

**FENOMENA *PHUBBING* DALAM ETIKA BERKOMUNIKASI
MAHASISWA (STUDI FENOMENOLOGI PERILAKU *PHUBBING*
MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG)**

(Skripsi)

Oleh

RISKA ASPRILA

1816031056



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

**FENOMENA *PHUBBING* DALAM ETIKA BERKOMUNIKASI
MAHASISWA (STUDI FENOMENOLOGI PERILAKU *PHUBBING*
MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG)**

Oleh

RISKA ASPRILA

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2022**

ABSTRAK

FENOMENA *PHUBBING* DALAM ETIKA BERKOMUNIKASI MAHASISWA (STUDI FENOMENOLOGI PERILAKU *PHUBBING* MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG)

Oleh

RISKA ASPRILA

Phubbing berasal dari gabungan istilah *phone* dan *snubbing*, yakni dimaknai sebagai sikap menyakiti lawan bicara dengan menggunakan *smartphone* secara berlebih. Fenomena *phubbing* yang terjadi di kalangan mahasiswa Universitas Lampung dianggap tidak sesuai dengan etika berkomunikasi, sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengalaman dan pemaknaan perilaku *phubbing* dalam etika berkomunikasi di kalangan mahasiswa Universitas Lampung. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Sumber data dalam penelitian ini berupa data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini berupa wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis data fenomenologi Creswell (1998). Hasil penelitian ini terbagi menjadi tiga yaitu pengalaman, pemaknaan, dan motif perilaku *phubbing* mahasiswa Universitas Lampung dalam etika berkomunikasi. Pengalaman mahasiswa Universitas Lampung menghasilkan persepsi yang negatif dalam memandang fenomena *phubbing* yang tidak sesuai dengan etika berkomunikasi. Pemaknaan mahasiswa Universitas Lampung terkait fenomena *phubbing* dimaknai sebagai perilaku yang negatif, di mana perilaku seseorang yang lebih berfokus terhadap *smartphonenya* sehingga terkesan tidak memperdulikan lingkungan sekitar dan menyakiti lawan bicaranya. Motif perilaku *phubbing* mahasiswa Universitas Lampung terbagi menjadi motif sebab dan tujuan.

Kata kunci : Etika Berkomunikasi, Fenomenologi, *Phubbing*

ABSTRACT

PHUBBING PHENOMENON IN STUDENT COMMUNICATION ETHICS (STUDY PHENOMENOLOGY OF PHUBBING BEHAVIOR OF LAMPUNG UNIVERSITY STUDENTS)

By

RISKA ASPRILA

Phubbing comes from a combination of the terms phone and snubbing, which is interpreted as an attitude of hurting the other person by using a smartphone excessively. The phubbing phenomenon that occurs among Lampung University students is considered incompatible with communication ethics, so this study aims to find out how the experience and meaning of phubbing behavior in communication ethics among Lampung University students. This study uses a qualitative method with a phenomenological approach. Sources of data in this study in the form of primary data and secondary data. Data collection techniques in this study in the form of in-depth interviews, observation, and documentation. Data analysis techniques using Creswell (1998) phenomenological data analysis techniques. The results of this study are divided into three, namely experience, meaning, and motives for phubbing behavior of University of Lampung students in communication ethics. The experience of Lampung University students resulted in a negative perception in viewing the phenomenon of phubbing which was not in accordance with communication ethics. The meaning of Lampung University students regarding the phubbing phenomenon is interpreted as negative behavior, where the behavior of someone who focuses more on his smartphone makes it seem that he doesn't care about the surrounding environment and hurts the other person. The motives for the phubbing behavior of Lampung University students are divided into cause and purpose motives.

Keywords: *Communication Ethics, Phenomenology, Phubbing*

Judul Skripsi : **FENOMENA PHUBBING DALAM ETIKA BERKOMUNIKASI MAHASISWA (STUDI FENOMENOLOGI PERILAKU PHUBBING MAHASISWA UNIVERSITAS LAMPUNG)**

Nama Mahasiswa : **Riska Asprila**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1816031056**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si.
NIP.198007282005012001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Tina Kartika, S.Pd., M.Si.**

Penguji Utama : **Andi Windah, S.I.Kom., MComn&MediaSt**

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 196108071987032001



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **16 Juni 2022**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Riska Asprila
NPM : 1816031056
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Wergu Wetan, RT/RW 003/003, Kecamatan Kudus Kota
Kabupaten Kudus, Jawa Tengah, 59318
No. Handphone : 0822-2524-1576

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul "**Fenomena *Phubbing* Dalam Etika Berkomunikasi Mahasiswa (Studi Fenomenologi Perilaku *Phubbing* Mahasiswa Universitas Lampung**" adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 20 Juni 2022

Yang membuat pernyataan,



Riska Asprila

NPM 1816031056

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Riska Asprila, lahir di Jambi, 02 April 1999. Penulis merupakan putri kedua dari Bapak Moh. Abi Dahrin dan Ibu Istiroha (Almarhumah). Penulis menempuh Pendidikan Taman Kanak-Kanak (TK) Kartika Jaya II-31 Bandar Lampung. Dilanjutkan pendidikan Sekolah Dasar SDN 01 Langkapura pada tahun 2005, kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Jati Kudus pada tahun 2011, dan masa pendidikan menengah penulis di tutup dengan menempuh pendidikan di SMAN 02 Kudus pada tahun 2014. Penulis lalu melanjutkan studi sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung melalui jalur SBMPTN pada tahun 2018.

Semasa menjadi mahasiswa, penulis aktif di berbagai organisasi kampus, antara lain sebagai bendahara bidang *Broadcasting* HMJ Ilmu Komunikasi periode 2019-2020, anggota *Reporter* Universitas Lampung TV periode 2021-2022, dan anggota Generasi Baru Indonesia (GenBI) Universitas Lampung bidang kemitraan dan kerjasama periode 2021-2022. Penulis juga ikut berpartisipasi dalam program baru Kemendikbud yaitu Kampus Mengajar Angkatan I tahun 2021. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Kelurahan Sumur Putri, Kecamatan Teluk Betung Selatan, Kota Bandar Lampung pada tahun 2021, dan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di LPP TVRI Stasiun Lampung pada tahun 2021.

MOTTO

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui, sedang kamu tidak mengetahui”

— *Q.S Al-Baqarah : 216*

“Just because it’s not happening right now, doesn’t mean it never will”

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini bisa diselesaikan. Dengan ini penulis mempersembahkan karya ini untuk :

Ayahku Moh. Abi Dahrin dan Ibuku Istiroha (Almarhumah)

Atas kasih sayang, dukungan, doa serta semangat yang tiada hentinya bagi penulis untuk selalu bersemangat menjalani hidup

Kakak dan Adikku

Atas kasih sayang, semangat, dukungan, serta doa yang selalu diberikan

Para Pendidik (Guru dan Dosen)

Atas ilmu-ilmu yang bermanfaat, nasihat, serta pelajaran yang sangat berarti

Sahabat-sahabatku

Atas semangat, dukungan, dan doa yang selalu diberikan

Untuk diriku sendiri yang telah berjuang sampai di titik ini

Serta Almamater Tercinta, Universitas Lampung

SANWACANA

Alhamdulillahirabbil‘alamin, Puji dan syukur kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul **“Fenomena *Phubbing* Dalam Etika Berkomunikasi Mahasiswa (Studi Fenomenologi Perilaku *Phubbing* Mahasiswa Universitas Lampung)”** sebagai salah satu syarat meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai hambatan dan kesulitan. Tanpa adanya bantuan, dukungan, motivasi, dan semangat dari berbagai pihak yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin dapat terselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa, atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
4. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
5. Ibu Dr. Tina Kartika, S.Pd., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi, sosok mentor bagi penulis, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, serta kesediaan, kesabaran, dan keikhlasannya dalam memberikan bimbingan, saran, ataupun kritik serta ilmu dan pengetahuan baru kepada penulis.

6. Ibu Andi Windah, S.I.Kom., MComn&MediaSt selaku dosen penguji skripsi atas kesediaannya memberi kritik, saran, dan tanggapan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
7. Ibu Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik. Terima kasih atas bimbingan dan kerjasama Ibu baik dalam perkuliahan maupun di luar perkuliahan.
8. Seluruh dosen, staf, administrasi, dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung yang telah banyak membantu penulis selama kuliah sampai saat ini.
9. Ayahanda Tercinta Moh. Abi Dahrin, yang telah membesarkan serta memberikan kasih sayang yang tidak pernah putus. Beliau yang memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Kakakku Riski Amalia Fitri dan Adikku Risma Febiola, terima kasih telah memberikan dukungan dan motivasi serta kasih sayang kalian sehingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan hingga sarjana.
11. Teruntuk Tante Umi, Tante Ina dan Tante Hani serta om Zaenal yang sudah penulis anggap sebagai orang tua kedua bagi penulis. Terima kasih atas kasih sayang, doa-doa dan dukungan yang diberikan kepada penulis sampai saat ini.
12. Sahabat-sahabatku yang sudah seperti keluarga kedua yang telah menemaniku dari awal perkuliahan (dari maba sampai semester akhir) Peripera, Opos, Medi, Molly, Rowwzie, Dabba, Ajro, Cipeng. Terima kasih atas dukungan kalian selama ini, terima kasih sudah hadir memberikan semangat serta kebahagiaan kepada penulis hingga saat ini. Terima kasih karena selalu ada dalam suka maupun duka. Terima kasih karena telah berjuang bersama sampai di titik ini.
13. Sahabat-sahabatku DEPIMS (Mamah, Mimin, Siska, Kakak, Pe) yang senantiasa memberikan semangat serta doa dan juga dukungan selama penulis menempuh pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.
14. Sahabat ter-imut sedunia, Bundapidu yang selalu memberikan kebahagiaan. Serta teman-teman Kom'18, Gira, Ayy, Bumley, Mak Cagin, Ume dll.

15. Mbak-mbak yang baik hati, Mba Ocin, Mba Dian, Mba Gitak, Mba Naomy yang telah memberikan semangat serta doa-doa baik kepada penulis hingga saat ini.
16. Teman-teman KKN Sumur Putri (Opos, Amara, Caca, Nabila, Salma, Ayu, Ajra, Ijal, Isal, Padil, Piki, Perdi). Terima kasih atas dukungan dan doa yang kalian berikan.
17. Seluruh Pengurus HMJ Ilmu Komunikasi, Universitas Lampung TV, serta GenBI Komisariat Unila atas pengalaman dan cerita suka duka penuh warna. Terima kasih telah memberi banyak pengalaman serta pijakan baru bagi penulis untuk melangkah kedepan.
18. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2018 terutama kelas Kom Reg B'18 atas keambisan, kebersamaan, semangat, serta bantuannya selama ini. Tetap semangat, dan sukses selalu.
19. Seluruh pihak yang telah membantu, baik dalam penelitian ini, maupun dalam penulis menyelesaikan studi. Tanpa mengurangi rasa hormat, penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga semua perbuatan baik mendapatkan balasan yang jauh lebih baik pula. Aamiin.
20. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.*

Bandarlampung, 20 Juni 2022

Penulis,

Riska Asprila

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.5 Kerangka Pikir.....	13
II. TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	16
2.3 Fenomena <i>Phubbing</i>	22
2.3.1 Pengertian Fenomena <i>Phubbing</i>	22
2.4 Perilaku <i>Phubbing</i>	23
2.4.1 Pengertian Perilaku <i>Phubbing</i>	23
2.4.2 Aspek Perilaku <i>Phubbing</i>	25
2.4.3 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku <i>Phubbing</i>	26
2.5 Etika Komunikasi	28
2.5.1 Pengertian Etika Komunikasi.....	28
2.5.2 Hal-Hal yang Perlu Diperhatikan dalam Etika Berkomunikasi	31
2.5.3 Hal-Hal yang Perlu Dihindari dalam Etika Berkomunikasi.....	32
2.6 Pemahaman Etika Komunikasi Kepada Mahasiswa	34
2.7 Persepsi.....	35
2.8 Landasan Teori	38

2.8.1 Fenomenologi Alfred Schutz	38
III. METODE PENELITIAN	42
3.1 Tipe Penelitian.....	42
3.2 Fokus Penelitian	43
3.3 Lokasi Penelitian	43
3.4 Informan	44
3.5 Sumber Data	45
3.6 Teknik Pengumpulan Data	46
3.7 Teknik Analisis Data	47
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	50
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Hasil Penelitian.....	52
4.2 Profil Informan	53
4.3 Hasil Wawancara.....	55
4.3.1 Pengalaman Mahasiswa Universitas Lampung Mengenai Fenomena <i>Phubbing</i> Dalam Etika Berkomunikasi.....	56
4.3.2 Pemaknaan Mahasiswa Universitas Lampung Mengenai Fenomena <i>Phubbing</i> Dalam Etika Berkomunikasi.....	81
4.3.3 Motif Mahasiswa Universitas Lampung Mengenai Fenomena <i>Phubbing</i> Dalam Etika Berkomunikasi	93
4.4 Hasil Observasi.....	117
4.5 Pembahasan	120
4.5.1 Pengalaman Mahasiswa Universitas Lampung Mengenai Fenomena <i>Phubbing</i> Dalam Etika Berkomunikasi.....	121
4.5.2 Pemaknaan Mahasiswa Universitas Lampung Mengenai Fenomena <i>Phubbing</i> Dalam Etika Berkomunikasi.....	127
4.5.3 Motif Mahasiswa Universitas Lampung Mengenai Fenomena <i>Phubbing</i> Dalam Etika Berkomunikasi	129
4.5.4 Fenomena <i>Phubbing</i> Dalam Etika Berkomunikasi Mahasiswa Universitas Lampung	134
4.5.5 Uniknya Fenomena <i>Phubbing</i> Di Kalangan Mahasiswa Universitas Lampung	135
V. SIMPULAN DAN SARAN	138
5.1 Simpulan.....	138
5.2 Saran.....	139

DAFTAR PUSTAKA	141
LAMPIRAN.....	145

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2. Teknik Analisis Data Fenomenologi Creswell (1998).....	49
Tabel 3. Identitas Informan	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 10 Negara dengan Pengguna <i>Smartphone</i> Terbanyak (2020).....	3
Gambar 2. Penetrasi Internet Indonesia Urutan ke-15 di Asia pada 2021	4
Gambar 3. Penggunaan Internet di Kalangan Siswa 5-24 tahun (%).....	9
Gambar 4. Kerangka Pikir Penelitian.....	14

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya zaman, turut membawa perubahan pada teknologi dan informasi yang dirasakan berkembang secara pesat. Modernitas yang hadir di tengah masyarakat tidak dapat ditolak ataupun diabaikan. Pada awalnya penggunaan alat komunikasi digunakan sebagai sarana berkomunikasi, namun dengan berkembangnya zaman saat ini alat komunikasi tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, namun juga digunakan dalam tuntutan kehidupan sosial masyarakat.

Hadirnya teknologi seperti *smartphone* di tengah-tengah masyarakat sekarang ini, menjadikan *smartphone* sebagai suatu hal yang sangat penting dan banyak dibutuhkan oleh generasi modern. Kehadiran *smartphone* turut membawa perubahan karena penggunaannya yang terbilang mudah dan praktis. Para pengguna *smartphone* bisa berinteraksi di media sosial, berkirim pesan, melakukan panggilan telepon, memutar musik, membaca buku, hingga berbelanja dan bekerja secara *online*. *Smartphone* telah dijadikan sebagai suatu kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari karena banyaknya kemudahan yang dimilikinya (Jones, 2014).

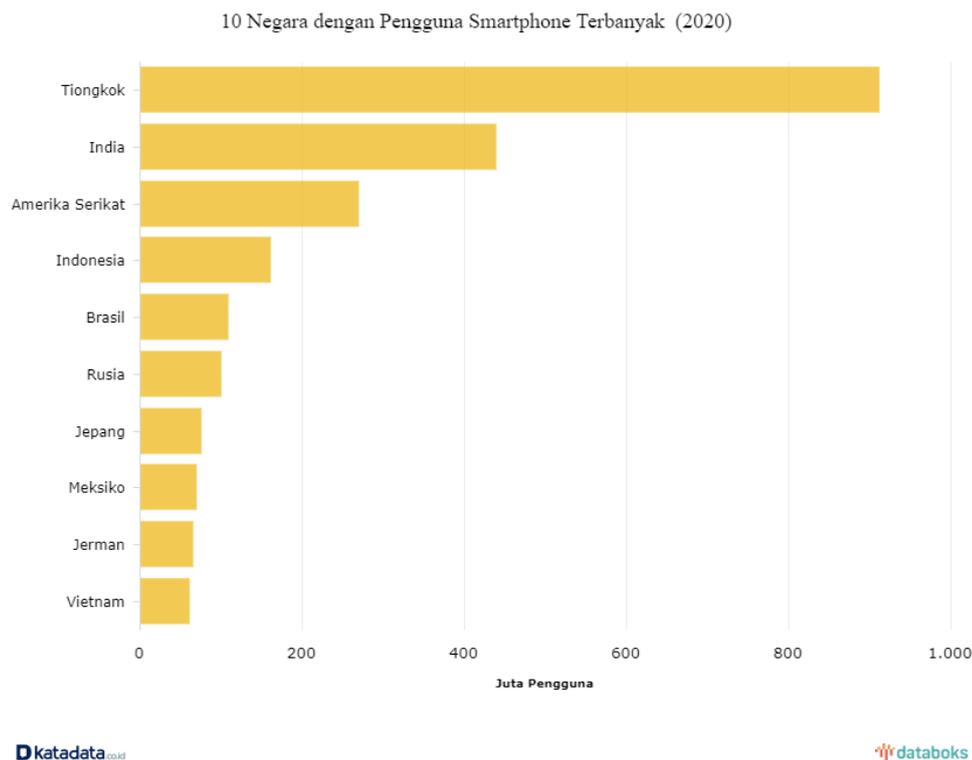
Arus penggunaan *smartphone* terus mengalami peningkatan. Penggunaan *smartphone* yang ada pada masyarakat Indonesia seakan menjadi salah satu keharusan yang harus ada dalam kehidupan. Terlebih, saat ini perkembangan pada *smartphone* semakin berkembang dengan beragam. Fasilitas yang terdapat pada *smartphone* semakin bertambah dan inovatif. *Smartphone* memudahkan manusia dalam seluruh aktivitasnya, seperti

melakukan komunikasi, menyimpan data pribadi, mengabadikan momen, sebagai media bekerja dan belajar hingga menghibur diri serta mencari informasi. *Smartphone* menghadirkan semua kemudahan dalam satu waktu.

Selain itu, dengan hadirnya media sosial semakin menjadikan penggunaanya bebas berselancar menggunakan *smartphone* demi menikmati fitur yang ada pada *smartphone* itu sendiri. Tentunya hal tersebut semakin menjadikan *smartphone* banyak diminati oleh masyarakat karena *smartphone* menghadirkan kemudahan dan menyajikan fitur-fitur yang sangat berguna bagi kemudahan aktivitas manusia.

Seiring dengan adanya perkembangan pada *smartphone*, turut berpengaruh pada jumlah peningkatan penggunaan *smartphone* aktif di Indonesia. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika, pengguna ponsel pintar (*smartphone*) di Indonesia sendiri telah mencapai jumlah pengguna sebanyak 167 juta orang atau sebanyak 89% dari total penduduk (Hanum, 2021). Dengan jumlah pengguna *smartphone* yang sangat tinggi, tak heran jika *smartphone* telah menjadi teknologi prioritas bagi masyarakat Indonesia dalam menunjang kesehariannya.

Dengan adanya kemudahan bentuk yang dimiliki serta harga yang cukup terjangkau menjadikan *smartphone* banyak dipilih dan dijadikan prioritas utama manusia dalam menunjang aktivitas sehari-hari. Bahkan, intensitas penggunaan *smartphone* di Indonesia dapat ditemukan dalam berbagai situasi dan kondisi apapun. *Smartphone* telah menjadi teknologi pilihan dalam kehidupan manusia karena kemudahannya yang sangat menguntungkan aktivitas manusia. Dengan kehadiran *smartphone* sebagai teknologi yang wajib dimiliki, hal tersebut tentunya mempengaruhi peningkatan penggunaan terhadap *smartphone*.



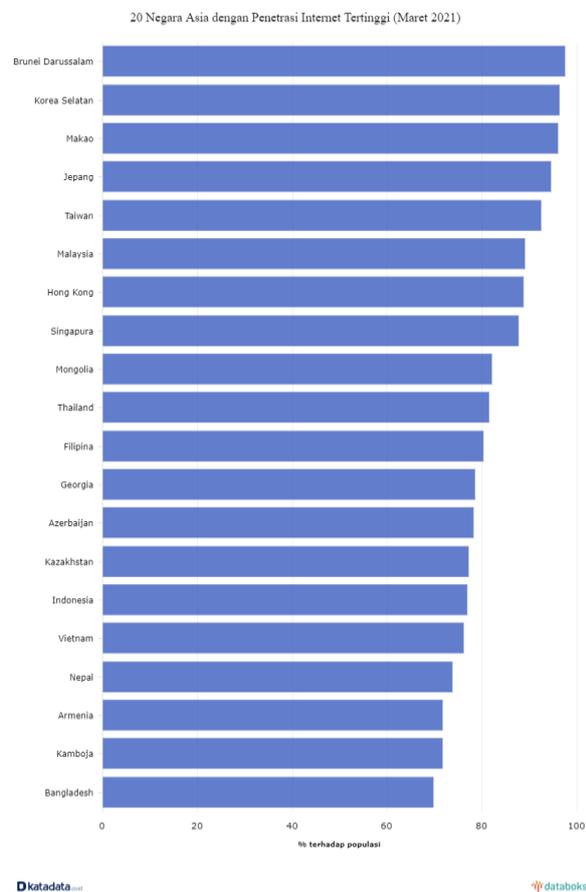
Gambar 1. 10 Negara dengan Pengguna *Smartphone* Terbanyak (2020)

(Sumber: Databoks)

(<https://databoks.katadata.co.id/>)

Dapat dilihat pada gambar di atas, Indonesia menempati urutan ke-4 sebagai penggunaan *smartphone* terbanyak pada tahun 2020. Berdasarkan laporan Newzoo pada laman databoks.katadata.co.id, menunjukkan bahwa negara pengguna ponsel pintar (*smartphone*) terbanyak pada tahun 2020, posisi pertama diduduki oleh Tiongkok dengan jumlah pengguna sebanyak 911,9 juta dengan intensitas kurang lebih sebulan sekali. Dilanjutkan India dengan jumlah pengguna sebanyak 439,4 juta serta tingkat penetrasi sebesar 31,8%. Lalu disusul Amerika Serikat dengan jumlah pengguna sebanyak 270 juta serta tingkat penetrasi sebesar 81,6%. Lalu posisi keempat berada pada Indonesia dengan jumlah pengguna *smartphone* sebanyak 160,23 juta. Penetrasi *smartphone* di Indonesia telah mencapai 58,6% dari total populasi pada tahun 2020 (databoks.katadata.co.id diakses pada 15 November 2021).

Tak hanya peningkatan dalam penetrasi *smartphone*, di Indonesia juga mengalami peningkatan dalam penetrasi internet yang diperkuat dengan hasil survei pada tahun 2021 mengenai tingkat penetrasi internet di Indonesia. Menurut survei yang dilansir dari databoks.katadata.co.id hingga akhir Maret 2021, tingkat penetrasi internet Indonesia telah mencapai 76,8% dari total populasi. Berdasarkan data dari Internetworldstats, Indonesia memiliki perkiraan populasi 212,3 juta dan perkiraan populasi 276,3 juta. Dengan data tersebut, Indonesia menempati peringkat ke-15 di Asia. Lokasi penetrasi internet di Indonesia berada di bawah Kazakhstan dan di atas Vietnam (databoks.katadata.co.id, diakses 18 September 2021).



Gambar 2. Penetrasi Internet Indonesia Urutan ke-15 di Asia pada 2021

(Sumber: Databoks)

(<https://databoks.katadata.co.id/>)

Tingginya jumlah pengguna *smartphone* dan penetrasi internet di Indonesia, turut membawa perubahan pada pola komunikasi yang berlangsung di masyarakat. Perubahan ini turut hadir pada cara berkomunikasi yang dilakukan antar individu dengan individu lain karena penyampaian pesan yang sifatnya penting dapat dilakukan dengan cepat karena adanya *smartphone*. Munculnya kemudahan dalam melakukan komunikasi, menjadikan seseorang dapat bertukar kabar dan menghemat waktu untuk mengetahui informasi yang jaraknya sangat jauh (Maulidar, 2017:26).

Hadirnya *smartphone* mampu menggeser dan menciptakan kebiasaan baru pada masyarakat Indonesia saat berinteraksi. Mulanya, kebiasaan masyarakat terhadap perilaku saling menghormati dan saling memperhatikan saat proses komunikasi, namun dengan hadirnya *smartphone* menjadikan seseorang sibuk sendiri memainkan *smartphonenya*. Seseorang yang cenderung fokus terhadap *smartphonenya*, tidak akan memiliki waktu yang banyak untuk berkomunikasi dengan orang di sekitarnya. *Smartphone* yang mampu menghubungkan kita dengan orang lain, nyatanya tidak dapat dipungkiri bahwa *smartphone* dapat menjadi penghalang pada proses interaksi yang terjalin antar individu (Turnbull dalam Youarti & Hidayah, 2018:144).

Kesibukan orang-orang dengan *smartphone*, menjadi gejala sosial yang saat ini tengah ramai dan marak dilakukan oleh masyarakat. Dapat dilihat, seringkali terdapat sekelompok orang yang sedang berkumpul namun tidak terjadinya proses komunikasi atau interaksi yang terjalin antar individu sangat kurang karena salah satu individu lebih fokus terhadap *smartphonenya*. Fenomena yang terjadi dalam kasus tersebut lebih akrab dinamai dengan istilah *Phubbing*. *Phubbing* merujuk kepada sikap mengabaikan atau mengacuhkan lawan bicara yang dalam hal ini berupa menggunakan *smartphone* secara berlebihan.

Fenomena *phubbing* berasal dari gabungan istilah *phone*, yaitu telepon dan *snubbing*, yaitu perilaku seseorang dimana ia menyepelkan dan mengabaikan kehadiran orang lain di sekitarnya. Lahirnya fenomena *phubbing* disebabkan karena individu bergantung dengan *smartphone* serta internet (Hanika, 2015:42). Pada sebagian orang, kecanduan diakibatkan karena ketergantungan terhadap sesuatu hal ataupun benda tertentu, namun dalam kasus *phubbing* sendiri, kecanduan seseorang dapat dihasilkan karena adanya ketergantungan manusia terhadap *smartphone*. Perilaku *phubbing* dikatakan sebagai perilaku yang menjatuhkan lawan bicara secara sengaja dan dianggap kurang baik karena telah melakukan penyalahgunaan *smartphone* yang akan berdampak pada kualitas hubungan antar individu. Tentunya, hubungan yang terjalin antar individu lama-kelamaan akan rusak jika perilaku *phubbing* dilakukan secara terus menerus.

Munculnya perilaku *phubbing* didasarkan pada ketergantungan manusia terhadap *smartphone* sehingga menjadikan seseorang lebih fokus terhadap *smartphone* dan tidak memperdulikan sekitarnya. Perilaku *phubbing* dilakukan oleh seseorang untuk menghindari rasa bosan dan ketidakinginan untuk mendengarkan seseorang. Dengan alasan tersebut, tentunya dalam proses interaksi ataupun berkomunikasi secara langsung, seseorang cenderung akan kehilangan rasa simpati dan juga rasa empatinya secara nyata.

Hadirnya fenomena *phubbing* yang ada di tengah masyarakat, tanpa disadari dapat merubah serta mempengaruhi perilaku seseorang dalam berkomunikasi karena adanya penggunaan *smartphone* secara berlebihan. Perilaku *phubbing* membuat seseorang cenderung terjebak, yang dapat mengubah perilaku seseorang ketika berinteraksi. bagaimana cara orang tersebut berbicara, dengan siapa ia akan berbicara, serta hal apa yang akan dibicarakan dalam interaksi tersebut (Gifary, 2015:170). Namun pada

kenyataannya, meskipun berinteraksi dengan orang lain, setiap orang cenderung untuk tetap menggunakan *smartphone* mereka.

Fenomena *phubbing* erat kaitannya dengan etika berkomunikasi. Yang mana etika menurut K. Bartens (1991) merupakan niat seseorang dalam melakukan perbuatan baik buruk sesuai dengan pertimbangannya. Etika adalah ilmu tentang benar atau salah yang menilai mengenai perilaku manusia (Ruslan, 2008:31). Etika mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan pikiran, rasa dan gerakan yang mencakup segala perbuatan kebaikan dan keburukan di dalam hidup manusia (Hajar Dewantoro dalam Rosadi Ruslan, 2008).

Fenomena *phubbing* yang terjadi di kalangan masyarakat cenderung menyebabkan proses komunikasi dan interaksi tidak berjalan dengan baik. Proses komunikasi pada dasarnya membutuhkan respon dan empati pada setiap pelaku komunikasi. Menurut Corry, etika komunikasi tidak hanya berfokus pada penuturan kata yang lembut dan baik, namun lebih dari itu etika berasal dari ketulusan niat yang diperdalam melalui kesabaran, ketenangan dan empati (Corry dalam Ditha Prasanti, 2017). Merujuk dari pendapat tersebut, terdapat empati dalam etika komunikasi yang harus dilakukan demi tercapainya tujuan komunikasi. Selain itu, dengan adanya etika dalam berkomunikasi dapat memunculkan rasa saling menghargai serta menghormati antar pelaku komunikasi.

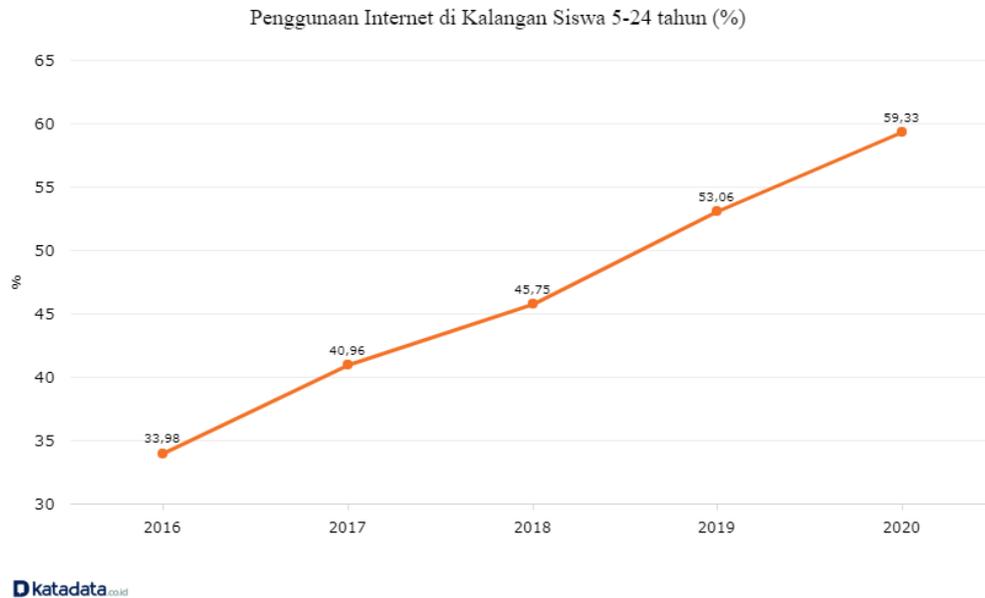
Dengan melakukan etika berkomunikasi yang dinilai sesuai dan baik di masyarakat, maka akan terciptanya keadaan yang baik serta hubungan yang harmonis dalam masyarakat. Sebaliknya, jika tidak terdapat etika dalam berkomunikasi, maka akan menimbulkan kesalahpahaman yang nantinya dapat memicu pertengkaran maupun perselisihan antar manusia. Etika komunikasi dijadikan sebagai panduan manusia dalam berkomunikasi, serta sangat berpengaruh dalam kehidupan manusia yang

dijadikan sebagai acuan dalam bertindak serta berperilaku dalam kehidupan sehari-hari.

Fenomena *phubbing* yang cenderung mengabaikan lawan bicaranya telah dianggap sebagai sesuatu hal yang negatif (Hanika, 2015:47). Menurut Badan Survei Internasional bahwasanya kepemilikan dan penggunaan *smartphone* banyak digunakan lebih dari setengah mahasiswa dari tiap-tiap Universitas dalam keseharian mereka (Dean dalam Yusriani, 2015:2). Secara sadar ataupun tidak sadar, mahasiswa selalu memainkan *smartphone* mereka saat sedang berinteraksi dengan seseorang yang menjadikan seseorang tersebut merasa diabaikan. Lawan bicara akan merasa disepelkan dan diabaikan karena seseorang cenderung lebih fokus terhadap *smartphonenya* daripadamembangun interaksi dengan orang di sekitarnya secara nyata.

Penggunaan *smartphone* dikalangan mahasiswa yang terbilang cukup tinggi, diperkuat dengan adanya survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) periode 2016-2020. Berdasar pada survei yang dilaksanakan BPS, ditemukan bahwa penggunaan internet pada usia 5-24 tahun terus meningkat. Pada seluruh tingkat pendidikan, penggunaan internet meningkat sangat tajam. Pernyataan ini dibuktikan dengan data yang menunjukkan bahwa pengguna internet untuk siswa-siswi Sekolah Dasar (SD) pada tahun 2020 mengalami peningkatan sebesar 35,97% dari sebelumnya 16,64% pada 2018. Selain itu, peningkatan penggunaan internet untuk siswa-siswi Sekolah Menengah Pertama (SMP) sebesar 73,4%, serta siswa-siswi Sekolah Menengah Atas (SMA) sebesar 91,01%, dan pada tingkat Perguruan Tinggi atau mahasiswa sebesar 95,3%. Dijelaskan juga oleh BPS atau Badan Pusat Statistik bahwasannya internet merupakan unsur yang amat diperlukan oleh siswa guna menunjang kegiatan belajar mengajar dalam kondisi pandemi yang disebabkan oleh virus Covid-19. Alasan lain siswa menggunakan internet juga sebagai

media informasi tambahan dan juga hiburan melalui pengaksesan sosial media (<https://www.bps.go.id/>)



Gambar 3. Penggunaan Internet di Kalangan Siswa 5-24 tahun (%)

(Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2016-2020)

Penggunaan *smartphone* di kalangan mahasiswa yang terbilang cukup pesat, dapat menimbulkan adanya perilaku *phubbing* yang dilakukan oleh mahasiswa itu sendiri. Sehingga penelitian mengenai fenomena *phubbing* dianggap penting untuk diteliti karena fenomena *phubbing* merupakan suatu masalah yang ada di Indonesia. Perilaku *phubbing* yang disebut sebagai perilaku mengabaikan lawan bicara, ternyata juga mengabaikan komponen penting dalam sebuah proses komunikasi. Di mana individu yang seharusnya berkomunikasi dengan baik atau melakukan komunikasi dengan berpedoman kepada etika komunikasi, namun dengan adanya *smartphone* justru membuat mereka mengabaikan orang sekitar. Tentunya hal tersebut tidak dibenarkan, karena melanggar etika berkomunikasi yang baik dan benar.

Intensitas perilaku *phubbing* yang dilakukan oleh mahasiswa terbilang cukup sering, namun diketahui sebagian besar mahasiswa masih belum mengetahui dan belum paham mengenai istilah *phubbing* yang ada di sekitarnya. Sebagian mahasiswa masih melakukan tindakan tersebut sebagai suatu hal yang wajar dan tidak menganggap perilaku *phubbing* sebagai suatu permasalahan yang serius. Namun tanpa disadari, *phubbing* merupakan gangguan dalam berinteraksi karena hadirnya teknologi *smartphone*, yang mengakibatkan lawan bicaranya merasa diabaikan. Tentunya hal tersebut sangat tidak dibenarkan, mengingat perilaku *phubbing* dapat menghambat proses berinteraksi serta tidak sesuai dengan etika berkomunikasi yang seharusnya.

Penelitian yang akan dilakukan ini bertujuan untuk mengetahui kesadaran lebih mendalam bagaimana mahasiswa Universitas Lampung dalam memaknai fenomena *phubbing* yang berkaitan dengan etika berkomunikasi. Alasan peneliti melakukan penelitian pada mahasiswa Universitas Lampung karena maraknya penggunaan *smartphone* pada mahasiswa Universitas Lampung yang dapat memicu terjadinya perilaku *phubbing*. Selain itu, masih banyak mahasiswa Universitas Lampung yang belum mengetahui dan belum paham mengenai istilah *phubbing* serta masih membenarkan perilaku *phubbing* yang nyatanya tidak sesuai dengan etika berkomunikasi. Hal tersebut diketahui peneliti berdasarkan pra-riset yang dilakukan oleh peneliti terhadap mahasiswa Universitas Lampung.

Peneliti melakukan pra-riset terhadap mahasiswa Universitas Lampung yang tersebar di berbagai Fakultas yang ada di Universitas Lampung yakni FEB, FH, FP, FKIP, FT, FISIP, FMIPA, FK. Dari pra-riset yang dilakukan peneliti melalui *Google Form* pada 29 November 2021, ditemukan bahwa 75 mahasiswa Universitas Lampung selalu membawa *smartphone* saat sedang berpergian dan 5 lainnya tidak selalu membawa *smartphone* atau hanya saat-saat tertentu saja. Selain itu, rata-rata mahasiswa menghabiskan waktu untuk bermain *smartphone* sebanyak 8-10 jam/hari dengan

frekuensi *online* setiap hari atau 56-70 jam/minggu, bahkan terjadi peningkatan intensitas penggunaan internet mahasiswa dengan alasan mahasiswa *online* adalah untuk mencari kesenangan dan juga hiburan. Selain itu, 60 mahasiswa Universitas Lampung ditemukan belum mengetahui istilah *phubbing* walaupun mereka secara sadar atau tidak sadar pernah melakukan perilaku *phubbing* dan juga pernah menjadi korban dari perilaku *phubbing* tersebut (pra-riset penelitian pada 29 November 2021).

Dari pemaparan di atas, menjadikan hal yang mendasari peneliti dalam melakukan penelitian yang berjudul “Fenomena *Phubbing* Dalam Etika Berkomunikasi Mahasiswa (Studi Fenomenologi Perilaku *Phubbing* Mahasiswa Universitas Lampung)”. Alasan peneliti memilih fenomenologi dikarenakan pendekatan fenomenologi erat kaitannya dengan pengalaman serta pemahaman tentang kehidupan sehari-hari manusia. Fenomenologi mampu memperinci penjelasan dan pemahaman terkait pengalaman individu. Fenomenologi berkaitan dalam mengejar makna dan mendeskripsikan pengalaman secara menyeluruh. Fenomenologi menyangkut dengan pertanyaan terkait makna dari fenomena yang diamati secara langsung (Kuswarno, 2009:37). Dengan memakai pendekatan fenomenologi, peneliti dapat berfokus pada penelitian yang terkait dengan fenomena yang dialami seseorang tersebut.

Fenomenologi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini terfokus pada fenomena seorang perilaku *phubbing*. Dalam hal ini berkaitan dengan bagaimana pengalaman seorang perilaku *phubbing* (*phubber*) dalam memaknai fenomena yang mereka alami secara langsung dan mereka lakukan secara sadar. Fenomena *phubbing* yang terjadi di kalangan mahasiswa Universitas Lampung tersebut dapat dijadikan sebuah data atau sebuah informasi yang akan didapatkan oleh peneliti melalui pengalaman nyata seseorang mengenai fenomena *phubbing* yang dialaminya. Di mana, dalam proses pemaknaan ini, akan dimulai peneliti dengan mencari tahu

pengalaman yang mencakup persepsi mahasiswa Universitas Lampung terkait fenomena *phubbing*, sehingga nantinya akan menghasilkan pemaknaan serta motif perilaku *phubbing* mahasiswa Universitas Lampung.

Berdasarkan pemaparan tersebut peneliti ingin mengetahui bagaimana fenomena *phubbing* pada kalangan mahasiswa Universitas Lampung yang mencakup pengalaman, pemaknaan, serta motif perilaku *phubbing* pada mahasiswa Universitas Lampung.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengalaman perilaku *phubbing* mahasiswa Universitas Lampung dalam etika berkomunikasi?
2. Bagaimana pemaknaan perilaku *phubbing* mahasiswa Universitas Lampung dalam etika berkomunikasi?
3. Bagaimana motif perilaku *phubbing* mahasiswa Universitas Lampung dalam etika berkomunikasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui pengalaman perilaku *phubbing* mahasiswa Universitas Lampung dalam etika berkomunikasi.
2. Untuk mengetahui pemaknaan perilaku *phubbing* mahasiswa Universitas Lampung dalam etika berkomunikasi.
3. Untuk mengetahui motif perilaku *phubbing* mahasiswa Universitas Lampung dalam etika berkomunikasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan pada penelitian ini dapat diambil beberapa manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan studi komunikasi terutama yang berkaitan dengan fenomena *phubbing* dalam etika berkomunikasi. Diharapkan juga penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan untuk penelitian selanjutnya yang serupa.

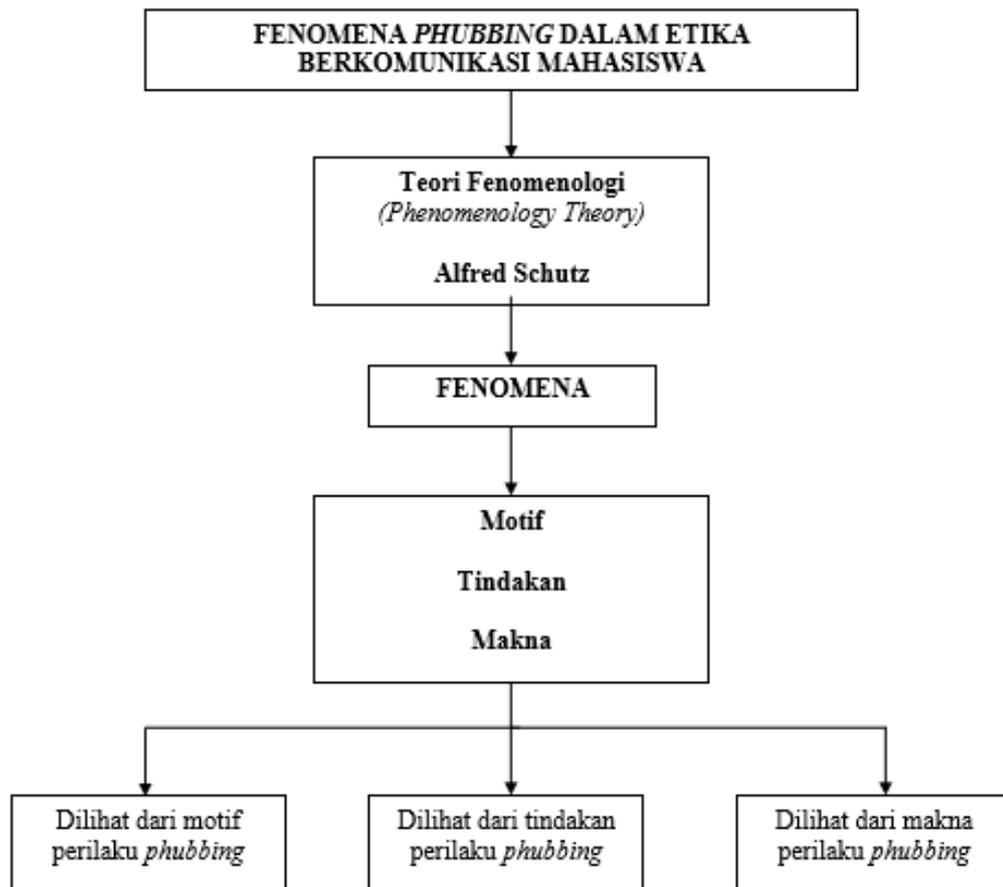
2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengambil manfaat dari analisis yang disampaikan kepada para pihak-pihak kepentingan yang terkait. Melalui penelitian ini, diharapkan mahasiswa dan masyarakat umum dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai etika berkomunikasi yang baik dan benar serta dapat menambah wawasan mengenai fenomena *phubbing* dalam etika berkomunikasi. Selain itu, adanya penelitian ini guna untuk melengkapi dan memenuhi salah satu syarat guna mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

1.5 Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan dasar pemahaman yang menjadi acuan atau patokan bagi pemahaman-pemahaman yang lainnya. Kerangka pikir juga menjadi landasan dan pondasi bagi setiap pemikiran yang dilakukan oleh peneliti. Selain itu, kerangka pikir juga merupakan seluruh bentuk dari semua proses penelitian dilakukan. Kerangka pemikiran dapat mempermudah peneliti dalam memaparkan penjelasan terkait arah dan konsep penelitian, serta memperjelas penggunaan metode atau teori yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan teori

fenomenologi Alfred Schütz sebagai kerangka acuan penelitian dan pemecahan masalah dalam penelitian ini.



Gambar 4. Kerangka Pikir Penelitian

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Akibat pesatnya perkembangan teknologi yang ada di masyarakat, menyebabkan jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia meningkat begitu besar. Hal tersebut sejalan dengan tingkat penetrasi *smartphone* dan tingkat penetrasi internet di Indonesia yang terbilang sangat tinggi. Tingginya tingkat intensitas penggunaan *smartphone*, dapat menjadikan seseorang semakin bergantung terhadap *smartphone*. Terlebih pada mahasiswa yang mana secara aktif lebih sering menggunakan *smartphonenya*. Hal ini tentunya akan mempengaruhi perilaku seseorang dalam melakukan interaksi maupun komunikasi yang berdampak negatif atau yang dikenal dengan sebutan perilaku *phubbing*.

Fenomena *phubbing* berasal dari gabungan istilah *phone*, yaitu telepon dan *snubbing*, yaitu perilaku seseorang dimana ia menyepelekan dan mengabaikan kehadiran orang lain di sekitarnya. Lahirnya fenomena *phubbing* disebabkan karena individu bergantung terhadap *smartphone* dan internet (Hanika, 2015:42). *Phubbing* merupakan suatu tindakan yang lebih berfokus pada *smartphone* miliknya sehingga menyakiti orang lain dalam interaksi sosial (Haigh, 2012). *Phubbing* sendiri merupakan istilah baru yang muncul akibat dampak modernisasi teknologi alat komunikasi (*smartphone*) yang mana menggunakan *smartphone* secara berlebihan. *Phubbing* sebagai istilah baru memunculkan istilah puber pada waktu

bersamaan. Istilah *phubbing* ditujukan pada perilaku orangnya. Sedangkan istilah *puber* ditujukan pada orang yang menjadi pelakunya.

Fenomena *phubbing* yang terjadi pada mahasiswa memberikan gambaran mengenai pergeseran sebuah etika dalam berkomunikasi yang nampak secara nyata, karena salah satu pelaku komunikasi secara jelas lebih fokus terhadap *smartphone* miliknya, namun seakan-akan memperhatikan mitra komunikasinya. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa kehadiran *smartphone* cenderung mengakibatkan seseorang berperilaku *phubbing*.

Fenomena *phubbing* yang banyak terjadi di tengah-tengah masyarakat saat ini, khususnya mahasiswa menjadi fakta sosial yang cenderung tidak dapat dipungkiri. Hadirnya *smartphone* membawa dampak tersendiri bagi pemiliknya, terutama ketika berkomunikasi. Perilaku *phubbing* dapat membuat tujuan sebuah komunikasi menjadi tidak tercapai dan tidak efektif. Komunikasi yang seharusnya memiliki tujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*), kesepakatan bersama (*common understanding*) atau kesepakatan timbal balik (*mutual agreement*) menjadi komunikasi yang tidak efektif dan cenderung memiliki tingkat keberhasilan yang rendah.

2.2 Penelitian Terdahulu

Peneliti telah menggunakan penelitian sebelumnya sebagai acuan saat melakukan proses penelitian. Meninjau penelitian sebelumnya akan membantu peneliti untuk menemukan hasil penelitian yang akan dilakukan. Peneliti menggunakan beberapa contoh literatur sejenis yang dapat dijadikan sebagai pembandingan dan persamaan dengan penelitian yang dilakukan. Penelitian terdahulu dapat sumber referensi dalam mengaplikasikan konsep maupun teori yang akan digunakan. Adapun penelitian terdahulu yang relevan dan memiliki ketertarikan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

Penelitian pertama yang berjudul “Aktivitas Penggunaan *Smartphone* Sebagai Fenomena *Phubbing* Di Kalangan Pengunjung Taman Unhas” oleh Muh. Irvangi (2020) dari Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif interpretatif dengan pendekatan fenomenologi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis penyebab aktivitas *phubbing* yang terjadi pada pengunjung taman Universitas Hasanuddin serta mengemukakan pengaruh aktivitas *phubbing* terhadap hubungan sosial pengunjung taman Universitas Hasanuddin. Hasil penelitian menunjukkan aktivitas *phubbing* di kalangan pengunjung taman Universitas Hasanuddin terjadi karena informan tidak memiliki keinginan untuk berkomunikasi. Aktivitas *phubbing* mempengaruhi hubungan sosial informan melalui proses komunikasi yang tidak disenangi oleh mitra *phubber* yang relatif mengganggu hubungan sosial pertemanan.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus penelitian. Jika pada penelitian Muh. Irvangi (2020) lebih menitikberatkan pada pengaruh aktivitas *phubbing* terhadap hubungan sosial. Sedangkan peneliti lebih fokus pada fenomena *phubbing* dalam etika berkomunikasi. Selain itu, terdapat perbedaan pada subjek penelitiannya. Jika pada penelitian Muh. Irvangi (2020) subjek penelitiannya adalah pengunjung taman Unhas. Sedangkan subjek peneliti adalah mahasiswa Universitas Lampung. Persamaan penelitian Muh. Irvangi (2020) dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu terletak pada penggunaan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi serta sama-sama mengkaji tentang *phubbing*. Kontribusi penelitian ini terhadap penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai referensi dalam menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang dapat dijadikan panduan peneliti dalam pengaplikasian metode yang digunakan serta pemahaman terkait fenomena *phubbing*.

Penelitian kedua yang berjudul “Sosial *Phubbing* di Kalangan Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar” oleh Farida Syafira Nadjib Ahmad Alamudi (2019) dari Universitas Negeri Makassar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor-faktor penyebab sosial *phubbing* di kalangan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar dan dampak sosial *phubbing* dengan para mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan faktor penyebab sosial *phubbing* pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar adalah aplikasi dan fitur pada *smartphone* yang beragam, menikmati banyaknya obrolan *online* dan banyaknya permainan yang lebih menyenangkan. Pengaruh negatif *phubbing* sosial pada mahasiswa adalah hubungan harmonis dalam keluarga menjadi keretakan, merusak persahabatan, individualistis, menjadi antisosial. Dan efek positif dari *phubbing* sosial pada mahasiswa yaitu terhindar dari perbincangan dan aktivitas percakapan yang buruk.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus penelitian. Jika pada penelitian Farida Syafira Nadjib (2019) fokus penelitian lebih memperdalam pada faktor penyebab dan dampak sosial dari perilaku *phubbing*. Sedangkan peneliti lebih berfokus pada fenomena *phubbing* dalam etika berkomunikasi. Selain itu, terdapat perbedaan pada subjek penelitiannya. Jika pada penelitian Farida Syafira Nadjib (2019) subjek penelitiannya adalah Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar. Sedangkan subjek peneliti adalah mahasiswa Universitas Lampung. Persamaan penelitian Farida Syafira Nadjib (2019) dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan sama-sama mengkaji tentang *phubbing*. Kontribusi penelitian ini terhadap penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai referensi dalam pemahaman mengenai perilaku *phubbing* yang terjadi di kalangan mahasiswa.

Penelitian ketiga yang berjudul “Fenomena Perilaku *Phubbing* dalam Etika Komunikasi” oleh Runna Valiya Geovany, dkk. (2020) dari Universitas Islam Bandung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui intensitas penggunaan *handphone*, mengetahui pengetahuan etika komunikasi, mengetahui makna *handphone*, dan mengetahui tindakan *Phubbing* dalam etika komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan mengetahui intensitas penggunaan *handphone*, mengetahui pengetahuan etika komunikasi, mengetahui makna *handphone*, dan mengetahui tindakan *Phubbing* dalam etika komunikasi.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada subjek penelitian. Jika pada penelitian Runna Valiya Geovany, dkk (2020) subjek penelitiannya adalah mahasiswa FIKOM Universitas Islam Bandung, sedangkan subjek peneliti adalah mahasiswa Universitas Lampung. Persamaan penelitian Runna Valiya Geovany, dkk (2020) dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama mengkaji tentang *phubbing* dalam etika berkomunikasi. Kontribusi penelitian ini terhadap penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai referensi dalam pemahaman mengenai perilaku *phubbing* dalam etika berkomunikasi yang terjadi di kalangan mahasiswa.

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

1.	Judul	Aktivitas Penggunaan <i>Smartphone</i> Sebagai Fenomena <i>Phubbing</i> Di Kalangan Pengunjung Taman Unhas
	Peneliti	Muh. Irvangi (2020)
	Tujuan Penelitian	Untuk mendeskripsikan dan menganalisis penyebab aktivitas <i>phubbing</i> yang terjadi pada pengunjung taman Universitas Hasanuddin serta mengemukakan pengaruh aktivitas <i>phubbing</i> terhadap hubungan sosial pengunjung taman Universitas Hasanuddin.

Lanjutan

	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan aktivitas <i>phubbing</i> di kalangan pengunjung taman Universitas Hasanuddin terjadi karena informan tidak memiliki keinginan untuk berkomunikasi. Aktivitas <i>phubbing</i> mempengaruhi hubungan sosial informan melalui proses komunikasi yang tidak disenangi oleh mitra <i>phubber</i> yang relatif mengganggu hubungan sosial pertemanan.
	Persamaan Penelitian	Persamaan penelitian Muh. Irvangi (2020) dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu terletak pada penggunaan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi serta sama-sama mengkaji tentang <i>phubbing</i> .
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu terletak pada fokus penelitian. Jika pada penelitian Muh. Irvangi (2020) lebih menitikberatkan pada pengaruh aktivitas <i>phubbing</i> terhadap hubungan sosial. Sedangkan peneliti lebih fokus pada fenomena <i>phubbing</i> dalam etika berkomunikasi. Selain itu, terdapat perbedaan pada subjek penelitiannya. Jika pada penelitian Muh. Irvangi (2020) subjek penelitiannya adalah pengunjung taman Unhas. Sedangkan subjek peneliti adalah mahasiswa Universitas Lampung.
	Kontribusi Penelitian	Sebagai referensi dalam menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang dapat dijadikan panduan peneliti dalam pengaplikasian metode yang digunakan serta pemahaman terkait fenomena <i>phubbing</i> .
2.	Judul	Sosial <i>Phubbing</i> di Kalangan Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar
	Peneliti	Farida Syafira Nadjib Ahmad Alamudi (2019)
	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui faktor-faktor penyebab sosial <i>phubbing</i> di kalangan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar dan dampak sosial <i>phubbing</i> dengan para mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar.

Lanjutan

	Hasil Penelitian	Hasil penelitian menunjukkan menunjukkan faktor penyebab sosial <i>phubbing</i> pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Negeri Makassar adalah aplikasi dan fitur pada <i>smartphone</i> yang beragam, menikmati banyaknya obrolan <i>online</i> dan banyaknya permainan yang lebih menyenangkan. Pengaruh negatif <i>phubbing</i> sosial pada mahasiswa hubungan harmonis dalam keluarga menjadi keretakan, merusak persahabatan, individualistis, menjadi antisosial. Dan efek positif dari <i>phubbing</i> sosial pada mahasiswa terhindar dari perbincangan dan aktivitas percakapan yang buruk.
	Persamaan Penelitian	Persamaan penelitian Farida Syafira Nadjib (2019) dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu sama-sama menggunakan metode kualitatif dan sama-sama mengkaji tentang <i>phubbing</i> .
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada fokus penelitian. Jika pada penelitian Farida Syafira Nadjib (2019) fokus penelitian lebih memperdalam pada faktor penyebab dan dampak sosial dari perilaku <i>phubbing</i> . Sedangkan peneliti lebih berfokus pada fenomena <i>phubbing</i> dalam etika berkomunikasi. Selain itu,
		terdapat perbedaan pada subjek penelitiannya. Jika pada penelitian Farida Syafira Nadjib (2019) subjek penelitiannya adalah Mahasiswa Universitas Negeri Makassar. Sedangkan subjek peneliti adalah mahasiswa Universitas Lampung.
	Kontribusi Penelitian	Kontribusi penelitian ini terhadap penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai referensi dalam pemahaman mengenai perilaku <i>phubbing</i> yang terjadi di kalangan mahasiswa.
3.	Judul	Fenomena Perilaku <i>Phubbing</i> dalam Etika Komunikasi
	Peneliti	Runna Valiya Geovany, dkk. (2020)

Lanjutan		
	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui intensitas penggunaan <i>handphone</i> , mengetahui pengetahuan etika komunikasi, mengetahui makna <i>handphone</i> , dan mengetahui tindakan <i>phubbing</i> dalam etika komunikasi.
	Persamaan Penelitian	Persamaan penelitian Runna Valiya Geovany, dkk (2020) dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama mengkaji tentang <i>phubbing</i> dalam etika berkomunikasi.
	Perbedaan Penelitian	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada subjek penelitian. Jika pada penelitian Runna Valiya Geovany, dkk (2020) subjek penelitiannya adalah mahasiswa FIKOM Universitas Islam Bandung, sedangkan subjek peneliti adalah mahasiswa Universitas Lampung.
	Kontribusi Penelitian	Kontribusi penelitian ini terhadap penelitian yang akan dilakukan adalah sebagai referensi dalam pemahaman mengenai perilaku <i>phubbing</i> dalam etika berkomunikasi yang terjadi di kalangan mahasiswa.

2.3 Fenomena *Phubbing*

2.3.1 Pengertian Fenomena *Phubbing*

Fenomena berasal dari bahasa Yunani "*phainomenon*" ini berarti sesuatu seperti seperti penekanan, jelas, menunjukkan, meningkatkan, dan menunjukkan diri (Kuswano, 2009:34). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, fenomena bermakna sebagai fakta, peristiwa, dan fakta yang tampak, dijelaskan secara ilmiah, dan dirasakan melalui panca indera manusia (Depdiknas, 2008:390). Selain itu, fenomena juga dapat diartikan sebagai sesuatu hal yang bermakna misterius.

Menurut Freddy Rangkuti (2011:36), fenomena merupakan fakta nyata yaitu berkaitan dengan kejadian sosial yang terlihat di sekitar masyarakat. Fenomena sosial ini dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang

dinamika kelompok sosial terhadap masyarakat secara umum dan menciptakan integrasi sosialnya. Fenomena sosial merupakan semua hal yang terjadi dalam masyarakat. Munculnya fenomena sosial ini mendorong terjadinya perubahan sosial dari sisi negatif atau positif.

Phubbing berasal dari gabungan istilah *phone*, yaitu telepon dan *snubbing*, yaitu perilaku seseorang di mana ia menyepelekan dan mengabaikan kehadiran orang lain di sekitarnya. Lahirnya fenomena *phubbing* disebabkan karena individu bergantung terhadap *smartphone* dan internet (Hanika, 2015:42). *Phubbing* merupakan suatu tindakan yang lebih berfokus pada *smartphone* miliknya sehingga menyakiti orang lain dalam interaksi sosial (Haigh, 2012). Seseorang cenderung mengacuhkan lawan bicaranya karena seseorang tersebut memilih untuk berfokus pada *smartphonenya* daripada berinteraksi ataupun berkomunikasi dengan lawan bicaranya.

Fenomena *phubbing* dapat diartikan sebagai suatu konsep tentang dinamika kecanduan bagi orang-orang yang tidak responsif dan tidak menghargai orang lain karena mereka lebih memilih dunia *virtual* daripada kehidupan nyata. Individu sebenarnya lebih memilih untuk berselancar secara *virtual* dibandingkan melakukan interaksi ataupun komunikasi dengan orang di sekitarnya secara nyata (Karadag, 2016).

2.4 Perilaku *Phubbing*

2.4.1 Pengertian Perilaku *Phubbing*

Perilaku *phubbing* merupakan perilaku yang kurang aktif dalam berkomunikasi, karena saat individu sedang berada di suatu lingkungan, individu tersebut cenderung fokus terhadap *smartphonenya* dan terkesan mengabaikan lawan bicaranya, sehingga tidak terjadinya proses komunikasi yang baik diantara keduanya. Selain itu, seorang individu yang cenderung memakai waktu untuk bermain *smartphone*, maka individu

tersebut memiliki waktu yang sedikit dalam berkomunikasi dengan individu lain di dunia nyata.

Phubbing dianggap sebagai perilaku seseorang yang tidak peduli dengan orang lain saat bersamanya. Orang tersebut lebih terobsesi dengan perangkat yang dimilikinya daripada mengkhawatirkan atau berinteraksi dengan lingkungan (Chotpitayasunondh dan Douglas dalam Jihan, 2019). Perilaku *phubbing* dapat timbul karena adanya ketergantungan individu terhadap *smartphone* sehingga menjadikan individu tersebut bersikap acuh karena lebih fokus pada *smartphone* daripadamembangun interaksi dengan lingkungan sekitarnya.

Perilaku *phubbing* dapat dimaknai sebagai perilaku menghina yang dilakukan terhadap seseorang dalam lingkungan sosialnya dengan selalu melihat ponsel, dan tidak berbicara langsung terhadap orang lain yang ada didekatnya (Haigh, 2012). Orang-orang yang ada di sekitarnya tentu akan merasa terhina dan terluka ketika orang lain berbicara serta terkesan acuh dan lebih mementingkan *smartphone* yang dimilikinya. Sehingga lawan bicara atau orang-orang di sekitarnya akan merasa tidak dihargai. Fenomena *phubbing* dapat dinilai negatif karena orang dengan perilaku *phubbing* yang ada cenderung meremehkan mitra bicaranya dan tidak berterima kasih (Hanika, 2015: 47).

Seorang individu yang melakukan *phubbing* dinilai lebih sering memperhatikan *smartphonenya* ketika berkomunikasi dengan individu lain, sehingga mengabaikan komunikasi interpersonalnya. Dalam interaksi sosial, seorang individu yang memulai *phubbing* dapat disebut sebagai "*phubber*" dan seseorang yang menerima perilaku *phubbing* dapat disebut sebagai "*phubbee*" (Varoth, 2017).

Dalam hal ini, ditemukan bahwa beberapa *phubber* yang memakai *smartphone* bertujuan untuk menjauh dari keramaian yang membuat tidak nyaman atau yang sering disebut sebagai *awkward silent* (merasa

canggung untuk berdiam diri), seperti saat sedang berada di tempat-tempat yang ramai atau sedang menggunakan fasilitas publik, seperti di mall, dalam lift, di dalam bus, bahkan bosan saat berada di acara pesta ataupun sedang berkumpul dengan keluarga atau teman-teman di suatu tempat, namun seorang *phubber* lebih memilih untuk bermain *smartphonenya*.

2.4.2 Aspek Perilaku *Phubbing*

Karadag, dkk. Pada (2015), penelitiannya mengidentifikasi dua aspek perilaku *phubbing* dari hasil exploratory factor analysis (EFA), yaitu :

a. Gangguan Komunikasi (Communication Disturbance)

Gangguan komunikasi yang dimaksud dalam hal ini yaitu gangguan komunikasi yang disebabkan oleh keberadaan *smartphone* yang dianggap sebagai faktor penghambat dalam komunikasi tatap muka (*face-to-face*) di lingkungan sekitar. Dengan keberadaan *smartphone*, dianggap sebagai suatu permasalahan atau pengganggu dalam berjalannya proses komunikasi yang dilakukan di masyarakat.

b. Obsesi Terhadap Ponsel (Phone Obsession)

Keterikatan atau obsesi terhadap ponsel muncul karena keinginan dan desakan yang kuat untuk menggunakan *smartphone*, meskipun pada saat yang bersamaan, seseorang sedang melakukan komunikasi tatap muka (*face-to-face communication*) atau saat sedang berkomunikasi dengan orang lain namun seseorang lebih cenderung ingin memainkan *smartphonenya*.

Menurut Chotpitayasunondh & Douglas (2018) mengemukakan beberapa aspek dari perilaku *phubbing*, yaitu :

a. Nomophobia

Nomophobia adalah singkatan dari no-mobile-phone-phobia, yang berarti ketakutan dan kecemasan berlebihan dari seseorang ketika *smartphone* berada di luar jangkauannya. Nomophobia bukan hanya berarti merasa tidak nyaman karena tidak memiliki *smartphone*, tetapi juga dapat disebabkan oleh berbagai situasi, seperti baterai *smartphone* yang lemah,

tidak terdapatnya sinyal internet, pulsa yang habis serta tidak terdapatnya paket data internet (Mulyana, dkk.2017).

b. Interpersonal Conflict

Konflik interpersonal terjadi pada saat seseorang berinteraksi dengan orang lain. Di saat salah satu lawan bicara lebih mementingkan *smartphonenya*, maka yang lainnya akan merasa seperti diabaikan. Konflik interpersonal ini tentunya akan menjadi suatu masalah yang berakibat buruk terhadap interaksi yang dilakukan (Roberts & David, 2016).

c. Self Isolation

Isolasi diri terjadi karena seseorang terkesan menjauh dan menarik diri dari lingkungan sosialnya. Seseorang tersebut lebih terfokus pada *smartphone* dibandingkan dengan lingkungan sekitarnya. Isolasi diri dimulai dengan isolasi sosial yang mengakibatkan seseorang tidak peduli dengan lingkungannya, lebih terobsesi dengan dirinya sendiri dan *smartphone*-nya dan menarik diri dari interaksi sosial yang ditandai dengan kurangnya kontak mata saat berinteraksi dengan orang lain di sekitarnya (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018).

d. Problem Acknowledgement

Problem acknowledgement (mengkonfirmasi masalah) adalah kondisi dimana seseorang merasa sedang mengalami masalah *phubbing*. Seseorang tersebut menyadari bahwa dirinya merasa seperti terlalu lama memainkan *smartphone* serta mengetahui bahwa tindakannya tidak disukai oleh orang lain karena terlalu lama memainkan *smartphone*. Individu tersebut juga menyadari bahwa keinginannya yang selalu berpikir untuk menggunakan *smartphone* secara terus-menerus (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018).

2.4.3 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku *Phubbing*

Karadag, dkk. (2015) mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku *phubbing* pada seseorang, yaitu :

a. Kecanduan *Smartphone*

Dengan adanya keberagaman fitur yang ada pada *smartphone*, menjadikan seseorang merasa nyaman serta digunakan untuk memuaskan rasa

keseharian. *Smartphone* juga dianggap sebagai sesuatu hal yang menarik dan dianggap mudah serta praktis. Hal tersebut membuat seseorang menjadi kecanduan akan adanya *smartphone*.

b. Kecanduan Internet

Kecanduan internet juga dirasakan berkembang dengan pesat. Kebutuhan dalam mengakses informasi melalui internet dapat dilakukan dalam jumlah yang besar dan beragam. Kecanduan internet konon bisa diakses menggunakan komputer, namun kini bisa juga diakses dari *smartphone*. Dengan kemudahan akan akses internet, menjadikan seseorang kecanduan internet meningkat kian pesat.

c. Kecanduan Media Sosial

Kehadiran media sosial yang mencakup hal-hal seperti berbagi informasi, berkomunikasi, bermain serta sebagai media lainnya, mendorong pengguna untuk bergantung pada media sosial dan juga tetap *online* dengan bantuan *smartphone* yang mudah dibawa di mana pun dan kapan pun. Selain itu, media sosial juga dijadikan ajang untuk berbagi kegiatan sehari-hari.

d. Kecanduan game

Beredarnya permainan yang tersebar luas di kalangan masyarakat, baik permainan *online* (*game online*), *video game* dan *game* lainnya menjadikan penggunanya bermain seharian dan membuat seseorang kecanduan akan *game* karena menghabiskan waktu berlama-lama untuk bermain *game*.

e. Jenis kelamin

Karadag (2015) menyatakan bahwa perilaku *phubbing* cenderung lebih tinggi dialami oleh perempuan dibandingkan laki-laki. Perilaku *phubbing* yang lebih dominan dilakukan oleh perempuan, disebabkan karena perempuan lebih aktif dalam menggunakan *smartphonanya*. Perempuan juga lebih senang dalam berbagi keseharian mereka serta bersedia membagikan gaya hidup mereka di media sosial.

Faktor penyebab terjadinya perilaku *phubbing* juga diungkapkan oleh tokoh lain (Chotpitayasunondh & Douglas 2016), yaitu :

a. Fear of missing out

Fear of missing out (FoMO) merupakan gejala kecemasan atau ketakutan yang dialami oleh individu sehubungan dengan pengalaman, peristiwa maupun percakapan di sekitarnya. Gejala FoMO ini berkaitan dengan adanya kehilangan informasi yang ada di dunia maya yang membuat seseorang merasa cemas serta takut. FoMO mencakup kepuasan hidup, kepuasan kebutuhan jejaring sosial dan suasana hati yang berkaitan dengan tingkat kecanduan *smartphone*.

b. Self Control

Kontrol diri dikaitkan sebagai perilaku seseorang yang secara aktif menggunakan *smartphone*. Selain itu, kontrol diri juga mencakup permasalahan dalam tingkat kesulitan yang tinggi ketika seseorang kehilangan kendali atas penggunaan *smartphone* tersebut, sehingga seseorang tidak dapat mengontrol atau mengendalikan dirinya.

c. Internet and Smartphone Addiction

Kecanduan internet dan *smartphone* adalah suatu kondisi yang ditandai dengan adanya penggunaan *smartphone* yang digunakan secara berlebihan atau dilakukan secara terus menerus sehingga akan menimbulkan adanya masalah atau konsekuensi terkait penggunaan *smartphone* tersebut.

2.5 Etika Komunikasi

2.5.1 Pengertian Etika Komunikasi

Menurut Rosadi Ruslan (2008:31), etika adalah studi tentang “benar atau salah” dalam perilaku manusia. Etika adalah ilmu yang membahas tentang perilaku manusia dan masalah perilaku, dan dapat dinilai baik atau buruknya (Salam, 2000:3). Etika adalah ilmu membenaran dan etika itu sendiri mengatur bagaimana orang harus hidup dalam masyarakat. Etika juga mencakup aturan dan prinsip yang dapat menentukan perilaku baik

dan buruk dalam masyarakat atau tanggung jawab dan kewajiban manusia. Oleh karena itu, etika individu dan kelompok merupakan sesuatu hal yang diperlukan dalam kehidupan sehari-hari untuk dapat berkomunikasi secara efektif.

Menurut Bertens (1991), etika secara umum adalah:

1. Etika adalah maksud boleh tidaknya suatu perbuatan setelah mempertimbangkan niat baik dan itikad buruk.
2. Etika adalah hati nurani (batin) tentang bagaimana bertindak secara etis dan tepat, dan sebenarnya berasal dari kepercayaan diri.
3. Etika adalah mutlak. Artinya, etika tidak terbantahkan ketika perbuatan baik dipuji dan kecurangan dihukum.
4. Etika berlaku dengan atau tanpa kehadiran orang lain.

Pengertian komunikasi berasal dari etimologi (bahasa) dan terminologi (istilah). Dilihat dari sumbernya, pengertian komunikasi dapat dibagi menjadi beberapa kata, antara lain "*communicare*" untuk partisipasi atau informasi dan "*communis opinio*" untuk opini publik (Roudhonah, 2007:27). Istilah komunikasi adalah proses individu di mana individu mengirimkan stimulus individu dalam bentuk verbal, yang dapat mengubah perilaku individu lain (Muhammad, 2014:4). Dalam hal ini, orang yang mengirimkan stimulus atau pesan dapat disebut sebagai komunikator. Siapapun yang menerima pesan atau stimulus dapat disebut komunikan.

Komunikasi, menurut Laswell adalah penjelasan atas siapa, mengatakan apa, dengan media apa, kepada atau untuk siapa, serta apa efeknya (*who, says what, in which medium/which channel, and to whom, with what effect*). Komunikasi merupakan pemindahan ide, informasi, keterampilan dari satu tempat ke berbagai tempat lainnya dengan berpegang pada berbagai simbol yang ada seperti penggunaan kata, grafik, dengan cara

meyakinkan ucapan dan tulisan dan diberikan kepada orang lain (Mufid, 2005:2).

Etika komunikasi adalah karakter atau validitas yang menentukan apakah metode penyampaian pesan kepada orang lain secara langsung atau tidak langsung dapat mengubah pendapat, sikap, dan perilaku. Etika komunikasi adalah nilai, norma, atau ukuran perilaku yang baik dalam kegiatan komunikasi dalam masyarakat. Etika dalam komunikasi mencakup hal-hal penting yang dijadikan pedoman manusia dalam menjalin komunikasi dengan orang lain, yaitu adanya nilai dan norma. Etika komunikasi dapat menentukan kegiatan komunikasi mana yang sesuai dengan nilai dan norma tersebut.

Etika dalam berkomunikasi dapat membuat proses komunikasi berjalan efektif dan lancar. Menerapkan etika dalam komunikasi digunakan untuk menghindari kesalahpahaman dan kontroversi yang sering terjadi ketika kualitas komunikasi buruk. Mengingat etika sangat erat hubungannya dengan manusia, yaitu etika mengatur nilai, norma, aturan, dan standar perilaku baik dan buruk manusia. Komunikasi merupakan suatu cara untuk membangun hubungan antara satu individu dengan individu lainnya.

Etika komunikasi adalah standar acuan manusia untuk berkomunikasi dengan orang lain. Etika sendiri memiliki norma, nilai, atau standar perilaku yang baik untuk mendukung berlangsungnya kegiatan komunikasi. Diketahui bahwa etika yang baik untuk berkomunikasi dengan orang lain adalah menatap mata orang lain, fokus pada mereka, dan selalu memperhatikan mereka.

Etika komunikasi merupakan landasan dasar komunikasi karena berfungsi memberikan landasan moral untuk membangun norma-norma moral dari segala sikap dan perilaku seseorang dalam berkomunikasi. Etika komunikasi adalah tentang proses pengiriman dan penerimaan pesan dari

satu orang ke orang lain. Apakah perilaku manusia tersebut dinilai baik, buruk, mulia, bergengsi, dll.

2.5.2 Hal-Hal yang Perlu Diperhatikan dalam Etika Berkomunikasi

Ada beberapa hal pokok yang perlu diperhatikan oleh seorang komunikator dalam melakukan komunikasi dengan orang lain, antara lain :

a) Fokus pada masalah

Dalam melakukan komunikasi, hendaknya individu harus berfokus pada masalah atau topik yang dibicarakan. Seringkali ditemui beberapa individu cenderung membicarakan hal-hal lain yang jauh dari permasalahan ataupun pembicaraan yang seharusnya dibahas. Permasalahan yang ada dalam sebuah komunikasi cenderung dilupakan karena informasi yang seharusnya disampaikan terlalu jauh melenceng dari pembahasan awal sehingga komunikasi tidak berlangsung dengan efektif dan efisien karena informasi yang diperoleh tidak sesuai dengan apa yang dibahas oleh komunikator. Maka dari itu, diperlukan penyusunan konsep dalam berkomunikasi yang berkaitan dengan fokus masalah agar informasi yang disampaikan sesuai dengan permasalahan yang dibahas dan tidak tercampur dengan permasalahan-permasalahan lainnya.

b) Fokus pada lawan bicara

Dalam berkomunikasi hendaknya seseorang harus berfokus pada lawan bicaranya. Fokus dalam berkomunikasi menjadi kunci dalam terciptanya komunikasi yang lebih efektif serta dalam penerimaan informasi orang yang tepat. Karena jika kita tidak berfokus terhadap lawan bicara, maka informasi yang didapatkan tidak akan tersampaikan dengan baik. Selain itu, jika mengabaikan lawan bicara juga dapat menimbulkan adanya kesenjangan antara kedua belah pihak, yaitu antara pihak yang menyampaikan informasi (komunikator) akan tersinggung bila kita tidak memperhatikannya.

c) Saling menghargai

Dalam proses komunikasi, hendaknya seorang pemberi informasi (komunikator) dan seorang penerima informasi (komunikan) perlu saling

menghargai dan memahami satu sama lain agar proses komunikasi yang terjalin antara keduanya dapat berjalan dengan efektif. Dalam model komunikasi juga dijelaskan konsep kesamaan, yang mana komunikasi akan berjalan dengan efektif jika individu memiliki kesamaan yang besar. Selain itu, kita juga harus tetap berpedoman terhadap etika dalam berkomunikasi yakni menghargai ucapan dari lawan bicara, menyimak dan mendengarkan apa yang dikatakannya sehingga akan timbul rasa saling menghargai yang tinggi antar kedua belah pihak.

d) Jangan menimpali pembicaraan

Sebagai penerima informasi (komunikan) hendaknya diharapkan kita dapat menerima serta mendengarkan dengan baik informasi yang disampaikan oleh komunikator. Selain itu, sebagai komunikan yang baik juga kita harus bisa menghormati dan menghargai pembicaraan yang disampaikan oleh komunikator, tidak menimpali pembicaraan komunikator jika memang belum waktunya dan tidak boleh menyela perkataan komunikator sebelum selesai menyampaikan informasi.

e) Selingi dengan Humor

Seringkali ditemui pendengar (komunikan) yang merasa bosan dan tidak tertarik dengan informasi yang disampaikan oleh komunikator. Komunikasi yang dilakukan terkesan monoton dan membosankan, maka dari itu perlu adanya bumbu-bumbu agar komunikasi yang berjalan tidak terkesan kaku dan membosankan. Perlu adanya selingan candaan atau gurauan agar pendengar tidak cepat merasa bosan dengan informasi yang kita sampaikan.

2.5.3 Hal-Hal yang Perlu Dihindari dalam Etika Berkomunikasi

Dalam berkomunikasi terdapat etika tertentu yang harus kita patuhi saat berkomunikasi dengan orang lain. Kita sebagai individu perlu memperhatikan perasaan lawan bicara agar lawan bicara tidak tersinggung atau salah memahami tujuan kita. Poin-poin berikut ditujukan kepada lawan bicara yang biasa kita temui, kenal, atau tidak kenal. Hal-hal yang perlu dihindari dalam etika berkomunikasi antara lain:

a) Penggunaan kalimat informal (tidak baku)

Saat berkomunikasi dengan seseorang yang belum kita kenal atau tidak dikenal hendaknya kita perlu menggunakan kalimat yang baku (formal) agar terkesan menghargai orang tersebut. Penggunaan kalimat informal (tidak baku) kepada orang yang tidak kita kenal termasuk perbuatan yang kurang sopan dan perlu dihindari saat berkomunikasi.

b) Berbicara sambil melakukan hal lain

Seseorang akan merasa tersinggung dan merasa diabaikan jika kita melakukan hal lain saat sedang berinteraksi atau berkomunikasi dengan orang tersebut. Etika sopan santun sangat berlaku pada point ini. Maka dari itu, jangan sampai kita mengacuhkan orang lain saat sedang berbicara (sibuk dengan hal lain).

c) Terlalu banyak basa-basi

Beberapa orang cenderung menyampaikan informasi secara langsung (to the point) walaupun ada beberapa orang lain yang menyukai obrolan ringan. Tetapi saat melakukan komunikasi yang bersifat formal, maka tidak memerlukan basa-basi dan hanya memerlukan penjelasan singkat.

d) Berbicara dengan nada kasar

Berbicara dengan nada kasar sangat tidak dianjurkan dalam berkomunikasi. Tentu hal tersebut merupakan hal yang salah dan harus dihindari karena dapat berakibat buruk terhadap proses komunikasi yang dilakukan. Lawan bicara akan merasa tersinggung dan terkesan tidak dihargai.

e) Nada memerintah

Dalam berkomunikasi, hendaknya kita harus memperhatikan nada bicara yang kita gunakan agar lawan bicara merasa nyaman dan proses komunikasi berjalan dengan lancar. Jangan sampai menyinggung lawan bicara dengan kata-kata ataupun nada bicara yang terkesan memerintah.

f) Tidak boleh menghakimi

Dalam melakukan komunikasi juga kita tidak boleh saling menghakimi satu sama lain. Kita harus lebih memperhatikan kalimat-kalimat yang kita pakai dalam berkomunikasi dengan orang lain.

g) Manage intonasi

Saat berbicara ataupun menyampaikan informasi kepada orang lain hendaknya kita memperhatikan nada suara yang akan kita gunakan. Perlu adanya kontrol nada suara yang pas, yaitu tidak terlalu tinggi (terkesan membentak) dan tidak terlalu rendah (terkesan berbisik). Perlu menyesuaikan nada yang nyaman di dengar.

2.6 Pemahaman Etika Komunikasi Kepada Mahasiswa

Mahasiswa merupakan seseorang yang pernah belajar dan mengenyam pendidikan di sekolah menengah atas, perguruan tinggi, perguruan tinggi teknologi, lembaga penelitian dan universitas (Hartaji, 2012:5). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mahasiswa merupakan mereka yang sedang menempuh pendidikan pada perguruan tinggi (kbbi.web.id). Secara etimologis, kata mahasiswa merupakan gabungan kata *maha* yang berarti sangat dan luar biasa dan *siswa* yang berarti murid. Mahasiswa ditempatkan sebagai seseorang yang dewasa serta tumbuh percaya dalam lingkungan perguruan tinggi yang kelak dipercaya akan menjadi ilmuwan, praktisi, intelektual, professional. Mahasiswa dapat dikategorikan dari remaja akhir hingga dewasa awal, dan dapat dikategorikan ke dalam siswa berusia antara 18 dan 25 tahun yang dapat memperkuat pandangan hidupnya tentang perkembangan pada usia tersebut (Yusuf, 2012:27).

Etika komunikasi yang terjadi di lingkungan kampus merupakan etika komunikasi yang terjadi antara mahasiswa kepada civitas akademik dan sebaliknya, serta etika komunikasi yang harus diterapkan kepada semua pihak yang terlibat di dalam lingkungan kampus tersebut. Dalam hal ini diharapkan mahasiswa dapat berperan penting dalam menanamkan arti penting dan manfaat dari etika komunikasi. Di mana dengan diterapkannya etika komunikasi dapat menjadikan mahasiswa menjadi pribadi yang lebih baik lagi, baik secara intelektual maupun tingkah laku seperti kesopanan.

Komunikasi yang efektif dimulai dari kemampuan dalam mendengarkan lawan bicara dengan baik, maka dari itu sebagai mahasiswa harus mampu mendengarkan setiap perkataan lawan bicaranya dengan seksama, dengan memperlihatkan keseriusan dan antusiasme ketika mendengarkan informasi yang ditujukan kepada mahasiswa. Ketika mendapatkan keraguan dalam penerimaan pesan yang diberikan maka mahasiswa dapat bertanya dengan baik dan sopan kepada lawan bicaranya mengenai informasi yang diberikan.

Selain itu, dalam berkomunikasi harus menggunakan kata-kata yang efektif. Jangan banyak menggunakan bahasa atau istilah kekinian yang terkesan kurang sopan atau mungkin tidak diketahui oleh individu yang bersangkutan. Dalam berkomunikasi juga dapat menunjukkan ekspresi dan bahasa tubuh yang baik, seperti tidak memperlihatkan wajah yang jutek atau raut kekesalan ketika sedang memulai sebuah komunikasi. Karena hal itu akan menimbulkan rasa tidak nyaman yang dirasakan oleh lawan bicara. Mahasiswa harus mampu menggunakan kata-kata yang mudah dipahami agar komunikasi berjalan dengan semestinya, sehingga menciptakan hubungan yang baik antara keduanya. Semua bentuk komunikasi yang dilakukan baik secara langsung ataupun tidak langsung hendaknya dapat dilakukan dengan baik sesuai dengan etika berkomunikasi yang seharusnya. Mahasiswa harus memperhatikan mengenai hal-hal penting terkait etika berkomunikasi sehingga terjalinnya hubungan yang baik serta komunikasi dapat berjalan secara efektif.

2.7 Persepsi

Menurut Kotler, menjelaskan persepsi sebagai proses bagaimana seorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti. Gibson, dalam buku organisasi dan manajemen perilaku, struktur, memberikan definisi persepsi adalah proses kognitif yang dipergunakan oleh individu untuk menafsirkan

dan memahami dunia sekitarnya (terhadap objek). Gibson juga menjelaskan bahwa persepsi merupakan proses pemberian arti terhadap lingkungan oleh individu. Oleh karena itu, setiap individu memberikan arti kepada stimulus secara berbeda meskipun objeknya sama. Cara individu melihat situasi seringkali lebih penting daripada situasi itu sendiri.

Persepsi adalah proses internal yang kita lakukan untuk memilih, mengevaluasi dan mengorganisasikan rangsangan dari lingkungan eksternal. Persepsi meliputi: Penginderaan (sensasi) melalui alat-alat indera kita (indera perasa, indera peraba, indera pencium, indera pengecap, dan indera pendengar), semua indera itu mempunyai andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Dengan demikian, setiap individu akan menyimpulkan segala pengalaman yang telah dimilikinya melalui proses persepsi. Persepsi juga dapat kita artikan sebagai kesadaran kita sebagai individu terhadap objek yang kita lihat yang mengakibatkan hubungan-hubungan sensoris pada diri kita.

Menurut Robert dan Byrne, proses persepsi dibagi menjadi 2 bagian utama (Parluvi: 2012:15):

- a. Aspek kognitif, mengarah pada objek pengetahuan, sehingga persepsi dapat terlihat. Tahapan ini meliputi pengetahuan, gagasan mengamati objek yang sedang dipersepsikan.
- b. Aspek afektif merupakan refleksi dari perasaan atau emosi individu terhadap objek yang dipersepsikan, yang dapat berupa opini atau penilaian. Pendapat positif bisa berupa simpati, suka, dukungan dan penghargaan. Pendapat negatif dapat berupa penghinaan, ketidaksukaan, dan rasa tidak hormat. Menurut Mulyana (2010:50), faktor terpenting yang mempengaruhi persepsi adalah perhatian.

Persepsi kita bisa keliru dan bisa berbeda-beda karena dipengaruhi oleh berbagai faktor, personal, situasional, fungsional dan struktural. Persepsi, seperti juga sensai, ditentukan oleh faktor personal dan faktor situasional.

Di antara faktor yang besar pengaruhnya dalam mempersepsi sesuatu adalah perhatian, konsep fungsional dan konsep struktural.

a. Faktor Perhatian

Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Definisi ini diberikan oleh Kenneth E. Anderson. Perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu indera kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lain. Perhatian, bisa datang dari luar (eksternal), dan bisa juga dari dalam diri yang bersangkutan (internal).

b. Faktor Fungsional

Faktor fungsional ini berasal dari dalam diri kita yang mampu mempengaruhi persepsi, antara lain faktor kebutuhan, kesiapan mental, suasana emosional, pengalaman masa lalu dan hal-hal lain yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor-faktor personal termasuk latar belakang budaya. Faktor fungsional, adalah faktor yang berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal yang termasuk apa yang kita sebut sebagai faktor personal. Faktor personal yang menentukan persepsi adalah objek yang memenuhi tujuan individu melakukan persepsi.

c. Faktor Struktural

Menurut teori Gestalt bila seseorang mempersepsi sesuatu, maka ia mempersepsinya sebagai suatu keseluruhan, bukan bagian-bagian. Selain itu kedekatan dan kesamaan juga mempengaruhi persepsi. Hal ini berpengaruh dalam dunia komunikasi, karena dengan dalil kedekatan dan kesamaan bisa digunakan oleh seorang komunikator dalam menaikkan kredibilitasnya. Faktor struktural, adalah faktor yang semata-mata berasal dari sifat stimulus fisik yang berasal dari sistem saraf individu. Faktor struktural yang mempengaruhi persepsi adalah bila kita ingin mempersepsikan sesuatu kita akan mempersepsikannya secara keseluruhan. Bila ingin memahami suatu peristiwa kita tidak dapat meneliti faktor-faktor yang terpisah, kita harus memandangnya dalam hubungan keseluruhan.

Berdasarkan prinsip-prinsip tersebut dapat diartikan sebagai memahami peristiwa, peristiwa tersebut harus dipandang secara utuh dalam hubungan yang saling terkait, seperti pengamatan dalam konteks lingkungan sekitar, masalah ekonomi, dan sosial. Berawal dari perspektif budaya sehingga seseorang dapat melakukan penelitian berdasarkan fakta yang berbeda. Ketika individu berinteraksi dengan objek yang diamati, maka hasil persepsinya dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

- a. Persepsi positif. Penjelasan dari semua pengetahuan (apakah anda mengetahuinya atau tidak) dan tanggapan terhadap upaya yang dilakukan untuk menggunakan pengetahuan itu.
- b. Persepsi negatif. Penjelasan dari semua pengetahuan dan respon yang tidak sesuai dengan objek persepsi. Pembentukan persepsi positif dan persepsi negatif tergantung pada bagaimana individu mendeskripsikan semua pengetahuannya tentang objek yang dirasakan

2.8 Landasan Teori

2.8.1 Fenomenologi Alfred Schutz

Secara etimologis, fenomenologi merupakan hasil gabungan dari kata *phenomenon* yang bermakna kenyataan yang terlihat serta *logos* yang bermakna ilmu. Fenomenologi secara istilah didefinisikan sebagai ilmu yang memiliki tujuan untuk mendapatkan penjelasan mendalam terkait realitas yang ditampakkan (Soekanto, 1993:68). Realitas yang muncul adalah realitas independen, karena fenomenologi mengandung pemaknaan dan penafsiran yang saling berhubungan dengan proses interpretasi. Fenomenologi membongkar suatu fenomena yang berkembang dalam masyarakat sehingga dapat ditemukan makna (sifat) secara mendalam (Poloma, 2013: 301). Fenomenologi adalah ilmu tentang penampakan (fenomena). Dengan kata lain, semua diskusi tentang sifat dibalik hantu telah dibuang. Ilmu penampakan berarti memahami apa yang tampak dalam pengalaman objek. Tidak ada kesan kurang pengalaman, hanya dengan

berfokus pada apa yang Anda lihat dalam pengalaman esensi dapat dinyatakan dengan jelas (Adian dalam Tina, 2021:118).

Fenomenologi berkaitan erat pada proses identifikasi masalah yang bersumber pada pengalaman manusia secara inderawi yang mengandung makna. Pada awalnya terjadilah sesuatu hal secara terpisah di dalam kesadaran individual yang selanjutnya menumbuhkan interaksi antara kesadaran pada tiap individu tersebut yang mana selanjutnya akan dikolektifkan. Pada Bagian ini, alur yang tercipta berupa data mentah/asli yang diperoleh dari inderawi manusia akan membentuk kesadaran bertindak (*act*) dengan tujuan untuk melahirkan makna sehingga akan tergambaran sesuatu yang bersifat mendua pada jarak tersebut (Teori Fenomenologi Alfred Schutz).

Fenomenologi Schutz secara khusus bukan hanya penjelasan mengenai dunia dan kehidupan sosial saja, tetapi mengikutsertakan model teoritis realitas yang terbentuk serta konsep dasar ilmiah. Inti dari Fenomenologi Schutz ialah proses pemahaman dari tindakan sosial dengan pendekatan interpretasi. Proses dari interpretasi yang diaplikasikan bertujuan untuk menyelidiki dan memperjelas suatu makna yang pada akhirnya dapat menyajikan kepekaan tersirat dalam bentuk yang terkonsep. Schutz memposisikan sifat-sifat individu/manusia pada suatu pengalaman sehari-hari secara subjektif. Perilaku individu/manusia menjadi suatu hubungan luas ketika orang memberi makna pada perilakunya dalam arti tertentu atau karena berbagai alasan, dan orang lain juga menganggap perilakunya bermakna (Kuswarno, 2009:18).

Schutz percaya bahwa fenomenologi memiliki banyak realitas, seperti mimpi dan dunia kegilaan. Tetapi realitas terbaik adalah dunia sehari-hari yang bersifat intersubjektif, yang disebutnya dunia kehidupan (*the life world*). Ada 6 (enam) karakteristik dasar dari *the life world*, yaitu pertama, *wide-awakeness* (terdapat unsur kesadaran secara penuh). Kedua, *reality*

(eksistensi dunia yang diyakini banyak orang). Ketiga, atmosfer kehidupan sehari-hari masyarakat. Keempat, totalitas pengalaman individu adalah bagian dari implementasi pengalamannya sendiri. Kelima, terciptanya interaksi tindakan serta komunikasi merupakan pencirian dari dunia intersubjektif. Terakhir, keenam, terdapat perspektif terkait waktu dalam kehidupan masyarakat secara keseluruhan (Kuswarno, 2009: 18).

Pengakuan Schutz terkait fenomenologi sosial dimana ia mengkaji perihal intersubyektivitas yang merupakan bentuk usahanya menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Bagaimana cara kita bisa mengetahui bentuk makna, hasrat, atau motif dari tindakan yang dilakukan oleh orang lain?
2. Bagaimana cara kita mengetahui makna kehadiran atau keberadaan orang lain?
3. Bagaimana cara kita bisa paham dan mengerti tentang semua yang terjadi secara mendalam?
4. Bagaimana cara suatu hubungan timbal balik terjadi?

Terdapat tiga penafsiran terkait realitas intersubjektif yang bersifat social, antara lain:

1. Terdapat korelasi hubungan timbal balik yang didasarkan pada asumsi adanya benda-benda serta orang lain yang dikenali semua orang.
2. Ilmu pengetahuan sosial dengan Ilmu pengetahuan intersubjektif sebenarnya merupakan satu kesatuan bagian yang saling bertaut.
3. Sifat dari ilmu pengetahuan intersubjektif ialah distribusi secara sosial (Kuswarno, 2009: 18).

Esensi pemikiran Alfred Schütz tentang fenomenologi dapat dipahami sebagai pemahaman perilaku sosial melalui interpretasi. Proses memaknai perilaku sosial digunakan untuk menyelidiki dan memperjelas makna yang sebenarnya, hingga demikian memberikan konsep yang

nyata berdasarkan pengalaman, makna dan kesadaran. Orang membangun makna di luar arus utama pengalaman melalui proses “mengetik”, atau yang biasa disebut dengan *body of knowledge* (Kuswarno, 2009:18). Konsep fenomenologi yang dikembangkan oleh Alfred Schütz ini biasa disebut dengan fenomenologi sosial. Teori fenomenologi dapat menjadi alat bagi peneliti untuk menggali bagaimana pengalaman diri individu dalam fenomena *phubbing*, sehingga nantinya dapat membantu peneliti untuk mengetahui pemaknaan, motif dan sebab-akibat perilaku *phubbing* terhadap mahasiswa Universitas Lampung.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Metode yang akan digunakan peneliti dalam penelitian ini merupakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologis. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami secara komprehensif fenomena yang mencakup persepsi, perilaku dan juga motivasi yang dialami secara langsung oleh subjek penelitian. Metode kualitatif mencoba menjelaskan dalam bahasa maupun kata dan juga dalam konteks alami dengan menggunakan berbagai metode alami. (Moleong, L.J., 2007: 6).

Studi fenomenologis bertujuan untuk mengungkap dan memahami realitas dan pengalaman individu, serta untuk memahami lebih lanjut mengenai sesuatu yang asing atau tidak dapat dilihat oleh pengalaman manusia itu sendiri. Selain itu, dalam penelitian ini fenomenologi akan dilakukan dalam kondisi yang alamiah, sehingga tidak adanya pembatas dalam hal penafsiran maupun pemahaman terhadap fenomena yang akan diteliti. Serta dalam penelitian ini, nantinya peneliti dapat secara bebas dalam melakukan analisis data yang telah diperoleh. Studi fenomenologi berusaha menjelaskan makna umum individu yang berbeda dalam kaitannya dengan pengalaman hidup yang berbeda terkait dengan konsep dan fenomena.

Metodologi penelitian kualitatif pada penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis dalam pengumpulan datanya. Fenomenologi

memiliki tujuan dalam melihat dunia dari perspektif yang dialami oleh individu secara langsung atau yang berkaitan dengan pengalaman manusia dan hal-hal lain yang memang dialami oleh individu tersebut. Dalam proses penelitian fenomenologi, tidak ditemukan adanya penggunaan hipotesis, tetapi hipotesis yang dihasilkan dalam penelitian fenomenologi dapat dihasilkan jika terdapat pengujian yang dilakukan lebih lanjut. Apalagi fenomenologi belum dimulai dan tidak dimaksudkan untuk menguji teori. Dalam hal ini peneliti berharap agar data yang diperoleh dapat memberikan dampak yang lebih besar serta dapat mendeskripsikan dan mengkonstruksi realitas yang ada di tempat dan melakukan penelitian lebih dekat dengan sumbernya.

3.2 Fokus Penelitian

Pemaparan fokus penelitian ini digunakan untuk memberi kemudahan bagi peneliti dalam melakukan penelitian. Fokus penelitian bertujuan dalam memberi batas penelitian sekaligus memilah data mana yang akurat atau relevan dan data mana yang tidak akurat atau tidak relevan. Pembatasan berdasarkan dalam taraf kepentingan pada suatu perkara penelitian yang akan diteliti. Dengan demikian peneliti memfokuskan penelitian pada pengalaman, pemaknaan dan motif mahasiswa Universitas Lampung mengenai fenomena *phubbing* yang berkaitan dalam etika berkomunikasi. Yang mana dalam mengetahui pengalaman mahasiswa Universitas Lampung terkait fenomena perilaku *phubbing* dalam etika berkomunikasi, didasarkan pada wawancara dengan para informan mengenai pengalaman perilaku *phubbing*, pemaknaan perilaku *phubbing*, serta motif perilaku *phubbing* mahasiswa Universitas Lampung dalam etika berkomunikasi.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian akan dilaksanakan di Universitas Lampung, yang beralamat di Jl. Sumantri Brojonegoro, Gedung Meneng, Bandar

Lampung. Alasan peneliti memilih tempat ini sebagai lokasi penelitian dikarenakan belum terdapat penelitian mengenai *phubbing* di Universitas Lampung. Selain itu, peneliti dapat mencapai lokasi penelitian tanpa ada penyesuaian atau ide baru tentang lokasi, dan peneliti juga termasuk ke dalam lingkup sosial di dalamnya. Dalam hal ini peneliti akan melakukan penelitian terhadap mahasiswa Universitas Lampung yang melakukan perilaku *phubbing*. Peneliti juga ingin mengkaji fenomena sosial dan sekaligus mengidentifikasi alasan, pandangan, dan merebaknya fenomena *phubbing* yang ada di kalangan mahasiswa yang mana terlibat dalam perilaku *phubbing*.

3.4 Informan

Informan adalah orang-orang yang akan ditemui peneliti dalam proses pengumpulan data. Informan tersebut harus berpengetahuan luas, mudah dijangkau, dan mampu memberikan petunjuk mengenai informasi yang akan dibutuhkan oleh peneliti (Creswell, 2014: 405).

Dalam penelitian ini, informan yang ditetapkan peneliti adalah mahasiswa Universitas Lampung. Alasan peneliti memilih informan atau penyedia informasi Mahasiswa Universitas Lampung adalah karena maraknya penggunaan *smartphone* pada mahasiswa Universitas Lampung yang dapat memicu terjadinya perilaku *phubbing*. Selain itu, masih banyak mahasiswa Universitas Lampung yang belum mengetahui dan belum paham mengenai istilah *phubbing* serta masih membenarkan perilaku *phubbing* yang nyatanya tidak sesuai dengan etika berkomunikasi. Selain itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap mahasiswa Universitas Lampung yang terindikasi melakukan perilaku *phubbing*, yang mana hal tersebut akan sangat menarik untuk diteliti untuk mengetahui bagaimana fenomena *phubbing* terjadi di kalangan mahasiswa Universitas Lampung dan bagaimana pemahaman mereka terhadap perilaku *phubbing* dalam

etika berkomunikasi padahal mereka juga terindikasi atau terlibat dalam perilaku *phubbing* itu sendiri.

Dalam penelitian ini, penentuan informan dipilih menggunakan metode *purposive sampling*. Metode *purposive sampling* merupakan metode yang melakukan pengambilan sampel dengan mempertimbangkan faktor-faktor tertentu dalam pemilihan sampel (Sugiyono, 2008:68). Alasan pemilihan teknik *purposive sampling* adalah untuk menetapkan kriteria pada saat memilih informan yang dimintai informasi tentang perilaku *phubbing* sehingga pada saat peneliti terjun ke lapangan hanya mencari orang yang memenuhi kriteria yang diberikan, artinya perlu. Kriteria pemilihan informan adalah:

1. Informan yang dipilih merupakan mahasiswa aktif Universitas Lampung
2. Informan yang dipilih memiliki *smartphone*
3. Informan yang dipilih aktif menggunakan *smartphone* lebih dari 5 jam/hari
4. Informan yang dipilih merupakan mahasiswa Universitas Lampung yang berjenis kelamin laki-laki dan perempuan
5. Bersedia untuk diwawancarai dan akan memberi informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Kesiediaan informan memberikan kemudahan bagi peneliti untuk mengakses data dan informasi penelitian.

3.5 Sumber Data

1. Data Primer

Data primer merupakan perolehan data secara langsung melalui tatap muka maupun wawancara secara langsung dengan informan untuk menggali sumber informasi yang dibutuhkan oleh peneliti. Pada sumber data primer ini, mencakup hasil catatan atau memo peneliti mengenai pengalaman yang dialami oleh informan serta pengetahuan berdasarkan

hasil wawancara terhadap informan yang dilakukan oleh peneliti. Informan yang terlibat merupakan orang yang mengetahui mengenai permasalahan yang terjadi serta paham mengenai rincian masalah yang dibutuhkan oleh peneliti. Dalam penelitian ini, data informan diperoleh dari wawancara dengan informan yang memiliki kriteria yang sudah ditetapkan oleh peneliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang digunakan oleh peneliti untuk mendukung atau menyempurnakan data aslinya. Data sekunder diperoleh melalui penelitian kepustakaan, termasuk buku-buku yang mendukung penelitian. Dalam penelitian ini, data tambahan berasal dari catatan, buku, majalah, laporan pemerintah, artikel, dan buku yang digunakan untuk mendukung teori tentang masalah penelitian. Data yang diperoleh dari data tambahan atau data sekunder merupakan data tetap dan tidak perlu diolah kembali. Data tambahan atau data sekunder merupakan sumber tidak langsung dari proses perolehan data.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Sesuai dengan tipe penelitiannya, untuk memperoleh data tertentu yang dinilai konkrit, peneliti melakukan berbagai teknik pengumpulan data, yakni :

a) Wawancara

Dalam penelitian ini, wawancara dimaksudkan untuk membantu peneliti memperoleh data dan pemahaman yang lebih rinci dan jelas tentang topik penelitian yang dibahas. Penggunaan wawancara dalam penelitian ini dikarenakan sumber data utama yang dipakai dalam penelitian fenomenologis adalah gagasan, komentar atau kata-kata dalam proses wawancara. Wawancara juga memainkan peran yang sangat penting dalam hak untuk meninjau dan memvalidasi pengamatan sebelumnya.

b) Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengamati subjek dan objek penelitian yang bila dijabarkan bentuknya berupa perilaku, proses, dan fenomena untuk memperoleh fakta di tempat. Instrumen yang digunakan peneliti adalah observasi non partisipan tidak berstruktur karena pengamatan yang dilakukan tidak berpegang pada instrumen baku, tapi berupa rambu-rambu pengamatan demi memperoleh data yang dibutuhkan.

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data yang berasal atau didapatkan dari beberapa data buku, internet, atau dokumen lain untuk membantu dalam melakukan penelitian. Dokumen berisi catatan peristiwa yang terjadi atau dieksekusi. Peneliti dapat mengumpulkan dokumen berupa tulisan, foto maupun sebuah karya yang telah dibuat oleh seseorang (Sugiyono, 2008:329). Peneliti berusaha mengumpulkan dokumen-dokumen yang mendukung proses penelitian dalam penelitian ini. Dokumentasi berisi tentang aktivitas subjek dan bagaimana subjek berinteraksi dengan teman-temannya.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dipakai pada penelitian ini mengacu pada sebuah teori yang ditulis dalam buku *Qualitative Inquiry and Research Design; Choosing Among Five Traditions*, karangan Creswell (1998) dimana dikemukakan bahwa pada sebuah penelitian dengan fokus fenomenologi memiliki tahapan analisis data sebagai berikut:

1. Menggambarkan/mendeskripsikan pengalaman peneliti secara pribadi pada fenomena yang tengah diteliti atau juga melakukan pendeskripsian secara menyeluruh terkait pengalaman yang dilakukan seseorang di mana hal tersebut berkaitan erat dengan fenomena yang tengah dirasakan atau

dialami. Tujuan dilakukannya hal ini adalah agar penelitian tidak hanya berfokus ke pengalaman pribadi si peneliti melainkan juga langsung berfokus pada subjek dalam penelitian yang dilakukan.

2. Membuat daftar untuk wawancara atau penelusuran lain yang relevan yang membahas mengenai pertanyaan, pesan atau informasi penting yang utama terkait topik yang akan dibahas kemudian. Peneliti selanjutnya akan mendapati pernyataan dari hasil wawancara atau sumber data lain hasil penelusuran terkait tentang bagaimana sebuah subjek mengalami fenomena serta menghasilkan pernyataan dari topik yang dibahas. Proses tersebut dinamakan proses perataan data, dengan catatan peneliti menyusun daftar pernyataan tanpa mengulang atau menduplikat pernyataan sebelumnya.

3. Pernyataan-pernyataan yang penting tadi kemudian dikumpulkan menggunakan proses horizontalizing menjadi bentuk unit yang memiliki makna atau dikenal dengan unit semantik.

4. Selanjutnya, peneliti menulis penjelasan tentang apa yang "dipelajari" subjek tentang fenomena tersebut. Proses ini dikenal sebagai "deskripsi tekstur", dan apa yang dirasa dan dialami oleh subjek peneliti jelaskan diuraikan dalam teks.

5. Proses dilanjutkan dengan penjelasan mengenai bagaimana sebuah pengalaman terjadi/dialami yang disebut juga dengan tahapan deskripsi struktural. Peneliti melakukan tinjauan ulang terkait keadaan fenomena dan latar belakang pengalaman yang dirasakan orang-orang dalam fenomena tersebut.

6. Terakhir, peneliti membentuk sebuah deskripsi komposit di mana terdapat proses penggabungan penjelasan dari fase sebelumnya yang terdiri dari dua, yaitu: deskripsi tekstur dan struktur. Proses akhir ialah penyajian inti pengalaman yang mana mendeskripsikan studi fenomenologis secara keseluruhan. Tahap ini akan dijelaskan dengan susunan paragraf yang menceritakan secara keseluruhan mengenai "apa" dan "bagaimana" orang-orang berada pada posisi tersebut serta mengalami

fenomena yang dibahas. Penyajian bentuk analisis data studi fenomenologi model Creswell (1998) digambarkan dalam bentuk tabel dibawah ini:

Tabel 2. Teknik Analisis Data Fenomenologi Creswell (1998)

Analisis dan Representasi Data	Penelitian Fenomenologi
Pengelolaan Data	Membuat, menyusun, serta mengorganisasikan catatan relevan guna data penelitian.
Mengingat dan Membaca Data	Mengingat, membaca serta membuat catatan dengan memfokuskan batasan yang ada, serta membentuk inisial kode.
Penggambaran Data	Melakukan <i>epoche</i> atau menggambarkan pengalaman pribadi melalui esensi yang fenomena yang dibahas.
Analisis dan Representasi Data	Penelitian Fenomenologi
Klasifikasi Data	Pengembangan pernyataan utama dan penting dari subjek sasaran, pengembangan deskripsi struktural, serta bagaimana sebuah fenomena terjadi pada subjek, pengembangan esensi.
Penggambaran & Visualisasi	Menyajikan esensi dalam bentuk narasi dari pengalaman berbentuk diskusi, tabel, atau gambar.
Analisis dan Representasi Data	Penelitian Fenomenologi
Pengelolaan Data	Membuat dan mengorganisasikan berkas atau catatan-catatan untuk data penelitian
Membaca dan Mengingat Data	Membaca teks, membuat Batasan-batasan catatan, dan membuat bentuk kode-kode inisial.

Menggambarkan Data	Gambarkan pengalaman pribadi melalui epoche, Gambarkan esensi dari fenomena tersebut.
Analisis dan Representasi Data	Penelitian Fenomenologi
Klasifikasi Data	Mengembangkan pernyataan-pernyataan penting dari subjek, mengembangkan sebuah deskripsi struktural (structural description), “bagaimana” fenomena dialami oleh subjek, mengembangkan esensi
Penggambaran dan Visualisasi	Menyajikan narasi dari esensi pengalaman dalam bentuk tabel, gambar, atau diskusi.

3.8 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data penelitian harus diperiksa. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik untuk memverifikasi atau memverifikasi keandalan data penelitian dengan menggunakan teknik sebagai berikut :

Triangulasi Sumber Data

Triangulasi sumber data dapat dimaknai sebagai validasi data dari berbagai sumber untuk memastikan tingkat kebenaran tertentu. Informasi yang diperoleh dari survei berasal dari berbagai sumber dan metode pengumpulan data. Selain wawancara dan observasi, peneliti dapat menggunakan, misalnya, dokumen tertulis, observasi terkait, dokumen sejarah, serta catatan resmi dan pribadi, dokumen pribadi, foto atau

gambar. Para peneliti telah melakukan triangulasi sumber data untuk memastikan keandalan data:

- a) Perbandingan data observasi dan data wawancara
- b) Perbandingan pernyataan mitra dan informan utama.
- c) Perbandingan hasil data wawancara dan observasi dengan dokumen yang diterima.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Hasil penelitian yang didapat oleh peneliti dengan menggunakan pendekatan fenomenologi dengan teknik wawancara mendalam dan observasi terhadap pengalaman mahasiswa Universitas Lampung mengenai fenomena *phubbing* dalam etika berkomunikasi dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengalaman mahasiswa Universitas Lampung terkait fenomena *phubbing* dalam etika berkomunikasi menghasilkan persepsi yang negatif. Pengetahuan mahasiswa Universitas Lampung terkait fenomena *phubbing* merupakan tindakan seseorang yang lebih fokus terhadap *smartphone* daripada lawan bicaranya, sehingga terkesan mengabaikan orang lain yang berada di sekitarnya. Fenomena *phubbing* dianggap sebagai suatu hal yang kurang baik karena tidak sesuai dengan etika berkomunikasi yang seharusnya dilakukan saat sedang berinteraksi ataupun berkomunikasi dengan orang lain. Fenomena *phubbing* kurang disukai karena dianggap sebagai perilaku yang kurang beretika dan terkesan menyakiti lawan bicaranya.

2. Pemaknaan yang diperoleh mahasiswa Universitas Lampung mengenai fenomena *phubbing* dalam etika berkomunikasi adalah fenomena *phubbing* dimaknai sebagai perilaku anti sosial karena ketergantungan terhadap *smartphone* yang lebih mementingkan dunia virtual daripada dunia nyata dianggap tidak sesuai dengan etika berkomunikasi. Dari adanya fenomena *phubbing* itulah dapat diambil sebuah pelajaran yang

mana kita sebagai manusia harus menghilangkan kebiasaan buruk dalam bermain *smartphone* secara berlebihan dan dapat mencoba untuk mengurangi perilaku *phubbing* dengan menerapkan etika berkomunikasi yang baik dimulai dari diri kita sendiri.

3. Terdapat motif mahasiswa Universitas Lampung mengenai fenomena *phubbing* dalam etika berkomunikasi, yaitu:

a. Motif sebab yaitu terdapat kepentingan tertentu, tidak bisa memulai sebuah percakapan atau obrolan baru, kurang tertarik dengan topik pembicaraan atau lawan bicara mereka, kecanduan akan *smartphone* dan internet. Motif yang paling dominan terjadi yaitu karena kecanduan akan *smartphone* dan internet yang tentunya tidak sesuai dengan etika berkomunikasi di mana lebih berfokus terhadap *smartphone* daripada lingkungan sekitarnya.

b. Motif tujuan yaitu untuk mencari dan mendapatkan kebahagiaan dari *smartphone* serta untuk menghindari interaksi atau komunikasi yang berlangsung pada saat-saat tertentu. Motif tujuan yang paling dominan terjadi yaitu menghindari interaksi ataupun komunikasi. Hal ini tidak sejalan dengan etika berkomunikasi karena akan berpengaruh buruk terhadap proses komunikasi yang berlangsung.

5.2 Saran

Setelah melaksanakan penelitian tentang studi fenomenologi perilaku *phubbing* mahasiswa Universitas Lampung. Dalam hal ini peneliti mencoba memberi beberapa saran yaitu:

1. Bagi mahasiswa yang memiliki minat untuk mengangkat tema yang serupa dengan penelitian ini, diharapkan dapat melakukan penelitian melihat dari beberapa sudut pandang yang berbeda sehingga menemukan kesimpulan atau hasil yang berbeda dari penelitian sebelumnya dan juga perlu adanya penyesuaian dengan perkembangan yang terjadi pada saat itu.

2. Bagi mahasiswa Universitas Lampung yang memiliki tingkat *phubbing* diharapkan untuk lebih sadar akan perilaku *phubbing* tersebut serta dapat mengurangi resiko fenomena *phubbing* yang akan berdampak buruk bagi pelaku *phubbing* dan yang menjadi korban dari perilaku *phubbing*.

DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal :

- Aktiofan, Sonna Triansyah. 2020. *Pengaruh Tingkat Perilaku Phubbing Di Era Digital Terhadap Tingkat Keintiman Seseorang di Kalangan Remaja (Studi Pada Remaja Pengguna Aktif Smartphone Rentang Usia 15-19 Tahun di Area Publik M Bloc Space, Jakarta Selatan)*. Universitas Negeri Jakarta: Jakarta.
- Bertens, K. 1991. *Etika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (in press). *The effect of “phubbing” on social interaction*. *Journal of Applied Social Psychology*
- Creswell, John W. 2014. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*. Edisi Ke-4. Jakarta: Gramedia.
- Gifary, Sharen & Iis Kurnia N. 2015. *Intensitas Penggunaan Smartphone dan Perilaku Komunikasi (Studi Pada Pengguna Smartphone di Kalangan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Telkom)*. *Jurnal Sosioteknologi*, 14 (2) : 170.
- Hanika, Ita Musfirowati. 2015. *“Fenomena Phubbing Di Era Milenial: Ketergantungan Seseorang Pada Smartphone Terhadap Lingkungannya”*. *Jurnal Interaksi*, Vol. 4 (1) : 42-51.
- Irvangi, Muh. 2020. *Aktivitas Penggunaan Smartphone Sebagai Fenomena Phubbing Di Kalangan Pengunjung Taman Unhas*. Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar: Makassar.
- Karadag, E., Tosuntas, S. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Sahin, B. M., Culha, I., & Badabag, B. (2015). *Determinants of phubbing, which is the sum of*

many virtual addictions: a structural equation model. Journal Behav Addict, 4(2), 60-74.

- Kuswarno, Engkus. 2009. *Fenomenologi : Fenomena Pengemis Kota Bandung*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Moleong, Lexi J. 2007. *Metedologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. PT.Remaja Rosdakarya : Bandung.
- Munatirah, Hayatun & Nur Anisah. *Intensitas Penggunaan Smartphone Terhadap Perilaku Phubbing (Studi Penelitian Pada Masyarakat Kota Banda Aceh Yang Mengunjungi Warung Kupu Di Kecamatan Lueng Bata)*” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah*, Vol. 3 (1): 1-14
- Hartaji, D.A. 2012. *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orangtua*. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.
- Hasbiansyah, Omod. 2020. *Fenomena Perilaku Phubbing dalam Etika Komunikasi*. Prosiding Manajemen Komunikasi
- Maulidar, Sri. 2017. “*Pengaruh Penggunaan Smartphone Dalam Gaya Hidup Modern Terhadap Komunikasi Interpersonal Kalangan Pemuda di Kecamatan Syiah Kuala Banda Aceh*”. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, Vol.2 (4): 24-34
- Moustakas, Clark. 1994. “*Phenomenological Research Methods*”. California: SAGE Publications.
- Mufid, Muhammad. 2005. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta:Kencana.
- Muhmmad, Arni. 2014. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Poloma, Margaret M. 2013. *Sosiologi Kontemporer*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Pratiwi, Zolla Surya. 2020. *Phubbing Sebagai Sebuah Fenomena Budaya Pop Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Andalas*. *Jurnal Kesejahteraan dan Pelayanan Sosial*, Vol. 1 (1): 20-32
- Prasanti, Ditha & Sri Setia Indriyani, 2017. “*Etika Komunikasi dalam Media Sosial bagi Ibuibu PKK di Desa Mekar Mukti Kab.Bandung Barat*. *Profetik Jurnal Komunikasi*, 10 (01).

- Rangkuti, Freddy. 2011. *Riset Pemasaran*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ridho, Muhammad Ali. 2019. *Interaksi Sosial Pelaku Phubbing*. Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel:Surabaya.
- Roudhonah. 2007. *Ilmu Komunikasi*. Jakarta: UIN Press.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta : PT Rajagrafindo Persada.
- Salam, Burhanuddin. 2000. *Etika Sosial "Asas Moral Dalam Kehidupan Manusia"*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sari, Afna Fitria. 2020. *Etika Komunikasi (Menanamkan Pemahaman Etika Komunikasi Kepada Mahasiswa)*. Journal of Education and Teaching. Vol 1(2): 133-134.
- Soekanto, Soerdjono. 1993. *Beberapa Teori Sosiologi Tentang Struktur Masyarakat*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- Soraya, Alia, Tina Kartika. 2021. *Analisis Fenomenologi Hashtag #tiktokdoyourmagic Terhadap Kesadaran Berbagi di Masyarakat*. Jurnal Sains dan Humaniora, Vol. 5 (2) : 118.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Varoth, Chotpitayasunondh & Karen M. Douglas. 2017. *The effects of "phubbing" on social interaction*. Wiley: *Journal Applied for Social Psychology*. Vol 1 (33).
- Yusriani. 2015. *"Fenomena Gaya Hidup Pengguna Android di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unsyiah"*. Banda Aceh: Thesis, Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Syiah Kuala.
- Youarti, Elok Inta & Nur Hidayah. 2018. *"Perilaku Phubbing Sebagai Karakter Remaja Generasi Z" dalam Jurnal Fokus Konseling*, Vol. 4 (145):143-152.

Internet :

- Badan Pusat Statistik (BPS). 2016-2020. <https://www.bps.go.id/> (Diakses pada 02 Desember 2021)
- Haigh, N. (2012). Diambil kembali dari www.stopphubbing.com (Diakses pada 20 September 2021)

- Hanum, Zubaedah. 2021. *Kemenkominfo: 89% Penduduk Indonesia Gunakan Smartphone*. <https://mediaindonesia.com/humaniora/389057/kemenkominfo-89-penduduk-indonesia-gunakan-smartphone> (Diakses pada 18 September 2021)
- Jayani, Dwi Hadya. 2021. *Penggunaan Internet di Kalangan Siswa Sekolah Semakin Meningkat*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/03/tren-siswa-sekolah-menggunakan-internet-semakin-meningkat> (Diakses pada 02 Desember 2021)
- Jones, T. 2014. *Cell phone use while walking across campus: an observation and survei*. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 5 (1). <http://www.inquiriesjournal.com/articles/975/cell-phone-use-while-walking-across-campus-an-observation-and-survei> (Diakses pada 20 September 2021)
- Kusnandar, Viva Budy. 2021. *Penetrasi Internet Indonesia Urutan ke-15 di Asia pada 2021*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/12/penetrasi-internet-indonesia-urutan-ke-15-di-asia-pada-2021> (Diakses pada 18 September 2021)
- Pusparisa, Yosepha. 2021. *Daftar Negara Pengguna Smartphone Terbanyak, Indonesia Urutan Berapa?* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/01/daftar-negara-pengguna-smartphone-terbanyak-indonesia-urutan-berapa> (Diakses pada 15 November 2021)