

Pengaruh Perilaku *Phubbing* terhadap Komunikasi Interpersonal Orang Tua dan Anak Pada Generasi Z di Kota Bandung

The Influence of Phubbing Behavior on Interpersonal Communication between Parents and Children in Generation Z in Bandung City

Aqila Bella Adha¹, Almira Shabrina²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, aqilabellaadha@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, shabrinaalmira@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The fastest growing technology is the internet. The use of the internet cannot be separated from smartphones, smartphones are a unity that cannot be separated from the internet. Apart from interacting with other individuals, smartphones are also a medium for finding information, as well as an entertainment medium. The use of smartphones can lead to changes in a person's behavior, namely phubbing behavior, phubbing is a phenomenon that occurs due to excessive use of smartphones. The purpose of this study is to determine whether there is an influence of phubbing behavior on the interpersonal communication of parents and children in generation z in Bandung City. This research uses Media Dependency Theory, the method used is quantitative method with causal associative research type. Non-probability sampling technique purposive sampling type with data collection through distributing questionnaires to 400 generation Z respondents in Bandung City. The results of hypothesis testing state that the sig. value on the phubbing behavior variable is $0.000 < 0.005$ and $t_{hitung} 12.064 > t_{tabel} 1,966$, so H_0 is rejected and H_1 is accepted and the coefficient of determination results in a R^2 value of 0.268, which means that phubbing behavior affects the interpersonal communication of parents and children in generation Z in Bandung by 26%. This is related to the Media Dependency theory, that the influence of dependence on a medium can lead to changes in behavior in society. Keywords-Phubbing, Interpersonal Communication, Media Dependency Theory

Abstrak

Teknologi yang berkembang dengan pesat adalah internet. Penggunaan internet tidak lepas dari *smartphone*, *smartphone* merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dilepas dari internet. Selain untuk berinteraksi antar sesama individu lainnya, *smartphone* juga sebagai media untuk mencari informasi, serta sebagai media hiburan. Penggunaan *smartphone* dapat menimbulkan perubahan perilaku seseorang yaitu perilaku *phubbing*, *phubbing* merupakan sebuah fenomena yang terjadi akibat penggunaan *smartphone* secara berlebihan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh perilaku *phubbing* terhadap komunikasi interpersonal orang tua dan anak pada generasi z di Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan teori dependency media, dengan metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif kausal. Teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* jenis *purposive sampling* dengan pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 400 responden generasi Z di Kota Bandung. Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa nilai sig. pada variabel perilaku *phubbing* sebesar $0,000 < 0,005$ dan $t_{hitung} 12.064 > t_{tabel} 1,966$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima dan hasil koefisien determinasi didapat nilai R^2 0,268 yang artinya perilaku *phubbing* berpengaruh terhadap komunikasi interpersonal orang tua dan anak pada generasi Z di Kota Bandung sebesar 26%. Hal ini berkaitan dengan teori Dependency Media, bahwa pengaruh ketergantungan pada suatu media dapat menimbulkan perubahan perilaku pada masyarakat.

Kata Kunci-Perilaku *Phubbing*, Komunikasi Interpersonal, Teori Dependency Media

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era saat ini, kemajuan teknologi dan informasi berkembang dengan pesat mengikuti perkembangan zaman yang tidak dapat dihindarkan. Berbagai inovasi mendorong terciptanya teknologi informasi yang cepat dan kompleks namun praktis. Teknologi yang umum digunakan yaitu internet, internet merupakan teknologi informasi yang dapat menghubungkan sejumlah besar orang di seluruh dunia. Berdasarkan laman web Databoks 2022, negara Indonesia merupakan negara urutan ke 3 yang memiliki pengguna internet terbanyak di dunia, dengan jumlah sebesar 212,35 juta pengguna internet atau sebesar 76,5%. Berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, bahwa Negara Indonesia telah mencapai 78,19% atau 215.626.156 jiwa pengguna internet pada tahun 2023. Pengguna internet tertinggi di Indonesia dengan kelompok usia 13-18 tahun yaitu 99,16%. Selanjutnya pengguna internet dengan persentase sebesar 98,64% usia 19-34 tahun, usia 35-54 memiliki persentase pengguna internet sebesar 87,3%. Usia 5-12 tahun dengan persentase sebesar 62,43% dan usia 55 tahun keatas memiliki persentase terendah yaitu 51,73%.

Penggunaan internet banyak digunakan oleh orang dewasa hingga anak-anak, saat ini generasi yang paling banyak menggunakan internet adalah gen Z. Generasi Z dikatakan sebagai generasi digital atau generasi internet, menurut DataIndonesia.id 2022, gen Z lebih sering menggunakan internet dibandingkan generasi lain di Indonesia, generasi Z termasuk pada pengguna yang kecanduan atau (*addicted user*) dengan durasi penggunaan internet lebih dari 7 jam per hari. Berdasarkan artikel dataindonesia.id yang ditulis oleh (Shilvina, 2022) bahwa populasi di Indonesia didominasi oleh generasi Z, melalui data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) jumlah penduduk kalangan generasi Z usia 10-24 tahun mencapai 68.662.815 jiwa hingga 31 Desember 2021. Berdasarkan data tersebut, generasi Z paling banyak di Indonesia berada pada wilayah Jawa Barat yaitu 11.886.058 penduduk.

Penggunaan internet tidak lepas dari *smartphone*, internet membuat *smartphone* menjadi salah satu teknologi yang digunakan oleh semua kalangan. Internet dan *smartphone* merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan, *smartphone* merupakan ponsel genggam elektronik dengan fitur utama yaitu untuk berkomunikasi yang dapat dilakukan secara jarak jauh. Dengan kehadiran internet juga menjadi sebuah kebutuhan individu dalam mengakses informasi-informasi, mengakses media sosial, dan mencari hiburan yang tidak ada batasnya (Geovany & Hasbiansyah, 2020). Hadirnya *smartphone* dapat memudahkan kita untuk melakukan interaksi antar individu, penggunaan *smartphone* juga dapat menimbulkan hal positif dan hal negatif. Dampak positif saat menggunakan *smartphone* yaitu dapat memberikan kemudahan dalam melakukan interaksi dengan individu, sedangkan dampak negatif dalam penggunaan *smartphone* ini adalah dapat merubah perilaku seseorang.

Penggunaan *smartphone* dapat menimbulkan berbagai macam perubahan seperti perubahan perilaku, perubahan perilaku dalam menggunakan *smartphone* secara berlebihan disebut dengan *phubbing*. *Phubbing* adalah singkatan dari *phone and snubbing*, pelaku *phubbing* disebut dengan *phubber*, *phubber* merupakan seseorang yang akan terus-menerus untuk melihat *smartphone*. Penggunaan *smartphone* dapat menimbulkan berbagai macam perubahan seperti perubahan perilaku, perubahan perilaku dalam menggunakan *smartphone* secara berlebihan disebut dengan *phubbing*. *Phubbing* adalah singkatan dari *phone and snubbing*, pelaku *phubbing* disebut dengan *phubber*, *phubber* merupakan seseorang yang akan terus-menerus untuk melihat *smartphone*. Fenomena *phubbing* menjadi permasalahan yang dianggap negatif, masyarakat menjalankan aktivitas sehari-hari dengan menggunakan *smartphone*, hal tersebut menyebabkan mayoritas manusia tidak dapat mengontrol penggunaan pada *smartphone* (Anshari et., al 2016) dalam (Al-Saggaf & Macculloch, 2019). *Phubbing* merupakan suatu kebiasaan yang telah melekat dalam diri seseorang, *phubbing* ini dapat muncul karena seseorang telah bergantung pada internet dan juga *smartphone* (Hanika, 2015) dalam (Handayani & Husnita, 2021).

Dengan adanya perilaku *phubbing* ini dapat mengurangi komunikasi interpersonal, salah satunya komunikasi interpersonal antar orang tua dan anak. Dampak yang ditimbulkan yaitu anggota keluarga merasa tidak diperdulikan, dan tidak dihargai oleh orang tua ataupun anaknya (Handayani & Husnita, 2021). Perilaku *phubbing* ini dapat merugikan anggota keluarga, anggota keluarga akan merasa asing antar satu sama lain karena mereka sibuk dengan dunianya sendiri, sehingga tanpa disadari mereka tidak dapat membangun hubungan keluarga yang harmonis (Handayani & Husnita, 2021). Sebanyak 77% lingkungan keluarga banyak melakukan tindakan (Ihsan,2020) dalam (Handayani & Husnita, 2021). Ketika komunikasi dalam keluarga berjalan dengan efektif dan efisien maka akan memunculkan keterbukaan antar anggota keluarga, dan juga dapat menciptakan keakraban antar anggota keluarga

Komunikasi interpersonal pada keluarga perlu diperhatikan, karena digunakan sebagai tingkat kedalaman komunikasi untuk mencapai rasa saling percaya. Hadirnya perilaku *phubbing* membuat para anggota keluarga kehilangan *moment* saat berkumpul bersama serta kehilangan kesempatan untuk melakukan komunikasi secara tatap muka dengan anggota keluarga lainnya (Handayani & Husnita, 2021). *Phubbing* akan membuat perubahan pada komunikasi interpersonal antar keluarga, seorang *phubber* akan mengakitbatkan hubungan anggota keluarga menjadi

renggang. (A. Nurul Mutmainnah & Nidaul Islam, 2019). Minimnya interaksi yang dilakukan antar keluarga akan mempengaruhi komunikasi interpersonal antar keluarga yang memiliki dampak negatif dalam keakraban komunikasi keluarga (Sirupang et., al, 2020) dalam (Handayani & Husnita, 2021).

Perilaku *phubbing* dapat menimbulkan perubahan komunikasi seseorang, hal ini dapat mengurangi komunikasi interpersonal antar keluarga karena interaksi keluarga yang minim akibat penggunaan *smartphone* secara berlebihan. Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan, judul penelitian ini adalah “Pengaruh Perilaku *Phubbing* Terhadap Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dan Anak Pada Generasi Z Di Kota Bandung”

B. Identifikasi Masalah

Terdapat permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya yaitu seberapa besar pengaruh perilaku *phubbing* terhadap komunikasi interpersonal orang tua dan anak pada generasi Z di kota Bandung.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Perilaku *Phubbing*

Phubbing dikenal sebagai *phone and snubbing*, *phubbing* merupakan perilaku yang mengabaikan seseorang dalam proses terjadinya komunikasi karena terlalu sibuk dengan ponselnya. *Phubbing* merupakan konsep dinamik adiktif seseorang yang tidak memiliki empati terhadap orang lain dan lebih memilih lingkungan virtual *smartphone* daripada di dunia nyata (Karadag et al., 2016) dalam (Syifa, 2020). *Phubbing* terjadi kapanpun dan dimanapun, saat makan, rapat, bahkan *phubbing* bisa terjadi ketika sedang berkumpul bersama dengan keluarga dan juga kerabat. Menurut Chotpitayasunondh dan Douglas (2018) dalam (Handayani & Husnita, 2021) *phubbing* memiliki 4 indikator yaitu :

1. Nomophobia (*no-mobile phone phobia*)

Ketakutan seseorang secara berlebihan saat tidak ada *gadget* didekatnya, hal ini seseorang menjadi ketergantungan ketika tidak menggunakan *gadget*.

2. *Interpersonal Conflict* (konflik interpersonal)

Konflik Interpersonal terjadi pada suatu hubungan antara dua orang atau lebih

3. *Self-isolation* (isolasi diri)

Seseorang yang menjauhkan diri dari lingkungan sekitar dan memilih fokus terhadap *gadget*

4. *Problem Acknowledgement* (pengakuan masalah)

Seseorang mengetahui adanya akibat yang diakibatkan penggunaan *gadget* secara berlebihan.

B. Komunikasi Interpersonal

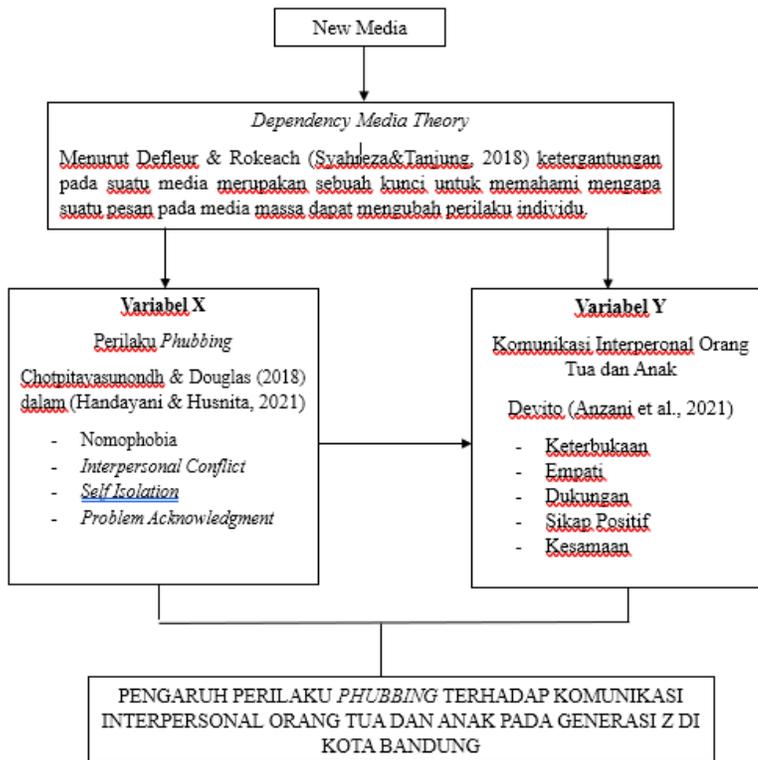
Komunikasi yang dilakukan antar dua orang atau lebih disebut komunikasi interpersonal, komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan melalui tahapan komunikasi serta hubungan tertentu, dari tingkat keintiman sampai dengan tingkat perpisahan dan terjadi secara ulang. Dari sudut pandang interpersonal, kelompok yang terdiri lebih dari dua orang juga dipandang sebagai *dyadic*. Menurut Devito (2013) dalam (Hafizah et al., 2021). Komunikasi interpersonal adalah metode yang paling efektif untuk berkomunikasi dalam perubahan perilaku, pikiran, serta tindakan individu. Seperti yang dikemukakan oleh William F Glueck dikutip dari (Mannan, 2019), bahwa komunikasi interpersonal adalah bentuk komunikasi yang efektif, yang dilakukan terus menerus oleh komunikator dan komunikan. Dalam proses komunikasi interpersonal dapat terjadi antar keluarga, saudara, ataupun kerabat (Mannan, 2019).

C. *Dependency Media Theory*

Menurut Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach dalam (Purusa & Suni, 2022), teori ketergantungan media disebut sebagai teori dependensi media. Teori ini merupakan teori komunikasi massa dimana individu memiliki ketergantungan pada suatu media untuk memenuhi kebutuhannya. Teori dependensi media menimbulkan berbagai pengaruh pada individu yang bersangkutan. Misalnya, ketika seseorang terlalu fokus menggunakan *smartphone* saat

terlibat dalam interaksi, kemungkinan besar orang tersebut tidak dapat menerima informasi dari lawan bicaranya dengan maksimal (Barran,2010) dalam (Puspitasari & Toni, 2021). Teori dependensi media ini juga erat berkaitan dengan perilaku *phubbing*. semakin banyak orang menjadi kecanduan terhadap media tertentu untuk memenuhi kebutuhan mereka. Maka semakin penting media tersebut bagi mereka yang dapat mempengaruhi kehidupan mereka (Christian, Phang et al., 2020).

D. Kerangka Pemikiran



E. Hipotesis Penelitian

1. H0:” Tidak terdapat pengaruh perilaku *phubbing* terhadap komunikasi interpersonal orang tua dan anak ”
2. H1:“ Terdapat pengaruh pada perilaku *phubbing* terhadap komunikasi interpersonal orang tua dan anak”

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, penelitian kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan antar variabel serta menguji suatu teori tertentu. Variabel diukur menggunakan instrument penelitian sehingga data yang telah diperoleh dalam bentuk numerik dapat dianalisis dengan metode statistik (Creswell, 2019:5). Metode asosiatif kausal digunakan pada penelitian ini,asosiatif kausal bersifat untuk menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih, kemudian kausal adalah hubungan sebab akibat sehingga variabel dependen sebagai variabel yang mempengaruhi dan dependen sebagai variable dipengaruhi ((Sugiyono, 2017). Data dikumpulkan dengan membuat kuesioner melalui *google form*, variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu Perilaku *Phubbing* sebagai variabel X dan Komunikasi Interpersonal Orang Tua dan Anak sebagai variabel Y dengan tujuan seberapa besar pengaruh perilaku *phubbing* terhadap komunikasi interpersonal orang tua dan anak.

B. Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan nilai dari suatu objek, aktivitas yang memiliki beberapa variasi antar satu dengan yang lainnya, ditentukan peneliti untuk mencari informasi serta

ditarik kesimpulan (Sinambela & Sinambela, 2021 : 84). Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel yaitu variabel X (bebas) dan variabel Y (terikat).

1. Variabel Bebas (X)

Variabel yang menyebabkan perubahan variabel terikat (Sinambela & Sinambela, 2021 : 87). Perilaku *phubbing* menjadi variabel X yang terdiri dari *nomophobia*, *interpersonal conflict*, *self isolation*, *problem acknowledgement*.

2. Variabel Terikat (Y)

Variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas (Sinambela & Sinambela, 2021 : 87). Pada penelitian komunikasi interpersonal orang tua dan anak menjadi variabel Y yang terdiri dari keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesamaan.

C. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang disebar kepada generasi Z di Kota Bandung, pengguna *smartphone* lebih dari 8 jam, tidak bisa lepas dari *smartphone*, dan berusia 16-23 tahun. Dalam penyebaran kuesioner dilakukan dengan membuat pernyataan pada *google form*. Pernyataan yang telah diidentifikasi oleh peneliti yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Data sekunder pada penelitian ini yaitu buku referensi, *e-journal*, serta skripsi terdahulu yang membahas topik yang relevan.

D. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis deksriptif diperlukan untuk mendistribusikan variabel. Statistik deskriptif meliputi distribusi frekuensi, *measures of central tendency*, dan ukuran penyebaran. Statistik deskriptif ini untuk menggambarkan variabel tunggal atau hubungan antar variabel (Silalahi, 2017:530), Penelitian ini menggunakan data yang dianalisis secara deskriptif dengan data hasil jawaban responden dari kuesioner yang telah disebar. Kemudian terdapat uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas digunakan sebagai sebaran data yang akan dianalisis normal atau tidak (Sinambela & Sinambela, 2021:325), uji normalitas pada penelitian yaitu Kolmogorov-Smirnov. Tujuan dari uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah terdapat perbedaan model regresi dari satu pengamatan yang berbeda, varian dari satu pengamatan ke pengamatan lain disebut dengan homokedastisitas, disebut sebagai heteroskedastisitas apabila terdapat perbedaan antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya (Sinambela & Sinambela, 2021:331)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

1. *Phubbing*

Untuk mengetahui perilaku *phubbing* terhadap komunikasi interpersonal orang tua dan anak, peneliti menggunakan analisis deskriptif. Hasil analisis deskriptif pada variabel perilaku *phubbing* memiliki skor rata-rata 82% dan termasuk pada kategori cukup tinggi. Dengan hasil setiap dimensi sebagai berikut:

a. *Nomophobia*

Nomophobia memiliki rata-rata skor 85% yang termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Adapun pernyataan pada dimensi ini yang paling tinggi adalah “ketika bangun tidur, hal pertama yang saya lakukan adalah mencari dan memainkan *smartphone* saya” dengan skor 86% dan pertanyaan paling rendah terdapat pada “saya merasa gelisah ketika jauh dari *smartphone*” dengan skor 81%.

b. *Interpersonal Conflict*

Interpersonal conflict memiliki rata-rata skor 77% yang termasuk kedalam kategori cukup tinggi. Adapun pernyataan pada dimensi ini yang paling tinggi adalah “orang-orang disekitar saya mengatakan bahwa saya terlalu fokus menggunakan *smartphone*” dengan skor 79% dan pertanyaan paling rendah terdapat pada “saya merasa tersinggung jika orang disekitar saya meminta saya untuk meletakkan *smartphone* dan berbicara dengan mereka “ dengan skor 75%.

c. *Self Isolation*

Self isolation memiliki rata-rata skor 79% yang termasuk kedalam kategori cukup tinggi. Adapun pernyataan pada dimensi ini yang paling tinggi adalah “ketika saya sedang stress, saya lebih memilih memainkan *smartphone* dibandingkan berinteraksi dengan orang lain” dengan skor 84% dan pertanyaan paling rendah terdapat pada “saya merasa lebih puas saat memainkan *smartphone* saya daripada berinteraksi dengan orang lain” dengan skor 78%.

d. *Problem Acknowledgment*

Problem acknowledgment memiliki rata-rata skor 85% yang termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Adapun pernyataan pada dimensi ini yang paling tinggi adalah “saya memiliki niat awal untuk menggunakan *smartphone* sebentar saja, tetapi seiring berjalannya waktu saya terus menggunakannya” dengan skor 88% dan pertanyaan paling rendah terdapat pada “saya sadar bahwa saya melewatkan peluang untuk berinteraksi dengan orang lain karena saya terlalu fokus menggunakan *smartphone*” dengan skor 84%.

Dapat dilihat dari penjelasan diatas, bahwa dimensi *nomophobia* dan *problem acknowledgment* menjadi dimensi yang memiliki skor paling tinggi sebesar 85% dibandingkan dengan dimensi *interpersonal conflict* dengan skor sebesar 77%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa penggunaan *smartphone* secara berlebihan dapat menimbulkan perilaku *phubbing* serta dapat menimbulkan konflik interpersonal antar individu.

2. Komunikasi Interpersonal Orang Tua dan Anak

Untuk mengetahui perilaku *phubbing* terhadap komunikasi interpersonal orang tua dan anak, peneliti menggunakan analisis deskriptif. Hasil analisis deskriptif pada variabel komunikasi interpersonal orang tua dan anak memiliki skor rata-rata 86% dan termasuk pada kategori sangat tinggi. Dengan hasil setiap dimensi sebagai berikut :

a. Keterbukaan

Keterbukaan memiliki rata-rata skor 84% yang termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Adapun pernyataan pada dimensi ini yang paling tinggi adalah “Ketika sedang berinteraksi, orang tua saya menanggapi setiap ide/gagasan/pendapat dari saya dengan baik” dengan skor 85% dan pertanyaan paling rendah terdapat pada “Ketika saya sedang ada masalah, saya menceritakan masalah saya ke orang tua saya” dengan skor 84%.

b. Empati

Empati memiliki rata-rata skor 86% yang termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Adapun pernyataan pada dimensi ini yang paling tinggi adalah “Hal yang paling penting bagi saya dan orang tua adalah kepentingan keluarga” dengan skor 88% dan pertanyaan paling rendah terdapat pada “Orang tua saya selalu menanyakan permasalahan yang sedang saya hadapi” dengan skor 84%.

c. Dukungan

Dukungan memiliki rata-rata skor 88% yang termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Adapun pernyataan pada dimensi ini yang paling tinggi adalah “Saya dan orang tua saya saling mendukung satu sama lain” dengan skor 88% dan pertanyaan paling rendah terdapat pada “Ketika saya mendapatkan kinerja yang baik saat berada di lingkungan sekolah/kampus/kantor, orang tua saya merasa senang dan memberikan ucapan selamat” dengan skor 87%.

d. Sikap Positif

Sikap positif memiliki rata-rata skor 87% yang termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Adapun pernyataan pada dimensi ini yang paling tinggi adalah “Saya dapat menciptakan suasana yang positif dan efektif ketika berkomunikasi dengan orang tua atau keluarga” dengan skor 89% dan pertanyaan paling rendah terdapat pada “Saya menghargai setiap keputusan yang orang tua saya berikan kepada saya” dengan skor 86%.

e. Kesamaan

Kesamaan memiliki rata-rata skor 86% yang termasuk kedalam kategori sangat tinggi. Adapun pernyataan pada dimensi ini yang paling tinggi adalah “Saya dan orang tua saya bebas untuk mengemukakan pendapat” dengan skor 87% dan pertanyaan paling rendah terdapat pada “Orang tua dan saya segera mengatasi permasalahan yang terjadi di dalam lingkungan keluarga” dengan skor 84%.

Dapat dilihat dari penjelasan diatas, bahwa dimensi dukungan menjadi dimensi yang memiliki skor paling tinggi sebesar 87% dibandingkan dengan dimensi keterbukaan dengan skor sebesar 84%. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya dukungan serta keterbukaan pada keluarga sehingga komunikasi interpersonal yang dilakukan dapat berlangsung dengan lancar

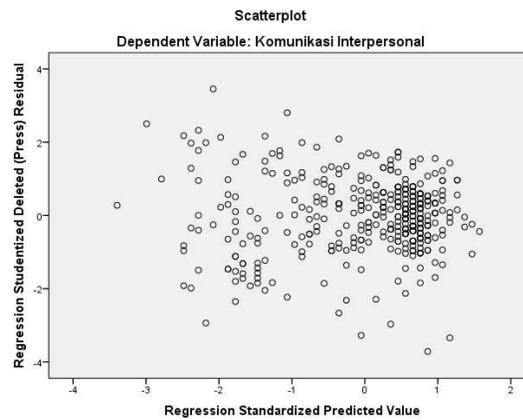
- B. Uji Asumsi Klasik
 - 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.40911989
Most Extreme Differences	Absolute	.045
	Positive	.044
	Negative	-.045
Test Statistic		.045
Asymp. Sig. (2-tailed)		.054 ^c

Berdasarkan analisis Uji *Kolmogorov-Smirnov* yang telah di uji oleh peneliti, didapatkan hasil data analisis sebesar 0,054 dimana hasil melebihi angka 0,05 atau $0,05 < 0,054$, sehingga didapatkan nilai signifikansi berdistribusi normal.

- 2. Uji Heteroskedastisitas



Hasil uji heteroskedastisitas, menunjukkan titik-titik data yang terdapat pada *scatterplot* tidak memiliki pola teratur (melebar kemudian menyempit). Oleh karena itu, hasil dari uji heteroskedastisitas pola *scatterplot* yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Artinya pengaruh perilaku *phubbing* terhadap komunikasi interpersonal orang tua dan anak pada generasi Z tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga hasilnya memiliki keseimbangan antara variabel perilaku *phubbing* (X) dengan variabel komunikasi interpersonal orang tua dan anak (Y).

- 3. Analisis Korelasi

Correlations

		Perilaku Phubbing	Komunikasi Interpersonal
Perilaku Phubbing	Pearson Correlation	1	.517**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	400	400
Komunikasi Interpersonal	Pearson Correlation	.517**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	400	400

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

Hasil analisis korelasi yang mendapatkan angka $0,000 < 0,05$. Selanjutnya, pada tabel 4.13 dinyatakan bahwa terdapat hasil konstanta sebesar 0,517 yang menunjukkan bahwa hubungan antar variabel “kuat” karena terletak pada interval 0,60 – 0,799.

4. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.517 ^a	.268	.266	7.418

Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,517 dan nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,268. Hal ini menunjukkan bahwa variabel X secara signifikan mempengaruhi variabel Y sebesar 26% dan sisanya sebesar 74% variabel lainnya disebabkan oleh faktor lain yang tidak ada pada penelitian ini.

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8009.662	1	8009.662	145.543	.000 ^b
	Residual	21903.128	398	55.033		
	Total	29912.790	399			

a. Dependent Variable: Komunikasi Interpersonal
 b. Predictors: (Constant), Perilaku Phubbing

Dari data tersebut, nilai F hitung = 145.543 dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel atau terdapat pengaruh antara variabel X (Perilaku Phubbing) terhadap variabel Y (Komunikasi Interpersonal Orang Tua dan Anak)

b. Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	41.897	2.457		17.054	.000
	Perilaku Phubbing	.454	.038	.517	12.064	.000

a. Dependent Variable: Komunikasi Interpersonal

T_{tabel} dengan df 398 pada tabel statistik ditemukan hasil yaitu 1.966. T_{hitung} pada penelitian ini adalah 12.064 dan T_{tabel} 1.966, maka dapat disimpulkan bahwa $12.064 > 1.966$ dengan nilai signifikansi 0,000 artinya lebih kecil

dari 0,05. Dapat dikatakan H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara Perilaku *Phubbing* Terhadap Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dan Anak Pada Generasi Z Di Kota Bandung

C. Pembahasan

Untuk menjawab rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini “seberapa besar pengaruh perilaku *phubbing* terhadap komunikasi interpersonal orang tua dan anak pada generasi Z di Kota Bandung”, maka dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi dengan hasil .517 yang menunjukkan bahwa variabel perilaku *phubbing* dan komunikasi interpersonal orang tua dan anak memiliki hubungan yang signifikan. Kemudian peneliti menguji menggunakan koefisien determinasi untuk mencari hasil presentase pengaruh dari variabel X (perilaku *phubbing*) terhadap variabel Y (komunikasi interpersonal orang tua dan anak). Hasil yang didapatkan dari uji koefisien determinasi nilai R^2 sebesar 0,268 atau 26%, yang artinya pengaruh variabel perilaku *phubbing* terhadap komunikasi orang tua dan anak hanya sebesar 26%, dan 74% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada pada penelitian ini.

Kemudian uji hipotesis ditemukan hasil yaitu 1.966. T_{hitung} pada penelitian ini adalah 12.064 dan T_{tabel} 1.966, maka dapat disimpulkan bahwa $12.064 > 1.966$ dengan nilai signifikansi 0,000 artinya lebih kecil dari 0,05. Dapat dikatakan H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara Perilaku *Phubbing* Terhadap Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dan Anak Pada Generasi Z Di Kota Bandung

V. KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini untuk menjawab permasalahan yang telah ditentukan yaitu :

- A. Hasil analisis data deskriptif yang didapatkan pada variabel X (perilaku *phubbing*) yaitu sebesar 82% dengan kategori cukup tinggi.
- B. Hasil analisis data deskriptif yang didapatkan pada variabel Y (komunikasi interpersonal orang tua dan anak) yaitu sebesar 86% dengan kategori sangat tinggi.
- C. Terdapat pengaruh yang signifikan antara Perilaku *Phubbing* Terhadap Komunikasi Interpersonal Orang Tua Dan Anak Pada Generasi Z Di Kota Bandung sebesar 26% dan 74% lainnya tidak ada dalam penelitian ini

REFERENSI

- [1] Afrilia, Mettasatya Ascharisa, A. S. A. (2020). *Buku Ajar Komunikasi Interpersonal* (1st ed.). Pustaka Rumah C1nta.
- [2] Nurul Mutmainnah, & Nidaul Islam. (2019). Penggunaan Gadget Terhadap Perilaku dan Intensitas Komunikasi Keluarga (Studi Kasus Kecamatan Soreang Kota Parepare). *KOMUNIDA : Media Komunikasi Dan Dakwah*, 9(2), 143–160. <https://doi.org/10.35905/komunida.v9i02.1120>
- [3] Al-Saggaf, Y., & Macculloch, R. (2019). Phubbing and Social Relationships: Results from an Australian Sample. *Journal of Relationships Research*. <https://doi.org/10.1017/jrr.2019.9>
- [4] Annur, C. M. (2022). *Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022*. Diambil dari : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022> (Akses: 28 Oktober 2022, 19.00)
- [5] Aunillah, R.-. (2020). Determinisme Teknologi: Perayaan Idul fitri di Saat Pandemi. *Sahafa Journal of Islamic Communication*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.21111/sjic.v3i1.4616>
- [6] Asmar, A. (2020). Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru dan Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(1), 54–64. <https://doi.org/10.21580/jid.v40.1.5298>
- [7] Ayu Isti Prabdari, L. R. R. (2019). *KOMUNIKASI KELUARGA DAN PENGGUNAAN SMARTPHONE OLEH ANAK*. 5–10.
- [8] Capilla Garrido, E., Issa, T., Gutiérrez Esteban, P., & Cubo Delgado, S. (2021). A descriptive literature review of phubbing behaviors. *Heliyon*, 7(5). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07037>
- [9] Creswell, J. W. (2019). *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Pustaka Pelajar.
- [10] Eny Ratnasari, F. D. O. (2020). PHUBBING BEHAVIOR IN YOUNG GENERATION (Relationship Between Mobile Addiction and Social Media Against Phubbing Behavior). *METAKOM: Jurnal Kajian Komunikasi*, 4(1), 20. \

- [11]Eva Yuliza, E. Y. (2021). Intensitas Penggunaan Gawai, Per “HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN GAWAI DENGAN PERILAKU PHUBBING PADA MAHASISWA. *Nathiqyyah*, 4(2), 15–26. <https://doi.org/10.46781/nathiqyyah.v4i2.356>
- [12]Faidlatul Habibah, A., & Irwansyah, I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>
- [13]Fitriansyah, F. (2018). Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial dalam Membentuk Perilaku Remaja). *Cakrawala*, 18(2), 1–8. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawalahttps://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- [14]Geovany, R. V., & Hasbiansyah, O. (2020). Fenomena Perilaku Phubbing dalam Etika Komunikasi. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 6(1), 80–83.
- [15]Habibah, F. A. I. (2021). Era Masyarakat Informasi sebagai Dampak Media Baru. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 350–363. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.255>
- [16]Hafizah, N., Adriansyah, M. A., & Permatasari, R. F. (2021). Kontrol Diri dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Perilaku Phubbing. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(3), 630. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i3.6504>
- [17]Handayani, A. P., & Husnita, H. (2021). Pengaruh Perilaku Phubbing terhadap Berkurangnya Intensitas Komunikasi Keluarga pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikatif*, 10(2), 167–184. <https://doi.org/10.33508/jk.v10i2.3370>
- [18]Ihsan, H. K., Ferdiansyah, D. S., & Yani, M. (2021). Perubahan Sosial Dan Tradisi Phubbing: Telaah Perilaku Komunikasi Masyarakat Digital Di Kelurahan Suryawangi, Lombok Timur. *Komunike*, 13(2), 133–146. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v13i2.4419>
- [19]Jihan, A., & Rusli, D. (2019). Pengaruh Faktor Kepribadian Terhadap Phubbing pada Generasi Milenial di Sumatera Barat. *Jurnal Riset Psikologi*, 3(2019), 2–11.
- [20]Kurniawan, A. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan* (N. M Nur (ed.)). Remaja Rosdakarya.
- [21]Kusnandar, V. B. (2022). *Ini Wilayah Paling Padat Penduduk di Jawa Barat pada Juni 2022*. Databoks.Katadata.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/10/ini-wilayah-paling-padat-penduduk-di-jawa-barat-pada-juni-2022>
- [22]Leuppert, R., & Geber, S. (2020). Commonly done but not socially accepted? Phubbing and social norms in dyadic and small group settings. *Communication Research Reports*, 00(00), 55–64. <https://doi.org/10.1080/08824096.2020.1756767>
- [23]Mannan, A. (2019). Etika Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Kepada Dosen Melalui Smartphone. *Jurnal Aqidah*, 5(1), 1–22.
- [24]Mardesci, H., & Mardesci, A. (2020). Pengaruh Perkuliahan dengan Metode dalam Jaringan (Daring) terhadap Minat Belajar Mahasiswa (Studi Kasus pada Program Studi Teknologi Pangan Universitas Islam Indragiri). *Jurnal Pendidikan : Riset Dan Konseptual*, 4(3), 357. https://doi.org/10.28926/riset_konseptual.v4i3.222
- [25]Nur B, A. (2020). *Phubbing & Komunikasi Sosial*.
- [26]Oxianus Sabarua, J., & Mornene, I. (2020). Komunikasi Keluarga dalam Membentuk Karakter Anak. *International Journal of Elementary Education*, 4(1), 83. <https://doi.org/10.23887/ijee.v4i1.24322>
- [27]Pahlevi, R. (2022). *Penetrasi Internet di Kalangan Remaja Tertinggi di Indonesia*. Diambil dari : <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/10/penetrasi-internet-di-kalangan-remaja-tertinggi-di-indonesia> (Akses : 31 Oktober 2022, 15.00)
- [28]Prabandari Ayu I, L. R. R. (2019). *KOMUNIKASI KELUARGA DAN PENGGUNAAN SMARTPHONE OLEH ANAK*. 5–10.
- [29]Purusa, V. S., & Suni, E. K. (2022). Pengaruh Media Podcast Terhadap Ketergantungan Masyarakat Usia Dewasa Awal di Indonesia. *Inter Script : Journal of Creative Communication*, 3(2), 13. <https://doi.org/10.33376/is.v3i2.1382>
- [30]Rahman, R., Kondoy, E., & Hasrin, A. (2020). Penggunaan Aplikasi Quizziz Sebagai Media Pemberian Kuis Dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan)*, 4(3), 60–66. <https://doi.org/10.36312/jisip.v4i3.1161>
- [31]Saputra, A. W., & Salim, M. (2022). *Pawitra Komunika jurnal komunikasi dan sosial humaniora PENGARUH INTENSITAS KOMUNIKASI KELUARGA TERHADAP PRESTASI BELAJAR ANAK DI SEKOLAH SUBURBAN YOGYAKARTA THE EFFECT OF FAMILY COMMUNICATION INTENSITY ON CHILDREN'S LEARNING*

ACHIEVEMENT IN SUB-URBAN SCHOOL YOGYAKARTA. 3(1).
<http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/pawitrakomunika>

- [32] Silalahi, U. (2018). *Metodologi Analisis Data Dan Interpretasi Hasil* (F. F. Nurul (ed.); 1st ed.). PT Refika Aditama.
- [33] Silalahi, U. (2017). *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif* (F. F. Nurul (ed.)). PT Refika Aditama.
- [34] Sinambela, L. P., & Sinambela, S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Monalisa (ed.); 1st ed.). PT Rajagrafindo Persada.
- [35] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi*. Alfabeta.
- [36] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen* (Setiyawami (ed.)). Alfabeta.
- [37] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.
- [38] Syahreza, M. F., & Tanjung, I. S. (2018). Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi UNIMED. *Jurnal Interaksi*, 2(1), 61–84.
- [39] Trimardhany, V. (2021). Komunikasi Antarpribadi Antara Anggota Keluarga dalam Mendukung Penderita Autoimun (ODAMUN). *COMMENTATE: Journal of Communication Management*, 1(1), 94. <https://doi.org/10.37535/103002120217>
- [40] Ummah, H. A. (2022). *Manajemen Industri Media Massa*. Syiah Kuala University Press.
- [41] Shilvina, W. (2022). Ada 68,66 Juta Generasi Z di Indonesia, Ini Sebarannya. DataIndonesia.Id. <https://daataindonesia.id/varia/detail/ada-6866-juta-generasi-z-di-indonesia-ini-sebarannya>
- [42] Wulandari, F. M. (2021). Apa itu Phubbing? Dan Seberapa Besar Sih Perilaku Phubbing yang Ada pada Kamu? ?. Diambil dari : <https://www.kompasiana.com/megafitriawulandari/5ff83f498ede487dfa29b242/apa-itu-phubbing-dan-seberapa-besar-sih-perilaku-phubbing-pada-dirimu> (Akses : 21 November 2022, 20.00)
- [43] Youarti, I. E., & Hidayah, N. (2018). Perilaku Phubbing Sebagai Karakter Remaja Generasi Z. *Jurnal Fokus Konseling*, 4(1), 143. <https://doi.org/10.26638/jfk.553.2099>
- [44] Yusuf, F. (2018). UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN KUANTITATIF. *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>