

## Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok dan Media Sosial terhadap Kecenderungan *Phubbing*

<http://dx.doi.org/10.25008/wartaiski.v5i1.140>

Nuril Ilmiatus Solikhah<sup>1</sup>, Nur Maghfira Aesthetika<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Jl. Mojopahit No. 666 B, Sidoarjo 61215, Jawa Timur - Indonesia

Email korespondensi: [fira@umsida.ac.id](mailto:fira@umsida.ac.id), [ilmiatusnuril@gmail.com](mailto:ilmiatusnuril@gmail.com)

Submitted: 20/04/2022, Revised: 19/05/2022, Accepted: 09/06/2022

Accredited by Kemristekdikti No. 30/E/KPT/2019

### Abstract

Users of social media and other applications makes users feel at home in using applications and tends to have Phubbing behavior towards their environment. So this brings a negative impact for teenagers or users. This study aims to determine the extent to which social media and Tiktok applications affect students to continue to survive with long-term use, causing Phubbing. Quantitative descriptive research model is used by using purposive sampling technique, while the data analysis technique uses validity, regression, and classical assumption test techniques. The population of this research is Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (Umsida) students and the sample is 90 people. Based on the tests carried out, the results showed that the intensity of the use of Tiktok and social media had an effect on the phubbing behavior of Umsida students. Of the two research variables, the greatest influence is caused by the use of Tiktok, which is 70.3%, while the variable using social media gets 32% results.

**Keywords:** phubbing; social media; students; tiktok; instagram application.

### Abstrak

Penggunaan gadget dan aplikasi media sosial kini membuat pengguna betah dalam menggunakan aplikasi dan cenderung memiliki perilaku *Phubbing* terhadap lingkungannya. Hal ini membawa suatu dampak yang negatif bagi remaja atau pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana sosial media dan aplikasi Tiktok ini mempengaruhi mahasiswa untuk terus bertahan dengan penggunaan dalam jangka waktu yang lama sehingga menyebabkan terjadinya *Phubbing*. Model penelitian Kuantitatif Deskriptif dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* digunakan pada penelitian ini, sedangkan teknik analisa data menggunakan validitas, regresi, dan uji asumsi klasik. Populasi studi ini ialah mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo (Umsida) dengan sampel 90 orang. Temuan penelitian adalah intensitas penggunaan Tiktok dan Instagram berpengaruh pada perilaku *Phubbing* mahasiswa Umsida. Dari kedua variabel penelitian, pengaruh paling besar ditimbulkan oleh penggunaan Tiktok, sebesar 70,3% sedangkan variabel penggunaan sosial media mendapatkan hasil 32%.

**Kata kunci:** mahasiswa; phubbing; sosial media; tiktok; instagram aplikasi

### PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi memungkinkan hadirnya berbagai aplikasi media sosial, salah satunya Tiktok yang memiliki banyak peminat di dunia. Aplikasi Tiktok memungkinkan pengguna membuat video dengan durasi 15 detik, dan sejak 2021 sudah mencapai dua menit. Kusuma (2020) menyatakan, aplikasi Tiktok mampu mengungguli aplikasi lain yang berada di bawah naungan Facebook Inc. Pada tahun 2020, Tiktok menduduki peringkat kedua setelah Whatsapp dengan jumlah 1,5 miliar pengunduh.

Di Indonesia, aplikasi ini pada 2018 dinobatkan sebagai aplikasi paling baik di Playstore. Tiktok juga menduduki peringkat atas sebagai aplikasi yang paling menghibur (Imron, 2018). Seiring dengan

berjalannya waktu, aplikasi yang dulu hanya menampilkan video dengan menggunakan berbagai filter itu, kini dapat berbagai jenis video kreatif. Bahkan Tiktok memiliki deteksi yang serupa dengan Youtube, yakni menampilkan video sejenis yang sering ditonton pengguna. Dengan demikian, pengguna selalu disuguhkan berbagai video yang sesuai minatnya, sehingga menimbulkan efek kecanduan. Selain itu terdapat tambahan fitur “*For Your Page*” yang memuat info terbaru.

Berdasarkan penuturan Marissa Anita dalam kanal Youtube Merry Riana, saat melakukan *scrolling* di media sosial, pengguna bisa melupakan keadaan disekitarnya, dan menghabiskan durasi sangat lama. Kondisi tersebut dimaknai sebagai *phubbing*. Mahardika (2015) mengatakan, pengguna media sosial betah menggunakan aplikasi dan cenderung memiliki perilaku *phubbing* terhadap lingkungannya. Kondisi itu membawa dampak negatif bagi pengguna dalam kehidupan sosialnya.

## KERANGKA TEORI

Pengguna sosial media paling banyak di tahun 2020 adalah Facebook dengan total pengguna 2,49 miliar (Rahayu, 2021). Pengguna media sosial intens mengakses berbagai akun di media sosial mereka. Intensitas merupakan sebuah kondisi atau ukuran dalam melaksanakan suatu kegiatan yang dilakukan secara berulang (Fahmi, 2019). Intensitas dapat dimaknai sebagai ketertarikan yang dimiliki seseorang yang ditunjukkan dengan sikap berperilaku (Taqwa, 2018). Sementara itu, *phubbing* bersumber dari kata *phone* dan *snubbing* yakni tindakan menyakiti pihak lain dalam interaksi sosial. Hal itu terjadi karena seseorang cenderung memfokuskan diri pada *smartphone* atau gadgetnya (Youarti & Hidayah, 2018). Safitri (2021) menyatakan, perilaku *phubbing* merupakan kondisi seseorang melakukan pengabaian terhadap pihak lain. Secara fisik mereka berada di lokasi yang sama, tetapi tidak berinteraksi, karena sibuk dengan gadgetnya masing-masing.

Efendi (2012) menyatakan, dalam kehidupan sehari-hari manusia hendaknya mengutamakan tenggang rasa dan mempertimbangkan perasaan orang lain; mempertimbangkan nasib serta penderitaan orang lain. Manusia hendaknya menjaga tingkah lakunya agar tidak terjadi ketersinggungan perasaan dengan orang lain, serta tidak mementingkan dirinya sendiri. Perilaku *phubbing* kini banyak dialami remaja, termasuk para mahasiswa. Akibatnya, mereka kurang menghargai orang lain. Hal tersebut berdampak pada lingkungan sosial (Efendi, 2012). Mahasiswa dengan intensitas penggunaan sosial media yang tinggi memiliki prestasi akademik yang rendah. Mahasiswa yang intens menggunakan sosial media cenderung kurang memiliki konsentrasi pada materi perkuliahan (Chika, 2018).

Semakin tinggi intensitas penggunaan sosial media, menunjukkan bahwa kendali diri semakin rendah, sehingga pengguna sulit berinteraksi dengan pihak lain, bahkan sering melakukan *phubbing*. Pengguna sosial media hampir 60 persen menggunakan gadget untuk mengakses hiburan semata, sehingga efek candu dan kecenderungan *phubbing* sulit dihilangkan sebab pengguna merasa senang dan terhibur (Sariyani, 2017). Annisa, dkk (2020) menyatakan tingkat intensitas penggunaan sosial media erat kaitannya dengan *phubbing* dan prestasi belajar. Yanica (2019) menyatakan, intensitas penggunaan adalah suatu aktivitas individu yang dilakukan secara berulang dengan melibatkan perasaan. Sedangkan Nisa (2019) mengatakan, intensitas terjadi dari kegiatan yang dapat memunculkan kepuasan atau kesenangan terhadap individu yang melakukannya, sehingga terjadi pengulangan aktivitas dan terus menerus mengalami peningkatan.

Menurut Derianto & Qorib (2018), peningkatan penggunaan Tiktok semakin bertambah karena kemudahan mengaksesnya. Dia berasumsi, semakin seseorang menggantungkan kebutuhannya dipenuhi oleh penggunaan media, maka semakin penting peran media dalam kehidupan orang tersebut, sehingga media memiliki pengaruh kepada orang tersebut. Akibatnya, dampak buruk intensitas penggunaan Tiktok secara berlebihan, cenderung menyebabkan perilaku *phubbing* (Fahmi, 2019).

Rahayu (2021) menemukan, intensitas akses media sosial berpengaruh pada perilaku *phubbing* mahasiswa. Anshori, dkk (2019) menyatakan penggunaan media sosial di kalangan remaja dan mahasiswa berpengaruh pada kepercayaan diri dan *phubbing*. Menurut Putra (2016), timbulnya perilaku *phubbing* karena adanya kebutuhan hiburan, tren penggunaan gawai, dan narsistik. Dari hasil dari penelitian terdahulu tersebut, peneliti tertarik melakukan penelitian yang berkenaan dengan bagaimana pengaruh intensitas penggunaan Tiktok serta penggunaan sosial media terhadap perilaku *phubbing* untuk mengetahui sejauh mana sosial media dan aplikasi Tiktok mempengaruhi mahasiswa Umsida yang menyebabkan terjadinya *phubbing*.

## METODE PENELITIAN

Metode deskriptif kuantitatif digunakan dalam penelitian ini dengan memakai teknik regresi. Teknik penetapan sampel menggunakan *simple random sampling*, yakni sampel diambil dengan cara sederhana secara acak. Dalam teknik ini semua individu populasi baik secara sendiri maupun bersama-sama diberi kesempatan untuk menjadi sampel. Sugiyono (2013) mendefinisikan, sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Total sampel yang dibutuhkan, dengan presisi lima persen dan tingkat kepercayaan 95 persen adalah mahasiswa Umsida periode 2020-2021.

Kemudian dilakukan uji validitas instrumental untuk melihat sejauh mana pertanyaan yang diterapkan dalam butir kuesioner tersebut mampu dan cermat dalam mengukur model dengan bantuan alat uji berupa SPSS 16. Pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner dari variabel intensitas penggunaan Tiktok sejumlah enam, variabel sosial media sejumlah enam, dan variabel *phubbing* 11 pernyataan. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner.

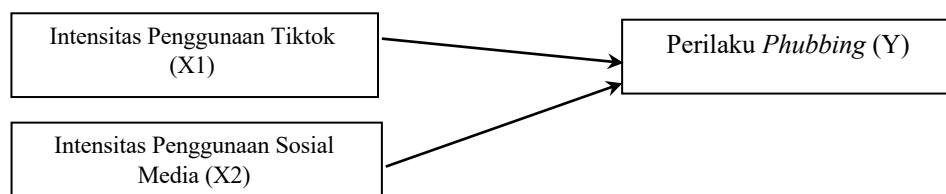
Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah dibuat benar-benar dapat mengukur apa yang akan diukur. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n - 2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel (Ghozali, 2018). Uji reliabilitas untuk mengukur kuesioner yang merupakan orthogonal dari konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan yang diajukan, stabil dari waktu ke waktu.

Kemudian dilakukan Uji Asumsi Klasik dengan mempergunakan uji normalitas untuk mengetahui apakah model regresi berdistribusi normal sesuai dengan uji  $t$  dan  $F$  (Ghozali, 2018). Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah semua model terjadi ketidaksamaan varian residual (Ghozali, 2018). Uji multikolinearitas juga dilakukan untuk melihat apakah suatu model terdapat korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2018).

## HASIL PENELITIAN

Safitri (2021) menyatakan perilaku *phubbing* merupakan sebuah kondisi seseorang melakukan pengabaian terhadap pihak lain, sehingga secara fisik mereka bersama, akan tetapi tidak sepenuhnya hadir dalam kebersamaan tersebut. Nisa (2019) mengatakan, intensitas terjadi dari aktivitas yang dapat memunculkan kepuasan atau kesenangan bagi individu yang melakukannya, sehingga terjadi pengulangan aktivitas secara terus menerus dan mengalami peningkatan.

Rahayu (2021) menemukan, intensitas akses media sosial berpengaruh pada perilaku *phubbing* mahasiswa. Anshori, dkk (2019), menyatakan penggunaan media sosial di kalangan remaja dan mahasiswa berpengaruh pada kepercayaan diri dan menyebabkan *phubbing*, sedangkan menurut Putra (2016), faktor perilaku *phubbing* terjadi karena adanya kebutuhan hiburan, tren penggunaan gawai, dan narsistik. Sementara penggunaan media sosial tidak mempengaruhi *phubbing* karena mahasiswa cenderung lebih senang menggunakan Youtube. Berdasar kerangka pemikiran tersebut, maka kerangka konsep penelitian digambarkan pada Diagram 1:



**Diagram 1.** Kerangka Konsep Penelitian

Adapun hipotesis penelitian ini adalah: (1) Intensitas penggunaan Tiktok berpengaruh pada perilaku *phubbing* mahasiswa Umsida; (2) intensitas penggunaan sosial media berpengaruh pada perilaku *phubbing* mahasiswa Umsida.

Berikut ini dipaparkan Uji Validitas pada Intensitas Penggunaan Tiktok ( $X_1$ ) sebagaimana ditampilkan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Hasil Uji Validitas pada Variabel Intensitas Penggunaan Tiktok ( $X_1$ )

No	Item	Koefisien Korelasi (r)	r-Tabel	Sig	Keterangan
1	X <sub>1.1</sub>	0,606	0,207	0,000	Valid
2	X <sub>1.2</sub>	0,395	0,207	0,000	Valid
3	X <sub>1.3</sub>	0,430	0,207	0,000	Valid
4	X <sub>1.4</sub>	0,417	0,207	0,000	Valid
5	X <sub>1.5</sub>	0,469	0,207	0,000	Valid
6	X <sub>1.6</sub>	0,643	0,207	0,000	Valid

Sumber: Diolah dari data penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 1 uji validitas pada variabel Intensitas Penggunaan Tiktok, menunjukkan keseluruhan pertanyaan dari variabel itu valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi masing-masing item (r hitung), yaitu r hitung > r Tabel. Salah satu contohnya adalah untuk item (X<sub>1.1</sub>), nilai korelasinya (r hitung) sebesar 0,606. Item (X<sub>1.1</sub>) dinyatakan valid, sebab 0,606 > 0,207 dan sig < 0,05. Hal tersebut dilakukan untuk item-item selanjutnya.

*Uji Validitas pada Variabel Intensitas Penggunaan Sosial Media (X<sub>2</sub>)* 2 diuraikan pada Tabel 2.

**Tabel 2.** Hasil Uji Validitas pada Variabel Intensitas Penggunaan Sosial Media (X<sub>2</sub>)

No	Item	Koefisien Korelasi (r)	r-Tabel	Sig	Keterangan
1	X <sub>2.1</sub>	0,483	0,207	0,000	Valid
2	X <sub>2.2</sub>	0,685	0,207	0,000	Valid
3	X <sub>2.3</sub>	0,609	0,207	0,000	Valid
4	X <sub>2.4</sub>	0,638	0,207	0,000	Valid
5	X <sub>2.5</sub>	0,277	0,207	0,000	Valid
6	X <sub>2.6</sub>	0,426	0,207	0,000	Valid

Sumber: Diolah dari data penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel tersebut uji validitas pada variabel *Intensitas Penggunaan Sosial Media (X<sub>2</sub>)*, menunjukkan keseluruhan pertanyaan dari variabel Intensitas Penggunaan Sosial Media dapat dikatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi masing-masing item (r hitung), yaitu r hitung > r Tabel. Salah satu contohnya adalah untuk item (X<sub>2.1</sub>), nilai korelasinya (r hitung) sebesar 0,483 Item (X<sub>2.1</sub>) dinyatakan valid sebab 0,483 > 0,207 dan sig < 0,05. Hal tersebut dilakukan untuk item-item selanjutnya.

*Uji Validitas pada Variabel Perilaku Phubbing (Y)*, hasil uji validitas diuraikan pada Tabel 3.

**Tabel 3.** Hasil Uji Validitas pada Variabel Perilaku *Phubbing* (Y)

No	Item	Koefisien Korelasi (r)	r-Tabel	Sig	Keterangan
1	Y <sub>1</sub>	0,868	0,207	0,000	Valid
2	Y <sub>2</sub>	0,829	0,207	0,000	Valid
3	Y <sub>3</sub>	0,840	0,207	0,000	Valid
4	Y <sub>4</sub>	0,470	0,207	0,000	Valid

5	Y <sub>5</sub>	0,427	0,207	0,000	Valid
6	Y <sub>6</sub>	0,310	0,207	0,000	Valid
7	Y <sub>7</sub>	0,408	0,207	0,000	Valid
8	Y <sub>7</sub>	0,452	0,207	0,000	Valid
9	Y <sub>7</sub>	0,457	0,207	0,000	Valid
10	Y <sub>7</sub>	0,707	0,207	0,000	Valid

Sumber: Diolah dari data penelitian (2021)

Berdasarkan Tabel 3, uji validitas pada variabel Perilaku Phubbing (Y), menunjukkan keseluruhan pertanyaan dari variabel Perilaku Phubbing, valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai koefisien korelasi masing-masing item (r hitung), yaitu r hitung > r Tabel. Salah satu contohnya adalah untuk item (Y<sub>1</sub>), nilai korelasinya (r hitung) sebesar 0,774. Item (Y<sub>1</sub>) dinyatakan valid sebab 0,868 > 0,207 dan sig < 0,05. Hal tersebut dilakukan untuk item-item selanjutnya.

*Uji Asumsi Klasik.* Penelitian ini telah lolos dari Uji Asumsi Klasik baik Normalitas, Heteroskedastitas, dan Multikolinearitas, dan Tabel 4 menunjukkan table uji regresinya.

**Tabel 4.** Uji Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.058	1.391		-.041	.967
	Intensitas Penggunaan Tiktok	1.113	.073	.702	15.216	.000
	Intensitas Penggunaan Sosial Media	.566	.081	.321	6.953	.000

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) Jika variabel X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> sama dengan nol maka nilai Y adalah sebesar nilai konstanta yaitu -0,058; (2) Jika variabel X<sub>1</sub> bertambah 1 unit sedangkan variabel X<sub>2</sub> bernilai nol maka nilai Y akan bertambah sebesar 1,223; (3) Jika variabel X<sub>2</sub> bertambah 1 unit sedangkan variabel X<sub>1</sub> sama dengan nol maka nilai Y akan bertambah sebesar 0,566.

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.948 <sup>a</sup>	.899	.896	2.53708	2.036
a. Predictors: (Constant), intensitas penggunaan Tiktok, dan Media Sosial					
b. Dependent Variable: perilaku <i>phubbing</i>					

Berdasar atas tabel diatas dapat dilihat pada nilai koefisien korelasi berganda (R) sebesar 0,948, nilai *R Square* 0,899 dan nilai *Adjusted R-square* ialah sebesar 0,896. Hal ini dapat diartikan bahwa variabel perilaku *phubbing* dapat dijelaskan oleh variabel Intensitas Penggunaan Tiktok dan Intensitas Penggunaan Sosial Media sebesar 89,6%. Sedangkan sisanya (100% - 89,6% = 11,4%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok pada mahasiswa Umsida berpengaruh pada perilaku *phubbing*. Perolehan hasil uji regresi pada sampel ini menunjukkan angka yang positif dan signifikan, sehingga dapat dinyatakan terdapat linearitas dari kedua variabel penelitian. Berdasarkan observasi dan juga wawancara yang dilakukan pada beberapa mahasiswa melalui kuisioner, mereka membuka media sosial ketika senggang dan ketika merasa bosan. Sebanyak 80 persen menyatakan, mereka merasa kesulitan jika berinteraksi. Mereka mengurangi

pembicaraan berbagai hal yang mereka anggap tidak penting dan lebih memilih melihat video di aplikasi Tiktok, karena menganggap aktivitas tersebut jauh lebih menarik.

Hasil ini searah dengan hasil penelitian Annisa, dkk (2020), bahwa tingkat intensitas penggunaan sosial media erat kaitannya dengan *phubbing* dan prestasi belajar. Yanica (2019) menyatakan, intensitas penggunaan adalah aktivitas individu yang dilakukan secara berulang-ulang dengan melibatkan perasaan di dalamnya. Sedangkan Nisa (2019), menyatakan intensitas terjadi dari aktivitas yang dapat memunculkan kepuasan terhadap individu yang melakukannya, sehingga terjadi pengulangan dan mengalami peningkatan. Menurut Derianto & Qorib, (2018), penggunaan Tiktok makin bertambah karena kemudahan akses. Semakin seseorang menggantungkan kebutuhannya pada penggunaan media, maka semakin media semakin penting dalam kehidupan orang tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil dari Anshori, dkk (2019) yang menemukan penggunaan media sosial di kalangan remaja dan mahasiswa berpengaruh pada kepercayaan diri dan juga *phubbing* dan bertolak belakang dengan penelitian Putra (2016) yang menyatakan faktor perilaku *phubbing* adalah kebutuhan hiburan, tren penggunaan gawai, dan narsistik, sedangkan penggunaan media sosial tidak mempengaruhi *phubbing* karena mahasiswa lebih cenderung senang menggunakan Youtube.

Sementara itu, Intensitas Penggunaan Aplikasi Sosial Media pada Mahasiswa Umsida berdampak atau berpengaruh pada perilaku *phubbing*. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan, diperoleh tanggapan bahwa sosial media dirasa lebih menarik daripada berbincang-bincang dengan teman. Responden menyatakan, untuk mengisi waktu, mereka lebih suka menonton video atau berinteraksi di sosial media. Selain itu terdapat rasa bangga jika apa yang diposting di sosial media mendapat banyak komentar atau *likes* sehingga responden termotivasi untuk terus menggunakan sosial media. Hasil ini searah dengan penelitian Annisa dkk (2020) yang menyatakan tingkat intensitas penggunaan sosial media erat kaitannya dengan *phubbing* dan prestasi belajar.

Penelitian Yanica (2019) menyatakan intensitas penggunaan adalah suatu aktivitas individu yang dilakukan secara berulang-ulang dengan melibatkan perasaan, sedangkan Nisa (2019) menyatakan, intensitas terjadi dari kegiatan yang dapat memunculkan kesenangan bagi yang melakukannya, sehingga terjadi pengulangan aktivitas. Menurut Derianto & Qorib, (2018) peningkatan penggunaan Tiktok semakin bertambah karena kemudahan akses. Dia beramsusi, semakin seseorang menggantungkan kebutuhannya dipenuhi oleh penggunaan media, semakin penting peran media dalam hidup orang tersebut. Dampak buruk dari intensitas penggunaan aplikasi Tiktok secara berlebihan cenderung menyebabkan perilaku *phubbing* (Fahmi, 2019). Hasil penelitian ini sejalan dengan studi yang dilakukan Anshori, dkk (2019) yang menemukan, penggunaan media sosial di kalangan remaja berpengaruh pada kepercayaan diri dan juga *phubbing*. Namun bertolak belakang dengan hasil penelitian Putra (2016) yang menyatakan, faktor perilaku *phubbing* merupakan hiburan, tren penggunaan gawai, dan narsistik, sementara penggunaan media sosial ini tidak memengaruhi *phubbing* karena mahasiswa cenderung senang menggunakan Youtube.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan Tiktok dan sosial media berpengaruh pada perilaku *phubbing* mahasiswa Umsida. Dari kedua variabel penelitian, pengaruh paling besar ditimbulkan oleh penggunaan Tiktok, sebesar 70,3 persen, sedangkan variabel penggunaan sosial media sebesar 32 perseb. Dari simpulan yang dipaparkan tersebut maka dapat diberikan saran bagi penelitian selanjutnya untuk menambahkan variabel lain untuk menyempurnakan penelitian, seperti variabel prestasi atau kepercayaan diri.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Annisa, A., Yuliadi, I., & Nugroho, D. (2020). Hubungan Tingkat Kepercayaan Diri Dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Whatsapp Pada Mahasiswa Kedokteran 2018. *Wacana*, 12(1), 86-109. doi:<https://doi.org/10.13057/wacana.v12i1.170>.
- Anshori, H. M., Sulistiani, R. I., & Mustafida, F. (2019). Hubungan self-efficacy dan adiksi media sosial dengan prestasi akademik Mahasiswa Fakultas Agama Islam. *Jurnal Pendidikan Islam*, 4(5), 94.
- Chantika, P. D. (2018). Hubungan intensitas penggunaan media sosial LINE dan motivasi belajar dengan prestasi belajar. Skripsi Universitas Diponegoro.
- Devito, J. A. (2015). *Human Communication*. The Basic Course. Thirteenth Edition. Pearson Education.
- Devito, J.A (1997). *Komunikasi antar manusia kuliah dasar edisi elima*. Jakarta: Professional Books.
- Fahmi, A, I. (2019). Kematangan sosial dengan intensitas media sosial pada remaja. *Jurnal Unmul*. Doi: 10.

13140/RG.2.2.224.07365

- Ghazali, I. (2018). *Desain Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Semarang: Yoga Pratama.
- Hanika, I. M. (2015). Fenomena Phubbing di Era Milenia (Ketergantungan Seseorang pada Smartphone terhadap Lingkungannya). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 42-51. <https://doi.org/10.14710/interaksi.4.1.42-51>.
- Juwita, E. P., Budimansyah, D., & Nurbayani, S. (2015). Peran Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Siswa. *Sosietas*, 5(1). <https://doi.org/10.17509/sosietas.v5i1.1513>
- Karadag, E., Tosuntas, S. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Sahin, B. O., Culha, I., & Babadag, B. (2015). Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60. DOI: 10.1556/2006.4.2015.005
- Karadag, E., Tosuntas, S. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Sahin, B. O., Culha, I., & Babadag, B. (2016). The virtual world's current addiction: phubbing. *The Turkish Journal on Addictions*, 1(1), 1– 20. <https://doi.org/10.15805/addicta.2016.3.0013>
- Nassrullah, R. (2015) Media sosial (*Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*). Jakarta: Rajawali Pers
- Putra, Y. (2016). Theoretical Review. Teori perbedaan generasi. *Among Makarti* 9(8), 123-134.
- Robiatul Adawiyah, D.P. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*. 14(2), 135-148.
- Rosdiana, Y., & Hastituningtiyas, W. R. (2020). Hubungan perilaku *phubbing* dengan interaksi sosial pada generasi Z mahasiswa keperawatan Universitas Tribhuwana Tunggaladewi Malang. *Jurnal Kesehatan Mesencephalon*, 6(1), 42–47.
- Safitri, W., Elita Y & Sulian, I. (2021). Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Perilaku Phubbing Remaja Generasi Z pada Siswa Kelas XI di SMKN 5 Kota Bengkulu. *Consillia: Jurnal Ilmiah Bimbingan dan Konseling*, 4(3), 274-282
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Widiantari, K. S., & Herdiyanto, Y. K. (2013). Perbedaan Intensitas Komunikasi Melalui Jejaring Sosial antara Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert pada Remaja. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1(1), 106–115. <https://doi.org/10.24843/jpu.2013.v01.i01.p11>
- Youarti, I. E., & Hidayah, N. (2018). Perilaku *Phubbing* sebagai Karakter Remaja Generasi Z. *Jurnal Fokus Konseling*, 4(1), 143. <https://doi.org/10.26638/jfk.553.2099>