

**HUBUNGAN KECANDUAN TELEPON PINTAR DENGAN
KECENDERUNGAN PERILAKU *PHUBBING* PADA DEWASA AWAL**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan
Menyelesaikan Program Sarjana
Strata Satu Psikologi**



Disusun oleh :

MAYA NORRIKA SARI
NIM.1502105012

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MULAWARMAN SAMARINDA**

2022

**HUBUNGAN KECANDUAN TELEPON PINTAR DENGAN
KECENDERUNGAN PERILAKU *PHUBBING* PADA DEWASA AWAL**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan
Menyelesaikan Program Sarjana
Strata Satu Psikologi**



Disusun oleh :

MAYA NORRIKA SARI
NIM.1502105012

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MULAWARMAN SAMARINDA
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Kecanduan Telepon Pintar Dengan
Kecenderungan Perilaku *Phubbing* pada Dewasa Awal
Nama : Maya Norrika Sari
NIM : 1502105012
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyetujui :

Pembimbing I

Pembimbing II



Rina Rifayanti, M.Psi., Psikolog
NIP. 19830201 201404 2 001

Hairani Lubis, M.Psi., Psikolog
NIP. 19870317 201404 2 003

Mengetahui
Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Mulawarman



Dr. Muhammad Noor, M.Si
NIP. 19600817 198601 1 001

Lulus Tanggal : 28 Juli 2022

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Maya Norrika Sari

NIM : 1505105012

Program Studi : Psikologi

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya, bahwa skripsi saya yang berjudul “Hubungan Kecanduan Telepon Pintar dengan Kecenderungan Perilaku *Phubbing* pada Dewasa Awal” adalah hasil karya asli penelitian saya sendiri dan bukan plagiat karya orang lain.

Samarinda, 17 Maret 2022

Menyatakan,



Maya Norrika Sari
NIM. 1502105012

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Maya Norrika Sari
NIM : 1502105012
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Hubungan Kecanduan Telepon Pintar dengan Kecenderungan Perilaku *Phubbing*
Pada Dewasa Awal

Dengan ini menyatakan hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Universitas Mulawarman.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Penulis,



Maya Norrika Sari

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Mulawarman, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Maya Norrika Sari
NIM : 1502105012
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak UPT. Perpustakaan Universitas Mulawarman, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas skripsi saya yang berjudul

“Hubungan Kecanduan Telepon Pintar dengan Kecenderungan Perilaku Phubbing Pada Dewasa Awal”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini kepada UPT. Perpustakaan Universitas Mulawarman berhak menyimpan, mengalih media atau memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasi skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Samarinda
31 Oktober 2022
Yang menyatakan,



Maya Norrika Sari
1502105012

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan Menyebut nama Allah yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah Subhanahuwata'Ala karena atas rahmat, karunia rezki, kasih sayang, waktu dan kesehatan yang telah banyak dilimpahkan kepada saya sebagai peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Saya persembahkan karya sederhana ini untuk:

“Mama dan Bapak tersayang sebagai tanda bakti, hormat, dan rasa terima kasih yang tiada terhingga saya persembahkan karya kecil ini kepada Mama dan Bapak yang telah memberikan kasih sayang, segala dukungan, dan cinta kasih yang tiada terhingga yang tiada mungkin dapat saya balas hanya dengan selembar kertas yang bertuliskan kata cinta dalam kata persembahan. Semoga ini menjadi langkah awal untuk membuat Mama dan Bapak bahagia karna saya sadar, selama ini belum bisa berbuat yang lebih.”

“Kepada seluruh keluarga besar, saudara dan semua pihak yang juga selalu mendoakan, mendukung, dan kebersamai hingga akhirnya saya bisa menyelesaikan skripsi ini”

“Kepada sahabat semasa sekolah dan semasa perkuliahan yang selalu memberikan support dan kebersamai setiap proses perjalanan pendidikan. Semoga hubungan kita tetap terjalin baik dan selalu saling mendukung satu sama lain”

HALAMAN MOTTO

“Orang positif saling mendoakan, orang negatif saling menjatuhkan. Orang sukses mengerti pentingnya proses, orang gagal lebih banyak protes.”

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S. Al Baqarah: 286)

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkanmu tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkanmu”

(Umar Bin Khattab)

HUBUNGAN KECANDUAN TELEPON PINTAR DENGAN KECENDERUNGAN PERILAKU *PHUBBING* PADA DEWASA AWAL

Maya Norrika Sari

NIM. 1502105012

Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Mulawarman

ABSTRAK

Penggunaan telepon pintar saat ini tanpa sadar mempengaruhi aspek kehidupan lainnya. Kecanduan dalam menggunakan telepon pintar menjadi salah satu masalah dalam penggunaannya sendiri. Kualitas hubungan yang seseorang rasakan terhadap lawan bicara menjadi rendah ketika lawan bicaranya melakukan perilaku *phubbing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Kecanduan telepon pintar dan kecenderungan perilaku *phubbing* pada dewasa awal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah subjek berusia 20-24 tahun, sebanyak 170 orang dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan kriteria responden yaitu pada rentang usia yang disebutkan dan menggunakan *smartphone* dengan durasi penggunaan lebih dari 6 jam. Metode pengumpulan data menggunakan skala likert yang terdiri dari dua skala yaitu skala kecanduan telepon pintar dan skala perilaku *phubbing*. Data yang terkumpul dianalisis dengan uji korelasi Produk moment. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan cukup signifikan antara kecanduan telepon pintar dengan kecenderungan perilaku *phubbing* pada dewasa awal dengan hasil nilai $r = 0.347$ dan $p = 0.000$. Hal ini berarti semakin tinggi kecanduan telepon pintar maka akan semakin tinggi pula kecenderungan perilaku *phubbing* pada dewasa awal. Begitu pula sebaliknya semakin rendah kecanduan telepon pintar maka akan semakin rendah kecenderungan perilaku *phubbing* pada dewasa awal.

Kata kunci : kecanduan telepon pintar, kecenderungan perilaku *phubbing*

***THE RELATIONSHIP BETWEEN SMARTPHONE ADDICTED AND
PHUBBNG BEHAVIOR TENDENCY OFF EARLY ADULTHOOD***

Maya Norrika Sari

NIM. 1502105012

*Departement of Psychology, Faculty of Social and Political Sciences,
Mulawarman University*

ABSTRACT

The use of smartphones today unknowingly affects other aspects of life. Addiction in using smartphones is one of the problems in its use. The quality of the relationship that a person feels towards the interlocutor becomes low when the interlocutor engages in phubbing behavior. This study aims to determine the relationship between smartphone addiction and behavioral tendencies phubbing in early adulthood. This study uses a quantitative approach. The sample of this study was subjects aged 20-24 years, as many as 170 people using purposive sampling techniques and respondent criteria, namely in the age range mentioned and using smartphones with a duration of use of more than 6 hours. The data collection method uses likert scale which consists of two scales, namely smartphone addiction scale and phubbing Behavior Scale. The collected Data were analyzed by moment product correlation test. The results of this study indicate that there is a positive and significant relationship between smartphone addiction and phubbing behavior in early adulthood with the results of $R = 0.347$ and $p = 0.000$. This means that the higher the smartphone addiction, the higher the tendency of phubbing behavior in early adulthood. Conversely, the lower the smartphone addiction, the lower the tendency for phubbing behavior in early adulthood.

Keywords: smartphone addiction, phubbing behavior

RIWAYAT HIDUP



Maya Norrika Sari, lahir di Kota Samarinda pada tanggal 14 Mei 1996. Anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Heriadi dan Ibu Eka Kosmaretta. Penulis mengawali pendidikan pada tahun 2000 di Taman Kanak-Kanak Al-Khairiyah, Samarinda. Pada tahun 2002 penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Dasar di SD Muhammadiyah 1 dan lulus tahun 2008.

Selanjutnya penulis melanjutkan bersekolah di SMP Negeri 2 Samarinda pada tahun 2008 dan lulus pada tahun 2011. Setelah lulus dari SMP Negeri 2 Samarinda, penulis melanjutkan pendidikan menengah atas di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Samarinda pada tahun 2011 dan lulus pada tahun 2014. Setelah lulus dari Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Samarinda. Pada tahun 2015 penulis mengikuti SBMPTN kembali dan diterima di Program Studi Psikologi Universitas Mulawarman kemudian penulis melakukan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di salah satu desa di daerah kota Bangun yakni Desa Benua Baru.

Selama di bangku kuliah penulis aktif di berbagai organisasi yakni Himpunan Mahasiswa Psikologi (Himapsi), dan juga di organisasi Paduan Suara Mahasiswa Universitas Mulawarman (PSM Unmul). Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT dan berbagai pihak yang telah membantu skripsi ini yang berjudul **“Hubungan Kecanduan Telepon Pintar dengan Kecenderungan Perilaku *Phubbing* pada Dewasa Awal.”**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaykum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat karunia, kemudahan serta ridha-Nya yang tiada batas, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Kecanduan Telepon Pintar dengan Kecenderungan Perilaku *Phubbing* pada Dewasa Awal”. Tak lupa penulis mengucapkan shalawat dan salam kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad Shalallahu Alaihi Wassalam yang telah membawa Islam kepada kita semua, sehingga kita bisa menikmati keimanan dan keislaman tersebut.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari perhatian, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak yang sungguh berarti dan berharga bagi peneliti, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Masjaya M.Si selaku Rektor Universitas Mulawarman.
2. Bapak Drs. Muhammad Noor, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.
3. Ibu Lisda Sofia, S.Psi., M.Psi., Psikolog, selaku Ketua Program Studi Psikologi Universitas Mulawarman.
4. Ibu Rina Rifayanti, M.Psi., Psikolog, selaku pembimbing utama atas bimbingan, saran, dan motivasi yang diberikan.
5. Ibu Hairani Lubis, M.Psi., Psikolog selaku pembimbing kedua atas bimbingan, saran, dan motivasi yang diberikan.

6. Bapak Ali Adriansya, M.A selaku penguji utama atas perbaikan, bimbingan, saran dan motivasi yang diberikan.
7. Ibu Aulia Suhesty, M.Psi., Psikolog selaku penguji kedua atas perbaikan, bimbingan, saran dan motivasi yang diberikan.
8. Segenap Dosen dan Staf di lingkungan Universitas Mulawarman Samarinda, khususnya di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Program Studi Psikologi.
9. Kedua orang tua yang selalu mendukung, memberikan semangat dan motivasi, serta do'a yang selalu tercurah selama ini.
10. Sahabat-sahabat peneliti, terima kasih atas waktu yang diberikan untuk berbagai kesenangan dan kesedihan selama menempuh perkuliahan.
11. Teman-Teman Psikologi Angkatan 2015 khususnya kelas 2015 A, dan teman-teman atau pihak lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu, terima kasih atas kenangan yang telah terjalin bersama.

Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala memberikan berkah dan rahmat-Nya pada kita semua dan semoga karya tulis ini dapat bermanfaat khususnya bagi peneliti dan pembaca pada umumnya.

Wassalamualaykum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Samarinda, 28 Juli 2022
Peneliti

(Maya Norrika Sari)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN KEASLIAN PENELITIAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
RIWAYAT HIDUP.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR DIAGRAM.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku <i>Phubbing</i>	10
1. Pengertian perilaku <i>phubbing</i>	10
2. Aspek-aspek perilaku <i>phubbing</i>	11
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku <i>phubbing</i>	12
4. Karakteristik perilaku <i>phubbing</i>	15
B. Kecanduan Telepon pintar	16
1. Pengertian Kecanduan Telepon pintar	16
2. Aspek-aspek Kecanduan Telepon pintar.....	18
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kecanduan Telepon pintar	20
C. Kerangka Berfikir.....	22
D. Hipotesis.....	24

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	25
B. Identifikasi Variabel	26
C. Definisi Konseptual	26
D. Definisi Operasional.....	26
E. Populasi dan Sampel	27
F. Metode Pengumpulan Data	29
1. Skala Kecenderungan Perilaku <i>Phubbing</i>	30
2. Skala Kecanduan Telepon Pintar	31

G.	Validitas dan Reabilitas	32
a.	Validitas	32
b.	Reabilitas	33
H.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	34
1.	Skala Kecenderungan Perilaku <i>Phubbing</i>	34
2.	Skala Kecanduan Telepon Pintar	35
I.	Teknik Analisa Data	37
1.	Uji Normalitas	38
2.	Uji Linearitas	38
3.	Uji Hipotesis	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A.	Hasil Penelitian	39
1.	Karakteristik Responden	39
2.	Hasil Uji Deskriptif	41
3.	Hasil Uji Asumsi	44
a.	Uji Normalitas	44
b.	Uji Linieritas	46
4.	Hasil Uji Hipotesis	47
a.	Korelasi Product Moment	47
b.	Uji Analisis Korelasi Parsial	48
B.	Pembahasan	49

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan	57
B.	Saran	57

DAFTAR PUSTAKA	69
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	62
-----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Hasil Penelitian Awal Perilaku <i>Phubbing</i>	6
Tabel 2. Skala Pengukuran Likert	30
Tabel 3. <i>Blueprint</i> Skala Uji Coba Perilaku <i>Phubbing</i>	31
Tabel 4. <i>Blueprint</i> Skala Uji Coba Kecanduan Telepon pintar	32
Tabel 5. Tingkat Keandalan <i>Cronbach' Alpha</i>	34
Tabel 6. Sebaran Aitem Skala Kecenderungan Perilaku <i>Phubbing</i>	34
Tabel 7. Rangkuman Analisis Kesahihan Butir Skala Kecenderungan Perilaku <i>Phubbing</i>	35
Tabel 8. Rangkuman Analisis Keandalan Butir Skala Kecenderungan Perilaku <i>Phubbing</i>	35
Tabel 9. Sebaran Aitem Skala Kecanduan Telepon Pintar	36
Tabel 10. Rangkuman Analisis Kesahihan Butir Skala Kecanduan Telepon Pintar	36
Tabel 11. Rangkuman Analisis Keandalan Butir Skala Kecanduan Telepon Pintar	37
Tabel 12. Karakteristik Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 13. Karakteristik Subjek Berdasarkan Usia	39
Tabel 14. Karakteristi Subjek Berdasarkan Status	40
Tabel 15. karakteristik Subjek Berdasarkan Durasi Pemakaian	40
Tabel 16. Karakteristik Subjek Berdasarkan Media Sosial Yang Sering Digunakan	40
Tabel 17. Karakteristik Subjek Berdasarkan Merk Handphone.....	41
Tabel 18. Mean Empirik dan Mean Hipotetik	42
Tabel 19. Kategorisasi Skor Kecenderungan Perilaku <i>Phubbing</i>	43
Tabel 20. Kategorisasi Skor Kecanduan Telepon Pintar	43
Tabel 21. Hasil Uji Normalitas	44
Tabel 22. Hasil Uji Linieritas	46
Tabel 23. Hasil Uji Analisis Korelasi <i>Pearson Product Moment</i>	47
Tabel 24. Hasil Uji Analisis Korelasi Parsial Aspek Gangguan Komunikasi	48
Tabel 25. Hasil Uji Analisis Korelasi Parsial Aspek Obsesi Terhadap Ponsel.....	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian	24
Gambar 2. Q-Q Plot Kecenderungan Perilaku <i>Phubbing</i>	45
Gambar 3. Q-Q Plot Kecanduan Telepon Pintar	45

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 1. Data Pengguna Telepon Pintar Berdasarkan Usia	2
--	---

DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1. Data Penelitian Awal Phubbing</i>	<i>63</i>
<i>Lampiran 2. Skala Penelitian variabel Kecenderungan Perilaku Phubbing dan variabel Kecanduan Telepon Pintar</i>	<i>64</i>
<i>Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Skala Kecenderungan Perilaku Phubbing</i>	<i>71</i>
<i>Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Skala Kecanduan Telepon Pintar</i>	<i>73</i>
<i>Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas Y (Kecenderungan Perilaku Phubbing)</i>	<i>76</i>
<i>Lampiran 6. Hasil uji Reliabilitas X (Kecanduan Telepon Pintar).....</i>	<i>76</i>
<i>Lampiran 7. Kategorisasi</i>	<i>77</i>
<i>Lampiran 8. Hasil Statistik Deskriptif</i>	<i>79</i>
<i>Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas.....</i>	<i>80</i>
<i>Lampiran 10. Hasil Uji Linearitas</i>	<i>80</i>
<i>Lampiran 11. Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment.....</i>	<i>80</i>
<i>Lampiran 12. Uji Analisis Korelasi Parsial</i>	<i>81</i>

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada zaman modern dan maju seperti sekarang teknologi berkembang begitu pesat. Salah satu alat untuk berkomunikasi dimana kebanyakan individu miliki ialah telepon genggam atau *handphone*. Dengan berjalannya waktu teknologi ini mengalami perkembangan pesat yang dilengkapi berbagai fitur dengan banyak kegunaan seperti kamera, video beresolusi tinggi, pemutaran musik, permainan, radio dan layanan internet. *Handphone* terbaru saat ini sudah menggunakan *processor* dan *Os (Operating System)* sehingga kemampuannya setara dengan sebuah komputer. Menurut Isna & Nadhila (2013) Fitur ini membantu seseorang dalam mengerjakan tugas sehingga bisa diselesaikan dalam waktu yang singkat.

Perusahaan platfrom media sosial dari Kanada, *Hootsuite* yang bekerja sama dengan *We Are Social* dari Inggris merilis tentang perkembangan pengguna internet di seluruh dunia. Berdasarkan platfrom tersebut, Indonesia pada tahun 2021 memiliki total 274,9 juta penduduk yang dimana pengguna telepon pintar di Indonesia mencapai 345,3 juta (125,6% dari jumlah popuasi) dan jumlah pengguna internet nya mencapai 202,6 juta (73,7% dari jumlah populasi).

Berdasarkan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) ditinjau dari pengguna telepon pintar di Indonesia tahun 2020 yang paling banyak menggunakan telepon pintar ada pada rentang usia 20-24 tahun yaitu dengan persentase 14,1% dilanjutkan pengguna terbanyak setelahnya direntang usia 25-29

tahun dengan persentase 13,1%. Ini menyatakan bahwa yang menggunakan telepon pintar merupakan kalangan usia muda yang ada di bangku perkuliahan hingga kalangan yang berusia produktif.

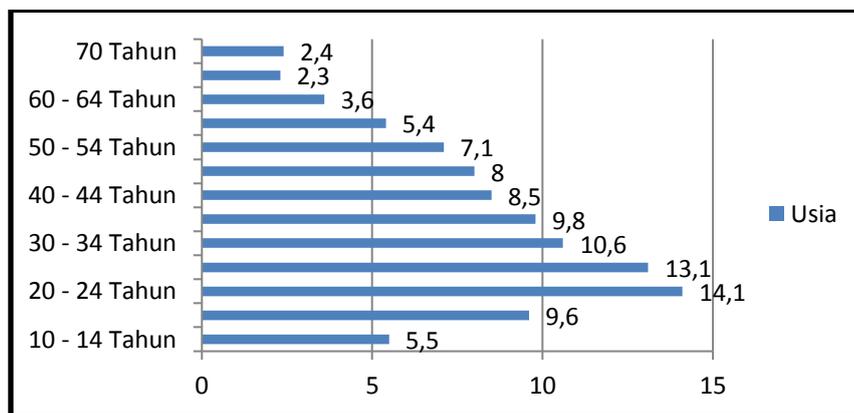


Diagram 1. Data pengguna Telepon pintar berdasarkan usia. Sumber: APJII

We Are Social juga merilis tentang media sosial yang sering digunakan di Indonesia untuk mengakses internet. Dari banyaknya aplikasi yang tersedia di telepon pintar, hasil survei tertinggi diperoleh media sosial Youtube dengan jumlah penggunaanya sebanyak 93,8% dari jumlah populasi di Indonesia. Kemudian dilanjutkan dengan media sosial terbanyak digunakan yakni Whatsapp sebanyak 87,7% dari jumlah populasi di Indonesia.

Dalam mengakses media sosial, pengguna Internet di Indonesia menghabiskan waktu yang bervariasi. Menurut platform *We Are Social*, di Indonesia rata-rata waktu yang digunakan setiap hari dalam mengakses internet melalui perangkat apapun yakni selama 8 jam 52 menit. Dilanjutkan dengan rata-rata menggunakan media sosial setiap hari melalui perangkat apapun selama 3 jam 41 menit.

Menurut salah satu pakar teknologi dari Institut Teknologi Bandung, Dimitri Mahayana (2014) menyatakan sekitar 5-10% pecandu gadget melakukan kebiasaan dalam menyentuh gadgetnya sekitar 100 hingga 200 kali dalam sehari. Rata – rata jangka waktu yang digunakan penduduk Indonesia dalam penggunaan telepon pintar yakni selama 8 jam 36 menit, sedangkan secara normal penggunaan telepon pintar itu selama 6 jam 42 menit. Agusli (2016) mengatakan jika waktu dalam aktivitas manusia normal adalah 16 jam perhari atau 960 menit, maka seseorang yang terobsesi terhadap telepon pintar akan menyentuh gadgetnya selama 4,8 menit sekali.

Fenomena terhadap penggunaan telepon pintar saat ini tanpa sadar dapat mempengaruhi aspek kehidupan lainnya. Keinginan untuk terkoneksi yang sangat tinggi pada sebuah telepon pintar membuat hal ini mengalahkan segalanya terutama pada saat berkomunikasi. Menurut Timothy (2018) bahwa individu yang terlalu mementingkan telepon pintar nya ketika berbincang dengan orang lain dan kemudian menjadikannya sebuah kewaspadaan dari lawan bicara yang merasa ditolak, dijauhi serta tidak dianggap penting akan berpengaruh pada kebutuhan dasar dan mempengaruhi kesehatan mental seseorang.

Penelitian Aljomaa (2016) pada remaja yang berjumlah sebanyak 416 menunjukkan hasil 48% remaja telah mengalami kecanduan telepon pintar, mereka menggunakannya lebih dari 4 jam perhari. Semakin lama menghabiskan waktu seorang individu dalam menggunakan telepon pintar, maka semakin tinggi pula kemungkinan individu itu mengalami kecanduan telepon pintar yang akan berdampak pula pada fisik, psikologis, sosial, keluarga dan pendidikan.

Kecanduan dalam menggunakan telepon pintar menjadi salah satu masalah dalam penggunaan telepon pintar. Kecanduan tersebut dijabarkan dalam keinginan untuk berkomunikasi biasa, walaupun tidak ada kebutuhan yang nampak untuk berkomunikasi. Dampak psikologis lain yang nampak ialah ketika pengguna sedang bersama keluarga atau teman – temannya, mereka cenderung melihat pada telepon pintar dan lebih memilih fokus terhadap telepon genggamnya.

Ducharme (2018) mengatakan jika seseorang menyela pembicaraan pihak lain, melihat telepon pintar mereka itu akan mengurangi komunikasi dua arah dan tidak baik bagi siapa pun, karena pihak lain merasa terluka dan akan menghancurkan harga diri seseorang karena tidak sopan saat melakukannya.

Perilaku mengacuhkan atau tidak memperdulikan lawan bicara secara langsung disebut dengan dengan istilah “*phubbing*”. *Phubbing* merupakan sikap atau tindakan acuh seseorang dalam sebuah lingkungan dengan fokus pada gadget daripada memperhatikan atau berinteraksi dengan lingkungan di sekitarnya. Seseorang dapat dikatakan *phubbing* apabila ia mengacuhkan orang di sekitarnya atau tidak memperdulikan lawan bicara karena lebih memilih telepon pintarnya, baik itu sekedar mengecek maupun melihat fitur atau aplikasi yang ada di dalamnya.

Menurut Karadag (2015) sikap *phubbing* mengacu pada perilaku seseorang dimana seseorang melihat atau sibuk menangani ponsel saat berbicara dengan orang lain dan mengabaikan komunikasi interpersonal. Dalam perilaku *phubbing*, mengabaikan teman dan sibuk dengan telepon pintar dapat menyebabkan perilaku pembalasan yang disengaja atau tidak disengaja.

Aktifitas *phubbing* di kalangan masyarakat cenderung menyebabkan proses komunikasi dan interaksi tidak berjalan dengan baik. Corry (2009) berpendapat bahwa etika komunikasi tidak hanya berkaitan dengan tutur kata yang lembut dan baik, tetapi juga berangkat dari niat tulus yang diekspresikan melalui ketenangan, kesabaran dan juga empati. Dari penelitian Thaeras (2017) terdapat 143 responden yang diuji cobakan, ternyata 70% dari responden tidak bisa lepas dari telepon genggamnya dan melakukan *phubbing*.

Fenomena perilaku *phubbing* merupakan suatu hal yang negatif karena seseorang mengabaikan pembicaraan lawan bicara, intinya bahwa penggunaan telepon pintar dapat memisahkan orang dari satu sama lain. Hanika (2015) berpendapat bahwa Perilaku *phubbing* dapat digambarkan dengan kondisi seseorang dengan orang sekitarnya yang secara fisik bersama, tetapi tidak sepenuhnya hadir untuk satu sama lain.

Dampak dari perilaku *phubbing* adalah lawan bicara ataupun orang yang berada di depannya merasa terabaikan dan menjadi tak terhiraukan. Akibatnya, kualitas dari hubungan secara personal pun menurun. Memang pada awalnya perilaku *phubbing* ini belum banyak diteliti karena orang-orang beranggapan bahwa perilaku ini masih bisa ditolerir, namun efek jangka panjang dari perilaku *phubbing* ini dapat merusak kualitas hubungan, baik hubungan percintaan (pernikahan), maupun hubungan persahabatan. Dengan rusaknya kualitas hubungan, bisa jadi berakibat kepada rusaknya kualitas hidup dan bahkan bisa berakhir pada depresi.

Berdasarkan jurnal penelitian Ugur dan Koc (2015) menyatakan ada sebanyak 349 anak perkuliahan di Turki, dengan nilai 95% nya mengaku bahwa

telah melakukan *phubbing* dan banyak memakai telepon pintar di dalam kelas, setidaknya sesekali atau dua kali dan 32% menggunakannya setiap hari. Penelitian yang dilakukan Hanika (2015) menyatakan hasil survei terhadap 60 mahasiswa UNDIP, ditemukan sebanyak 82% dari semua responden mengaku jika pernah melakukan perilaku *phubbing*.

Berdasarkan serangkaian penuturan di atas beserta penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya maka dalam hal ini penulis melakukan penelitian awal dengan menyebarkan angket secara *online* untuk melihat apakah kalangan usia dewasa awal yang ada di Samarinda cenderung melakukan perilaku *phubbing*.

Tabel 1. Hasil Penelitian Awal Perilaku *Phubbing*

ITEM PERTANYAAN	Jumlah		Persentase	
	Ya	Tidak	Ya	Tidak
1. Merasa cemas ketika pergi dan lupa membawa telepon pintar.	54	6	90%	10%
2. Tidak dapat menahan diri untuk tidak membuka telepon pintar.	51	9	85%	15%
3. Mendahulukan melihat telepon pintar daripada merespon pembicaraan.	50	10	83,3%	16,7%
4. Sulit bagi diri untuk mengatur penggunaan telepon pintar.	49	11	81,7%	18,3%
5. Merasa kesal jika ada yang mengganggu ketika sedang asyik menggunakan telepon pintar.	45	15	75%	25%
6. Menurut saya, membalas pesan atau chatting saat berinteraksi dengan teman adalah hal yang wajar.	42	16	70%	30%
7. Ketika saya pergi dengan teman-teman saya, saya hanya melihat telepon pintar saya untuk melihat apakah saya mendapatkan notifikasi.	40	20	66,7%	33,3%
8. Spontan mengabaikan lawan bicara ketika telepon pintar berdering.	38	22	63,3%	36,7%
9. Pandangan hanya bisa tetap fokus pada telepon pintar walaupun sedang berbicara dengan teman.	37	23	61,7%	38,3%
10. Lebih menyukai berinteraksi menggunakan telepon pintar dibanding berinteraksi secara langsung.	13	47	21,7%	78,3%

Dari penelitian awal yang dilakukan dengan menyebarkan kuisioner secara *online* sebanyak 60 subjek, soal yang diberikan sebanyak 10 pernyataan. Hasil dari kuisioner tersebut menyatakan bahwa seseorang merasa cemas ketika pergi dan lupa membawa telepon pintarnya adalah pernyataan dengan nilai paling tinggi yakni 90%. Dilanjutkan dengan pernyataan bahwa seseorang tidak dapat menahan diri untuk tidak membuka telepon pintarnya dengan hasil 85%.

Pada teori *phubbing* dijelaskan pula karakteristiknya, dimana salah satu tokoh yaitu Chotpitayasumodh dan Karen (2018) mengemukakan ciri khusus dari perilaku *phubbing* yaitu penarikan kontak mata dimana seseorang menghindari tatapan antar wajah. Selanjutnya yaitu emosi yang dapat membatasi hubungan interpersonal, emosi yang dimaksud yaitu emosi negatif dan emosi positif.

Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Pinasti dan Kustanti (2018) terhadap empati dan adiksi telepon pintar hasil yang didapat dari penelitian tersebut bahwa adanya pengaruh signifikan antara kecanduan telepon pintar dengan empati seseorang. Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin tinggi sikap empati maka semakin rendah perilaku adiksi telepon pintar dan semakin rendah sikap empati maka semakin tinggi perilaku adiksi telepon pintar. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan ini adalah pada variabel perilaku *phubbing*.

Penelitian lainnya oleh Yunita dan Syam (2017) terhadap perilaku *Phubbing* dan juga penggunaan telepon pintar secara berlebihan menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan telepon pintar pada mahasiswa yakni sepanjang hari. Melalui pemanfaatan berapa lama menggunakannya menunjukkan ketergantungan

seseorang, tidak hanya pagi, siang, dan malam. Beberapa narasumber tidak mengetahui apa itu *phubbing*, namun hasil penelitian menunjukkan sebagian besar dari mereka pernah mengalami kondisi tersebut. Dari keseluruhan tanggapan responden, hasil analisis sederhana menunjukkan kalau perilaku *phubbing* disebabkan karena menggunakan telepon pintar yang berlebih dan dapat mempengaruhi signifikan pada komunikasi lingkungan sosial oleh mahasiswa.

Penelitian Munatirah dan Anisah (2019) mengenai intensitas penggunaan telepon pintar terhadap perilaku *phubbing*, menyatakan bahwa intensitas penggunaan telepon pintar memiliki pengaruh pada perilaku *phubbing* itu sendiri. Hasil pengujian t hitung (7,531) lebih besar dari t tabel (1,984) yang berarti hipotesisnya diterima, intensitas penggunaan telepon pintar berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *phubbing*. Penggunaan telepon pintar efektif terhadap perilaku *phubbing* tergantung pada frekuensi penggunaan telepon pintar dan durasi berapa lama kurun waktu penggunaannya. Hal ini memungkinkan sebagian banyak orang melakukan *phubbing* baik itu dari segi kesadaran, minat, pertimbangan, pengujian, serta adaptasi.

Berdasarkan rangkaian permasalahan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji tentang kecenderungan perilaku *phubbing*. Dan sesuai latar belakang yang telah diuraikan maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Kecanduan telepon pintar terhadap Kecenderungan Perilaku *Phubbing* pada Dewasa Awal”.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada Hubungan antara Kecanduan telepon pintar dengan kecenderungan Perilaku *Phubbing* pada Dewasa Awal di Samarinda.

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan Kecanduan telepon pintar dengan Kecenderungan Perilaku *Phubbing* pada dewasa awal di Samarinda.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi literatur penelitian psikologi, khususnya yang berkaitan dengan perilaku *phubbing* dan manfaatnya untuk mengembangkan teori-teori dalam ilmu psikologi, terutama yang berkaitan dengan psikologi sosial.

2. Manfaat praktis

- a. Sebagai bahan panduan agar subjek bisa terlepas dari kecenderungan perilaku *phubbing* dan bisa menyadari perilaku tersebut.
- b. Sebagai bahan pertimbangan dalam ranah keluarga terutama bagi orangtua, dan para remaja terkait dengan kecanduan telepon pintar dimana hal ini menjadi awal dari perilaku *phubbing*.
- c. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian selanjutnya, terutama yang berkaitan dengan *phubbing*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku *Phubbing*

1. Pengertian Perilaku *Phubbing*

Menurut Karadag (2015) perilaku *phubbing* bisa digambarkan sebagai seseorang yang melihat ponselnya saat berbicara dengan temannya atau orang lain, sibuk menggunakan telepon pintarnya dan mengabaikan komunikasi antar pribadi. Dengan pendapat yang dikemukakan oleh Chotpitayasunondh & Douglas (2016) perilaku *phubbing* menyertakan penggunaan telepon pintar di dalam lingkungan sosial dari dua orang atau lebih dan memilih berinteraksi dengan telepon pintar alih-alih dengan orang-orang yang ada disekitarnya.

Menurut Haigh (2015) kata *phubbing* berasal dari gabungan kata *phone* dan *snubbing*, yang artinya adalah “telepon” dan “menghina” yang secara istilah menggambarkan tindakan menghina seseorang dalam lingkungan sosial dengan memperhatikan ponsel, bukan berbicara langsung dengan orang tersebut. *Phubbing* diartikan sebagai tindakan menyakiti orang lain dalam interaksi sosial karena lebih berfokus pada telepon pintarnya.

Robert dan David (2016) menyatakan jika korban dari pelaku *phubbing* ialah seseorang yang pernah diacuhkan orang lain ketika sedang berkonsentrasi pada ponselnya di tempat kerja. Perilaku *phubbing* dapat menjadi suatu gangguan pada percakapan ketika seorang melakukan pembicaraan dengan orang lain, tetapi lebih suka menggunakan ponselnya ketimbang berinteraksi secara interpersonal.

Berdasarkan uraian di atas dapat di simpulkan bahwa *phubbing* merupakan sebuah tindakan dimana seorang individu yang sibuk melihat telepon genggamnya, menjawab panggilan, menerima pesan singkat, bahkan membuka postingan-postingan di sosial media dan mengabaikan lawan bicaranya serta orang yang sedang berinteraksi di sekitarnya.

2. Aspek-aspek perilaku *Phubbing*

Karadag (2015) hasil dari *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dalam sebuah penelitiannya, terdapat dua aspek dari perilaku *phubbing*, yakni:

a. Gangguan komunikasi

Hambatan dari komunikasi yang terjadi pada situasi ini disebabkan oleh kehadiran telpon genggam yang merupakan salah satu faktor pengganggu interaksi secara tatap muka di lingkungan.

b. Obsesi terhadap ponsel

Obsesi terhadap ponsel disebabkan oleh kebutuhan yang besar untuk menggunakan ponsel, bahkan saat berkomunikasi di suatu lingkungan. Obsesi terhadap ponsel mencakup tiga bagian, yakni keterikatan pada ponsel, kecemasan jika tidak dekat dengan ponsel, dan kesulitan dalam mengelola penggunaannya.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek yang mempengaruhi *phubbing* memiliki dua aspek, yakni gangguan komunikasi yang disebabkan oleh telepon pintar dan obsesi terhadap ponsel.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku *Phubbing*

Karadag (2015) mengatakan ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku *phubbing*, yakni:

a. Kecanduan telepon pintar

Teknologi dapat memudahkan kehidupan manusia juga akan berdampak buruk untuk orang yang menggunakannya. Dalam lingkup industri, kehidupan manusia membutuhkan akses lebih ringkas untuk memenuhi kebutuhan informasi dan sejenisnya. Berbagai konsep waktu, persepsi kebutuhan, dan rasa senang bisa berubah. Ketergantungan pada telepon pintar mempunyai resiko yang sama dengan pemakaian teknologi yang juga berlebih. Dalam hal ini ketergantungan juga memiliki faktor-faktor dimana dapat berpengaruh pada kehidupan orang tersebut. Telepon pintar yang penuh dengan aplikasi bagus dan menarik bisa berdampak signifikan.

b. Kecanduan internet

Telepon pintar dapat memberikan efek buruk bagi individu yang dapat memberikan banyak hal serta kenyamanan saat berselancar di dunia maya. Studi ini menunjukkan bahwa bukan telepon pintar itu sendiri yang menjadi masalah, melainkan fitur –fitur yang disediakan. Selama beberapa waktu terakhir, waktu yang panjang serta frekuensi dalam menggunakan internet telah mengalami kenaikan. Ditambah adanya hasil nyata data jumlah waktu yang dihabiskan untuk mengakses internet secara patologis dapat mengakibatkan penggunaan internet berlebih.

c. Kecanduan media sosial

Dalam ranah media sosial banyak mencakup fungsi diantaranya permainan, komunikasi, pertukaran informasi, serta aplikasi multimedia lainnya yang dapat mendorong seseorang agar selalu menggunakan internet. Media sosial yang ada seperti halnya komputer memerlukan wadah tersendiri. Namun, tidak seperti halnya menggunakan telepon pintar bisa dengan mudah digunakan dimana saja dan kapan saja. Menjadikan suatu alasan kenapa seorang individu mengarah pada perilaku candu terhadap ponsel.

d. Kecanduan permainan

Salah satu pengaruh yang bisa meningkatkan perilaku *phubbing* ialah candu dengan permainan, kecanduan ini setara tingkatannya seperti kecanduan ponsel. Individu yang tidak mempunyai ilmu untuk mengatur waktu pada penggunaannya agar bisa menghindari suatu persoalan menjadi cara untuk merelaksasikan kondisi psikis. Kecanduan akan permainan berfokus pada game online, video game, dan game mobile (semuanya mempunyai dasar yang sama dan dianggap sebagai perilaku kecanduan, artinya game yang memengaruhi kehidupan sehari-hari).

Selain itu Chotpitayasunondh dan Douglas (2016) mengatakan bahwa ada hal-hal yang dapat berpengaruh dalam terbentuknya perilaku *phubbing*, yakni:

a. Kecanduan telepon pintar

Menggunakan telepon pintar secara berlebihan dan berulang kali melihat telepon pintar berkaitan pada suatu gangguan komunikasi secara personal, seperti terhambatnya perkembangan hubungan secara langsung serta

keyakinan, hambatan sosial yang lain, dan juga relasi yang romantis menjadi tidak aman bersama partner atau pasangan.

b. *Fear of missing out*

FoMo merupakan kondisi individu yang mempunyai perasaan tidak aman yang berkaitan pada penggunaan ponsel yang berulang kali. Perasaan cemas yang mendefinisikan perihal ketertinggalan suatu informasi yang dimana punya peran penting terhadap media sosial yang luas, kebutuhan akan kepuasan, serta suasana hati dimana secara keseluruhan sudah terbuang pada tingkat kecanduan telepon pintar.

c. Kontrol diri

Pengendalian sangat lekat kaitannya terhadap sikap kecanduan serta menjadi kaitan terhadap penggunaan telepon pintar yang bermasalah. Kesulitan untuk mengontrol impuls dan sulit mengatur dalam hal pemakaian ponsel. Dan pada akhirnya bisa memprediksi masalah penggunaan telepon pintar yang dapat membentuk kecenderungan perilaku *phubbing*.

Pada uraian yang telah dipaparkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *phubbing* terdiri kecanduan telepon pintar yang berlebihan, kecanduan terhadap internet, kecanduan terhadap media sosial, kecanduan terhadap permainan yang terdapat di dalam ponsel, takut kehilangan (*fear of missing out*), serta kontrol diri.

4. Karakteristik perilaku *Phubbing*

Chotpitayasunondh dan Karen (2018) mengatakan karakteristik perilaku *phubbing* diantaranya adalah :

a. Penarikan kontak mata

Ini bisa diartikan sebagai "*Silent Treatment*", tidak diterima dalam sosial oleh masyarakat. Menghindari tatapan mata merupakan bentuk pasif meremehkan secara sosial, mengungkapkan ketidakminatan. Dibandingkan dengan seseorang yang menerima kontak mata langsung, orang disisi penerima cenderung memiliki rasa puas lebih rendah dari empat dasar kebutuhan individu. Maka dari itu, perilaku *phubbing* menunjukkan efek lebih global dari sikap meremehkan secara sosial, sehingga secara logis bisa dipercaya perilaku *phubbing* mempunyai dampak buruk seperti pemenuhan terhadap kebutuhan perasaan secara sosial pada seseorang. Meskipun pengasingan tersebut disebabkan ponsel itu sendiri yang mempunyai dampak buruk terhadap kebutuhan, kewaspadaan serta emosi seseorang, kebutuhan yang tidak terpenuhi dan dampak buruk cenderung memiliki dampak yang korosif pada hasil relasional saat bersamaan.

b. Emosi yang membatasi hubungan interpersonal

Dalam teori kelekatan, berbagai emosi menjadi fungsi adaptif dari keberadaan seorang individu. Pengaruh yang positif akan mengarahkan seseorang untuk lebih dekat, dimana pada saatnya akan menolong seseorang terbentuk, memperkuat, dan menjaga relasi tetap baik terhadap orang lain. Emosi positif lebih mungkin berkontribusi pada komunikasi secara sosial secara baik.

Sebaliknya, survei penelitian menunjukkan efek negatif tidak dapat membawa pada sebuah keintiman atau kepuasan suatu relasi. Selain itu, emosi negatif yang berbahaya (misalnya, kebencian) bisa mengakibatkan dampak tidak baik, seperti relasi interpersonal yang buruk serta konflik antarpersonal yang tinggi.

Berdasarkan paparan yang telah di sampaikan di atas, maka disimpulkan bahwa terdapat beberapa karakteristik perilaku *phubbing* diantaranya penarikan kontak mata atau menghindari tatapan dan emosi yang dapat membatasi hubungan interpersonal. Emosi yang dimaksud yaitu emosi negatif dan emosi positif.

B. Kecanduan Telepon Pintar

1. Pengertian Kecanduan Telepon Pintar

Young dan Cristiano (2011) mengatakan bahwa kecanduan sendiri didefinisikan sebagai kebiasaan untuk terlibat dalam aktivitas tertentu atau menggunakan substansi tertentu, tanpa mempedulikan konsekuensi buruk pada kesehatan fisik, sosial, spritual, mental, maupun finansial dari tiap individu.

Menurut Woyke (2014) Telepon pintar dikatakan sebagai ponsel yang bisa menjalankan sistem operasi terbuka dan dapat mengunduh sebuah aplikasi yang ditulis oleh pihak pengembang . Telepon pintar juga memiliki banyak fitur yang biasanya tidak digunakan oleh ponsel biasa, seperti layar sentuh, tampilan dengan kualitas tinggi, browser kinerja internet lengkap, perangkat lunak canggih yang dapat menjangkau fungsi e-mail secara otomatis, kamera, video, pemutaran musik yang berkualitas tinggi.

Setelah menjelaskan pengertian dari kecanduan dan telepon pintar, maka pengertian kecanduan telepon pintar berbeda dengan definisi kecanduan itu sendiri yang semula hanya diungkapkan dalam kasus penyalahgunaan narkoba, namun pengertian ini telah memicu suatu kontroversi mengenai konsep itu sendiri. Definisi tersebut kemudian berubah dengan memasukkan atau mengikut sertakan beberapa perilaku tertentu yang tidak mengandung sesuatu yang memabukkan.

Kwon dan Yang (2013) mengemukakan bahwa kecanduan telepon pintar adalah perilaku keterikatan atau ketergantungan pada telepon pintar, yang menjadikannya sebagai masalah sosial, seperti penarikan diri, kesulitan dalam aktivitas sehari-hari atau sebagai gangguan kontrol impuls.

Sebuah survei oleh Cho (2015) menunjukkan perihal kecanduan telepon pintar merupakan kecanduan dimana fakta bahwa dibandingkan dengan keluarga atau teman selama interaksi langsung, waktu yang dihabiskan untuk menggunakannya tidak selalu berkurang dan terasa lebih bahagia saat menggunakannya.

Karuniawan dan Cahyanti (2013) menunjukkan di jurnal mereka yang mengungkapkan jika kecanduan telepon pintar itu diartikan sebagai penggunaan ponsel yang berlebih, bisa dinilai sebagai gangguan kontrol impuls yang tidak berkaitan dengan hal memabukkan serta cenderung sama seperti perjudian.

Chiu (2014) menunjukkan kecanduan telepon pintar merupakan kecanduan dengan risiko lebih rendah daripada alkoholisme atau kecanduan narkoba. Jika seseorang tidak dapat mengendalikan keinginannya maka akan berdampak negatif pada individu yang bersangkutan, perilaku tersebut dapat dikatakan adiktif.

Menurut Lin (2014) pengertian kecanduan telepon pintar bisa dikatakan sebagai kecanduan teknologi. Griffith (2014) secara operasional mendefinisikan kecanduan teknologi sebagai kecanduan perilaku yang melibatkan interaksi manusia-komputer dan bersifat non-kimiawi, gambaran perilaku yang serupa, kecanduan internet diklasifikasikan sebagai gangguan terkait zat serta gangguan adiktif yang terdapat di DSM-V.

Berdasarkan dari definisi yang dikemukakan oleh tokoh-tokoh sebelumnya, kesimpulan yang didapat mengenai kecanduan telepon pintar adalah perilaku yang menghasilkan perasaan tertarik serta merupakan bentuk dari sebuah ketergantungan terhadap teknologi yang berdampak buruk bagi seorang individu.

2. Aspek – Aspek Kecanduan Telepon Pintar

Seseorang yang kecanduan akan cenderung memilih berinteraksi melalui media sosial daripada bertatap muka. Menurut Young (2016) kecanduan terhadap telepon pintar memiliki 6 aspek, diantaranya:

a. Perilaku/ciri Khusus

Merupakan perilaku yang muncul saat berselancar di dunia maya atau pada saat menggunakan perangkat yaitu seperti mengumpat ketika diganggu, marah dan kesal diganggu saat online, dan takut merasakan hampa dan bosan saat tidak menggunakan internet.

b. Penggunaan yang berlebihan

Penggunaan gadget yang terlalu banyak biasanya terkait dengan hilangnya pengertian tentang penggunaan waktu, individu biasanya menyembunyikan waktu online dengan gadget mereka dari keluarga atau orang terdekat.

c. Pengabaian pekerjaan

Seseorang yang mengabaikan suatu pekerjaan dikerenakan sangat aktif dengan gadgetnya menjadikan produktivitas dan kinerja menurun.

d. Antisipasi

Telepon pintar digunakan sebagai cara untuk melarikan diri serta pengabaian suatu permasalahan. Akibat perilaku tersebut, seseorang menjadi biasa untuk menghindari masalah melalui perangkat yang ia miliki. Seiring berjalannya waktu, aktivitas dengan perangkat menimbulkan kebiasaan yang dinilai penting, bisa mendominasi dan mempengaruhi pikiran, perasaan, serta sikap seseorang.

e. Ketidakmampuan mengontrol diri

Kesulitan untuk mengendalikan suatu sikap menyebabkan meningkatnya penambahan waktu penggunaan gadget, baik dalam frekuensi ataupun durasinya. Penggunaan batas waktu yang sulit untuk dikontrol akan menyebabkan kesehatan yang memburuk.

f. Mengabaikan kehidupan sosial

Seseorang yang mengacuhkan sosial mereka dan dengan sadar menghindari aktivitas secara sosial untuk memakai ponsel.

Kwon dan Yang (2013) mengemukakan dalam analisis *receiver operating characteristic* (ROC) memiliki 3 dimensi guna pemeriksaan kemampuan diagnostik SAS-SV untuk menilai kecanduan pada telepon pintar, diantaranya:

1. Gangguan kehidupan sehari-hari

Termasuk didalamnya pekerjaan yang tidak terjadwalkan, susah untuk

konsentrasi di dalam kelas dan pekerjaan, pusing atau penglihatan menjadi tidak jelas, nyeri pada lengan tangan dan leher, serta tidur yang terganggu. Hambatan yang mengganggu aktifitas harian ini meliputi 3 bagian yakni, ketidakmampuan dalam penyelesaian kerja, susah untuk konsentrasi atau kurang fokus serta gangguan fisik ketika sedang memakai telepon pintar.

2. Penarikan diri

Kesimpulannya adalah seorang individu akan mudah tersinggung, cemas dan sulit menahan diri saat tidak menggunakan telepon pintar, serta sulit memisahkan diri dari telepon pintarnya, menimbulkan kekesalan dan kemarahan saat diganggu ketika sibuk dengan telepon pintar.

3. Toleransi

Diartikan sebagai individu yang telah mengusahakan dirinya agar dapat mengatur dalam menggunakan telepon pintar namun tetap tidak berhasil. Toleransi mempunyai komponen yang diartikan tidak terwujudnya kesungguhan dalam mengatur pola penggunaan telepon pintar.

Cho (2015) membagi dimensi kecanduan telepon pintar menjadi 4, diantaranya:

1. Penarikan diri
2. Toleransi
3. Gangguan dengan rutinitas harian
4. Harapan positif

3. Faktor –Faktor yang mempengaruhi Kecanduan Telepon Pintar

Pendapat Kwon (2013) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kecanduan telepon pintar. Ini termasuk gangguan dalam kehidupan sehari-hari. Sekalipun ada

hambatan pada aktivitas harian, seperti masalah pada fisik, sosial serta psikologis yang sering terjadi lebih mungkin diakibatkan dan diperparah oleh pemakaian telepon pintar, penggunaan telepon pintar masih terus berlanjut. . Agusta (2016) berpendapat bahwa ada 4 faktor penyebab dari kecanduan telepon pintar, yaitu:

a. Faktor Internal

Terdiri atas beberapa faktor yang menggambarkan karakteristik individu, yaitu :

1) Tingkat *sensation seeking* yang tinggi.

Sensation seeking atau biasa disebut mencari sensasi merupakan suatu karakteristik, yang dapat diartikan seperti kebutuhan akan sensasi beragam, baru dan kompleks serta keinginan untuk mengambil risiko baik secara fisik dan juga sosial.

2) *Self-esteem* yang rendah.

Self esteem merupakan penilaian seorang individu pada suatu kualitas atau harga diri seseorang.

3) Kepribadian ekstraversi yang tinggi.

4) Kontrol diri yang rendah

Kontrol diri adalah kemampuan individu dalam merumuskan, mengarahkan, mengelola serta membimbing langkah dan tindakan untuk mendapatkan hal-hal yang ingin dicapai.

b. Faktor Situasional

Merupakan alasan yang menyebabkan pemakaian telepon genggam dengan tujuan bisa menjadikan orang lain merasakan nyaman secara psikologis pada

kondisi yang tidak nyaman. Dalam hal ini, individu akan segera bertindak saat merasa tidak nyaman pada situasi tertentu karena terganggu aktivitasnya ataupun keadaan yang tidak diinginkan serta mengalihkan perhatiannya terhadap telpon genggam.

c. Faktor Sosial

Faktor yang menyebabkan kecanduan telepon pintar sebagai alat untuk berinteraksi dan menjaga hubungan dengan orang lain. Pada hal ini, individu yang selalu menggunakan ponsel untuk komunikasi maupun berinteraksi cenderung malas untuk berkomunikasi secara langsung dengan orang lain.

d. Faktor Eksternal

Merupakan salah satu faktor yang berasal dari luar individu yang berkaitan tentang tingginya tingkat kontak antara media dengan berbagai macam fasilitas yang tersedia. Faktor ini membahas bagaimana pengaruh media dalam mempengaruhi kepuasan seorang individu atau sekelompok masyarakat terhadap pemuasan akan kebutuhan pada telepon genggamnya.

C. Kerangka Berpikir

Telepon Pintar yang kini hampir setiap orang miliki memiliki fungsi dan kegunaan yang beragam, dipergunakan untuk pekerjaan kantor ataupun hanya untuk mencari informasi sehari-hari bahkan menjadi hiburan tersendiri bagi pemiliknya. Namun, dengan maraknya penggunaan telepon pintar yang semakin banyak, munculah berbagai hal baru pula dari dampak penggunaannya sendiri.

Penggunaan telepon pintar yang tidak terbatas usia menjadikan siapa saja bebas mengakses gadget nya, begitu juga dengan jangka waktu atau durasi pemakaiannya. Tidak ada batasan waktu untuk berkelana didunia maya dan itu menimbulkan intensitas yang semakin meningkat terhadap lama penggunaan telepon pintar, hal tersebut bisa menimbulkan dampak yaitu kecanduan terhadap telepon pintar.

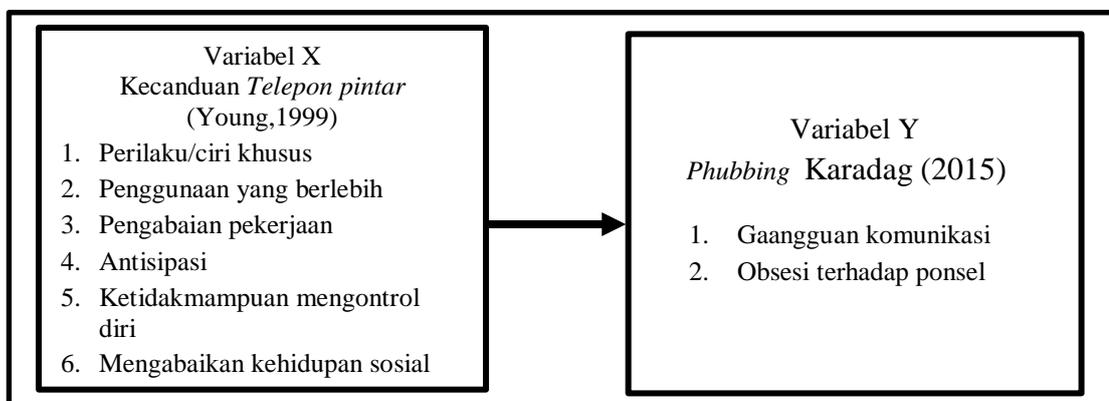
Kecanduan telepon pintar merupakan kegiatan yang mengandalkan telepon genggam, kegiatan tersebut secara terus menerus dilakukan dan cenderung berlebihan tanpa disadari individu itu sendiri. Hal ini ditandai dengan menggunakannya dalam waktu lebih lama daripada umumnya, menyebabkan dampak buruk bagi diri sendiri dan orang lain, memiliki resiko merugikan diri sendiri serta bisa berpengaruh pada kondisi fisik, psikologis dan sosial.

Dari penggunaan telepon pintar ini, seseorang menjadi acuh tak acuh terhadap sekitarnya, karena mereka lebih fokus pada perangkat mereka daripada membangun percakapan. Mengacuhkan seseorang dengan sibuk melihat telepon pintar akan mengakibatkan perilaku tersebut dibalas dengan sengaja atau tidak dan mengarah pada perilaku yang dikenal sebagai *phubbing*.

Pada kelanjutannya, bisa memengaruhi sejauh mana *phubbing* dianggap sebagai hal yang biasa atau dapat ditolerir. Seseorang yang merupakan korban dari perilaku *phubbing*, tanpa disadari juga melakukan pelaku *phubbing*. Hal tersebut dapat terjadi karena perilaku, kepercayaan serta sikap yang berulang, bisa menciptakan efek yang salah sehingga orang menganggap jika orang lain sedang memikirkan sesuatu dan melakukan apa yang hendak mereka lakukan.

Model yang dibuat Chotpitayasunondh dan Douglas (2016) menunjukkan untuk mengukur prediktor perilaku *phubbing*, kecanduan telepon pintar digunakan sebagai variabel perantara untuk mengidentifikasi faktor tidak langsung dengan hasil yang signifikan. Oleh karenanya, pengukuran perilaku *phubbing* diharapkan bisa untuk memprediksi bagaimana penilaian seseorang terhadap *phubbing* sebagai hal yang normatif. Ini dapat menunjukkan apakah perilaku *phubbing* sudah dianggap hal yang lumrah, dan memprediksi bagaimana tanggapan masyarakat menganggap *phubbing* adalah suatu hal yang biasa di wilayah Samarinda.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan kerangka berfikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



Gambar 1. Kerangka Konsep Penelitian

D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka konsep penelitian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Ada hubungan antara kecanduan telepon pintar dengan kecenderungan perilaku *phubbing* pada dewasa awal di Samarinda.

H₀: Tidak ada hubungan antara kecanduan telepon pintar dengan kecenderungan perilaku *phubbing* pada dewasa awal di Samarinda.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, metode penelitian yang berlandaskan filsafat positifisme yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016) yang digunakan untuk menguji populasi atau sampel tertentu.

Penelitian dengan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada analisis berbagai data *numerical* (angka) yang diolah dengan teknik statistika. Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka menguji suatu hipotesis) bergantung pada kesimpulan kesimpulan bahwa kemungkinan ditolaknya suatu hipotesis yang dilakukan dalam suatu studi inferensi adalah nol. Melalui metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antara variabel yang diteliti.

Rancangan penelitian statistik inferensial digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan kecanduan telepon pintar pada dewasa awal terhadap perilaku *phubbing*. Sementara itu, statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran kondisi sebaran kecanduan telepon pintar dan perilaku *phubbing*.

B. Identifikasi Varibel

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel bebas dan satu variabel terikat, yaitu sebagai berikut :

1. Variabel Bebas : Kecanduan telepon pintar
2. Variabel Terikat : Perilaku *Phubbing*

C. Definisi Konsepsional

1. Perilaku *Phubbing*

Perilaku *Phubbing* merupakan sebuah tindakan dimana seorang dengan usia dewasa awal yang sibuk melihat telepon genggamnya, menjawab panggilan telepon, menerima pesan singkat, bahkan membuka postingan-postingan di social media dan mengabaikan lawan bicaranya serta orang-orang yang sedang berinteraksi di sekitarnya.

2. Kecanduan Telepon Pintar

Kecanduan telepon pintar merupakan perilaku seseorang yang mengarah pada penggunaan telepon pintar yang berlebihan sehingga menimbulkan kecondongan atau ketergantungan baik secara fisik maupun psikologis yang dapat berdampak negatif pada seorang dan orang lain.

D. Definisi Operasional

1. Perilaku *Phubbing*

Phubbing dapat digambarkan sebagai seorang dengan usia dewasa awal yang sibuk dengan telepon pintarnya saat sedang mengobrol dengan orang lain sambil melihat telepon pintar, sibuk dan mengabaikan komunikasi

interpersonalnya. Dengan kata lain, perilaku *phubbing* melibatkan penggunaan telepon pintar dalam lingkungan sosial oleh dua orang atau lebih, dan berinteraksi dengan telepon pintar alih-alih dengan orang disekitarnya (Karadag, 2015). Adapun aspek yang ada pada teori *phubbing* yang dikemukakan oleh Karadag (2015) adalah gangguan komunikasi dan obsesi terhadap ponsel.

2. Kecanduan telepon pintar

Kecanduan telepon pintar adalah sebagai perilaku keterikatan atau ketergantungan terhadap telepon pintar yang memungkinkan menjadi masalah sosial seperti halnya menarik diri, dan kesulitan dalam performa aktivitas sehari-hari atau sebagai gangguan kontrol impuls terhadap diri seseorang. Adapun aspek kecanduan telepon pintar yang digunakan adalah teori dari Young (dalam Maysita, 2016) ada 6 yaitu, perilaku/ciri khusus, penggunaan yang berlebihan, pengabaian pekerjaan, antisipasi, ketidakmampuan mengontrol diri, mengabaikan kehidupan sosial.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2016) mengatakan bahwa populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik khusus yang sudah ditetapkan oleh peneliti dengan tujuan mempelajari lalu menarik kesimpulan. Populasi itu tidak hanya satu orang, tapi suatu objek ataupun benda yang lainnya. Artinya, populasi melibatkan seluruh dari karakteristik, sifat, dan ciri yang ada pada subjek atau objek itu.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah usia dewasa awal berkisar 20-24 tahun di Samarinda yang berjumlah 69.737 orang (BPS Hasil Sensus Penduduk 2020 Kota Samarinda).

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016) Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiono, 2016). Hal ini dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas sastra, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Maka dari itu, penulis telah menetapkan untuk memilih teknik *Purposive Sampling* dengan menentukan sejumlah pertimbangan yang harus wajib terpenuhi oleh sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan sampel yakni kategori memasuki usia dewasa awal yang memenuhi kriteria tertentu. Adapun kriteria yang akan dijadikan sebagai sampel penelitian, diantaranya :

1. Dewasa awal usia 20-24 tahun

Berdasarkan data statistik pengguna telepon pintar terbanyak di Indonesia ada direntang usia 20 – 24 tahun. Dan berdasarkan teori perkembangan dewasa awal dalam buku Hurlock masa usia dewasa awal dimulai dari usia 18 tahun sampai 40 tahun dan selanjutnya dijelaskan bahwa ada beberapa hal yang populer dikalangan orang-orang dewasa muda salah satunya

adalah hiburan. Hiburan merupakan kegiatan dimana orang menjadi peserta pasif dan bisa dinikmati oleh semua usia, namun kebutuhan akan hiburan meningkat pada masa dewasa. Beberapa hiburan dikalangan usia muda yaitu membaca, mendengarkan musik, menonton film dan mendengarkan radio. Berdasarkan hal tersebut terlihat bahwa hiburan yang dilakukan oleh kalangan dewasa awal berkaitan erat dengan adanya telepon pintar.

2. Memiliki telepon pintar.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Lukman (2018) tentang penggunaan dan kecanduan telepon pintar, hasil dari penelitian tersebut yakni durasi pengguna telepon pintar rata rata >6 jam perhari.

Berdasarkan jumlah populasi yang sudah diketahui, maka peneliti menggunakan rumus *Isaac* dan *Michael* yang terdapat pada buku metode penelitian kuantitatif. Pada tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang digunakan peneliti berdasarkan perhitungan besaran dengan tingkat kesalahan 10% yakni sebanyak 270 sampel.

F. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah suatu cara yang dipakai peneliti untuk memperoleh data penelitian. Menurut Sugiyono (2016) data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang yang diangkakan atau skoring. Metode ini menggunakan skala likert untuk memudahkan analisa, maka pertanyaan yang diajukan kepada responden diberi gradasi sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai, dan sangat tidak sesuai atau gradasi lain yang sesuai dengan pernyataan kuesioner.

Alat pengukuran dan instrumen penelitian menggunakan dua macam skala, yaitu kecanduan telepon pintar dan kecenderungan perilaku *phubbing*. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik uji coba atau *try out* kepada responden berjumlah 100 orang yang berusia 20 – 24 tahun. Uji tersebut dilakukan untuk memperoleh ketepatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.

Penelitian yang dilakukan menggunakan tipe skala likert. Skala likert ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan juga persepsi dari seorang individu atau suatu kelompok mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2016). Skala tersebut dikelompokkan dalam pernyataan *favorable* dan *unfavorable* dengan empat alternatif jawaban. Skala pengukuran tersebut diuraikan sebagai berikut :

Tabel 2. Skala Pengukuran Likert

Jawaban	Skor <i>Favorable</i>	Skor <i>Unfavorable</i>
Sangat sesuai	4	1
Sesuai	3	2
Tidak sesuai	2	3
Sangat tidak sesuai	1	4

Favorable adalah pernyataan yang berisi hal yang positif dan mendukung mengenai aspek penelitian, sedangkan *unfavorable* adalah pernyataan sikap yang berisi hal negatif dan bersifat tidak mendukung mengenai aspek penelitian. Adapun instrumen dalam penelitian ini akan diuraikan per variabel sebagai berikut :

1. Skala Perilaku *Phubbing*

Instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel perilaku *Phubbing*. Instrumen penelitian ini disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Karadag (2015), aspek-aspek tersebut diantaranya yaitu gangguan komunikasi dan obsesi terhadap ponsel.

Tabel 3. Blueprint Skala Uji Coba Perilaku *Phubbing*

Aspek	Indikator	Item		Jumlah
		<i>Fav</i>	<i>Unfav</i>	
1. Gangguan komunikasi	a. Menerima atau melakukan panggilan telepon ketika sedang berkomunikasi	1, 4, 6	2, 3, 5	6
	b. Membalas pesan singkat/ chat ketika sedang berkomunikasi	8, 9, 11, 13	7, 10, 12, 14	8
	c. Mengecek telepon pintar ataupun media sosial ketika sedang berkomunikasi	15, 16, 18, 21	17, 19, 20, 22	8
2. Obsesi terhadap ponsel	a. Kelekatan terhadap ponsel	23, 24, 25, 28	26, 27, 29, 30	8
	b. Merasa ada yang kurang tanpa telepon pintar	31, 33, 34	32, 35, 36	6
	c. Penggunaan telepon pintar	37, 38, 41, 42	39, 40, 43, 44	8
Total				44

2. Skala Kecanduan Telepon Pintar

Untuk mengukur variabel kecanduan telepon pintar, peneliti menggunakan alat ukur berdasarkan aspek kecanduan ponsel menurut pemaparan dari Young (1999) yaitu, Perilaku/ciri khusus (*salience*), penggunaan yang berlebihan (*excessive use*), pengabaian pekerjaan (*neglect to work*), antisipasi (*anticipation*), ketidakmampuan mengontrol diri (*lock of control*), mengabaikan akan kehidupan sosial (*neglect to social life*). Berikut merupakan tabel blue print kecanduan telepon pintar.

Tabel 4. Blueprint Skala Uji Coba Kecanduan Telepon pintar

Aspek	Indikator	Item		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1. Perilaku/Ciri khusus	a. Marah ketika diganggu. b. Merasa bosan dan hampa ketika tidak dapat mengakses internet.	1,2,3,4	5,6	6
2. Penggunaan yang berlebihan	a. Hilangnya pengertian tentang penggunaan waktu dalam menggunakan telepon pintar	7,8,35,36	9,10,37,38	8
3. Pengabaian pekerjaan	a. Produktivitas dan kinerja menurun	11,12,13	14,15,16	6
4. Antisipasi	a. Melarikan diri dari permasalahan melalui gadget b. Telepon pintar mendominasi pikiran, perasaan dan perilaku	17,18,19	20,21,22	6
5. Ketidakmampuan mengontrol diri	a. Bertambahnya waktu menggunakan telepon pintar b. Penggunaan yang tidak terkontrol	23,24,25	26,27,28	6
6. Mengabaikan Kehidupan sosial	a. Mengurangi kegiatan sosial	29,30,31	32,33,34	6
Total				38

G. Validitas dan Reabilitas

a. Validitas

Menurut Miller, Linn dan Gronlund (2009) validitas adalah ketepatan interpretasi berdasarkan hasil pengukuran atau evaluasi. Uji validitas yang dilakukan dalam penelitian ini adalah validitas butir. Menurut salah satu tokoh yaitu Azwar (2014) mengatakan bahwa validitas butir bertujuan mengetahui apakah butir yang digunakan baik atau tidak, yang dilakukan dengan mengkorelasi skor butir total.

Standar pengukuran yang digunakan untuk menentukan validitas butir berdasarkan pendapat Idrus (2009) bahwa suatu butir dikatakan valid apabila memiliki nilai $r_{xy} \geq 0.300$ nilai ini dapat digunakan sebagai patokan untuk

menyatakan valid atau tidaknya suatu butir tertentu. Adapun untuk mencari dan mengukur kesahihan validitas suatu skala dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik program statistik yakni *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 24.0 *for windows*. Dalam program SPSS digunakan *Pearson Product Moment Corelation-Bivariate* dan membandingkan hasil uji *Pearson Correlation* dengan r total korelasi. Berdasarkan nilai korelasi jika r hitung $>$ r total korelasi (0,300) maka butir dinyatakan valid, sebaliknya jika r hitung $<$ r total korelasi (0,300) maka butir dinyatakan tidak valid.

b. Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018) Uji reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengukur reliabel atau tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Untuk mengukur reliabilitas digunakan uji statistik *Alpha Cronbach*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Alpha Cronbach* $>$ 0,600.

Reliabilitas alat ukur penelitian ini akan diuji menggunakan teknik reliabilitas yang telah dikembangkan *Cronbach*, dengan kata lain teknik ini dikenal sebagai teknik *Alpha Cronbach's*. Instrumen andal yang bisa dipercaya menghasilkan data yang andal. Jika data sesuai dengan kenyataan, maka berapa kalipun diambil tetap sama. Ada dua alasan menggunakan uji *Alpha Cronbach's*, pertama karena tehnik ini adalah tehnik pengujian keandalan kuesioner yang sering digunakan, kedua dengan melakukan uji *Alpha Cronbach's* maka akan terdeteksi indikator- indikator yang tidak konsisten.

Tabel 5. Tingkat Keandalan *Cronbach's Alpha*

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat Keandalan
0.000-0.200	Kurang Andal
>0.200-0.400	Agak Andal
>0.400-0.600	Cukup Andal
>0.600-0.800	Andal
>0.800-1.000	Sangat Andal

H. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji validitas dan reliabilitas masing-masing skala diuraikan sebagai berikut :

1. Skala Kecenderungan perilaku *Phubbing*

Skala kecenderungan terdiri dari 44 butir dan terbagi atas dua aspek. Hasil analisis butir didapatkan dari r hitung > 0.300 dan $p < 0.05$ dengan $N = 100$. Berdasarkan hasil uji validitas butir menunjukkan bahwa dari 44 butir terdapat 2 butir yang gugur dan 42 butir yang valid.

Nama Variabel : Kecenderungan Perilaku *Phubbing*

Nama Aspek 1 : Gangguan Komunikasi

Nama Aspek 2 : Obsesi Terhadap Ponsel

Tabel 6. Sebaran Aitem Skala Kecenderungan Perilaku *Phubbing*

Aspek	Nomor Aitem				Jumlah	
	<i>Favorable</i>		<i>Unfavorable</i>		Valid	Gugur
	Valid	Gugur	Valid	Gugur		
1	1, 4, 6, 9, 11,13, 15, 16, 18, 21	8	2, 3, 5,7, 10,12, 14, 17,19, 20	22	20	2
2	23, 24, 25, 28, 31, 33, 34, 37, 38, 41, 42	0	26, 27, 29, 30, 32, 35 36, 39, 40, 43, 44	0	22	0
Total	21		21		42	2

**Tabel 7. Rangkuman Analisis Kesahihan Butir
Skala Kecenderungan Perilaku *Phubbing* (N=100)**

Aspek	Jumlah Butir			Rterendah- tertinggi	Sigterendah- tertinggi
	Awal	Gugur	Sahih		
Gangguan Komunikasi	22	2	20	0.392 – 0.807	0.000 – 0.000
Obsesi Terhadap Ponsel	22	0	22	0.329. – 0.612	0.001 – 0.000

Uji validitas skala dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan korelasi *product moment*, dalam hal ini skala tersebut dinyatakan sah apabila r hitung > 0.300 dan $p < 0.05$ (Azwar, 2014), sehingga dapat disimpulkan bahwa skala kecenderungan perilaku *phubbing* tersebut dinyatakan sah.

**Tabel 8. Rangkuman Analisis Keandalan Butir
Skala Kecenderungan Perilaku *Phubbing* (N=100)**

No	Aspek	Skor Alpha
1	Gangguan Komunikasi	0.909
2	Obsesi Terhadap Ponsel	0.835
Total		0.908

Uji keandalan yang dilakukan dengan teknik *alpha cronbach's* dinyatakan reliabel jika nilai alpha > 0.600 (Ghozali, 2018) dan didapatkan dari alpha = 0.908, sehingga dalam hal ini skala kecenderungan perilaku *phubbing* tersebut dinyatakan sangat andal.

2. Skala Kecanduan Telepon Pintar

Skala kecenderungan terdiri dari 38 butir dan terbagi atas dua aspek. Hasil analisis butir didapatkan dari r hitung > 0.300 dan $p < 0.05$ dengan $N = 100$. Berdasarkan hasil uji validitas butir menunjukkan bahwa dari 38 butir terdapat 0 butir yang gugur dan 38 butir yang valid.

Nama Variabel : Kecanduan Telepon Pintar

Nama Aspek 1	: Perilaku/Ciri Khusus
Nama Aspek 2	: Penggunaan yang Berlebih
Nama Aspek 3	: Pengabaian Pekerjaan
Nama Aspek 4	: Antisipasi
Nama Aspek 5	: Ketidakmampuan Mengontrol Diri
Nama Aspek 6	: Mengabaikan Kehidupan Sosial

Tabel 9. Sebaran Butir Skala Kecanduan Telepon Pintar

Aspek	Nomor Aitem				Jumlah	
	Favorable		Unfavorable		Valid	Gugur
	Valid	Gugur	Valid	Gugur		
1	1, 2, 3, 4	0	5, 6	0	6	0
2	7, 8, 35, 36	0	9, 10, 37, 38	0	8	0
3	11, 12, 13	0	14, 15, 16	0	6	0
4	17, 18, 19	0	20, 21, 22	0	6	0
5	23, 24, 25	0	26, 27, 28	0	6	0
6	29,30, 31	0	32, 33, 34	0	6	0
Total	20	0	18	0	38	0

Tabel 10. Rangkuman Analisis Kesahihan Butir Skala Kecanduan Telepon Pintar (N=100)

Aspek	Jumlah Butir			Rterendah– tertinggi	Sigterendah– tertinggi
	Awal	Gugur	Sahih		
Perilaku/Ciri Khusus	6	0		0.411– 0.844	0.000 – 0.000
Penggunaan yang berlebih	8	0		0.412– 0.679	0.000 – 0.000
Pengabaian Pekerjaan	6	0		0.340 – 0.745	0.001 – 0.000
Antisipasi	6	0		0.357 – 0.837	0.000 – 0.000
Ketidakmampuan Mengontrol diri	6	0		0.323 – 0.729	0.001 – 0.000
Mengabaikan Kehidupan Sosial	6	0		0.301 – 0.834	0.002 – 0.000

Menurut Azwar (2014) Uji validitas skala dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan korelasi *product moment*, dalam hal ini skala tersebut dinyatakan sah apabila r hitung > 0.300 dan $p < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa skala kecanduan telepon pintar tersebut dinyatakan sah.

**Tabel 11. Rangkuman Analisis Keandalan Butir
Skala Kecanduan Telepon Pintar (N=100)**

No	Aspek	Skor Alpha
1	Perilaku/Ciri Khusus	0.692
2	Penggunaan yang Berlebih	0.707
3	Pengabaian Pekerjaan	0.676
4	Antisipasi	0.686
5	Ketidakmampuan Mengontrol Diri	0.668
6	Mengabaikan Kehidupan Sosial	0.647
Total		0.703

Uji keandalan yang dilakukan dengan teknik *alpha cronbach's* dinyatakan reliabel jika nilai alpha > 0.600 (Ghozali, 2016) dan didapatkan dari alpha = 0.703, sehingga dalam hal ini skala kecanduan telepon pintar tersebut dinyatakan sangat andal.

I. Teknik Analisa Data

Analisis data yang dilakukan untuk pengolahan data penelitian adalah dengan menggunakan analisis korelasi *Product Moment* untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel bebas (Kecanduan telepon pintar) dan variabel terikat (Kecenderungan perilaku *phubbing*). Menurut Sugiyono (2016) analisis korelasi *Product Moment* digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan timbal balik antara dua variabel.

Pelaksanaan analisis data terlebih dahulu dilakukan dengan uji asumsi. Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah data yang akan dianalisis memenuhi kaidah penelitian dan memenuhi kaidah penelitian dan memenuhi syarat agar dapat dianalisis dengan analisis *Product Moment* dari Pearson. Keseluruhan teknik analisis data dilakukan dengan bantuan program komputer SPSS (*Statistical Packages for Social Science*) versi 24.0 *for Windows*. Sebelum dilakukan uji analisis hipotesis terlebih dahulu akan diadakan uji asumsi, yaitu sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2016) tujuan dari pengujian normalitas yakni untuk menguji apakah dalam model korelasi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji Chi Square, uji normal P plot, Skewness dan Kurtosis, atau uji Kolmogorov-Smirnov. Uji ini biasanya dilakukan untuk mengukur data berskala ordinal, interval, ataupun rasio. Uji Kolmogorov- Smirnov dilakukan dengan membuat hipotesis:

H_1 : Data residual terdistribusi normal apabila Sig hitung > 0.05 .

H_0 : Data residual tidak terdistribusi normal apabila Sig hitung < 0.05 .

2. Uji Linearitas

Merupakan suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linear tidaknya hubungan antara kedua variabel. Dengan melihat kaidah yang sudah ditentukan bahwa nilai p dari nilai F (*Deviation from linearity*). Jika $p > 0,05$ maka hubungannya linear, tetapi jika $p < 0,05$ maka hubungan tidak linear.

3. Uji Hipotesis

Tujuan dilakukannya prosedur uji ini adalah untuk mengetahui adanya hubungan kecanduan telepon pintar dengan perilaku *phubbing* pada usia dewasa awal. Teknik statistik yang digunakan merupakan uji analisis korelasi *pearson product moment* yang tujuannya untuk menguji sebuah hipotesis asosiatif (uji hubungan) antar dua variabel, antara satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Penyelesaian hasil dari analisis ini dilakukan dengan dibantu program komputer *SPSS 24.0 for Windows*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Samarinda, Provinsi Kalimantan Timur. Penentuan responden dalam penelitian ini adalah pengguna telepon pintar yang juga berusia dari 20 tahun hingga 24 tahun. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 170 orang. Karakteristik subjek penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12 . Karakteristik Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Perempuan	128	75.3
2.	Laki-laki	42	24.7
Total		170	100

Berdasarkan tabel 12 dapat diketahui bahwa subjek yang paling banyak terlibat dalam penelitian ini didominasi oleh subjek berjenis kelamin perempuan yang berjumlah 128 orang dengan persentase 75.3 %.

Tabel 13 . Karakteristik Subjek Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	20	61	35.9
2.	21	17	10.0
3.	22	30	17.6
4.	23	17	10.0
5.	24	45	26.0
Total		170	100

Berdasarkan tabel 13 dapat diketahui bahwa subjek yang paling banyak terlibat dalam penelitian ini didominasi oleh subjek yang berusia 20 tahun berjumlah 61 orang dengan persentase 35.9 %.

Tabel 14. Karakteristik Subjek Berdasarkan Status

No.	Status	Jumlah	Persentase
1.	Mahasiswa	96	56.6
2.	<i>Freelance</i>	17	10.0
3.	Wiraswasta	19	11.2
4.	Lainnya	38	22.4
Total		170	100

Berdasarkan tabel 14 yang paling banyak terlinat dalam penelitian ini adalah subjek yang berstatus sebagai Mahasiswa berjumlah 96 orang dengan persentase 56.6 %.

Tabel 15. Karakteristik Subjek Berdasarkan Durasi Pemakaian

No.	Durasi	Jumlah	Persentase
1.	3-5 jam	43	25.3
2.	5-6 jam	58	34.1
3.	Lebih dari 6 jam	69	40.6
Total		170	100

Berdasarkan tabel 15 yang paling banyak terlibat dalam penelitian ini adalah subjek yang menggunakan telepon genggam dengan durasi lebih dari 6 jam berjumlah 69 orang dengan presentase 40.6 %.

Tabel 16. Karakteristik Berdasarkan Media Sosial Yang Sering Digunakan

No.	Merk Handphone	Jumlah	Persentase
1.	Whatsapp	57	33.5
2.	Instagram	36	21.2
3.	Twitter	30	17.6
4.	Facebook	2	1.2
5.	Youtube	20	11.8
6.	Line	4	2.4
7.	Tiktok	21	12.4
Total		170	100

Berdasarkan tabel 16 dapat diketahui bahwa aktivitas penggunaan telepon pintar paling tinggi terdapat pada media sosial *Whatsapp* yang berjumlah 57 orang dengan persentase 33.5 %, diikuti dengan penggunaan media sosial lainnya yakni *instagram*, *twitter*, serta media sosial lainnya.

Tabel 17. Karakteristik Subjek Berdasarkan Merk Handphone

No.	Merk Handphone	Jumlah	Persentase
1.	Infinix	5	2.9
2.	Iphone	53	31.2
3.	Oppo	16	9.4
4.	Redmi/Xiaomi	36	21.2
5.	Samsung	47	27.6
6.	Vivo	13	7.6
Total		170	100

Berdasarkan tabel 17 tersebut dapat diketahui yang paling banyak terlibat dalam penelitian ini adalah subjek yang menggunakan merk telepon pintar *iPhone* dengan jumlah 53 orang dengan persentase 31.2 % kemudian dilanjutkan dengan penggunaan merk telepon pintar terbanyak yakni merk *Samsung* berjumlah 47 orang dengan presentase 27.6 %.

2. Hasil Uji Deskriptif

Deskriptif data digunakan guna menggambarkan bagaimana kondisi sebaran data pada usia dewasa awal di Kota Samarinda. *Mean* empiris dan *mean* hipotesis diperoleh dari respon sampel penelitian melalui dua skala penelitian yaitu skala kecenderungan perilaku *phubbing*, dan kecanduan telepon pintar. Kategori berdasarkan perbandingan rata-rata hipotetis dan rata-rata empiris dapat dilihat pada deskriptif data penelitian.

Interpretasi terhadap skor skala psikologi bersifat normatif, artinya makna skor terhadap suatu norma (*mean*) skor populasi teoritik sebagai parameter sehingga alat ukur berupa angka (kuantitatif) dapat diinterpretasikan secara kualitatif. Acuan normatif tersebut memudahkan pengguna memahami hasil pengukuran. Setiap skor *mean* empirik yang lebih tinggi secara signifikan dari *mean*

hipotetik dapat dianggap sebagai indikator tingginya keadaan kelompok subjek pada variabel yang teliti, demikian juga sebaliknya.

Kategori berdasarkan perbandingan *Mean* hipotetik dan *Mean* empirik dapat langsung dilakukan dengan melihat deskriptif data penelitian. Menurut Azwar (2014) pada dasarnya interpretasi terhadap skor skala psikologi bersifat normatif, artinya makna skor terhadap suatu norma (*mean*) skor populasi teoritik sebagai parameter sehingga alat ukur berupa angka (kuantitatif) dapat diinterpretasikan secara kualitatif. Acuan normatif tersebut memudahkan pengguna memahami hasil pengukuran. Setiap skor *mean* empirik yang lebih tinggi dari *mean* hipotetik dapat dianggap sebagai indikator tingginya keadaan kelompok subjek pada variabel yang diteliti, demikian juga sebaliknya. Kaidah untuk mendapatkan status pada rerata empirik dan rerata hipotetik adalah:

- a. Apabila nilai rerata empirik $>$ rerata hipotetik, maka statusnya tinggi.
- b. Apabila nilai rerata empirik $<$ rerata hipotetik, maka statusnya rendah

Berikut *mean* empirik dan *mean* hipotetik penelitian ini:

Tabel 18. Mean Empirik dan Mean Hipotesis

Variabel	<i>Mean</i> Empirik	SD Empirik	<i>Mean</i> Hipotetik	SD Hipotetik	Status
Kecanduan Telepon Pintar	92.72	7,910	95	19	Rendah
Kecenderungan perilaku <i>phubbing</i>	107,57	16,837	105	21	Tinggi

Berdasarkan tabel 18 dapat diketahui gambaran sebaran data pada subjek penelitian secara umum pada dewasa awal di Kota Samarinda. Berdasarkan hasil pengukuran melalui skala kecenderungan perilaku *phubbing* yang telah terisi diperoleh *mean* empirik (107.57) lebih tinggi dari *mean* hipotetik (105) dengan

kategori tinggi. Hal ini membuktikan bahwa subjek berada kategori tingkat kecenderungan perilaku *phubbing* yang tinggi. Adapun sebaran frekuensi data skala perilaku *phubbing* adalah sebagai berikut :

Tabel 19. Kategorisasi Skor Kecenderungan Perilaku *Phubbing*

Interval Kecenderungan	Skor	Kategori	F	Persentase %
$X \geq M + 1.5 SD$	$\geq 136,5$	Sangat Tinggi	7	4.1
$M + 0.5 SD < X < M + 1.5 SD$	115,5 – 135,5	Tinggi	48	28.2
$M - 0.5 SD < X < M + 0.5 SD$	94,5 – 114,5	Sedang	83	48.8
$M - 1.5 SD < X < M - 0.5 SD$	73,5 – 93,5	Rendah	28	16.5
$X < M - 1.5 SD$	$\leq 73,5$	Sangat Rendah	4	2.4

Berdasarkan tabel 19 yang memiliki rentang nilai skala kecenderungan perilaku *phubbing* yang berada pada ketegori sangat tinggi dengan rentang nilai $\geq 136,5$ sebanyak 7 orang dengan persentase 4.1 persen, kategori tinggi dengan rentang nilai 115.5 sampai 135.5 sebanyak 48 orang dengan persentase 28.2 persen, kategori sedang dengan rentang nilai 94.5 sampai 114.5 sebanyak 83 orang dengan persentase 48.8 persen, kategori rendah dengan rentang nilai 73.5 sampai 93.5 sebanyak 28 orang dengan persentase 16.5 persen, dan kategori sangat rendah dengan nilai ≤ 73.5 sebanyak 4 orang dengan persentase 2.4 persen.

Tabel 20. Kategorisasi Skala Kecanduan Telepon Pintar

Interval Kecenderungan	Skor	Kategori	F	Persentase%
$X \geq M + 1.5 SD$	≥ 123.5	Sangat Tinggi	11	6.5
$M + 0.5 SD < X < M + 1.5 SD$	104.5 – 122.5	Tinggi	0	0
$M - 0.5 SD < X < M + 0.5 SD$	85.5 – 103.5	Sedang	135	79.4
$M - 1.5 SD < X < M - 0.5 SD$	66.5 – 84.5	Rendah	23	13.5
$X < M - 1.5 SD$	≤ 66.5	Sangat Rendah	1	6

Berdasarkan tabel 20 yang memiliki rentang nilai skala kecanduan Telepon Pintar berada pada ketegori sangat tinggi dengan rentang nilai $\geq 123,5$ sebanyak 11 orang dengan persentase 6.5 persen, kategori tinggi dengan rentang nilai 104.5 sampai 122.5 sebanyak 0 orang dengan persentase 0 persen, kategori sedang dengan rentang nilai 85.5 sampai 103.5 sebanyak 115 orang dengan persentase 79.4 persen,

kategori rendah dengan rentang nilai 66.5 sampai 84.5 sebanyak 23 orang dengan persentase 13.5persen, dan kategori sangat rendah dengan nilai ≤ 66.5 sebanyak 1 orang dengan persentase 6 persen.

3. Hasil Uji Asumsi

Pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode korelasi *pearson product moment*. Sebelum dilakukan perhitungan terlebih dahulu perlu dilakukan uji asumsi berupa uji normalitas dan uji linieritas untuk memenuhi syarat dalam menentukan analisis data yang akan dipergunakan pada penelitian ini.

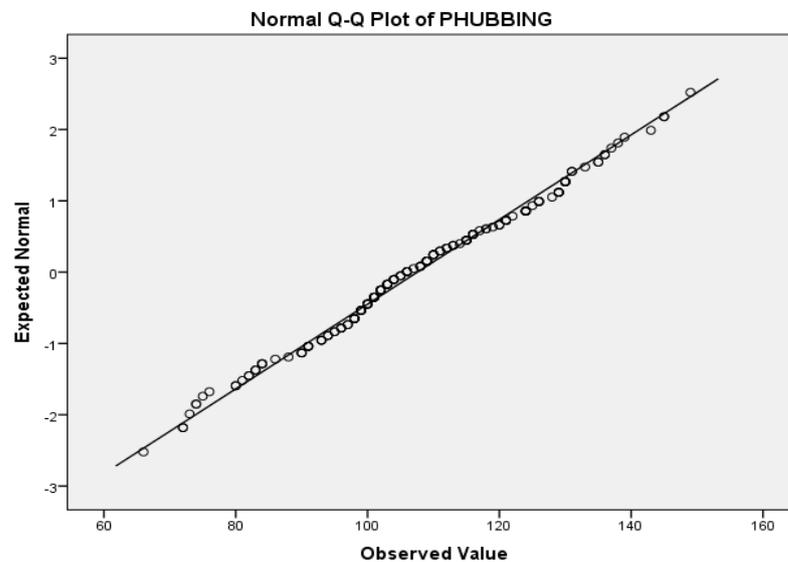
a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah alat uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model korelasi, nilai residu dari korelasi tersebut mempunyai distribusi yang normal. Jika distribusi dari nilai-nilai residual tersebut tidak dapat dianggap berdistribusi normal, maka dikatakan ada masalah terhadap asumsi normalitas. Adapun kaidah yang digunakan dalam uji normalitas adalah jika $p > 0.05$ maka sebaran datanya normal, sebaliknya jika nilai $p < 0.05$ maka sebaran datanya tidak normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel berikut ini:

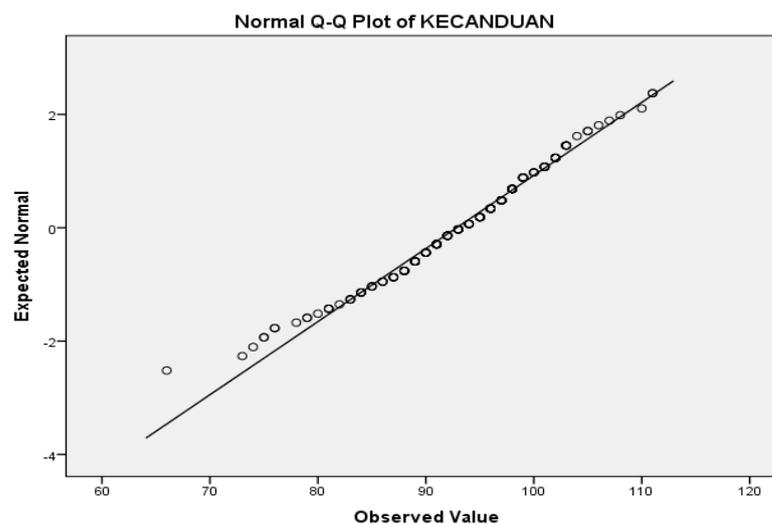
Tabel 21. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-	P	Keterangan
Kecenderungan perilaku <i>Phubbing</i>	0.055	0.200	Normal
Kecanduan Telepon Pintar	0.067	0.059	Normal

Berikut adalah gambar normal *Q-Q Plot* masing-masing variable hasil keluaran SPSS 24.0 for windows



Gambar 2. Q-Q Plot Kecenderungan Perilaku *Phubbing*



Gambar 3. Q-Q Plot Kecanduan Telepon Pintar

Berdasarkan Tabel 21 diatas maka dapat disimpulkan bahwa:

- 1) Hasil uji asumsi normalitas sebaran data terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* menghasilkan nilai $Z = 0.055$ dan $p = 0.200 > 0.05$. Hasil uji

normalitas berdasarkan kaidah menunjukkan bahwa sebaran data butir-butir kecenderungan perilaku *phubbing* adalah normal.

- 2) Hasil uji asumsi normalitas sebaran terhadap variabel kecanduan telepon pintar menghasilkan nilai $Z = 0.067$ dan $p = 0.059 > 0.05$. Hasil uji normalitas berdasarkan kaidah menunjukkan bahwa sebaran butir-butir kecanduan telepon pintar adalah normal.

Berdasarkan tabel 20 dan gambar Q-Q plot maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel yaitu kecenderungan perilaku *phubbing* dan kecanduan telepon pintar memiliki sebaran data yang normal, dengan demikian analisis data secara parametrik dapat dilakukan yaitu dengan menggunakan analisis *Pearson Product Moment* dan korelasi parsial karena memenuhi syarat atas asumsi normalitas sebaran data penelitian.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan linier antara variabel bebas dengan variabel terikat. Uji linieritas dapat juga untuk mengetahui taraf penyimpangan dari linieritas hubungan tersebut. Adapun kaidah yang digunakan dalam uji linieritas hubungan adalah bila nilai *deviant from linierity* yaitu jika $p > 0.05$ dan $F \text{ Hitung} < F \text{ Tabel}$ maka hubungan dinyatakan linier. Hasil uji linieritas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 22. Hasil Uji Linieritas

Variabel	F Hitung	F Tabel	P	Keterangan
Kecanduan Telepon Pintar - Kecenderungan Perilaku <i>Phubbing</i>	1.021	3.90	0.450	Linier

Berdasarkan tabel 22 diatas maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji linieritas hubungan antara variabel kecenderungan kecenderungan perilaku *phubbing* terhadap kecanduan telepon pintar menunjukkan F hitung (1.021) < F tabel (3.90) dan p (0.450) > 0.05 berarti data dinyatakan linier.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Korelasi *Product Moment*

Uji korelasi dilakukan untuk melihat ada tidaknya hubungan antara kedua variabel serta tingkat hubungan yang ada. Uji korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi *Product Moment*. Teknik analisis korelasi *Product Moment* merupakan teknik statistik parametrik yang menggunakan data interval atau rasio dengan persyaratan tertentu (Akdon & Ridwan, 2013). Pada penelitian ini, data yang akan diolah diasumsikan memenuhi syarat-syarat penggunaan Pearson *Product Moment* sehingga cara ini merupakan tehnik analisis yang tepat untuk digunakan.

Menurut Arikunto (2016) uji korelasi digunakan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel. Kaidah yang digunakan yaitu r hitung < r tabel maka dinyatakan tidak valid dan jika r hitung > r tabel maka dinyatakan valid. Hasil analisis korelasi antara kedua variabel ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 23. Hasil Uji Analisis Korelasi *Pearson Product Moment*

Variabel	r Hitung	r Tabel	Sig
Kecenderungan Perilaku <i>Phubbing</i> (Y)	0.347	0.151	0.000
Kecanduan Telepon Pintar (X)			

Berdasarkan tabel 23 dapat diketahui bahwa nilai korelasi *product moment* didapatkan r hitung $0.347 > r$ tabel 0.151 dan nilai sig $0.000 < 0.050$ yang berarti terdapat hubungan positif antara kecenderungan perilaku *phubbing* dan kecanduan telepon pintar.

b. Uji Analisis Korelasi Parsial

Analisis korelasi parsial digunakan untuk menguji hubungan pada variabel kecenderungan perilaku *phubbing* (Y) dengan Kecanduan telepon pintar (X). Kaidah dari nilai $p < 0.05$ dan r hitung $> r$ tabel maka dapat dikatakan dapat memiliki hubungan yang signifikan antar aspek-aspek dari variabel kecenderungan perilaku *phubbing* (Y) dengan variabel kecanduan telepon pintar (X), begitupun sebaliknya. Berikut ini tabel hasil uji analisis korelasi parsial aspek Gangguan Komunikasi (Y_1):

Tabel 24. Hasil Uji Analisis Korelasi Parsial Aspek Gangguan Komunikasi(Y_1)

Aspek	r Hitung	r Tabel	P	Keterangan
Perilaku/ciri khusus(X_1)	0.193	0.151	0.012	Berkorelasi
Penggunaan yang berlebih(X_2)	0.136	0.151	0.078	Tidak berkorelasi
Pengabaian pekerjaan (X_3)	0.154	0.151	0.045	Berkorelasi
Antisipasi (X_4)	0.066	0.151	0.395	Tidak berkorelasi
Ketidakmampuan mengontrol diri(X_5)	0.164	0.151	0.032	Berkorelasi
Mengabaikan Kehidupan Sosial(X_6)	0.195	0.151	0.011	Berkorelasi

Pada tabel 24 dapat diketahui bahwa aspek perilaku/ ciri khusus (X_1), pengabaian pekerjaan (X_3), ketidakmampuan mengontrol diri (X_5) dan mengabaikan kehidupan sosial (X_6) berkorelasi positif terhadap aspek gangguan komunikasi (Y_1).

Tabel 25. Hasil Uji Analisis Korelasi Parsial Aspek Obsesi Terhadap Ponsel (Y₂)

Aspek	r Hitung	r Tabel	p	Keterangan
Perilaku/ciri khusus(X ₁)	0.316	0.151	0.000	Berkorelasi
Penggunaan yang berlebih(X ₂)	0.183	0.151	0.017	Berkorelasi
Pengabaian pekerjaan (X ₃)	0.156	0.151	0.042	Berkorelasi
Antisipasi (X ₄)	0.072	0.151	0.353	Tidak berkorelasi
Ketidakmampuan mengontrol diri(X ₅)	0.127	0.151	0.099	Tidak berkorelasi
Mengabaikan Kehidupan Sosial(X ₆)	0.096	0.151	0.211	Tidak berkorelasi

Pada tabel 25 dapat diketahui bahwa aspek perilaku/ ciri khusus (X₁), penggunaan yang berlebih (X₂) dan pengabaian pekerjaan (X₃) berkorelasi positif terhadap aspek obsesi terhadap ponsel (Y₂)

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kecanduan telepon pintar dengan kecenderungan perilaku *phubbing* pada dewasa awal di Kota Samarinda. Berdasarkan uji hipotesis dengan menggunakan metode korelasi *Pearson Product Moment* menunjukkan bahwa r hitung > r tabel dengan nilai r hitung = 0.347 dan angka signifikan p = 0.000 (p < 0.05) didapatkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara kecenderungan perilaku *phubbing* dengan kecanduan telepon pintar. Kedua variabel memiliki hubungan positif yang menunjukkan bahwa terdapat korelasi dan signifikan. Demikian hipotesis dalam penelitian ini adalah H₁ diterima dan H₀ ditolak. Artinya, semakin tinggi kecanduan telepon pintar seseorang maka akan semakin tinggi pula kecenderungan perilaku *phubbing* pada dewasa awal di Samarinda.

Seseorang yang memiliki kecanduan telepon pintar yang tinggi secara tidak sadar dapat mempengaruhi dirinya sendiri dimana individu tersebut terlalu mengalihkan fokus pada telepon pintarnya dan berakibat pada pengabaian

lingkungan sekitar. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Karadag (2015) bahwa telepon pintar memfasilitasi kehidupan manusia yang menyebabkan masalah dalam kehidupan manusia tersebut, yang menyebabkan penggunaan teknologi secara berlebihan, tingkat keterlibatan yang tinggi dan akhirnya mengalami adiksi terhadap telepon pintar.

Selanjutnya, hasil uji deskriptif melalui skala kecenderungan perilaku *phubbing* pada penelitian ini dapat dilihat bahwa pada dewasa awal cenderung memiliki perilaku *phubbing* yang berada pada kategori sedang. Subjek pada skala kecenderungan perilaku *phubbing* berada pada kategori sedang dengan frekuensi sebanyak 83 orang (48.8%) dan kategori tinggi sebanyak 48 orang (28.2%). Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar subjek memiliki kecenderungan perilaku *phubbing* yang sedang dan juga tinggi. Sesuai dengan pendapat Karadag (2015) bahwa seseorang yang memiliki adiksi terhadap telepon pintar cenderung melakukan *phubbing* yang menunjukkan sikap tidak hormat terhadap seseorang yang sedang berkomunikasi dengan mereka, mengabaikannya, dan lebih memilih lingkungan *virtual* daripada kehidupan nyata.

Hal tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanika dan Karadag (2015) yang menyatakan bahwa penyebab seseorang *phubbing* adalah kecanduan sosial media. Pertukaran informasi, permainan, komunikasi dan lainnya mendorong penggunaannya untuk tetap online demi mempertahankan keberadaan mereka di sosial media. Hanika (2015) berpendapat bahwa seseorang yang melakukan *phubbing* terhadap orang lain dikarenakan harus menerima panggilan atau pesan masuk.

Adapun dalam penelitian ini aktivitas penggunaan telepon pintar paling tinggi terdapat pada aplikasi *Whatsapp* sebanyak 57 orang dengan persentase sebesar 33.5%, diikuti dengan penggunaan aplikasi *instagram*, *twitter*, *facebook*, *youtube*, serta aplikasi lainnya, dengan kata lain penggunaan internet lebih banyak digunakan untuk mengakses media sosial

Dalam Munatira & Anisah (2018) menyatakan bahwa kehadiran teknologi memberikan pengaruh sangat besar dalam kehidupan manusia. Hal utama yang selalu dilakukan adalah menyalakan telepon pintar untuk memeriksa pesan, menelepon, mengirim ataupun menerima email dan hal lainnya yang membuat hidup seseorang menjadi lebih mudah dan praktis. Terkadang disela kesibukannya melakukan aktifitas sepanjang hari hingga menjelang tidur.

Berdasarkan karakteristik responden, penelitian ini dilakukan pada mahasiswa dengan usia 20 hingga 24 tahun. Pada penelitian ini, subjek yang paling banyak terlibat di dominasi oleh subjek yang berusia 20 tahun berjumlah 61 orang (35.9%) sesuai dengan tahap perkembangannya, usia 20-24 tahun ialah usia yang berada pada kategori dewasa awal yang merupakan masa transisi dari tahap perkembangan remaja menuju tahap dewasa (Listyanti, 2012). Hal tersebut sejalan dengan pembahasan dalam buku perkembangan yang ditulis oleh Hurlock bahwa hal yang populer dikalangan dewasa awal atau dewasa muda salah satunya adalah mencari hiburan. Hiburan adalah kegiatan yang dimana orang menjadi pasif, dan hal itu bisa dinikmati oleh segala usia, namun kebutuhan akan hiburan seperti mendengarkan musik, bermain game, menonton film dan berkelana di dunia internet meningkat pada masa dewasa awal.

Begitu berharga dan pentingnya telepon pintar bagi penggunanya yang menjadikan mereka begitu identik dengan telepon pintar yang hampir setiap hari berada ditangan. Hal ini bisa dilihat dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebanyak 69 responden dengan persentase 40.6% menggunakan telepon pintar dalam sehari selama lebih dari 6 jam. Ketergantungan pada telepon pintar pada akhirnya menjadikan penggunanya melakukan gangguan sosial, seperti *phubbing* yaitu sikap atau tindakan acuh seseorang dalam sebuah lingkungan dengan fokus pada telepon pintar daripada memperhatikan atau berinteraksi dengan lingkungan di sekitarnya. *Phubbing* juga dianggap sebagai suatu hal yang negatif dikarenakan cenderung tidak menganggap lawan bicara, sehingga kurangnya komunikasi dan interaksi sosial dengan sesama manusia.

Seseorang yang memiliki perilaku *phubbing* yang rendah, maka akan mampu mengatur penggunaan telepon pintarnya agar tidak berlebihan saat menggunakannya sehingga dalam mengakses media sosial mampu membatasi diri. Namun berbeda halnya ketika seseorang memiliki perilaku *phubbing* yang cukup tinggi, maka ia akan lebih banyak mengakses media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram* untuk melakukan komunikasi secara tidak *face to face* dengan teman-temannya melalui media sosial secara online. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Wang (2017) yang mengungkapkan bahwa sangat kuatnya pengaruh durasi penggunaan media sosial terhadap perilaku *phubbing*. Artinya semakin lama menggunakan media sosial, maka akan semakin tinggi perilaku *phubbing*-nya.

Pada hasil uji korelasi parsial dapat diketahui bahwa aspek perilaku atau ciri khusus berkorelasi positif dan signifikan terhadap aspek dan memiliki hubungan.

Artinya, semakin tinggi perilaku atau ciri khusus pada dewasa awal maka aspek gangguan komunikasi dari perilaku *phubbing* tinggi. Sebaliknya, apabila perilaku atau ciri khusus rendah, maka gangguan komunikasi yang terdapat pada mahasiswa pun rendah. Penelitian dari Taufik (2020) menyebutkan bahwa seorang dapat berubah menjadi lebih egois dan antisosial saat sedang menggunakan telepon pintar, mereka lebih merasa dekat dengan orang lain yang berada sangat jauh dari mereka, dan justru lebih mengabaikan orang-orang yang berada disekitar mereka, dan cenderung mengabaikan sesuatu yang semestinya menjadi fokus utama mereka.

Pada hasil uji korelasi parsial dapat diketahui bahwa aspek pengabaian pekerjaan berkorelasi positif dan signifikan terhadap aspek gangguan komunikasi dan memiliki hubungan. Artinya, semakin tinggi pengabaian pekerjaan maka gangguan komunikasi mahasiswa semakin tinggi. Sebaliknya, apabila pengabaian pekerjaan rendah, maka gangguan komunikasi yang terdapat pada dewasa awal pun rendah. Novianto (2011) menyatakan bahwa mahasiswa yang mampu mengontrol dalam menggunakan internet dapat menggunakannya untuk menunjang media berkomunikasi dan meningkatkan efektivitas dalam sebuah pekerjaan.

Pada hasil uji korelasi parsial dapat diketahui bahwa aspek ketidakmampuan mengontrol diri berkorelasi positif dan signifikan terhadap aspek gangguan komunikasi dan memiliki hubungan. Artinya, semakin tinggi ketidakmampuan mengontrol diri maka aspek gangguan komunikasi dari perilaku *phubbing* pada dewasa awal semakin tinggi. Begitupun sebaliknya. Menurut Young (2007) sebuah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa seseorang yang kecanduan media sosial tidak dapat mengatur aktivitasnya pada kehidupan nyata.

Pada hasil uji korelasi parsial dapat diketahui bahwa aspek perilaku atau ciri berkorelasi positif dan signifikan terhadap aspek obsesi terhadap ponsel dan memiliki hubungan diantara keduanya. Artinya, semakin tinggi perilaku atau ciri khusus maka obsesi terhadap ponsel pada dewasa awal semakin tinggi. Sebaliknya, apabila perilaku atau ciri khusus pada dewasa rendah, maka obsesi terhadap ponsel pada dewasa awal pun rendah. Sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Chotpitayasunondh dan Karen (2018) bahwa karakteristik perilaku dengan obsesi terhadap ponsel ialah penarikan kontak mata. Menghindari tatapan mata merupakan bentuk pasif meremehkan secara sosial, mengungkapkan ketidakminatan pada lingkungan sekitar dan hanya fokus pada telepon genggamnya.

Pada hasil uji korelasi parsial dapat diketahui bahwa aspek penggunaan yang berlebih berkorelasi positif terhadap aspek obsesi terhadap ponsel dan memiliki hubungan diantara keduanya. Artinya, semakin tinggi aspek penggunaan yang berlebih maka obsesi terhadap ponsel pada dewasa awal pun semakin tinggi. Sebaliknya, apabila penggunaan yang berlebih rendah, obsesi terhadap ponsel yang terdapat pada dewasa awal pun rendah. Penelitian yang dilakukan oleh Bianchi dan Phillips (2005) menunjukkan bahwa kecanduan telepon pintar menyebabkan individu menghadapi krisis perilaku akibat penggunaan telepon pintar yang berlebihan, merasa sibuk, cemas, depresi ketika tidak membawa telepon pintar, gagal untuk mengontrol diri, dan menggunakan telepon pintar untuk melarikan diri dari masalah.

Pada hasil uji korelasi parsial dapat diketahui bahwa aspek pengabaian pekerjaan berkorelasi positif terhadap aspek obsesi terhadap ponsel dan memiliki

hubungan diantara keduanya. Artinya, semakin tinggi aspek pengabaian pekerjaan maka aspek obsesi terhadap ponsel pada dewasa awal pun semakin tinggi. Sebaliknya, apabila pengabaian pekerjaan rendah, obsesi terhadap ponsel yang terdapat pada dewasa awal pun rendah.

Billieux (2008) menyebutkan bahwa individu yang memiliki kurangnya ketekunan dalam mengendalikan diri dapat mengganggu fokus tugas dan membuat kemampuan proses berfikir semakin menurun serta dapat pula meningkatkan frekuensi penggunaan ponsel. Menurut Sarwar & Somro (2013) adapun dampak dari penggunaan telepon pintar yaitu bisnis, psikologis, kesehatan, pendidikan, dan sosial. Tidak hanya dampak positif adapun dampak negatif bagi para dewasa awal ini, diantaranya adalah terbaginya fokus bekerja, radiasi telepon pintar tidak baik untuk kesehatan, menimbulkan kemalasan, dan lain-lain. Dampak yang lebih jauh adalah kurangnya kepekaan atau kepedulian terhadap lingkungan sosial.

Penelitian yang dilakukan saat ini masih memiliki beberapa kekurangan dan juga keterbatasan diantaranya ialah menggunakan satu variabel independen yaitu kecanduan telepon pintar dan variabel dependen kecenderungan perilaku *phubbing*. Peneliti berharap selanjutnya mampu menggunakan variabel-variabel lain, sehingga dapat menemukan penelitian terbaru yang lebih detail dan kreatif yang dapat dikembangkan dan mencari variabel lain yang berpengaruh terhadap kecenderungan perilaku *phubbing*. Kemudian keterbatasan penelitian selanjutnya ialah penelitian ini hanya dilakukan dengan penyebaran kuisisioner menggunakan *google form* dikarenakan pengambilan data dilakukan selama pandemi *covid 19* yang mengharuskan sebagian aktivitas dilakukan secara daring dan tidak bertatap

muka. Subjek tidak mengisi skala sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, sehingga menyebabkan beberapa nilai pada tiap aspek tidak saling berkorelasi terhadap masing-masing variabel, selain itu jumlah sampel yang terlalu besar menyebabkan kurangnya kontrol setting pada penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan analisis korelasi *product moment* dari *pearson* diperoleh r sebesar 0.347, nilai ini menunjukkan arah positif dengan signifikansi 0,000 ($p < 0.05$) artinya variabel tersebut mempunyai hubungan. Pada saat seseorang memiliki kecanduan telepon pintar yang tinggi, maka seseorang memiliki perilaku *phubbing* yang juga tinggi. Begitupun sebaliknya, saat remaja memiliki kecanduan telepon pintar yang rendah, maka seseorang memiliki kecenderungan perilaku *phubbing* rendah.

Hasil koefisien korelasi sebesar 0.347 masuk pada kategori rendah, hal ini berdasarkan pada interpretasi angka korelasi. Sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yang berbunyi Kecanduan telepon pintar dengan kecenderungan perilaku *phubbing* diterima. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi yang lebih luas dan banyak lagi pada sebuah pemikiran, pengetahuan dan informasi dari hasil pengolahan data yang menunjukkan bahwa ada hubungan antar dua variable yang diteliti.

B. Saran

1. Bagi Subjek

Penelitian mengenai kecanduan telepon pintar sangat cocok dilakukan oleh kalangan zaman sekarang karena mengingat kemajuan teknologi

komunikasi dapat memberikan dampak atau pengaruh yang sangat besar terhadap khalayak. Dari hasil penelitian, disarankan agar masyarakat dan mahasiswa maupun pelajar untuk lebih bijak dalam menggunakan telepon pintar, agar mampu terhindar dari sikap perilaku *phubbing*. Komunikasi antar muka itu penting dalam kualitas komunikasi dan hubungan sosial lainnya, jadi kepada masyarakat, mahasiswa maupun pelajar yang rentang usia dari remaja hingga dewasa agar bisa mengurangi tindakan pengabaian terhadap orang lain.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peeneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama diharapkan dapat memperluas hasil penelitian dikarenakan masih terdapat faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku *phubbing* selain kecanduan telepon pontar itu sendiri. Selain itu, bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan mengeksplorasikan lebih lanjut penelitian ini dengan melibatkan variabel lain seperti cara berkomunikasi, kontrol diri, empati dan hal hal lain yang sekiranya dapat menjadi faktor tersebut, serta diharapkan agar dapat menggunakan teori-teori yang lebih banyak dan hasil penelitian yang lebih terbaru. Proses pengambilan data sebaiknya dilakukan secara langsung agar peneliti bisa mendapatkan umpan balik secara langsung dan mampu mengontrol situasi di sekitar partisipan saat pengisian kuisisioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Akdon & Ridwan. (2013). *Rumus dan Data dalam Aplikasi Statistika*. Bandung: Alfabeta
- Aljomaa, S. S., Al-Qudah, M. F., Albursan, I. S., Bakhiet, S. F., Abduljabbar, A. S. (2016). *Telepon pintar addiction among university students in the light of some variables*. *Computers in Human Behavior*. (61), 155-164.
- Arikunto. (2016). *Prosedur penelitian dan pendekatan praktik*. PT Rineka Cipta
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). *Laporan Survei Internet APJII 2019-2020*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
- Azwar, S. (2016). *Realibilitas dan validitas*. Pustaka Belajar.
- Badan Pusat Statistik Kota Samarinda. (2020) *Berita Resmi Statistik kota Samarinda 2020*. Badan Pusat Statistik Kota Samarinda.
- Bianchi, A. & Phillips, J. G. (2005). *Psychological predictors of problem mobile phone use*. *CyberPsychology & Behavior*, 8(1), 39-51.
- Billieux, J. (2008). The role of impulsivity in actual and problematic use of the mobile phone. *Applied Cognitive Psychology*, 22(9), 1195-1210.
- Chiu, S.I. (2014). The relationship between life stress and smartphone addiction on taiwanese university student: *A meditation model of learning self efficacy and social efficacy*. *Computers in Human Behavior*
- Cho, Y. C. dan Esen S. 2015. "Exploring Factors That Affect Usefulness Ease of Use, Trust, and Purchase Intention In The Online Environment". *International Journal of Management & Information System*. First Quarter Volume 19, Number 1. pp. 21-36.
- Chotpitayasunondh, V. & Douglas, K. M. (2016). How "phubbing" becomes the norm: the antecedents and consequences of snubbing via Telepon pintar. *Computer in Human Behavior*, 63, 9-18.doi:10.1016/j.chb.2016.05.018.
- Corry, A. (2009). *Etika Berkomunikasi dalam Penyampaian Aspirasi*. Jurnal Komunikasi Universitas Tarumanagara.

- Creswell, J. W. (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Edisi ketiga. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ducharme, J. (2018). *How should the media cover suicide? A new study has some answers*.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Griffiths, M.D. (2014). Technological addictions. *Clinical Psychology Forum*. 2018; 7(1): 100- 8.
- Hanika, I., M. (2015). Fenomena *phubbing* di era milenia (ketergantungan seseorang pada Telepon pintar terhadap lingkungannya). *Jurnal interaksi*, vol.4 no.1: 42-51
- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta : Erlangga
- Karadag, E., Tosuntas, S. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Sahin, B. M. (2015). Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: a structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60-74.doi: 10.1556/2006.4.2015.005
- Karuniawan, A., & Cahyati, I.Y. (2013). Hubungan antara *academic stress* dengan *smartphone addiction* pada mahasiswa pengguna *smartphone*. *Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental*, 2(1), 16-20.
- Kwon, M., Yang, S. (2013). The Telepon pintar addiction scale: development and validation of a short version for adolescent. *PLOS One*, 8 (12), 1-7.doi: 10.1371/journal.pone.008355.
- Lin, Y. H., Chang, L. R., Lee, Y. H., Tseng, H. W., Kuo, T. B. & Chen, S. H. (2014). Development and validation of the smartphone Addiction Inventory (SPAI). *PloS One*, 9(6): 1-5.
- Listyanti, I. N. (2012). *Interpersonal psychoterapy* untuk meningkatkan *self-esteem* pada mahasiswa universitas indonesia yang mengalami *distres* psikologis. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Lukman. (2018). *Penggunaan dan Adiksi Smartphone di Kalangan Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Hasanuddin Angkatan 2015 dan 2016*. Universitas Hasanuddin.
- Munatirah, H., & Anisah, N. (2019). Intensitas penggunaan Telepon pintar terhadap perilaku *phubbing*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah*, 4(2), 8-11.

- Novianto, I. (2011). Perilaku penggunaan internet di kalangan mahasiswa. Surabaya: Universitas Airlangga
- Pinasti, D.A., & Kustanti, E.R. (2018). Hubungan antara Empati dengan Adiksi Telepon pintar pada mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya dan Fakultas Sains dan Matematika di Universitas Diponegoro Semarang. *Jurnal Empati*, 6(3), 183-188.
- Roberts, J. A., David, M.E. (2015). My life has become a major distraction from my cell phone: partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partner. *Computer in Human Behavior*, 54, 134-141.
- Sarwar, M, & Somro, T . (2013). Impact of smartphone's on society. *European Journal of Scientific Research*. 98(2),216-226.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Ugur, N. G., Koc, T. (2015). Time for digital detox: misuse of mobile technology and phubbing. *Social and Behavioral Science*, 195, 1022-1031
- Wang, X., Xie, X., Wang, Y., Wang, P., Lei, L. (2017). Partner phubbing and depression among married Chinese adults: the roles of relationship satisfaction and relationship length. *Personality and Individual Differences*, 110, 12-17.doi: 10.1016/j.paid.2017.01.014
- Wirawan. (2015). *Manajemen Sumber Daya Manusia Indonesia : Teori,Psikologi, Hukum Ketenagakerjaan, Aplikasi Dan Penelitian:Aplikasi Dalam Organisasi Bisnis, Pemerintahan Dan Pendidikan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Woyke, E. (2014). *The smartphone anatomy of an industry*. New York: The New Press.
- Young, K. (2015). The evolution of internet addiction. Dalam C. Montag, & M. Reuter, *Internet Addiction: Neuroscientific Approaches and Therapeutical Interventions* (3-20). Heidelberg: Springer.
- Young, K. S & Cristiano, A. N. D. (2017). *Kecanduan Internet Konseling dan petunjuk untuk evaluasi dan penanganan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Yusnita, Y., & Syam, M. H. (2017). Pengaruh Perilaku *Phubbing* Akibat Penggunaan *Smartphone* Berlebihan Terhadap Interaksi Sosial Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah*, 2(3), 1-11.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Data penelitian awal *Phubbing*

IDENTITAS DIRI

(Identitas ini hanya untuk data, bukan untuk disebarluaskan)

Nama/Inisial :

Usia :

Jenis kelamin :

Fakultas :

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Tidak dapat menahan diri untuk tidak membuka telepon pintar.		
2	Ketika saya pergi dengan teman-teman saya, saya hanya melihat telepon pintar saya untuk melihat apakah saya mendapatkan notifikasi.		
3	Lebih menyukai berinteraksi menggunakan telepon pintar dibandingkan berinteraksi secara langsung.		
4	Mendahulukan melihat telepon pintar daripada merespon pembicaraan.		
5	Merasa kesal jika ada yang mengganggu ketika saya sedang asyik menggunakan telepon pintar.		
6	Merasa cemas ketika saya pergi dan lupa membawa telepon pintar.		
7	Spontan mengabaikan lawan bicara ketika telepon pintar saya berdering.		
8	Menurut saya, membalas pesan atau chat ketika sedang berinteraksi dengan teman adalah hal yang wajar menurut saya.		
9	Pandangan saya bisa tetap fokus pada telepon pintar walaupun saya sedang berbicara dengan teman saya.		
10	Sulit bagi saya untuk mengatur penggunaan telepon pintar.		

Lampiran 2. Skala penelitian variabel Perilaku *Phubbing* dan variabel Kecanduan Telepon Pintar

A. Skala Perilaku *Phubbing*

Variabel	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			Favorable	Unfavorable	
<i>Phubbing</i>	1. Gangguan Komunikasi	Menerima atau melakukan panggilan telepon ketika sedang berkomunikasi.	1. Saya akan segera mengangkat panggilan telepon ketika handphone berdering, walaupun dalam keadaan berbincang dengan teman.	2. Saya akan menonaktifkan telepon genggam (HP) saat sedang mengikuti perkuliahan di kelas.	6
			4. Saat saya berbicara secara langsung dengan teman, saya lebih tertarik untuk melakukan pembicaraan melalui dengan handphone.	3. Saya lebih memilih untuk menolak panggilan masuk pada telepon genggam (HP) saya ketika berbicara dengan teman.	
		Membalas pesan singkat/ chat ketika sedang berkomunikasi	6. Saya sering menerima panggilan telfon ketika sedang terlibat pembicaraan dengan orang lain.	5. Ketika saya sedang berkomunikasi dalam sebuah acara dan telepon genggam (HP) saya berdering,, maka saya akan meminta izin terlebih dahulu kepada lawan bicara.	
			8. Saya membalas pesan/ chat masuk di telepon genggam (HP) meskipun sedang berbicara dengan orang lain.	7. Ketika dalam sebuah acara, saya akan mengabaikan chat / pesan masuk di telepon genggam (HP) saya.	8
			9. Saya merasa lebih puas ketika mengetik sebuah pesan atau	10. Saya meminta izin kepada lawan bicara saat ingin menggunakan	

			<p>membalas chat ketimbang berkomunikasi secara langsung.</p> <p>11. Saya dapat menghilangkan kejenuhan dengan membalas pesan singkat dari seseorang ketika berkumpul dengan teman.</p> <p>13. Mata saya tertuju kepada telepon genggam (HP) ketika saya sedang berkumpul bersama teman hanya untuk mengecek apakah ada notifikasi yang masuk atau tidak.</p>	<p>Telepon pintar untuk membalas pesan yang saya terima.</p> <p>11. Saya merasa lebih percaya diri melakukan komunikasi secara langsung dibandingkan hanya melalui chat atau hanya sekedar pesan singkat.</p> <p>14. Saya memilih menunda membalas pesan atau chat yang masuk di handphone ketika sedang mengobrol dengan teman atau keluarga.</p>	
		<p>Mengecek Telepon pintar ataupun menggunakan media sosial ketika sedang berkomunikasi</p>	<p>15. Saya mengecek notifikasi media sosial yang saya punya pada Telepon pintar walaupun saya sedang berbicara dengan teman atau keluarga.</p> <p>16. Saya cenderung lamban dalam merespon obrolan teman atau kerabat saya karena keasyikan melihat media sosial yang ada di Telepon pintar saya.</p> <p>18. Saya khawatir akan melewatkan sesuatu yang penting jika tidak memeriksa Telepon pintar saya</p>	<p>17. Saya memperhatikan kontak mata ketika berbicara dengan lawan bicara merupakan hal yang paling penting daripada melihat notifikasi yang masuk di telepon genggam (HP) saya.</p> <p>19. Saya akan mengabaikan notifikasi yang muncul di telepon genggam (HP) saya ketika saya sedang berbicara dengan teman.</p> <p>20. Saya merasa penggunaan Telepon pintar itu mengganggu disaat sedang bersama teman atau keluarga.</p>	8

			dalam sehari. 21. Saya terkadang mencuri waktu untuk menggunakan media sosial saat sedang dalam pertemuan/rapat/perkumpulan dengan teman atau rekan kerja.	22.Saya memilih mengobrol dan bertukar informasi secara langsung daripada sibuk melihat Telepon pintar masing-masin.	
	Obsesi terhadap ponsel	Kelekatan terhadap ponsel	23 Ketika saya bangun tidur, yang pertama kali saya cari adalah telepon genggam (HP). 24..Ketika saya pergi dan lupa membawa telepon genggam (HP), saya akan kembali pulang mengambilnya. 25.Saya meletakkan telepon genggam (HP) dalam jangkauan saya. 28. Saat ke kamar, saya selalu membawa Telepon pintar untuk sekedar menyalakan lagu.	26. Saya merasa biasa saja jika sehari tidak membuka media sosial. 27. Saya akan menunggu Telepon pintar saya full charge terdahulu, kemudian saya gunakan kembali. 29. Saya merasa lebih berkualitas apabila orang –orang terlibat dalam pembicaraan lebih fokus pada topik pembicaraan daripada menggunakan Telepon pintar. 30. Saya merasa lebih dihargai ketika lawan bicara memilih fokus dalam pembicaraan daripada bermain dengan Telepon pintar	8
		Merasa ada yang kurang tanpa Telepon pintar	31.Saya merasa cemas ketika saya pergi jalan dan lupa membawa telepon genggam (HP)	32.Saya merasa lebih cemas ketika saya tidak membawa dompet daripada tidak membawa telepon genggam (HP) saat berpergian.	6

			<p>33.Saya merasa cemas jika tidak ada Telepon pintar di dekat saya.</p> <p>34.Saya menghilangkan kebosanan dengan membuka Telepon pintar dan melihat media sosial.</p>	<p>35.Saya merasa khawatir dengan perasaan lawan bicara saya ketika saya terus menghadapi Telepon pintar.</p> <p>36. Saya akan meninggalkan telepon genggam (HP) ketika saya sedang makan.</p>	
		<p>penggunaan Telepon pintar</p>	<p>37.Intensitas penggunaan telepon genggam (HP) saya meningkat dari hari ke hari.</p> <p>38.Waktu yang saya alokasikan untuk kegiatan sosial, pribadi, dan tugas- tugas lainnya berkurang karena penggunaan telepon genggam (HP).</p> <p>41. Sulit bagi saya untuk mengatur penggunaan telepon genggam (HP).</p> <p>42. Saya mendapati diri saya berfikir “beberapa menit lagi” ketika saya menggunakan Telepon pintar.</p>	<p>39.Saat berkumpul dan berbincang dengan teman atau keluarga saya tidak memegang Telepon pintar.</p> <p>40.Saya akan mematikan handphone ketika waktunya untuk di charger.</p> <p>43. Saya akan mengabaikan Telepon pintar ketika ada yang harus dilakukan.</p> <p>44. Saya membuka media sosial di Telepon pintar hanya jika benar-benar ingin.</p>	8

B. Skala Kecanduan Telepon Pintar

Variabel	Aspek	Indikator	Aitem		Total
			Favorable	Unfavorable	
Kecanduan Telepon pintar	1. Perilaku/ ciri khusus	a. Marah ketika di ganggu.	1. Saya merasakan kehampaan tanpa adanya telepon pintar.	5. Saat saya bermain Telepon pintar, saya tidak tersinggung ketika diganggu.	6
		b. Merasa bosan dan hampa ketika tidak dapat mengakses internet.	2. Saya akan merasa gelisah tanpa adanya telepon pintar. 3. Saya merasa risih ketika ditegur saat saya sedang beraktifitas dengan telepon pintar. 4. Lawan bicara saya memberi tahu bahwa saya terlalu banyak berinteraksi dengan Telepon pintar.	6. saya walaupun tanpa Telepon pintar merasa sudah memiliki banyak teman.	
	2. Penggunaan yang berlebihan	a. Hilangnya pengertian tentang penggunaan waktu dalam menggunakan Telepon pintar.	7. Saya menggunakan Telepon pintar lebih lama dari yang saya inginkan. 8. Setiap bangun tidur saya selalu memeriksa telepon pintar. 35. Saya berfikir “hanya beberapa menit saja” saat sedang menggunakan ponsel.	9. Saya memeriksa Telepon pintar ketika membutuhkan saja. 10. Saya mampu membatasi penggunaan Telepon pintar dalam keseharian. 37. Saya sadar bahwa telah melewatkan peluang untuk	4

			36. Saya seringkali lupa waktu ketika sedang asyik melihat ponsel.	berbicara dengan orang lain karena saya memainkan ponsel.	
				38. saya berharap untuk mengurangi penggunaan ponsel , namun seringkali saya gagal untuk melakukannya.	
	3. Pengabaian pekerjaan	a. Produktivitas dan kinerja menurun	11. Saya lebih suka berdiskusi lewat telepon pintar. 12. Bagi saya belajar online lebih efisien. 13. Saya tahu bahwa saya telah kehilangan kesempatan atau waktu untuk melakukan kegiatan atau pekerjaan saat saya asyik dengan telepon pintar.	14. Berbincang dengan teman lebih menyenangkan dari pada bermain Telepon pintar 15. Saya lebih suka berkegiatan dari pada main smarphone 16. Sambil memainkan Telepon pintar akan membuat fokus saya terganggu pada sebuah pekerjaan.	6
	4. Antisipasi	a. Melarikan diri dari permasalahan melalui gadget b. Telepon pintar mendominasi pikiran, perasaan dan perilaku	17. Bagi saya lebih mudah mencari inspirasi lewat Telepon pintar dalam kegiatan belajar. 18. Mengeluh di social media membuat saya lebih tenang 19. Bagi saya membawa telepon pintar membuat pikiran tenang	20. Saya lebih suka curhat dengan teman tanpa melalui Telepon pintar 21. Tanpa Telepon pintar saya bisa mencari inspirasi dalam belajar	6

				22. Saya tidak merasa panik ketika Telepon pintar tertinggal di rumah/kos	
	5. Ketidakmampuan mengontrol diri	c. Bertambahnya waktu menggunakan Telepon pintar d. Penggunaan yang tidak terkontrol	23. Saya bermain telepon pintar sampai larut malam 24. Bermain telepon pintar mengganggu jam tidur saya 25. Saya bermain telepon pintar ketika jam perkuliahan berlangsung	26. Saya berhenti menggunakan Telepon pintar ketika diajak berbicara. 27. Saya menggunakan telepon pintar pada waktu tertentu. 28. Saya berhenti bermain telepon pintar ketika perkuliahan di mulai	6
	6. Mengabaikan Kehidupan sosial	A. Mengurangi kegiatan sosial	29. Saya menggunakan telepon pintar ketika belajar atau sedang berdiskusi dengan teman. 30. Saya menggunakan telepon pintar ketika rapat kegiatan kampus. 31. Saya menggunakan telepon pintar walau saya tahu hal tersebut membuat lawan bicara saya jengkel.	32. Saya tidak menggunakan telepon pintar ketika mengobrol dengan teman. 33. Saya lebih memperhatikan lawan berbicara dari pada bermain telepon pintar. 34. Saya merasa senang jika jika saya berhenti fokus pada telepon pintar dan melanjutkan perbincangan dengan lawan bicara.	6

Lampiran 3. Hasil Uji Validitas Skala Kecenderungan Perilaku *phubbing*

A. Aspek Gangguan Komunikasi

		Correlations																						ASPEK1			
		Aitem1	Aitem2	Aitem3	Aitem4	Aitem5	Aitem6	Aitem7	Aitem8	Aitem9	Aitem10	Aitem11	Aitem12	Aitem13	Aitem14	Aitem15	Aitem16	Aitem17	Aitem18	Aitem19	Aitem20	Aitem21	Aitem22				
Aitem1	Pearson Correlation	1	.342**	.210*	.625**	.335**	.330**	.564**	.098	.499**	.580**	.272**	.342**	.284**	.210*	.519**	.207*	.585**	.704**	.564**	.580**	1,000**	.034	.807**			
	Sig. (2-tailed)		.000	.036	.000	.001	.001	.000	.334	.000	.000	.006	.000	.004	.036	.000	.039	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.739	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Aitem2	Pearson Correlation	.342**	1	.016	.272**	.246**	.137	.323**	.243*	.081	.326**	.359**	1,000**	.007	.016	.184	.151	.458**	.329**	.323**	.326**	.342**	.010	.543**			
	Sig. (2-tailed)			.878	.006	.013	.174	.001	.015	.425	.001	.000	.000	.948	.878	.066	.134	.000	.001	.001	.001	.001	.000	.919	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem3	Pearson Correlation	.210*	.016	1	.150	.211*	.298**	.362**	.079	.257**	.232*	.034	.016	.289**	1,000**	.083	.077	.219*	.239*	.362**	.232*	.210*	.136	.428**			
	Sig. (2-tailed)				.136	.035	.003	.000	.432	.010	.020	.737	.878	.003	.000	.413	.447	.028	.017	.000	.020	.036	.177	.000			
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem4	Pearson Correlation	.625**	.272**	.150	1	.231*	.324**	.379**	.155	.371**	.392**	.138	.272**	.716**	.150	.372**	.318**	.538**	.493**	.379**	.392**	.625**	.072	.672**			
	Sig. (2-tailed)			.000	.006	.136	.021	.001	.000	.124	.000	.000	.171	.006	.000	.136	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.474	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem5	Pearson Correlation	.335**	.246**	.211*	.231*	1	.304**	.397**	-.015	.092	.705**	.318**	.246**	.055	.211*	.326**	-.063	.322**	.369**	.397**	.705**	.335**	-.048	.549**			
	Sig. (2-tailed)			.013	.035	.021	.002	.000	.882	.362	.000	.001	.013	.588	.035	.001	.534	.001	.000	.000	.000	.000	.001	.632	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem6	Pearson Correlation	.330**	.137	.298**	.324**	.304**	1	.312**	.166	.310**	.307**	-.086	.137	.284**	.298**	.198*	.250*	.362**	.239*	.312**	.307**	.330**	.237*	.499**			
	Sig. (2-tailed)			.001	.003	.001	.002	.002	.098	.002	.002	.396	.174	.004	.003	.048	.012	.000	.017	.002	.002	.001	.017	.000			
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem7	Pearson Correlation	.564**	.323**	.362**	.379**	.397**	.312**	1	.015	.174	.480**	.159	.323**	.145	.362**	.281**	.315**	.670**	.428**	1,000**	.480**	.564**	.122	.718**			
	Sig. (2-tailed)			.000	.001	.000	.000	.002	.882	.084	.000	.114	.001	.151	.000	.005	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.226	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem8	Pearson Correlation	.098	.243*	.079	.155	-.015	.166	.015	1	.261**	.073	.155	.243*	.088	.079	.107	.115	.033	.109	.015	.073	.098	-.049	.240*			
	Sig. (2-tailed)			.334	.015	.432	.124	.882	.098	.882	.009	.470	.123	.015	.385	.432	.291	.255	.746	.279	.882	.470	.334	.627	.016		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem9	Pearson Correlation	.499**	.081	.257**	.371**	.092	.310**	.174	.261**	1	.250*	.139	.081	.588**	.257**	.467**	.219*	.299**	.336**	.174	.250*	.499**	-.033	.521**			
	Sig. (2-tailed)			.000	.425	.010	.000	.362	.002	.084	.009	.012	.168	.425	.000	.010	.000	.029	.003	.001	.084	.012	.000	.747	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem10	Pearson Correlation	.580**	.326**	.232*	.392**	.705**	.307**	.480**	.073	.250*	1	.347**	.326**	.159	.232*	.378**	.067	.529**	.463**	.480**	1,000**	.580**	-.058	.726**			
	Sig. (2-tailed)			.000	.001	.020	.000	.000	.000	.470	.012	.000	.001	.113	.020	.000	.509	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.565	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem11	Pearson Correlation	.272**	.359**	.034	.138	.318**	-.086	.159	.155	.139	.347**	1	.359**	.027	.034	.203*	-.047	.229*	.597**	.159	.347**	.272**	-.016	.419**			
	Sig. (2-tailed)			.006	.000	.737	.171	.001	.396	.114	.123	.168	.000	.000	.786	.737	.043	.644	.022	.000	.114	.000	.006	.872	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem12	Pearson Correlation	.342**	1,000**	.016	.272**	.246**	.137	.323**	.243*	.081	.326**	.359**	1	.007	.016	.184	.151	.458**	.329**	.323**	.326**	.342**	.010	.543**			
	Sig. (2-tailed)			.000	.000	.878	.006	.013	.174	.001	.015	.425	.001	.000	.948	.878	.066	.134	.000	.001	.001	.001	.000	.919	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem13	Pearson Correlation	.284**	.007	.289**	.716**	.055	.284**	.145	.088	.588**	.159	.027	.007	1	.289**	.246**	.311**	.299**	.185	.145	.159	.284**	.022	.434**			
	Sig. (2-tailed)			.004	.948	.003	.000	.588	.004	.151	.385	.000	.113	.786	.948	.003	.014	.002	.003	.065	.151	.113	.004	.830	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem14	Pearson Correlation	.210*	.016	1,000**	.150	.211*	.298**	.362**	.079	.257**	.232*	.034	.016	.289**	1	.083	.077	.219*	.239*	.362**	.232*	.210*	.136	.428**			
	Sig. (2-tailed)			.036	.878	.000	.136	.035	.003	.000	.432	.010	.020	.737	.878	.003	.413	.447	.028	.017	.000	.020	.036	.177	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem15	Pearson Correlation	.519**	.184	.083	.372**	.326**	.198*	.281**	.107	.467**	.378**	.203*	.184	.246**	.083	1	.340**	.318**	.401**	.281**	.378**	.519**	.047	.555**			
	Sig. (2-tailed)			.000	.066	.413	.000	.001	.048	.005	.291	.000	.043	.066	.014	.413	.001	.001	.000	.005	.000	.000	.000	.642	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem16	Pearson Correlation	.207*	.151	.077	.318**	-.063	.250*	.315**	.115	.219*	.067	-.047	.151	.311**	.077	.340**	1	.366**	.291**	.315**	.067	.207*	.278**	.392**			
	Sig. (2-tailed)			.039	.134	.447	.001	.534	.012	.001	.255	.029	.509	.644	.134	.002	.447	.001	.000	.003	.001	.509	.039	.005	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem17	Pearson Correlation	.585**	.458**	.219*	.538**	.322**	.362**	.670**	.033	.299**	.528**	.229*	.458**	.299**	.219*	.318**	.366**	1	.504**	.670**	.528**	.585**	.140	.761**			
	Sig. (2-tailed)			.000	.000	.028	.000	.001	.000	.000																	

B. Aspek Obsesi Terhadap Ponsel

Correlations

		Aitem23	Aitem24	Aitem25	Aitem26	Aitem27	Aitem28	Aitem29	Aitem30	Aitem31	Aitem32	Aitem33	Aitem34	Aitem35	Aitem36	Aitem37	Aitem38	Aitem39	Aitem40	Aitem41	Aitem42	Aitem43	Aitem44	ASPEK2	
Aitem23	Pearson Correlation	1	.042	.596**	.175	.024	.083	.155	-.118	.596**	.035	.042	.596**	.175	.145	.499**	-.024	-.138	-.196	.070	.116	-.012	-.100	.329**	
	Sig. (2-tailed)		.681	.000	.081	.815	.412	.124	.241	.000	.728	.681	.000	.081	.150	.000	.809	.170	.050	.489	.249	.904	.322	.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem24	Pearson Correlation	.042	1	.077	.175	-.033	.503**	.191	.128	.077	.160	1.000**	.077	.175	.096	.294**	.125	.146	.071	.331**	.221*	-.108	.207*	.421**	
	Sig. (2-tailed)		.681		.445	.081	.745	.000	.056	.204	.445	.112	.000	.445	.081	.342	.003	.215	.146	.480	.001	.027	.285	.039	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem25	Pearson Correlation	.596**	.077	1	.148	-.090	.023	.146	-.019	1.000**	.062	.077	1.000**	.148	.017	.042	-.051	-.185	.005	.525**	.183	-.039	-.079	.400**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.445	.142	.373	.817	.147	.848	.000	.538	.445	.000	.142	.864	.678	.618	.065	.957	.000	.069	.697	.434	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem26	Pearson Correlation	.175	.175	.148	1	.152	.085	.738**	.220*	.148	.310**	.175	.148	1.000**	.137	.153	.205*	.285**	.281**	.198*	.319**	.135	.230*	.612**	
	Sig. (2-tailed)		.081	.081	.142		.132	.402	.000	.028	.142	.002	.081	.142	.000	.173	.129	.039	.004	.005	.048	.001	.181	.021	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem27	Pearson Correlation	.024	-.033	-.090	.152	1	.082	.159	.469**	-.090	.610**	-.033	-.090	.152	.550**	.013	.027	.272**	.215*	-.162	.163	.562**	.026	.437**	
	Sig. (2-tailed)		.815	.745	.373	.132		.415	.115	.000	.373	.000	.745	.373	.132	.000	.897	.788	.006	.032	.107	.105	.000	.799	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem28	Pearson Correlation	.083	.503**	.023	.085	.082	1	.159	.131	.023	-.029	.503**	.023	.085	.049	.556**	.133	.033	.099	.462**	.218*	.048	.232*	.388**	
	Sig. (2-tailed)		.412	.000	.817	.402	.415		.114	.192	.817	.773	.000	.817	.402	.631	.188	.748	.326	.000	.029	.634	.020	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem29	Pearson Correlation	.155	.191	.146	.738**	.159	.159	1	.239*	.146	.171	.191	.146	.738**	.174	.090	.290**	.333**	.211*	.166	.294**	.186	.290**	.593**	
	Sig. (2-tailed)		.124	.056	.147	.000	.115	.114		.016	.147	.089	.056	.147	.000	.083	.374	.003	.001	.035	.099	.003	.064	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem30	Pearson Correlation	-.118	.128	-.019	.220*	.469**	.131	.239*	1	-.019	.607**	.128	-.019	.220*	.507**	.029	.198*	.347**	.276**	.157	.268**	.664**	.265**	.587**	
	Sig. (2-tailed)		.241	.204	.848	.028	.000	.192	.016		.848	.000	.204	.848	.028	.000	.774	.048	.000	.005	.120	.007	.000	.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem31	Pearson Correlation	.596**	.077	1.000**	.148	-.090	.023	.146	-.019	1	.062	.077	1.000**	.148	.017	.042	-.051	-.185	.005	.525**	.183	-.039	-.079	.400**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.445	.000	.142	.373	.817	.147	.848		.538	.445	.000	.142	.864	.678	.618	.065	.957	.000	.069	.697	.434	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem32	Pearson Correlation	.035	.160	.062	.310**	.610**	-.029	.171	.607**	.062	1	.160	.062	.310**	.569**	.000	.097	.306**	.331**	.050	.312**	.633**	.095	.609**	
	Sig. (2-tailed)		.728	.112	.538	.002	.000	.773	.089	.000	.538	.112	.538	.002	.000	1.000	.336	.002	.001	.621	.002	.000	.349	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem33	Pearson Correlation	.042	1.000**	.077	.175	-.033	.503**	.191	.128	.077	.160	1	.077	.175	.096	.294**	.125	.146	.071	.331**	.221*	-.108	.207*	.421**	
	Sig. (2-tailed)		.681	.000	.445	.081	.745	.000	.056	.204	.445	.112	.000	.445	.081	.342	.003	.215	.146	.480	.001	.027	.285	.039	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem34	Pearson Correlation	.596**	.077	1.000**	.148	-.090	.023	.146	-.019	1.000**	.062	.077	1	.148	.017	.042	-.051	-.185	.005	.525**	.183	-.039	-.079	.400**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.445	.000	.142	.373	.817	.147	.848		.538	.445	.000	.142	.864	.678	.618	.065	.957	.000	.069	.697	.434	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem35	Pearson Correlation	.175	.175	.148	1.000**	.152	.085	.738**	.220*	.148	.310**	.175	.148	1	.137	.153	.205*	.285**	.281**	.198*	.319**	.135	.230*	.612**	
	Sig. (2-tailed)		.081	.081	.142	.000	.132	.402	.000	.028	.142	.002	.081	.142		.173	.129	.039	.004	.005	.048	.001	.181	.021	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem36	Pearson Correlation	.145	.096	.017	.137	.550**	.049	.174	.507**	.017	.569**	.096	.017	.137	1	.082	.083	.259**	.189	-.041	.147	.667**	.089	.525**	
	Sig. (2-tailed)		.150	.342	.864	.173	.000	.631	.083	.000	.864	.000	.342	.864	.173		.417	.411	.009	.059	.684	.145	.000	.380	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem37	Pearson Correlation	.499**	.294**	.042	.153	.013	.556**	.090	.029	.042	.000	.294**	.042	.153	.082	1	.172	.087	-.034	.412**	.161	.055	.088	.364**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.678	.129	.897	.000	.374	.774	.678	1.000	.003	.678	.129	.417		.087	.391	.736	.000	.110	.585	.384	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem38	Pearson Correlation	-.024	.125	-.051	.206*	.027	.133	.290**	.198*	-.051	.097	.125	-.051	.206*	.083	.172	1	.301**	.128	.150	.346**	.144	.442**	.388**	
	Sig. (2-tailed)		.809	.215	.618	.039	.788	.188	.003	.048	.618	.336	.215	.618	.039	.411	.087		.002	.203	.137	.000	.154	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem39	Pearson Correlation	-.138	.146	-.185	.285**	.272**	.033	.333**	.347**	-.185	.308**	.146	-.185	.285**	.259**	.087	.301**	1	.552**	.044	.338**	.403**	.161	.472**	
	Sig. (2-tailed)		.170	.146	.065	.004	.006	.748	.001	.000	.065	.002	.146	.065	.004	.009	.391	.002		.000	.682	.001	.000	.109	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Aitem40	Pearson Correlation	-.196	.071	.005	.281**	.215*	.099	.211*	.276**	.005	.331**	.071	.005	.281**	.189	-.034	.								

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Skala Kecanduan Telepon Pintar

A. Aspek Perilaku/Ciri Khusus

		Correlations						
		Aitem1	Aitem2	Aitem3	Aitem4	Aitem5	Aitem6	ASPEK1
Aitem1	Pearson Correlation	1	,162	1,000**	,359**	,339**	,337**	,844**
	Sig. (2-tailed)		,108	,000	,000	,001	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem2	Pearson Correlation	,162	1	,162	,035	,079	,160	,411**
	Sig. (2-tailed)	,108		,108	,733	,435	,113	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem3	Pearson Correlation	1,000**	,162	1	,359**	,339**	,337**	,844**
	Sig. (2-tailed)	,000	,108		,000	,001	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem4	Pearson Correlation	,359**	,035	,359**	1	-,064	-,027	,459**
	Sig. (2-tailed)	,000	,733	,000		,525	,786	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem5	Pearson Correlation	,339**	,079	,339**	-,064	1	,576**	,596**
	Sig. (2-tailed)	,001	,435	,001	,525		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem6	Pearson Correlation	,337**	,160	,337**	-,027	,576**	1	,627**
	Sig. (2-tailed)	,001	,113	,001	,786	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ASPEK1	Pearson Correlation	,844**	,411**	,844**	,459**	,596**	,627**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

B. Aspek Penggunaan yang Berlebihan

		Correlations								
		Aitem7	Aitem8	Aitem9	Aitem10	Aitem35	Aitem36	Aitem37	Aitem38	ASPEK2
Aitem7	Pearson Correlation	1	,238*	,155	,155	,232*	,232*	,019	,004	,487**
	Sig. (2-tailed)		,017	,124	,124	,020	,020	,855	,969	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Aitem8	Pearson Correlation	,238*	1	,179	,179	,071	,071	,366**	,524**	,598**
	Sig. (2-tailed)	,017		,075	,075	,480	,480	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Aitem9	Pearson Correlation	,155	,179	1	1,000**	,301**	,301**	,562**	,007	,679**
	Sig. (2-tailed)	,124	,075		,000	,002	,002	,000	,944	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Aitem10	Pearson Correlation	,155	,179	1,000**	1	,301**	,301**	,562**	,007	,679**
	Sig. (2-tailed)	,124	,075	,000		,002	,002	,000	,944	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Aitem35	Pearson Correlation	,232*	,071	,301**	,301**	1	1,000**	,007	-,014	,631**
	Sig. (2-tailed)	,020	,480	,002	,002		,000	,943	,891	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Aitem36	Pearson Correlation	,232*	,071	,301**	,301**	1,000**	1	,007	-,014	,631**
	Sig. (2-tailed)	,020	,480	,002	,002	,000		,943	,891	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Aitem37	Pearson Correlation	,019	,366**	,562**	,562**	,007	,007	1	,331**	,565**
	Sig. (2-tailed)	,855	,000	,000	,000	,943	,943		,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Aitem38	Pearson Correlation	,004	,524**	,007	,007	-,014	-,014	,331**	1	,412**
	Sig. (2-tailed)	,969	,000	,944	,944	,891	,891	,001		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
ASPEK2	Pearson Correlation	,487**	,598**	,679**	,679**	,631**	,631**	,565**	,412**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

C. Aspek Pengabaian Pekerjaan

		Correlations						
		Aitem11	Aitem12	Aitem13	Aitem14	Aitem15	Aitem16	ASPEK3
Aitem11	Pearson Correlation	1	,059	1,000**	,055	,213*	,213*	,745**
	Sig. (2-tailed)		,560	,000	,589	,034	,034	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem12	Pearson Correlation	,059	1	,059	,327**	,155	,155	,462**
	Sig. (2-tailed)	,560		,560	,001	,122	,122	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem13	Pearson Correlation	1,000**	,059	1	,055	,213*	,213*	,745**
	Sig. (2-tailed)	,000	,560		,589	,034	,034	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem14	Pearson Correlation	,055	,327**	,055	1	,004	,004	,340**
	Sig. (2-tailed)	,589	,001	,589		,965	,965	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem15	Pearson Correlation	,213*	,155	,213*	,004	1	1,000**	,680**
	Sig. (2-tailed)	,034	,122	,034	,965		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem16	Pearson Correlation	,213*	,155	,213*	,004	1,000**	1	,680**
	Sig. (2-tailed)	,034	,122	,034	,965	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ASPEK3	Pearson Correlation	,745**	,462**	,745**	,340**	,680**	,680**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

D. Aspek Antisipasi

		Correlations						
		Aitem17	Aitem18	Aitem19	Aitem20	Aitem21	Aitem22	ASPEK4
Aitem17	Pearson Correlation	1	,183	,323**	,040	,122	,040	,417**
	Sig. (2-tailed)		,068	,001	,690	,226	,690	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem18	Pearson Correlation	,183	1	,154	,175	,132	,175	,501**
	Sig. (2-tailed)	,068		,126	,081	,190	,081	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem19	Pearson Correlation	,323**	,154	1	,050	-,077	,050	,357**
	Sig. (2-tailed)	,001	,126		,621	,445	,621	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem20	Pearson Correlation	,040	,175	,050	1	,695**	1,000**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,690	,081	,621		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem21	Pearson Correlation	,122	,132	-,077	,695**	1	,695**	,718**
	Sig. (2-tailed)	,226	,190	,445	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem22	Pearson Correlation	,040	,175	,050	1,000**	,695**	1	,837**
	Sig. (2-tailed)	,690	,081	,621	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ASPEK4	Pearson Correlation	,417**	,501**	,357**	,837**	,718**	,837**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

E. Aspek Ketidakmampuan mengontrol diri

		Correlations						
		Aitem23	Aitem24	Aitem25	Aitem26	Aitem27	Aitem28	ASPEK5
Aitem23	Pearson Correlation	1	,599**	,697**	,005	,095	,095	,718**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,961	,348	,348	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem24	Pearson Correlation	,599**	1	,473**	,010	-,017	-,017	,596**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,925	,865	,865	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem25	Pearson Correlation	,697**	,473**	1	,232*	,132	,132	,729**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,020	,190	,190	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem26	Pearson Correlation	,005	,010	,232*	1	,101	,101	,323**
	Sig. (2-tailed)	,961	,925	,020		,316	,316	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem27	Pearson Correlation	,095	-,017	,132	,101	1	1,000**	,633**
	Sig. (2-tailed)	,348	,865	,190	,316		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem28	Pearson Correlation	,095	-,017	,132	,101	1,000**	1	,633**
	Sig. (2-tailed)	,348	,865	,190	,316	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ASPEK5	Pearson Correlation	,718**	,596**	,729**	,323**	,633**	,633**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

F. Aspek Mengabaikan Kehidupan Sosial

		Correlations						
		Aitem29	Aitem30	Aitem31	Aitem32	Aitem33	Aitem34	ASPEK6
Aitem29	Pearson Correlation	1	,269**	1,000**	,128	,049	,261**	,834**
	Sig. (2-tailed)		,007	,000	,204	,629	,009	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem30	Pearson Correlation	,269**	1	,269**	,225*	-,081	,179	,561**
	Sig. (2-tailed)	,007		,007	,025	,422	,075	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem31	Pearson Correlation	1,000**	,269**	1	,128	,049	,261**	,834**
	Sig. (2-tailed)	,000	,007		,204	,629	,009	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem32	Pearson Correlation	,128	,225*	,128	1	,121	-,021	,400**
	Sig. (2-tailed)	,204	,025	,204		,229	,833	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem33	Pearson Correlation	,049	-,081	,049	,121	1	,278**	,301**
	Sig. (2-tailed)	,629	,422	,629	,229		,005	,002
	N	100	100	100	100	100	100	100
Aitem34	Pearson Correlation	,261**	,179	,261**	-,021	,278**	1	,537**
	Sig. (2-tailed)	,009	,075	,009	,833	,005		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
ASPEK6	Pearson Correlation	,834**	,561**	,834**	,400**	,301**	,537**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,002	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas Y (Kecenderungan Perilaku *Phubbing*)

A. Aspek Gangguan Komunikasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,909	20

B. Aspek Obsesi Terhadap Ponsel

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,835	22

C. Aspek Total

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,908	42

Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas X (Kecanduan Telepon Pintar)

A. Aspek Perilaku/Ciri Khusus

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,692	6

B. Aspek Penggunaan yang Berlebihan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,707	8

C. Aspek Pengabaian Pekerjaan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,676	6

D. Aspek Antisipasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,686	6

E. Aspek Ketidakmampuan Mengontrol Diri

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,668	6

F. Aspek Mengabaikan Kehidupan Sosial

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,647	6

G. Aspek Total

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,703	38

Lampiran 7. Kategorisasi

a. Kategori Subjek berdasarkan jenis kelamin

		JenisKelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - Laki	42	24,7	24,7	24,7
	Perempuan	128	75,3	75,3	100,0
	Total	170	100,0	100,0	

B. Kategorisasi Subjek berdasarkan usia

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 tahun	61	35,9	35,9	35,9
	21 tahun	17	10,0	10,0	45,9
	22 tahun	30	17,6	17,6	63,5
	23 tahun	17	10,0	10,0	73,5
	24 tahun	45	26,5	26,5	100,0
	Total	170	100,0	100,0	

C. Kategorisasi Subjek berdasarkan status

Status

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Freelance	17	10,0	10,0	10,0
	Lainnya	38	22,4	22,4	32,4
	Mahasiswa	96	56,5	56,5	88,8
	Wiraswasta	19	11,2	11,2	100,0
	Total	170	100,0	100,0	

D. Kategorisasi Subjek berdasarkan durasi pemakaian

Durasipemakaian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 - 5 jam	43	25,3	25,3	25,3
	5 - 6 jam	58	34,1	34,1	59,4
	Lebih dari 6 jam	69	40,6	40,6	100,0
	Total	170	100,0	100,0	

E. Kategorisasi Subjek berdasarkan media sosial yang sering digunakan

Mediasosial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Facebook	2	1,2	1,2	1,2
	Instagram	36	21,2	21,2	22,4
	LINE	4	2,4	2,4	24,7
	TikTok	21	12,4	12,4	37,1
	Twitter	30	17,6	17,6	54,7
	Whatsapp	57	33,5	33,5	88,2
	YouTube	20	11,8	11,8	100,0
	Total	170	100,0	100,0	

F. Kategorisasi Subjek berdasarkan merkhandphone

MerkHandphone

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Infinix	5	2,9	2,9	2,9
	Iphone	53	31,2	31,2	34,1
	Oppo	16	9,4	9,4	43,5
	Redmi/Xiaomi/Realme	36	21,2	21,2	64,7
	Samsung	47	27,6	27,6	92,4
	Vivo	13	7,6	7,6	100,0
	Total	170	100,0	100,0	

Lampiran 8. Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PHUBBING	170	66	149	107,57	16,837
KECANDUAN	170	66	111	92,72	7,910
Valid N (listwise)	170				

PHUBBING

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT TINGGI	7	4,1	4,1	4,1
	TINGGI	48	28,2	28,2	32,4
	SEDANG	83	48,8	48,8	81,2
	RENDAH	28	16,5	16,5	97,6
	SANGAT RENDAH	4	2,4	2,4	100,0
Total	170	100,0	100,0		

Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
PHUBBING	,055	170	,200 [*]	,990	170	,299

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

a. Lilliefors Significance Correction

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
KECANDUAN	,067	170	,059	,984	170	,047

a. Lilliefors Significance Correction

Lampiran 10. Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PHUBBING * KECANDUAN	Between Groups	(Combined)	15193,321	38	399,824	1,601	,027
		Linearity	5762,920	1	5762,920	23,075	,000
		Deviation from Linearity	9430,400	37	254,876	1,021	,450
	Within Groups	32716,332	131	249,743			
	Total	47909,653	170				

Lampiran 11. Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment

Correlations

		PHUBBING	KECANDUAN
PHUBBING	Pearson Correlation	1	,347 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	170	170
KECANDUAN	Pearson Correlation	,347 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	170	170

Correlations

Control Variables			X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y1
-none- ^a	X1	Correlation	1,000	,180	,177	,012	,011	,058	,193
		Significance (2-tailed)	.	,019	,021	,873	,884	,449	,012
		df	0	168	168	168	168	168	168
	X2	Correlation	,180	1,000	,132	,331	,269	,273	,136
		Significance (2-tailed)	,019	.	,087	,000	,000	,000	,078
		df	168	0	168	168	168	168	168
	X3	Correlation	,177	,132	1,000	,218	,154	,432	,154
		Significance (2-tailed)	,021	,087	.	,004	,046	,000	,045
		df	168	168	0	168	168	168	168
X4	Correlation	,012	,331	,218	1,000	,188	,126	,066	
	Significance (2-tailed)	,873	,000	,004	.	,014	,102	,395	
	df	168	168	168	0	168	168	168	
X5	Correlation	,011	,269	,154	,188	1,000	,247	,164	
	Significance (2-tailed)	,884	,000	,046	,014	.	,001	,032	
	df	168	168	168	168	0	168	168	

Correlations

Control Variables			X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y2
-none- ^a	X1	Correlation	1,000	,180	,177	,012	,011	,058	,316
		Significance (2-tailed)	.	,019	,021	,873	,884	,449	,000
		df	0	168	168	168	168	168	168
	X2	Correlation	,180	1,000	,132	,331	,269	,273	,183
		Significance (2-tailed)	,019	.	,087	,000	,000	,000	,017
		df	168	0	168	168	168	168	168
	X3	Correlation	,177	,132	1,000	,218	,154	,432	,156
		Significance (2-tailed)	,021	,087	.	,004	,046	,000	,042
		df	168	168	0	168	168	168	168
	X4	Correlation	,012	,331	,218	1,000	,188	,126	,072
		Significance (2-tailed)	,873	,000	,004	.	,014	,102	,353
		df	168	168	168	0	168	168	168
	X5	Correlation	,011	,269	,154	,188	1,000	,247	,127