

**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN *SMARTPHONE*  
TERHADAP PERILAKU *PHUBBING* MAHASISWA  
ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2020-2023  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**CITRA ANDINI**

**208530046**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 23/10/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN *SMARTPHONE*  
TERHADAP PERILAKU *PHUBBING* MAHASISWA  
ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2020-2023  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Medan Area

**OLEH:  
CITRA ANDINI  
208530046**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 23/10/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Penggunaan *Smartphone*  
Terhadap Perilaku *Phubbing* Mahasiswa Ilmu  
Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan  
Area  
Nama : Citra Andini  
NPM : 208530046  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Disetujui Oleh

Komisi Pembimbing



Angga Tinova Yudha, S.I.Kom, M.I.Kom

Pembimbing



Dr. Walid Mustafa Sembiring, S.Sos, M.IP

Dekan



Dr. Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP

Ka.Prodi

Tanggal Lulus : 19 Agustus 2024

### HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 19 Agustus 2024



Citra Andini  
208530046

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Citra Andini  
NPM : 208530046  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Intensitas Penggunaan *Smartphone* Terhadap Perilaku *Phubbing* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Kota Medan  
Pada tanggal : 19 Agustus 2024

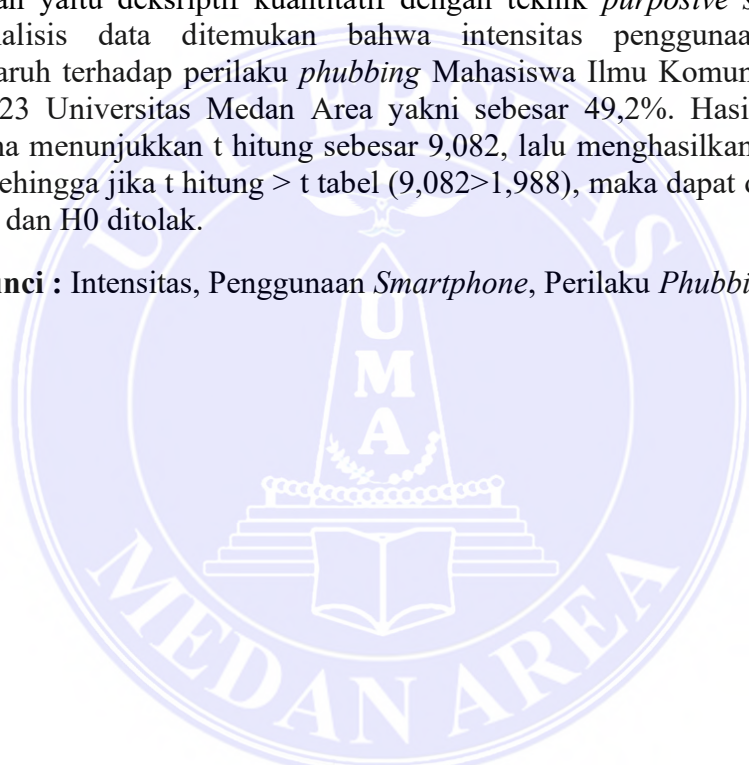
Yang menyatakan,

  
(Citra Andini)

## ABSTRAK

Penggunaan *smartphone* yang semakin intens mempengaruhi perilaku dan gaya hidup mahasiswa dengan mengikuti tren yang ada, sehingga tanpa disadari mengabaikan orang lain atau lingkungan sekitar. Fenomena ini disebut *phubbing* yang menunjukkan sikap menyakiti lawan bicara dengan menggunakan *smartphone* secara berlebihan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dan seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan *smartphone* terhadap perilaku *phubbing* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area. Penelitian ini menggunakan teori ketergantungan media, yang menyatakan bahwa ketika seseorang semakin bergantung pada suatu media untuk memenuhi kebutuhannya, Maka media tersebut menjadi semakin penting untuk orang itu. Metode yang digunakan yaitu deksriptif kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*. Hasil dari analisis data ditemukan bahwa intensitas penggunaan *smartphone* berpengaruh terhadap perilaku *phubbing* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area yakni sebesar 49,2%. Hasil regresi linear sederhana menunjukkan  $t$  hitung sebesar 9,082, lalu menghasilkan  $t$  tabel sebesar 1,988, Sehingga jika  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $9,082 > 1,988$ ), maka dapat disimpulkan  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

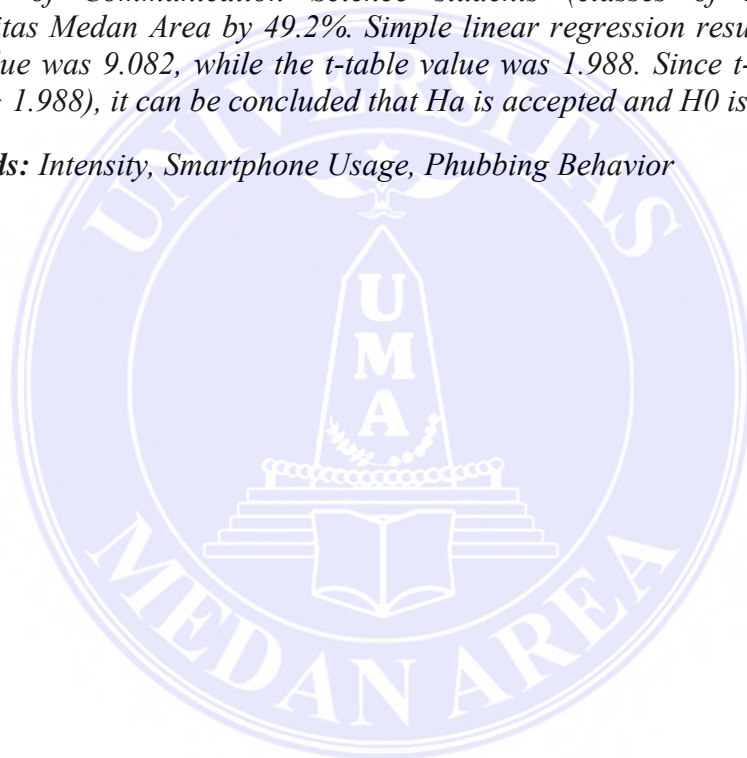
**Kata kunci :** Intensitas, Penggunaan *Smartphone*, Perilaku *Phubbing*



## ABSTRACT

*The increasing intensity of smartphone use has influenced student behavior and lifestyle by following existing trends, which often unconsciously leads to ignoring others or the surrounding environment. This phenomenon is called phubbing, which refers to the act of hurting a conversation partner by excessively using a smartphone. This study aimed to determine the effect and the extent of the effect of smartphone usage intensity on the phubbing behavior of Communication Science students at Universitas Medan Area. The study employed the media dependency theory, which states that the more a person depends on a medium to fulfill their needs, the more important that medium becomes to them. The method used was descriptive quantitative with purposive sampling technique. The data analysis results revealed that the intensity of smartphone usage influenced the phubbing behavior of Communication Science students (classes of 2020–2023) at Universitas Medan Area by 49.2%. Simple linear regression results showed that the  $t$ -value was 9.082, while the  $t$ -table value was 1.988. Since  $t$ -value  $>$   $t$ -table ( $9.082 > 1.988$ ), it can be concluded that  $H_a$  is accepted and  $H_0$  is rejected.*

**Keywords:** *Intensity, Smartphone Usage, Phubbing Behavior*



## RIWAYAT HIDUP

Penulis dengan nama lengkap Citra Andini lahir di Sambirejo Timur, pada tanggal 17 Juli 2002, anak dari Bapak Dedy Syahputra dan Ibu Suriana. Penulis merupakan putri kedua dari tiga bersaudara. Tahun 2020, penulis lulus dari SMAS Cerdas Murni Jl. Beringin No.33, Tembung, Kec. Percut Sei Tuan, Kab. Deli Serdang Prov. Sumatera Utara dan pada tahun 2020 terdaftar sebagai Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Program studi Ilmu Komunikasi, Universitas Medan Area.

Penulis pernah bergabung dalam Organisasi Internal yaitu IMAJINASI FISIP UMA Periode 2022-2023 menjabat sebagai Sekretaris Divisi Humas. Selama mengikuti perkuliahan, penulis melaksanakan praktek kerja lapangan (PKL) di Instansi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Medan yang beralamat Jl. Sidorukun No.35, Pulo Brayan Darat II, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20239.



## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, atas rahmat dan hidayahnya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan dengan judul "**Pengaruh Intensitas Penggunaan Smartphone Terhadap Perilaku Phubbing Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area**" Penelitian ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini, Penulis telah menerima banyak bantuan dalam bentuk pengajaran, bimbingan, serta arahan dari berbagai pihak, Maka dari itu penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis dengan tulus menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Walid Musthafa Sembiring, S.Sos, M.IP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Bapak Dr. Selamat Riadi, SE,M.I.Kom selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dan Bapak Dr.Taufik Wal Hidayat, S.Sos, M.AP selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.
2. Bapak Angga Tinova Yudha, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dosen pembimbing yang telah sabar memberikan bimbingan, arahan, motivasi kepada penulis sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan baik. Dan Ibu Agnita Yolanda, B.Comm, M.Sc, selaku Sekretaris pembimbing Skripsi.
3. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta seluruh staf administrasi FISIP Universitas Medan Area yang telah membantu dalam keperluan administrasi peneliti selama perkuliahan.
4. Kepada kedua Orang Tua tercinta Bapak Dedy Syahputra dan Ibu Suriana, orang hebat yang selalu memberi dukungan,materi, semangat, motivasi, perhatian dan kasih sayang serta doa untuk keberhasilan penulis. Ucapan terima kasih kepada abang kandung penulis Muhammad Arif Prasetyo dan kakak ipar Nadia serta adik kandung Devi Aprillia yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi.

5. Kepada Sri Widiasti, terimakasih sudah banyak membantu dalam proses apapun yang penulis lakukan sejauh ini, semoga kebaikanmu dibalas sama Allah SWT.
6. Kepada teman-teman seperjuangan selama perkuliahan, Alicia Fazira, Aqilla Shafinaz dan Adelia Natacha, serta teman-teman lain Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu terimakasih atas doa, bantuan, dan dukungannya kepada penulis sejauh ini, semoga hubungan pertemanan kita terus terjalin sampai kapanpun.
7. Kepada Fathur Rahman Manik, A.Md. Ds, terimakasih telah menjadi partner dalam segala hal yang baik, yang sudah membantu meluangkan waktunya, mendukung penulis dalam pengerjaan skripsi ini dan memberikan semangat untuk terus maju dan jangan menyerah dalam segala hal, untuk meraih apa yang menjadi impian penulis serta tidak pernah berhenti mendengarkan keluh kesah penulis.
8. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri Citra Andini atas kerja keras dan perjuangan yang dilakukan hingga saat ini. Meskipun proses penyusunan skripsi ini penuh tantangan, tidak pernah memutuskan menyerah berapa pun tingkat kesulitannya, dan menyelesaikan dengan sebaik mungkin, ini merupakan sebuah pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Sebagai manusia biasa Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki oleh penulis, maka dari itu penulis memohon maaf, penulis siap menerima kritik yang membangun. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya.

Medan, 19 Agustus 2024  
Penulis

(Citra Andini)

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Hipotesis Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.5.2 Manfaat Praktis.....	9
1.5.3 Manfaat Akademis.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Media Baru ( <i>New Media</i> ) .....	10
2.2 Terpaan Media .....	10
2.3 Intensitas penggunaan <i>Smartphone</i> .....	11
2.3.1 Pengertian Intensitas .....	11
2.3.2 Pengertian <i>Smartphone</i> .....	12
2.3.3 Dampak Penggunaan <i>Smartphone</i> .....	13
2.4 Teori Ketergantungan Media.....	15
2.5 Perilaku <i>Phubbing</i> .....	22
2.5.1 Pengertian Perilaku <i>Phubbing</i> .....	22
2.5.2 Ciri Ciri Perilaku <i>Phubbing</i> .....	23
2.5.3 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku <i>Phubbing</i> .....	24
2.5.4 Aspek Aspek Perilaku <i>Phubbing</i> .....	28
2.6 Penelitian Terdahulu.....	29
2.7 Kerangka Pemikiran .....	32
2.8 Variabel Penelitian .....	32
2.9 Definisi Operasional Variabel .....	33
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	36
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1 Populasi .....	36
3.3.2 Sampel.....	37
3.3.3 Teknik <i>Purposive Sampling</i> .....	38

3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	39
3.4.1	Penelitian Lapangan .....	39
3.4.2	Penelitian Pustaka .....	40
3.5	Teknik Analisis Data .....	40
3.5.1	Analisis Tabel Silang ( <i>Crosstab</i> ) .....	40
3.5.2	Analisis Tabel Tunggal .....	41
3.6	Skala Pengukuran .....	41
3.7	Interval Korelasi Person .....	43
3.8	Uji Keabsahan Data .....	44
3.8.1	Uji Validitas .....	44
3.8.2	Uji Reliabilitas .....	46
3.9	Uji Hipotesis .....	47
3.9.1	Uji Parsial (Uji T) .....	48
3.9.2	Uji Simultan (Uji F) .....	48
3.9.3	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	49
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1	Lokasi Penelitian .....	50
4.2	Gambaran Umum Responden .....	51
4.3	Analisis Data Tabel Tunggal Variabel X .....	54
4.4	Analisis Data Tabel Tunggal Variabel Y .....	62
4.5	Analisis Data <i>Crosstabulations</i> .....	71
4.6	Uji Hipotesis .....	85
4.7	Pembahasan .....	88
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>91</b>
5.1	Kesimpulan.....	91
5.2	Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>93</b>
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Aktif <i>Smartphone</i> .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4.1 Logo Universitas Medan Area .....	50



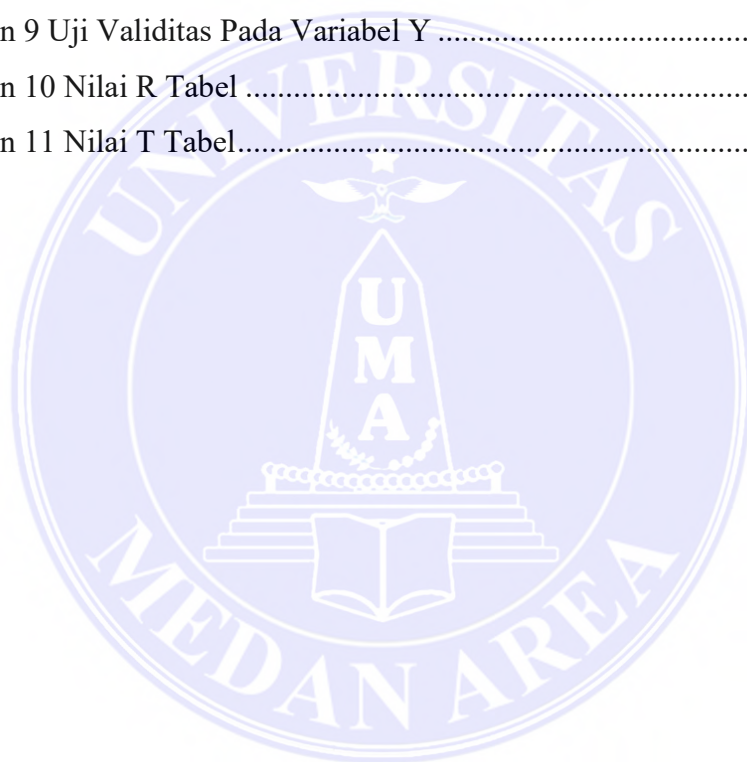
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa/i Ilmu Komunikasi Fisipol Uma.....	37
Tabel 3.2 Contoh Pertanyaan dengan Skala Likert.....	43
Tabel 3.3 Interpretasi Terhadap Koefisien Kolerasi.....	44
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	45
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	45
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Crobach Alpha .....	47
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	52
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tahun Angkatan.....	53
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama penggunaan <i>smartphone</i> .....	53
Tabel 4.5 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan X1 .....	54
Tabel 4.6 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan X2 .....	55
Tabel 4.7 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan X3 .....	55
Tabel 4.8 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan X4 .....	56
Tabel 4.9 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan X5 .....	57
Tabel 4.10 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan X6 .....	57
Tabel 4.11 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan X7 .....	58
Tabel 4.12 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan X8 .....	59
Tabel 4.13 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan X9 .....	59
Tabel 4.14 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan X10 .....	60
Tabel 4.15 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan X11 .....	61
Tabel 4.16 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan X12 .....	61
Tabel 4.17 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan Y1 .....	62
Tabel 4.18 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan Y2 .....	63
Tabel 4.19 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan Y3 .....	63
Tabel 4.20 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan Y4 .....	64
Tabel 4.21 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan Y5 .....	64
Tabel 4.22 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan Y6 .....	65
Tabel 4.23 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan Y7 .....	65

Tabel 4.24 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan Y8 .....	66
Tabel 4.25 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan Y9 .....	67
Tabel 4.26 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan Y10 .....	67
Tabel 4.27 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan Y11 .....	68
Tabel 4.28 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan Y12 .....	68
Tabel 4.29 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan Y13 .....	69
Tabel 4.30 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan Y14 .....	70
Tabel 4.31 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan Y15 .....	70
Tabel 4.32 Jawaban Responden Pada Butir Pertanyaan Y16 .....	71
Tabel 4.33 Merasa lebih mudah memahami informasi yang disajikan melalui <i>smartphone</i> *Ketika mengerjakan tugas, responden sering sering memeriksa <i>smartphone</i> terlebih dahulu.....	72
Tabel 4.34 Merasa lebih mudah menyelesaikan tugas dengan bantuan <i>smartphone</i> * Saat bangun tidur yang pertama kali responden cari adalah <i>smartphone</i> .....	74
Tabel 4.35 Sering menggunakan <i>smartphone</i> untuk mencari informasi dan hiburan * Responden akan segera mengakhiri pembicaraan dengan teman jika ada telepon masuk .....	76
Tabel 4.36 Sering menggunakan <i>smartphone</i> untuk menghindari interaksi sosial secara langsung * Akan segera merespon pesan masuk (sms/chat) meskipun sedang berbicara dengan teman .....	78
Tabel 4.37 Merasa sulit untuk lepas dari <i>smartphone</i> bahkan ketika sedang melakukan aktivitas lain * Saat saya berbicara dengan teman, saya suka mengirim pesan.....	80
Tabel 4.38 Sering menggunakan <i>smartphone</i> untuk bermain media sosial * Selalu menggunakan <i>smartphone</i> setiap waktu .....	83
Tabel 4.39 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	85
Tabel 4.40 Hasil Uji F .....	86
Tabel 4.41 Hasil Uji T .....	86

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	96
Lampiran 2 Surat Pengantar Riset .....	100
Lampiran 3 Surat Pengambilan Data/Riset .....	101
Lampiran 4 Surat Selesai Riset .....	102
Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian Responden ( <i>Google Formulir</i> ) .....	103
Lampiran 6 Jawaban Responden Pada Variabel X .....	104
Lampiran 7 Jawaban Responden Pada Variabel Y .....	108
Lampiran 8 Uji Validitas Pada Variabel X .....	112
Lampiran 9 Uji Validitas Pada Variabel Y .....	114
Lampiran 10 Nilai R Tabel .....	116
Lampiran 11 Nilai T Tabel.....	118





## BAB I

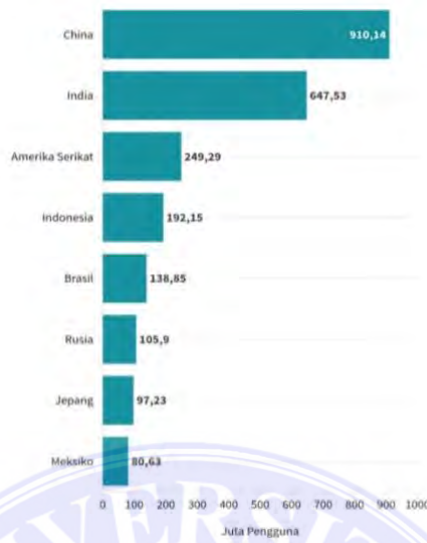
### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan zaman yang semakin kekinian, komunikasi interpersonal pun mengalami perubahan. Di era pra-digital, individu berbicara secara verbal dan tatap muka. Namun, dengan pesatnya perkembangan alat komunikasi, pertemuan tatap muka tidak lagi diperlukan untuk penyampaian pesan. Ini adalah perangkat yang dapat mengirim pesan dalam beberapa detik, seperti halnya *smartphone* atau ponsel. Hidup seseorang menjadi lebih mudah dengan ponsel atau *smartphone* berkat desainnya yang serbaguna dan fitur-fiturnya yang bermanfaat.

*Smartphone* menyediakan beragam aplikasi yang mendukung pendidikan, hiburan, dan komunikasi melalui media sosial seperti Line, Instagram, Facebook, Twitter, dan Whatsapp, serta program lainnya (Andreassen & Pallesen, 2014). Koneksi *internet* pada *smartphone* memungkinkan pengguna untuk menembus batas-batas dimensi kehidupan, ruang, dan waktu, sehingga *smartphone* dapat diakses oleh siapa pun, kapan pun, dan di mana pun (Doni, 2017).

Lantaran harganya semakin terjangkau, *smartphone* telah menjadi barang yang dapat dimiliki oleh semua kalangan. Dampaknya terlihat pada peningkatan jumlah pangsa pasar *smartphone* yang terus meningkat Berdasarkan data *newzoo* dilansir dari *dataindonesia.id,2022* Indonesia menempati posisi keempat sebagai negara dengan jumlah pengguna *smartphone* terbanyak setelah China, India, dan Amerika Serikat mencapai 192,15 juta orang.



**Gambar 1.1 Grafik Pengguna Aktif Smartphone**

Sumber: Newzoo, 2023

Menurut Dimitri Mahayana dari Institut Teknologi Bandung, sekitar 5-10% dari pengguna *gadget* atau pecandu *smartphone* terbiasa menyentuh perangkat mereka sebanyak 100-200 kali dalam sehari. Dalam sebuah survei lainnya disebutkan bahwa perempuan rata-rata menghabiskan waktu 10 jam setiap hari dengan *smartphone* mereka, sedangkan laki-laki menghabiskan rata-rata 8 jam setiap hari (Roberts, Yaya & Manolis, 2014).

Kehadiran *smartphone* telah mengubah dan menciptakan kebiasaan baru dalam interaksi masyarakat Indonesia. Pada awalnya, masyarakat memiliki kebiasaan untuk saling menghormati dan memperhatikan satu sama lain saat berkomunikasi. Namun, dengan kehadiran *smartphone*, individu seringkali lebih fokus pada penggunaan perangkatnya sendiri. Terlalu banyak waktu yang dihabiskan untuk menatap *smartphone* dapat menyisakan sedikit kesempatan untuk berinteraksi sosial. *smartphone* seharusnya memudahkan orang untuk terhubung satu sama lain, namun juga dapat mempersulit orang untuk berinteraksi

satu sama lain. Dalam konteks ini, media massa mengalami transformasi karena *smartphone* sekarang menjadi subjek dalam kajian media massa dalam ilmu komunikasi. Kemampuan masyarakat dalam mengarahkan, mengawasi, dan melahirkan ide-ide baru berasal dari media massa.

Beberapa pakar bahasa, komunikasi, dan teknologi di Australia berkolaborasi dengan Macquarie Dictionary dan menciptakan istilah-istilah baru untuk menggambarkan perilaku yang sudah menjadi rutinitas manusia sehari-hari (Haigh, 2012). Keasyikan masyarakat dengan *smartphone* saat ini menjadi fenomena sosial yang populer, dimana kita sering melihat sekelompok orang berkumpul namun kurangnya interaksi antar individu karena salah satu dari mereka lebih fokus pada *smartphone*-nya. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *smartphone* berpengaruh terhadap perubahan perilaku seseorang.

*Smartphone* telah menjadi suatu kebutuhan dalam masyarakat, mengakibatkan banyak orang menjadi kurang sosial, bahkan dalam situasi atau acara tertentu, kehilangan percakapan langsung antara individu. Interaksi antar manusia telah berubah menjadi interaksi online sejak kemunculan *smartphone*. Perangkat tersebut dapat menciptakan ketergantungan pada pengguna dan perilaku menunda-nunda dalam menjalankan aktivitas atau pekerjaan (Salehah, 2019).

Banyak mahasiswa di kampus yang sibuk dengan urusannya sendiri, sehingga tanpa sengaja mereka mengabaikan teman dan lingkungannya. Keadaan seperti ini umumnya disebut *Phubbing*, yang merujuk pada perilaku mengabaikan lawan bicara akibat penggunaan *smartphone* yang berlebihan. *Phubbing* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan situasi ini, yaitu tindakan

mengabaikan lawan bicara karena menggunakan *smartphone* secara berlebihan. Kata *phubbing* merupakan kombinasi dari istilah "*phone*", yang berarti penggunaan telepon, dan "*snubbing*", yang berarti penggunaan *smartphone* secara berlebihan dengan cara yang merugikan lawan bicara. "*phubber*" mengacu pada individu yang mulai melakukan *phubbing* dalam pertemuan sosial, dan "*phubbee*" mengacu pada orang yang melakukan *phubbing*. *Phubber* dan *phubbee* dapat hidup berdampingan dalam satu orang (Chotpitayasunondh, 2016).

*Phubbing* terjadi ketika seseorang tampak memperhatikan lawan bicara meskipun matanya sering tertuju pada *smartphone* (Youarti & Hidayah, 2018). Ketergantungan pada *smartphone* dapat menyebabkan kecanduan pada perilaku *Phubbing* dalam kasus tertentu. *Phubbing* diartikan sebagai tindakan yang sengaja menghina lawan bicara. Hal ini dipandang negatif karena menunjukkan penggunaan *smartphone* yang tidak tepat, yang dapat memperburuk hubungan antarpribadi. Perilaku *phubbing* yang berkepanjangan dapat merusak hubungan seiring berjalannya waktu.

Perilaku *phubbing* muncul karena manusia cenderung terlalu bergantung pada *smartphone*, sehingga seseorang menjadi terlalu fokus pada perangkat tersebut dan kurang peduli terhadap lingkungan sekitarnya. Seseorang mungkin melakukan *phubbing* untuk menghindari rasa bosan dan ketidaknyamanan dalam mendengarkan orang lain. Dengan demikian, empati dan simpati yang tulus seringkali hilang dalam percakapan atau komunikasi tatap muka.

Perilaku *phubbing* yang ada di masyarakat secara tidak sengaja dapat mengubah gaya komunikasi seseorang karena penggunaan *smartphone* berlebihan. Perilaku *phubbing* dapat menyebabkan seseorang terperosok dalam

pola yang mempengaruhi interaksinya dengan orang lain, cara berbicara, dan apa yang dibicarakan (Gifary, 2015).

Perilaku *phubbing* dapat menyerang siapapun terlebih lagi di kalangan mahasiswa saat ini. Perilaku *phubbing* dalam kehidupan sehari-hari adalah saat terjadi di lingkungan kampus khususnya dalam kelas ketika dosen sedang menjelaskan materi perkuliahan. Banyak para mahasiswa seringkali didapati mengecek *smartphone* yang diletak di atas meja. Bahkan dalam situasi di mana seseorang menggunakan *smartphone*-nya sambil berbicara dengan seseorang secara tatap muka. Meskipun individu yang bersangkutan mendengarkan dan menjawab, hal ini juga merupakan contoh perilaku *phubbing*.

Penggunaan *smartphone* yang tinggi di kalangan mahasiswa dapat mengarah pada perilaku *phubbing*, Karena *phubbing* adalah masalah yang ada di Indonesia, penelitian ini dianggap penting untuk dilakukan. Hingga saat ini penelitian tentang *phubbing* masih terbatas. Karena banyak masyarakat masih menganggap fenomena *phubbing* hal yang biasa. Perilaku *phubbing*, juga dikenal sebagai perilaku mengabaikan lawan bicara, Manajemen interaksi dan pola pikir yang berorientasi pada orang merupakan prasyarat untuk komunikasi yang efektif. Orang harus bisa menunjukkan rasa hormat kepada lawan bicaranya agar orang tersebut tidak merasa diabaikan dan menumbuhkan komunikasi dua arah (Hanika, 2020).

Mahasiswa sering melakukan aktivitas *phubbing*, namun sebagian besar dari mereka belum tahu atau bahkan tidak tahu sama sekali istilah *phubbing*. Beberapa mahasiswa terus terlibat dalam fenomena *phubbing*, melihatnya sebagai masalah besar. Teknologi *smartphone* memudahkan terjadinya perilaku *phubbing* yang

membuat lawan bicara merasa diabaikan dan terjadi secara tidak sengaja. Tentunya hal ini tidak dapat disetujui karena tindakan *phubbing* dapat menghambat komunikasi.

Pelajar menjadi sasaran empuk *phubbing* karena mereka termasuk generasi milenial yang tidak bisa hidup tanpa *smartphone*. Kemudian dapat diketahui bahwa kelompok atau komunitas ini banyak menjadi subjek dan objek penelitian mengingat generasi milenial merupakan kelompok yang sangat besar dan sering menggunakan *smartphone*. Karena *phubbing* sering terjadi di kampus, antara mahasiswa dan antara mahasiswa dengan dosen, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitiannya di lokasi tersebut.

Pada bulan Oktober, peneliti melakukan observasi awal menemukan bahwa tiga Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area secara tidak sengaja melakukan kegiatan *phubbing* saat menunggu dosen pembimbing mereka. Dari lima orang tersebut, tiga di antaranya sibuk menggunakan *smartphone* selama menunggu giliran dengan dosen yang sama. Pada awal 30 menit pertama, kelima orang tersebut masih aktif berkomunikasi satu sama lain, namun setelah itu, selama sekitar satu jam berikutnya, tiga dari mereka mulai lebih banyak fokus pada *smartphone* mereka. Meskipun ada saat-saat di mana mereka kembali berbicara singkat, dua orang lainnya tetap terlibat dalam percakapan intensif karena menemukan topik obrolan yang menarik.

Berdasarkan penjelasan diatas, Peneliti tertarik untuk meneliti fenomena *phubbing* yang terjadi terutama di kalangan mahasiswa. Dalam penelitian ini, banyak orang, terutama mahasiswa, sering kali menggunakan *smartphone* dengan

intensitas yang tinggi. Mahasiswa cenderung lebih sering menggunakan *smartphone* mereka daripada berinteraksi langsung dengan orang lain. Karena *smartphone* yang dimiliki mahasiswa dapat memperparah interaksi sosial dan berdampak pada perilaku mahasiswa, keluarga, dan masyarakat luas karena mereka tidak selalu memperhatikan keadaan di sekitarnya, termasuk dalam hubungannya dengan rekan kerja dan orang terdekatnya. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk meneliti pada Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area dengan judul penelitian **“Pengaruh Intensitas Penggunaan *Smartphone* Terhadap Perilaku *Phubbing* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang penelitian yang telah dipaparkan diatas, adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh intensitas penggunaan *smartphone* terhadap perilaku *phubbing* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area?
2. Seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan *smartphone* terhadap perilaku *phubbing* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh intensitas penggunaan *smartphone* terhadap perilaku *phubbing* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area.

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan *smartphone* terhadap perilaku *phubbing* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area.

#### 1.4 Hipotesis Penelitian

Menurut (Kriyanto, 2006:28) Hipotesis merupakan suatu asumsi atau pernyataan yang belum dipastikan kebenarannya dan perlu diuji terlebih dahulu. Hipotesis ini sifatnya sementara atau merupakan dugaan awal. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh variabel *independen* (X), yaitu intensitas penggunaan *smartphone* terhadap variabel *dependen* (Y), yaitu perilaku *phubbing*. Oleh karena itu, hipotesisnya dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Hipotesis Alternatif ( $H_a$ ): Terdapat pengaruh penggunaan intensitas *smartphone* terhadap perilaku *phubbing* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area.
2. Hipotesis Nol ( $H_0$ ): Tidak terdapat pengaruh intensitas penggunaan *smartphone* terhadap perilaku *phubbing* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area.

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat yang dipandang dari tiga aspek yakni manfaat teoritis, manfaat praktis, dan manfaat akademis.

##### 1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh intensitas penggunaan *smartphone* terhadap perilaku *phubbing*. Penelitian ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan



teori komunikasi, khususnya teori ketergantungan media (*Media dependency theory*), *New media*, Terpaan media dan juga teori perilaku *phubbing*.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat mengedukasi masyarakat khususnya mahasiswa ilmu komunikasi mengenai dampak intensitas *smartphone* terhadap perilaku *phubbing*. Materi ini dapat digunakan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang risiko *phubbing* dan cara menghindarinya. *Phubbing* merupakan tindakan tidak bersahabat yang dapat mengganggu hubungan interpersonal.

### 1.5.3 Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang mengkaji perilaku *phubbing*. Penelitian ini berpotensi dijadikan bahan kajian bagi para akademisi yang mengembangkan teori dan praktik komunikasi.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Media Baru (*New Media*)

Media baru atau *new media* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan segala bentuk media komunikasi massa yang menggunakan teknologi komunikasi dan informasi. Salah satu contoh utama dari media baru adalah *internet*, yang didefinisikan sebagai jaringan kabel dan satelit telepon yang menghubungkan komputer (Vivian, 2008 : 263).

*Smartphone* merupakan salah satu bentuk media komunikasi dalam kategori *new media*. Semua aplikasi yang ada di dalam *smartphone* berbasis *internet*, sehingga menjadikan *smartphone* sebagai perangkat yang tidak terpisahkan dari penggunanya.

Kehidupan modern masa kini membuat mahasiswa seakan wajib mempunyai *smartphone*. Segala bentuk aplikasi media yang terdapat dalam *smartphone* semuanya merupakan bentuk *new media* yang dikemas apik sehingga mampu membuat pengguna terkhusus mahasiswa tertarik mengkonsumsi aplikasi tersebut.

#### 2.2 Terpaan Media

Terpaan merupakan tingkat di mana audiens terpapar dengan pesan-pesan yang disebarkan oleh media. Menurut (Ardianto, 2014), terpaan melibatkan kegiatan seperti mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media serta memperoleh pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, baik pada tingkat individu maupun kelompok. Tujuan dari terpaan media adalah untuk menghimpun informasi tentang penggunaan media, termasuk jenis media yang digunakan,

frekuensi penggunaan, dan durasi penggunaan. Media yang termasuk dalam kategori ini mencakup media audio, audiovisual, media cetak, dan media *online*.

Kecanduan *smartphone* muncul sebagai hasil dari terpaan media yang berkelanjutan. Pengguna yang secara rutin menerima terpaan media secara bertahap, tanpa menyadarinya, membuat dirinya sulit untuk melepaskan diri dari penggunaan *smartphone*.

Dalam konteks ini, kecanduan ponsel pintar berkembang sebagai akibat dari seringnya penggunaan perangkat, yang menyebabkan pengguna menjadi terbiasa dan bergantung pada perangkat tersebut. Masalah ini disebabkan oleh penggunaan ponsel pintar yang terus berlanjut. Akibat tambahan dari kecanduan ini akan mengganggu perilaku pengguna khususnya pelajar, baik dalam perilaku sosial maupun komunikasi.

## **2.3 Intensitas Penggunaan *Smartphone***

### **2.3.1 Pengertian Intensitas**

Menurut (Tubbs & Moss., 1983) intensitas merupakan aktivitas yang bergantung pada waktu. Sebuah praktik yang biasanya terkenal sepanjang masa. Dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti frekuensi dan lamanya terjadinya suatu kegiatan, maka dapat diketahui tingkat intensitasnya (Marhaeni, 2012). Frekuensi penggunaan suatu elemen selama jangka waktu tertentu disebut frekuensinya, Derajat frekuensi dapat diartikan sebagai indikator berapa kali seseorang melakukan suatu tugas tertentu, Durasi adalah jumlah waktu yang dihabiskan untuk suatu aktivitas. Keadaan tingkat atau pengukuran intensitas disebut intensitas. Seseorang dapat mendefinisikan intensitas sebagai Tegas, besar, atau kecil.

Intensitas dapat dijelaskan dengan merujuk pada beberapa definisi yang dijelaskan diatas, intensitas dapat diartikan sebagai besaran yang bermanifestasi sebagai energi yang bergantung pada frekuensi dan durasi stimulus fisik yang diterima.

Berdasarkan apa yang telah disampaikan mengenai pengertian intensitas, maka intensitas penggunaan *smartphone* merujuk pada seberapa sering dan lama seseorang menggunakan *smartphone*. Frekuensi mengacu pada jumlah penggunaan *smartphone* dalam periode waktu tertentu, sementara durasi mengukur berapa lama waktu yang dihabiskan untuk menggunakan *smartphone*.

### 2.3.2 Pengertian *Smartphone*

Kata "*smartphone*" merupakan kata majemuk bahasa Inggris yang menggabungkan arti "*smart*" (pintar) dan "*phone*" (telepon). Oleh karena itu, telepon pintar, disebut juga ponsel pintar, adalah telepon seluler portabel dengan fitur dan pengoperasian canggih yang serupa dengan komputer. Karena fitur ini, ponsel cerdas dapat diibaratkan sebagai komputer kecil portabel. Sistem operasi termasuk Windows Phone, RIM BlackBerry, Android, dan iPhone OS digunakan oleh *smartphone*. Mereka jauh lebih kuat dibandingkan ponsel standar karena dikategorikan sebagai ponsel berperforma tinggi dengan kemampuan komputasi seluler.

Bagi beberapa orang, Ada yang memandang *smartphone* sebagai perangkat yang menjadi tumpuan pengembangan aplikasi dengan memanfaatkan perangkat lunak sistem operasi secara penuh. Ada pula yang mendefinisikan *smartphone* sebagai ponsel dengan fungsionalitas tingkat lanjut seperti akses *internet*, email, membaca e-book, keyboard, dan koneksi VGA. Secara sederhana, ponsel pintar

merupakan perangkat komputasi kecil yang berfungsi ganda sebagai telepon.

*Smartphone* aslinya menggabungkan fitur telepon genggam atau ponsel kamera dengan *personal digital Assistant* (PDA). Seiring berkembangnya *smartphone*, *smartphone* kini dapat digunakan sebagai unit GPS, kamera saku digital berbiaya rendah, pemutar media portabel, dan kamera video saku. Selain memiliki tampilan layar sentuh beresolusi tinggi, ponsel cerdas modern kini dilengkapi *Internet broadband* dan akses data WiFi, serta *browser* yang dapat melihat seluruh *web* seperti di PC.

Menurut (Williams, B. K., & Sawyer, 2011:67), *Smartphone* adalah ponsel yang memiliki modem, memori, layar, dan mikroprosesor internal. Menggabungkan fitur komputer pribadi dan telepon seluler, perangkat multimedia ini adalah *smartphone*. *Smartphone* canggih dengan fitur-fitur seperti pesan teks, kamera, pemutar musik, pemutar video, permainan, akses email, televisi digital, mesin pencari, kemampuan pengelolaan informasi pribadi, GPS, layanan telepon internet, dan bahkan kemampuan untuk menggunakan kartu kredit.

### 2.3.3 Dampak Penggunaan *Smartphone*

Menurut (Sarwar, M., & Soomro, 2013) bahwa penggunaan *smartphone* meningkatkan kehidupan manusia dalam beberapa cara, termasuk:

a) Bisnis, Penggunaan *smartphone* berkontribusi terhadap penciptaan, pertumbuhan, dan penjualan aplikasi *smartphone* serta peningkatan jumlah pengguna *smartphone*. Penyedia telekomunikasi, distributor, dan penyedia layanan *internet* semuanya berkembang di industri ini sesuai dengan gagasan ini. sejalan dengan kebutuhan pelanggan yang terus berkembang dan mempunyai konsekuensi terhadap semakin meluasnya pasar konsumen.

b) Pendidikan juga memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas hidup manusia. Kemajuan teknologi informasi mempengaruhi paradigma pendidikan yang ada, yang membutuhkan aksesibilitas yang lebih mudah terhadap pendidikan. Salah satu contohnya adalah penggunaan *smartphone* dalam konteks pendidikan. Penggunaan *internet* oleh pelajar saat ini semakin umum terjadi, memungkinkan mereka untuk dengan efisien mencari informasi yang dibutuhkan. Meskipun demikian, penggunaan *smartphone* juga membawa dampak lain seperti penggunaan untuk pesan, media sosial, email, permainan, atau menonton video, yang dapat menjadi gangguan bagi pelajar dan mengarah pada perilaku negatif seperti mencontek menggunakan *smartphone*.

c) Kesehatan, saat ini banyak individu menggunakan tablet dan *smartphone* untuk mengakses informasi tentang kesehatan. Hingga 10 juta orang Amerika menggunakan ponsel pintar sebagai sarana untuk mendapatkan akses terhadap layanan kesehatan dan fasilitas terkait. Aplikasi yang dapat memantau masalah kesehatan secara menyeluruh dan dapat diakses secara langsung oleh tenaga medis diharapkan akan muncul di masa depan.

d) Dampak psikologis, Pengguna *smartphone* mungkin mengalami lebih sedikit stres dalam aktivitas sehari-hari. Dengan penggunaan *smartphone*, masyarakat dapat terus mengetahui informasi terkini yang sedang beredar dan berinteraksi dengan teman dan keluarga dengan lebih mudah. Psikologi memiliki konsep yang disebut “*use it*” or “*lose it*” yang bila diterapkan secara bijak dalam kehidupan sehari-hari, dapat membantu menjaga fungsi otak. Masalah kecanduan *smartphone* atau yang dikenal dengan gangguan kecanduan komunikasi merupakan salah satu masalah yang sedang mendapat banyak perhatian. Salah

satu definisi kecanduan *smartphone* adalah kebutuhan akan koneksi terus-menerus bahkan dalam situasi yang tampaknya tidak diperlukan. Dampak psikologis lainnya adalah orang lebih suka melihat *smartphone*-nya ketika berada di dekat teman, saudara, dan rekan kerja.

Menurut Sparks, (2013:275-276) penggunaan ponsel cerdas yang berlebihan dapat menyebabkan kesulitan fokus atau rentang perhatian yang pendek. Dalam situasi ini, masyarakat bisa kesulitan memahami informasi dengan jelas karena gangguan teknologi seperti yang terjadi pada *smartphone*. Penggunaan *smartphone* secara berlebihan dapat berdampak buruk pada kesehatan seseorang dalam jangka panjang. Selain itu, Kaunt mengklarifikasi bahwa kemungkinan terjadinya dampak buruk, seperti pembagian privasi yang berlebihan di media sosial, meningkat seiring dengan frekuensi penggunaan *internet* oleh anggota keluarga. Nama lain dari penyakit jenis ini adalah *nomophobia*, yaitu rasa cemas karena salah menaruh ponsel pintar (*smartphone*).

#### 2.4 Teori Ketergantungan Media (*Media Dependency Theory*)

Gagasan yang diciptakan Sandra Ball Rokeach dan Melvin Defleur pada tahun 1976 menjadi landasan penelitian ini. Idenya mengacu pada literatur sosiologi klasik, yang menekankan perlunya mempelajari media dan penggunaannya dalam kerangka sistem sosial yang lebih besar. Dalam penjelasan menyeluruh mengenai dampak media, sistem ketergantungan media ini terkait secara timbal balik dengan media massa, individu, dan sistem sosial yang lebih luas.

Melvin Defleur dan Sandra Ball Rokeach pertama kali mengemukakan teori ketergantungan. Metode ini juga menyangkal asumsi kausal dari hipotesis penguatan awal, seperti halnya teori kegunaan dan kepuasan. Para penulis

mengambil kelemahan sistem secara keseluruhan untuk memperbaiki kekurangan ini. Model ini menggunakan serangkaian variabel tersebut ke dalam perhitungan individual, interaktif, dan sistematis dalam mengusulkan hubungan komprehensif antara audiens, media, dan struktur sosial yang lebih luas. Untuk mendalami efek media massa dengan lebih baik, teori ini esensialnya menyatakan bahwa audiens mengandalkan informasi media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Dalam mencapai tujuan, strategi ini menganut prinsip dasar model penggunaan; Namun, berbeda dengan model penggunaan dan gratifikasi, model ketergantungan mendalilkan tiga cara interaksi antara media, khalayak, dan masyarakat, yang kesemuanya mempunyai dampak yang saling bergantung satu sama lain. Terdapat perbedaan dalam sejauh mana khalayak bergantung pada informasi media, dan khalayak memiliki kendali yang lebih besar terhadap aspek-aspek tertentu dari media jika semakin mereka bergantung pada informasi tersebut.

Menurut prinsip ketergantungan, ketergantungan seseorang terhadap media untuk memenuhi kebutuhannya akan semakin meningkat seiring dengan pentingnya media, dan akibatnya pengaruh media terhadap kehidupan masyarakat juga akan meningkat. Menurut gagasan ini, ketergantungan juga mengacu pada ketergantungan pada sumber daya dari luar dalam contoh ini, media sosial. Mereka percaya bahwa media ini adalah satu-satunya sumber yang dapat memenuhi kebutuhan mereka. Tampaknya masyarakat tidak dapat bertahan hidup tanpa pengetahuan yang diberikan media. Oleh karena itu, manusia menggunakan teknologi untuk memenuhi kebutuhannya dan menaati perintahnya. Kehadirannya dipandang sebagai pengaruh sosial yang kuat, Teknologi adalah mesin budaya *technopoly*, Menurut Neil Postman sebuah masyarakat di mana teknologi dipuja



sebagai otoritas tertinggi atas seluruh aspek kehidupan.

Teori ini secara mendasar menyatakan bahwa audiens mengandalkan isi media untuk memenuhi kebutuhan dan tercapainya tujuan mereka. Strategi ini selaras dengan konsep dasar model penggunaan. Namun, berbeda dengan model *the uses and gratifications*, model ketergantungan mendalilkan tiga cara interaksi antara khalayak, media, dan masyarakat. Masing-masing dari ketiganya mempunyai dampak terhadap yang lain. Meskipun ketergantungan khalayak terhadap informasi media berbeda-beda, mereka semakin bergantung pada berbagai elemen media.

Namun Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach melakukannya pada tahun 1976 (dalam Mohd. Rafiq 2013). Bagikan pemikiran tentang teori ketergantungan, yang mengkaji bagaimana khalayak mungkin dipengaruhi oleh media massa karena ketergantungan mereka pada materinya.

Menurut DeFleur dan Rokeach, salah satu faktor terpenting dalam menentukan kapan dan mengapa pesan media massa dapat mempengaruhi keyakinan, emosi, dan perilaku khalayak adalah tingkat ketergantungan mereka pada media. Orang-orang di masyarakat industri saat ini semakin bergantung pada media untuk:

- a) Mengenali lingkungan sosialnya
- b) Berpartisipasi secara aktif dan efektif dalam masyarakat
- c) Mencari hiburan dan pelarian.

Sejauh mana konflik dan perubahan terjadi di masyarakat, serta pentingnya informasi yang disampaikan media, keduanya memengaruhi ketergantungan individu terhadap informasi tersebut.

Menurut Rokeach dan DeFleur, ada dua elemen yang mempengaruhi ketergantungan seseorang terhadap media:

a) Terkait media, masyarakat biasanya lebih mengandalkan konten yang dapat memenuhi semua kebutuhan mereka sekaligus dibandingkan konten yang hanya dapat memenuhi sebagian kebutuhan mereka.

b) Institusi, gagasan, dan praktik yang telah tercipta mungkin saja berubah akibat perubahan sosial dan konflik. Kebiasaan konsumsi media seseorang mungkin dipengaruhi oleh keadaan sosial yang tidak stabil. Misalnya, ketika seseorang menggunakan *smartphone* untuk mengakses media sosial untuk mendapatkan berita atau informasi, mereka mungkin mulai merasa kurang sadar akan lingkungan sekitarnya. Kebutuhan akan media masih tetap saat ini, namun selera masyarakat beralih ke konten hiburan.

Dua faktor penentu utama kecenderungan seseorang dalam menggunakan media sosial adalah cara penonton memperoleh kebahagiaan dan aksesibilitas konten hiburan. Kualitas yang berbeda mempengaruhi masing-masing elemen ini. Misalnya, orang-orang dengan masalah kesehatan yang membatasi pergerakan mereka akan tetap bergantung pada media seperti *smartphone* untuk bersenang-senang.

Tiga kategori pengaruh termasuk dalam teori ketergantungan: kognitif, afektif, dan behavioral. Tergantung pada seberapa besar khalayak bergantung pada informasi media, komunikasi massa mempunyai dampak pada ketiga bidang ini.

- 1) Kognitif mencakup pengembangan sikap, menghasilkan atau menghilangkan ambiguitas, memperluas sistem kepercayaan, dan proses terkait komunikasi informatif lainnya.
- 2) Afektif, melebihi efek kognitif. Dalam konteks ini, tujuan komunikasi massa bukan hanya memberikan informasi kepada khalayak; melainkan untuk membangkitkan simpati, emosi, kegembiraan, kesedihan, kemarahan, teror, dan sebagainya dari penonton.
- 3) Behavioral, memunculkan atau menimbulkan kemurahan hati, mengembangkan atau mengatasi permasalahan tertentu, mencapai atau menawarkan strategi untuk suatu tindakan, dan mengaktifkan atau menggerakkan atau memitigasi. Hasil yang terwujud pada khalayak sebagai tindakan, perilaku, atau aktivitas dikenal sebagai efek perilaku.

Selain itu, perspektif hierarki teori ketergantungan media (MSD) membedakan dua jenis pengguna media: makro dan mikro. Sistem media massa pada dasarnya terdiri dari entitas makro yang memproduksi dan menyebarkan informasi pada tingkat individu dan mikro. Namun, penelitian tentang sistem media sering kali memberikan hasil yang tidak konsisten karena entitas makro diatur oleh beberapa sistem informasi (Schrock, 2006 : 5) .

Teori ini menekankan hubungan antara khalayak, media, dan proses masyarakat pada tingkat makro. Hal ini juga menggambarkan bagaimana media mempengaruhi khalayak pada masa transisi sosial dan konflik. Peristiwa yang menyebabkan ketergantungan mencakup bencana teknis dan ekologi, serta krisis politik termasuk perang, pembunuhan, dan skandal, merupakan faktor-faktor yang berkontribusi terhadap ketergantungan. Ball-Rokeach dan DeFleur (dalam

Schrock, 2006 : 6) menyebutkan tiga fungsi utama media sebagai penyedia informasi dalam level makro yang meliputi; 1) *gathering and creating* (pengumpulan dan pembuatan); 2) *processing* (pemrosesan); 3) *dissemination* (penyebaran). Ketika mengkaji implikasi makro teori ketergantungan media (MSD), ketiga hal ini merupakan fokus penyelidikan.

Ball-Rokeach menjelaskan bahwa hubungan ketergantungan mempengaruhi konsumen media dalam skala yang lebih kecil. Untuk menginvestigasi bagaimana masyarakat dapat menjadi ketergantungan pada media massa, ia mengembangkan teknik analisis tingkat mikro yang dikenal sebagai *individual media dependency* (IMD). Saat ini, fokus utama adalah pada pertanyaan mengapa individu menggunakan media tertentu untuk mencapai tujuan mereka.

Penelitian pada tingkat ini difokuskan pada apa yang (Ball-Rokeach S. J., 1985:496) katakan yaitu : (1) *understanding* (pemahaman); (2) *orientation* (orientasi/pengetahuan); (3) *play* (permainan/hiburan).

Karena keterbatasan waktu, tenaga, dan sumber daya finansial, penulis hanya dapat mengamati sebagian kecil dari masalah ketergantungan smartphone di kalangan mahasiswa. Namun demikian, memahami masalah ketergantungan ini di kalangan mahasiswa sangat penting untuk mengetahui kapan dan mengapa pesan-pesan media mempengaruhi masyarakat.

Berikut ini termasuk dalam variabel cakupan tujuan Ball-Rokeach di tingkat mikro, yang juga dikenal sebagai ketergantungan media individu:

#### 1. *Understanding* (Pemahaman)

Individu menggunakan media massa sebagai sumber informasi, mereka akhirnya mencapai tujuan yang lebih besar, yaitu mempelajari lebih banyak

tentang diri mereka sendiri dan orang lain. Ada dua indikator dalam dimensi pemahaman. Yang pertama adalah pemahaman diri sendiri (*self- understanding*), yang mencakup pemahaman diri sendiri yang mencakup aspek seperti sifat dan karakter, keyakinan, prinsip, dll. Yang kedua adalah pemahaman sosial, yang berkaitan dengan pemahaman individu terhadap suatu kelompok di lingkungannya.

## 2. *Orientation* (tindakan dan interaksi)

Individu menggunakan media sebagai sumber utama untuk menentukan sikap mereka, Ada dua indikator dalam variabel orientasi: sosial dan personal. *Action orientation* (orientasi tindakan), suatu kategori indikator pribadi, menggambarkan bagaimana seseorang membuat keputusan. Indikator kedua, orientasi sosial atau interaksi (orientasi interaksi), terjadi saat seseorang mencari informasi tentang norma masyarakat dan cara berkomunikasi dengan orang lain.

## 3. *Play* (Permainan)

Aspek terakhir adalah dimensi *play* atau permainan yang berfokus pada situasi dimana individu mendapatkan kesenangan dan mempunyai motivasi yang tinggi saat mengakses informasi di suatu media. Dalam dimensi *play*, terdapat *solitary play* yang merupakan indikator personal, dan *social play* sebagai indikator sosial. *Solitary play* merupakan situasi saat individu. mengakses media sebagai hiburan untuk diri sendiri. Sebaliknya, permainan sosial adalah skenario di mana orang memerlukan hubungan sosial dengan orang lain untuk bersosialisasi.

## 2.5 Perilaku *Phubbing*

### 2.5.1 Pengertian Perilaku *Phubbing*

*Phubbing* merupakan kata majemuk yang terdiri dari istilah *phone* (yang berarti telepon) dan *snooping* (yang berarti penghinaan). Seseorang yang melakukan *Phubbing*, disebut juga *phone snooping*, didefinisikan sebagai seseorang yang menghindari percakapan langsung dengan orang lain dalam lingkungan sosial dengan menghabiskan waktu berlebihan di depan ponsel cerdasnya. Kamus Macquarie pertama kali mempopulerkan istilah ini untuk menyoroti meningkatnya masalah penggunaan ponsel pintar yang berlebihan di lingkungan sosial. Menurut (Chotpitayasunondh,2016) Dalam konteks interaksi sosial, "*phubber*" mengacu pada seseorang yang melakukan perilaku *phubbing*, sementara "*phubbee*" mengacu pada seseorang yang menjadi sasaran dari perilaku *phubbing* tersebut. Sebagian besar orang tidak menyadari bahwa mereka dapat menjadi *phubber* dan *phubbee* secara bersamaan (Williams, 1997).

Perilaku *phubbing* mungkin akan mendapat perlawanan jika orang di ujung telepon mengabaikan dan mendorong penggunaan ponsel pintar. Menjadi seorang *phubbee* memiliki kekurangan, sama halnya dengan menjadi seorang *phubber*. *Phubbee*, misalnya, tidak senang dengan interaksinya (Chotpitayasunondh,2016).

Menurut (Karadag, 2015) mendefinisikan perilaku *phubbing* sebagai tindakan seseorang yang mengabaikan komunikasi antarpribadi dan lebih memilih menatap ponsel pintarnya sambil berbincang dengan orang lain. Dengan kata lain, perilaku *phubbing* adalah memanfaatkan ponsel pintar saat berinteraksi dengannya, bukan menggunakan orang di sekitarnya dalam situasi sosial yang melibatkan dua orang atau lebih.

*Phubbing*, menurut (Williams, 1997) memiliki peran penting dalam eksklusi sosial, yaitu seseorang dikucilkan dari keterlibatan sosial dan diabaikan oleh orang lain bahkan ketika mereka hadir secara fisik di hadapan orang tersebut. Perilaku *phubbing* dapat diamati di lingkungan mana pun selama aktivitas rutin manusia, seperti makan, rapat, acara sosial dengan teman dan keluarga, atau belajar. Orang-orang yang terlibat dalam perilaku *phub* sering kali mengabaikan manfaat membangun dan membina hubungan dengan mengisolasi diri dari orang lain (Karadag, 2015). Teknologi ini telah menciptakan situasi di mana tercipta kesan kekeluargaan tanpa adanya keintiman yang hangat atau komunikasi yang terlepas secara emosional, yang pada akhirnya menjadikan manusia lebih menyendiri dan lebih seperti makhluk yang terbiasa hidup berdua saja (Turkle, 2011).

Bedasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku *phubbing* merupakan indikasi dari komunikator yang kurang terlibat karena orang yang bersangkutan cenderung mengabaikan lawan bicaranya dan lebih memilih ponsel pintarnya ketika berada dalam situasi sosial.

### **2.5.2 Ciri-Ciri perilaku *Phubbing***

Menurut (Karadag, 2015) bahwa ciri-ciri dari perilaku *phubbing* sebagai berikut:

1. *Phubbing* adalah praktik berkomunikasi yang kurang aktif ketika berada di tengah interaksi sosial primer, langsung, atau tanpa perantara. Menurut Karadag, individu yang menggunakan internet secara ekstensif akan kesulitan berinteraksi dengan orang lain secara langsung.
2. Selalu fokus pada *smartphone* tanpa mempedulikan pembicaraan lawan bicara merupakan perilaku mengabaikan orang lain dalam konteks sosial, di mana perhatian lebih diberikan pada gawai daripada berinteraksi secara langsung

dengan orang tersebut.

3. Menghina/menyakiti seseorang dalam konteks sosial dengan terlalu memperhatikan gadget-nya, seperti menggunakan *smartphone* saat berinteraksi dengan orang lain, dapat menyebabkan orang lain merasa tersinggung atau terluka.

### 2.5.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku *Phubbing*

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

#### 1. Kecanduan *Smartphone*

Teknologi *smartphone* telah memfasilitasi manusia dalam mengakses berbagai jenis data secara lebih cepat. Tak hanya itu, *smartphone* juga dapat membantu manusia untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan cepat, serta *smartphone* menyediakan akses hiburan. Waktu, kebutuhan yang dirasakan, dan kesenangan hanyalah beberapa dari sekian banyak gagasan yang dapat berubah. Karena kegunaan yang ditawarkan *smartphone* ini luar biasa sehingga menyebabkan meningkatnya kebutuhan seseorang terhadap *smartphone*.

Hal ini menyebabkan ketergantungan manusia terhadap *smartphone*. Ketergantungan ini dapat diartikan sebagai kecanduan. Kecanduan *smartphone* ini dapat menyebabkan timbulnya perilaku acuh terhadap lingkungan sekitar, utamanya perilaku *phubbing*. Tak hanya *phubbing*, perilaku acuh lain yang dilaporkan adalah tidak peduli menggunakan *smartphone* saat sedang berada di jalan (lingkungan terlarang). Menurut penelitian tentang kecanduan ponsel pintar, orang menggunakan ponsel mereka sebagai mekanisme untuk mengatasi gangguan kecemasan, kesepian, keinginan untuk mengurus diri sendiri, dan rasa



takut kehilangan.

## 2. Kecanduan *Internet*

Kecanduan *internet* juga disebut meningkat dengan cepat. Mungkin ada beragam kebutuhan terkait akses informasi *online*. Memang benar kecanduan internet bisa diakses melalui komputer, namun kini ponsel pintar juga bisa digunakan untuk mengaksesnya. Kemudahan mengakses *internet* telah menyebabkan peningkatan signifikan dalam kecanduan *internet*.

## 3. Kecanduan sosial media

Media sosial adalah alat komunikasi yang banyak digunakan untuk memfasilitasi koneksi sesuatu yang sangat rumit yang dapat berdampak signifikan pada seseorang. Media sosial, yang memikat pengguna untuk tetap online dan menggabungkan berbagai fitur seperti permainan, percakapan, berbagi informasi, dan berbagi multimedia, juga menyebarkan basis penggemarnya dari komputer hingga ponsel pintar. Selain situs media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, dan lainnya, aplikasi game menjadi aplikasi yang paling sering digunakan. Dengan kata lain, media sosial adalah salah satu penyebab utama kecanduan *smartphone* (Kwon, M., & Yang, 2013). Meskipun banyak orang menggunakan *smartphone* mereka untuk mengakses media sosial, penting untuk diingat bahwa media sosial hanyalah salah satu dari sekian banyak item yang dapat membuat ketagihan pada perangkat seluler, dan kecanduan ponsel akan tetap ada bahkan tanpa adanya media sosial.

## 4. Kecanduan games

Sumber kecanduan signifikan lainnya yang memengaruhi *phubbing* adalah kecanduan game, yang serupa dengan kecanduan *smartphone* Orang dengan

keterampilan manajemen waktu yang buruk memanfaatkan video game sebagai cara untuk mengatasi masalah dan meredakan ketegangan mental (Karadag, 2015) Video game dan game *online* dianggap sebagai bentuk kecanduan game karena berdampak pada aktivitas ini berlangsung dalam kehidupan sehari-hari dan merupakan kecanduan.

## 5. Faktor Pribadi dan Situasional

Salah satu karakteristik kepribadian introvert dapat memengaruhi munculnya perilaku *phubbing*, yaitu dengan sengaja menghindari interaksi sosial dan menunjukkan minat yang minim dalamnya. Tetapi, prevalensi *phubbing* dipengaruhi oleh berbagai konteks yang beragam. Misalnya dalam situasi menunggu berita penting, terutama yang bersifat kritis atau serius, orang seringkali cenderung memeriksa ponsel mereka. Terkadang, dalam kuliah atau pertemuan yang berlangsung lama, orang cenderung melakukan *phubbing* daripada mendengarkan atau memberikan perhatian kepada orang di sekitar mereka. Faktor lain yang memainkan peran adalah saat mereka merasa bosan dan butuh istirahat, sehingga seringkali mereka menggunakan ponsel untuk berselancar atau sebagai bentuk istirahat mental.

(Chotpitayasunondh & Douglas, 2018) memberikan sebanyak empat faktor yang berpengaruh terhadap timbulnya *phubbing* behavior, antara lain:

### 1) *Nomophobia*

Istilah “*nomophobia*” mengacu pada “*no-mobile phone phobia*”, suatu kondisi yang disebabkan oleh ketergantungan pada ponsel pintar yang ditandai dengan perasaan takut, cemas, dan khawatir ketika seseorang tidak menggunakannya. Ketika rasa cemas dan takut ini muncul, Biasanya fenomena ini

disebabkan oleh beberapa faktor seperti kehilangan jangkauan jaringan internet, kehabisan daya baterai pada ponsel, mencapai batas kuota, dan faktor lainnya (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018).

## 2) *Interpersonal Conflict*

Akibat penggunaan *smartphone*, *Interpersonal Conflict* menjadi permasalahan yang muncul antara kita dengan orang lain. Ketika orang berbicara dengan lawan bicaranya dan ponselnya berdering, pasti ada masalah. Akibat perasaan diabaikan, orang lain mungkin merasa tidak puas dengan interaksinya (Roberts & David, 2016).

## 3) *Self Isolation*

*Self Isolation* adalah ketika seseorang menjadi lebih asyik dengan *smartphone* dan menjauh dari lingkungan sosialnya, mereka melakukan isolasi diri. Menurut (Muyana, 2017). perilaku isolasi diri Biasanya dicirikan dengan menghindari kontak mata, pemanjaan diri berlebihan, dan penggunaan *smartphone*.

## 4) *Problem Acknowledgement*

*Problem Acknowledgement* berkaitan dengan individu yang merasa dirinya mempunyai masalah dengan *phubbing*, seperti ketika mereka melihat ponsel cerdasnya dalam waktu lama, menyadari bahwa orang lain menganggap tindakannya menyinggung karena mereka menggunakan *smartphone*-nya secara berlebihan, atau terus-menerus mempertimbangkan menggunakan *smartphone* mereka (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018).

Pandangan ahli yang disampaikan di atas mengarah pada kesimpulan sebagai berikut (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018), mengenai elemen-elemen

yang mempengaruhi perilaku *phubbing*, adalah Nomophobia, Konflik Interpersonal, Isolasi Diri, dan Penerimaan Masalah.

#### 2.5.4 Aspek-Aspek *Phubbing*

Menurut (Karadag,2015) mengatakan dalam penelitiannya hasil dari *exploratory factor analysis* (EFA), terdapat dua aspek dari perilaku *phubbing*, yaitu:

##### 1. Gangguan komunikasi

Keberadaan *smartphone* sebagai salah satu faktor yang mengganggu percakapan tatap muka di lingkungan inilah yang menyebabkan terganggunya komunikasi yang terjadi dalam hal ini. Masalah komunikasi mempunyai tiga komponen yaitu membaca notifikasi media sosial saat berkomunikasi, membalas pesan singkat (SMS/Chat), dan melakukan atau menerima panggilan telepon saat berkomunikasi.

##### 2. Obsesi terhadap *Smartphone*

Kebutuhan yang kuat untuk menggunakan *smartphone* bahkan ketika berbicara langsung dengan orang di sekitar menyebabkan obsesi terhadap *smartphone*. Tiga faktor yang berkontribusi terhadap obsesi *smartphone*: keterikatan pada *smartphone*, kecemasan dalam menggunakannya, dan kesulitan mengontrol penggunaan *smartphone*.

## 2.6 Penelitian Terdahulu

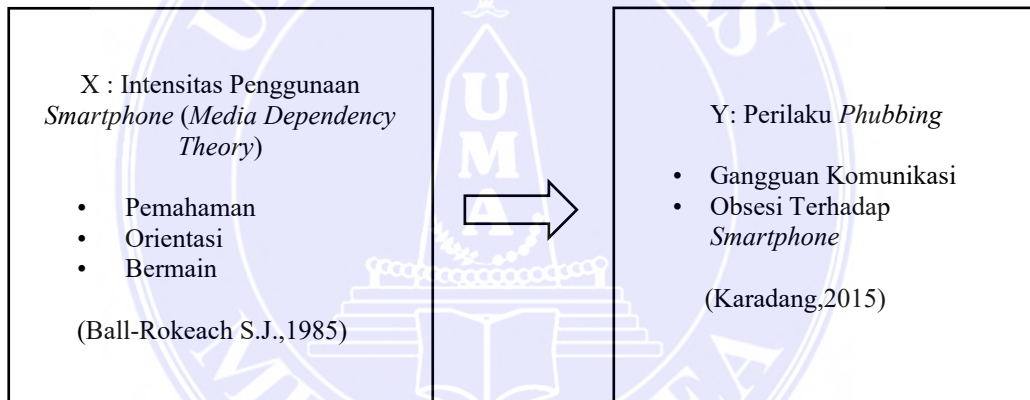
**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Tahun	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Pengaruh Perilaku <i>Phubbing</i> Akibat Penggunaan <i>smartphone</i> Berlebihan terhadap Interaksi Sosial Mahasiswa (Studi Pada Mahasiswa Universitas Syiah Kuala Banda Aceh).	Yuna Yusnita, Hamdani M. Syam	2018	Ha diterima berdasarkan nilai hitung sebesar 9,632 dari temuan hipotesis dan nilai tabel sebesar 0,05 pada uji dua sisi sebesar 1,984. Hasil perhitungan regresi linier menunjukkan $b = 0,625$ (62,5%) dengan tingkat signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan sosial mahasiswa Universitas Syiah Kuala terkena dampak positif dan signifikan dari perilaku <i>phubbing</i> yang disebabkan oleh penggunaan <i>smartphone</i> yang berlebihan.	Perbedaan penelitian terdahulu tersebut dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada tujuan penelitian, variabel penelitian, populasi dan lokasi penelitian.
2	Pengaruh Penggunaan <i>Smartphone</i> Terhadap Perilaku Komunikasi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara	Maya Sucianti	2019	Analisis deskriptif menunjukkan bahwa 71,26% responden menjawab positif Mengenai perilaku komunikasi. Nilai rata-rata dari total proporsi jawaban responden pada bagian perilaku komunikasi emotif, konatif, dan kognitif menunjukkan bahwa perilaku komunikasi masuk dalam kategori positif. Aspek yang mempunyai nilai tertinggi yaitu aspek kognitif mempunyai nilai persentase sebesar 78,96% jika dilihat rata-rata persentase subvariabelnya.	Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan adalah terletak pada fokus penelitian, Penelitian terdahulu lebih fokus pada pengaruh penggunaan <i>smartphone</i> secara umum terhadap perilaku komunikasi yang terdiri dari perilaku komunikasi afektif, konatif, dan kognitif. sedangkan penelitian yang akan dilakukan lebih fokus pada pengaruh intensitas penggunaan <i>smartphone</i> terhadap perilaku <i>phubbing</i> . Kemudian teori yang digunakan dalam penelitian terdahulu adalah teori <i>uses and effect, new media</i> , terpaan media, dan teori ketergantungan media, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan teori ketergantungan media.

3	Fenomena <i>phubbing</i> di Era Milenial (Ketergantungan Seseorang pada <i>Smartphone</i> terhadap Lingkungannya)	Ita Musfirowati Hanika	2020	Secara umum dikatakan bahwa karena ketergantungan mereka yang besar terhadap penggunaan <i>smartphone</i> , generasi Y yang tinggal di kota-kota besar seperti Jakarta dan Semarang juga mengalami fenomena <i>phubbing</i> . Kemudahan penggunaan ponsel pintar dalam berbagai aspek mulai dari komunikasi dan pencarian informasi hingga kebutuhan aktualisasi diri adalah akar penyebab ketergantungan ini.	Penelitian terdahulu lebih berfokus pada faktor-faktor yang Memengaruhi perilaku <i>phubbing</i> , kemudian sampel dan populasi menggunakan sampel penelitian 50 orang sedangkan penelitian kedua lebih berfokus pada pengaruh intensitas penggunaan <i>smartphone</i> terhadap perilaku <i>phubbing</i> , menggunakan sampel yang lebih besar yaitu 87 orang.
4	Intensitas Mengakses <i>Internet</i> dengan Perilaku <i>Phubbing</i> Pada Siswa SMA Negeri X Tenggarong.	Desnya Pambudi Raharjo	2021	Terdapat korelasi yang signifikan antara tingkat intensitas akses <i>internet</i> dan perilaku <i>phubbing</i> di Sekolah X, dengan koefisien korelasi nilai $r = 0.730$ dan nilai $Sig = 0.000$ ( $p < 0.05$ ), Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas akses internet seorang siswa, semakin tinggi pula tingkat perilaku <i>phubbing</i> yang ditunjukkan. Sebaliknya, semakin rendah intensitas akses <i>internet</i> , semakin rendah pula tingkat perilaku <i>phubbing</i> yang terjadi	Penelitian terdahulu variabel independennya intensitas mengakses <i>internet</i> sedangkan penelitian sekarang variabel independennya Intensitas penggunaan <i>smartphone</i> kemudian perbedaan pada subjek/objek penelitian, penelitian terdahulu dilakukan pada siswa SMA Negeri X Tenggarong, sedangkan peneliti sekarang dilakukan pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Medan Area.
5	Pengaruh Penggunaan Gawai Terhadap Komunikasi Interpersonal Remaja Di Gereja Toraja Jemaat Tombang Makale Selatan	Feriyanto & Noflin Yan Pakiding	2022	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa remaja di Gereja Toraja Jemaat Tombang Klasik Makale Selatan mempunyai permasalahan komunikasi interpersonal yang cukup besar akibat penggunaan gawai. Nilai korelasi Pearson sebesar $-0,660$ (lebih besar dari $0,05$ ). Selain itu, hasil analisis regresi linear sederhana juga mengindikasikan bahwa variabel X (penggunaan gawai) berpengaruh negatif terhadap Variabel Y (komunikasi interpersonal remaja), dengan nilai $t$ -ratio sebesar $-5,419$ (lebih besar dari $t$ tabel) dan signifikansi sebesar $0,000$ (kurang dari $0,05$ ). Hal ini menunjukkan remaja semakin sering menggunakan teknologi sehingga berdampak pada menurunnya komunikasi interpersonal mereka.	Perbedaan penelitian terletak pada variabel, fokus penelitian, lokasi, dan sampelnya. Penelitian terdahulu berkaitan dengan pengaruh penggunaan gawai terhadap komunikasi interpersonal remaja di Gereja Toraja Jemaat Tombang Makale Selatan dan sampel yang digunakan 40 responden, sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas pengaruh intensitas penggunaan <i>smartphone</i> terhadap perilaku <i>phubbing</i> mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area.

## 2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah landasan teori untuk memahami dan menjelaskan fenomena yang diteliti disebut kerangka kerja. Ini membantu dalam pengorganisasian dan korelasi beragam ide dan teori yang berkaitan dengan masalah penelitian. Menemukan variabel penelitian, korelasi antar variabel, dan hipotesis merupakan manfaat lain dari penggunaan kerangka berpikir. Untuk penelitian mengenai Pengaruh Intensitas Penggunaan *Smartphone* Terhadap Perilaku *Phubbing* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area, kerangka pemikiran dapat dibentuk dengan mempertimbangkan beberapa hal berikut.



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**  
Sumber : Peneliti, 2024

## 2.8 Variabel Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2016:39) variabel penelitian adalah atribut, sifat, atau nilai dari seseorang, benda, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diselidiki dan ditarik kesimpulannya. Variabel ini mencakup penggunaan alat pembelajaran. Selanjutnya, penulis akan melanjutkan pengujian untuk mengetahui hubungan antara variabel ini dengan variabel tambahan.

Ada dua kategori utama variabel yang digunakan dalam penelitian, variabel *independen* dan variabel *dependen*.

1. Variabel bebas (variabel X): Variabel yang diasumsikan memiliki pengaruh terhadap perubahan variabel terikat (variabel Y) dengan bertindak sebagai sebab atau pengaruh. Intensitas Penggunaan *smartphone* menjadi variabel *independen* dalam penelitian ini.
2. Variabel terikat (variabel Y): Variabel dipantau untuk melihat apakah variabel *independen* (variabel X) terhubung, Perilaku *phubbing* menjadi variabel *dependen* dalam penelitian ini.

## 2.9 Definisi Operasional Variabel

Berikut ini adalah definisi operasional yang digunakan dalam penelitian ini:

### 1. Intensitas Penggunaan *Smartphone* (*Media Dependency Theory*)

Indikator yang dapat diukur mengenai penggunaan *smartphone* secara kumulatif secara berkelanjutan dalam periode waktu yang cukup lama adalah intensitas penggunaan *smartphone* misalnya saja durasi atau frekuensi penggunaan *smartphone* yang dilakukan pelajar.

Peneliti menggunakan gagasan *Individual Media Dependency* dari teori *Media Dependency Theory* yang berasal dari Ball-Rokeach dan Melvin DeFluer. Peneliti mengidentifikasi dimensi yang mendominasi ketergantungan individu terhadap media komunikasi khususnya *smartphone* hanya menggunakan satu jenis variabel, yaitu variabel objektif.

Menurut Ball-Rokeach (1985), ruang lingkup tujuan diklasifikasikan menjadi pribadi atau sosial, mencakup pemahaman, orientasi, dan permainan.

Dimensi ketergantungan pribadi berhubungan dengan aspirasi individu dan



terfokus pada aspek-aspek yang berhubungan langsung dengan individu tersebut. Sedangkan dimensi sosial tercapai melalui keberadaan orang lain atau melalui peningkatan interaksi.

Indikator (X) Intensitas Penggunaan *Smartphone* (*Media Dependency Theory*)

1) *Understanding* (Pemahaman)

Individu menggunakan media massa sebagai sumber informasi, mereka akhirnya mencapai tujuan yang lebih besar, yaitu mendalami lebih lanjut tentang diri sendiri dan orang lain. Terdapat dua indikator pada dimensi pemahaman.

Dalam dimensi *understanding* terdapat dua indikator:

- 1) *Self-understanding* (pemahaman diri) seperti mengenal diri sendiri berdasarkan sifat, karakter, nilai, dan keyakinan.
- 2) *Understanding* yaitu *social understanding* (pemahaman sosial) yang mempunyai hubungan terhadap pemahaman individu terhadap suatu kelompok di lingkungannya

2) *Orientation* (tindakan dan interaksi)

Individu menggunakan media sebagai sumber utama untuk menentukan sikap mereka, Terdapat dua indikator variabel orientasi, serta personal.

- 1) *Orientation*, juga dikenal sebagai orientasi tindakan, menggambarkan bagaimana orang mengambil keputusan tentang tindakan yang harus mereka lakukan secara mandiri.
- 2) Sosial atau *interaction orientation* (orientasi interaksi) yang terjadi saat seseorang mencari informasi mengenai norma dalam suatu masyarakat dan cara melakukan komunikasi yang baik dengan orang lain.

### 3) *Play* (Permainan)

Aspek terakhir adalah dimensi *play* atau permainan yang berfokus pada situasi dimana individu mendapatkan kesenangan dan mempunyai motivasi yang tinggi saat mengakses informasi di suatu media. Dalam dimensi *play*, terdapat *solitary play* yang merupakan indikator personal, dan *social play* sebagai indikator sosial.

- 1) *Solitary play* merupakan situasi saat individu mengakses media sebagai hiburan untuk diri sendiri.
- 2) *Social play*, adalah situasi saat individu membutuhkan interaksi dengan orang lain untuk bersosialisasi.

## 2. Perilaku *Phubbing*

Perilaku *phubbing* adalah ketika seseorang sibuk menggunakan *smartphone* dan mengabaikan lawan bicaranya saat bersosialisasi. Hal ini akan menyebabkan terganggunya hubungan interpersonal kedua orang tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh (Karadag, 2015). *Phubbing* adalah tindakan pura-pura mendengarkan ketika ada yang mengajak berbicara, namun alih-alih memperhatikan, mata orang tersebut biasanya tertuju pada *smartphone* yang dipegangnya.

### Indikator (Y) Perilaku *Phubbing*

#### 1. Gangguan komunikasi

Keberadaan *smartphone* sebagai salah satu faktor yang mengganggu percakapan tatap muka di lingkungan inilah yang menyebabkan terganggunya komunikasi yang terjadi dalam hal ini.

Tiga faktor yang menyebabkan gangguan komunikasi yaitu :

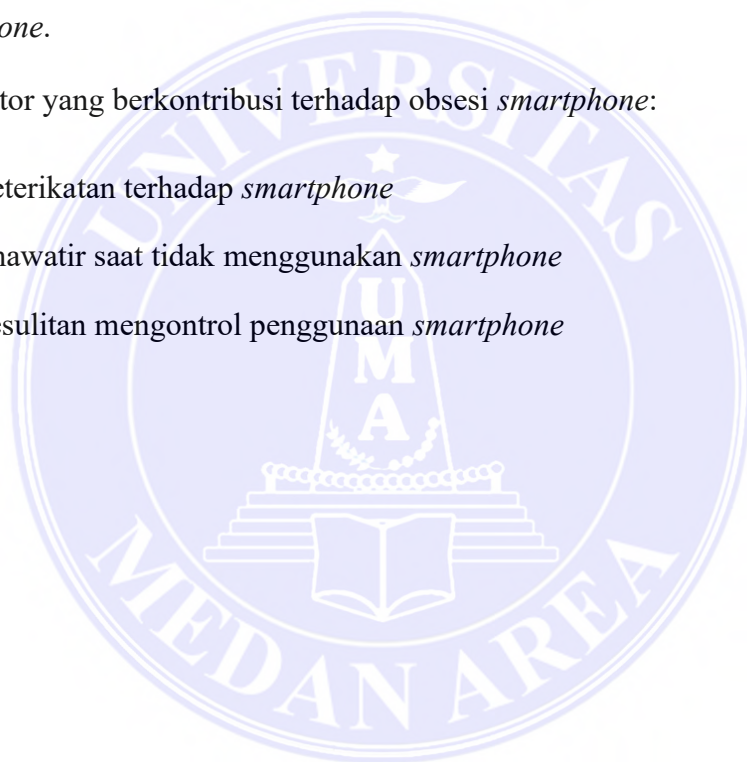
- 1) Menerima atau melakukan panggilan telepon saat berkomunikasi.
- 2) Merespon pesan singkat (SMS/Chat)
- 3) Membaca notifikasi media sosial saat berkomunikasi

## 2. Obsesi terhadap *Smartphone*

Kebutuhan yang kuat untuk menggunakan *smartphone* bahkan ketika berbicara langsung dengan orang di sekitar menyebabkan obsesi terhadap *smartphone*.

Tiga faktor yang berkontribusi terhadap obsesi *smartphone*:

- 1) Keterikatan terhadap *smartphone*
- 2) Khawatir saat tidak menggunakan *smartphone*
- 3) Kesulitan mengontrol penggunaan *smartphone*



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Metode deskriptif pendekatan kuantitatif adalah jenis penelitian yang dipakai pada penelitian ini. Studi kuantitatif adalah suatu metode ilmiah mengartikan peristiwa atau fenomena melalui data numerik yang dikumpulkan. hingga menganalisis data tersebut dengan teknik matematis atau statistika.

Deskriptif kuantitatif adalah penelitian yang menjelaskan permasalahan melalui sketsa objektif dalam bentuk bilangan diawali pengumpulan bahan dari berbagai sumber lalu di teruskan menginterpretasi hasil. Dalam penelitian ini pendekatan deskriptif berfokus pada pengumpulan data dari jumlah populasi yang besar ( Arikunto, 2013:27).

#### **3.2 Waktu Dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kampus Universitas Medan Area yaitu di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang beralamat di Jl. Kolam No. 1 Medan Estate, Medan. Penelitian ini berlangsung dari Februari hingga April 2024.

#### **3.3 Populasi dan sampel**

##### **3.3.1 Populasi**

Populasi adalah segala objek dan subjek yang ditemukan dalam wilayah penelitian dan memenuhi di dalam area penelitian dan mematuhi kriteria yang telah ditentukan, yang berkaitan dengan topik penelitian. Jika kita melihat semua subjek yang ada di lokasi pengumpulan data, maka penelitian tersebut dapat disebut sebagai studi populasi, seperti yang dijelaskan oleh (Arikunto,

2013:173). Sedangkan Nawawi sebaliknya mengartikan populasi sebagai seluruh subjek yang berkaitan dengan penelitian, baik berupa manusia, benda, hewan, pemicu fenomena, maupun peristiwa. Bila populasi memenuhi kriteria tertentu, subjek tersebut digunakan sebagai sumber data (Nawawi, 2007:98).

Dari pengertian tersebut, maka ditetapkan populasi pada penelitian ialah 648 mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi, Universitas Medan Area Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang menggunakan *smartphone*.

**Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIPOL UMA**

ANGKATAN	JUMLAH
2020	176
2021	176
2022	180
2023	116
<b>Total</b>	<b>648</b>

Sumber : <https://dirmahasiswa.uma.ac.id/> 2023

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian kecil populasi yang mewakili populasi yang diamati atau sebagian kecil dari populasi yang memiliki karakteristik unik. Seorang anggota populasi yang memenuhi persyaratan dijadikan sampel. Berdasarkan parameter yang telah ditetapkan oleh peneliti selama proses penelitian, sampel yang digunakan terdiri atas subset dari populasi. Setiap anggota populasi memiliki peluang yang setara untuk terpilih menjadi sampel, dengan tujuan untuk memastikan bahwa hasil yang diperoleh dapat merefleksikan kebenaran secara jelas dan dapat dipahami oleh semua pihak.

Rumus perhitungan pengukuran sampel yang digunakan peneliti dalam menentukan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Slovin yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

$$n = \frac{648}{1 + 648(0,1^2)}$$

$$n = \frac{648}{7,48}$$

$$n = 86,63 \text{ dibulatkan } 87$$

Penjelasan:

n = Jumlah Sampel

N = Populasi

$e^2$  = Tingkat Kesalahan Sampel (10%)

Berdasarkan perhitungan sampel yang dilakukan menggunakan rumus Slovin sebagaimana dijelaskan di atas, diperoleh hasil sebanyak 86,63. Untuk meminimalisasi kesalahan dalam pengisian kuesioner yang akan di distribusikan kepada responden, peneliti memutuskan untuk membulatkan jumlah sampel tersebut menjadi 87 responden. Dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat kesalahan 10%, sampel diambil dari populasi, Teknik pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*.

### 3.3.3 Teknik *Purposive Sampling*

Menurut Sugiyono (2016:85), teknik *purposive sampling* didefinisikan sebagai metode pemilihan sampel dari sumber data yang didasarkan pada pertimbangan tertentu. Dalam konteks ini, karena tidak semua sampel memenuhi

kriteria yang relevan dengan fenomena yang sedang diteliti, maka dipilihlah teknik *Purposive Sampling*. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk menerapkan teknik ini dengan menetapkan syarat atau kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Sesuai dengan penjelasan di atas, maka metode sampel penelitian ini akan menggunakan kriteria sebagai berikut:

1. Terdaftar sebagai Mahasiswa/i aktif Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area.
2. Merupakan Mahasiswa/i memiliki dan memanfaatkan *Smartphone*.
3. Penggunaan *smartphone* melebihi 8 jam setiap hari

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

#### 3.4.1 Penelitian Lapangan

Penelitian lapangan diperlukan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data dan informasi. Peneliti akan menggunakan metode pengumpulan data berikut ketika mereka melakukan perjalanan ke lapangan:

##### 1. Kuesioner

Kuesioner merupakan instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan informasi untuk strategi komunikasi tidak langsung, dimana partisipan menjawab serangkaian pertanyaan tertulis tanpa berbicara langsung dengan peneliti dan melalui berbagai media (Subana, M., & Sudrajat, 2000:30). Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mengumpulkan informasi yang komprehensif mengenai setiap responden, meliputi detail pribadi, sikap, pengalaman, pendapat, dan fakta terkait lainnya. Mengetahui apakah intensitas penggunaan *smartphone* memiliki berpengaruh pada

perilaku *phubbing* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area merupakan tujuan lain dari penelitian ini.

## 2. Observasi

Menurut (Juliansyah Noor, 2011:140) metode observasi adalah suatu prosedur dimana peneliti mengamati subyek penelitian, baik secara langsung maupun tidak langsung. Peneliti dapat menyelidiki perilaku manusia, melakukan penilaian, dan mengumpulkan data dengan mengukur berbagai unsur dengan bantuan observasi. Temuan observasi seperti tindakan, kejadian, benda atau situasi dimanfaatkan untuk menambah wawasan sejauh mana intensitas penggunaan *smartphone* oleh para mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area.

### 3.4.2 Penelitian Pustaka

Eksplorasi penelitian dapat dibantu dengan mengumpulkan informasi dari sumber sekunder, termasuk jurnal, foto, dan dokumen elektronik. Proses ini dikenal sebagai penelitian perpustakaan

## 3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara-cara mengorganisasikan data agar dapat digunakan secara lebih efektif dengan cara membuatnya lebih sederhana dan mudah untuk diinterpretasikan. Metode analisis data ini melibatkan peninjauan seluruh data penelitian untuk menarik suatu kesimpulan. Tahap selanjutnya adalah menganalisis data setelah dikumpulkan.

### 3.5.1 Analisis Tabel Silang (*Crosstabulations*)

Tahap selanjutnya adalah menganalisis data setelah dikumpulkan. Metode analisis data yang dikenal sebagai analisis tabel silang (*Crosstabulations*)



melibatkan penggabungan data dari dua variabel berbeda ke dalam kerangka baris dan kolom tunggal. Dengan demikian, jika terdapat keterkaitan deskriptif antara variabel X dan Y atau variabel lainnya, beserta kolom dan baris, merupakan ciri-ciri analisis tabel silang (Singgih Santoso dan Tjiptono, 2001:137). Tujuan dari pendekatan analisis data tabel silang adalah untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel.

### 3.5.2 Analisis Tabel Tunggal

Analisis data tabel tunggal adalah analisis yang dimuat dalam bentuk tabel dengan cara membagi setiap variabel kedalam kelompok kolom dan menghitung jumlah frekuensi serta persentase untuk setiap kategori. Dalam analisis data ini, data akan disusun dalam bentuk tabel dan kolom yang mewakili kategori variabel yang diamati yang akan membantu untuk menggambarkan distribusi data dan memberikan pemahaman tentang proporsi masing-masing kategori. Distribusi frekuensi atau tabel tunggal merupakan rangkaian data angka menurut kuantitasnya dan atau kualitasnya. Untuk mengetahui apakah variabel X dan variabel Y atau variabel pendukung lainnya saling berhubungan, analisis tabel tunggal sangat penting (Suryanto, B., 2011:106).

### 3.6 Skala Pengukuran

Menurut (Sugiyono, 2007:131), skala pengukuran berfungsi sebagai acuan untuk menetapkan interval kecil dalam instrumen, memastikan bahwa alat ukur akan memberikan data kuantitatif ketika digunakan untuk pengukuran. Pengukuran dilakukan untuk mentransformasikan karakteristik data empiris ke dalam format yang dapat dianalisis oleh para akademisi. Menetapkan nilai numerik pada data empiris berdasarkan kriteria atau prosedur berbeda yang telah

ditetapkan adalah tujuan utama pengukuran. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan skala Likert.

Menurut (Tahir, 2016:42), menyatakan bahwa skala Likert yang disebut juga dengan *Method of Summated Rating* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar seseorang atau kelompok bertindak, meyakini, atau mempersepsikan subjek penelitian. Variabel yang diamati akan diukur dan dilaporkan sebagai poin atau indikator penting dalam teknik pengukuran ini. Pertanyaan-pertanyaan yang membentuk kuesioner selanjutnya dikonstruksi dengan menggunakan indikator-indikator tersebut sebagai panduan. Untuk setiap pertanyaan pada kuesioner, penulis penelitian ini menggunakan skala Likert dengan empat tingkat penilaian, yaitu sebagai berikut:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor = 1
2. Tidak Setuju (TS) diberi skor = 2
3. Setuju (S) diberi skor = 3
4. Sangat Setuju (SS) diberi skor = 4

Instrumen penelitian skala likert dapat dihasilkan dalam bentuk soal pilihan ganda atau checklist. Untuk memudahkan responden dalam menyampaikan komentar, biasanya dijelaskan dalam bentuk link *Google Form* atau disampaikan langsung dalam bentuk salinan fisik (*hard copy*). Metode Kuesioner dipilih dalam penelitian ini karena dianggap sebagai teknik yang praktis dan efisien dalam mengumpulkan data dari kelompok responden yang besara dan tersebar luas. Berikut contoh item pertanyaan skala likert dan bobotnya dalam bentuk checklist:

**Tabel 3.2 Contoh Pertanyaan Skala Likert**

No	Pertanyaan	Jawaban			
		STS	TS	S	SS
1.	Saya selalu memainkan <i>smartphone</i>			✓	

Sumber: Peneliti, 2024

### 3.7 Interval Korelasi Person

Korelasi Pearson *Product Moment*, yang disimbolkan sebagai ( $r$ ), ditemukan oleh Karl Pearson pada tahun 1900. Tujuannya adalah mengukur derajat dan kekuatan korelasi serta hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Metode statistik parametrik yang disebut analisis korelasi *Pearson Product Moment* memanfaatkan data interval dan rasio dalam kondisi tertentu. Kita dapat memanfaatkan korelasi ini jika masing-masing persyaratan terpenuhi. Namun analisis ini tidak dapat dilakukan jika salah satu prasyaratnya tidak terpenuhi. Tingkat kekuatan hubungan diukur dengan angka koefisien korelasi ( $r$ ), yang bernilai dari :  $-1 < r < +1$ . (Sugiyono, 2016:248). Metode analisis korelasi *Pearson Product Moment* adalah pilihan yang baik untuk mengevaluasi hubungan korelasi, dan berikut ini adalah rumusnya:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{(\sum y)^2\}}}$$

Penjelasan :

$r$  = koefisien korelasi pearson

$x$  = variabel *independen*

$y$  = variabel *dependen*

$n$  = banyak sampel/responden

**Tabel 3.3 Interpretasi Terhadap Kofisien Korelasi**

Interval Korelasi	Tingkatan Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Cukup
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, (2016:250)

### 3.8 Uji Keabsahan Data

#### 3.8.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah metode pengujian yang dapat menunjukkan atau memastikan sejauh mana instrumen yang berbeda diterapkan secara tepat, serta mengidentifikasi bahwa variabel tersebut konsisten dengan tujuan penelitian (Arikunto, 2017:160). Dalam pengujian ini salah satu metode yang sering digunakan adalah dengan membandingkan *Corrected Item Total* atau nilai  $r$  hitung dengan nilai acuan. Validitas diukur dengan membandingkan apakah nilai  $r$  hitung lebih besar dari nilai  $r$  tabel dan bernilai positif yang menunjukkan validitas, atau sebaliknya, jika nilai  $r$  hitung lebih kecil dari nilai  $r$  tabel dan bernilai negatif maka dianggap tidak valid. Pada penelitian ini nilai  $r$  tabel yang digunakan adalah 0,05 atau 5% dengan jumlah responden 87 orang. Berdasarkan nilai  $r$  tabel yang relevan maka nilai  $r$  tabel ditetapkan sebesar 0,2084 (lihat halaman  $r$  tabel terlampir). Peneliti menggunakan software statistik SPSS 21 (*Statistical Package for Social Scientist*) untuk menguji keabsahan data tersebut.

**Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X  
(Pengaruh Intensitas Penggunaan *Smartphone*)**

Instrumen Penelitian	R hitung	R tabel 5%	Keterangan
x1	0,521	0,2084	Valid
x2	0,586	0,2084	Valid
x3	0,733	0,2084	Valid
x4	0,758	0,2084	Valid
x5	0,694	0,2084	Valid
x6	0,590	0,2084	Valid
x7	0,705	0,2084	Valid
x8	0,844	0,2084	Valid
x9	0,811	0,2084	Valid
x10	0,805	0,2084	Valid
x11	0,723	0,2084	Valid
x12	0,665	0,2084	Valid

Sumber : Peneliti,2024

**Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y  
(Perilaku *Phubbing* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023  
Universitas Medan Area)**

Instrumen Penelitian	R hitung	R tabel 5%	Keterangan
y1	0,773	0,2084	Valid
y2	0,826	0,2084	Valid
y3	0,773	0,2084	Valid
y4	0,765	0,2084	Valid
y5	0,584	0,2084	Valid
y6	0,732	0,2084	Valid
y7	0,732	0,2084	Valid
y8	0,821	0,2084	Valid
y9	0,800	0,2084	Valid
y10	0,648	0,2084	Valid

y11	0,680	0,2084	Valid
y12	0,813	0,2084	Valid
y13	0,803	0,2084	Valid
y14	0,657	0,2084	Valid
y15	0,798	0,2084	Valid
y16	0,581	0,2084	Valid

Sumber: Peneliti,2024

Berdasarkan hasil uji validitas masing-masing variabel X (Intensitas Penggunaan *Smartphone*) dan variabel Y (Perilaku *Phubbing* Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area) diatas, maka dapat disimpulkan bahwa  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan bernilai positif sebabnya kedua belas item pertanyaan pada variabel X dan enam belas item pertanyaan pada variabel Y yang dicantumkan pada kuesioner penelitian dikatakan valid.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas sangat krusial untuk menilai apakah hasil pengukuran tetap konsisten menggunakan yang sama. Ini membantu dalam memahami seberapa dapat diandalkan suatu item dalam mengukur variabel yang sedang diteliti. Reliabilitas instrumen merujuk pada seberapa tepat atau konsisten nilai yang dihasilkan oleh instrumen tersebut. Instrumen dianggap reliabel jika menghasilkan koefisien reliabilitas yang stabil. Dalam penelitian ini, tingkat kepercayaan instrumen penelitian dapat dinyatakan tinggi jika hasil pengujian instrumen tersebut menunjukkan konsistensi. Oleh karena itu, masalah reliabilitas instrumen berkaitan dengan ketepatan hasil. Peneliti menggunakan koefisien reliabilitas *Cronbach alpha*, yang dianggap reliabel jika nilainya lebih besar (>) dari 0,60.

**Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Cronbach Alpha Variabel X (Intensitas Penggunaan Smartphone) dan Variabel Y (Perilaku Phubbing)**

Variabel	Cronbach Alpha	Jumlah Item	Ket
Variabel X (Intensitas Penggunaan Smartphone)	.904	12	Reliabel
Variabel Y (Perilaku Phubbing Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area)	.942	16	Reliabel

Sumber : Peneliti,2024

Berdasarkan tabel diatas maka hasil uji Reliabilitas Cronbach Alpha untuk variabel X (Intensitas Penggunaan Smartphone) dikatakan konsisten karena diperoleh hasil nilai  $0,904 > 0,60$ . Sedangkan untuk hasil uji reliabilitas variabel Y (Perilaku Phubbing Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area) dikatakan konsisten, karena diperoleh nilai reliabilitas  $0,942 > 0,60$ .

### 3.9 Uji Hipotesis

Hipotesis merupakan solusi sementara yang harus diverifikasi dan berfungsi sebagai peta jalan bagi peneliti untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan. Dalam statistik, pertanyaan apakah suatu variabel disini, tujuan uji hipotesis adalah untuk menilai hubungan antara kedua variabel. Menurut (Sugiyono, 2016:96) hasil pengujian hipotesis dianggap sebagai solusi sementara terhadap rumusan masalah awal.

Pengujian data tersebut melibatkan pada proses pembuatan hipotesis nol ( $H_0$ ) dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ). Selanjutnya, pengumpulan data dan analisis statistik yang relevan akan digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan sebelumnya. Untuk menentukan dan memperidiksi apakah suatu variabel *independen* mempengaruhi variabel lain, peneliti menguji hipotesisnya., yaitu

perilaku *phubbing* pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area. Dengan bantuan komputer melalui program SPSS (*Statistical Package For Social Scientist*), pendekatan korelasi *product moment Pearson* digunakan untuk menganalisis koefisien determinasi ( $r^2$ ) dalam pengujian ini.

### 3.9.1 Uji Parsial (Uji T)

Pengujian t digunakan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh setiap variabel independen secara parsial terhadap variabel *dependen*. Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel *Coefficients*. Pengujian ini menerapkan tingkat signifikansi sebesar 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi uji t  $> 0,05$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima sedangkan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) ditolak. Ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara variabel *independen* dan variabel *dependen*
2. Jika nilai signifikansi uji t  $< 0,05$ , maka hipotesis nol ( $H_0$ ) akan ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) akan diterima. Ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara variabel *independen* dan variabel *dependen*.

### 3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut (Ghozali, 2016:171) Pengujian simultan F digunakan untuk menentukan adanya pengaruh secara kolektif atau simultan antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Pengujian statistik ANOVA merupakan metode pengujian hipotesis yang memungkinkan penarikan kesimpulan



berdasarkan data atau kelompok statistik yang dianalisis. Pengambilan keputusan dalam pengujian ini didasarkan pada nilai F yang tercantum dalam tabel Analisis Varians (ANOVA), dengan tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

Kriteria pengujian yang digunakan adalah:

1. Apabila nilai signifikansi  $F < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Ini berarti bahwa semua variabel *independen* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependen*.
2. Apabila nilai signifikansi  $F > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Ini berarti bahwa semua variabel *independen* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel *dependen*.

### 3.9.3 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Pengujian ini bertujuan untuk menilai tingkat kedekatan hubungan model yang digunakan. Koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted  $R^2$* ) adalah indikator yang menunjukkan seberapa besar variabilitas atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang dapat menjelaskan variabel terikat. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 hingga 1 ( $0 < \textit{Adjusted } R^2 < 1$ ), dimana semakin mendekati 1 nilai koefisien tersebut, maka model dianggap semakin baik karena menunjukkan hubungan yang lebih erat antara variabel bebas dan variabel terikat.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk menganalisis suatu fenomena. Berdasarkan temuan yang diperoleh di lapangan beberapa kesimpulan dapat diambil sebagai berikut:

1. Intensitas Penggunaan *Smartphone* memiliki pengaruh terhadap Perilaku *Phubbing* di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area. Hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima sementara hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Bukti ini diperoleh melalui penggunaan uji t dengan nilai  $9,082 > 1,988$ , yang berarti terdapat pengaruh signifikan, serta uji F dengan nilai F hitung adalah  $382,485$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000$  yang lebih kecil dari ( $\leq$ )  $0,05$ . Dengan demikian, diketahui bahwa Intensitas Penggunaan *Smartphone* berpengaruh terhadap Perilaku *Phubbing* di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area.
2. Pengujian koefisien determinasi menunjukkan nilai sebesar  $0,492$  atau  $49,2\%$ . Hal ini menunjukkan bahwa tingkat intensitas penggunaan *smartphone* sebesar  $49,2\%$  terhadap perilaku *phubbing* dalam penelitian ini. Temuan ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *smartphone* memiliki pengaruh kuat terhadap perilaku *phubbing* di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area, sedangkan  $50,8\%$  sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 5.2 Saran

Berdasarkan temuan dari penelitian yang telah dilaksanakan, peneliti dapat mengemukakan beberapa rekomendasi atau saran sebagai berikut:

### 1. Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UMA

Di Era digital, *smartphone* tidak terpisahkan, termasuk mahasiswa. Penggunaan berlebihan berakibat *phubbing*, kecanduan *smartphone* yang mengabaikan interaksi sosial. Mahasiswa perlu bijak dalam menggunakan *smartphone* untuk menghindari *phubbing* dan mendapatkan dampak positif teknologi. Salah satu caranya adalah dengan mengurangi penggunaan *smartphone* di lingkungan ramai dan lebih fokus pada interaksi sosial secara langsung. Hal ini penting untuk menjaga komunikasi dan saling menghargai antar individu, serta mencegah konflik dan sikap acuh terhadap lingkungan.

### 2. Penelitian Selanjutnya

Para peneliti juga berharap agar penelitian selanjutnya yang tertarik pada topik serupa dapat memperluas temuan dari penelitian ini, dengan mempertimbangkan adanya faktor-faktor lain yang memengaruhi perilaku *phubbing* selain penggunaan *smartphone*. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengeksplorasi lebih lanjut studi ini dengan melibatkan variabel lain seperti gaya bicara, cara berkomunikasi, serta menggunakan lebih banyak teori dan hasil penelitian yang lebih baru.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2017). *Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2014). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Andreassen, C. S., & Pallesen, S. (2014). Social Network Site Addiction An Overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053-4061.
- Ball-Rokeach, S. J. (1985). The origins of individual media-system dependency: A sociological framework. *Communication research*, 12(4), 485- 510.
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of massmedia effects. *Communication research*, 3(1), 3-21.
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2016). How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63, 9–18. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.018>.
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2018). The effects of “phubbing” on social interaction. *Journal of Applied Social Psychology*, 48(6), 304–316. <https://doi.org/10.1111/jasp.12506>.
- Doni, F. R. (2017). Perilaku Penggunaan Smartphone Pada Kalangan Remaja. *Journal Speed*, 9(2), 16-23.
- Gifary, S. (2015). Adalah Sebuah Media Baru Dalam Proses Komunikasi. *Jurnal Sosioteknologi*, 14(2).
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanika, I. M. (2020). FENOMENA PHUBBING DI ERA MILENIA (Ketergantungan Seseorang pada Smartphone terhadap Lingkungannya). *Jurnal Interaksi*, 4(1), 42–51. <http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/54>.
- Karadag, E. (2015). Determinant of Phubbing, Which is The Sum of Many Virtual Addictions : A Structural Equation Model. *Journal of Behavioral Addictions*, 60-74.
- Kriyanto. (2006). *Metode Penelitian Praktis Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Kencana.

- Kwon, M., & Yang, S. (2013). The Smartphone Addiction Scale and Validation of a Short Version for Adolescents. *PLOS One*, 8(12), 1-7.
- Marhaeni, D. P. (2012). Intensitas Peran Komunikasi Interpersonal dalam Keluarga untuk Mencegah Kenakalan Remaja. *Jurnal Acta Diurna*, 8, 14-19.
- Muyana, S., Dian Ari Widyastuti & Universitas Ahmad Dahlan. (2017). "Nomophobia (No-Mobile Phone Phobia) penyakit remaja masa kini. 280–87.
- Nawawi, H. (2007). *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, Dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Rafiq, M. (2013). Dependency Theory (Melvin L. DeFleur dan Sandra Ball Rokeach). Jurusan Dakwah: Pasca Sarjana IAIN Sumatera Utara.
- Roberts, J. A., & David, M. E. (2016). My life has become a major distraction from my cell phone: Partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partners. *Computers in Human Behavior*, 54, 134–141. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.058>.
- Roberts, J. A., Yaya, L. P., & Manolis, C. (2014). The Invisible Addiction: Cell-phone Activities and Addiction Among Male and Female College Students. *Journal of Behavioral Addiction*, 1.
- Sarwar, M., & Soomro, T. R. (2013). Impact of Smartphone's on Society. *European Journal of Scientific Research*. 98(2), 216-226, ISSN 1450-216X/1450-202X.
- Salehah, M. (2019). Dampak Penggunaan Gadget terhadap Interaksi Sosial. *Muthia Salehah*. Diakses pada tanggal 22 Oktober 2023, dari <https://Www.Kompasiana.Com/Muthiasalehah7385/5db183470d823044040f1792/Dampak-Penggunaan-Gadget-Terhadap-Interaksi->. Diakses pada tanggal 22 oktober 2023.
- Schrock, A. (2006). Myspace or ourspace: A media system dependency view of myspace.
- Santoso, S., & Tjiptono, T. (2001). *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Sparks, G. G. (2013). *Media Effect Research: A Basic Overview* (4 th ed.). USA: Wadsworth.
- Subana, M., & Sudrajat, M. (2000). *Statistik pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.

- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto, B., & S. (2011). *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Tahir, (2016). *Metode Penelitian Dalam Bidang Kesehatan*. Makassar: Masagena.
- Tubbs, S. L., & Moss, S. (1983). *Human Communication* (4th ed.). United States: Random House, Inc.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together : Why We Expect More From Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
- Vivian, J. (2008). *Teori Komunikasi Massa* (Edisi kedelapan). Jakarta: KencanaPrenada Media Group.
- Williams, B. K., & Sawyer, S. C. (2011). *Using Information Technology: Pengenalan Praktis Dunia Komputer dan Komunikasi* (edisi 7). (Nur Wijayaning Rahayu & Th. Arie Prabawati, Trans.). Yogyakarta: ANDI.
- Williams, K. D. (1997). *Social Ostracism : Aversive Interpersonal Behaviors*. New York: Springer US.
- 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>.

### **Publikasi Elektronik**

- Agusli. (2018, Maret 20). Retrieved Agustus 8, 2021, from Generasi Muda Kecanduan BlackBerry: [www.Exxcope.com](http://www.Exxcope.com).
- Direktori Mahasiswa (2023). *Jumlah Mahasiswa*. Diakses pada 20 Oktober 2023 dari <https://dirmahasiswa.uma.ac.id/>.
- FISIPuma.ac.id. (2024). Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Diakses pada 9 Mei 2024 dari <https://FISIPol.uma.ac.id>.
- Haigh, N. (2012). *Stop phubbing*. Diakses pada 20 Oktober 2023 dari [Www.Stopphubbing.Com](http://Www.Stopphubbing.Com).
- Newzoo,(2023).<https://dataindonesia.id/telekomunikasi/detail/pengguna-smartphone-indonesia-terbesar-keempat-dunia-pada-2022>. Diakses 20 Oktober 2023.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum wr.wb

Perkenalkan nama saya Citra Andini npm 208530046, Saya merupakan mahasiswi ilmu komunikasi Universitas Medan Area yang saat ini sedang melakukan penelitian untuk memenuhi tugas akhir saya. Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir saya dengan judul **PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN SMARTPHONE TERHADAP PERILAKU PHUBBING MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2020-2023 UNIVERSITAS MEDAN AREA**. Saya mengharapkan Anda dapat menjadi responden dalam penelitian saya dengan mengisi beberapa pernyataan di bawah ini dengan jujur berdasarkan pengalaman Anda. Segala data dan jawaban yang Anda berikan akan dijaga kerahasiannya sesuai dengan kode etik dan hanya akan digunakan untuk keperluan akademis. Terima kasih atas kesediaan dan waktu yang Anda luangkan untuk partisipasi ini.

#### A. DATA RESPONDEN

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Angkatan :  2020       2022

2021       2023

Apakah anda mempunyai/menggunakan *smartphone*?

Iya ( Silakan melanjutkan menjawab pertanyaan berikutnya)

Tidak ( Tidak perlu melanjutkan pertanyaan berikutnya)

- a. Seberapa penting *smartphone* bagi anda?
- Sangat Penting    Penting    Tidak Penting    Sangat tidak penting
- b. Berapa jam anda menggunakan *smartphone* dalam satu hari?
- 24 Jam    16 Jam    8 Jam    < 8 Jam
- c. Pilihlah media sosial yang paling sering anda gunakan (boleh lebih dari satu)
- Tik Tok    Instagram    WhatsApp    Twitter    Lainnya

## B. PETUNJUK PENGISIAN

Kuesioner yang akan diisi oleh anda adalah berbentuk skala likert dimana, akan ada empat alternatif jawaban dari setiap pertanyaan yang diajukan dan anda diminta untuk hanya memilih satu jawaban. Yaitu :

- Keterangan : **1 = STS = Sangat Tidak Setuju**  
**2 = TS = Tidak Setuju**  
**3 = S = Setuju**  
**4 = SS = Sangat Setuju**

Isilah kolom berikut dengan simbol check list (✓) pada pernyataan yang sesuai dengan yang anda rasakan.

### X: Intensitas Penggunaan *Smartphone* (Teori Dependency Media Ball-Rokeach S.J.,1985)

No	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1	Saya memahami bahwa <i>smartphone</i> dapat menjadi alat yang bermanfaat untuk komunikasi, informasi dan hiburan				
2	Saya merasa lebih mudah memahami informasi yang disajikan melalui <i>smartphone</i>				
3	Saya merasa cemas ketika tidak ada sinyal atau baterai <i>smartphone</i> saya habis				
4	Saya merasa lebih mudah menyelesaikan tugas dengan bantuan <i>smartphone</i>				
5	Saya sering menggunakan <i>smartphone</i> untuk mencari				



	informasi dan hiburan				
6	Saya menggunakan <i>smartphone</i> untuk berkomunikasi dengan orang lain				
7	Saya sering menggunakan <i>smartphone</i> saya untuk menghindari interaksi sosial secara langsung				
8	Saya merasa <i>smartphone</i> membantu saya untuk memiliki waktu tenang bagi diri sendiri				
9	Saya merasa bahwa bermain game dan aplikasi di <i>smartphone</i> dapat membantu saya menghilangkan stres				
10	Saya merasa sulit untuk lepas dari <i>smartphone</i> , bahkan ketika sedang melakukan aktivitas lain.				
11	Saya sering menggunakan <i>smartphone</i> untuk bermain media sosial				
12	Saya sering menghabiskan waktu berjam-jam menggunakan game di <i>smartphone</i> saya tanpa disadari				

**Y: Perilaku Phubbing (Karadang, 2015)**

No	PERNYATAAN	STS	TS	S	SS
1	Ketika saya sedang berbicara dengan teman, saya akan segera mengangkat telepon ketika berdering				
2	Saya akan segera merespon pesan yang masuk (SMS/Chat) meskipun sedang berbicara dengan teman				
3	Saya senang mengirim pesan sambil berbicara dengan teman saya				
4	Saat bangun tidur, yang pertama kali saya cari adalah <i>smartphone</i> saya				
5	Saya merasa khawatir jika berpergian tanpa membawa <i>smartphone</i>				
6	Saat berkomunikasi dengan teman, saya akan mengabaikan pesan yang masuk (SMS/Chat)				
7	Saya selalu menggunakan <i>smartphone</i> setiap waktu				
8	Saya akan segera mengakhiri pembicaraan dengan teman saya jika ada telepon masuk				
9	Menurut saya, merespons pesan singkat ketika sedang berinteraksi dengan teman adalah hal yang wajar				
10	Saat berbicara dengan teman, saya akan mengabaikan notifikasi pada <i>smartphone</i>				
11	Menurut saya, mengirim pesan atau chat sambil berbicara dengan teman adalah hal yang wajar				
12	Saya selalu memeriksa notifikasi pada <i>smartphone</i> walaupun sedang berbicara dengan teman				
13	Sulit bagi saya untuk lepas dari <i>smartphone</i> saya				
14	Saya mampu mengendalikan perilaku saya untuk tidak selalu fokus pada <i>smartphone</i> saat berbicara dengan teman				
15	Saya merasa gelisah ketika jauh dari <i>smartphone</i> saya				
16	Ketika mengerjakan tugas, saya sering memeriksa <i>smartphone</i> saya terlebih dahulu				

**Link Kuesioner :** <https://forms.gle/U23uAse8mqaYsBDv6>

## Lampiran 2 Surat Pengantar Riset



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223  
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Berayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122  
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ\_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 471/FIS.3/01.10/II/2024  
Lampiran : -  
Hal : Permohonan Izin Pengambilan Data/Riset

Medan, 19 Februari 2024

Kepada Yth.

Wakil Rektor Bidang Mutu Sumber Daya Manusia dan Perekonomian  
Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate / Jalan Gedung PBSI, Medan 20223

Dengan hormat,

Kami dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area, dengan ini mengajukan permohonan kepada Bapak untuk dapat kiranya menerima mahasiswa kami berikut ini :

Nama : Citra Andini  
NIM : 208530046  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Saat ini sedang membutuhkan beberapa data pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area untuk menyelesaikan penelitian/riset yang berjudul :

*"Pengaruh Intensitas Penggunaan Smartphone Terhadap Perilaku Phubbing Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020-2023 Universitas Medan Area"*

Perlu kami jelaskan bahwa penelitian dan pengambilan data yang diperlukan ini semata-mata hanya untuk kepentingan penelitian dalam penyusunan skripsi. Sehubungan dengan ini, kami mohon kesediaan Bapak untuk memberikan data yang diminta pada bidang yang bersangkutan.

Demikian surat ini kami ajukan. Atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Walid Musthafa S, S.Sos, M.I.P.

Tembusan:

1. Ka. Prodi Ilmu Komunikasi
2. Mahasiswa ybs
3. Arsip

### Lampiran 3 Surat Pengambilan Data /Riset



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate / Jalan Gedung PBSI, Medan 20223  
Kampus II : Jalan Sei Serayu Nomor 70 A / Jalan Setia Budi Nomor 79 B, Medan 20112 Telepon : (061) 8225602, 8201994  
Fax : (061) 8226331 IIP : 0811 607 259 website: www.uma.ac.id Email : univ\_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 293/UMA/B/01.7/II/2024

22 Februari 2024

Lampiran : -

Hal : Izin Pengambilan Data Riset an. Citra Andini

Kepada Yth.

#### Dekan Fakultas Isipol

Universitas Medan Area  
Medan

Dengan hormat, sesuai dengan surat dari Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area nomor : 471/FIS.3/01.10/II/2024 tertanggal 19 Februari 2024, perihal Izin Pengambilan Data Riset di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area oleh mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Citra Andini  
NPM : 208530046  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan Judul Skripsi "**Pengaruh Intensitas Penggunaan Smartphone Terhadap Perilaku Phubbing Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 - 2023 Universitas Medan Area**".

Pada Prinsipnya disetujui yang bersangkutan untuk melaksanakan pengambilan data di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Medan Area guna penyusunan Skripsi untuk kepentingan Ilmiah dan Akademik.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 22 Februari 2024  
Wakil Rektor Bidang Mutu SDM dan  
Perkonomian

  
Dr. Ir. Suswati, MP

-Tembusan  
Mahasiswa Ybs  
Arsip

## Lampiran 4 Surat Selesai Riset



### SURAT KETERANGAN Nomor : 337/UMA/B/01.7/11/2024

Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Citra Andini  
No.Pokok Mahasiswa :208530046  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Benar telah selesai Pengambilan Data di Universitas Medan Area dengan Judul Skripsi  
"Pengaruh Intensitas Penggunaan Smartphone Terhadap Perilaku Phubbing Mahasiswa  
Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 - 2023 Universitas Medan Area".

Dan kami harapkan Data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam  
penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan  
Ilmu Politik.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya

Medan, 27 Februari 2024.  
a.n Rektor  
Wakil Rektor Bidang Mutu SDM &  
Perekonomian,

  
Prof. Dr. Ir. Suswati, MP

CC :  
- Arsip



## Lampiran 5 Dokumentasi Penelitian Responden (Google formulir)

The image displays two side-by-side screenshots of a Google Form titled "KUESIONER PENELITIAN PENGARUH INTE". The form is viewed on a mobile device, as indicated by the status bar at the top showing the time 21.43 and a 73% battery level. The browser address bar shows "docs.google.com/". The form progress bar indicates that 87 out of 87 questions have been answered. The visible questions and answers are:

- Nama \***: Mira Zahrani Siregar
- Jenis Kelamin \***:  Laki-laki,  Perempuan
- Usia \***:  19 Tahun,  20 Tahun,  21 Tahun,  22 Tahun
- Apakah Anda mempunyai/menggunakan Smartphone? \***:  Iya (Silahkan melanjutkan menjawab pertanyaan berikutnya),  Tidak (Tidak perlu melanjutkan ke pertanyaan berikutnya)
- a. Seberapa penting smartphone bagi anda? \***:  Sangat Penting,  Penting,  Tidak Penting,  Sangat Tidak Penting

**Lampiran 6 Jawaban Responden Pada Variabel X**

No. Resp	Karakteristik Responden			Variabel X Intensitas Penggunaan <i>Smartphone</i> (Teori <i>Dependency Media</i> Ball-Rokeach S.J.,1985)												
	Usia	Jenis Kelamin	Angkatan	x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	Total X
1	20 Tahun	Perempuan	2022	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	20 Tahun	Laki-Laki	2022	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	21 Tahun	Laki-Laki	2020	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	21 Tahun	Laki-Laki	2021	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
5	19 Tahun	Perempuan	2023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
6	19 Tahun	Perempuan	2022	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
7	20 Tahun	Perempuan	2022	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	36
8	22 Tahun	Laki-Laki	2020	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	33
9	22 Tahun	Perempuan	2020	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	41
10	21 Tahun	Perempuan	2020	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	39
11	22 Tahun	Laki-Laki	2020	3	4	1	2	2	4	3	1	2	1	3	4	30
12	20 Tahun	Laki-Laki	2021	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	2	3	38
13	21 Tahun	Perempuan	2023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
14	20 Tahun	Perempuan	2023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	22 Tahun	Perempuan	2020	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	44
16	22 Tahun	Perempuan	2023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
17	19 Tahun	Laki-Laki	2023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
18	19 Tahun	Laki-Laki	2023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
19	21 Tahun	Laki-Laki	2021	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	47
20	22 Tahun	Perempuan	2020	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	41
21	22 Tahun	Laki-Laki	2020	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	42
22	22 Tahun	Perempuan	2020	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	35
23	21 Tahun	Perempuan	2020	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	35
24	21 Tahun	Perempuan	2020	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	42
25	22 Tahun	Perempuan	2020	4	3	2	3	4	3	3	2	3	2	3	2	34

26	21 Tahun	Perempuan	2020	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
27	22 Tahun	Perempuan	2020	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	39
28	19 Tahun	Perempuan	2022	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	35
29	21 Tahun	Laki-Laki	2021	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
30	21 Tahun	Perempuan	2022	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	42
31	20 Tahun	Perempuan	2021	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
32	20 Tahun	Laki-Laki	2021	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	2	37
33	20 Tahun	Laki-Laki	2022	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
34	20 Tahun	Laki-Laki	2022	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
35	20 Tahun	Laki-Laki	2021	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	41
36	22 Tahun	Perempuan	2020	4	4	4	4	3	4	2	2	3	1	2	1	34
37	21 Tahun	Laki-Laki	2020	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	3	41
38	20 Tahun	Perempuan	2023	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	40
39	21 Tahun	Laki-Laki	2021	3	3	3	4	2	4	4	4	2	3	3	4	39
40	22 Tahun	Perempuan	2020	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	46
41	21 Tahun	Perempuan	2021	4	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	36
42	21 Tahun	Perempuan	2020	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	2	37
43	22 Tahun	Perempuan	2020	3	3	4	3	3	3	4	2	2	2	3	1	33
44	20 Tahun	Laki-Laki	2021	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	40
45	20 Tahun	Perempuan	2022	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	45
46	20 Tahun	Perempuan	2022	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	46
47	21 Tahun	Perempuan	2022	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	46
48	22 Tahun	Perempuan	2021	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	34
49	21 Tahun	Perempuan	2020	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	38
50	19 Tahun	Perempuan	2022	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
51	21 Tahun	Perempuan	2022	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
52	20 Tahun	Laki-Laki	2023	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	46
53	19 Tahun	Laki-Laki	2023	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	39
54	20 Tahun	Perempuan	2021	4	2	3	3	3	4	3	2	2	2	2	1	31
55	22 Tahun	Perempuan	2020	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	40

56	22 Tahun	Perempuan	2020	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	39
57	22 Tahun	Laki-Laki	2022	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
58	21 Tahun	Perempuan	2020	4	3	2	3	4	3	4	3	3	2	2	2	35
59	22 Tahun	Perempuan	2020	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	42
60	22 Tahun	Laki-Laki	2021	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	38
61	21 Tahun	Perempuan	2022	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	40
62	21 Tahun	Laki-Laki	2022	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
63	19 Tahun	Perempuan	2022	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	36
64	19 Tahun	Perempuan	2023	4	3	2	3	4	4	4	3	3	3	3	3	39
65	20 Tahun	Laki-Laki	2021	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	1	39
66	21 Tahun	Perempuan	2021	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
67	20 Tahun	Laki-Laki	2023	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	39
68	20 Tahun	Laki-Laki	2023	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	44
69	20 Tahun	Perempuan	2023	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	44
70	21 Tahun	Laki-Laki	2023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	45
71	21 Tahun	Perempuan	2023	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	43
72	20 Tahun	Perempuan	2022	4	3	2	4	3	4	4	3	3	3	3	2	38
73	20 Tahun	Laki-Laki	2021	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	40
74	21 Tahun	Laki-Laki	2021	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	43
75	21 Tahun	Laki-Laki	2022	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
76	21 Tahun	Perempuan	2022	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
77	21 Tahun	Perempuan	2022	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
78	21 Tahun	Laki-Laki	2022	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
79	20 Tahun	Laki-Laki	2020	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	39
80	20 Tahun	Laki-Laki	2021	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
81	22 Tahun	Laki-Laki	2020	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	43
82	21 Tahun	Laki-Laki	2021	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	3	4	42
83	21 Tahun	Laki-Laki	2021	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
84	21 Tahun	Laki-Laki	2021	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38



85	21 Tahun	Perempuan	2021	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
86	22 Tahun	Laki-Laki	2020	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
87	22 Tahun	Perempuan	2020	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48



### Lampiran 7 Jawaban Responden pada Variabel Y

No. Resp	Karakteristik Responden			Variabel Y Perilaku <i>Phubbing</i> (Karadang, 2015)																	
	Usia	Jenis Kelamin	Angkatan	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Total Y	
1	20 Tahun	Perempuan	2022	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
2	20 Tahun	Laki-Laki	2022	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
3	21 Tahun	Laki-Laki	2020	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	21 Tahun	Laki-Laki	2021	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
5	19 Tahun	Perempuan	2023	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	54
6	19 Tahun	Perempuan	2022	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	53
7	20 Tahun	Perempuan	2022	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	43
8	22 Tahun	Laki-Laki	2020	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
9	22 Tahun	Perempuan	2020	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
10	21 Tahun	Perempuan	2020	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	49
11	22 Tahun	Laki-Laki	2020	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	56
12	20 Tahun	Laki-Laki	2021	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	4	2	3	3	44
13	21 Tahun	Perempuan	2022	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
14	20 Tahun	Perempuan	2023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
15	22 Tahun	Perempuan	2020	3	4	3	3	4	1	4	3	3	1	3	3	2	4	2	3	3	46
16	22 Tahun	Perempuan	2023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
17	19 Tahun	Laki-Laki	2023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
18	19 Tahun	Laki-Laki	2023	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
19	21 Tahun	Laki-Laki	2021	3	3	3	4	4	2	4	4	4	1	3	4	4	3	4	4	4	54
20	22 Tahun	Perempuan	2020	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	50
21	22 Tahun	Laki-Laki	2020	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	54
22	22 Tahun	Perempuan	2020	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	49
23	21 Tahun	Perempuan	2020	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	42

24	21 Tahun	Perempuan	2020	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
25	23 Tahun	Perempuan	2020	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
26	21 Tahun	Perempuan	2020	3	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	3	4	4	4	4	52
27	22 Tahun	Perempuan	2020	3	3	3	3	4	2	2	4	2	3	2	3	3	3	3	3	46
28	19 Tahun	Perempuan	2022	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	49
29	21 Tahun	Laki-Laki	2021	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	49
30	21 Tahun	Perempuan	2022	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51
31	20 Tahun	Perempuan	2021	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
32	20 Tahun	Laki-Laki	2021	3	3	2	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	44
33	20 Tahun	Laki-Laki	2022	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	60
34	20 Tahun	Laki-Laki	2022	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	51
35	20 Tahun	Laki-Laki	2021	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	49
36	22 Tahun	Perempuan	2020	3	2	2	3	4	3	3	3	2	3	2	3	2	4	2	3	44
37	21 Tahun	Laki-Laki	2020	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
38	20 Tahun	Perempuan	2023	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	52	
39	21 Tahun	Laki-Laki	2021	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	1	4	4	3	4	4	51
40	22 Tahun	Perempuan	2020	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
41	21 Tahun	Perempuan	2021	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
42	21 Tahun	Perempuan	2020	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	42
43	22 Tahun	Perempuan	2020	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	50
44	20 Tahun	Laki-Laki	2021	3	2	2	3	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	48
45	20 Tahun	Perempuan	2022	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	43
46	20 Tahun	Perempuan	2022	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	53
47	21 Tahun	Perempuan	2022	2	3	2	3	4	4	4	3	3	4	1	2	2	4	2	4	47
48	22 Tahun	Perempuan	2021	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	46
49	21 Tahun	Perempuan	2020	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
50	19 Tahun	Perempuan	2022	3	3	2	4	4	4	4	4	2	3	1	2	2	4	4	4	50
51	21 Tahun	Perempuan	2022	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	60
52	20 Tahun	Laki-Laki	2023	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
53	19 Tahun	Laki-Laki	2023	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	47

54	20 Tahun	Perempuan	2021	3	3	1	3	4	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	2	45
55	22 Tahun	Perempuan	2020	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	45
56	22 Tahun	Perempuan	2020	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	46
57	22 Tahun	Laki-Laki	2022	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
58	21 Tahun	Perempuan	2020	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
59	22 Tahun	Perempuan	2020	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
60	22 Tahun	Laki-Laki	2021	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	44
61	21 Tahun	Perempuan	2022	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	46
62	21 Tahun	Laki-Laki	2022	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
63	19 Tahun	Perempuan	2022	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
64	19 Tahun	Perempuan	2023	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	51
65	20 Tahun	Laki-Laki	2021	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
66	21 Tahun	Perempuan	2021	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
67	20 Tahun	Laki-Laki	2023	3	4	3	4	4	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	49
68	20 Tahun	Laki-Laki	2023	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	47
69	20 Tahun	Perempuan	2023	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	49
70	21 Tahun	Laki-Laki	2023	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	49
71	21 Tahun	Perempuan	2023	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	46
72	20 Tahun	Perempuan	2022	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	49
73	20 Tahun	Laki-Laki	2021	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	46
74	21 Tahun	Laki-Laki	2021	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	50
75	21 Tahun	Laki-Laki	2022	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	45
76	21 Tahun	Perempuan	2022	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	46
77	21 Tahun	Perempuan	2022	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	46
78	21 Tahun	Laki-Laki	2022	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	57
79	20 Tahun	Laki-Laki	2020	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	51
80	20 Tahun	Laki-Laki	2021	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	46
81	22 Tahun	Laki-Laki	2020	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	52
82	21 Tahun	Laki-Laki	2021	3	3	3	4	4	2	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	51
83	21 Tahun	Laki-Laki	2021	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64

84	21 Tahun	Laki-Laki	2021	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	46
85	21 Tahun	Perempuan	2021	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
86	22 Tahun	Laki-Laki	2020	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
87	22 Tahun	Perempuan	2020	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64



### Lampiran 8 Uji Validitas Variabel X

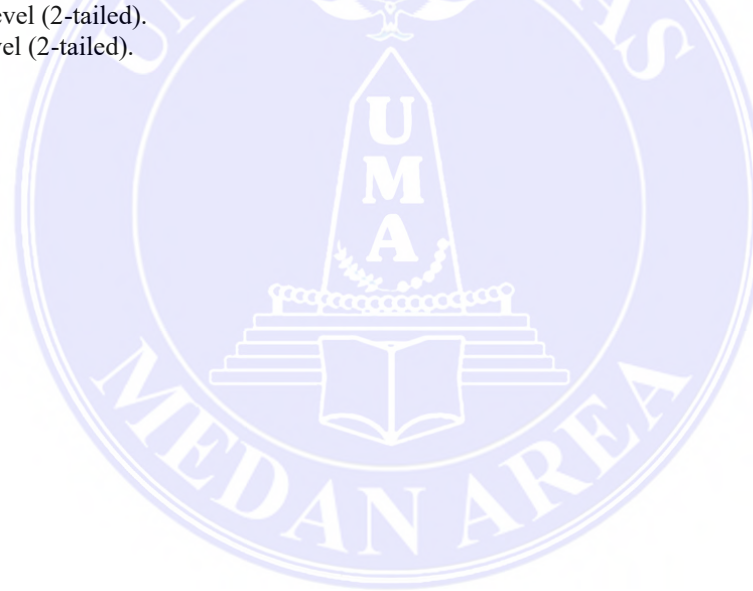
#### Correlations

		x1	x2	x3	x4	x5	x6	x7	x8	x9	x10	x11	x12	Total X
x1	Pearson Correlation	1	.450**	.327**	.446**	.378**	.406**	.305**	.366**	.333**	.295**	.208	.263*	.521**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000	.000	.004	.000	.002	.006	.053	.014	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
x2	Pearson Correlation	.450**	1	.507**	.406**	.221*	.177	.234*	.317**	.392**	.348**	.407**	.524**	.586**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.040	.101	.029	.003	.000	.001	.000	.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
x3	Pearson Correlation	.327**	.507**	1	.632**	.490**	.359**	.478**	.578**	.510**	.486**	.450**	.341**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
x4	Pearson Correlation	.446**	.406**	.632**	1	.472**	.560**	.551**	.616**	.571**	.546**	.356**	.360**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
x5	Pearson Correlation	.378**	.221*	.490**	.472**	1	.455**	.532**	.561**	.693**	.552**	.439**	.211	.694**
	Sig. (2-tailed)	.000	.040	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.050	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
x6	Pearson Correlation	.406**	.177	.359**	.560**	.455**	1	.619**	.443**	.369**	.330**	.261*	.266*	.590**
	Sig. (2-tailed)	.000	.101	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.002	.015	.013	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
x7	Pearson Correlation	.305**	.234*	.478**	.551**	.532**	.619**	1	.622**	.418**	.490**	.429**	.377**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.004	.029	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
x8	Pearson Correlation	.366**	.317**	.578**	.616**	.561**	.443**	.622**	1	.672**	.751**	.544**	.550**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
x9	Pearson Correlation	.333**	.392**	.510**	.571**	.693**	.369**	.418**	.672**	1	.749**	.668**	.447**	.811**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
x10	Pearson Correlation	.295**	.348**	.486**	.546**	.552**	.330**	.490**	.751**	.749**	1	.678**	.454**	.805**

	Sig. (2-tailed)	.006	.001	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
x11	Pearson Correlation	.208	.407**	.450**	.356**	.439**	.261*	.429**	.544**	.668**	.678**	1	.528**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.053	.000	.000	.001	.000	.015	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
x12	Pearson Correlation	.263*	.524**	.341**	.360**	.211	.266*	.377**	.550**	.447**	.454**	.528**	1	.665**
	Sig. (2-tailed)	.014	.000	.001	.001	.050	.013	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
TotalX	Pearson Correlation	.521**	.586**	.733**	.758**	.694**	.590**	.705**	.844**	.811**	.805**	.723**	.665**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87

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

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



### Lampiran 9 Uji Validitas Variabel Y

#### Correlations

		y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	y11	y12	y13	y14	y15	y16	Total Y
y1	Pearson Correlation	1	.674**	.582**	.578**	.418**	.554**	.484**	.669**	.578**	.579**	.566**	.591**	.570**	.461**	.507**	.337**	.773**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
y2	Pearson Correlation	.674**	1	.710**	.664**	.511**	.454**	.594**	.624**	.677**	.447**	.617**	.619**	.678**	.485**	.610**	.501**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
y3	Pearson Correlation	.582**	.710**	1	.517**	.267*	.399**	.419**	.570**	.751**	.377**	.664**	.740**	.710**	.301**	.583**	.553**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.012	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
y4	Pearson Correlation	.578**	.664**	.517**	1	.653**	.477**	.579**	.660**	.549**	.372**	.423**	.512**	.595**	.523**	.652**	.480**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
y5	Pearson Correlation	.418**	.511**	.267*	.653**	1	.400**	.504**	.551**	.327**	.267*	.279**	.389**	.329**	.550**	.518**	.138	.584**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.012	.000		.000	.000	.000	.002	.012	.009	.000	.002	.000	.000	.201	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
y6	Pearson Correlation	.554**	.454**	.399**	.477**	.400**	1	.525**	.599**	.496**	.811**	.338**	.441**	.495**	.687**	.494**	.270*	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.012	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
y7	Pearson Correlation	.484**	.594**	.419**	.579**	.504**	.525**	1	.555**	.546**	.442**	.335**	.661**	.499**	.496**	.616**	.484**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
y8	Pearson Correlation	.669**	.624**	.570**	.660**	.551**	.599**	.555**	1	.567**	.535**	.466**	.617**	.599**	.615**	.644**	.494**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
y9	Pearson Correlation	.578**	.677**	.751**	.549**	.327**	.496**	.546**	.567**	1	.519**	.646**	.617**	.651**	.372**	.616**	.533**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87



y10	Pearson Correlation	.579**	.447**	.377**	.372**	.267*	.811**	.442**	.535**	.519**	1	.356**	.426**	.409**	.644**	.377**	.256*	.684**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.012	.000	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.017	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
y11	Pearson Correlation	.566**	.617**	.664**	.423**	.279**	.338**	.335**	.466**	.646**	.356**	1	.642**	.590**	.281**	.505**	.247**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.009	.001	.001	.000	.000	.001		.000	.000	.008	.000	.021	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
y12	Pearson Correlation	.591**	.619**	.740**	.512**	.389**	.441**	.661**	.617**	.617**	.426**	.642**	1	.765**	.361**	.699**	.569**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
y13	Pearson Correlation	.570**	.678**	.710**	.595**	.329**	.495**	.499**	.599**	.651**	.409**	.590**	.765**	1	.346**	.793**	.512**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.001	.000	.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
y14	Pearson Correlation	.461**	.485**	.301**	.523**	.550**	.687**	.496**	.615**	.372**	.644**	.281**	.361**	.346**	1	.414**	.124	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.008	.001	.001		.000	.253	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
y15	Pearson Correlation	.507**	.610**	.583**	.652**	.518**	.494**	.616**	.644**	.616**	.377**	.505**	.699**	.793**	.414**	1	.506**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000			.000	.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
y16	Pearson Correlation	.337**	.501**	.553**	.480**	.138	.270*	.484**	.494**	.533**	.256*	.247*	.569**	.512**	.124	.506**	1	.581**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.201	.012	.000	.000	.000	.017	.021	.000	.000	.253	.000		.000
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87
Totally	Pearson Correlation	.773**	.826**	.773**	.765**	.584**	.732**	.732**	.821**	.800**	.684**	.680**	.813**	.803**	.657**	.798**	.581**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87	87

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

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

**Lampiran 10 Nilai r Tabel**

DF= n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	r 0,005	r 0,05	r 0,25	r 0,01	r 0,001
1	0,9877	0,9969	0,9995	0,9999	1,0000
2	0,9000	0,9500	0,9800	0,9900	0,9990
3	0,8054	0,8783	0,9343	0,9587	0,9911
4	0,7293	0,8114	0,8822	0,9172	0,9741
5	0,6694	0,7545	0,8329	0,8745	0,9509
6	0,6215	0,7067	0,7887	0,8343	0,9249
7	0,5822	0,6664	0,7498	0,7977	0,8983
8	0,5494	0,6319	0,7155	0,7646	0,8721
9	0,5214	0,6021	0,6851	0,7348	0,8470
10	0,4973	0,5760	0,6581	0,7079	0,8233
11	0,4762	0,5529	0,6339	0,6835	0,8010
12	0,4575	0,5324	0,6120	0,6614	0,7800
13	0,4409	0,5140	0,5923	0,6411	0,7604
14	0,4259	0,4973	0,5742	0,6226	0,7419
15	0,4124	0,4821	0,5577	0,6055	0,7247
16	0,4000	0,4683	0,5425	0,5897	0,7084
17	0,3887	0,4555	0,5285	0,5751	0,6932
18	0,3783	0,4438	0,5155	0,5614	0,6788
19	0,3687	0,4329	0,2034	0,5487	0,6652
20	0,3515	0,4227	0,4921	0,5368	0,6524
21	0,3515	0,4132	0,4815	0,5256	0,6402
22	0,3438	0,4044	0,4716	0,5151	0,6287
23	0,3365	0,3961	0,4622	0,5052	0,6178
24	0,3297	0,3882	0,4534	0,4958	0,6074
25	0,3233	0,3809	0,4451	0,4869	0,5974
26	0,3172	0,3739	0,4372	0,4785	0,5880
27	0,3115	0,3673	0,4297	0,4705	0,5790
28	0,3061	0,3610	0,4226	0,4629	0,5703
29	0,3009	0,3550	0,4158	0,4556	0,5620
30	0,2960	0,3494	0,4093	0,4487	0,5541
40	0,2573	0,3044	0,3578	0,3932	0,4896
41	0,2542	0,3008	0,3536	0,3887	0,4843
42	0,2512	0,2973	0,3496	0,3843	0,4791
43	0,2483	0,2940	0,3457	0,3801	0,4742
44	0,2455	0,2907	0,3420	0,3761	0,4694
45	0,2429	0,2876	0,3384	0,3721	0,4647
46	0,2403	0,2845	0,3348	0,3683	0,4601
47	0,2377	0,2826	0,3314	0,3646	0,4557
48	0,2353	0,2787	0,3281	0,3610	0,4515
49	0,2329	0,2759	0,3249	0,3575	0,4473
50	0,2306	0,2732	0,3218	0,3542	0,4432
51	0,2284	0,2706	0,3188	0,3509	0,4393
52	0,2262	0,2681	0,3158	0,3477	0,4354
53	0,2241	0,2656	0,3129	0,3445	0,4317
54	0,2221	0,2632	0,3102	0,3415	0,4280
55	0,2201	0,2609	0,3074	0,3385	0,4244
56	0,2181	0,2586	0,3048	0,3357	0,4210
57	0,2162	0,2564	0,3022	0,3328	0,4176
58	0,2144	0,2542	0,2997	0,3301	0,4143
59	0,2126	0,2521	0,2972	0,3274	0,4110

60	0,2108	0,2500	0,2948	0,3248	0,4079
70	0,1954	0,2319	0,2737	0,3017	0,3798
71	0,1940	0,2303	0,2718	0,2997	0,3773
72	0,1927	0,2287	0,2700	0,2977	0,3748
73	0,1914	0,2272	0,2682	0,2957	0,3724
74	0,1901	0,2257	0,2664	0,2938	0,3701
75	0,1888	0,2242	0,2647	0,2919	0,3678
76	0,1876	0,2227	0,2630	0,2900	0,3655
77	0,1864	0,2213	0,2613	0,2882	0,3611
78	0,1852	0,2199	0,2597	0,2864	0,3589
79	0,1841	0,2185	0,2582	0,2847	0,3568
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3547
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3527
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3507
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3487
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3468
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2093	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341
93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2627	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211

**Lampiran 11 Nilai t Tabel**

	<i>t</i> <sub>0.10</sub>	<i>t</i> <sub>0.05</sub>	<i>t</i> <sub>0.025</sub>	<i>t</i> <sub>0.01</sub>	<i>t</i> <sub>0.005</sub>	<b>d.f</b>
<b>1</b>	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	<b>1</b>
<b>2</b>	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	<b>2</b>
<b>3</b>	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	<b>3</b>
<b>4</b>	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	<b>4</b>
<b>5</b>	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	<b>5</b>
<b>6</b>	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	<b>6</b>
<b>7</b>	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	<b>7</b>
<b>8</b>	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	<b>8</b>
<b>9</b>	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	<b>9</b>
<b>10</b>	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	<b>10</b>
<b>11</b>	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	<b>11</b>
<b>12</b>	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	<b>12</b>
<b>13</b>	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	<b>13</b>
<b>14</b>	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	<b>14</b>
<b>15</b>	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	<b>15</b>
<b>16</b>	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	<b>16</b>
<b>17</b>	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	<b>17</b>
<b>18</b>	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	<b>18</b>
<b>19</b>	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	<b>19</b>
<b>20</b>	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	<b>20</b>
<b>30</b>	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	<b>30</b>
<b>31</b>	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	<b>31</b>
<b>32</b>	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	<b>32</b>
<b>33</b>	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	<b>33</b>
<b>34</b>	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	<b>34</b>
<b>35</b>	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	<b>35</b>
<b>36</b>	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	<b>36</b>
<b>37</b>	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	<b>37</b>
<b>38</b>	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	<b>38</b>
<b>39</b>	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708	<b>39</b>
<b>40</b>	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	<b>40</b>
<b>41</b>	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	<b>41</b>
<b>42</b>	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	<b>42</b>
<b>43</b>	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	<b>43</b>
<b>44</b>	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	<b>44</b>
<b>45</b>	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	<b>45</b>
<b>46</b>	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	<b>46</b>
<b>47</b>	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	<b>47</b>
<b>48</b>	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	<b>48</b>
<b>49</b>	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	<b>49</b>
<b>50</b>	1,298	1,676	2,009	2,403	2,678	<b>50</b>
<b>51</b>	1,298	1,675	2,008	2,302	2,676	<b>51</b>
<b>52</b>	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	<b>52</b>
<b>53</b>	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	<b>53</b>
<b>54</b>	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	<b>54</b>
<b>55</b>	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	<b>55</b>
<b>56</b>	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	<b>56</b>
<b>57</b>	1,297	1,672	2,003	2,394	2,665	<b>57</b>
<b>58</b>	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	<b>58</b>
<b>59</b>	1,296	1,671	2,002	2,391	2,662	<b>59</b>
<b>60</b>	1,296	1,671	2,001	2,390	2,660	<b>60</b>
<b>61</b>	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	<b>61</b>
<b>62</b>	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	<b>62</b>

63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	63
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	64
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	65
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	66
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	67
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	68
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	69
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	70
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	71
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	72
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	73
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	74
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	75
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	76
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	77
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	78
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	79
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	80
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	81
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	82
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	83
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	84
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	85
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	86
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	87
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	88
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	89
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	90
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	91
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	92
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	93
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	94
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	95
96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	96
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	97
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	98
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	99
Inf	1,290	1,660	1,984	2,364	2,626	Inf.