah mengalihkan waktu yang seharusnya digunakan untuk kegiatan penting dalam rutinitasnya.

3. Perasaan Kompulsif (Compulsive Feelings)

Contoh: Rendi merasa cemas dan gelisah jika tidak memegang ponselnya. Ia terus-menerus membuka aplikasi media sosial setiap beberapa menit, meskipun tidak ada notifikasi yang masuk. Kecanduan ini membuatnya merasa tidak tenang jika tidak mengakses media sosial. Dorongan psikologis untuk terus memeriksa platform seperti Instagram atau WhatsApp menunjukkan adanya perasaan kompulsif yang kuat. Dampaknya, konsentrasi belajarnya menurun dan rasa cemas atau stresnya meningkat.

C. Interaksi Sosial

1. Pengertian Interaksi Sosial

Interaksi sosial merujuk pada hubungan yang terjadi antar seseorang, yang mana tiap orang bisa memengaruhi satu dengan yang lainnya, sehingga ada hubungan timbal baliknya. Bila tidak ada pengaruhnya, maka hubungan timbal baik tersebut tidak akan terwujud (Walgito, 2003).

(Santoso, 2014) mengungkapkan jika interaksi sosial adalah cara bagi seseorang untuk tetap berperilaku sosial dengan orang lain. Ini sejalan dengan yang diungkapkan oleh (Stanfeld 2002), yang menyatakan jika individu akan terlibat pada situasi sosial, dan tiap orang memiliki peran khusus yang harus dijalankan sesuai dengan kondisi sosial atau norma yang berlaku dalam situasi tersebut. Ketika individu berinteraksi dengan lingkungan sosialnya, mereka akan bertindak sesuai dengan peran yang ada dalam konteks sosial itu.

Theodore (Santoso, 2014) mengungkapkan jika interaksi sosial merupakan suatu peristiwa kompleks, melibatkan perilaku berupa rangsangan dan respons dari kedua belah pihak, di mana satu pihak memberikan rangsangan dan pihak lainnya meresponsnya. Ini berarti kondisi yang mendorong tiap orang untuk berhubungan dengan orang lain di waktu yang bersamaan.

Bonner (Ahmadi, 2002) menyatakan jika interaksi sosial yakni hubungan antara 2 orang ataupun lebih, di mana tindakan satu orang dapat mempengaruhi ataupun memperbaiki tindakan seseorang yang lain. Setiap interaksi sosial selalu melibatkan timbal balik antara individu yang satu dengan individu

lainnya. Interaksi sosial ialah hubungan yang dinamis, melibatkan hubungan antar individu, antar kelompok manusia, maupun antara individu dan kelompok (Gillin & Gillin dalam Soekanto, 2012).

(Soekanto 2002) menjelaskan bahwa interaksi sosial adalah hubungan interpersonal antara dua orang ataupun lebih melalui perilaku non-verbal. Interaksi sosial ini jadi hal krusial dalam hubungan antara individu yang saling memengaruhi, sehingga ia merupakan elemen kunci dalam kehidupan sosial. Tidak adanya interaksi sosial, kehidupan bersama tidak mungkin terwujud.

Dari kajian teori di atas, bisa ditarik simpulan jika interaksi sosial adalah hubungan antara dua individu ataupun lebih, di mana satu individu dapat memengaruhi, mengubah perilaku individu lainnya, atau sebaliknya, yang menghasilkan hubungan timbal balik dalam suatu proses yang dinamis. Tiap individu akan bertindak sesuai dengan peran mereka dalam keadaan sosial itu.

2. Ciri-ciri Interaksi Sosial

(Santoso 2014) memberi lima ciri-ciri interaksi sosial yakni:

- a. Individu atau orang dihubungkan pada pengaruh sosial

Dalam menghadapi situasi sosial, individu tidak terlepas dari pengaruh lingkungan sekitar, sebab individu dipengaruhi oleh orang lain atau situasi sosialnya. Sebagai contoh, ketika A berbicara dengan B, maka C yang berada di sekitar mereka akan terpengaruh.

- b. Hakikat hubungan dikhususkan

Interaksi sosial memiliki ciri khas, yaitu harus bisa memberikan pengaruh pada individu lain, yang tidak hanya sekadar interaksi yang dilakukan tanpa tujuan tertentu. Sebagai contoh, ketika A berbicara dengan B dalam waktu singkat.

- c. Kondisi spesifik dari hubungan dicatat

Interaksi sosial harus bisa ditunjukkan dengan spesifik, dan keadaan hubungan ini perlu dijelaskan dengan jelas. Contohnya, ketika berkomunikasi secara langsung dengan tatap muka, yang melibatkan kontak fisik.

- d. Pentingnya hubungan sikap antar individu

Setiap interaksi sosial, tiap orang harus menggambarkan sikap jelas, yang berkaitan dengan tiap individu. Misalnya, ketika seseorang berbicara dengan suara pelan, maka lawan bicara juga akan merespons dengan suara yang pelan.

e. Disebarkan pengaruh dalam kelompok

Maksudnya adalah interaksi sosial berlangsung dalam sebuah kelompok, sehingga pengaruh yang terjadi akan menyebar kepada individu-individu dalam kelompok tersebut, agar setiap individu memiliki pemahaman yang serupa.

Proses interaksi sosial di masyarakat ada beberapa ciri: (Ali, 2015) Terlibatnya dua orang atau lebih sebagai pelaku, Terjadinya hubungan saling memengaruhi antara pelaku, Dimulai dengan kontak sosial, baik secara langsung, Memiliki tujuan dan maksud yang jelas.

Menurut (Panggabean 2017), interaksi sosial memiliki karakteristik: Terdapat lebih dari satu pelaku, Terjadi komunikasi antara pelaku melalui kontak sosial, Mempunyai tujuan dan maksud tertentu, Terkadang tujuan tersebut mungkin tidak sesuai dengan yang difikirkan pelaku, Ada dimensi waktu yang mempengaruhi sikap dan aksi yang berlangsung.

Berbagai pendapat yang telah disampaikan oleh berbagai ahli memang menggunakan kata atau ungkapan yang berbeda, namun memiliki makna yang serupa. Beberapa ciri interaksi sosial yang telah dijelaskan di atas menunjukkan jika suatu interaksi dapat dikategorikan sebagai interaksi sosial jika melibatkan satu orang ataupun lebih yang saling berinteraksi untuk membentuk suatu rencana, baik dengan tujuan yang sama ataupun tidak.

3. Syarat Interaksi Sosial

(Dayakisni, 2009) menjelaskan jika interaksi sosial tidak terjadi bila syaratnya tidak memenuhi, yakni kontak sosial dan komunikasi. Kontak sosial merujuk pada hubungan yang terjadi antar seseorang, seseorang dengan kelompok, ataupun sesama kelompok.

Ada 2 jenis kontak sosial yakni kontak primer dan kontak sekunder. Kontak primer ialah hubungan yang terjadi dengan langsung, seperti bertatapan

muka, berjabat tangan, dan kontak sekunder ialah hubungan yang berlangsung dengan tidak langsung, seperti surat ataupun telepon. Jika dilihat, kontak primer ataupun kontak sekunder menciptakan hubungan timbal baik antara komunikan dengan komunikator. Agar kontak sosial bisa berlangsung dengan lancar, dibutuhkan rasa saling mengerti. Atas penjabaran tersebut, ada 3 komponen utama kontak sosial yakni pengerian, percakapan dan kerjasama.

(Santoso,2014) membagi beberapa aspek hubungan sosial pada komunikasi, yakni:

a. Adanya Hubungan

Tiap interaksi pasti melibatkan hubungan antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, ataupun antar kelompok. Hubungan antar individu dapat terlihat melalui tindakan seperti berjabat tangan, saling menyapa, atau bahkan berselisih.

b. Ada Individu

Terjadinya hubungan sosial dipengaruhi oleh peran yang dimainkan oleh masing-masing individu, baik secara pribadi maupun dalam kelompok. Interaksi hanya dapat berlangsung apabila individu-individu tersebut terlibat secara aktif dalam menjalin hubungan.

c. Ada Tujuan

Tujuan dari interaksi sosial antara lain adalah untuk memengaruhi ataupun memperbaiki individu lain.

d. Adanya Hubungan dengan Struktur dan Fungsi Kelompok

Hubungan ini muncul sebab seseorang tidak dapat dipisahkan dari kelompoknya. Tiap individu mempunyai peran dan fungsi tersendiri dalam kehidupan kelompok.

Menurut (DeVito 2015), terdapat lima karakteristik dalam komunikasi yang menunjukkan adanya interaksi sosial, yakni:

a. Keterbukaan

Ini merujuk pada kesiapan kedua pihak, baik komunikator maupun komunikan, untuk berbagi, merespons selama proses komunikasi, serta memahami pikiran dan perasaan satu sama lain.

b. Empati

Dalam komunikasi, penting bagi seorang komunikator untuk memiliki empati. Komunikasi akan berjalan secara efektif apabila komunikator mampu menunjukkan empati kepada komunikan, yaitu kemampuan untuk merasakan atau memahami apa yang dirasakan orang lain. Menurut (Sugiyono 2005), empati merupakan kesiapan untuk memahami orang lain dari aspek perasaan dan keinginannya. Ketika komunikator memperlihatkan empatinya, hal tersebut dapat mempererat hubungan yang didasari oleh saling pengertian, rasa dimengerti, serta ada kesamaan persepsi antar pihak.

c. Dukungan

Dalam setiap proses komunikasi, penting bagi komunikator memberikan dukungan kepada komunikan agar dapat terlibat secara aktif. DeVito menyatakan jika keterbukaan tidak akan bertahan lama jika tidak disertai dengan situasi yang mendukung. Oleh karena itu, dalam komunikasi antarpribadi, dibutuhkan lingkungan yang kondusif, yang terutama perlu diciptakan oleh komunikator.

d. Rasa Positif

Sikap positif berarti komunikator mampu menyampaikan penilaian yang baik melalui perilaku yang positif. Komunikasi sebaiknya menciptakan suasana yang menyenangkan agar hubungan tetap terjaga dan tidak mengalami hambatan atau bahkan terputus.

e. Kesamaan

Kesamaan dalam komunikasi mengacu pada adanya kesejajaran antara komunikator dan komunikan. Kesetaraan ini menjadi elemen krusial, sebab jika komunikator merasa memiliki kedudukan lebih tinggi, maka akan menciptakan jarak yang dapat menghambat proses komunikasi. Sebaliknya, apabila komunikan merasakan adanya kesetaraan, hal tersebut akan menumbuhkan rasa nyaman, sehingga komunikasi dapat berlangsung secara efektif dan lancar.

Berdasarkan berbagai pengertian tersebut, bisa ditarik simpulan jika syarat terjadinya interaksi sosial yakni adanya aksi komunikasi dari seseorang atau kelompok yang memiliki makna bagi individu lainnya. Kontak sosial dapat terjadi secara langsung, seperti berjabat tangan, atau melalui perantara, seperti telepon.

4. Faktor-faktor Interaksi Sosial

Menurut (Walgito 2013), terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi interaksi sosial, yakni:

a. Faktor Imitasi

Ini merujuk pada dorongan meniru perilaku orang lain, seperti dalam hal bahasa atau gaya hidup. Imitasi tidak terjadi secara otomatis, melainkan dipengaruhi oleh faktor lain, seperti terkait dengan sikap menerima dan mengagumi apa yang ditiru.

b. Faktor Sugesti

Adalah dorongan mental yang berasal baik dari dalam diri sendiri maupun dari orang lain, yang umumnya diterima tanpa adanya penolakan atau kritik dari individu yang bersangkutan.

c. Faktor Identifikasi

Pengaruh untuk menjadikan diri serupa dengan orang lain, serta proses pemberian tanda untuk membedakan sesuatu dari yang lain. Contohnya, anak belajar norma sosial dari orang tuanya, meskipun tidak semua orang tua mengajarkan norma yang sama kepada anak-anak mereka.

d. Faktor Simpati

Ialah rasa tertarik pada orang lain, yang memungkinkan seseorang untuk merasakan apa yang dialami orang tersebut. Interaksi yang didasari oleh simpati cenderung lebih mendalam dibandingkan interaksi yang berlandaskan pada sugesti atau imitasi.

(Elisanti dan Tintin 2009) terdapat beberapa faktor yang mendasari proses interaksi sosial:

a. Imitasi

Yakni usaha atau tindakan untuk meniru perilaku orang lain yang dianggap sebagai karakter ideal, meskipun usaha untuk meniru tindakan tersebut tidak selalu persis sama.

b. Sugesti

Ialah pengaruh pada perasaan atau pikiran seseorang yang dipengaruhi oleh pandangan orang lain. Pengaruh ini sifatnya kualitatif, dan biasanya diukur melalui korelasi regresi ataupun metode serupa.

c. Identifikasi

Merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk menjadi seperti orang lain. Proses identifikasi ini dapat memperdalam pengaruh sugesti dan imitasi.

d. Simpati

Ialah proses di mana individu merasa tertarik kepada orang lain, dengan dorongan kuat untuk memahami sisi lain dari orang tersebut. Perbedaan utama antara simpati dan identifikasi adalah bahwa simpati muncul sebab adanya ingin belajar dari seseorang yang kedudukannya lebih tinggi sebab mempunyai kemampuan yang layak dicontoh. Fokus utama dari empati ialah rasa ingin memahami seseorang agar bisa menjalin kerja sama yang baik.

e. Empati

Ialah kemampuan untuk memahami perasaan dan pengalaman orang lain secara mendalam, seakan-akan ikut merasakan apa yang mereka rasakan, seperti kebahagiaan, kesakitan, kesulitan, atau kesenangan.

f. Motivasi

Motivasi adalah dorongan dan pengaruh yang diberikan seseorang kepada orang lain.

Menurut (Monks, dkk 2002), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi interaksi sosial:

- a. Jenis kelamin: Terdapat kecenderungan jika laki-laki lebih sering berinteraksi dengan teman sebaya dibandingkan perempuan.

- b. Kepribadian ekstrovert: Individu dengan kepribadian ekstrovert cenderung lebih mudah beradaptasi dan terpengaruh oleh kelompok dibandingkan dengan individu introvert.
- c. Besar kelompok: Pengaruh kelompok akan semakin besar seiring dengan bertambahnya jumlah anggota dalam kelompok tersebut.
- d. Keinginan memiliki status: Pengaruh untuk memperoleh status membuat individu lebih sering berinteraksi dengan sejawatnya, di mana individu berusaha memperkuat posisinya dalam persaingan untuk status, terutama di lingkungan pekerjaan.
- e. Interaksi dengan orang tua: Kondisi rumah yang kurang asyik serta tekanan dari orang tua dapat mendorong seseorang untuk lebih banyak berinteraksi dengan teman sebaya.
- f. Pendidikan: Tingginya pendidikan ini merupakan faktor penting dalam memengaruhi seseorang untuk berinteraksi, sebab orang yang pendidikannya tinggi memiliki pengetahuan yang lebih luas, yang membantu dalam pergaulan mereka.

Dari berbagai faktor yang sudah dijelaskan oleh para peneliti di atas, bisa ditarik simpulan jika interaksi sosial dipengaruhi oleh berbagai elemen, seperti imitasi, sugesti, identifikasi, simpati, dan empati.

5. Aspek-aspek Interaksi Sosial

Menurut (Soekanto 2013), terdapat beberapa aspek yang terlibat dalam interaksi sosial, yakni:

a. Aspek kontak sosial

Kontak sosial adalah keadaan terjalinnya hubungan antara individu satu dengan lainnya, yang tidak hanya terjadi secara fisik, tetapi juga secara simbolik, seperti senyuman atau jabat tangan. Kontak sosial bisa memiliki nilai positif maupun negatif. Kontak sosial yang bernilai negatif cenderung mengarah pada ketidakharmonisan, sementara yang positif lebih mengarah pada kerja sama.

b. Aspek komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian ide, konsep, dan tindakan antar individu secara timbal balik, baik sebagai komunikator maupun komunikan. Komunikasi bertujuan guna membuat pemahaman bersama dengan tujuan memengaruhi pikiran dan perilaku individu menuju hal yang lebih positif.

Menurut (Sentosa 2009), beberapa aspek interaksi sosial meliputi adanya hubungan, individu, tujuan, serta keterkaitan dengan struktur dan fungsi sosial. Secara lebih rinci, aspek-aspek interaksi sosial yakni:

a. Adanya hubungan

Tiap interaksi pasti berlangsung sebab terdapatnya hubungan antara individu dengan individu lainnya, ataupun antara individu dengan kelompok.

b. Adanya individu

Tiap interaksi sosial, berdasarkan wujudnya, melibatkan beberapa individu yang menjalankan hubungan.

c. Adanya tujuan

Tiap interaksi sosial mempunyai tujuan, seperti untuk memengaruhi individu lain.

d. Adanya hubungan dengan struktur dan fungsi sosial

Interaksi sosial yang terkait dengan struktur dan fungsi kelompok terjadi sebab individu dalam kehidupannya tidak dapat dipisahkan dari kelompok, dan tiap kelompok mempunyai fungsi tertentu di dalamnya.

(Fajarwati 2013) mengungkapkan aspek - aspek interaksi sosial yakni:

- a. Terdapat lebih dari satu pelaku dalam interaksi.
- b. Pelaku berkomunikasi antar satu sama lain dengan menggunakan simbol-simbol.
- c. Terdapat dimensi waktu (masa lalu, sekarang, dan yang akan datang) yang memengaruhi tindakan yang tengah terjadi.
- d. Terdapat beberapa tujuan tertentu, meskipun tujuan tersebut tidak selalu sesuai dengan yang diperkirakan oleh pengamat.

Dari berbagai pendapat tersebut, maka bisa ditarik simpulan jika aspek interaksi sosial mencakup hubungan timbal balik antara individu, kelompok, atau antar kelompok yang saling memengaruhi. Interaksi sosial bisa berwujud kerja sama, konflik, dan sebagainya.

D. Hubungan Antara Kecanduan Media Sosial dan Interaksi Sosial Dengan Perilaku *Phubbing* pada SMK NU 1 Kendal

(Karadag 2015) mengungkapkan jika *phubbing* bisa dipahami sebagai perilaku yang melukai perasaan lawan bicara, menandakan sikap tidak peduli, yang dilakukan secara berulang dalam interaksi, baik antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, maupun antar kelompok. Smartphone sering digunakan untuk mengatasi rasa kesepian atau untuk memenuhi kebutuhan pribadi. Ketika seseorang merasa kesepian, mereka cenderung memilih untuk melakukan *phubbing* daripada berinteraksi langsung dengan orang lain (Pinchot dkk, 2010).

Phubbing dapat terlihat berbeda pada berbagai kelompok usia, namun variabel yang mempengaruhi terjadinya *phubbing* dalam kelompok usia tersebut perlu diidentifikasi. Penelitian di Budapest yang melibatkan mahasiswa menunjukkan bahwa 54% responden melakukan perilaku *phubbing*, yang dapat dijelaskan dengan variabel-variabel terkait (Karadag dkk., 2015). Ketergantungan individu pada smartphone atau gadget dapat mengganggu kehidupan sosial, seperti halnya fenomena *phubbing*. *Phubbing* dianggap sebagai perilaku negatif karena cenderung meremehkan lawan bicara dan tidak memberikan penghargaan yang seharusnya.

Perilaku *phubbing*, di mana seseorang sangat tergantung pada media sosial, membawa banyak dampak negatif, salah satunya adalah meningkatnya sikap apatis di masyarakat. Masyarakat menjadi kurang peduli dengan lingkungan sekitar karena lebih fokus pada media sosial. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Tiara, dkk. 2019), perilaku *phubbing* menyebabkan beberapa mahasiswa mengalami gangguan kesehatan fisik seperti pusing, mual, kelelahan, serta mata yang terasa pedih, selain itu juga berdampak pada kesehatan mental, seperti hilangnya rasa percaya diri, perasaan sedih, dan depresi, yang disebabkan oleh

penggunaan media sosial yang tidak sehat. Sedangkan dampak terhadap interaksi sosial adalah berkurangnya kemampuan komunikasi dan hubungan sosial.

Media sosial telah dengan cepat menjadi bagian penting dalam kehidupan remaja, khususnya mahasiswa. Meskipun *platform ini* terlihat menyenangkan dan aman untuk berbagi foto serta berinteraksi dengan orang lain, namun kekhawatiran mengenai dampaknya terus berkembang. Fokus utama adalah efek negatif media sosial terhadap kesehatan mental, kerentanannya, gangguan waktu tidur, serta pengurangan interaksi langsung dengan orang lain. Individu cenderung lebih mengutamakan kebahagiaan dan kepuasan pribadi, yang akhirnya mendorong mereka untuk menggunakan media sosial secara berlebihan.

Komunikasi yang efektif terjadi ketika ada hubungan timbal balik. Pada masa remaja, berinteraksi sangat penting untuk mendukung perkembangan diri, karena remaja menghadapi berbagai tuntutan, seperti perkembangan fisik, psikis, dan yang paling utama, perkembangan sosial. Menurut Hinigharst (Sarwono, 2006), remaja perlu memiliki kemampuan interaksi sosial yang baik dengan lingkungan sekitarnya. Semakin baik keterampilan sosial yang dimiliki, semakin mudah bagi remaja untuk mendapatkan teman dan berkomunikasi dengan lancar, tanpa menimbulkan ketegangan atau perasaan tidak nyaman yang dapat mempengaruhi emosinya.

Penelitian yang dilakukan oleh (Yusnita 2017) menemukan bahwa *phubbing* memiliki korelasi negatif terhadap interaksi sosial. Temuan ini memperkuat hasil penelitian (Firdaus 2015) yang menunjukkan bahwa media sosial mempengaruhi proses interaksi sosial. Media sosial cenderung membuat seseorang enggan berinteraksi dengan teman maupun keluarga, karena mereka lebih memilih menggunakan fitur media sosial yang dapat mengurangi rasa solidaritas dan penghormatan terhadap orang lain. Penelitian (Sisrazeni 2017) juga menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara media sosial dan interaksi sosial.

Kecanduan media sosial pada siswa dapat dilihat sebagai perilaku kompulsif yang menimbulkan dampak negatif. (Subathra, Nimisha, dan Hakeem 2013) menjelaskan bahwa kecanduan membuat seseorang merasa terdorong untuk melakukan aktivitas tertentu berulang kali, yang pada akhirnya menjadi kegiatan

berbahaya dan mengganggu aktivitas penting lainnya, seperti bekerja atau kuliah. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa mahasiswa yang kecanduan media sosial cenderung mengalami penurunan hasil belajar (Zelvia, 2016).

Dampak negatif lain yang lebih serius akibat kecanduan media sosial adalah munculnya depresi pada penggunanya (Kircaburun, 2016). Dalam kasus yang lebih ekstrem, beberapa individu bahkan menggunakan pil kafein untuk memperpanjang sesi internet mereka, yang akhirnya mengganggu pola tidur. Kurangnya tidur ini menyebabkan kelelahan yang berat, memengaruhi kinerja akademik atau pekerjaan, serta meningkatkan risiko pola makan dan kebiasaan olahraga yang buruk (Young, 2011).

Bonner (Ahmadi, 2002) menyatakan bahwa interaksi sosial adalah hubungan antara dua individu atau lebih, di mana perilaku satu individu dapat mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki perilaku individu lainnya. Setiap interaksi sosial melibatkan hubungan timbal balik antara individu-individu tersebut, yang saling menguntungkan. Namun, dalam perilaku *phubbing*, hubungan timbal balik ini tidak berjalan dengan baik, karena pelaku *phubbing* cenderung tidak memberikan respons simpati dan terkesan tidak peduli.

Seseorang yang lebih fokus pada smartphone-nya daripada berinteraksi dengan lawan bicara atau membangun hubungan dengan sekitarnya dapat menghambat komunikasi yang efektif. Salah satu indikator komunikasi yang efektif adalah tercapainya pemahaman yang sama antara pengirim dan penerima pesan (Devito, 2015). Jika salah satu individu menggunakan smartphone saat berbicara, kemungkinan besar mereka tidak dapat menyerap informasi dengan baik, sehingga lawan bicara mereka harus mengulang pernyataan yang sama.

E. Hipotesis

Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1 : Adanya hubungan yang signifikan antara kecanduan media sosial dengan perilaku *phubbing* pada siswa SMK NU 1 Kendal

H2: Adanya hubungan yang signifikan antara interaksi sosial dan perilaku *phubbing* pada siswa SMK NU 1 Kendal.

H3: : Adanya hubungan simultan antara kecanduan media sosial dan interaksi sosial terhadap perilaku *phubbing* pada siswa SMK NU 1 Kendal.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Identifikasi variabel ialah proses untuk menetapkan variabel-variabel yang akan digunakan serta menentukan peranannya berdasarkan hipotesis yang ada. Tujuan dari identifikasi variabel ini adalah untuk memberikan definisi yang jelas mengenai variabel yang akan dianalisis. (Azwar, 2017) Pada riset ini, terdapat 2 jenis variabel yakni variabel independent dan variabel dependent, yang akan dijelaskan:

1. Variabel terikat (Y): Perilaku *Phubbing*
2. Variabel bebas (X1): Kecanduan Media Sosial
3. Variabel bebas (X2): Interaksi Sosial

B. Definisi Operasional

Definisi operasional ialah penjelasan terkait variabel yang disusun berdasar karakteristik variabel yang bisa diamati. Adapun pengertian variabel dalam riset ini yakni:

1. Perilaku *Phubbing*

Phubbing merujuk pada perilaku individu yang lebih fokus pada penggunaan smartphone-nya saat sedang berinteraksi dengan orang lain. Istilah "*phubber*" digunakan untuk menyebut orang yang terfokus pada smartphone-nya, sementara "*phubbed*" merujuk pada orang yang diabaikan atau menjadi korban dari perilaku *phubbing*.

Perilaku *phubbing* dalam penelitian ini dijelaskan melalui aspek-aspek yang diungkapkan oleh (Reza,2010) yang meliputi: mengabaikan orang lain, ketergantungan pada smartphone, dan keterputusan sosial. Semakin tinggi skor perilaku *phubbing*, makin tinggi pula intensitas perilaku *phubbing* yang ditunjukkan seseorang itu. Sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh, semakin rendah pula perilaku *phubbing* yang ditunjukkan.

2. Kecanduan Media Sosial

Kecanduan media sosial ialah gangguan psikologis yang terjadi ketika pengguna cenderung meningkatkan waktu penggunaan media sosial untuk merasakan kepuasan, yang pada gilirannya dapat menyebabkan kecemasan, gangguan emosional (seperti kesulitan beradaptasi atau depresi), serta memengaruhi kehidupan sosial mereka.

Kecanduan media sosial riset ini dijelaskan dengan memakai beberapa aspek kecanduan media sosial menurut (Menayes, 2010) yang mencakup: konsekuensi sosial, pengalihan waktu, dan perasaan komplusif. Semakin tinggi skor kecanduan media sosial, makin tinggi tingkat kecanduan seseorang, dan makin rendah skor yang diperoleh, makin rendah pula tingkat kecanduan orang tersebut.

3. Interaksi Sosial

Interaksi sosial merupakan sebuah peristiwa yang kompleks, yang melibatkan perilaku berupa rangsangan dan respons dari kedua belah pihak, di mana satu pihak bertindak sebagai rangsangan dan pihak lainnya sebagai respons. Dengan kata lain, interaksi sosial terjadi ketika setiap individu terlibat dalam hubungan dengan individu lain pada waktu yang bersamaan.

Pada riset ini, interaksi sosial dijelaskan melalui aspek-aspek interaksi sosial menurut Soekanto, yang meliputi: aspek kontak sosial dan aspek komunikasi. Makin tinggi skor interaksi sosial, semakin kuat interaksi sosial yang terjadi pada individu, dan makin rendah skor yang diperoleh, makin rendah tingkat interaksi sosial individu tersebut.

C. Populasi, Sampel dan Sampling

1. Populasi

Populasi merujuk pada area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian disimpulkan (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah siswa SMK NU 01 Kendal.

Tabel 3. 1 Rincian Jumlah Siswa SMK NU 01 Kendal Tahun Ajaran 2024/2025

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	X Akutansi	92
2	X Tata Kelola Perkantoran	84
3	X Rekayasa Perangkat Lunak	83
4	X Teknik Kendaraan Ringan	88
5	X Pemasaran	86
6	XI Akutansi	89
7	XI Tata Kelola Perkantoran	88
8	XI Rekayasa Perangkat Lunak	86
9	XI Teknik Kendaraan Ringan	84
10	XI Pemasaran	84
11	XII Akutansi	88
12	XII Tata Kelola Perkantoran	92
13	XII Rekayasa Perangkat Lunak	85
14	XII Teknik Kendaraan Ringan	86
15	XII Pemasarann	88
Total		1308

2. Sampel

Sampel ialah bagian kecil dari populasi yang dipilih secara khusus, dengan karakteristik yang jelas dan spesifik untuk mewakili populasi tersebut (Arikunto, 2019). Pada riset ini, Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah siswa kelas X Teknik Sepeda motor Smk Nu 01 Kendal dengan jumlah siswa 113, Sedangkan untuk sampel uji coba menggunakan siswa dan kelas X RPL, dengan total 111 siswa.

3. Sampling

Penelitian ini menggunakan metode gabungan dalam pengambilan sampel, yakni cluster random sampling, yang diterapkan pada kelas X TSM dan kelas X RPL. Teknik ini dipilih untuk menentukan sampel dengan mempertimbangkan kriteria tertentu, sehingga sampel yang terpilih lebih representatif, melalui proses pengacakan pada populasi yang ada (Watson, 2015).

D. Metode Pengumpulan Data

(Azwar, 2017) menjelaskan bahwa metode penghimpunan data riset ini yakni memakai kuesioner yang terdiri dari 24 item pertanyaan untuk mengukur perilaku *phubbing*, kecanduan media sosial, dan interaksi sosial. Jawaban dari kuesioner tersebut kemudian diukur memakai skala. Skala ialah kumpulan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti untuk mengungkap atribut tertentu berdasarkan respons yang diberikan. Dalam penelitian ini, terdapat tiga skala, yaitu skala perilaku *phubbing*, kecanduan media sosial, dan interaksi sosial.

1. Skala Perilaku *Phubbing*

Variabel ini akan diukur menggunakan skala perilaku *phubbing*, di mana data yang dikumpulkan di riset ini akan dianalisis dengan metode skala Likert yang mencakup berbagai aspek perilaku *phubbing*. Pada skala ini, subjek diminta untuk memberi respons atas pernyataan yang bersifat positif maupun negatif, dengan pilihan jawaban yang mencakup sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), setuju (S), dan sangat setuju (SS).

Tabel 3. 2 Blue Print Perilaku *Phubbing*

No	Aspek	No Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1	Mengabaikan orang lain	4	4	8
2	Ketergantungan Smartphone	4	4	8
3	Social Disconnectedness	4	4	8
Jumlah		12	12	24

2. Skala Kecanduan Media Sosial

Variabel ini akan diukur menggunakan skala kecanduan media sosial, di mana data riset ini akan dianalisis dengan menggunakan metode skala Likert yang mencakup berbagai aspek kecanduan media sosial. Pada skala ini, subjek diminta untuk memberikan respons terhadap pernyataan yang bersifat positif maupun negatif, dengan pilihan jawaban yang meliputi sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), setuju (S), dan sangat setuju (SS).

Tabel 3. 3 Blue Print Skala Kecanduan Media Sosial

No	Aspek	No Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1	<i>Social Consequences</i> (Konsekuensi sosial)	4	4	8
2	<i>Time Displacement</i> (Pengalihan waktu)	4	4	8
3	<i>Compulsive Feelings</i> (Perasaan kompulsif)	4	4	8
Jumlah		12	12	24

3. Skala Interaksi Sosial

Variabel ini akan diukur memakai skala interaksi sosial, di mana data riset ini akan dikembangkan melalui metode skala Likert yang mencakup berbagai aspek interaksi sosial. Pada skala ini, subjek diminta untuk memberi respons terhadap pernyataan yang positif maupun negatif, dengan pilihan jawaban yang terdiri dari sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), setuju (S), dan sangat setuju (SS).

Tabel 3. 4 Blue Print Skala Interaksi Sosial

No	Aspek	No Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1	Kontak sosial	4	4	8
2	Komunikasi	4	4	8
Jumlah		8	8	16

E. Validasi, Uji Daya Beda Aitem, dan Estimasi Reliabilitas

1. Validasi

Validitas mengacu pada sejauh mana instrumen pengukuran dapat mengukur dengan tepat sesuai dengan tujuan penelitian. (Azwar, 2017) menjelaskan bahwa validitas menunjukkan sejauh mana kesimpulan dari penelitian dapat dipercaya, yang bergantung pada tingkat keakuratan dan ketepatan data yang dikumpulkan. Oleh karena itu, alat ukur dianggap efektif

jika mempunyai validitas yang tinggi, sehingga mampu menghasilkan data yang akurat dan tepat.

Validitas yang diterapkan riset ini adalah validitas isi, yang mengukur seberapa jauh item-item dalam instrumen pengukuran mencakup seluruh dimensi dari konstruk yang diukur. Metode validitas ini melibatkan penggunaan instrumen yang dievaluasi melalui analisis rasional (penilaian ahli), yang di riset ini dilakukan oleh dosen pembimbing skripsi.

2. Uji Daya Beda Aitem

(Azwar, 2017) mengungkapkan jika uji daya beda item ialah proses untuk menentukan apakah item tertentu dapat membedakan individu atau kelompok yang memiliki atribut yang diukur dengan yang tidak. Uji ini dilakukan dengan menghitung koefisien korelasi antara skor item dengan skor total skala. Kriteria untuk memilih item didasarkan pada korelasi item-total, yaitu $r_{ix} \geq 0,30$. Berarti, daya beda dengan koefisien korelasi minimal 0,30 dianggap memadai, sedangkan r_{ix} atau $r_{i(x-i)} \geq 0,30$ dianggap menunjukkan daya beda yang rendah. Item yang mempunyai koefisien korelasi $> 0,30$ dapat dimasukkan ke dalam skala.

3. Reliabilitas Alat Ukur

(Azwar, 2017) menyatakan bahwa reliabilitas merujuk pada ketepatan hasil yang diperoleh dari alat ukur. Tes dan skala psikologi memerlukan koefisien reliabilitas yang tinggi untuk dianggap memadai. Hasil pengukuran dianggap dapat dipercaya jika pengukuran yang dilakukan pada kelompok subjek yang sama menghasilkan hasil yang konsisten, asalkan aspek yang diukur tetap tidak berubah. Koefisien reliabilitas berada dalam rentang 0,00 hingga 1,00, dengan koefisien yang mendekati 1,00 menandakan alat ukur yang lebih reliabel.

Metode yang dipakai untuk mengestimasi reliabilitas riset ini yakni dengan memakai alpha Cronbach, yang dapat diakses melalui perangkat lunak SPSS (Statistical Packages for Social Science) versi 25.0. Reliabilitas diukur berdasarkan skor masing-masing item pada alat ukur dalam skala optimisme masa depan dan harga diri.

F. Teknik Analisis Data

(Azwar, 2017) menjelaskan bahwa analisis data adalah metode yang digunakan untuk memproses data sehingga dapat diambil kesimpulan. Setelah data dari semua subjek penelitian terkumpul, data tersebut akan dianalisis menggunakan analisis kuantitatif korelasi untuk mengetahui apakah ada hubungan antara kontrol diri dan perilaku ujaran kebencian dengan menggunakan *korelasi product moment*. Koefisien *korelasi product moment* dari Pearson memiliki nilai antara -1 hingga +1, di mana nilai positif menunjukkan hubungan positif antara dua variabel dan nilai negatif menunjukkan hubungan negatif. Riset ini juga memanfaatkan teknik analisis reliabilitas alpha Cronbach dengan bantuan program versi 25.0.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kancan Penelitian dan Pelaksanaan Penelitian

1. Orientasi Kancan Penelitian

Orientasi kancan penelitian salah satu periode awal yang dilakukan sebelum melaksanakan sebuah penelitian, agar bisa mempersiapkan segala sesuatu yang berkaitan dengan penelitian ini. Penelitian ini berhubungan dengan kecanduan media sosial dan interaksi sosial dengan perilaku *phubbing* pada siswa SMK Nu 1 Kendal.

SMK NU 01 Kendal adalah salah satu sekolah dibawah naungan Lembaga Pendidikan Ma'arif NU Kabupaten Kendal. Sekolah ini berdiri pada tanggal 8 Mei 1991 sesuai surat ijin operasional dari Kanwil Depdikbud Jawa Tengah dengan nama SMEA NU Kendal yang mempunyai 2 rumpun atau program studi yaitu Akutansi dan Ketata Usahaan.

Pada tahun 1997 SMEA NU Kendal namanya berubah menjadi Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Bisnis Manajemen NU 01 Kendal dengan 2 jurusan yaitu Akutansi dan Kesekretarisan. Pada tahun 2000 SMK NU 01 Kendal membuka Kompetensi keahlian Penjualan. Selanjutnya pada tahun ajaran 2004/2005 dibuka kompetensi keahlian baru kelompok pariwisata yaitu tata busana. Disusul kemudian kompetensi keahlian Jasa Boga pada tahun 2008. Terakhir pada tahun pelajaran 2014/2015 dibuka 2 kompetensi keahlian sekaligus yaitu Teknik Kendaraan Ringan (TKR) dan Rekayasa Perangkat Lunak (RPL), sehingga sampai saat ini berjumlah 7 kompetensi keahlian.

Visi SMK NU 01 Kendal adalah Menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi dibidangnya, berakhlaqul karimah, berjiwa wirausaha dan berwawasan lingkungan. Sedangkan misi SMK NU 01 Kendal yaitu (1) Melatih dan mendidik serta mengembangkan proses pembelajaran yang dapat memacu keinginan siswa, imajinasi, intuisi, teknologi, wirausaha dan akhlaqul karimah, (2) Menyelenggarakan Pembelajaran adaptif, normatif dan produktif sesuai dengan perkembangan teknologi, (3) Membekali siswa sesuai dengan

kompetensi dibidang keahliannya, (4) Menambah fasilitas yang dibutuhkan siswa dalam mengembangkan kegiatan pembelajaran, (5) Membentuk sikap yang beraqidah kuat dan berpegang pada Islam ahlussunnah wal jama'ah, (6) Memberikan tauladan kepada seluruh siswa terhadap kebiasaan hidup bersih, peduli, terbuka dan terpercaya, (7) Meningkatkan kerjasama dengan dunia usaha dan isdustri dalam rangka penerapan praktek kerja Industri, (8) Mewujudkan sekolah yang bersih, rindang dan hijau.

Dalam memberikan pelayanan jasa pendidikan, SMK NU 01 Kendal telah menerapkan standar mutu ISO 9001: 2008 dan mendapatkan sertifikat ISO dari PT. Global Tahun 2013. Disamping itu SMK NU 01 Kendal juga nilai memiliki kelayakan yang cukup baik dari Badan Akreditasi Propinsi. Terbukti ada 3 kompetensi keahlian yang telah terakreditasi A, 2 kompetensi keahlian terakreditasi B dan 2 kompetensi keahlian yang baru berjalan 1 tahun ini belum terakreditasi.

Peneliti melakukan penelitian didasarkan oleh beberapa pertimbangan sebelumnya, yaitu:

- a. Penelitian mengenai hubungan kecanduan media social dan interaksi sosial dengan perilaku *phubbing* pada siswa SMK NU 01 Kendal belum pernah dilakukan di tempat tersebut.
- b. Kriteria yang diharapkan peneliti sesuai dengan penelitian dan jumlah yang wajar.
- c. Kuantitas dan kualitas subjek penelitian memenuhi syarat yang relevan
- d. Kondisi siswa sekolah yang sesuai dengan permasalahan penelitian.

2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian yang terstruktur harus dimatangkan dengan sebaik mungkin dan sesuai dengan prosedur izin yang telah berlaku di instansi tempat dilaksanakannya penelitian guna menghindari terjadinya kesalahan dalam melakukan penelitian. Persiapan pertama pada penelitian ini adalah

mengurus surat permohonan izin penelitian dari Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung, berikut adalah tahap izin penelitian;

a. Tahap Perizinan

Perizinan merupakan bagian penting sebelum mengadakan penelitian disuatu tempat. Perizinan dalam penelitian berawal dengan dengan membuat surat izin resmi untuk memperoleh database seluruh anggota Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia Komisariat Sultan Agung serta surat izin permohonan penelitian . No surat izin penelitian awal nomor: 720/C.1?Psi-SA/IV/2025.

b. Penyusunan Alat Ukur

Alat ukur yang akan dipakai ketika melakukan penelitian ini adalah penggunaan alat ukur skala psikologis. Skala psikologis merupakan alat ukur yang berisi kumpulan pernyataan dan disusun dengan tujuan untuk mengetahui salah satu atribut psikologis yang diteliti dengan cara mendeskripsikan beberapa aspek dari variabel yang diteliti kemudian mengubahnya menjadi item atau pernyataan (Azwar, 2012).

Peneliti memakai 3 skala psikologis, yaitu skala kecanduan media sosial, skala interaksi sosial, dan perilaku *phubbing*. Pada bagian skala ini terdapat pernyataan-pernyataan yang harus dijawab oleh responden yang terdiri dari empat kemungkinan jawaban.

1) Skala Perilaku *Phubibng*

Variabel ini akan diukur dengan menggunakan skala perilaku *phubbing*, dimana data-data dalam penelitian ini akan dikembangkan dengan menggunakan metode *skala likert* yang berisikan mengenai aspek – aspek perilaku *phubbing*

Tabel 4. 1 Distribusi Nomor Aitem Skala Perilaku *Phubbing*

No	Aspek	NoItem		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1	Mengabaikan orang lain	1,2,3,4	5,6,7,8	8
2	Ketergantungan <i>Smartphone</i>	9,10,11,12	13,14,15,16	8
3	<i>Social Disconnectedness</i>	17,18,19,20	21,22,13,24	8
Total		12	12	24

2) Skala Kecanduan Media Sosial

Variabel ini akan diukur dengan menggunakan skala kecanduan media sosial, dimana data-data dalam penelitian ini akan dikembangkan dengan menggunakan metode *skala likert* yang berisikan mengenai aspek – aspek kecanduan media sosial.

Tabel 4. 2 Distribusi Nomor Aitem Skala Kecanduan Media Sosial

No	Aspek	No Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1	Social Consequences (Konsekuensi sosial)	1,2,3,4	5,6,7,8	8
2	Time Displacement (Pengalihan waktu)	9,10,11,12	13,14,15,16	8
3	Compulsive Feelings (Perasaan kompulsif)	17,18,19,20	21,22,23,24	8
Total		12	12	24

3) Skala Interaksi Sosial

Variabel ini akan diukur dengan menggunakan skala interaksi sosial dimana data-data dalam penelitian ini akan dikembangkan dengan menggunakan metode *skala likert* yang berisikan mengenai aspek – aspek interaksi sosial.

Tabel 4. 3 Distribusi Nomor Aitem Skala Interaksi Sosial

No	Aspek	No Item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
1	Kontak sosial	1,2,3,4	5,6,7,8	8
2	Komunikasi	9,8,10,11,12	13,14,15,16	8
Total		8	8	16

3. Uji Coba Alat Ukur

Pelaksanaan uji coba alat ukur diadakan bertepatan pada 14 Juli 2025. Dalam penelitian kali ini proses pengambilan sampel menggunakan metode *Cluster Random Sampling*, yaitu pengambilan sampel dilakukan secara acak berdasarkan kelas yang tersedia (Azwar, 2019). Pengundian untuk menentukan subjek penelitian dan subjek uji coba alat ukur dilakukan dua kali, yaitu pada

undian pertama yang keluar dipakai untuk penelitian serta sisanya untuk uji coba alat ukur. Kriteria yang menjadi subjek untuk digunakan adalah yaitu kelas X dan XI RPL SMK NU 1 Kendal.

Try Out (Uji coba alat ukur) dalam penelitian ini adalah siswa SMK NU 1 Kendal dengan cara mengirim skala google form kepada seluruh siswa SMK NU 1 Kendal. Skala yang disebar pada saat tryout sebanyak 109 dan 95 untuk penelitian untuk dianalisis.

Skala uji coba yang telah diisi oleh subjek kemudian diberi skor. Hal tersebut untuk melakukan pengolahan data dan mengetahui berapa item yang bisa bertahan dan berapa item yang tidak bisa digunakan atau rusak. Jika hasil studi skala eksperimen diketahui, hasil yang diperoleh tersebut dapat digunakan untuk mengembangkan skala yang akan digunakan selama penelitiann. Pengolahan data dibantu dengan SPSS versi 25.0 for Windows.

1. Uji Daya Beda Aitem dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur

Uji daya beda aitem dapat dilakukan apabila instrumen pengukuran telah diselesaikan oleh subjek. Penelitian ini menggunakan SPSS versi 25.0 for Windows. Kekhasan suatu item dikatakan tinggi jika memiliki koefisien korelasi $\geq 0,30$ dan kekhasan suatu item dikatakan rendah jika memiliki koefisien korelasi $< 0,30$ (Azwar, 2019). Hasil perhitungan performansi diferensial item dan reliabilitas item dalam penelitian ini dari masing-masing skala yakni:

a. Skala Kecanduan Media Sosial

Berdasarkan hasil perhitungan pada kemampuan perbedaan item skala kecanduan media social, didapatkan 12 item dengan nilai item tinggi dan tidak ada satupun yang memiliki nilai item rendah dengan total 12 item. Koefisien korelasi yang digunakan dalam skala ini adalah 0,201. Daya diskriminasi yang tinggi dari 12 item berkisar antara nilai 0,234 - 0,653. Reliabilitas skala kecanduan media social diperoleh dari koefisien reliabilitas alpha Cronbach alpha sebesar 0,633. Distribusi item pada skala

uji coba kecanduan media social berdasarkan hasil ketidaksesuaian item dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 4 Daya Beda Aitem Skala Kecanduan Media Sosial

No	Aspek	No item		DBT		DBR	
		Favorable	Unfavorable	F	U	F	U
1	Social Consequences (Konsekuensi sosial)	1* 2* 3 4	5 6 7* 8*	2	2	2	2
2	Time Displacement (Pengalihan waktu)	9* 10* 11 12	13 14 15* 16*	2	2	2	2
3	Compulsive Feelings (Perasaan kompulsif)	17* 18* 19 20	21 22 23* 24*	2	2	2	2
Jumlah				6	6	6	6

Ket : (*) aitem yang gugur

Berikut ini merupakan hasil uji daya beda aitem berdasarkan uji validitas per item pertanyaan pada variabel kecanduan media sosial:

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Kecanduan Media Sosial

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X _{1.1}	0,551	0,201	Valid
X _{1.2}	0,291	0,201	Valid
X _{1.3}	0,234	0,201	Valid
X _{1.4}	0,607	0,201	Valid
X _{1.5}	0,352	0,201	Valid
X _{1.6}	0,534	0,201	Valid
X _{1.7}	0,418	0,201	Valid
X _{1.8}	0,392	0,201	Valid
X _{1.9}	0,384	0,201	Valid
X _{1.10}	0,309	0,201	Valid
X _{1.11}	0,620	0,201	Valid
X _{1.12}	0,653	0,201	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas tabel 4.5 dapat diketahui bahwa 12 item pertanyaan variabel kecanduan media sosial dinyatakan valid karena dilihat dari nilai r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator pernyataan dalam variabel yang digunakan dalam penelitian ini valid.

b. Skala Interaksi Sosial

Berdasarkan hasil perhitungan pada kemampuan perbedaan item skala interaksi sosial, didapatkan 8 item dengan nilai item tinggi dan tidak ada satupun yang memiliki nilai item rendah dengan total 8 item. Koefisien korelasi yang digunakan dalam skala ini adalah 0,201. Daya diskriminasi yang tinggi dari 12 item berkisar antara nilai 0,260 - 0,669. Reliabilitas skala interaksi sosial diperoleh dari koefisien reliabilitas alpha Cronbach alpha sebesar 0,609. Distribusi item pada skala uji coba interaksi sosial berdasarkan hasil ketidaksesuaian item dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 6 Daya Beda Aitem Skala Interaksi Sosial

No	Aspek	No item		DBT		DBR	
		Favorable	Unfavorable	F	U	F	U
1	Kontak sosial	1 2 3*4*	5*6*7 8	2	2	2	2
2	komunikasi	9 10 11*12*	13 14 15* 16*	2	2	2	2
Jumlah				4	4	4	4

Ket : (*) aitem yang gugur

Berikut ini merupakan hasil uji daya beda aitem berdasarkan uji validitas per item pertanyaan pada variabel interaksi sosial:

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Interaksi Sosial

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X _{2.1}	0,653	0,201	Valid
X _{2.2}	0,588	0,201	Valid
X _{2.3}	0,699	0,201	Valid
X _{2.4}	0,575	0,201	Valid
X _{2.5}	0,630	0,201	Valid
X _{2.6}	0,260	0,201	Valid
X _{2.7}	0,460	0,201	Valid
X _{2.8}	0,363	0,201	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas tabel 4.7 dapat diketahui bahwa 8 item pertanyaan variabel interaksi sosial dinyatakan valid karena dilihat dari

nilai r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator pernyataan dalam variabel yang digunakan dalam penelitian ini valid.

c. Skala Perilaku *Phubbing*

Berdasarkan hasil perhitungan pada kemampuan perbedaan item skala perilaku *phubbing*, didapatkan 12 item dengan nilai item tinggi dan tidak ada satupun yang memiliki nilai item rendah dengan total 12 item. Koefisien korelasi yang digunakan dalam skala ini adalah 0,201. Daya diskriminasi yang tinggi dari 12 item berkisar antara nilai 0,291 - 0,603. Reliabilitas skala interaksi sosial diperoleh dari koefisien reliabilitas alpha Cronbach alpha sebesar 0,608. Distribusi item pada skala uji coba interaksi sosial berdasarkan hasil ketidaksesuaian item dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 8 Daya Beda Aitem Skala Perilaku *Phubbing*

No	Aspek	No item		DBT		DBR	
		Favorable	Unfavorable	F	U	F	U
1	Mengabaikan orang lain	1 2 3 *4*	5 *6* 7 8	2	2	2	2
2	Ketergantungan smartphone	9 10 11 *12*	13 *14* 15 16	2	2	2	2
3	Social disconnectedness	17* 18* 19 20	21 22 23* 24*	2	2	2	2
Jumlah				6	6	6	6

Ket : (*) aitem yang gugur

Berikut ini merupakan hasil uji daya beda aitem berdasarkan uji validitas per item pertanyaan pada variabel perilaku *phubbing*:

Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas Perilaku *Phubbing*

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y ₁	0,342	0,201	Valid
Y ₂	0,535	0,201	Valid
Y ₃	0,331	0,201	Valid
Y ₄	0,291	0,201	Valid
Y ₅	0,489	0,201	Valid
Y ₆	0,314	0,201	Valid
Y ₇	0,475	0,201	Valid
Y ₈	0,437	0,201	Valid
Y ₉	0,410	0,201	Valid
Y ₁₀	0,592	0,201	Valid
Y ₁₁	0,603	0,201	Valid
Y ₁₂	0,491	0,201	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas tabel 4.5 dapat diketahui bahwa 12 item pertanyaan variabel perilaku *phubbing* dinyatakan valid karena dilihat dari nilai r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator pernyataan dalam variabel yang digunakan dalam penelitian ini valid.

A. Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian pada tanggal 14 Juli hingga 17 Juli 2025 dengan cara mengirim link skala google form pada seluruh siswa kelas X dan XI RPL SMK NU 1 Kendal. Peneliti menyebar 95 skala penelitian. Skala penelitian yang sudah diisi oleh subjek kemudian dikembalikan kepada peneliti dan diberikan skor oleh peneliti untuk kemudian diolah datanya agar dapat mengetahui hubungan antar variabel yang sedang diteliti. Proses mengolah data statistik dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 25.0 for windows.

B. Analisis Data dan Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini uji normalitas menggunakan uji *Kolmogorov-smirnov* menggunakan SPSS versi 25. Hasil

uji normalitas dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas Kecanduan Media Sosial, Interaksi Sosial dan Perilaku *Phubbing*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	39.6105263
	Std. Deviation	1.76753470
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.040
	Negative	-.057
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.645
	99% Confidence Interval	Lower Bound .633
		Upper Bound .658

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 334431365.

Sumber : Data yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas dapat diketahui bahwa nilai Asymp, Sig. (2-tailed) menunjukkan nilai sig. 0,200 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah data variabel bebas dan variabel terikat memiliki hubungan atau tidak. Dalam uji ini di bantu menggunakan *SPSS versi 25*. Hasil pengujian dari data penelitian yang sudah didapatkan, sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas Kecanduan Media Sosial terhadap Perilaku *Phubbing*

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Phubbing * Kecanduan Media Sosial	Between Groups	(Combined)	319.699	14	22.836	1.327	.211
		Linearity	206.415	1	206.415	11.993	.001
		Deviation from Linearity	113.284	13	8.714	.506	.915
	Within Groups		1376.891	80	17.211		
	Total		1696.589	94			

Sumber : Data yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Deviation from Linearity* $0,915 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier antara kecanduan media sosial dan perilaku *phubbing*.

Pengujian berikutnya dilakukan pada variabel interaksi sosial terhadap perilaku *phubbing*. Hasil pengujian untuk variabel interaksi sosial terhadap perilaku *phubbing* disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Linearitas Variabel Interaksi Sosial terhadap Perilaku Phubbing

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Phubbing * Interaksi Sosial	Between Groups	(Combined)	291.246	14	20.803	1.184	.304
		Linearity	125.123	1	125.123	7.123	.009
		Deviation from Linearity	166.124	13	12.779	.727	.731
	Within Groups		1405.343	80	17.567		
	Total		1696.589	94			

Sumber : Data yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai *Deviation from Linearity* $0,731 > 0,050$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier antara interaksi sosial dan perilaku *phubbing*.

c. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas digunakan untuk menethauai ada tidaknya gejala multikorelasi dalam model regresi dapat dilakukan dengan melihat

nilai *tolerance* dan *variance-inflating factor* (VIF). Uji multikolinearitas dalam penelitian ini dibantu dengan bantuan *SPSS versi 25*.

Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	16.838	5.217		3.228	.002		
Kecanduan Media Sosial	.358	.108	.318	3.325	.001	.982	1.018
Interaksi Sosial	.282	.118	.229	2.392	.019	.982	1.018

a. Dependent Variable: Perilaku Phubbing

Sumber : Data yang diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian multikolineritas dapat dilihat bahwa tidak ada gejala multikolineritas pada variabel kecanduan media sosial dan interaksi sosial terhadap variabel perilaku *phubbing* ditunjukkan dengan nilai *Tolerance* $0,982 > 0,10$ dan nilai VIF $1,018 < 10$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolineritas.

4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis secara khusus dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda yang dibantu menggunakan *SPSS versi 25*. Tujuan menggunakan analisis linier berganda adalah untuk dapat mengetahui besaran pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara parsial (uji T) maupun secara simultan (uji F). Pengujian dalam penelitian melibatkan tiga variabel yakni variabel bebas kecanduan media sosial dan interaksi sosial, sedangkan variabel terikat perilaku *phubbing*, sebagai berikut:

a. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T)

Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis secara Parsial (Uji T)

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.838	5.217		3.228	.002
	Kecanduan Media Sosial	.358	.108	.318	3.325	.001
	Interaksi Sosial	.282	.118	.229	2.392	.019

a. Dependent Variable: Perilaku Phubbing

Sumber : Data yang diolah, 2025

1) Hasil Hipotesis Pertama

Hasil analisis data yang telah dilakukan di atas menunjukkan bahwa variabel kecanduan media sosial memiliki signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, dan nilai t_{hitung} sebesar $3,325 > 1,986$ (t_{tabel}). Hal ini menindikasikan bahwa hipotesis pertama (H_1) diterima, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel kecanduan media sosial terhadap perilaku *phubbing*.

2) Hasil Hipotesis Kedua

Hasil analisis data yang telah dilakukan di atas menunjukkan bahwa variabel interaksi sosial memiliki signifikansi sebesar nilai $0,019 < 0,05$, dan nilai t_{hitung} sebesar $2,392 > 1,96$ (t_{tabel}). Hal ini menindikasikan bahwa hipotesis kedua (H_2) diterima, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari variabel interaksi sosial terhadap perilaku *phubbing*.

b. Hasil Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Tabel 4. 15 Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	293.673	2	146.836	9.629	.000 ^b

Residual	1402.917	92	15.249		
Total	1696.589	94			

a. Dependent Variable: Perilaku Phubbing

b. Predictors: (Constant), Interaksi Sosial, Kecanduan Media Sosial

Sumber : Data yang diolah, 2025

3) Hasil Hipotesis Ketiga

Berdasarkan tabel 4.16, terlihat bahwa nilai signifikansi adalah 0,000 ($p < 0,05$) dan nilai F_{hitung} adalah $9,629 > 3,94$ (F_{tabel}). Dengan demikian, hasil perhitungan menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H_3) diterima. Ini menyimpulkan bahwa secara simultan kecanduan media sosial dan interaksi sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku *phubbing* pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal.

5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.416 ^a	.173	.155	3.905

a. Predictors: (Constant), Interaksi Sosial, Kecanduan Media Sosial

b. Dependent Variable: Perilaku Phubbing

Sumber : Data yang diolah, 2025

Berdasarkan data tabel 4.17 menunjukkan nilai Adjusted R Square adalah 0,155 atau setara 15,5%. Ini menunjukkan bahwa kecanduan media sosial dan interaksi sosial memberikan kontribusi sebesar 15,5% terhadap perilaku *phubbing* siswa RPL SMK NU 1 Kendal. Sementara itu, sisanya yaitu 84,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6. Hasil Persamaan Regresi Berganda

Berdasarkan tabel 4.12 didapati nilai-nilai koefisien sebagai berikut: konstanta (α) = 62,542; koefisien β_1 = 0,245; koefisien β_2 = -0,383. Maka dari itu, persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 16,838 + 0,358X_1 + 0,282X_2$$

Keterangan :

Y : Perilaku *Phubbing*

β_2 : Koefisien regresi untuk X_2

α : Konstanta

X_1 : Kecanduan Media Sosial

β_1 : Koefisien regresi untuk X_1

X_2 : Interaksi Sosial

Hasil tersebut dapat dijelaskan menggunakan model persamaan regresi berikut:

4) Konstanta $\alpha = 16,838$

Persamaan regresi ini memiliki nilai konstanta sebesar 16,838 yang menunjukkan hasil positif, menandakan bahwa variabel bebas memiliki pengaruh positif terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Artinya, jika nilai satu variabel bebas naik, maka nilai variabel terikat juga akan meningkat.

5) Koefisien $\beta_1 = 0,358$

Nilai koefisien regresi X_1 sebesar 0,358 menunjukkan nilai tersebut bernilai positif, sehingga diartikan jika terjadi kenaikan satuan dari kecanduan media sosial (X_1), maka nilai dari perilaku *phubbing* (Y) juga akan meningkat sebesar 0,358.

6) Koefisien $\beta_2 = 0,282$

Nilai koefisien regresi X_2 sebesar 0,282 menunjukkan nilai tersebut bernilai positif, sehingga diartikan jika terjadi kenaikan satuan dari interaksi sosial (X_2), maka nilai dari perilaku *phubbing* (Y) juga akan meningkat sebesar 0,282.

B. Deskripsi Variabel Penelitian

Uraian mengenai data variabel dalam penelitian ini berfungsi untuk memberikan gambaran mengenai kondisi skor yang diperoleh responden terkait dengan hasil pengukuran, sekaligus menyajikan informasi mengenai variabel yang diteliti dan perannya dalam menggambarkan keadaan responden.

Klasifikasi normatif pada penelitian ini didasarkan pada model distribusi normal, dengan asumsi bahwa skor yang diperoleh responden mengikuti pola distribusi normal. Pendekatan ini digunakan untuk mengelompokkan responden ke dalam kategori tertentu berdasarkan rentang atribut yang diukur (Azwar, 2015).

Tabel 4. 17 Kategorisasi Variabel

	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviation
Kecanduan Media Sosial (X1)	95	32	48	42,52	3,77
Interaksi Sosial (X2)	95	18	32	26,69	3,47
Perilaku <i>Phubbing</i> (Y)	95	28	48	39,61	4,25

Sumber : Data yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa untuk variabel kecanduan media social memiliki nilai terendah 32, nilai tertinggi 48, nilai rata-rata 42,52 dan standar deviasi sebesar 3,77. Sedangkan untuk variabel interaksi sosial memiliki nilai terendah adalah 18, tertinggiya adalah 32, nilai rata-rata 26,69 dan standar deviasi 3,47. Selanjutnya, untuk variabel perilaku *phubbing* memiliki nilai terendah 28, nilai tertinggi 48, nilai rata-rata 39,61 dan standar deviasi 4,25.

Merujuk pada data di atas, nilai masing-masing variabel dapat dideskripsikan secara statistik dalam beberapa kategorisasi rendah, sedang, dan tinggi sebagaimana berikut:

Tabel 4. 18 Kategorisasi Skor Variabel Kecanduan Media Sosial (X1)

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategori Skor
$X < (Mean - 1SD)$	$X < 39$	Rendah
$(Mean - 1SD) \leq X < (Mean + 1SD)$	$39.5 \leq X < 44.5$	Sendang

$X \geq (Mean+1SD)$	$X \geq 45$	Tinggi
---------------------	-------------	--------

Berdasarkan pada pedoman kategorisasi skor variabel kecanduan media sosial di atas, maka dilihat respon dari variabel kecanduan media sosial siswa RPL SMK NU 1 Kendal dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 4. 19 Distribusi Data Kecanduan Media Sosial

Kategori Kecanduan Media Sosial				Valid	Cumulative
		Frequency	Percent	Percent	Percent
Valid	Rendah	22	23.2	23.2	23.2
	Sedang	38	40.0	40.0	63.2
	Tinggi	35	36.8	36.8	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

Sumber : Data yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa terdapat tiga kategori kecanduan media social pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal. Kategori rendah sebesar 23,2% atau sebanyak 22 siswa tergolong memiliki kecanduan media social rendah, kategori sedang sebesar 40% atau sebanyak 38 siswa tergolong memiliki kecanduan media social sedang, sisanya 36,8% atau sebanyak 35 siswa RPL SMK NU 1 Kendal tergolong memiliki kecanduan media sosial dalam kategori tinggi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa siswa RPL SMK NU 1 Kendal memiliki tingkat kecanduan media social kategori sedang.

Selajutnya kategorisasi skor variabel interaksi sosial sebagai berikut:

Tabel 4. 20 Kategorisasi Skor Variabel Interaksi Sosial

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategori Skor
$X < (Mean-1SD)$	$X < 23.5$	Rendah
$(Mean-1SD) \leq X < (Mean+1SD)$	$24 \leq X < 28.5$	Sedang

$X \geq (Mean+1SD)$	$X \geq 29$	Tinggi
---------------------	-------------	--------

Berdasarkan pada pedoman kategorisasi skor interaksi sosial di atas, maka dilihat respon dari variabel interaksi sosial pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 4. 21 Distribusi Data Interaksi Sosial

Kategori Interaksi Sosial				Valid Percent	Cumulative Percent
	Frequency	Percent			
Valid Rendah	19	20.0		20.0	20.0
Sedang	43	45.3		45.3	65.3
Tinggi	33	34.7		34.7	100.0
Total	95	100.0		100.0	

Sumber : Data yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa terdapat tiga kategori interaksi sosial siswa RPL SMK NU 1 Kendal. Kategori rendah sebesar 20% atau sebanyak 19 siswa tergolong memiliki interaksi sosial rendah, kategori sedang sebesar 45,3% atau sebanyak 43 siswa tergolong memiliki interaksi sosial sedang, sisanya 34,7% atau sebanyak 33 siswa RPL SMK NU 1 Kendal tergolong memiliki adiksi media sosial dalam kategori tinggi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa siswa RPL SMK NU 1 Kendal memiliki tingkat interaksi sosial kategori sedang.

Selanjutnya kategorisasi skor variabel perilaku *phubbing* sebagai berikut:

Tabel 4. 22 Kategorisasi Skor Variabel Perilaku *Phubbing*

Rumus Interval	Rentang Nilai	Kategori Skor
$X < (Mean-1SD)$	$X < 36.5$	Rendah

$(Mean-1SD) \leq X < (Mean+1SD)$	$37 \leq X < 41.5$	Sendang
$X \geq (Mean+1SD)$	$X \geq 42$	Tinggi

Berdasarkan pada pedoman kategorisasi skor variabel kontrol diri di atas, maka dilihat respon dari variabel *phubbing* pada remaja di Kota Semarang dikelompokkan sebagai berikut:

Tabel 4. 23 Distribusi Data Perilaku *Phubbing*

		Kategori Perilaku <i>Phubbing</i>		
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Rendah	20	21.1	21.1
	Sedang	39	41.1	41.1
	Tinggi	36	37.9	37.9
	Total	95	100.0	100.0

Sumber : Data yang diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa terdapat tiga kategori perilaku *phubbing* siswa RPL SMK NU 1 Kendal. Kategori rendah sebesar 21,1% atau sebanyak 20 siswa tergolong memiliki perilaku *phubbing* rendah, kategori sedang sebesar 41,1% atau sebanyak 39 siswa tergolong memiliki perilaku *phubbing* sedang, sisanya 37,9% atau sebanyak 36 siswa RPL SMK NU 1 Kendal tergolong memiliki perilaku *phubbing* dalam ketegori tinggi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa siswa RPL SMK NU 1 Kendal memiliki tingkat perilaku *phubbing* kategori sedang.

C. Pembahasan

Penelitian ini mengajukan tiga hipotesis, yaitu: pertama, meneliti pengaruh kecanduan media sosial terhadap perilaku *phubbing* pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal; kedua, meneliti pengaruh interaksi sosial terhadap perilaku *phubbing* pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal; dan ketiga, meneliti pengaruh kecanduan media social dan interaksi sosial terhadap perilaku *phubbing* pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal secara bersamaan.

1. Hubungan Kecanduan Sosial Dengan Perilaku *Phubbing*

Berdasarkan temuan analisis kategorisasi pada variabel kecanduan media sosial pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal, didapati bahwa sebanyak 35 (36,8%) subjek memiliki tingkat kecanduan media sosial yang tinggi, 38 (40%) subjek memiliki tingkat kecanduan yang sedang, dan 22 (23,25%) subjek memiliki tingkat kecanduan yang rendah. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas siswa RPL SMK NU 1 Kendal cenderung memiliki tingkat kecanduan media sosial yang sedang, menandakan adanya sebagian besar siswa menunjukkan adanya ketergantungan yang cukup signifikan terhadap penggunaan media sosial dalam aktivitas sehari-hari. Kondisi ini dapat berdampak pada menurunnya kualitas interaksi tatap muka, yang menjadi salah satu ciri perilaku *phubbing*. Menurut Hartinah et al., (2019: 127) adanya hal tersebut terjadi karena dipengaruhi oleh mayoritas subjek laki-laki dalam penelitian ini. Studi Huang dan Leung (2009: 678) menjelaskan bahwa sering kali laki-laki, di mana secara umum laki-laki cenderung lebih sering menggunakan media sosial untuk hiburan, informasi, dan komunikasi berbasis teknologi. Studi Huang dan Leung (2009: 678) juga mengungkapkan bahwa laki-laki cenderung lebih tertarik pada penggunaan media sosial sebagai sarana untuk memperluas jejaring dan memperoleh informasi yang bersifat aktual, sehingga meningkatkan frekuensi penggunaannya.

Hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Hal ini berarti variabel kecanduan media sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap perilaku *phubbing* pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal.

Temuan penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan oleh Karadağ et al. (2015: 61), yang mengungkapkan bahwa kecanduan terhadap media sosial memiliki keterkaitan dengan perilaku *phubbing*. Penelitian tersebut menyoroti bahwa media sosial telah menjadi bentuk kecanduan baru yang berkembang pesat seiring kemajuan teknologi. Melalui platformnya, media sosial memungkinkan pengguna untuk membagikan foto, video, dan audio, sekaligus menjalin interaksi dengan ribuan orang. Interaksi yang begitu luas ini memengaruhi perspektif individu secara signifikan. Akibatnya,

ketertarikan yang berlebihan terhadap media sosial semakin menguat dan menjadi salah satu faktor pendorong terjadinya perilaku *phubbing*.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan temuan Talan et al. (2024: 4) yang membuktikan bahwa kecanduan media sosial berpengaruh terhadap munculnya perilaku *phubbing*. Penelitian tersebut menguraikan bahwa ketika penggunaan media sosial telah mencapai tingkat adiksi, hal ini dapat menimbulkan dampak negatif seperti terganggunya komunikasi, timbulnya masalah psikologis, hingga gangguan kesehatan. Sejalan dengan itu, studi Andanawari et al. (2024: 984) menunjukkan bahwa tingkat kecanduan media sosial memiliki hubungan yang signifikan dengan intensitas perilaku *phubbing*. Dengan kata lain, semakin tinggi ketergantungan seseorang pada media sosial, maka semakin besar pula kecenderungannya untuk melakukan *phubbing*, baik secara sadar maupun tanpa disadari. Sementara itu, Afdal et al. (2019: 272) menegaskan bahwa perilaku *phubbing* dapat muncul akibat penggunaan media sosial yang berlebihan.

Al-Menayes (2015: 4) mengemukakan bahwa kecanduan media sosial dapat dilihat melalui tiga dimensi. Pertama, konsekuensi sosial (*social consequences*), yaitu dampak penggunaan media sosial terhadap aktivitas harian seseorang. Kedua, pengalihan waktu (*time displacement*), yang menggambarkan durasi atau porsi waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial. Ketiga, perasaan kompulsif (*compulsive feelings*), yakni dorongan kuat dan keinginan berulang untuk terus menggunakan media sosial. Sejalan dengan itu, Pratama et al. (2020: 22) menjelaskan bahwa individu dengan ketergantungan tinggi terhadap media sosial cenderung menggunakannya secara berlebihan hingga mengganggu rutinitas sehari-hari, mencerminkan adanya aspek pengalihan waktu dan konsekuensi sosial. Selain itu, mereka juga akan merasakan kekosongan atau kebosanan ketika tidak dapat mengakses media sosial, yang pada gilirannya memicu dorongan untuk kembali menggunakannya secara terus-menerus, sesuai dengan ciri aspek perasaan kompulsif.

Temuan tersebut konsisten dengan hasil penelitian ini, yang

mengidentifikasi bahwa kecanduan media sosial meliputi aspek konsekuensi sosial, pengalihan waktu, dan dorongan kompulsif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap munculnya perilaku *phubbing* pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal.

2. Hubungan Interaksi Sosial dengan Perilaku *Phubbing*

Berdasarkan temuan analisis kategorisasi pada variabel interaksi sosial pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal, didapati bahwa sebanyak 33 (34,7%) subjek memiliki interaksi sosial dengan kategori tinggi, 43 (45,3%) subjek memiliki interaksi sosial dengan kategori sedang dan 19 (20%) subjek memiliki interaksi sosial dengan kategori rendah. Sesuai dengan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas siswa RPL SMK NU 1 Knedal memiliki interaksi sosial yang sedang.

Hasil hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Dengan demikian, variabel interaksi sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku *phubbing* pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal. Hal ini mengindikasikan bahwa interaksi sosial yang kurang intens atau tidak berkualitas dapat membuka celah bagi semakin dominannya penggunaan *smartphone* saat berhadapan dengan orang lain. Hal tersebut memicu *phubbing* karena minat berinteraksi secara langsung menurun ketika seseorang lebih nyaman berkomunikasi melalui perangkat digital.

Penelitian terdahulu mendukung temuan ini. Pada penelitian Sofianta (2021) menemukan bahwa *phubbing* berpengaruh nyata terhadap kualitas komunikasi antara siswa. Uji korelasi Pearson menghasilkan nilai r sebesar 0,306 (lebih besar dari r tabel 0,1497), yang menunjukkan pengaruh positif albeit lemah terhadap interaksi sosial siswa kelas X SMA Negeri 3 Jember. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa meski hubungan antar interaksi sosial dan *phubbing* tidak selalu kuat, namun tetap signifikan.

Pada penelitian oleh Rosdiana & Hastutiningtyas (2020) menyimpulkan bahwa perilaku *phubbing* merusak interaksi sosial di kalangan mahasiswa generasi Z. Hal ini sejalan dengan temuan bahwa daya jalin sosial melemah ketika seseorang lebih memusatkan perhatian pada ponsel dibandingkan

komunikasi langsung, sehingga mengurangi kualitas hubungan interpersonal dan menimbulkan jarak emosional di antara individu yang berinteraksi. Kondisi ini memperlihatkan bahwa penggunaan gawai yang berlebihan tidak hanya berdampak pada penurunan intensitas komunikasi tatap muka, tetapi juga memengaruhi rasa keterhubungan sosial secara keseluruhan.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Setiawan et al. (2024) di lingkungan sekolah mengungkap bahwa penggunaan smartphone menurunkan perhatian terhadap interaksi sosial, menyebabkan perubahan persepsi dan tatkala menjadi norma, *phubbing* mengikis fondasi komunikasi yang sehat. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa siswa yang terbiasa memprioritaskan interaksi digital cenderung mengalami penurunan kemampuan empati, kepekaan sosial, dan kesulitan membangun relasi yang harmonis di dunia nyata. Hal ini menunjukkan bahwa *phubbing* bukan hanya sekadar perilaku sesaat, tetapi dapat berkembang menjadi pola interaksi yang membentuk karakter sosial generasi muda.

3. Hubungan Kecanduan Media Sosial dan Interaksi Sosial Terhadap Perilaku *Phubbing*

Berdasarkan hasil uji hipotesis membuktikan adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, hipotesis ketiga dapat diterima yang menyatakan bahwa kecanduan media sosial dan interaksi sosial bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku *phubbing* pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal.

Pada penelitian ini menjelaskan bahwa saat ini perkembangan zaman sudah semakin maju di mana perkembangan teknologi begitu pesat. Hal tersebut memudahkan remaja saat ini terutama remaja generasi Z dapat mudah mengakses dan menggali informasi dengan cepat. Meskipun menawarkan keuntungan, namun juga membawa dampak yang cukup mengkhawatirkan yaitu adanya perilaku *phubbing* pada generasi Z akibat kecanduan pada ponsel. Hal ini sejalan dengan penelitian Youarti dan Hidayah, (2018:145) yang menyatakan bahwa perilaku *phubbing* berpotensi terjadi pada remaja, terutama generasi Z

yang sangat akrab dengan *gadget*. Hary et al., (2022: 222-223) juga menjelaskan bahwa generasi Z cenderung individualistik dan berinteraksi dengan banyak orang melalui media sosial, namun mereka kurang memiliki kecakapan untuk bersosialisasi secara langsung. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa fenomena *phubbing* yang terjadi pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa fenomena *phubbing* yang terjadi pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal tidak hanya dipicu oleh kecanduan media sosial secara individu, tetapi juga diperkuat oleh kualitas interaksi sosial yang mereka miliki. Siswa yang memiliki kecenderungan menghabiskan waktu berlebihan untuk mengakses media sosial cenderung mengalami penurunan frekuensi dan kualitas interaksi tatap muka dengan teman sebaya. Ketika interaksi sosial secara langsung berkurang, perilaku *phubbing* menjadi lebih sering muncul karena perhatian siswa lebih terfokus pada gawai dibandingkan orang yang ada di sekitarnya. Hal ini membentuk siklus perilaku, di mana kecanduan media sosial melemahkan interaksi sosial, dan lemahnya interaksi sosial pada akhirnya mendorong kecenderungan *phubbing* yang lebih tinggi.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Handayani et al. (2021: 50) yang mengungkapkan bahwa kombinasi penggunaan media sosial secara berlebihan dan rendahnya intensitas interaksi tatap muka secara signifikan meningkatkan kemungkinan terjadinya *phubbing* di kalangan remaja. Demikian pula, studi yang dilakukan oleh Maharani & Yanuvianti (2022: 199) menunjukkan bahwa kecanduan media sosial memiliki hubungan erat dengan penurunan kualitas komunikasi interpersonal, yang pada akhirnya memicu perilaku mengabaikan lawan bicara demi berinteraksi dengan gawai. Penelitian terbaru oleh Pratiwi dan Kurniawan (2023: 112) juga menegaskan bahwa *phubbing* bukan hanya persoalan kecanduan gawai, melainkan juga terkait erat dengan keterampilan sosial yang kurang terlatih akibat dominasi interaksi berbasis digital.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal, kecanduan media sosial dan interaksi sosial saling berkaitan dalam memengaruhi perilaku *phubbing*. Faktor-faktor ini bekerja secara bersamaan, di mana tingginya adiksi terhadap media sosial membatasi kesempatan

berinteraksi secara langsung, sedangkan rendahnya interaksi tatap muka memperkuat ketergantungan pada komunikasi digital. Jika kondisi ini tidak diantisipasi, maka perilaku *phubbing* dapat menjadi kebiasaan yang mengakar dan berdampak negatif pada hubungan sosial serta keterampilan komunikasi siswa.

D. Kelemahan/Kekurangan Penelitian

Kelemahan atau kekurangan yang terdapat dalam proses penelitian ini adalah:

1. Ukuran sampel yang terbatas

Penelitian hanya melibatkan 95 siswa dari satu jurusan (RPL) di SMK NU 1 Kendal. Jumlah dan cakupan ini relatif kecil sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasikan pada seluruh siswa SMK, apalagi pada tingkat sekolah menengah di daerah lain dengan latar belakang yang berbeda.

2. Keterbatasan pada variabel yang diteliti

Penelitian hanya memfokuskan pada dua variabel bebas, yaitu kecanduan media sosial dan interaksi sosial. Padahal, perilaku *phubbing* dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor lain seperti FOMO, adiksi game online, faktor kepribadian, maupun situasi lingkungan yang tidak dianalisis secara mendalam.

3. Desain penelitian yang bersifat korelasional

Karena penelitian ini bersifat korelasional, hasilnya hanya menunjukkan adanya hubungan atau pengaruh, bukan hubungan sebab-akibat secara langsung. Hal ini membatasi penarikan kesimpulan mengenai faktor penyebab utama perilaku *phubbing*.

4. Pengumpulan data berbasis kuesioner *self-report*

Seluruh data diperoleh melalui kuesioner yang diisi sendiri oleh responden. Metode ini rentan terhadap bias seperti ketidakjujuran jawaban, keinginan memberikan jawaban yang dianggap “baik”, atau ketidaktelitian responden saat mengisi, yang dapat memengaruhi akurasi hasil penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini berisi tentang pengaruh kecanduan media sosial dan interaksi sosial terhadap perilaku *phubbing* pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal. Merujuk pada hasil uji hipotesis penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kecanduan media sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku *phubbing* pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal. Artinya, semakin tinggi tingkat kecanduan siswa terhadap media sosial, semakin besar kecenderungan mereka untuk mengabaikan interaksi langsung demi fokus pada gawai.
2. Interaksi sosial berpengaruh signifikan terhadap perilaku *phubbing* pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal. Artinya, semakin rendah kualitas dan frekuensi interaksi sosial tatap muka, semakin tinggi peluang siswa melakukan *phubbing*.
3. Kecanduan media sosial dan interaksi sosial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku *phubbing* pada siswa RPL SMK NU 1 Kendal. Artinya, kombinasi adiksi media sosial dan lemahnya interaksi sosial memperkuat kebiasaan *phubbing*, sehingga kedua faktor ini saling berkontribusi terhadap perilaku tersebut.

B. Saran

Peneliti memberikan saran kepada beberapa pihak yang terkait dengan penelitian ini yaitu :

1. Bagi Subjek Penelitian

Diharapkan siswa dapat mengelola penggunaan media sosial secara bijak dengan membatasi durasi penggunaan harian dan memprioritaskan interaksi tatap muka. Siswa juga disarankan untuk lebih aktif dalam kegiatan sosial di sekolah maupun lingkungan sekitar agar keterampilan komunikasi langsung dapat terlatih dan perilaku *phubbing* dapat diminimalkan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk memperluas jumlah sampel dan melibatkan sekolah atau jenjang pendidikan yang berbeda agar hasil penelitian lebih representatif. Peneliti berikutnya juga dapat menambahkan variabel lain seperti *FOMO* (Fear of Missing Out), kecanduan *game online*, atau dukungan sosial sebagai faktor yang berpotensi memengaruhi perilaku *phubbing*.



DAFTAR PUSTAKA

- Afdal, A., Alizamar, A., Ifdil, I., Ardi, Z., Sukmawati, I., Zikra, Z., Ilyas, A., Fikri, M., Syahputra, Y., & Hariyani, H. (2019). An analysis of phubbing behaviour: preliminary research from counseling perspective. *Preliminary Research from Counseling Perspective*, 295, 270–273. <https://doi.org/10.2991/icetep18.2019.65>
- Andanawari, G. A., Andree, E., & Haryani, C. A. (2024). An Examination into the causes of social media addiction and its effects on phubbing behavior. *Procedia Computer Science*, 234, 978–986. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2024.03.087>
- Al-Menayes, J. (2015). Psychometric properties and validation of the Arabic social media addiction scale. *Journal of Addiction*, 2015, 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.1155/2015/291743>
- Handayani, R., Ningsih, D., & Saputra, M. (2021). Hubungan penggunaan media sosial dan interaksi tatap muka terhadap perilaku phubbing pada remaja. *Jurnal Psikologi Sosial Indonesia*, 10(1), 45–52.
- Hartinah, S., Sriati, A., & Kosasih, C. E. (2019). Gambaran tingkat gejala kecanduan media sosial pada mahasiswa keperawatan universitas padjadjaran. *Jurnal Keperawatan BSI*, 7(1), 123–133. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jk>
- Hermawan, A., Nabila Alfianti Sholikhah, R., & Nofirda Amalia, H. (2022). Perilaku social loafing mahasiswa Pendidikan Agama Islam di Era Media Sosial. *Jurnal Kajian Keislaman Multi-Perspektif*, 2(2), 211–228. <https://doi.org/https://doi.org/10.22515/literasi.v2i2.5425>
- Huang, H., & Leung, L. (2009). Instant messaging addiction among teenagers in China: Shyness, alienation, and academic performance decrement. *Cyberpsychology and Behavior*, 12(6), 675–679. <https://doi.org/10.1089/cpb.2009.0060>
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M., Çulha, I., & Babadağ, B. (2015). Determinants of phubbing, which is the sum of

- many virtual addictions: a structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60–74.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.005>
- Maharani, D., & Yanuvianti, N. (2022). Pengaruh kecanduan media sosial terhadap komunikasi interpersonal mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi Nusantara*, 5(2), 194–202.
- Nazir, T., & Bulut, S. (2019). Phubbing and what could be its determinants: a dugout of literature. *Psychology*, 10, 819–829. <https://doi.org/DOI:10.4236/psych.2019.1>
- Pratama, M. O., Harinitha, D., & Lestaringati, S. I. (2020). Influence factor of social media and gadget addiction of adolescent in Indonesia. *Jurnal Sistem Informasi*, 16(1), 16–24.
<https://doi.org/https://doi.org/10.21609/jsi.v16i1.918>
- Pratiwi, L., & Kurniawan, A. (2023). Phubbing dan keterampilan sosial: Analisis perilaku remaja pengguna gawai. *Jurnal Psikologi dan Pendidikan*, 14(2), 109–117.
- Rosdiana, Y., & Hastutiningtyas, W. R. (2020). *Hubungan perilaku phubbing dengan interaksi sosial pada generasi Z mahasiswa keperawatan Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang*. *Jurnal Kesehatan Mesencephalon*, 6(1).
- Setiawan, R., Kartono, D. T., & Sakuntalawati, L. R. D. (2023/2024). *Perilaku Phubbing Siswa dalam Kehidupan Sosial di Lingkungan Sekolah*. KAGANGA: Jurnal Sosial dan Humaniora.
- Sofianta P. (2021). *Pengaruh Phubbing terhadap Interaksi Sosial Siswa Kelas X SMAN 3 Jember*. *Jurnal Educazione: Jurnal Pendidikan, Pembelajaran dan Bimbingan dan Konseling*, 9(1).
- Talan, T., Doğan, Y., & Kalinkara, Y. (2024). Effects of smartphone addiction, social media addiction and fear of missing out on university students' phubbing: A structural equation model. *Deviant Behavior*, 45(1), 1–14.
<https://doi.org/10.1080/01639625.2023.2235870>

Youarti, I. E., & Hidayah, N. (2018). Perilaku phubbing sebagai karakter remaja generasi Z. *Jurnal Fokus Konseling*, 4(1), 143.
<https://doi.org/10.26638/jfk.553.2099>

