

**EFEK *PHUBBING* PADA INTERAKSI SOSIAL DALAM PROSES  
PEMBELAJARAN DI RUANG KELAS**

**(Studi Deskriptif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga  
Yogyakarta Angkatan 2018-2019)**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh**

**Aulia Nur Rois**

**NIM : 17107030144**

**PROGRAM SUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2021**

# LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-602/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2021

Tugas Akhir dengan judul : "Efek Phubbing pada Interaksi Sosial dalam Proses Pembelajaran di Ruang Kelas" (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 2018-2019)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AULIA NUR ROIS  
Nomor Induk Mahasiswa : 17107030144  
Telah diujikan pada : Kamis, 29 Juli 2021  
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

## TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos, M.Si  
SIGNED

Valid ID: 611c355f6f3e



Penguji I

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si  
SIGNED

Valid ID: 611b5790kkde



Penguji II

Dr. Siantari Rihartono, M.Si  
SIGNED

Valid ID: 611c4e48c5ade



Yogyakarta, 29 Juli 2021  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si  
SIGNED

Valid ID: 611c56438944

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Aulia Nur Rois  
Nomor Induk : 17107030144  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya / penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya / penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 10 Juli 2021

Yang Menyatakan,



Aulia Nur Rois

NIM 17107030144

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

## NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

### NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
UIN Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Aulia Nur Rois  
NIM : 17107030144  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**EFEK PHUBBING PADA INTERAKSI SOSIAL DALAM PROSES  
PEMBELAJARAN DI RUANG KELAS**  
(Studi Deskriptif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Angkatan  
2018-2019)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian, atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 23 Agustus 2021  
Pembimbing

Dr. Diah Ajeng Purwani, S.Sos., M.Si  
NIP. 19790720 200912 2 001

## HALAMAN MOTTO

مَنْ جَدَّ وَجَدَّ

-Barang siapa bersungguh-sungguh, Maka ia akan berhasil-

-----  
*Mempengo, mergo nasib mu ora tergantung nasab mu!*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

**HALAMAN PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## **KATA PENGANTAR**

### **Bismillahirrohmanirrahiim**

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik, inayah, dan hidayah-Nya. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi agung Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun umat manusia dari zaman jahiliyah ke zaman islamiah yang terang benderang seperti saat ini.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian singkat mengenai “Efek *Phubbing* pada Interaksi Sosial dalam Proses Interaksi Sosial di Ruang Kelas (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)”. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak.

Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini peneliti mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Mochamad Sodik, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Rama Kertamukti, S.Sos, M.Sn sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
4. Dr. Diah Ajeng Purwani, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi sekaligus Dosen pembimbing skripsi yang dengan kesabaran, bimbingan dan arahan serta motivasi kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Fajar Iqbal S.Sos. M.Si. selaku dosen penguji 1 Munaqosyah.

6. Bapak Drs. Siantari Rihartono M.Si. selaku dosen penguji 2 Munaqosyah.
7. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
8. Bapak Rojipah Suromenggolo dan Ibu Ismi Wahidatun selaku orang tua dan sumber dana peneliti yang selalu mendoakan dan mendukung segala keputusan peneliti, terimakasih atas segala kepercayaan yang telah diberikan sehingga dengan penuh percaya diri peneliti mampu menyelesaikan salah satu tanggung jawab akademik yakni skripsi.
9. Almaghfurlah Kyai Haji Hasyim Soleh selaku pendiri Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo Jawa Timur.
10. Romo Kyai Abdus Sami' Hasyim dan keluarga besar baik asatid wal ustadzah, santriwan santriwati dan para alumni Pondok Pesantren Darul Huda Mayak Tonatan Ponorogo Jawa Timur.
11. Keluarga besar mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2017 yang turut mewarnai cerita peneliti selama perkuliahan. Semoga kita semua sukses selalu.
12. Rekan-rekan D'Academy yang sangat peneliti sayangi. Terimakasih atas tawa canda dan kesedihan yang pernah kita lalui bersama.
13. Teman-teman Ughtea yang tanpa hadirnya kalian peneliti hanyalah sosok manusia kesepian yang tidak berteman. Terimakasih banyak Momi Intuni, Oca Syalala, Aice, Amanda Rawles, Wulanos, Mak Jalpa, Pipit, dan Upik. Semoga kita bertemu di pintu sukses masing-masing.
14. Kawan-kawan KKN Pelas Kediri yang selalu memberikan *vibes* semangat mengerjakan skripsi. Kawan KKN yang sekarang sudah mempunyai struktur keluarga, yakni keluarga Cempedak. Terimakasih Mas Nopaludin, Oom Ihjalaludin, Papa Iqbaludin, Mama Miska, Bude Munthul, Tante Kuni, Mbak Tika, Mbak Mumut, Mbak Erisun, Pepoy, si couple gemes Ana dan Farid, akamsi Kediri Diana dan Dinar.
15. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses pengerjaan skripsi ini.



16. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for never quitting, for just being me at all times. I wanna thank me.*

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Maka peneliti membutuhkan kritik dan saran yang membangun sebagai perbaikan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 10 Juli 2021

Peneliti,



AULIA NUR ROIS

NIM 17107030144



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR BAGAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Teoritis .....	10
2. Manfaat Praktis.....	11
3. Manfaat Sosial.....	11
E. Telaah Pustaka .....	12
F. Landasan Teori.....	13
1. Teori Ketergantungan Media ( <i>Dependency Media</i> ).....	13
2. <i>Phubbing</i> .....	17
3. Interaksi Sosial .....	25
4. Generasi Z .....	29
G. Kerangka Pemikiran.....	36

H. Metode Penelitian.....	37
<b>BAB IV.....</b>	<b>85</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>85</b>
A. Kesimpulan.....	85
B. Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>88</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Telaah Pustaka .....	12
Tabel 2. Daftar Pertanyaan.....	93
Tabel 3. Daftar Informan.....	95



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Wawancara melalui Call WhatsApp .....	96
Gambar 2. Wawancara melalui Call WhatsApp .....	97
Gambar 3. Wawancara melalui Call WhatsApp .....	98
Gambar 4. Wawancara melalui Chat WhatsApp .....	99
Gambar 5. Wawancara melalui Chat WhatsApp .....	99
Gambar 6. Wawancara melalui Chat WhatsApp .....	99
Gambar 7. Wawancara melalui Chat WhatsApp .....	100
Gambar 8. Wawancara melalui Zoom .....	101
Gambar 9. Wawancara dengan Triangulasi Sumber .....	102



## DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Hubungan dalam Teori Ketergantungan Media.....	15
Bagan 2. Kerangka Pemikiran.....	36
Bagan 3. Struktur Organisasi Prodi Ilmu Komunikasi <b>Error! Bookmark not defined.</b>	



## ABSTRAK

*Phubbing is the tendency of someone who chooses to play with a smartphone rather than interacting with the people around them. Behavior Phubbing occurs among Communication Science students who should understand how to create effective communication. Raising the title "The Effect of Phubbing on Social Interaction in the Classroom Learning Process (Descriptive Study on Communication Studies Students of UIN Sunan Kalijaga Class of 2018-2019)", this thesis aims to find out in depth what effects are caused by behavior phubbing. The type of research used is a descriptive study with a qualitative approach. Methods of collecting data by means of interviews, observation, and documentation. The theory used in this research is the Dependency Theory Media (DependencyMedia).The results of this study indicate that Communication Studies students have an addiction to smartphones because they cannot be far from smartphones. However, the phubbing that occurs is relatively low because Communication Science students apply communication ethics when interacting directly. The effects of phubbing among Communication Studies students include: Mis communication, decreased value of delivering messages, decreased quality of social relations, social exclusion, being the subject of conversation, reduced empathy, loss of information, wasting time.*

*Keywords: Phubbing, Social Interaction, Generation Z.*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

*Phubbing* kini marak terjadi di semua kelompok sosial, salah satunya mahasiswa. Fenomena *phubbing* merupakan kecenderungan memilih bermain *smartphone* daripada menjalin interaksi langsung dengan orang-orang di sekitarnya. *Phubbing* diambil dari kata *phone* dan *snubbing* yang digunakan untuk menunjukkan sikap menyakiti lawan bicara dengan penggunaan *smartphone* yang berlebihan (Hanika, 2015 : 43). Konteks menyakiti lebih ke perasaan tidak dihargai karena lawan bicara yang sebentar-sebentar melihat *smartphone*. *Phubbing* juga diartikan sebagai perilaku tidak mengindahkan orang lain dalam interaksi sosial karena lebih terfokus pada ponselnya (Ratnasary & Oktaviani, 2020 : 90).

Syarif & Siswa (2015) menyatakan bahwa penggunaan *smartphone* memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positifnya adalah mempermudah komunikasi, meningkatkan jalinan sosial, menghilangkan stress karena terdapat fitur wifi yang dapat menghubungkan ke internet untuk kemudian mendapatkan informasi. Dampak negatif dari penggunaan *smartphone* antara lain adalah perubahan perilaku seseorang dalam berinteraksi dan gangguan komunikasi secara verbal baik langsung dan



tidak langsung (Mariati & Sema, 2019 : 52).

*Phubbing* dapat disebabkan oleh perasaan cemas jika tidak mengakses *smartphone* dalam waktu yang cukup lama. *Phubbing* juga disebabkan oleh perasaan takut saat jauh dari *smartphone*, biasa disebut dengan *nomophobia* (*no mobile phone phobia*) (Hanika, 2015 : 45). Robert Kaunt (dalam Sparks, 2013:261) menyatakan bahwa individu yang menggunakan *smartphone*-nya secara berlebihan akan mengalami *short attention span* atau gangguan pemusatan perhatian. Pada level ini mereka tidak bisa memahami informasi yang disampaikan secara utuh karena teknologi seperti *smartphone* menyebabkan *distraction* atau gangguan. Efek jangka panjang dari penggunaan *smartphone* secara berlebihan adalah mereka akan mengalami gangguan kesehatan (Hanika, 2015 : 45). Budyatna (2005) mengatakan bahwa penggunaan *smartphone* dapat mempengaruhi proses yang transaksional, di mana seringkali komunikasi yang dinamis dan timbal balik dirasakan menurun kualitasnya terutama pada proses interaksi tatap muka (Munatirah & Anisah, 2018 : 5).

Seseorang dengan perilaku *phubbing* menggunakan *smartphone* sebagai pelarian untuk menghindari ketidaknyamanan di sebuah keramaian, seperti di *lift* atau saat bepergian sendiri di kendaraan umum. Saat ini perilaku *phubbing* sudah semakin parah, anak-anak muda tidak hanya melakukan *phubbing* seperti hal di atas, tetapi melakukan *phubbing* setiap saat dan

kepada siapapun. Baik kepada yang lebih tua ataupun teman sebaya. Bahkan disaat guru menjelaskan materi di dalam kelas (Youarti & Hidayah, 2018 : 147).

Perilaku *phubbing* di dalam kelas peneliti temukan pada mahasiswa Ilmu Komunikasi dari hasil observasi. Interaksi sosial pada pembelajaran di kelas menjadi terganggu jika fokus mahasiswa terbagi antara bermain *smartphone* dengan penyampaian materi oleh dosen. Padahal proses pembelajaran adalah hal yang penting dalam dunia perkuliahan.

Pembelajaran merupakan proses interaksi antara mahasiswa dengan lingkungannya, dengan demikian terjadi perubahan perilaku ke arah yang lebih baik. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi dalam interaksi tersebut, baik faktor internal dari individu atau faktor eksternal yang datang dari lingkungannya. Kegiatan pembelajaran di arahkan oleh dosen untuk mengerahkan segala potensi yang dimiliki mahasiswa untuk memenuhi kompetensi yang diharapkan. Aktivitas pembelajaran mengembangkan kemampuan untuk mengetahui, memahami, melakukan sesuatu, hidup dalam kebersamaan, dan mengaktualisasi diri (Maunah & Agustina, 2019 : 288-289).

Proses pembelajaran yang berlangsung di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi tidak terlepas dari adanya interaksi. Namun interaksi sosial pada Lembaga Pendidikan selayaknya berbeda dengan interaksi sosial secara

umum, karena di dalamnya memuat nilai-nilai edukasi yang sesuai dengan visi dan misi Lembaga Pendidikan tersebut. Interaksi sosial yang terjadi di Lembaga Pendidikan tepatnya disebut interaksi edukatif (Rijal, 2021 : 212).

Menurut Mollah (2015) interaksi edukatif merupakan suatu proses interaksi yang memuat tujuan meliputi pendidikan, pendidik, anak didik, materi dan metode. Maka dapat diketahui bahwa interaksi sosial yang tidak memenuhi kelima unsur tersebut tidak bisa disebut interaksi edukatif melainkan interaksi non-edukatif (Rijal, 2021 : 212).

Interaksi sosial dapat terjadi apabila terdapat komunikasi antara dua individu atau kelompok. Komunikasi merupakan bentuk interaksi individu atau hubungan antar individu yang dinamis. Sehingga kehidupan individu selalu dibersamai dengan proses interaksi dan komunikasi. Dalam komunikasi tersebut dapat berupa interaksi dengan sesama, interaksi dengan lingkungan alam, dan interaksi dosen dan mahasiswa (Maunah & Agustina, 2019 : 287).

Jika dosen dapat merancang model pembelajaran supaya mahasiswa dapat belajar secara optimal, efektif, dan maksimal, maka komunikasi dan interaksi antara dosen dan mahasiswa dapat berlangsung secara intensif. Dosen memiliki peran ganda dan strategis untuk kebutuhan mahasiswa dalam proses pembelajaran selama perkuliahan. Dosen merupakan elemen kunci dalam sistem Pendidikan perguruan tinggi baik negeri maupun swasta (Maunah &

Agustina, 2019 : 288).

Namun perilaku *phubbing* menyebabkan proses pembelajaran di ruang kelas tidak berlangsung efektif. Mahasiswa tidak sepenuhnya memperhatikan dosen yang sedang menyampaikan materi perkuliahan. Hal tersebut tentu tidak mencerminkan penerapan etika komunikasi. Menurut hasil observasi peneliti, pada praktiknya mahasiswa Ilmu Komunikasi mempelajari berbagai bentuk komunikasi dan bagaimana cara berinteraksi yang baik dan benar. Mereka tentu berupaya untuk mencapai komunikasi yang efektif. Namun pada realitanya, peneliti menemukan perilaku *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam proses pembelajaran di ruang kelas. Bahkan sebagian besar belum mengetahui nama dari fenomena ini. Berdasarkan kesenjangan tersebut, peneliti tertarik untuk mengangkat tema *phubbing* kedalam penelitian dengan subjek mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2018-2019. Peneliti memilih angkatan tersebut karena mereka masih melangsungkan perkuliahan atau *event* tahunan program studi sehingga berpotensi untuk bertemu secara langsung dan berinteraksi secara tatap muka.

Perilaku *phubbing* jika dilakukan satu atau dua kali masih bisa di toleransi. Namun jika seseorang konsisten melakukan *phubbing* kepada teman atau pasangan, maka akan beresiko merusak kualitas hubungan. Efek lebih lanjut adalah perilaku *phubbing* menjadi biasa dan dimaklumi serta merasa tidak

memerlukan komunikasi secara tatap muka (Thaeras, 2017 : 1).

*Phubbing* dianggap sebagai perilaku yang tidak sopan dan dapat merusak kedekatan emosional dalam interaksi manusia (T'ng et al., 2018 : 182). *Smartphone* yang seharusnya menjadi alat komunikasi justru menyebabkan gangguan dalam komunikasi secara langsung akibat perilaku *phubbing*. Padahal masyarakat Indonesia memiliki budaya ketimuran, yakni memiliki karakteristik yang masih mengikuti nilai, norma, dan etika dalam sebuah hubungan yang berdasarkan pada sikap saling menghargai ketika terlibat dalam sebuah pembicaraan (Hanika, 2015 : 43). Penggunaan *smartphone* didukung dengan adanya internet. Mengingat keduanya terintegrasi dalam satu perangkat, hal ini mengindikasikan meningkatnya *phubbing*. Karadağ et al. (2015) mengemukakan bahwa kecanduan internet merupakan kontributor paling signifikan dalam perilaku *phubbing* (T'ng et al., 2018:162).

Internet saat ini dapat diakses dengan sangat mudah. Pada awal kemunculannya, internet hanya digunakan untuk mengakses informasi yang penting-penting saja. Seiring dengan kemajuan teknologi kini internet menjadi bagian dari kehidupan manusia. Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2019 bahwa penetrasi pengguna internet mencapai 73,7% dari total penduduk Indonesia (Irawan et al., 2020 : 17). Data tersebut menunjukkan bahwa lebih dari separuh penduduk Indonesia telah mengakses internet.

Segala kemudahan yang diberikan oleh *smartphone* menjadikan seseorang lebih mementingkan benda tersebut kemanapun mereka pergi. Intensitas penggunaan *smartphone* semakin tinggi dari hari ke hari. Kembali merujuk pada data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2019 bahwa dari segi umur yakni antara 15-19 tahun menempati angka sebesar 8,29% (Irawan et al., 2020 : 8). Kemudian disusul usia 20-24 tahun sebesar 8,22% (Irawan et al., 2020 : 8). Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan Turnbull (2010) bahwa seseorang yang banyak menghabiskan waktu untuk mengakses internet, maka dia hanya punya sedikit waktu untuk berkomunikasi dengan orang lain secara nyata (Youarti & Hidayah, 2018 : 144).

Berdasarkan data APJII di atas menunjukkan bahwa generasi muda saat ini berpotensi untuk melakukan *phubbing*. Sebagian besar generasi muda telah menggantungkan hidup mereka pada alat-alat elektronik seperti *smartphone*. Mereka menggunakannya untuk berbagai alasan seperti membantu mengerjakan tugas, mencari ilmu pengetahuan, mencari sumber bacaan, mengikuti perkembangan, dan lain-lain (Ratnasary & Oktaviani, 2020 : 90-91). Terutama generasi Z yang memiliki karakteristik sangat akrab dengan teknologi dan fenomena *phubbing* lahir karena kemajuan teknologi. Generasi ini juga mendapat julukan *i-generation* (generasi internet). Secara tahun kelahiran generasi Z lahir antara tahun 1995-2010

(Putra, 2016 : 130).

Fenomena *phubbing* telah menjadi isu yang menarik perhatian sosial sejak beberapa tahun terakhir. Penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Douglas & Chotpitayasunondh (2018) dengan judul “*The Effects Of Phubbing On Social Interaction*” menunjukkan bahwa peningkatan *phubbing* secara signifikan dan negatif mempengaruhi persepsi kualitas komunikasi dan kepuasan hubungan. Efek-efek tersebut dimediasi oleh berkurangnya rasa saling memiliki. Penelitian ini memberi benang merah bahwa fenomena *phubbing* merupakan fenomena sosial modern yang penting untuk diteliti lebih lanjut (Ratnasary & Oktaviani, 2020 : 91).

Perilaku *phubbing* akan membahayakan interaksi sosial generasi Z jika terjadi terus-menerus. Dalam Islam juga diajarkan untuk tidak mengabaikan seseorang yang sedang berbicara. Seperti firman Allah SWT dalam surat Luqman ayat 18 :

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ

Artinya : Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan dimuka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri.

Menurut Al-Maroghi tafsir dari surat Luqman ayat 18 adalah nasehat Luqman kepada anaknya mengenai sikap untuk tidak memalingkan wajah dari orang-orang yang sedang berbicara kepadanya karena sombong dan meremehkan. Akan tetapi hadapilah orang-orang yang berbicara itu dengan wajah yang berseri-seri dan gembira, tanpa rasa sombong dan tinggi hati (Hamid, 2020 : 36).

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini ingin mengetahui lebih dalam tentang efek *phubbing* sebagai perilaku komunikasi sosial yang terjadi di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi. Maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Efek *Phubbing* pada Interaksi Sosial dalam Proses Pembelajaran di Ruang Kelas” (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Angkatan 2018-2019).**



## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah yang diajukan adalah “Bagaimana efek *phubbing* pada interaksi sosial dalam proses pembelajaran di ruang kelas, yakni pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 2018-2019”.

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah peneliti ingin menganalisis lebih dalam dan menggambarkan efek *phubbing* pada interaksi sosial dalam proses pembelajaran di ruang kelas, yakni pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Angkatan 2018-2019.

## D. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Penulis berharap penelitian ini dapat mengembangkan pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi. Serta jawaban yang diperoleh dapat menjelaskan keberlakuan teori-teori komunikasi. Kemudian dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

## 2. Manfaat Praktis

Penulis berharap penelitian ini dapat menjadi bahan acuan ataupun landasan bagi pengguna *smartphone* agar tidak mengalami ketergantungan dan tidak berperilaku *phubbing* sehingga proses interaksi sosial secara langsung dapat berlangsung dengan baik dan efektif.

## 3. Manfaat Sosial

Penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat untuk membentuk kesadaran dan pengetahuan serta sebagai rujukan masyarakat dalam memanfaatkan kemajuan teknologi seperti *smartphone* terutama dalam berkomunikasi secara tatap muka agar tidak menganggap *phubbing* sebagai perilaku yang lazim dalam kehidupan bermasyarakat.

## E. Telaah Pustaka

Tabel 1

No.	Nama	Judul + Sumber	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Inta Elok Youarti dan Nur Hidayah	Perilaku <i>Phubbing</i> Sebagai Karakter Generasi Z. Sumber : Jurnal Fokus Konseling , Volume 4, No. 1/30 Januari 2020	Hasil penelitian tersebut tawaran modernitas memberikan efek yang sangat memprihatinkan seperti perilaku <i>phubbing</i> . Maka hal ini mengindikasikan seorang konselor untuk memahami konselinya agar dapat bersosial dengan baik, yakni menggunakan pendekatan CBT (Cognitive Behavior Therapy) yang sesuai dan dapat digunakan oleh konselor untuk mengurangi perilaku <i>phubbing</i> .	Peneliti terdahulu sama-sama menggunakan generasi Z sebagai subjek penelitian.	-Peneliti terdahulu mengamati perilaku <i>phubbing</i> sebagai karakter generasi Z, sedangkan peneliti lebih berfokus pada dampak <i>phubbing</i> dalam interaksi sosial generasi Z. -Peneliti terdahulu melihat <i>phubbing</i> dari sisi bimbingan dan konseling, sedangkan peneliti dari sisi interaksi sosial.
2.	Tiara Amelia, Mieska Despitari, Kencana Sari, Dwi Sisca Kumala Putri, Puput Oktamianti, dan Agustina	<i>Phubbing</i> , penyebab dan dampaknya Pada Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Indonesia. Sumber : Jurnal Ekologi Kesehatan Vol. 18 No 2/26 September 2019.	Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa mengetahui perilaku <i>phubbing</i> di mana seseorang lebih berkuat dengan <i>smartphone</i> daripada berinteraksi langsung dengan orang-orang di sekitarnya. Penyebab <i>phubbing</i> yang terjadi adalah keinginan individu untuk tetap <i>update</i> dengan kejadian yang sedang berlangsung, hiburan, dan juga kegiatan guna menunjukkan pencapaian diri Dampak <i>phubbing</i> yakni berupa gangguan Kesehatan fisik dan mental..	Peneliti terdahulu sama-sama membahas tentang <i>phubbing</i> dan menggunakan mahasiswa sebagai subjek penelitian.	-Peneliti terdahulu cenderung membahas ke arah kesehatan fisik dan mental dari <i>phubbing</i> sebagai objek penelitian. Sedangkan peneliti fokus membahas interaksi sosial. -Peneliti terdahulu menggunakan metode FGD ( <i>Focus Group Discussion</i> ) sedangkan peneliti menggunakan metode wawancara mendalam.
3.	Farida Syafira, Najib Ahmad Alamudi, dan Muhammad Syukur	Sosial <i>Phubbing</i> di kalangan Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar. Sumber : Jurnal Sosialisasi Pendidikan Sosiologi UNM. Vol. 6 Edisi 3, November 2019.	Hasil penelitian ini mengatakan bahwa faktor penyebab dari <i>phubbing</i> sosial adalah keberagaman aplikasi <i>smartphone</i> yang disukai, terlalu banyak mengobrol, dan terlalu asyik bermain <i>game</i> . Efek negatif dari <i>phubbing</i> adalah retaknya keharmonisan keluarga, merusak persahabatan, bersifat individualistis, anti sosial.	-Peneliti terdahulu sama-sama membahas tentang <i>phubbing</i> dan menggunakan mahasiswa sebagai subjek penelitian. -Peneliti terdahulu dan sekarang sama-sama menggunakan teknik <i>snowball sampling</i> .	-Peneliti terdahulu secara umum membahas <i>phubbing</i> , sedangkan peneliti fokus ke interaksi sosial. -Peneliti terdahulu menggunakan metode pengambilan sampel <i>snowball</i> , sedangkan peneliti menggunakan sampel purposive.

Sumber : Olahan Peneliti

## F. Landasan Teori

### 1. Teori Ketergantungan Media (*Dependency Media*)

Stanley dan Davis (2010) mengungkapkan bahwa teori *Dependensi Media* yaitu teori ketergantungan sistem media. Asumsi teori ini adalah semakin seseorang menggantungkan kebutuhannya untuk dipenuhi oleh penggunaan media, semakin penting peran media dalam hidup orang tersebut. Teori ini digagas dan dikembangkan oleh Sandra Ball Rokeach dan Melvin DeFleur pada tahun 1975 (Musfialdy, 2020 : 35).

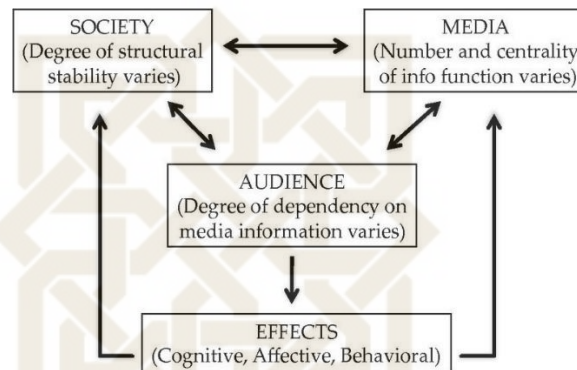
Menurut McQuail (2010) teori ini menganggap bahwa individu merupakan seseorang yang aktif dalam menentukan pilihan media yang digunakan ( Hadi, 2020 : 39). Grant et.al. (1991) mengungkapkan bahwa dalam teori ini individu aktif memilih media untuk mereka gunakan, dengar, tonton, atau baca. Semakin besar harapan individu akan informasi yang dapat membantu mencapai tujuannya, semakin kuat ketergantungan mereka pada media tersebut, selama mereka tidak merasa kecewa dengan media itu. Hal ini berarti individu harus bergantung pada media tertentu untuk memenuhi kebutuhannya (Hadi, 2020 : 39).

Hovart (1989) mendefinisikan bahwa ketergantungan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan secara berulang dan memiliki dampak positif dan negatif (Hadi, 2020 : 40). Penerapannya pada penelitian ini adalah ketergantungan terhadap *smartphone* sebagai media yang digunakan generasi Z untuk memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi. Berdasarkan definisi ketergantungan, ketergantungan terhadap *smartphone* merupakan aktivitas penggunaan *smartphone* yang dilakukan oleh individu secara berulang dan cenderung berlebihan (Hadi, 2020 : 40).

Individu yang merasa nyaman saat menggunakan *smartphone* akan mempengaruhi ketergantungan. Seperti yang dijelaskan Genova (2010) bahwa informasi penting dengan mudah dan cepat didapatkan melalui internet hanya dengan menyentuh layar *smartphone* yang dimiliki oleh individu. Adanya perasaan nyaman tersebut, individu dapat mengulangi kegiatan kapan saja dan di mana saja. Hal ini menunjukkan bahwa ketergantungan terhadap *smartphone* meningkat (Hadi, 2020 : 40).

Teori ketergantungan media menunjukkan hubungan integral yang tak terpisahkan antara sistem sosial, sistem media, dan *audience* (Aryo Seno, 2020 : 4). Berikut adalah bagan hubungan tersebut :

*Bagan 1. Hubungan dalam Teori Ketergantungan Media*



Sumber :

<https://www.google.com/search?q=gambar+teori+ketergantungan+media>

Menurut teori ketergantungan media, media sadar akan kemampuannya untuk membuat hubungan ketergantungan terhadap *audience* dan mampu untuk mencapai tujuan. Rafiq (2012) menyatakan bahwa hubungan ketergantungan tersebut terbentuk melalui empat tahapan, yaitu :

- Individu tertarik dengan media yang memiliki konten beragam untuk memenuhi kebutuhannya akan informasi, pemahaman, dan hiburan.
- Semakin tinggi intensitasnya maka akan semakin kuat dorongan kognitif dan afektif. Dorongan kognitif berfungsi untuk meningkatkan dan mempertahankan tingkat perhatian, sedangkan dorongan afektif berfungsi untuk meningkatkan kepuasan individu.

- Kedua dorongan tersebut mengaktifkan tingkat keterlibatan yang lebih tinggi yang memungkinkan dalam proses penerimaan dan penghafalan informasi.
- Keterlibatan yang besar memungkinkan semakin meningkatnya efek media terhadap individu di tingkat kognitif, afektif, dan perilaku dalam jangka panjang (Musfialdy, 2020 : 35-36).

Terdapat tiga efek dari *Dependency Media Theory* antara lain (Musfialdy, 2020 : 36) :

a. Efek Kognitif

Efek kognitif merupakan efek yang timbul pada diri *audience* ketika informasi tersebut bersifat informatif baginya. Efek kognitif dapat menghilangkan ambiguitas dan pembentukan sikap.

b. Efek Afektif

Efek ini lebih tinggi dari efek kognitif. *Audience* tidak hanya diberitahu akan suatu informasi tetapi lebih dari itu, seperti turut merasakan perasaan gembira, sedih, marah takut, dan sebagainya.

c. Efek Behavior

Efek behavioral merupakan efek yang timbul pada diri *audience* dalam bentuk perilaku. Efek behavioral dapat mengaktifkan, menggerakkan, atau meredakan sebuah isu (Musfialdy, 2020 : 36).

Dikemukakan oleh (Straubhaar, 2010) bahwa Neil Postman menyatakan kehadiran media ditengah masyarakat telah menciptakan budaya baru, yakni *technopoly*, di mana masyarakat mendewakan teknologi. Semua aspek kehidupan diserahkan dan dikontrol oleh teknologi. Selaras dengan yang diungkapkan Thurlow (2004) yakni seperti media sosial yang disebut sebagai transformasi budaya khususnya dalam hal interaksi sosial (Soliha, 2015 : 7).

## 2. *Phubbing*

### a. Pengertian *Phubbing*

*Phubbing* diambil dari kata “*phone*” dan “*snubbing*” yang artinya “telepon” dan “menghina”. Secara istilah, *phubbing* merupakan sikap fokus pada *smartphone* secara terus-menerus saat berkomunikasi dengan orang lain (Karadağ et al., 2015 : 60).

*Phubbing* diartikan sebagai perilaku tidak mengindahkan orang lain dalam interaksi sosial karena lebih terfokus pada ponselnya. *Phubbing* juga dapat diartikan sebagai perilaku seseorang yang sangat bergantung pada *smartphone* sehingga kurang peduli dengan lingkungan sekitar. Maraknya fenomena *phubbing* yang terjadi memunculkan *statement* bahwa *smartphone* mendekatkan yang jauh sekaligus menjauhkan yang dekat (Ratnasary & Oktaviani, 2020 : 90).



Seseorang yang melakukan *phubbing* terindikasi menyakiti lawan bicaranya, karena sikap yang seakan-akan memperhatikan ketika komunikasi secara langsung terjadi, padahal fokusnya tertuju pada *smartphone* ditangannya (Youarti & Hidayah, 2018 : 144).

Istilah *phubbing* sebenarnya sudah muncul sejak tahun 2012. Saat orang-orang sudah menyadari dampak buruk dari fenomena ini. Sebuah agensi yakni Mcann bersama *macquarie dictionary* mengumpulkan ahli bahasa di Sydney University Australia untuk memberi nama pada fenomena tersebut. Akhirnya teretuslah nama *phubbing* yang berasal dari kata *phone* dan *snubbing*. Nama tersebut juga sudah resmi terdaftar di kamus *macquarie* (Akbar et al., 2017 : 2).

*Phubber* atau orang yang melakukan *phubbing* biasa menggunakan *smartphone* sebagai pelarian dari rasa tidak nyaman saat berada di tempat umum. Seperti di transportasi umum atau di lift, hal itu dapat disebut *awkward silent*. Zaman sekarang sikap tersebut semakin parah, tidak hanya dilakukan saat bepergian sendiri bahkan ketika sedang berkelompok, misalkan diskusi. Lebih parah *phubbing* berlangsung saat guru menjelaskan materi di dalam kelas (Youarti & Hidayah, 2018 : 147).

Perilaku *phubbing* dapat disebabkan oleh penggunaan ponsel yang berlebihan. Didukung dengan akses internet yang sangat mudah, sehingga sebagian besar orang memilih untuk bermain ponsel saat berada di tempat umum. Pada studi eksperimen terdahulu yang dilakukan oleh Misra, Cheng, Genevie, dan Yuan (2014) mengenai penggunaan *smartphone* di kedai kopi. Hasil eksperimen tersebut menunjukkan bahwa pengunjung kedai kopi mengecek *smartphone*-nya tiga hingga lima menit sekali. Terlepas dari ada tidaknya notifikasi (Vetsera & Sekarasih, 2019 : 2).

b. Faktor *Phubbing*

Dari berbagai literatur yang ditemukan, peneliti menggunakan teori dari Karadag mengenai penyebab dari perilaku *phubbing*, yakni berbagai macam kecanduan kecanduan antara lain :

1.) Kecanduan *smartphone*

Fasilitas teknologi selain memberikan kemudahan bagi manusia juga dapat menimbulkan masalah. Hampir semua kebutuhan manusia yang dibantu oleh teknologi menyebabkan ketergantungan. *Smartphone* sebagai benda yang dapat digunakan untuk banyak hal, antara lain berkomunikasi, mencari data, dan mendapatkan informasi menjadi salah satu penyebab perilaku *phubbing*. Kecanduan *smartphone* tersebut yang menyebabkan orang-orang memilih berkomunikasi dengan lingkungan virtual

daripada lingkungan nyata di sekitar mereka (Karadağ et al., 2015 : 60-61).

Paramita & Hidayati (2016) mengungkapkan bahwa individu mengalami kecanduan *smartphone* saat menggunakannya untuk mengakses internet secara terus-menerus tanpa memperdulikan dampak negatifnya (Mulyati & Nrh, 2019 : 3). Menurut Bian, M., & Leung (2015), seseorang yang mengalami kecanduan terhadap *smartphone* mengalami perasaan cemas, sedih, produktivitas menurun, merasa kehilangan saat tidak memegang *smartphone*, dan ketidakmampuan untuk mengontrol keinginan (Mulyati & Nrh, 2019 : 3).

Hasil penelitian Aljomaa et al. (2016) terhadap 416 remaja menunjukkan bahwa 48% remaja mengalami kecanduan *smartphone*. Mereka menggunakan *smartphone* lebih dari empat jam dalam sehari. Semakin lama durasi seseorang menggunakan *smartphone* maka semakin besar kemungkinan mengalami kecanduan (Mulyati & Nrh, 2019 : 3). Penelitian tersebut menjadi acuan peneliti sebagai kriteria informan yakni penggunaan *smartphone* yang lebih dari empat dalam sehari.

## 2.) Kecanduan Internet

Internet memberikan dampak positif diantaranya memudahkan berkomunikasi, mengirim dan menerima informasi, surat menyurat (*e-mail*), dan sarana hiburan. Menurut Fauziawati, (2015) dampak negatif kecanduan internet adalah membuat seseorang bergantung pada pengaksesan internet dan menghabiskan banyak waktu untuk mencapai kepuasan sehingga mengalami kecanduan internet ( dalam Nadzifah et al., 2020 : 77).

Penelitian yang dilakukan oleh Alavi et al., (2012) Secara umum ketergantungan terjadi ketika seseorang selalu terdorong untuk menggunakan suatu benda. (Utami, 2019 : 2). Sinkkonen et al., (2014) juga menyatakan bahwa ketergantungan ini dapat berupa ketergantungan pada obat-obatan terlarang dan ketergantungan terhadap *smartphone* sebagai bentuk kecanggihan teknologi penyedia internet paling populer untuk saat ini (Utami, 2019 : 2).

Kecanduan internet merupakan perilaku maladaptif di mana individu bergantung dengan penggunaan internet sehingga menyebabkan ketidakmampuan mengontrol diri dan terus-menerus menggunakan internet (Nadzifah et al., 2020 : 2).

### 3.) Kecanduan Media Sosial

Media sosial yang beragam jenisnya menyebabkan individu terpaku pada layar ponsel. Baik saat sedang sendiri ataupun sedang bersama kelompoknya. Penggunaan media sosial tersebut bermacam-macam, mulai dari berbisnis hingga hanya *scrolling timeline*.

Selain itu, asyik *chatting* di media sosial seperti *whatsapp* dan *line* juga menjadi penyebab perilaku *phubbing*. Di mana dalam sebuah kelompok kecil masing-masing individu lebih fokus *chatting*, baik chat personal maupun grup daripada berinteraksi dengan kelompoknya (Ishak & Torro, 2016 : 3).

### 4.) Kecanduan Game Online

*Game online* adalah sebuah permainan *games* yang dimainkan dengan teknologi komputer yang dihubungkan ke jaringan internet.

*Game online* dapat dikatakan sebagai aktivitas sosial karena pemainnya dapat berinteraksi secara virtual dan sering membentuk komunitas maya. Peminat *game online* pun beragam mulai dari anak-anak hingga orang dewasa karena penyajiannya yang menarik. Namun ketertarikan dan kesenangan memainkan *game online* menyebabkan individu lupa diri, lupa waktu, dan berkeinginan memainkannya terus-menerus. Hal ini berpotensi

untuk menjadikan individu kecanduan *game online* (Fauziawati, 2015 : 2).

Kecanduan *game* merupakan hal yang sangat mempengaruhi perilaku *phubbing*. Seseorang yang kurang terampil dalam manajemen waktunya biasa melarikan diri dengan bermain *game*. Hal tersebut dianggap hiburan dan beberapa individu menganggap sebagai relaksasi mental. Parahnya kegiatan bermain *game* menimbulkan perilaku adiktif. (Karadağ et al., 2015 : 62).

Akibat dari perilaku *phubbing*, diantaranya terjadi kerenggangan hubungan dengan sesama. Baik teman, sahabat, bahkan keluarga yang merupakan orang terdekat. Seseorang terlalu asyik bermain ponsel sehingga tidak ada interaksi sosial yang terjadi. Fenomena tersebut sangat memprihatinkan. Sikap seorang *phubber* yang lebih banyak bermain ponsel mengindikasikan individu lain untuk melakukan hal serupa. Max Weber menjelaskan bahwa dalam teori aksi individu melakukan suatu tindakan berdasarkan atas pengalaman, persepsi, pemahaman, dan penafsirannya atas suatu objek stimulus atau situasi tertentu (Ishak & Torro, 2016 : 4).

Menurut (Karadağ et al., 2015 : 65) ada dua aspek yang mempengaruhi perilaku *phubbing*, antara lain :

1.) *Phone Obsession* (Obsesi terhadap Ponsel)

Menurut penelitian dalam Karadağ et al. (2015) faktor dari obsesi terhadap *smartphone* adalah seseorang yang selalu meletakkan *smartphone* dalam jangkauannya dan selalu mengecek pesan dalam *smartphone* ketika bangun tidur.

Komponen dari obsesi terhadap ponsel (*phone obsession*) antara lain : kelekatan terhadap *smartphone*, cemas saat jauh dari *smartphone*, dan kesulitan dalam mengatur penggunaan *smartphone* (Karadağ et al., 2015 : 65).

2.) *Communication Disturbance* (Gangguan Komunikasi)

Ketika terlibat dalam sebuah percakapan atau sedang berinteraksi secara langsung, seseorang lebih memilih untuk melihat *smartphone* daripada berbicara secara *face to face*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Karadağ et al. (2015) bahwa contoh dari gangguan komunikasi adalah mata seseorang yang selalu melihat *smartphone* dan selalu berurusan dengan *smartphone*.

Komponen dari gangguan komunikasi antara lain menerima atau melakukan panggilan telepon ketika sedang berkomunikasi, membalas pesan singkat (SMS/Chat) ketika sedang berkomunikasi, dan mengecek notifikasi media sosial ketika sedang berkomunikasi (Karadağ et al., 2015 : 65).

### 3. Interaksi Sosial

Manusia merupakan makhluk sosial yang membutuhkan interaksi sosial dengan sesama. Interaksi sosial merupakan dasar dari terjadinya proses dan aktivitas-aktivitas sosial (Xiao, 2018 : 94). Interaksi secara umum dapat diartikan saling berhubungan atau saling bereaksi antara dua individu atau lebih. Sedangkan sosial berkaitan dengan masyarakat. Maka interaksi sosial dapat diartikan hubungan antar individu atau kelompok yang saling berkomunikasi dan melakukan tindakan sosial guna menjaga hubungan baik serta membangun relasi (Pebriana, 2017 : 4).

Ary H. Gunawan mengemukakan interaksi sosial menurut psikologi tingkah laku (*behavioristic psychology*) interaksi sosial berisikan saling pendorongan dan pereaksian dari kedua belah pihak individu (Sisrazeni, 2017 : 6-7). Menurut Max Weber tindakan interaksi sosial dapat mempengaruhi individu-individu lain dalam berperilaku sosial. Dalam bertindak, sebaiknya individu memperhitungkan keberadaan individu lain karena hal tersebut mempengaruhi sebuah hubungan sosial (Pebriana, 2017 : 5). Maka dapat



disimpulkan interaksi sosial adalah hubungan antar individu atau kelompok untuk berkomunikasi dan saling mempengaruhi dalam rangka mencapai tujuan tertentu (Pebriana, 2017 : 5).

a. Syarat Interaksi Sosial

Suatu interaksi sosial dapat berlangsung jika memenuhi dua syarat, yakni kontak sosial dan komunikasi. Adapun kontak berasal dari bahasa latin *con* atau *cum* yang artinya bersama-sama dan *tango* yang artinya menyentuh. Maka, makna secara harfiah adalah bersama-sama menyentuh (Sisrazeni, 2017 : 8). Kontak sosial dapat terjadi dalam tiga bentuk, yakni antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok. (Sisrazeni, 2017 : 8). Sedangkan komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan untuk mendapatkan pemahaman yang sama (Huda, 2020 : 3).

b. Bentuk Interaksi Sosial

Gillin dan Gillin membagi interaksi sosial dalam dua bentuk yakni asosiatif dan disosiatif. Interaksi sosial asosiatif mengarah pada interaksi sosial yang bersifat positif (Soekanto, 2013: 65). Interaksi sosial pada proses pembejaran di kelas termasuk bentuk interaksi sosial asosiatif. Dalam interaksi sosial asosiatif terbagi lagi menjadi tiga yakni Kerjasama, akomodasi, dan asimilasi.

## 1.) Kerjasama

Menurut Robert L. Clitrap Kerjasama merupakan kegiatan dalam sebuah kelompok untuk menyelesaikan tugas secara bersama-sama. Menurut Abdulsyani kerjasama termasuk dalam bentuk proses sosial, dimana didalamnya terdapat suatu kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan bersama dengan saling membantu dan memahami kegiatan masing-masing (Santoso et al., 2018: 3).

Charles H. Cooley mengungkapkan pentingnya fungsi kerjasama yakni jika individu memiliki kesadaran bahwa mereka mempunyai kepentingan-kepentingan yang sama, bersamaan dengan mereka yang menyadari akan pengetahuan dan pengendalian terhadap diri sendiri untuk memenuhi kepentingan-kepentingan tersebut, maka kerjasama akan muncul. Kesadaran bahwa kepentingan yang sama dan adanya organisasi merupakan fakta yang penting dalam kerjasama (FACHRIAL, 2015: 16).

## 2.) Akomodasi

Akomodasi merupakan sebuah proses dimana antar individu atau kelompok yang mulanya bertentangan lalu menyesuaikan diri untuk meredakan ketegangan (FACHRIAL, 2015: 19). Adanya suatu keseimbangan dalam interaksi antara individu atau kelompok dalam kaitannya dengan norma-norma sosial dan nilai-nilai sosial yang berlaku dalam suatu masyarakat (FACHRIAL, 2015: 19).

### 3.) Asimilasi

Asimilasi adalah suatu proses sosial yang dicirikan oleh upaya untuk mengurangi perbedaan antara individu atau kelompok orang, juga mencakup upaya untuk meningkatkan kesatuan tindakan, sikap, dan proses psikologis dengan mempertimbangkan kepentingan dan tujuan bersama (FACHRIAL, 2015: 19).

#### c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Interaksi Sosial

##### 1.) Imitasi

Menurut Gabriel Tarde sebagaimana dikutip Gerungan bahwa seluruh proses sosial itu berdasarkan faktor imitasi. Imitasi dapat mendorong individu atau kelompok untuk melakukan perbuatan baik. Hal itu penting karena jika seseorang telah terdidik untuk memahami segala situasi sosial maka akan memiliki kerangka perilaku dan sikap yang dapat berkembang dalam hal-hal positif.

Namun dalam interaksi individu imitasi dapat berdampak buruk jika yang diimitasi salah. Maka individu harus memilih hal-hal baik untuk dicontoh agar dapat diterima oleh lingkungan (Sisrazeni, 2017 : 9).

## 2.) Sugesti

Sugesti merupakan pandangan dari diri sendiri dan orang lain yang dapat diterima dan mempengaruhi sikap individu tersebut. Sugesti dalam interaksi sosial hampir sama dengan satu dan lainnya (Sisrazeni, 2017 : 9).

## 3.) Identifikasi

Identifikasi merupakan dorongan untuk menjadi sama (identik) dengan orang lain baik secara lahiriah maupun batiniah (Sisrazeni, 2017 : 9).

## 4.) Simpati

Simpati merupakan perasaan tertariknya orang yang satu dengan orang yang lainnya. Simpati timbul karena adanya keinginan dari pihak lain untuk memahami dan bekerjasama (Sisrazeni, 2017 : 9).

## 4. Generasi Z

Generasi Z secara tahun kelahiran adalah generasi yang lahir antara tahun 1995-2010. Menurut Karl Mannheim (1952), seorang pakar sosiologi bahwa generasi adalah suatu konstruksi sosial di mana didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama (Putra, 2016 : 124).

Seiring berjalannya waktu muncul pula pakar lain yang membahas soal generasi, seperti Ryder (1965). Ryder mendefinisikan generasi lebih spesifik yakni agregat dari sekelompok individu yang mengalami peristiwa-peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama pula (Putra, 2016 : 124). Dari pengertian tersebut menunjukkan bahwa persamaan generasi tidak hanya lahir di tahun yang sama, tetapi juga mengalami historis atau peristiwa yang sama.

Banyak penelitian yang membahas bagaimana karakteristik dari gen Z ini. Generasi yang disebut sangat akrab dengan teknologi, bahkan cenderung bergantung dengan teknologi. Menurut Singh dan Dang Mei (2016) generasi Z paling unik dan generasi yang beragam serta canggih secara teknologi. Huntley, (2006) Generasi Z sudah menikmati keajaiban teknologi setelah kelahiran internet dalam segala aktivitas kehidupannya (Purwani & Kertamukti, 2020 : 1).

Seemiller & Grace, (2019) menyatakan bahwa perkembangan teknologi yang sangat pesat membuat generasi ini sangat bergantung pada teknologi, *gadget*, dan aktivitas media sosial. Generasi Z juga lebih memprioritaskan popularitas, jumlah *followers* dan *like* di akun media sosial mereka (Purwani & Kertamukti, 2020 : 2).

Generasi ini memiliki cara komunikasi dan media sosial yang informal, individual, dan sangat lurus dalam kehidupan mereka. Mereka adalah generasi *Do-It-Yourself* (Rachmawati, 2019 : 23). Generasi Z lebih realistis dan positif tentang masa depan. Dalam pekerjaan mereka lebih memilih berwirausaha,

mereka toleran dan dapat dipercaya. Namun mereka juga dikenal dengan generasi yang tidak sabaran.

Generasi Z disebut juga *i-generations*, mereka dikatakan sebagai generasi yang lebih mandiri. Mereka dapat mengambil keputusan sendiri tanpa menunggu ajaran dari orang tua. Dalam urusan pekerjaan generasi Z mampu belajar secara otodidak. Bagi generasi Z, teknologi dan informasi sudah menjadi bagian dari kehidupan mereka. Bagaimana tidak, mereka lahir saat internet telah menjadi budaya global. Sehingga mempengaruhi nilai-nilai, tujuan, dan pandangan hidup mereka. (Fitriyani, 2018 : 5).

Stillman & Stillman, (2018) menyatakan terdapat 7 karakteristik dari generasi Z (Purwani & Kertamukti, 2020 : 3).

a. Figital

Ketika lahir, generasi Z memandang dunia dengan bentuk kemajuan teknologinya. Generasi Z hidup di era yang pesat dengan kemajuan teknologi di mana batasan antara fisik dan digital sudah di hilangkan. Itulah yang disebut *figital*. Generasi Z akan hadir di lingkup dunia kerja di mana sangat berbeda dengan generasi sebelumnya. Generasi ini akan memadukan fisik dan digital dengan cara mengkonsumsi, hidup, dan bekerja. Generasi Z berasumsi bahwa peningkatan budaya organisasi dapat dilakukan dengan menerapkan figital tersebut. Walaupun serba figital, nilai, dan etika mereka terbilang baik, karena hampir semua menyukai atasan dan rekan kerja.

b. Hiper-Kustomisasi

Generasi Z selalu berusaha untuk menyesuaikan identitas dan melakukan kustomisasi agar dikenal oleh dunia. Kemampuan generasi Z untuk mengkustomisasi banyak hal memunculkan ekspektasi bahwa mereka mudah di pahami. Seperti jabatan dan jalur karir. Hal tersebut menimbulkan tekanan bagi dunia kerja seharusnya adil dan memperlakukan semua orang sama.

c. Realistis

Generasi Z sudah mengalami krisis berat sejak dini di mana hal tersebut menjadikan mereka memiliki pola pikir yang pragmatis dalam menyusun rencana untuk mempersiapkan masa depan. Dalam lingkup dunia kerja, hal ini menimbulkan kesenjangan yang sangat jelas antara *millennal* yang idealis.

d. FOMO (*Fear Of Missing Of*)

Istilah ini sepertinya sudah tidak asing lagi. Ketika membuka mata di pagi hari benda yang dicari adalah *gadget* untuk *update* informasi terkini. Generasi Z adalah generasi yang takut ketinggalan informasi. Mereka selalu berlomba-lomba untuk menjadi yang terdepan dalam *trend* dan kompetisi. Tetapi berita buruknya adalah mereka selalu khawatir jika bergerak lambat dan tidak menuju ke arah yang benar. Lingkungan pekerjaan akan merasa tertantang dengan generasi Z yang selalu ingin memastikan mereka tidak tertinggal.

e. *Weconomist*

Gojek hingga AirBnB menjadi salah satu contoh bahwa generasi Z hanya mengetahui dan mengenal dunia dengan ekonomi berbagi. Generasi Z menekan kantor untuk memfilter bagian-bagian internal dan eksternal untuk memberdayakan perusahaan dengan sistem dan cara-cara baru yang praktis sekaligus hemat biaya.

f. *Do It Your Self*

Mungkin sebagian dari kita percaya dengan kalimat *do it your self* atau lakukan sendiri sehingga dapat mempercepat dan mempermudah urusan kita. Begitupun dengan generasi Z yang tumbuh dan hidup di zaman internet, khususnya *youtube* di mana mereka dapat mempelajari apa saja melalui tutorial yang disajikan oleh *youtube*. Generasi Z yang mandiri bertolak belakang dengan generasi *millennial* yang mengedepankan budaya kolektif. Generasi Z mempercayai kalimat “*jika ingin melakukannya dengan benar, lakukanlah sendiri*”.

g. *Terpacu*

Generasi Z yakin dengan adanya pemenang dan pecundang. Resesi yang menyebabkan generasi-generasi sebelumnya goyah dan kepesatan perubahan yang sulit dikejar, sehingga tidak mengherankan jika generasi Z menjadi generasi yang mudah terpacu. Generasi ini rajin dan aktif dalam berkompetisi, hal tersebut tidak dimiliki generasi Y di mana kehidupan generasi Z sangat digital. Generasi Z banyak mendapatkan



informasi melalui koran dan televisi baru merujuk ke internet. Berbeda dengan generasi Z yang bahkan kurang menyukai membaca koran dan menonton televisi. Mereka lebih memilih media sosial untuk mendapatkan informasi. Penyebab dari fenomena tersebut adalah mudahnya akses internet. Generasi Z juga lebih senang bercakap-cakap melalui media sosial.

Generasi Z terkena media melalui internet sangat lama melebihi kegiatan lain selain tidur. Bahkan menurut sudut pandang demografi, aktifnya penggunaan media melalui internet ini menerpa mereka yang tinggal di kota dan di desa. Tidak hanya bagi mereka yang kaya, namun juga bagi mereka yang memiliki perekonomian lemah (Hastini et al., 2020 : 16). Palley (2012 dalam Turner, 2015) mengungkapkan bahwa 50% generasi Z lebih nyaman berkomunikasi secara online daripada secara langsung, bahkan ketika berbicara dengan rekannya, 70% lebih senang secara online daripada secara langsung (Hastini et al., 2020 : 16).

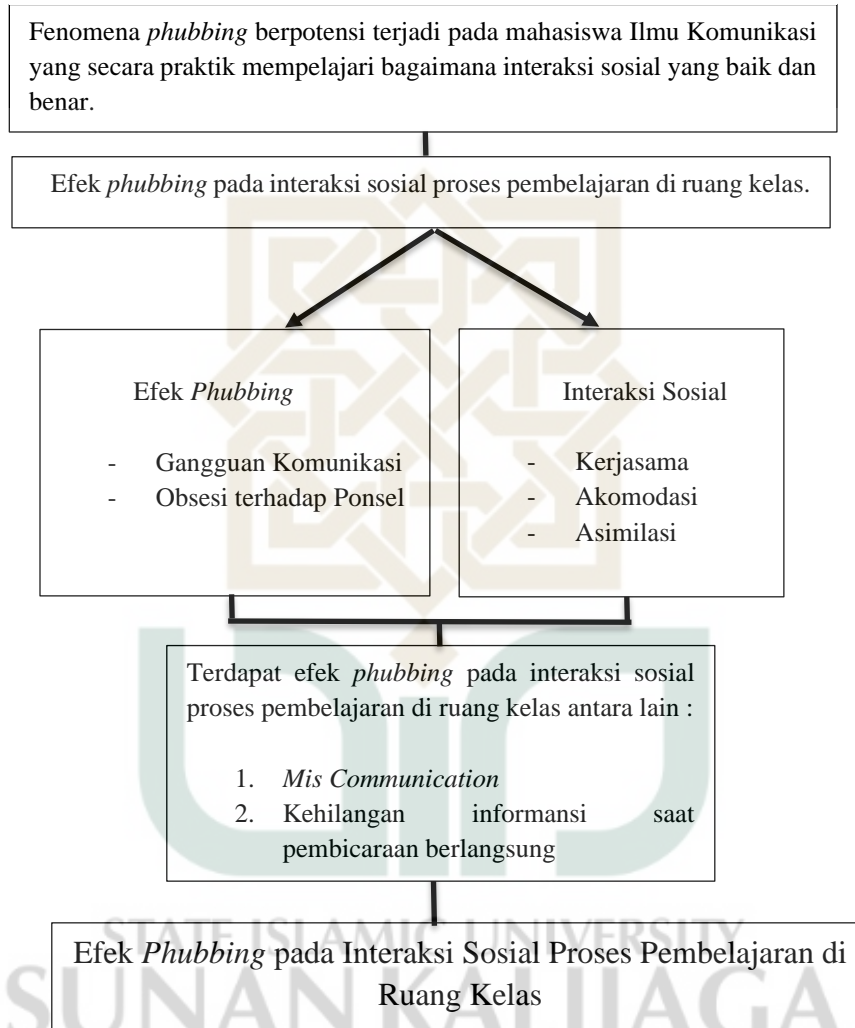
Secara spesifik, generasi Z memiliki ciri-ciri sebagai berikut : *pertama*, fasih teknologi, dimana generasi Z merupakan “generasi digital” yang mahir dalam teknologi informasi dan beragam aplikasi di komputer. Generasi Z juga dengan cepat dan mudah mengakses segala macam informasi yang mereka butuhkan baik dalam bidang pendidikan ataupun informasi untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari. *Kedua*, dari aspek sosial. Generasi Z intens berkomunikasi dan berinteraksi

dengan semua kalangan melalui dunia maya seperti *facebook* dan *twitter*. Mereka juga cenderung memiliki toleransi terhadap perbedaan kultur. *Ketiga*, generasi Z merupakan generasi yang *multitasking* dimana mereka bisa mengerjakan segala sesuatu dalam satu waktu. Contohnya mereka bisa mendengar, berbicara, dan menonton dalam satu waktu. Generasi Z menginginkan segalanya berjalan cepat, mereka tidak suka dengan hal yang bertele-tele. *Keempat*, generasi Z cenderung kurang memiliki keterampilan dalam komunikasi verbal, bersikap egosentris dan individualis, menginginkan hasil yang serba cepat dan instan, tidak sabaran, dan tidak menghargai proses (Subandowo, 2017 : 201).

Banyaknya ciri dan karakteristik yang di miliki oleh generasi Z selain dari sisi usia dan kesamaan peristiwa yang dialami, maka peneliti menentukan klasifikasi generasi Z yang peneliti jadikan informan meliputi : Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2018-2019 yang lahir antara tahun 1998-2001, menggunakan *smartphone*, menggunakan media sosial, dan mengalami perilaku *phubbing*.

## G. Kerangka Pemikiran

Bagan 2.



Sumber : Olahan Peneliti

## H. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2019 : 2). Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah studi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan mendalam melalui pengumpulan data (Kriyantono, 2009). Pendekatan kualitatif dipilih karena berorientasi pada kasus dan konteks. Sedangkan studi deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai gejala-gejala atau realitas agar dapat memberikan pemahaman mengenai gejala atau realitas tersebut (Pawito, 2007). Metode ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Riset ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau *sampling*, bahkan populasi atau *sampling*nya sangat terbatas (Kriyantono, 2009).

Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Data tersebut berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2007).

### 2. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah sumber utama peneliti, yaitu memiliki data-data mengenai variabel yang akan diteliti (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini,

subjek yang digunakan adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2018-2019.

Objek penelitian merupakan sasaran ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu tentang sesuatu hal objektif, *valid* dan *reliable* tentang suatu hal (Sugiyono, 2013). Objek penelitian dalam penelitian ini adalah efek *phubbing* dalam interaksi sosial generasi Z, tepatnya mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2018-2019.

### 3. Sumber Data

#### a.) Data Primer

Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2019 : 194). Pada penelitian ini peneliti mendapatkan data dari mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2018-2019. Data tersebut berupa informasi-informasi untuk menyusun penelitian ini.

Peneliti menggunakan *sampling purposive* dan *snowball* dalam pengumpulan data primer. *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2019 : 133). Peneliti menentukan informan berdasarkan hasil observasi sebelumnya, yakni mahasiswa Ilmu Komunikasi yang lebih banyak fokus ke *smartphone*. *Snowball sampling* adalah teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil kemudian membesar. Ibarat bola salju yang

mengelinding yang lama-lama menjadi besar (Sugiyono, 2019 : 134). Setelah melakukan wawancara dengan informan dari teknik *sampling purposive*, ternyata peneliti belum mendapatkan informasi secara mendalam. Maka dari itu peneliti menggunakan *snowball sampling* untuk menentukan informan.

b.) Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumen (Sugiyono, 2019 : 194). Adapun data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari berbagai literatur seperti jurnal, artikel berita, buku-buku, dan *internet searching*.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik yang dapat digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini metode yang digunakan antara lain :

a.) Observasi

Observasi merupakan kegiatan peneliti yang turun langsung ke lapangan untuk mengamati perilaku dan aktivitas individu di lokasi penelitian. Dalam pengamatan ini, peneliti merekam dan mencatat dengan baik secara terstruktur maupun tidak terstruktur (Creswell, 2016 : 254).

Metode observasi dibedakan menjadi dua jenis dalam praktik penggunaannya, yakni observasi terlibat (*participant observation*) dan observasi tidak terlibat (*non participant observation*) (Pawito, 2007). Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis observasi terlibat karena mengamati secara langsung tindakan phubbing pada mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

b.) Wawancara

Esterberg (2002) mendefinisikan wawancara merupakan pertemuan dua orang yang bertujuan untuk saling bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga membentuk makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2019 : 304). Susan Stainback (1998) mengungkapkan bahwa dengan wawancara peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam mengenai informan dalam menginterpretasikan fenomena yang terjadi (Sugiyono, 2019 : 305). Adapun kriteria informan yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2018-2019, menggunakan *smartphone*, dan menggunakan media sosial.

### c.) Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang (Sugiyono, 2019 : 314). Bogdan mengungkapkan bahwa hasil penelitian dari observasi atau wawancara akan lebih kredibel jika didukung oleh sejarah pribadi kehidupan di masa kecil, di sekolah, di tempat kerja, di masyarakat, dan autobiografi (Sugiyono, 2019 : 315).

#### 1. Metode Analisis Data

Peneliti menggunakan analisis data model Miles dan Huberman, yakni teknik analisis data interaktif. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa teknik analisis data interaktif berlangsung secara terus-menerus hingga tuntas. Aktivitas dalam analisis data interaktif meliputi, reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan serta pengujian kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*) (Sugiyono, 2019 : 321).

##### a.) Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Pada penelitian kualitatif pengumpulan data dengan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Pada tahap awal peneliti melakukan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial atau objek yang diteliti. Dengan demikian peneliti akan mendapatkan data yang bervariasi (Sugiyono, 2019 : 323).



b.) Reduksi Data (*Data Reduction*)

Jumlah data yang diperoleh di lapangan cukup banyak, maka perlu dicatat dengan rinci dan penuh ketelitian. Hal ini disebut dengan reduksi data. Mereduksi data berarti merangkum, memilih, dan memilah hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting dan mencari pola data (Sugiyono, 2019 : 323).

c.) Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data yaitu mengorganisasikan data dengan menjalin atau mengaitkan kelompok data yang satu dengan kelompok data yang lain, sehingga seluruh data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan (Pawito, 2007).

Penyajian data dapat disajikan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchat*, dan sejenisnya. Miles dan Huberman (1984) mengungkapkan bahwa yang paling sering digunakan adalah teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2019 : 325).

d.) Penarikan dan Pengujian Kesimpulan (*drawing and verifying conclusions*)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Hasil temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran secara umum yang tadinya masih belum jelas menjadi jelas,

dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis, atau teori (Sugiyono, 2019 : 329).

## 2. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data yang peneliti gunakan adalah triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan waktu (Sugiyono, 2019 : 368). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis triangulasi sumber, yakni menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber (Sugiyono, 2019 : 369).



## BAB IV

### PENUTUP

Pada bagian akhir skripsi ini, peneliti akan mengemukakan kesimpulan dan saran yang didasarkan pada temuan hasil penelitian dan uraian pada bab-bab sebelumnya mengenai efek *phubbing* pada interaksi sosial dalam proses pembelajaran di ruang kelas pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengamatan, dan pengumpulan data pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2018-2019, maka dapat ditarik kesimpulan sesuai rumusan masalah penelitian bahwa terdapat efek *phubbing* pada interaksi sosial dalam proses pembelajaran di ruang kelas, yakni *mis communication* dan kehilangan informasi saat pembicaraan berlangsung. Efek *phubbing* menyebabkan interaksi sosial yang terjadi secara langsung tidak efektif dan terjadi *mis communication* karena terdapat gangguan komunikasi dan obsesi terhadap ponsel di kelas yang menyebabkan *phubbing*.

Efek *phubbing* juga mengakibatkan mahasiswa kehilangan informasi-informasi penting yang disampaikan oleh dosen baik terkait materi perkuliahan atau hal lain, karena berfokus pada *smartphone* dan mengabaikan lawan bicaranya yakni dosen.

Selain efek *phubbing* yang terjadi di ruang kelas, terdapat efek *phubbing* yang muncul pada interaksi sosial di luar kelas. Efek *phubbing* menyebabkan penurunan nilai dalam menyampaikan pesan, karena *phubber* harus mengulangi pesan ketika lawan bicaranya berperilaku *phubbing*. *Phubbing* juga menyebabkan penurunan kualitas hubungan pertemanan atau hubungan sosial. Hal ini disebabkan oleh rasa kesal terhadap pelaku *phubbing* karena seringkali mengabaikan pembicaraan saat terjadi interaksi sosial secara langsung.

Efek *phubbing* juga menyebabkan pengucilan sosial terhadap pelakunya. Ketika terjadi pengucilan sosial, maka pelaku *phubbing* menjadi bahan pembicaraan. Kemudian efek *phubbing* menyebabkan hilangnya empati seseorang terhadap lawan bicaranya akibat terlalu fokus dengan *smartphone*.

## B. Saran

Saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan antara lain :

### 1. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian tentang *phubbing* akan lebih menarik jika di fokuskan pada hal lain selain efek *phubbing*, seperti faktor penyebab *phubbing* atau solusi mengurangi perilaku *phubbing*. Dari segi subjek penelitian juga akan lebih

bervariasi jika menggunakan masyarakat yang lebih luas seperti di kalangan Ibu-ibu.

## 2. Bagi Dosen Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Hasil penelitian menunjukkan banyaknya tindakan *phubbing* yang terjadi di dalam kelas ketika perkuliahan diselenggarakan secara *offline*. Hasil penelitian ini dapat menjadi saran bagi para dosen agar menghimbau para mahasiswa untuk mengurangi tindakan *phubbing*, serta melangsungkan perkuliahan dengan cara yang menyenangkan seperti mengadakan *games* agar para mahasiswa tidak cepat bosan dan mengantuk di kelas.

## 3. Bagi Generasi Z

Saran peneliti bagi generasi Z adalah bijaksana dalam memanfaatkan kemajuan teknologi seperti *smartphone*. Dan tidak melupakan bahwa kita adalah makhluk sosial yang membutuhkan untuk saling berinteraksi secara langsung. Meskipun melalui *smartphone* kita mempunyai banyak teman di dunia maya, alangkah baiknya jika hubungan sosial secara nyata juga terjalin dengan baik. Kemudian jangan menganggap bahwa perilaku *phubbing* merupakan tindakan yang lazim di era kemajuan teknologi yang sangat canggih ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. T., Dewanto, I. S., & Wibowo T, A. (2017). Mengenalkan *phubbing* kepada remaja SMA melalui webseries. *Rekamakna*, 13.
- Amelia, T., Despitasaki, M., Sari, K., Sisca, D., & Putri, K. (2019). *PHUBBING , PENYEBAB DAN DAMPAKNYA PADA MAHASISWA FAKULTAS KESEHATAN MASYARAKAT , UNIVERSITAS INDONESIA Phubbing , Causes and Impacts on Faculty of Public Health students , University of Indonesia. Ekologi Kesehatan*, 18, 122–134.
- Aryo Seno, F. B. (2020). Intensitas Penggunaan *Smartphone* Dalam Dunia Pendidikan Kedinasan Terhadap Perilaku Komunikasi. *Jurnal Publisitas*, 7(1), 1–10. <https://doi.org/10.37858/publisitas.v7i1.35>.
- Bian, M., & Leung, L. (2015). Linking Loneliness, Shyness, *Smartphone* Addiction Symptoms, and Patterns of *Smartphone* Use to Social Capital. *Social Science Computer Review*. 33(1), 61–79. <https://doi.org/10.1177/0894439314528779>.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran* (4th ed.). SAGE Publication.
- Douglas, K. M., & Chotpitayasunondh, V. (2018). *The effects of " phubbing " on social interaction The effects of " phubbing " on social interaction Varoth Chotpitayasunondh & Karen M . Douglas University of Kent , United Kingdom. January. <https://doi.org/10.1111/jasp.12506>*
- FACHRIAL, L. A. (2015). *Proses Sosial Dan Interaksi Sosial Dalam Pendidikan*. 80.
- Fauziawati, W. (2015). Upaya Mereduksi Kebiasaan Bermain Game Online Melalui Teknik Diskusi Kelompok. *PSIKOPEDAGOGIA Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 4(2), 115. <https://doi.org/10.12928/psikopedagogia.v4i2.4483>.
- Fishum. (n.d.). *Profil Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora. <http://isoshum.uin-suka.ac.id/id/page/prodi/243-Profil-Fakultas>.
- Fitriyani, P. (2018). *Pendidikan karakter bagi generasi Z. Prosiding Konferensi Nasional Ke- 7 Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah ,,Aisyiyah (APPPTMA) 307, 307–314*.
- Geovany, R. V., & Hasbiansyah, O. (1991). *Fenomena Perilaku Phubbing dalam Etika Komunikasi*. 80–83.

- Hadi, A. S. (2020). Analisis Faktor Kenyamanan Dan Ketergantungan Mahasiswa Pada *Smartphone* Yang Mengakibatkan Stres. *Jurnal Bisnis Darmajaya*, 06(02), 37–47. <https://jurnal.darmajaya.ac.id/index.php/JurnalBisnis/article/view/2292>
- Hamid, E. A. (2020). Tafsir Qur'an Surat Luqman Ayat 12-19 Substansinya dengan Pesan Moral Luqman Al-Hakim dalam Pendidikan Islam. *Ilmu-Ilmu Agama*, 2.
- Hanika, I. M. (2015). *Fenomena Phubbing di Era Milenia* (Ketergantungan Seseorang pada *Smartphone* terhadap Lingkungannya). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 42–51. <https://doi.org/10.14710/interaksi.4.1.42-51>
- Harivarman D. Hambatan Komunikasi Internal di Organisasi Pemerintahan. *J ASPIKOM*. 2017;3(3):508. doi:10.24329/aspikom.v3i3.171
- Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? *Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA)*, 10(1), 12–28. <https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678>
- Huda, H. N. (2020). Kecanduan Gadget Dalam Interaksi Sosial Pada Remaja Gadget Addiction in Social Interaction in Adolescent Bantul. *CyberSecurity Dan Forensik Digital*, 3(1), 20–26.
- Irawan, A. W., Yusufianto, A., Agustina, D., & Dean, R. (2020). *Laporan Survei Internet Apjii 2019-2020 (Q2)*. 2020, 15.
- Ishak, & Torro, S. (2016). Sosial *Phubbing* di Kalangan Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Sosialisasi Pendidikan Sosiologi-FIS UNM*, 3(2), 136–142. <http://ojs.unm.ac.id/sosialisasi/article/view/2376>
- Jatnika, I. (2019). *Komunikasi Kelompok*. Alfabeta, Bandung.
- Jihan, A., & Rusli, D. (2017). *Pengaruh faktor kepribadian terhadap phubbing pada generasi milenial di Sumatera Barat*. *Jurnal Unp*, 6(1), 2–11.
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Mızrak Şahin, B., Çulha, İ., & Babadağ, B. (2016). The Virtual World's Current Addiction: *Phubbing*. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, 3(2). <https://doi.org/10.15805/addicta.2016.3.0013>
- 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/10.1556/2006.4.2015.005>

- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media Group.
- Kurnia, S., Sitasari, N. W., & Safitri, M. (2020). Kontrol diri dan perilaku *phubbing* pada remaja di Jakarta. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 18(1), 58–67.
- Mariati, L. H., & Sema, M. O. (2019). *Hubungan Perilaku Phubbing Dengan Proses Kesehatan Universitas Katolik Indonesia Santu Paulus Ruteng*. *Jurnal Wawasan Kesehatan*, 2(2), 51–55.
- Moleong, L. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosda Karya.
- Mulyana D. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya; 2010.
- Mulyati, T., & Nrh, F. (2019). Kecanduan *Smartphone* Ditinjau Dari Kontrol Diri Dan Jenis Kelamin Pada Siswa Sma Mardasiswa Semarang. *Empati*, 7(4), 152–161.
- Munatirah, H., & Anisah, N. (2018). Intensitas penggunaan *smartphone* terhadap perilaku *phubbing* (studi penelitian pada masyarakat Kota Banda Aceh yang mengunjungi warung kupa di Kecamatan Lueng Bata). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(1), 1–14.
- Musfialdy, I. A. (2020). Kajian sejarah dan perkembangan teori efek media. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis Issn*, VIII(1), 30–42.
- Nadzifah, L. U., Bariyyah, K., & Permatasari, D. (2020). Pengembangan Inventori Kecanduan Internet (Internet Addiction) untuk Siswa Sekolah Menengah Atas. *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 6(2), 77–84. <https://doi.org/10.29210/02020494>.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif* (A. Rahim (ed.)). LKiS Yogyakarta.
- Pebriana, P. H. (2017). Analisis Penggunaan Gadget terhadap Kemampuan Interaksi Sosial pada Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v1i1.26>
- Purwani, D. A., & Kertamukti, R. (2020). Memahami Generasi Z Melalui Etnografi Virtual. *ResearchGate, January*, 65–76.



[https://www.researchgate.net/publication/338764624\\_Memahami\\_Generasi\\_Z\\_Melalui\\_Etnografi\\_Virtual](https://www.researchgate.net/publication/338764624_Memahami_Generasi_Z_Melalui_Etnografi_Virtual)

Rachmawati, D. (2019). *Welcoming Gen Z in Job World ( Selamat Datang Generasi Z di dunia kerja )*. 17–18.

Santoso, M. B., Rachim, H. A., & Syauqina, D. A. (2018). Komunikasi Kelompok Sebagai Faktor Pendorong Terbentuknya Kerjasama Dalam Menyelesaikan Pekerjaan K3L Di Lingkungan Universitas Padjadjaran. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 198.  
<https://doi.org/10.24198/jppm.v5i2.18371>

Sisrazeni. (2017). Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Interaksi Sosial Mahasiswa Jurusan Bimbingan Konseling Tahun 2016/2017 Iain Batusangkar. *2nd International Seminar on Education 2017 Empowering Local Wisdom on Education for Global Issue Batusangkar*, 12.  
<http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/proceedings/article/viewFile/898/819>

Soliha, S. F. (2015). *Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial Dan Kecemasan Sosial*. *Interaksi. : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 1–10.  
<https://doi.org/10.14710/interaksi.4.1.1-10>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfa Beta Bandung.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); Kedua). ALFABETA, Bandung.

T'ng, S. T., Ho, K. H., & Low, S. K. (2018). Are you “phubbing” me? The Determinants of Phubbing Behavior and Assessment of Measurement Invariance across Sex Differences. *International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences*, 7(2), 159. <https://doi.org/10.17583/rimcis.2018.3318>

Thaeras, F. (2017). “Phubbing, Fenomena Sosial Yang Merusak Hubungan”. *CNN INDONESIA*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170714134144-277-227920/phubbing-fenomena-sosial-yang-merusak-hubungan>.

Utami, A. N. (2019). Dampak Negatif Adiksi Penggunaan *Smartphone* Terhadap Aspek-Aspek Akademik Personal Remaja. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 33(1), 1–14. <https://doi.org/10.21009/pip.331.1>

- Van Rooij, A. J., Lo Coco, G., De Marez, L., Franchina, V., & Abeele, M. Vanden. (2018). Fear of missing out as a predictor of problematic sosial media use and *phubbing* behavior among flemish adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*. 15(10). <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>.
- Vetsera, N. R, & Sekarasih, L. (2019). Gambaran Penyebab Perilaku *Phubbing* pada Pelanggan Restoran. *Jurnal Psikologi Sosial*. 17(2). 86–95. <https://doi.org/10.7454/jps.2019.12>
- Xiao, A. (2018). Konsep Interaksi Sosial Dalam Komunikasi, Teknologi, Masyarakat. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*. 7(2). <https://doi.org/10.31504/komunika.v7i2.1486>.
- Youarti, I, & Hidayah, N. (2018). Perilaku *Phubbing* Sebagai Karakter Remaja Generasi Z. *Jurnal Fokus Konseling*. 4(1).143. <https://doi.org/10.26638/jfk.553.2099>.

