

BAB I

PENDAHULUAN

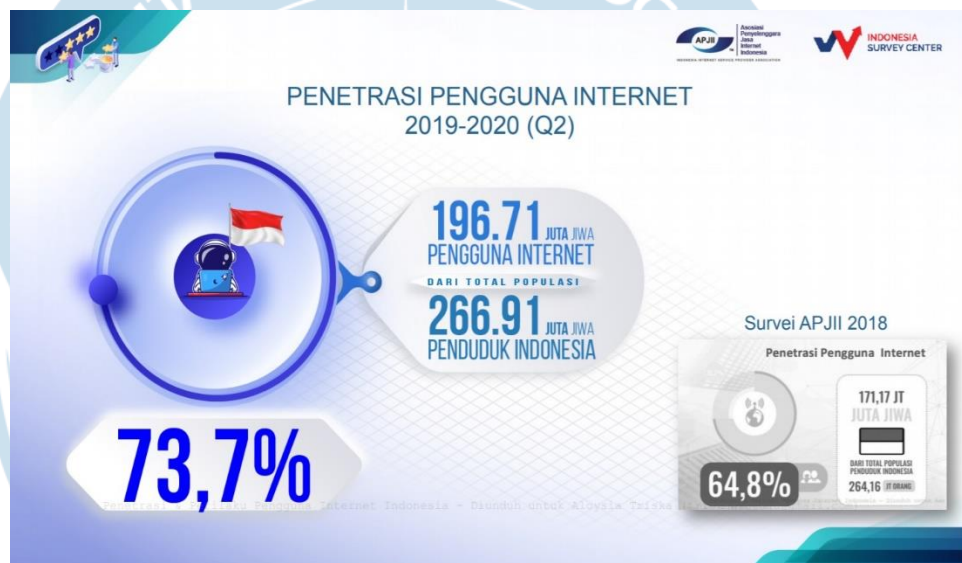
A. Latar Belakang

Pada era kemajuan teknologi yang semakin berkembang ditunjukkan pula perkembangan teknologi dan komunikasi yang semakin mudah sehingga membuat masyarakat tidak dapat jauh dari penggunaan teknologi dalam kehidupan sehari-harinya. Pada zaman dahulu orang berkomunikasi harus bertemu secara tatap muka, namun sekarang sudah lebih modern dengan kehadiran internet yang semakin maju dan hanya dalam hitungan detik dapat menjangkau seluruh wilayah serta membuat masyarakat tidak ketinggalan informasi baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Menurut David Wood dalam Vientman (2006:336) menjelaskan bahwa, dalam penemuan teknologi baru yaitu *smartphone*, dapat membuat segalanya menjadi mudah dalam berinteraksi. Dalam *smartphone* terdapat banyak fasilitas yang bisa digunakan tidak hanya sebatas telepon dan sms saja, melainkan tersedianya aplikasi untuk menunjang kegiatan berkomunikasi. Menurut Kotler, (2000) menjelaskan bahwa manusia butuh untuk mengekspresikan diri dalam aktivitas, minat dan opininya yang dapat menjadi suatu gaya atau pola hidup setiap orang. Oleh karena itu, fungsi *smartphone* sendiri salah satunya juga dapat menjadi media hiburan dalam mengekspresikan diri.

Dalam survei penetrasi pengguna internet di Indonesia yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun

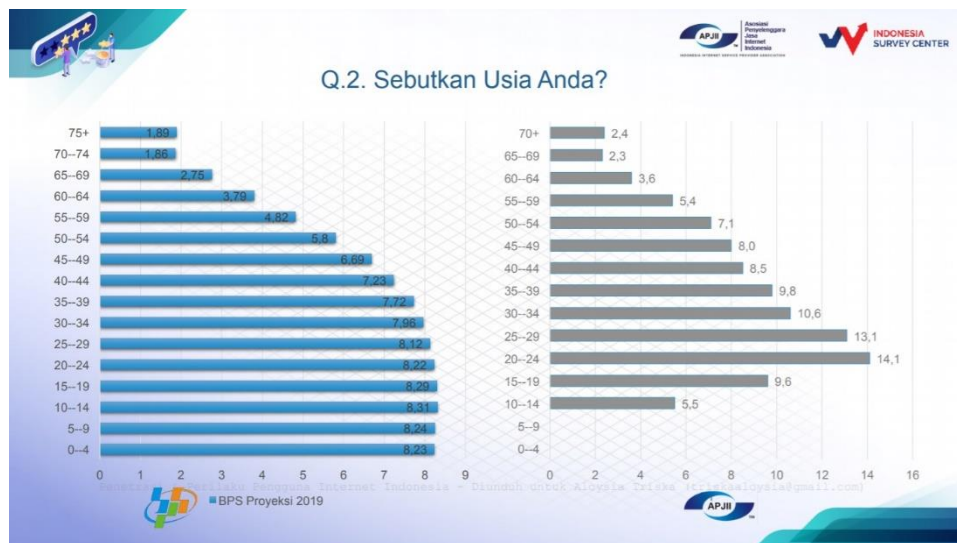
2020 menunjukkan bahwa pengguna internet yang ada di Indonesia berjumlah 196,7 juta jiwa dari total penduduk Indonesia sebesar 266,7 juta jiwa dengan persentase 73,7% pengguna internet Indonesia, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa setengah dari populasi di Indonesia sering mengakses internet.

Gambar 1.1
Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia



sumber: apji.or.id

Gambar 1.2
Data Usia Pengguna Internet di Indonesia



sumber: apjii.or.id

Berdasarkan data diatas, pengguna internet tertinggi di Indonesia termasuk ke dalam golongan Generasi Z yang merupakan kelompok usia yang lahir pada tahun 1995-2010. Hal tersebut dibuktikan dari penelitian *Motorola* tahun 2018 yang dikutip dari *kompas.com* menyatakan bahwa, 53 persen remaja golongan Generasi Z sudah menganggap bahwa *smartphone* adalah teman baik yang tidak dapat dipisahkan, sehingga para remaja tersebut tidak bisa jauh dari *smartphone* miliknya. Selain itu tiga dari empat Generasi Z merasa panik apabila *smartphone*-nya menghilang dan sisanya enam dari sepuluh Generasi Z lebih sering mengecek *smartphone*-nya dibandingkan golongan usia yang lain. Dalam penelitian ini juga membuktikan bahwa hanya 44 persen Generasi Z yang menyadari telah banyak menghabiskan waktu untuk menggunakan *smartphone*, sedangkan sisanya hanya menganggap hal itu merupakan hal yang wajar. Tidak hanya itu pula, penelitian menjelaskan bahwa 34 persen Generasi

Z merasa bahagia jika mereka bisa membatasi penggunaan *smartphone*, sedangkan 66 persen lainnya merasa biasa saja dengan perilakunya tersebut (Septania, 2018). Selain itu, laporan App Annie yang merupakan pemimpin data pasar seluler dan analitik, dikutip dari merdeka.com, menjelaskan bahwa Generasi Z merupakan generasi yang mendahulukan *smartphone*. Rata-rata Generasi Z memiliki *smartphone* pertama kali saat mereka berusia 10 tahun. Menurut Cindy Deng, *Managing Director* App Annie, Generasi Z mampu melampaui Generasi Milenial untuk menjadi generasi terbesar pada akhir 2019 dengan perilaku mereka yang tumbuh dan dibesarkan dengan *smartphone*.

Perkembangan teknologi memang tidak dapat dibendung lagi, karena pada zaman sekarang, anak-anak yang masih usia belia dan remaja, sudah sangat fasih dalam mengoperasikan teknologi. Anak-anak dan remaja itulah yang termasuk dalam golongan Generasi Z atau disebut dengan generasi melek terhadap teknologi. Bahkan anak-anak dalam generasi ini lebih senang berinteraksi dengan komputer, ponsel atau *gadget* lainnya, daripada berinteraksi sosial dengan lingkungan disekitarnya (Saragih, 2012). Dalam Generasi Z, seiring dengan perkembangan internet, maka berkembang pula media digital yang membuat rasa ingin tahu mereka semakin tinggi untuk terus mempelajarinya. Selain itu, dengan mudah dan cepat mereka mengakses informasi, menyebabkan mudahnya timbul kepercayaan terhadap segala informasi yang diberikan melalui internet. Oleh karena itu, hal ini membuktikan bahwa hampir sebagian Generasi Z mengalami ketergantungan terhadap

smartphone, padahal seharusnya banyak informasi dari luar internet yang dapat mereka temukan juga.

Remaja dalam kategori Generasi Z cenderung bersifat apatis. Pengertian dari apatis adalah suatu ketidakpedulian individu dimana mereka tidak memiliki perhatian atau minat untuk aspek-aspek tertentu seperti fisik, emosional dan kehidupan sosial di lingkungannya (Solmitz, 2000). Sedangkan dalam ilmu psikologi, sifat apatis berarti adalah suatu keadaan seseorang yang menunjukkan sifat tidak peduli terhadap lingkungan seseorang. Pendapat mengenai sifat apatis ini didukung dengan sebuah video *social experiment* yang berjudul “*I Forget My Phone*”. Dalam video tersebut, terlihat sekelompok orang berada di sebuah kafe, kemudian salah seorang dari mereka mencoba memulai pembicaraan, akan tetapi teman-teman yang lain justru asyik dengan *smartphone* mereka masing-masing. Fenomena tersebut sering terjadi di kalangan Generasi Z ketika mereka sedang berkumpul dengan lingkungannya, hal ini disebut dengan perilaku *phubbing*.

Adanya kehadiran *smartphone* membuat kebanyakan orang tidak peduli dengan dampak negatif yang ditimbulkan yakni *phubbing*. *Phubbing* merupakan kata yang baru dan asing bagi sebagian orang, arti dari *phubbing* sendiri merupakan kependekan dari kata *phone* dan *snubbing*. *Phone* dan *snubbing* yang artinya “telepon” dan “menghina”, merupakan istilah yang menggambarkan penghinaan pada orang lain yakni dengan cara lebih memperhatikan gawai atau *smartphone*, daripada berbicara langsung dengan lawan bicaranya tersebut (Haigh, 2012). Istilah *phubbing* pernah digunakan

untuk kampanye *Macquarie Dictionary* yang memiliki istilah penggambaran perilaku tidak peduli kepada lawan bicaranya akibat terlalu fokus menggunakan *smartphone*, selain itu istilah *phubbing* juga mewakili permasalahan dalam penggunaan *smartphone* secara berlebihan di lingkungan sosial (Pathak, 2013). Penelitian yang dilakukan oleh Varoth Chotpitayasunondh dan Professor Karen Douglas dari Fakultas Psikologi University of Kent (2018), menyebutkan bahwa ketergantungan terhadap internet memacu seseorang untuk melakukan *phubbing* atau tidak peduli terhadap sekitarnya dan mengabaikan interaksi sosial dengan orang lain serta pengaruh perilaku *phubbing* juga mengakibatkan turunnya kualitas komunikasi interpersonal antar individu.

Beberapa penelitian ditemukan bahwa bukan karena frekuensi penggunaan *smartphone* yang berlebihan, melainkan kebosanan, kesepian dan *fear of missing out* (FOMO) yang menjadi penyebab utama seseorang melakukan *phubbing*. Selain itu, *multitasking* juga dapat menjadi alasan lain seseorang melakukan *phubbing*, karena keberadaan *smartphone* yang mendorong seseorang untuk melakukan *multitasking* saat melakukan percakapan tatap muka dan hal tersebut juga dapat dikatakan sebagai *phubbing*. Maka dari itu, kecenderungan seseorang untuk mengerjakan sesuatu kegiatan dalam waktu bersamaan dapat menyebabkan seseorang melakukan *phubbing*. Penelitian lain menunjukkan bahwa orang lebih banyak melakukan *phubbing* pada orang-orang yang dekat dengan mereka (Al-Saggaf & MacCulloch, 2018). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Vanden Abeele, et al. (2019) gangguan yang disebabkan oleh *phubbing* memungkinkan pasangan yang melakukan

percakapan tersebut menjadi enggan membuka diri satu dengan yang lain. Sedangkan dalam tingkat keintiman, efek dari *phubbing* tidak hanya akan menyebabkan percakapan lebih dangkal dari yang seharusnya, melainkan dapat membuat hubungan yang terjalin juga akan lebih dangkal dan kurang mendalam.

Libur panjang akibat pandemi Covid-19 membuat masyarakat khususnya mahasiswa dan pelajar memiliki banyak waktu luang untuk berkumpul dengan keluarga dirumah. Namun, tidak jarang mereka kerap kali sibuk dengan *smartphone* masing-masing sehingga mengakibatkan terjadinya *phubbing*. Menurut survei berjudul *Indonesia Consumer Habit and Data Management Survey* yang dilakukan Deka Insight pada tahun 2019, kota Yogyakarta merupakan salah satu dari enam kota yang memiliki pengguna *smartphone* terbanyak di Indonesia. Seperti yang kita ketahui, kota Yogyakarta dikenal sebagai kota pelajar yang memiliki banyak tempat nongkrong atau *coffee shop* sebagai tempat berkumpul dan berinteraksi para remaja. Menurut pengamatan dari peneliti pada beberapa *coffee shop* yang ada di kota Yogyakarta, terdapat kelompok remaja yang sedang berkumpul, namun malah sibuk memainkan *smartphone* ketimbang mengobrol dengan lawan bicaranya. Hal tersebutlah yang membuat seseorang melakukan *phubbing*. Dikutip dari Solopos.com, dalam survei Deka Insight menjelaskan bahwa pengguna *smartphone* sebanyak 72% menggunakan *smartphone*-nya untuk *chatting* dan 63% untuk mengakses media sosial. Maka dari itu, *phubbing* juga merupakan kebiasaan yang menular, karena jika satu orang memulai terlebih dahulu bermain *smartphone* maka yang

lain juga akan demikian dan pada akhirnya tidak ada pembicaraan yang terjadi. Fenomena *phubbing* ini jika dibiarkan akan merusak kualitas komunikasi antar individu karena lebih mementingkan kehidupan media sosial daripada kehidupan secara nyata serta bisa menghilangkan rasa simpati dan empati satu dengan yang lain.

Perilaku *phubbing* merupakan perilaku mengabaikan lawan bicara yang dapat menimbulkan dampak berupa pergeseran pola komunikasi, terutama komunikasi interpersonal. Menurut Effendy (1993:61) komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang terjadi antar individu secara kontak langsung atau *face to face*. Ketika seseorang lebih memperhatikan *smartphone* daripada lawan bicaranya, maka akan terjadi ketidaksesuaian dalam proses komunikasi interpersonal yang sedang berlangsung. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa salah satu dampak seseorang melakukan *phubbing* adalah dapat menciptakan reaksi negatif dalam komunikasi dengan orang lain, seperti berkurangnya kualitas komunikasi (Ranie & Zickhur, 2015), berkurangnya kepuasan orang lain terhadap interaksi mereka (Abeele et al, 2016), berkurangnya kepercayaan terhadap interaksi dengan orang lain (Cameron & Webster, 2011) serta berkurangnya suasana hati ketika dalam berinteraksi (Roberts & David, 2016).

Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Phubbing Terhadap Kualitas Komunikasi Interpersonal Generasi Z di Kota Yogyakarta” dengan menggunakan perspektif komunikasi menggunakan teori komunikasi

interpersonal. Penelitian ini merupakan penelitian modifikasi dari Jurnal Ita Musfirowati Hanika dengan judul “Fenomena *Phubbing* Di Era Milenial (Ketergantungan Seseorang pada *Smartphone* terhadap Lingkungannya)”. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai metode untuk pengambilan data dengan responden yang sudah ditentukan dengan teknik random sampling.

B. Rumusan Masalah

Apakah pengaruh *phubbing* terhadap kualitas komunikasi interpersonal remaja Generasi Z di Kota Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari *phubbing* terhadap kualitas komunikasi interpersonal remaja generasi Z di Kota Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat digunakan untuk mengkaji teori komunikasi interpersonal dalam lingkup komunikasi. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menambah data mengenai pengaruh *phubbing* dan dampak yang ditimbulkan dari perilaku

phubbing, mengingat masih jarang penelitian dengan tema *phubbing* dilakukan di Indonesia.



2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada masyarakat khususnya generasi Z sebagai pengguna aktif *smartphone* agar lebih menggunakan dengan bijak dan mengetahui kondisi lingkungan sekitar. Selain itu juga, pengetahuan bagi generasi Z agar tidak melakukan *phubbing* ketika sedang berada dalam lingkungan sosialnya karena akan menimbulkan dampak negatif.

E. Kerangka Teori

1. Komunikasi Interpersonal

Definisi Komunikasi Interpersonal adalah berlangsungnya proses komunikasi yang terjadi apabila adanya kesamaan mengenai topik yang dikomunikasikan dan adanya umpan balik dari penerima pesan. Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan yang dilakukan seseorang kepada orang lain untuk memberi informasi, memberi pendapat atau merubah perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut R. Wayne Pace (1979), komunikasi interpersonal merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka sehingga penerima pesan dapat menerima serta menanggapi pesan tersebut secara langsung. Biasanya komunikasi interpersonal disebut sebagai komunikasi secara tatap muka, yang memungkinkan lawan

bicaranya memberikan respon secara langsung, baik verbal maupun non verbal.

Fungsi dari komunikasi interpersonal adalah meningkatkan hubungan pertemanan, menghindari dan mengatasi konflik, mengurangi ketidakpastian sesuatu, serta berbagi pengalaman dan pengetahuan. Selain itu, komunikasi interpersonal juga membuat kita mengenal diri sendiri dan orang lain sehingga memungkinkan kita untuk mengetahui lingkungan kita apakah baik atau buruk. Komunikasi interpersonal juga dapat menciptakan dan memelihara hubungan antarpersonal seseorang serta dapat mengubah sikap dan perilaku orang lain.

Perilaku komunikasi akan berjalan efektif apabila pesan yang diberikan oleh pengirim dapat diterima dengan baik oleh penerima tanpa adanya gangguan. Menurut DeVito (2015: 7), komunikasi yang efektif bukan hanya terbentuknya hubungan atau kedekatan yang terbangun, melainkan jika kedua pihak dapat menginterpretasikan pesan sehingga mempunyai pemahaman yang sama terhadap informasi yang diberikan. Selain itu, komunikasi interpersonal yang efektif dapat ditunjukkan dengan adanya respon yang diberikan saat komunikasi berlangsung antara kedua pihak yakni berupa umpan balik antara pemberi dan penerima pesan, misalnya pernyataan, sikap dan tindakan.

Menurut DeVito (2015: 106-114) perspektif yang menjadikan komunikasi interpersonal efektif adalah adanya manajemen interaksi dan orientasi pada lawan bicara. Salah satu perspektif yang berhubungan dengan perilaku *phubbing* adalah perspektif pragmatif yang menekankan pada kualitas manajemen interaksi dan orientasi ke pihak lain dalam perilaku komunikasi agar mendapatkan hasil yang diinginkan. Kualitas manajemen interaksi yang dimaksud adalah adanya pengendalian interaksi agar terjadi kepuasan antar kedua pihak sehingga tidak adanya pelaku komunikasi yang merasa diabaikan atau merasa menjadi orang penting. Hal tersebut dapat dilihat dari tingkah laku lawan bicara atau *gesture* yang berupa mimik wajah, gerakan mata, ekspresi suara, dan lain-lain. Sedangkan orientasi ke pihak lain merupakan kemampuan menyesuaikan diri serta memberikan perhatian dan minat penuh kepada lawan bicara dan topik yang sedang menjadi pembahasan.

Perilaku *Phubbing* merupakan salah satu tingkat mengabaikan pelaku komunikasi, tindakan *phubbing* sangat mengurangi perhatian serta minat kepada lawan bicara karena lebih fokus pada *smartphone*. Oleh karena itu, jika dalam sebuah komunikasi seseorang melakukan *phubbing*, maka komunikasi interpersonal tidak akan berjalan dengan baik karena adanya gangguan.

2. Kualitas Komunikasi

Menurut William Schutz (1958), setiap manusia memiliki kebutuhan interpersonal, yakni inklusi, kontrol, dan afeksi. Schutz mengatakan bahwa sebagai makhluk sosial, manusia pasti membutuhkan orang lain dalam kehidupannya dan adanya hubungan interpersonal yang terjadi harus menghadirkan sesuatu dalam kondisi tertentu agar hubungan tersebut menyenangkan. Menurut DeVito (2015:7), komunikasi yang efektif bukan hanya sekedar adanya hubungan yang terbangun ataupun kepuasan relasi, tetapi komunikasi yang efektif akan terjadi jika kedua komunikan dapat menginterpretasikan pesan yang diterima sehingga pesan tersebut mempunyai makna yang sama dengan maksud pesan ingin yang disampaikan. Jika seseorang terlalu sibuk dengan *smartphon*nya daripada berinteraksi dengan lawan bicaranya, maka komunikasi tidak akan berjalan secara efektif karena salah satu individu menggunakan *smartphone* saat sedang berbincang. Mereka tidak akan dapat menyerap informasi atau pesan secara maksimal yang dapat mengakibatkan lawan bicaranya harus mengulang topik pembicaraan yang sama (DeVito, 2015:7).

Dalam proses komunikasi, dapat terjadi berbagai macam penafsiran terhadap tingkah laku orang lain. Seperti tersenyum yang diartikan sebagai sikap ramah, sikap bersahabat atau bahkan sikap sinis. Artinya, komunikasi memungkinkan kerja sama perorangan

atau antar kelompok. Namun di samping itu, komunikasi juga bisa menyebabkan pertikaian karena adanya kesalahpahaman. Baik dan buruknya penafsiran dari komunikasi bergantung pada kualitas komunikasi yang terjadi antara orang-orang yang terlibat dalam komunikasi tersebut (Arifin, 2020). Kualitas merupakan tingkat baik buruknya sesuatu, derajat, kadar, dan mutu (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2005:603). Sering kali kualitas digunakan untuk menaksir hubungan antar dua orang. Kualitas hubungan yang baik biasanya dinilai dari hubungan yang saling percaya satu sama lain. Kebutuhan berinteraksi dengan orang lain merupakan kualitas hubungan yang penting dalam kehidupan manusia. Menurut Suranto (2011:71), pengertian komunikasi secara umum adalah proses penyampaian pikiran dan informasi dari satu orang ke orang lain melalui berbagai cara sehingga orang tersebut dapat mengerti dan memahami pesan yang disampaikan, kemudian orang yang menjadi penerima pesan, memberikan reaksi terhadap pesan yang disampaikan tersebut. Oleh karena itu, komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, karena melalui komunikasi manusia saling berhubungan satu dengan yang lain serta dapat bertukar informasi. Manusia sebagai makhluk sosial tentu saling membutuhkan satu sama lain (Djamarah, 2002). Komunikasi yang berkualitas merupakan proses timbal balik yang terjadi dua arah antara sumber pesan atau informasi dengan penerima pesan. Artinya, bila

seseorang menyampaikan pesan kepada orang lain dan orang tersebut memberikan respon, maka komunikasi dikatakan efektif (Widjaja, 2010). Ketidakmampuan seseorang dalam menerima informasi secara maksimal dapat disebabkan oleh berbagai hal, salah satunya adanya distorsi yang mengganggu proses komunikasi. Menurut Robert Kaunt dalam Sparks (2013:261), ketika individu menggunakan *smartphone* secara berlebihan, mereka akan mengalami *short attention span* atau gangguan pemusatan perhatian, terisolasi dari lingkungan, bahkan adanya efek negatif yang ditimbulkan, yakni gangguan kesehatan seperti tidak bisa lepas dari *smartphone* atau biasa disebut *nomophobia* (*no mobile phone phobia*) (Sparks, 2013).

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas komunikasi adalah tingkatan baik buruknya komunikasi yang dilakukan seseorang dengan orang lain. Komunikasi bukan sekedar pertukaran informasi namun komunikasi juga dapat membantu seseorang untuk belajar mengenal satu sama yang lain dan melepaskan ketergantungan. Komunikasi antara dua orang dalam hubungan yang akrab bergantung pada kualitas komunikasi itu sendiri. Menurut Devito (1997), aspek-aspek kualitas komunikasi adalah sebagai berikut:

a. Keterbukaan (*Openness*)

Keterbukaan merupakan keinginan atau kesediaan individu dalam memberitahukan atau menceritakan segala informasi tentang dirinya. Biasanya berupa suatu kenyataan tentang diri seseorang yang tidak diketahui orang lain. Keterbukaan juga merupakan keinginan untuk memberikan tanggapan secara jujur atas stimuli yang datang dengan perasaan dan pikirannya sendiri (Gamble, 2005:395).

b. Empati (*Empathy*)

Empati merupakan kemampuan individu untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain dan merasakan apa yang sedang dirasakan orang lain dengan menggunakan sudut pandang individu lain. Bersimpati di pihak lain adalah merasakan sesuatu seperti yang individu tersebut alami (Devito, 1997:260). Seseorang yang memiliki rasa empati pasti mampu memahami pengalaman, perasaan, dan sikap individu yang lain.

c. Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Komunikasi interpersonal akan berjalan efektif apabila dalam diri seseorang ada perilaku suportif. Artinya, ketika mereka menghadapi masalah mereka tidak bersikap defensif. Keterbukaan dan empati tidak dapat berlangsung tanpa ada suasana suportif. Komunikasi yang terbuka dan empatik akan berlangsung jika diperlihatkan dengan sikap mendukung, yakni deskriptif, spontanitas, dan profesionalisme. Namun jika ada perilaku defensif maka akan ditandai dengan sifat evaluasi, strategi, dan kepastian (Djuarsa, 2007:630). Sedangkan menurut Kumar (2000:121) sikap mendukung merupakan situasi yang terbuka dalam keberlangsungan komunikasi yang efektif.

d. Sikap Positif (*Positiveness*)

Dalam komunikasi interpersonal, komunikasi yang positif dapat dilakukan dengan dua cara. Pertama, dengan sikap positif. Kedua, sikap positif tersebut mendorong orang menjadi teman kita dalam berinteraksi.

e. Kesetaraan (*Equality*)

Kesetaraan dalam hubungan interpersonal dapat menghindari kesalahpahaman dan konflik yang terjadi, dengan cara berusaha memahami perbedaan dan memberikan kesempatan kepada orang lain untuk dapat menempatkan dirinya.

Menurut Chotpitayasunondh & Douglas (2018) yang dikutip dari jurnal Paraskebie Stathatos, perilaku *phubbing* akan berdampak pada kualitas komunikasi dan dapat menurunkan kepuasan dalam suatu hubungan. Orang-orang yang kecanduan terhadap internet memiliki kebiasaan yang disebut *Fear of Missing Out* dan kurangnya pengendalian diri untuk mengontrol penggunaan *smartphone* yang berlebihan, dimana hal tersebut mendorong mereka berperilaku *phubbing*. Menurut studi Vanden Abeele et al. (2019), lebih dari setengah orang yang melakukan *phubbing*, adalah mereka yang sebelumnya menjadi korban *phubbing*. Dengan kata lain *phubbing* dapat membuat *phubbee* menjadi *phubber*. Hal ini menunjukkan bahwa ketika seseorang menggunakan *smartphone* ditengah percakapan, dapat menyebabkan lawan bicaranya juga ikut menggunakan *smartphone* mereka. Maka dari itu, ketika seseorang mengalihkan perhatian dari percakapan dengan lebih fokus menggunakan *smartphone*, kualitas komunikasi mereka juga akan menurun. Salah satu yang mempengaruhi pembentukan suatu

hubungan baru adalah adanya kualitas komunikasi yang terjalin dan *phubbing* memiliki potensi dalam mempengaruhi kualitas komunikasi tersebut. Menurut Przybylski & Weinstein, (2012) orang-orang beranggapan bahwa kualitas hubungan akan menurun ketika adanya kehadiran *smartphone*, karena *smartphone* dapat menghalangi seseorang dalam menciptakan rasa percaya atau kedekatan antara satu dengan yang lain. Hal tersebut dapat menjadi lebih parah ketika topik yang dibahas adalah suatu topik yang penting. Seseorang yang melakukan *phubbing* terhadap orang lain akan membuat orang tersebut merasa bahwa interaksi yang sedang berlangsung tidak menarik. Beberapa faktor yang diperlukan dalam komunikasi yang efektif adalah empati, pemahaman, kepercayaan, kedekatan, membagikan informasi pribadi, keintiman, perhatian, menerima dan merespon perilaku verbal maupun non-verbal, aliran percakapan yang baik, dan kurangnya gangguan dalam komunikasi yang sedang berlangsung. Dalam hal ini, contoh gangguan komunikasi adalah *smartphone* yang menyebabkan terjadinya perilaku *phubbing* yang dapat membuat kesan pertama menjadi buruk dan mengurangi kualitas komunikasi. Menurut jurnal Nazir dan Piskin (2016), keterikatan seseorang pada *smartphone* dapat memicu konsekuensi sosial yang negatif, yakni berupa pesan dan notifikasi yang dapat menjadi gangguan dalam aliran komunikasi (Turkle, 2011). Dalam komunikasi tatap muka, kontak antara

pembicara dan pendengar terbangun serta terjaga dengan bantuan isyarat non-verbal. Isyarat non-verbal dapat berupa jarak, percakapan, orientasi tubuh, pandangan, bahkan sentuhan. Isyarat ini cenderung tidak ada ketika seseorang menunjukkan perilaku *phubbing* dan nantinya akan mempengaruhi jarak dalam komunikasi. Salah satu sinyal non-verbal yang paling penting dalam komunikasi tatap muka adalah arah pandangan. Artinya, ketika keduanya saling kontak mata, maka akan dianggap lebih dekat karena menunjukkan pemahaman dan perhatian dalam suatu interaksi. Namun sebaliknya, kurangnya kontak mata seringkali dianggap sebagai tindakan kurang memperhatikan sehingga bisa memberi jarak antar orang yang berkomunikasi. Kontak mata akan terganggu ketika seseorang mengarahkan pandangannya pada *smartphone* daripada ke lawan bicara (Rothwell,2010).

3. Konsep Ketergantungan Media Sosial

Definisi kecanduan menurut Cooper (2000) merupakan perilaku ketergantungan pada kegiatan atau hal yang disenangi. Kecanduan merupakan perilaku yang terikat pada kebiasaan dan seseorang biasanya melakukan saat ada kesempatan atau waktu luang. Jika seseorang sudah mengalami kecanduan, maka dia akan sulit terlepas dari kebiasaan tersebut dan biasanya sulit mengontrol dirinya sendiri. Menurut Hovart (1989), kecanduan terhadap sesuatu yang dilakukan berulang-ulang dan menimbulkan dampak

negatif. Sedangkan menurut Griffiths, seorang yang sudah menjadi pecandu cenderung tidak dapat mengontrol diri yang mengakibatkan kegiatan lainnya menjadi terabaikan. Misalnya remaja yang sedang berkumpul di kafe, rata-rata mereka memiliki kecanduan bermain *smartphone* dan membuka media sosial, sehingga membuat mereka lupa waktu, lupa keadaan lingkungan sekitarnya, bahkan tidak mempedulikan lawan bicaranya.

Terdapat beberapa aspek-aspek kecanduan media sosial, yakni:

- a. Social Consequences (Konsekuensi sosial) : Konsekuensi sosial adalah penggunaan media sosial yang dapat mempengaruhi kegiatan seseorang dalam kehidupan sehari-hari, seperti mengabaikan teman atau lawan bicaranya.
- b. Time Displacement (Pengalihan Waktu) : Pengguna media sosial yang berlebihan atau sudah kecanduan media sosial cenderung mengabaikan tugas dan kewajiban yang harus dilaksanakan karena mereka lebih menggunakan waktu untuk bermedia sosial.
- c. Compulsive Feelings (Perasaan Kompulsif) : Perasaan kompulsif ini cenderung menggambarkan perasaan pengguna media sosial. Misalnya, bosan ketika tidak membuka media sosial dalam sehari saja serta adanya dorongan untuk terus menerus menggunakan media sosial.

4. Pengertian Phubbing

Definisi *Phubbing* diperkenalkan pertama kali pada Mei 2012 oleh McCan Melbourne bersama *Macquarie Dictionary* dan melakukan aksi kampanye *Stop Phubbing*. Menurut Heigh dalam Chotpitayasunondh dan Douglas, *phubbing* merupakan gabungan kata dari "*phone*" dan "*snubbing*", yang menggambarkan suatu tindakan penghinaan dalam lingkungan sosial karena perhatiannya tertuju pada *smartphone*. Artinya, perilaku *phubbing* lebih mementingkan penggunaan *smartphone* dibandingkan dengan lingkungan sosial. Menurut Karadağ, *phubbing* merupakan konsep menunjukkan sikap kurang sopan terhadap orang disekitar kita dengan memilih berinteraksi dengan virtual atau *smartphone* dan mengabaikan orang di sekitar.

Penelitian yang dilakukan oleh Roberts (2020), menjelaskan bahwa *phubbing* dapat menimbulkan kesan negatif dan membuat kualitas komunikasi menjadi buruk yang menimbulkan kegagalan dalam membangun suatu hubungan. Seseorang yang kecanduan internet, memiliki kebiasaan takut akan ketertinggalan (*fear of missing out*) dan pengendalian diri yang rendah karena akan cenderung kecanduan menggunakan *smartphone* mereka yang pada akhirnya membuat mereka melakukan *phubbing*. Ketika bertemu dengan orang lain untuk pertama kali, biasanya keduanya akan saling membangun kesan pertama baik kesan yang baik maupun

kesan yang buruk. Kesan yang timbul dapat berdasarkan beberapa hal seperti penampilan, sikap, perkataan atau informasi yang diberikan lawan bicara tersebut. Setelah mendapat kesan pertama, seseorang akan memutuskan bagaimana mereka melanjutkan untuk membangun hubungan tersebut. Maka dari itu, jika kesan pertama seseorang telah melakukan *phubbing* maka akan mempengaruhi penilaian terhadap orang lain. Ketika seseorang lebih memperhatikan *smartphone* mereka daripada mendengarkan lawan bicaranya, maka orang yang berbicara tersebut akan merasa bahwa lawan bicaranya tidak memiliki empati dan tidak peduli pada percakapan yang sedang berlangsung sehingga akan mengurangi kualitas hubungan. Keberadaan *smartphone* inilah yang dapat menghalangi seseorang dalam membangun dasar kepercayaan ataupun kedekatan satu dengan yang lain, karena ketika dua orang sedang menjalani percakapan yang mendalam, mereka akan mulai merasa nyaman dalam membagikan informasi pribadi kepada orang lain yang akhirnya menimbulkan kedekatan. Maka dari itu, *phubbing* dapat menurunkan kualitas komunikasi dalam suatu percakapan.

Ketika seseorang menggunakan *smartphone* mereka saat berhadapan dengan orang lain, mereka menunjukkan tingkah laku non-verbal yang membuat mereka terlihat absen dalam percakapan tersebut. *Phubbing* membuat seseorang terlihat kurang sopan karena

merupakan suatu interupsi dalam percakapan yang sedang terjadi sehingga efek dan persepsi dari *phubbing* itu sendiri adalah kurangnya empati, kepercayaan, kedekatan, perhatian dan kesopanan yang membuat kualitas percakapan antar keduanya menjadi berkurang. Cara lain *phubbing* dalam mengurangi kualitas percakapan adalah dengan membuat *phubee* (korban *phubbing*) menjadi *phubber* (pelaku *phubbing*). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Vanden Abeele, et al (2019) menjelaskan lebih dari setengah orang yang melakukan *phubbing* terhadap lawan bicaranya disebabkan karena mereka lebih dulu mengalami *phubbing* dari lawan bicaranya tersebut. Hal ini terjadi sebagai reaksi karena lawan bicaranya melakukan *phubbing* terlebih dahulu. Artinya, ketika seseorang menggunakan *smartphone* mereka dalam sebuah percakapan yang sedang berlangsung maka orang lain juga akan ikut menggunakan *smartphone* mereka. Selain itu, dampak dari perilaku *phubbing* adalah lawan bicara merasa terabaikan sehingga menyebabkan kualitas komunikasi dari hubungan tersebut juga menurun. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Wang et al (2017) menjelaskan bahwa adanya hubungan yang negative antara pelaku *phubbing* atau *phubber* dengan kepuasan hubungan. Artinya semakin tinggi perilaku *phubbing*, maka akan semakin rendah kepuasan dalam suatu hubungan. Selain itu, dalam penelitian tersebut juga dijelaskan bahwa perilaku *phubbing* memiliki

hubungan positif dengan depresi. Artinya perilaku *phubbing* merupakan faktor penyebab dari depresi. Berdasarkan hipotesis yang dibuktikan melalui penelitian tersebut, *phubbing* merupakan faktor penting yang dapat melemahkan dan mengurangi kepuasan dalam sebuah hubungan serta dapat meningkatkan resiko depresi melalui kepuasan hubungan.

Penggunaan kata *phubbing* yakni menggambarkan suatu perilaku yang tidak sopan atau menghina lawan bicara karena lebih memilih *smartphone* daripada percakapan tatap muka dengan lawan bicara yang sedang bertemu. Sesuai dengan gabungan kata "*phone*" yang berarti *smartphone* dan "*snooping*" yang berarti menghina. Selain itu, *phubber* juga merupakan istilah untuk seseorang yang melakukan *phubbing*. Sedangkan bagi orang yang terkena dampak perilaku *phubbing* disebut *phubee*. Beberapa alasan seseorang berperilaku *phubbing*, yakni (1) memiliki emosional negatif atau rasa bosan dan kesepian sehingga cenderung bermain *smartphone*. (2) Adanya *multitasking* dalam kegiatan sehari-hari seperti kegiatan percakapan tatap muka dan bermain *smartphone* pada saat yang bersamaan. Menurut Kenyon dalam penelitian Al-Saggaf dan O'Donnell menjelaskan bahwa 81% dari respondennya terlibat lebih dari satu kegiatan pada saat yang bersamaan ketika berkomunikasi dengan orang lain dan keluarga. Selama terjadi percakapan tatap muka, satu dengan yang lain umumnya mengharapkan dalam

percakapan dapat saling memberikan perhatian daripada fokus menggunakan *smartphonenya* karena dapat mengganggu kualitas komunikasi dan tidak adanya simpati dan empati satu sama lain.

Menurut Karadag (2015) dalam penelitiannya yang berjudul *exploratory factor analysis* (EFA), terdapat dua aspek dari perilaku *phubbing* diantaranya adalah:

1. Gangguan Komunikasi (*communication disturbance*)

Gangguan komunikasi yang terjadi adalah gangguan komunikasi yang disebabkan karena adanya *smartphone* sebagai faktor yang mengganggu komunikasi secara langsung dengan lawan bicara di lingkungan.

2. Obsesi Terhadap Ponsel (*phone obsession*)

Obsesi terhadap ponsel disebabkan karena adanya dorongan akan kebutuhan menggunakan ponsel yang tinggi walaupun sedang berkomunikasi secara langsung dengan lawan bicara di lingkungan.

5. Pengertian Generasi Z

Generasi Z Disebut juga iGeneration, generasi net atau generasi internet yang hidup pada masa digital yang sedang berkembang. Hal tersebut dikarenakan mereka memiliki kesamaan dengan generasi Y, tetapi mereka mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu seperti menggunakan ponsel, browsing dengan PC, dan mendengarkan musik menggunakan headset. Sejak

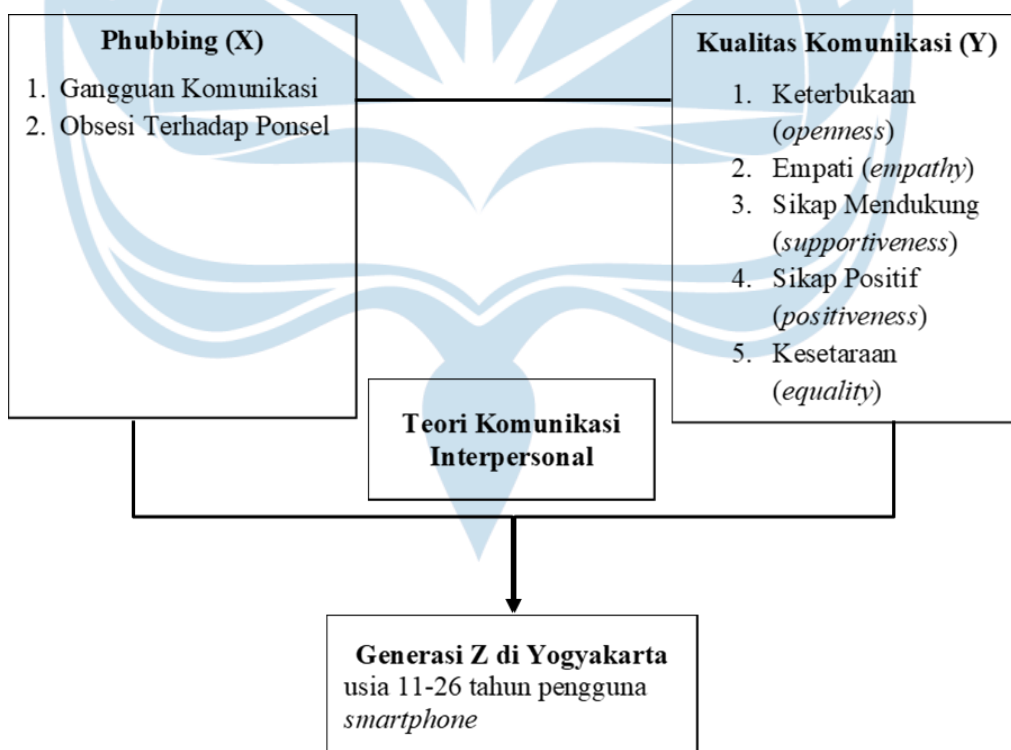
kecil mereka sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih, sehingga apapun yang mereka lakukan tidak jauh dari kehidupan dunia maya yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian mereka (Yustisia, 2016). Generasi Z merupakan anak-anak yang lahir tahun 1995-2010. Menurut Elizabeth T. Santosa dalam *Raising Children in Digital Era*, menjelaskan bahwa pada saat generasi ini lahir, secara bersamaan berkembang pula internet dalam kehidupan masyarakat, maka sedikit dari Generasi Z yang mengenal permainan tradisional. Sedangkan menurut Hellen Chou, mengatakan bahwa Generasi Z memang dikenal dengan generasi digital yang bertumbuh dan berkembang dalam lingkungan digital. Maka ketergantungan media pada Generasi Z cukup besar sehingga mereka merupakan generasi yang terampil dalam mengoperasikan media digital. Dampak dan pengaruh dari teknologi ini, membuat Generasi Z memiliki karakter yang berbeda dan unik daripada generasi yang lainnya, seperti contohnya kurangnya konsentrasi pada anak-anak Generasi Z (Ozkan, 2015).

Forbes Magazine membuat survei tentang generasi Z di Amerika Utara dan Selatan, di Afrika, di Eropa, di Asia dan di Timur Tengah. Mereka melakukan survei terhadap 49 ribu anak-anak (Dill, 2015). Hasil dari survei tersebut dapat dikatakan bahwa generasi Z adalah generasi global pertama yang nyata karena

teknologi yang tinggi dalam darah mereka. Selain itu juga, mereka telah tumbuh di lingkungan yang kompleks yang menentukan pandangan mereka tentang pekerjaan, belajar dan dunia luar. Mereka juga memiliki harapan yang berbeda di tempat kerja mereka, berorientasi karir, generasi profesional yang ambisius dan memiliki kemampuan teknis serta pengetahuan bahasa pada tingkat tinggi (Putra, 2017).

F. Kerangka Konsep

Gambar 1.3
Hubungan antar Variabel



G. Definisi Operasional

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Phubbing* yang merupakan variabel X atau independen dan Kualitas Komunikasi yang merupakan variabel Y atau dependen.

Definisi konseptual dari variabel perilaku *phubbing* yakni merupakan konsep menunjukkan sikap tidak sopan terhadap orang lain yang sedang berkomunikasi dengannya karena cenderung mengabaikan dan lebih memilih fokus dengan *smartphone*. Sedangkan definisi operasional perilaku *phubbing* lebih mengarah kepada penggunaan *smartphone*, yakni terlalu konsentrasi pada *smartphone*-nya sehingga mengakibatkan kecanduan, mengabaikan pembicaraan orang lain disekitarnya dan kualitas komunikasi yang diterima dari orang lain serta yang kita kirimkan ke orang lain (*feedback*).

Selain variabel perilaku *phubbing*, variabel kualitas komunikasi juga memiliki definisi konseptual yakni komunikasi yang efektif bukan hanya sekedar adanya hubungan yang terbangun ataupun kepuasan relasi, tetapi komunikasi yang efektif akan terjadi jika kedua komunikan dapat menginterpretasikan pesan yang diterima sehingga pesan tersebut mempunyai makna yang sama dengan maksud pesan ingin yang disampaikan. Definisi operasional dari kualitas komunikasi adalah keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif dan kesetaraan. Berikut adalah tabel 1.1 Definisi Operasional Variabel Perilaku Phubbing dan Kualitas Komunikasi:

Tabel 1.1
Definisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala Pengukuran
Variabel Independen (X) Phubbing	Gangguan Komunikasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menerima atau melakukan panggilan telepon ketika sedang berkomunikasi dengan lawan bicara. 2. Membalas pesan (chat) ketika sedang berkomunikasi dengan lawan bicara. 3. Mengirim pesan (chat) ketika sedang berkomunikasi dengan lawan bicara. 4. Mengecek notifikasi media sosial ketika sedang berkomunikasi dengan lawan bicara. 5. Kelekatan terhadap <i>smartphone</i>. 	Ordinal
	Obsesi Terhadap Ponsel	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merasa cemas ketika jauh dari <i>smartphone</i>. 2. Merasa kesulitan dalam mengatur penggunaan <i>smartphone</i>. 	Ordinal
Variabel Dependen	Keterbukaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terbuka dengan informasi baru. 2. Jujur dan tanggap. 	Ordinal

(Y) Kualitas Komunikasi		3. Memiliki perasaan dan pikiran.	
	Empati	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memahami pengalaman dan memotivasi. 2. Saling mendengarkan perkataan. 3. Kepercayaan. 	
	Sikap Mendukung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Deskriptif 2. Orientasi masalah 3. Spontanitas 4. Persamaan 	
	Sikap Positif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pikiran positif 2. Menghargai 3. Menyadari 	
	Kesetaraan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyadari kekurangan. 2. Komunikasi sangat berharga & penting. 3. Tidak memaksakan kehendak. 4. Menciptakan suasana akrab dan nyaman. 5. Mengakui kepentingan dan saling memerlukan. 	

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara atas rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian dan memiliki sifat teoritis, artinya belum ada jawaban yang secara empiris dan praktis (Sugiono, 1999).

Hipotesis dari penelitian ini adalah:

H₀: Tidak adanya pengaruh yang signifikan dari *phubbing* terhadap kualitas komunikasi interpersonal Generasi Z.

H_a: Adanya pengaruh yang signifikan dari *phubbing* terhadap kualitas komunikasi interpersonal Generasi Z.

I. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian mengenai Pengaruh Phubbing Terhadap Kualitas Komunikasi Interpersonal Generasi Z di Kota Yogyakarta menggunakan penelitian kuantitatif yang menjelaskan hubungan sebab akibat variabel X dan Y (Prasetyo dan Jannah, 2010:43).

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei yang merupakan metode dengan pengumpulan datanya menggunakan kuisioner dengan skala pengukuran likert.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah anak dan remaja yang tergolong dalam kategori Generasi Z yang aktif menggunakan *smartphone* yakni dengan *range* usia 18-26 tahun atau yang lahir pada tahun 1995-2010 yang ada di Kota Yogyakarta:

Tabel 1.2
Data Penduduk Yogyakarta menurut Usia

Kelompok Umur	2018		2019			2020		
	menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di D.I. Yogyakarta (x 1000), 2017-2025 (Jiwa)		Proyeksi Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di D.I. Yogyakarta (x 1000), 2017-2025 (Jiwa)			Proyeksi Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di D.I. Yogyakarta (x 1000), 2017-2025 (Jiwa)		
	Perempuan	Jumlah	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
5 - 9	136.10	278.70	144.20	138	282.20	144.90	138.90	283.80
10 - 14	129.50	266.40	137.90	130.40	268.30	139.80	132.30	272.10
15 - 19	131.60	268.60	138.70	133	271.70	140.30	134.10	274.40
20 - 24	145.60	295.20	147.20	142.70	289.90	145.50	140.80	286.30
25 - 29	157.90	321.80	163.30	158.60	321.90	162.20	158	320.20
30 - 34	143.90	291.70	151.70	147	298.70	155.50	150.50	306
35 - 39	136.90	271.90	136.70	138.10	274.80	138.30	138.90	277.20
40 - 44	133.90	264.30	130.70	134.10	264.80	131.50	135	266.50
45 - 49	134.50	263	128.80	134.30	263.10	128.90	133.90	262.80

sumber : yogyakartabps.go.id

Dari jumlah populasi penduduk di Kota Yogyakarta, sampel dalam penelitian ini adalah hanya diambil sebagian dengan *range* usia 18-26 tahun yang ada pada tahun 2020 yaitu sebanyak 115.300 penduduk laki-laki dan perempuan yang merupakan golongan Generasi Z.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive random sampling*. Teknik *purposive random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak dalam populasi ini (Sugiyono, 2009: 82). Teknik ini merupakan pengambilan sampling yang mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria tertentu yaitu *range* usia yang termasuk

dalam golongan Generasi Z. Ukuran sampel dalam penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + ne^2}$$

Keterangan:

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

e: kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, misalnya 10%, kemudian e dikuadratkan.

1: Bilangan konstan

Jadi, jika dimasukkan dalam rumus tersebut ke dalam populasi penelitian adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{n}{1 + ne^2}$$

$$n = \frac{115.300}{1 + 115.300 \times 0,1^2}$$

$$n = 99,91$$

dibulatkan menjadi 100

Dari perhitungan rumus tersebut maka peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada 100 remaja Generasi Z yang tinggal di daerah Kota Yogyakarta.

4. Lokasi Penelitian

Tabel 1.3
Data Penduduk Kota Yogyakarta

Kabupaten/Kota	Jumlah Penduduk menurut Kabupaten/Kota di D.I. Yogyakarta (Jiwa)		
	2018	2019	2020
D.I. Yogyakarta	3 802 872	3 842 932	3 882 288
Kulonprogo	425 758	430 220	434 483
Bantul	1 006 692	1 018 402	1 029 997
Gunungkidul	736 210	742 731	749 274
Sleman	1 206 714	1 219 640	1 232 598
Yogyakarta	427 498	431 939	435 936

Proyeksi Penduduk Kabupaten/Kota Provinsi D I Yogyakarta 2010-2020

sumber : yogyakartabps.go.id

Lokasi penelitian dilakukan di Kota Yogyakarta. Berdasarkan tabel 1.3, data terbaru tahun 2020 Kota Yogyakarta memiliki jumlah penduduk 435.936. Selain itu, Kota Yogyakarta disebut sebagai Kota Pelajar atau Kota Mahasiswa yang mayoritas penduduk merupakan golongan Generasi Z.

5. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penilitan menggunakan kuisisioner yakni memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Kuesioner tersebut akan disebarakan kepada 100 remaja Generasi Z yang ada di Kota Yogyakarta dengan menggunakan *google form*. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengklasifikasikan variabel yang nantinya akan diukur dalam menentukan analisis data. Alat ukur dengan skala likert ini dibagi menjadi 4 alternatif jawaban

yakni, Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).

6. Sumber Data

a. Data Primer

Pada penelitian ini, sumber data primer akan diperoleh melalui kuisioner yang disebarakan langsung kepada responden.

b. Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian ini adalah data kependudukan Kota Yogyakarta, artikel berita, buku dan jurnal yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

7. Teknik Analisis Data

Riset yang dilakukan oleh peneliti merupakan riset kuantitatif, oleh karena itu data yang sudah diperoleh dari kuisioner tersebut akan dianalisis menggunakan uji statistik yang berupa:

a. Uji Validitas

Uji validitas merupakan skala dimana kesimpulan yang dibuat berdasarkan skor menurut angka menjadi sesuai dan hasilnya akan berguna. Validitas juga merupakan pendapat mengenai kesesuaian pengukuran untuk kesimpulan mengenai skor yang ada (Hamdi & Bahrudin, 2012). Semakin tinggi validitas suatu alat ukur maka semakin tepat alat ukur tersebut mengenai sasaran. Menurut

Azwar (2017), validitas memiliki arti sejauh mana ketelitian dan ketepatan suatu alat ukur pada saat melaksanakan fungsi ukurnya. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu validitas konstruk (*construc validity*) dan validitas isi (*content validity*). Validitas konstruk adalah bentuk validitas yang perhitungannya dilakukan dengan menguji alat ukur dengan analisis rasional, yakni sejauh mana butir-butir dalam instrumen mampu merepresentasikan keseluruhan objek yang akan diukur melalui instrumen tersebut. Validitas konstruk sangat diperlukan sebelum kisi-kisi digunakan sebagai pedoman dalam menyusun setiap item pada instrument, supaya dianalisis terlebih dahulu dan dapat dinyatakan tepat. Proses pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan aplikasi yakni SPSS dengan metode korelasi *Product Moment* dari Pearson. Butir pernyataan dinyatakan sah atau valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel (Ghozali, 2016).

b. Uji Reliabilitas

Setelah pengujian validitas, maka akan dilakukan uji reliabilitas. Uji Reliabilitas adalah konsistensi suatu alat pengukur yang ditunjukkan melalui sebuah nilai dalam mengukur gejala yang sama (Umar, 2003). Jika suatu alat pengukur menghasilkan hasil yang relatif konsisten maka hal

tersebut disebut reliabel. Uji reliabilitas dilaksanakan dengan tujuan mengukur konsistensi dan ketetapan (keajegan) dari jawaban yang dihasilkan oleh responden terhadap suatu kuisioner. Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila hasil tetap sama meski diukur dalam waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini proses uji reliabilitas dilaksanakan menggunakan aplikasi SPSS dengan rumus *alpha cronbach* untuk mendapatkan hasil estimasi reliabilitas yang tepat. *Cronbach's Alpha* yaitu sebuah metode yang mengukur keandalan mempunyai nilai antara nol sampai satu (Hair et al., 2010: 92). Nilai reliabilitas *Cronbach's Alpha* minimum yaitu 0,70 (Eisingerich dan Rubera, 2010). Peneliti menggunakan *Cronbach's Alpha* karena teknik tersebut merupakan teknik yang sering digunakan dalam pengujian keandalan, dan melalui *Cronbach's Alpha* dapat terdeteksi beberapa indikator yang tidak konsisten. Selain itu hasil yang didapat lebih cermat dan mampu mendekati hasil yang sebenarnya. Berikut merupakan tingkat keandalan *Cronbach's Alpha* menurut Hair et al. (2010).

Tabel 1.4
 Nilai Cronbach's Alpha

Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Tingkat Keandalan
0.0 - 0.20	Kurang Andal
> 0.20 – 0.40	Agak Andal
> 0.40 – 0.60	Cukup Andal
> 0.60 – 0.80	Andal
> 0.80 – 1.00	Sangat Andal

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2018). Jika varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, uji *Glejser* digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan persamaan regresi (Ghozali, 2018):

$$|U_t| = \alpha + \beta X_t + v_t$$

Dalam uji *Glejser*, pengujian heteroskedastisitas menggunakan kriteria yang dilihat dari nilai signifikansinya.

Jika nilai signifikansinya $> 0,05$, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansinya $< 0,05$, maka terjadi gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018). Penelitian ini menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov. Kriteria yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah:

- i. Jika nilai signifikansi $< \alpha$, maka data tidak terdistribusi secara normal.
- ii. Jika nilai signifikansi $> \alpha$, maka data terdistribusi secara normal.

e. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi merupakan analisis yang mempelajari hubungan antara dua variabel atau lebih terhadap variabel lainnya. Dalam analisis regresi, variabel yang mempengaruhi disebut variabel bebas atau independen sedangkan variabel yang dipengaruhi disebut variabel terkait atau dependen. Penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana karena hanya terdapat satu variabel bebas dengan

satu variabel terkait. Analisis regresi adalah salah satu analisis yang luas pemakaiannya yang digunakan untuk melakukan prediksi dan ramalan pada penelitian. Tujuan dari analisis regresi sederhana adalah untuk mengetahui arah dari hubungan antar variabel. Apakah memiliki hubungan positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari kedua variabel. Selain itu, analisis regresi digunakan untuk mendapatkan pola hubungan secara matematis dari variabel X dan Y dan untuk mengetahui besarnya perubahan variabel X terhadap variabel Y. Prinsip dasarnya antara variabel Y dan variabel X harus memiliki sifat hubungan sebab akibat. Analisis regresi sederhana biasanya menggunakan data yang memiliki skala interval atau rasio (Ghozali, 2013). Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + Bx$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Kualitas Komunikasi)

X = Variabel independen (Phubbing)

a = Konstanta (nilai dari Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)