

**PENGARUH ADIKSI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU *PHUBBING*
PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

SKRIPSI



Oleh:

Kharisma Indah Cahyaniengtias

200401110013

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2024

HALAMAN JUDUL

**PENGARUH ADIKSI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU *PHUBBING*
PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Kepada

Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang untuk
memenuhi salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S. Psi)

Oleh:

Kharisma Indah Cahyaniengtias

200401110013

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH ADIKSI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU PHUBBING
PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**



SKRIPSI

Oleh:

Kharisma Indah Cahyaniengtias

200401110013

Telah Disetujui Oleh:


Dosen Pembimbing	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal Persetujuan
Dosen Pembimbing 1 <u>Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M. Ag.</u> NIP: 197307102000031002		25/10/2024
Dosen Pembimbing 2 <u>Rika Fuaturosida, S. Psi, M A</u> NIP: 19830429201608012038		24/10/2024

Malang, ...Oktober 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi



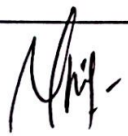
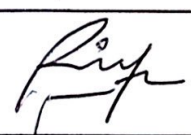
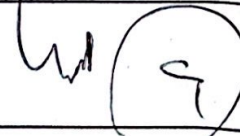

Yusuf Ratu Agung, M. A
NIP. 1980102015031002

**PENGARUH ADIKSI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU PHUBBING
PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

SKRIPSI

Oleh:
Kharisma Indah Cahyaniengtias
200401110013

Telah diujikan dan dinyatakan LULUS oleh Dewan Penguji Skripsi dalam Majelis
Sidang Skripsi pada tanggal 16 November 2024

Dewan Penguji Skripsi	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal Persetujuan
Dosen Pembimbing 1 <u>Dr. Muallifah, MA.</u> NIP: 198505142019032008		26/11/2024
Dosen Pembimbing 2 <u>Rika Fuaturosida, S. Psi, MA</u> NIP: 19830429201608012038		26/11/2024
Penguji Utama <u>Dr. Mohammad Mahpur, M. Si</u> NIP: 19760505200511003		26/11/2024



Prof. Dr. Rifa Hidayah, M.Si
NIP. 196605181991031004

NOTA DINAS

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Psikologi
UIN Malana Malik Ibrahim
Malang

Assalamu'alaikum wr. wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah Skripsi berjudul :

**PENGARUH ADIKSI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU *PHUBBING*
PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

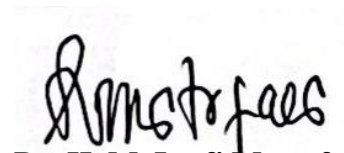
Yang ditulis oleh :

Nama : Kharisma Indah Cahyaniengtias
NIM : 200401110013
Program : S1 Psikologi

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diujikan dalam Sidang Ujian Skripsi.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Malang, 24 Oktober 2024
Dosen Pembimbing 1,



Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M. Ag.
NIP: 197307102000031002

NOTA DINAS

Kepada Yth.,
Dekan Fakultas Psikologi
UIN Malana Malik Ibrahim
Malang

Assalamu'alaikum wr. wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah Skripsi berjudul :

**PENGARUH ADIKSI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU *PHUBBING*
PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

Yang ditulis oleh :

Nama : Kharisma Indah Cahyaniengtias
NIM : 200401110013
Program : S1 Psikologi

Saya berpendapat bahwa Skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang untuk diujikan dalam Sidang Ujian Skripsi.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Malang, 24 Oktober 2024
Dosen Pembimbing 2,



Rika Fuaturosida, S. Psi, M A
NIP: 19830429201608012038

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Kharisma Indah Cahyaniengtias

NIM : 200401110013

Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul **PENGARUH ADIKSI MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU PHUBBING PADA MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**, adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika kemudian hari ada *claim* dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia mendapatkan sanksi.

Malang, 25 November 2024
Penulis.



Kharisma Indah C.
200401110013

MOTTO

Hadir sepenuhnya di hadapan seseorang adalah cara paling sederhana untuk menghargai.

-Kharisma

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kepada

Ibunda yang sangat amat saya sayangi dan cintai, ibu yang hebat, Ibu Mariasih

Yang selalu memberikan dukungan baik berupa materi maupun non materi, doa yang tidak pernah terputus untuk anaknya. Banyak sekali pelajaran hidup yang beliau berikan kepada saya yang tidak akan saya dapatkan pada bangku perkuliahan ini.

Ayah yang sangat amat saya sayangi dan sangat saya rindukan, Bapak Moh. Iskandar (Alm.)

Saya sadar bahwa tidak ada dukungan secara langsung yang saya terima saat pengerjaan bahkan sampai penyelesaian skripsi ini tetapi saya yakin bahwa ini merupakan salah satu impiannya yang harus saya perjuangkan.

Kakak –kakak saya dan keluarganya Mohammad Isma M.U, Lutfi Azizah, M. Luis Arjuna, Dwi Isma Yuli D., Julisa Rokhman, Ezhar Akhtar Putra. Yang senantiasa memberi dukungan secara materi maupun non materi, motivasi untuk menyelesaikan tugas akhir ini dan doa tanpa henti.

Kharisma Indah C.

Air mata, tawa, rasa kantuk dan bahkan badai lainnya yang sudah menemani dalam proses perjalanan penyelesaian tugas akhir ini. Terima kasih sudah berani untuk menuntaskan apa yang sudah di mulai.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Alhamdulillah puji syukur saya ucapkan kepada kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan Rahmat dan Hidayahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian ini. Sholawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah senantiasa kita nantikan syafa'atnya kelak di hari akhir. Karya ini tidak pernah ada tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah terlibat. Untuk itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A, selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si, selaku dekan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Yusuf Ratu Agung, M. A selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag, selaku dosen pembimbing satu skripsi yang telah banyak memberikan arahan, nasihat, motivasi, dan berbagi pengalaman, semoga segala ilmu yang beliau berikan kepada penulis bisa bermanfaat.
5. Rika Fuaturrosida, M.Si, selaku dosen pembimbing dua yang telah banyak memberikan arahan, nasihat, motivasi, dan berbagi pengalaman, semoga segala ilmu yang beliau berikan kepada penulis bisa bermanfaat.
6. Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si, selaku dosen wali yang telah memberikan arahan, nasihat, motivasi, dan berbagi pengalaman selama perkuliahan, semoga segala ilmu yang beliau berikan kepada penulis bisa bermanfaat.
7. Dr. Mohammad Mahpur , M. Si selaku penguji utama yang telah memberikan arahan dan pengetahuan baru pada skripsi ini.

8. Dr. Muallifah, MA. Si selaku ketua penguji yang telah memberikan arahan dan pengetahuan baru pada skripsi ini. Sehingga adanya ide-ide yang baru sebagai motivasi dalam berkembang.
9. Kepada teman-teman kelas Psikologi A 2020 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih yang telah memberikan dukungan dan kepada saya. Serta terima kasih sudah mewarnai hari-hari saya selama perkuliahan maba sampai dengan akhir semester ini.
10. Kepada teman-teman Laboratorium Psikodiagnostik dan Alat ukur yang telah memberi cerita baru, warna baru pada saya dan tidak henti-hentinya memberi dukungan sosial serta doa dalam pengerjaan skripsi ini.
11. Kepada teman-temanku LSO Peer Counseling OASIS, terima kasih yang telah memberikan dukungan dan kepada saya.
12. Kepada sahabat-sahabatku yang selalu ada untuk menerima keluh kesahku selama pengerjaan skripsi, saya ucapkan terima kasih banyak.
13. Kepada responden sebagai pihak yang terlibat dalam skripsi serta pihak-pihak lain yang terlibat dalam proses ini, saya ucapkan terima kasih banyak.

Penulis menyadari dalam penulisan skripsi masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima saran dan kritik yang membangun. Semoga penelitian ini memberi manfaat dan pengetahuan bagi pembaca.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN.....	vi
MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT.....	xviii
مستخلص البحث.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Perilaku <i>Phubbing</i>	13
1. Pengertian Perilaku <i>Phubbing</i>	13
2. Aspek-aspek Perilaku <i>Phubbing</i>	14
3. Faktor-faktor Penyebab Perilaku <i>Phubbing</i>	15
B. Perilaku <i>Phubbing</i>	17
1. Pengertian Adiksi Media Sosial	17

2.	Aspek-aspek Adiksi Media Sosial.....	18
3.	Faktor-faktor Penyebab Adiksi Media Sosial	20
C.	Pengaruh Adiksi Media Sosial Terhadap Perilaku <i>Phubbing</i>	22
D.	Kerangka Konseptual	23
E.	Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....		25
A.	Rancangan Penelitian	25
B.	Identifikasi Variabel Penelitian.....	25
C.	Definisi Operasional.....	26
D.	Populasi dan Sampel	26
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	29
F.	Instrument Penelitian	30
G.	Teknik Analisis Data.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		44
A.	Pelaksanaan Penelitian	44
1.	Gambaran Lokasi Penelitian.....	44
2.	Pelaksanaan Penelitian	44
3.	Prosedur Penelitian.....	45
B.	Hasil Penelitian	45
1.	Hasil Instrumen Penelitian	45
2.	Hasil Uji Deskriptif	48
3.	Hasil Uji Asumsi	53
4.	Hasil Uji Hipotesis	55
C.	Pembahasan.....	57
1.	Tingkat Adiksi Media Sosial Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.....	57
2.	Tingkat Perilaku Phubbing Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.....	59

3. Pengaruh Adiksi Media Sosial terhadap Perilaku Phubbing Mahasiswa Psikologi Univeristas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	62
BAB V PENUTUP	66
A. Kesimpulan	66
B. Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Aplikasi yang digunakan saat Phubbing	5
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa Psikologi	27
Tabel 3. 2 Blueprint Skala Adiksi Media Sosial	32
Tabel 3. 3 Blueprint Skala Phubbing	33
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Skala Adiksi Media Sosial	34
Tabel 3. 5 Kategori Tingkat Kesesuaian Validitas.....	36
Tabel 3. 6 Daftar Ahli dan Jadwal Pelaksanaan CVR	36
Tabel 3. 7 Hasil Validitas Isi.....	36
Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Phubbing	38
Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Phubbing	38
Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 4. 1 Skala Perilaku Phubbing Setelah Uji Validitas.....	45
Tabel 4. 2 Skala Adiksi Media Sosial Setelah Uji Validitas.....	46
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	48
Tabel 4. 5 Rumus Kategorisasi	49
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Tingkat Adiksi Media Sosial	49
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Aspek.....	50
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Tingkat Perilaku Phubbing	51
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Aspek.....	52
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas	53
Tabel 4. 12 Hasil Uji Homogenitas.....	54
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	55
Tabel 4. 14 Hasil Uji Sumbangsih Pengaruh Variabel Adiksi Media Sosial	56
Tabel 4. 15 Hasil Uji T.....	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gambaran Perilaku Phubbing.....	3
Gambar 1. 2 Durasi Penggunaan Media Sosial.....	6
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	75
Lampiran 2 Aiken's V Variabel Phubbing.....	80
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Adiksi Media Sosial.....	81
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Phubbing.....	83
Lampiran 5 Adiksi Media Sosial	85
Lampiran 6 Perilaku Phubbing	85
Lampiran 7 Lampiran 4 Uji Normalitas.....	86
Lampiran 8 Uji Linearitas	86
Lampiran 9 Uji Homogenitas.....	87
Lampiran 10 Analisis Deskriptif.....	87
Lampiran 11 Uji T.....	87
Lampiran 12 Uji Regresi Linear Sederhana.....	88
Lampiran 13 Uji Koefisien Determinasi	88
Lampiran 14 Tabulasi Data Penelitian Variabel X	89
Lampiran 15 Tabulasi Data Penelitian Variabel Y	90

ABSTRAK

Cahyaniengtias, Kharisma. I. 200401110013. Psikologi. 2024. Pengaruh Adiksi Media Sosial Terhadap Perilaku *Phubbing* pada Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing: Dr. Lutfi Mustofa, M. Ag dan Rika Fuaturosida, S. Psi, M. A

Kata Kunci: Adiksi, Media Sosial, Perilaku *Phubbing*

Kemajuan teknologi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan manusia, salah satunya melalui penggunaan *smartphone* yang kini menjadi bagian tak terpisahkan untuk mengakses media sosial. Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan adiksi media sosial, yang berdampak pada penurunan fokus, kualitas hubungan sosial, dan cenderung *phubbing*. *Phubbing* merupakan perilaku atau tindakan mengabaikan seseorang dalam cakupan lingkungan sosial dengan terfokus pada ponsel bukannya memperhatikan lawan bicara dan berinteraksi dengannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh adiksi media sosial terhadap perilaku *phubbing* pada mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan 175 sampel yang dipilih melalui metode *proportioned stratified random sampling* dari mahasiswa psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2020-2023.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adiksi media sosial berpengaruh signifikan positif terhadap perilaku *phubbing*, artinya semakin tinggi adiksi media sosial maka semakin tinggi pula perilaku *phubbing*. Adapun hasil skor Koefisien determinasi atau R Square menunjukkan 0,320 berarti bahwa adiksi media sosial mempengaruhi secara langsung perilaku *phubbing* sebesar 32% sedangkan 68% lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

ABSTRACT

Cahyaniengtias, Kharisma. I. 200401110013. Psychology. 2024. The Influence of Social Media Addiction on Phubbing Behavior in Psychology Students Maulana Malik Ibrahim State Islamic University, Malang. Thesis. Faculty of Psychology, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University, Malang.

Supervisor: Dr. Lutfi Mustofa, M. Ag dan Rika Fuaturosida, S. Psi, M. A

Keywords: *Addiction, Social Media, Phubbing Behavior*

Technological advances have brought major changes to human life, one of which is through the use of smartphones which are now an inseparable part of accessing social media. Excessive use of smartphones can lead to social media addiction, which has an impact on decreased focus, quality of social relationships, and the emergence of phubbing behavior. Phubbing is the behavior or act of ignoring someone in the scope of the social environment by focusing on the cellphone instead of paying attention to the person you are talking to and interacting with them.

This study aims to determine the effect of social media addiction on phubbing behavior in Psychology students at the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang. The study used a quantitative approach with 175 samples selected through the proportioned stratified random sampling method from psychology students at the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang, class of 2020-2023.

The results of the study showed that social media addiction had a significant positive effect on phubbing behavior, meaning that the higher the social media addiction, the higher the phubbing behavior. The results of the determination coefficient or R Square score showed 0.320, meaning that social media addiction directly influences phubbing behavior by 32%, while the other 68% is influenced by other variables that were not studied.

مستخلص البحث

جاهيانينغتياس، خاريزما إنداه. (٢٠١٣.١١.١١.٢٠٠٤). تأثير إدمان وسائل التواصل الاجتماعي على سلوكيات استخدام الهاتف لدى طلاب علم النفس جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية، مالانج. للبحث الجامعي. علم النفس. ٢٠٢٤. جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج .

المشرف: الدكتور. الحج محمد لطفي مصطفى، الماجستير. فؤاد لراسيدة، ليسانسا، لماجستير.

الكلمات لأساسية: الإدمان، وسائل التواصل الاجتماعي، سلوكيات التطفل.

أحدث التقدم التكنولوجي تغييرات كبيرة في حياة الإنسان، أحدها من خلال استخدام الهواتف الذكية التي أصبحت الآن جزءاً لا يتجزأ من الوصول إلى وسائل التواصل الاجتماعي. الاستخدام المفرط للهواتف الذكية يمكن أن يؤدي إلى إدمان وسائل التواصل الاجتماعي، مما له تأثير على انخفاض التركيز، وجودة العلاقات الاجتماعية، وظهور سلوك استخدام الهاتف. Phubbing هو سلوك أو فعل تجاهل شخص ما في نطاق البيئة الاجتماعية من خلال التركيز على الهاتف المحمول بدلاً من الاهتمام بالشخص الذي تتحدث إليه وتتفاعل معه.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد تأثير إدمان وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك استخدام الهاتف phubbing لدى طلاب علم النفس بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. استخدمت الدراسة منهجاً كمياً مع ١٧٥ عينة تم اختيارها من خلال طريقة أخذ العينات العشوائية الطبقية المتناسبة من طلاب علم النفس في جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج، دفعة ٢٠٣٢-٢٠٢٠.

وأظهرت نتائج الدراسة أن إدمان وسائل التواصل الاجتماعي كان له تأثير إيجابي كبير على سلوك التعلق بالهاتف، بمعنى أنه كلما زاد إدمان وسائل التواصل الاجتماعي، زاد سلوك التعلق بالهاتف. وأظهرت نتائج معامل التحديد أو درجة R Square %٠,٣٢، أي أن إدمان وسائل التواصل الاجتماعي يؤثر بشكل مباشر على سلوك التعلق بالهاتف بنسبة ٣٢%، في حين أن ٦٨% الأخرى تتأثر بمتغيرات أخرى لم تتم دراستها.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pesat dan canggihnya teknologi saat ini membawa kemudahan. Banyak teknologi yang telah diciptakan membuat perubahan signifikan pada hampir setiap lapisan aspek di kehidupan masyarakat. Teknologi tersebut salah satunya adalah *smartphone*. Kecanggihan *smartphone* seseorang akan mendapatkan kemudahan dalam satu benda saja. *Smartphone* hampir dimiliki oleh orang di dunia bahkan menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan sekarang. Maka dari itu, berbagai aspek kehidupan sehari-hari juga dapat terkena dampak dari kecanggihan *smartphone* dan internet.

Beberapa aspek yang terkena dampak yang berubah karena kecanggihan *smartphone* diantaranya bidang pendidikan, pembelajaran kini bisa dilakukan dengan cara daring melalui aplikasi *zoom* dan *google meet*. Pada bidang hiburan, kini dapat melihat *streaming* film tanpa harus pergi ke bioskop. Bidang jual beli, kini seseorang dapat dengan mudah melakukan pembelian barang-barang di *e-commerce* langganan, bahkan transaksinya juga dapat dilakukan dengan aplikasi yang ada pada *smartphone* dan tentunya dalam bidang komunikasi, kini dapat melakukan panggilan video kepada siapapun tanpa harus bertatap muka langsung bahkan jarak jauh sekalipun.

Selain banyaknya kemudahan dan manfaat dari *smartphone* yang ditemui pada zaman ini, penggunaan *smartphone* yang berlebihan dan

ketergantungan juga akan memunculkan dampak-dampak negatif pula salah satunya munculnya perilaku *phubbing* dan serta berdampak pada interaksi sosial yang kurang baik (Ilmiah et al., 2017) (Isrofin & Munawaroh, 2021) (Margaretha & Gina, 2023). *Phubbing* yang berasal dari dua kata yaitu *phone* dan *snubbing* diartikan sebagai seseorang yang terfokus pada ponselnya saat melakukan perbincangan dengan orang lain seakan mengabaikan dirinya dari hubungan interpersonal saat itu (Karadağ et al., 2015).

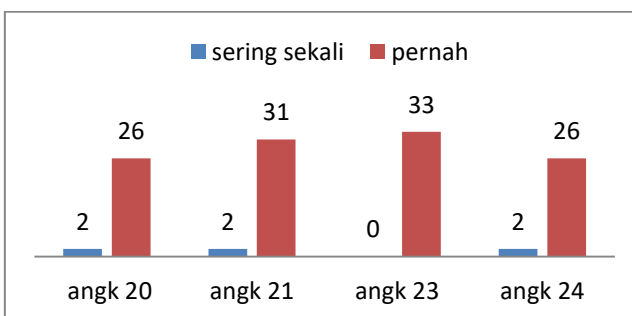
Fenomena *phubbing* di Indonesia menjadi urutan ke 11 di dunia dengan jumlah 3.706.811 jiwa (Cecilia, 2019). Salah satu faktor utama adalah intensitas pengaksesan internet di masyarakat. Meskipun banyak pelaku *phubbing* di Indonesia, penelitian menunjukkan bahwa dari 80 remaja yang disurvei, hanya 9 orang yang mengenal istilah *phubbing* (Amelia, et al., 2019). *Phubbing* sendiri dianggap sebagai perilaku yang meremehkan lawan bicara. Berdasarkan penelitian lain, 64% responden menyatakan bahwa mereka merasa terganggu jika lawan bicara menggunakan smartphone selama percakapan berlangsung, sedangkan 36% lainnya merasa tidak terganggu oleh perilaku tersebut (Hanika, 2015).

Perilaku *phubbing* sudah menjadi perhatian sejak beberapa waktu lalu. Salah satu momen yang mengangkat fenomena ini adalah ketika momen kebersamaan seperti lebaran. Artikel dari Detik (Detik, 2018) dengan *headline* "*Kata Psikolog Ketika Momen Lebaran Terganggu oleh Gadget*" mengingatkan kita akan pentingnya menjaga interaksi sosial agar tetap hangat

dan bermakna tanpa terganggu oleh perangkat digital. Pada artikel tersebut dibahas bahwa seharusnya lebaran menjadi waktu berkumpulnya keluarga untuk memperkuat tali silaturahmi sesama saudara. Akan tetapi, banyak ditemui orang-orang melewatkan momen tersebut dan menggantinya dengan berfokus pada gadget masing-masing sehingga mengabaikan orang lain yang sedang bersamanya. Akibatnya, terdapat keterbatasan kemampuan berinteraksi sosial dengan dunia nyata. Aktivitas tersebut disebut *phubbing* oleh Bona Sardo dari Universitas Indonesia.

Data awal yang didapatkan oleh peneliti melalui hasil survey terkait perilaku *phubbing* yang disebarkan kepada populasi penelitian yaitu Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2020-2023. Peneliti mendapatkan data berupa:

Gambar 1. 1 Gambaran Perilaku Phubbing



Berdasarkan grafik di atas, dapat diketahui bahwa Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2020 sampai 2023 rata-rata pernah melakukan *phubbing*.

Berdasarkan hasil pengamatan, mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang saat pembelajaran terdapat beberapa mahasiswa yang masih terfokus mengoperasikan *smartphone* untuk membuka media sosialnya dengan cara mengaksesnya dibelakang punggung teman yang duduk tepat di depannya dari pada memperhatikan temannya yang sedang mempresentasikan pelajaran perkuliahan di depan kelas seakan pelajaran dipelajari kurang menarik baginya. Selain itu, di tempat lain juga di jumpai misalnya saat berada pada *lobby* fakultas, duduk pada gazebo dekat gedung perkuliahan B, peneliti memperhatikan beberapa mahasiswa sedang duduk bersama-sama tetapi cenderung asik dengan media sosialnya, misalnya membuka *story whatsapp*, *instagram* dan *scrolling* TikTok dan tidak saling berbincang. Hal ini menggambarkan tidak adanya sikap peduli dan saling menghargai antara mahasiswa dan lingkungan.

Perilaku *phubbing* dari mahasiswa biasanya dilakukan dengan beberapa alasan misalnya sudah merasa bosan karena topik obrolan yang kurang menarik menurutnya atau dirasa tidak penting, merasa lebih tertarik dengan hp, membalas pesan penting, bermain *game* sehingga harus fokus, malas menanggapi lawan bicara, merasa *gabut*, terdapat hal yang lebih penting, serta lebih tertarik akan video TikTok ataupun media sosialnya. Sehingga, banyak dari mahasiswa melakukan *phubbing* dengan cara membuka sosial media nya untuk membalas pesan, hanya melihat unggahan status, membaca twitter, mengecek notifikasi *instagram*, dan *scroll* TikTok, tidak hanya itu beberapa

dari mahasiswa juga memilih untuk bermain *game*. Hal itu sebagaimana ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Aplikasi yang digunakan saat Phubbing

No.	Jenis Aplikasi	Persen
1.	WhatsApp	24%
2.	TikTok	29%
3.	Twitter	3%
4.	Instagram	28%
5.	Film	1%
6.	Game online	13%
7.	Telegram	2%

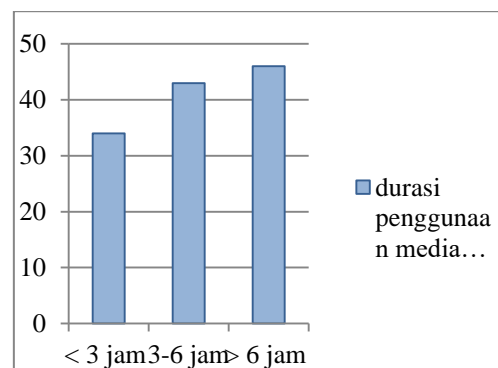
Dari data tersebut dapat diketahui bahwa dari beberapa aplikasi yang ada, banyak dari mahasiswa fakultas psikologi sering menggunakan TikTok sebagai aplikasi yang digunakan saat *phubbing* yang memiliki persentase sebesar 29% dari aplikasi lainnya. Artinya penggunaan media sosial TikTok lebih banyak digunakan dari pada media sosial lainnya.

Data dari suara.com (2024) daftar aplikasi terpopuler di Indonesia berdasarkan banyaknya waktu pemakaian pada tahun 2023 adalah Youtube, TikTok, WhatsApp, Instagram dan Chrome browser. Selain itu, Indonesia tercatat menempati urutan pertama pengguna TikTok (Folkative, 2024). Begitu juga dengan data pengguna TikTok sebanyak 41,26% berusia 18-24 tahun, 38,40% pengguna berusia 25-34 tahun dan usia 45-55 tahun keatas adalah sisanya (Kompas.com, 2023). Dengan melihat data tersebut, khususnya

di kalangan usia 18-24 dapat diasumsikan bahwa mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang juga turut menyumbang dalam tingginya durasi penggunaan aplikasi-aplikasi tersebut, terutama TikTok yang populer saat ini.

Berikut ini durasi penggunaan media sosial Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai berikut ini:

Gambar 1. 2 Durasi Penggunaan Media



Berdasarkan diagram data diatas, dapat diketahui bahwa data menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa menghabiskan lebih dari 6 jam per hari untuk menggunakan media sosial. Fenomena ini menunjukkan adanya indikasi perilaku phubbing di kalangan mahasiswa Psikologi.

Terdapat 3 kategori penggunaan internet berdasarkan intensitas menurut *The Graphic Visualization and Usability Center, the Georgia Institute of Technology* (dalam Surya, 2002) yakni :

a) *Heavy Users* : (lebih dari 40 jam per bulan) atau sekitar 6 jam per hari

b) *Medium Users* : (lebih dari 10-40 jam per bulan) atau 3-6 jam per hari

c) *Light Users* : (lebih dari 10 jam per bulan) atau kurang dari 3 jam per hari.

Dari survey diatas maka dapat diketahui bahwa Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang termasuk kedalam kategori *heavy users*. Penggunaan media sosial pada kategori *heavy users* ini mengindikasikan bahwa waktu yang dihabiskan sudah berada pada tingkat yang sangat berlebihan. Terbentuknya perilaku adiksi dapat disebabkan oleh penggunaan internet yang berlebihan dan berulang (Horrigan, 2002).

Adiksi media sosial adalah perilaku candu pada manusia dengan mesin tanpa konsumsi obat-obatan yang dilakukan berlebihan secara terus menerus dengan pola berulang (Kuss & Griffiths, 2011). Adiksi media sosial merupakan atensi yang lebih pada media sosial sehingga pengguna akan memiliki cara untuk menggunakan media sosial secara impulsif sehingga pengguna tersebut akan mengalami kurang fokus untuk melakukan hal-hal yang berbau kegiatan sosial, pekerjaan, hubungan sosialnya juga (Andreassen, 2015).

Adapun dampak dari adiksi media sosial salah satunya dapat berupa penundaan pengerjaan dan *phubbing* (Silmi & Novita, 2022). Kurang baiknya hubungan dan rusaknya emosional akan menjadi dampak *phubbing* juga (Sachiyati et al., 2023). Begitu juga dampak *phubbing* yang dialami pada mahasiswa Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang adalah merasa tidak dihargai saat bercerita, merasa

terabaikan, merasa percuma karena sudah banyak bicara tetapi tidak didengarkan, sedih, tidak sedang bahkan ada yang biasa saja.

Merasa tidak dilibatkan, tertinggal topik yang dibahas, renggangnya pertemanan, isolasi diri dari lingkungan, rusaknya kualitas interaksi sosial, dan merasa kurang dihargai merupakan dampak dari penggunaan sosial media bermasalah (Silmi & Novita, 2022). Adanya sikap apatis pada lawan interaksi *face to face* yang dapat menyebabkan rasa tidak dihargai dan tidak diperlukan kehadirannya karena merasa diabaikan (Murni & Ahmadin, 2023). Serta dampak yang lain yaitu adanya ketidakpuasan hubungan dan juga depresi pada seseorang (Amelia, t al., 2019).

Kewajiban mahasiswa sebagai makhluk sosial yang seharusnya pandai untuk berinteraksi dengan lingkungan sekitarnya misalnya keluarga, teman sekalipun orang lain dimanapun berada. Interaksi ini dimaksudkan pada pembicaraan tatap muka yang dengan aktivitas tersebut orang dapat saling berkenalan dengan orang lain, saling memberi bantuan, memberi informasi. Seiring berjalannya waktu hilang digantika dengan orang-orang lebih cenderung suka bermain ponsel daripada berkomunikasi langsung dengan lingkungan sekitar.

Salah satu Sebuah penelitian sebelumnya yang melibatkan 67 orang pengguna media sosial, baik yang mengetahui maupun tidak mengetahui istilah phubbing, menemukan bahwa 85,1% dari mereka secara sadar pernah melakukan perilaku phubbing. Sasaran utama phubbing adalah teman

(88,1%), diikuti pasangan dan keluarga. Sebaliknya, orang yang paling sering melakukan phubbing terhadap responden adalah orang tua (61,2%), disusul oleh teman dan atasan. Sebagian besar responden (74,6%) merasa hal tersebut adalah sesuatu yang biasa ketika menjadi korban phubbing, sedangkan sisanya merasa tersinggung dan kecewa atas perilaku tersebut. Hanya 3,2% responden yang menyatakan bahwa mereka selalu berhasil mengendalikan diri untuk tidak melakukan phubbing. Dalam sehari, *phubber* dapat menghabiskan waktu bermain smartphone antara 8 hingga 16 jam. (Mumtaz, 2019).

Pada penelitian sebelumnya menunjukkan adanya hubungan positif antara adiksi media sosial dengan perilaku *phubbing* sebesar 19,7% dengan skor signifikansi 0,012 (sign <0,05) dengan nilai r sebesar 0,197 (Rachman, 2021). Temuan ini juga konsisten dengan temuan lain yang sebelumnya menunjukkan bahwa intensitas penggunaan TikTok yang berlebihan menyebabkan kecenderungan perilaku *phubbing*, yaitu mengabaikan interaksi sosial di dunia nyata karena terlalu fokus pada perangkat digital. Adapun skor signifikansi pada temuan ini sebesar 0,11 (sign <0,05) dengan nilai r sebesar 0,127 artinya 12,7% artinya memiliki korelasi positif (Deatesaronika et al., 2023). Pada studi lain tentang pengaruh intensitas penggunaan aplikasi TikTok dan instagram terhadap kecenderungan *phubbing* menyebutkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan, adanya ketertarikan yang lebih daripada berbincang-bincang dengan teman. Penelitian ini mendapatkan skor

signifikansi sebesar 0,948 (sign <0,005) dengan nilai r sebesar 0,899 (Solikhah & Aesthetika, 2022). Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Rahayu, 2021) memberikan hasil tidak adanya hasil yang signifikan atau berkorelasi negatif antara intensitas mengakses media sosial dengan perilaku *phubbing* pada mahasiswa Psikologi Universitas Mulawarman yang dibuktikan dengan nilai $r = -0.083$ dan nilai Sig = 0.475 ($p > 0.05$).

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan, *phubbing* dapat menimbulkan berbagai dampak negatif, seperti membuat seseorang merasa diabaikan, kehilangan keterlibatan dalam percakapan, merusak pertemanan, menarik diri dari lingkungan sosial, menurunkan kualitas interaksi sosial, serta menimbulkan perasaan tidak dihargai. Fenomena ini berpotensi mengancam hubungan sosial dan kesejahteraan individu secara keseluruhan. Meskipun penyebab *phubbing* tidak ada secara pasti. Dari permasalahan yang dijelaskan, peneliti bermaksud untuk menguji adanya “Pengaruh Adiksi Media Sosial terhadap Perilaku *Phubbing* pada Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Tingkat Adiksi Media Sosial pada Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?
2. Bagaimana Tingkat Perilaku *Phubbing* pada Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?
3. Apakah Adiksi Media Sosial berpengaruh terhadap Perilaku *Phubbing* pada Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat Adiksi Media Sosial pada Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Untuk mengetahui tingkat Perilaku *Phubbing* pada Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Untuk menguji ada atau tidaknya Adiksi Media Sosial terhadap perilaku *phubbing* pada Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Malang.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan pengetahuan terkait pengaruh media sosial terhadap perilaku *phubbing* pada mahasiswa
 - b. Memberikan sumbangan untuk pengembangan teori-teori psikologi sosial
2. Secara Praktis,
- a. Bagi Peneliti
Sebagai tambahan referensi untuk menyempurnakan temuan baru dalam permasalahan yang relevan, khususnya terkait pengaruh adiksi media sosial terhadap perilaku *phubbing* pada mahasiswa.
 - b. Bagi Instansi Terkait
Sebagai bahan masukan untuk mengembangkan konsep adiksi media sosial dan dapat melakukan penelitian terhadap variabel psikologi lainnya.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Perilaku *Phubbing*

1. Pengertian Perilaku *Phubbing*

Menurut Kadarag et al., (2015) *phubbing* adalah tindakan mengabaikan individu dalam lingkungan sosial dengan lebih memperhatikan ponsel daripada lawan bicara. Perilaku ini menciptakan dampak negatif, seperti berkurangnya kedekatan, hilangnya afiliasi, dan kurangnya keintiman dalam percakapan. Istilah "phubbing" pertama kali diperkenalkan oleh Phubbing: A Word is Born, 2013 dan merujuk pada tindakan tidak menghormati orang lain dalam interaksi sosial dengan lebih memilih menggunakan ponsel. Selain itu Pritta (2014) menambahkan bahwa perilaku phubbing terlihat dalam aktivitas sehari-hari, seperti saat makan bersama, rapat, ceramah, atau pertemuan keluarga, yang sering melibatkan penggunaan media sosial atau aplikasi chatting selama interaksi berlangsung.

Phubbing adalah mengabaikan oranglain saat berinteraksi di lingkungan sosial yang hanya tertuju pada penggunaan ponselnya alih-alih tetap berkomunikasi dengan lawan interaksinya. *Phubber* merupakan orang yang mulai melecehkan dengan memperhatikan *smartphone* nya, dan *phubbee* merupakan korban dari *phubber*. Chotpitayasunondh & Douglas (2016) mendefinisikan *phubbing* sebagai penghinaan terhadap seseorang dengan fokus pada ponsel daripada berbicara langsung. Phubber adalah pelaku yang

mengabaikan lawan bicaranya dengan menggunakan smartphone, sedangkan phubbee adalah individu yang diabaikan oleh temannya.

Artikel yang di terbitkan NCBI (National Center for Biotechnology Information) mengatakan *phubbing* terdiri dari multi dimensi. Dimensi yang dimaksud ketika seseorang merasa kecanduan terhadap ponselnya, internet, game dan media sosialnya. Fenomena *phubbing* menjadi gangguan dalam interaksi dengan individu lain saat dia sedang bercakap.

2. Aspek-aspek Perilaku *Phubbing*

Karadag (2015) menyebutkan terdapat dua aspek perilaku *phubbing* , yaitu:

a. Gangguan Komunikasi

Gangguan ini terjadi akibat kehadiran ponsel yang menginterupsi komunikasi langsung (face-to-face) di lingkungan sekitar. Gangguan komunikasi mencakup tiga aspek utama: melakukan atau menerima panggilan telepon selama berkomunikasi, membalas pesan singkat (SMS atau chat) saat percakapan berlangsung, dan memeriksa notifikasi media sosial di tengah-tengah komunikasi..

b. Obses terhadap ponsel

Obsesi ini muncul karena dorongan yang kuat untuk terus menggunakan ponsel, meskipun sedang terlibat dalam komunikasi langsung. Obsesi terhadap ponsel memiliki tiga aspek penting: keterikatan yang tinggi

terhadap ponsel, kecemasan saat berada jauh dari ponsel, dan kesulitan dalam mengatur waktu penggunaan perangkat tersebut.

Perubahan ini menunjukkan bahwa gangguan komunikasi dan obsesi terhadap ponsel dapat memengaruhi kualitas interaksi sosial secara signifikan (Karadag, 2015).

3. Faktor-faktor Penyebab Perilaku *Phubbing*

Beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku *phubbing* menurut (Karadağ et al., 2015) diantaranya adalah:

a. Adiksi terhadap *Smartphone*

Kebutuhan teknologi yang semakin meningkat memiliki konsekuensi seperti penggunaan berlebihan, keterlibatan yang tinggi, hingga menimbulkan adiksi terhadap teknologi.

b. Adiksi terhadap internet

Internet juga memberikan efek negatif. Komputer, yang menjadi media utama, tidak hanya menyediakan akses internet dan permainan tetapi juga dapat menyebabkan perilaku adiktif ketika penggunaannya berlebihan. Masalah ini tidak semata-mata karena komputer itu sendiri, tetapi lebih pada aplikasi yang ada di dalamnya.

c. Adiksi terhadap sosial media

Media sosial merupakan saluran komunikasi yang memfasilitasi interaksi kompleks, berbagi informasi, dan multimedia, yang mendorong penggunaannya

tetap terhubung secara online. Popularitas aplikasi seperti TikTok, Instagram, dan WhatsApp menunjukkan peran signifikan media sosial dalam adiksi terhadap ponsel pintar (Kwon & Yang., 2013).

d. Adiksi terhadap *Game*

Game dianggap sebagai salah satu penyebab utama adiksi digital, terutama bagi individu dengan manajemen waktu yang buruk. Permainan seperti game online dan video game digunakan sebagai alat relaksasi atau pelarian dari masalah, namun pada tingkat tertentu dapat memengaruhi keseharian seseorang dan menjadi perilaku adiktif. (Karadağ et al., 2015).

e. Kontrol diri

Kemampuan mengontrol diri memiliki peran penting dalam mengatasi berbagai perilaku adiktif. Orang dengan kesulitan mengendalikan impuls cenderung tidak dapat memoderasi penggunaan ponsel, yang pada akhirnya meningkatkan kecenderungan perilaku *phubbing* (Ayuni, 2018).

f. Empati

Empati, yang menjadi dasar hubungan sosial manusia, dapat terganggu oleh preferensi interaksi online dibandingkan bertemu langsung. Penelitian menunjukkan hubungan negatif yang signifikan antara tingkat empati seseorang dan perilaku *phubbing* (Pinasti & Kustanti, 2017).

B. Perilaku *Phubbing*

1. Pengertian Adiksi Media Sosial

Adiksi adalah kondisi ketergantungan fisik dan mental yang dapat memengaruhi perilaku seseorang secara signifikan. Pada kondisi ini, individu merasa terdorong untuk terus menggunakan sesuatu secara berkelanjutan, seringkali dengan peningkatan dosis, terutama setelah mengalami ketergantungan fisik dan psikis. Upaya untuk mengurangi atau menghentikan perilaku adiktif sering kali gagal meskipun sudah dilakukan dengan usaha keras. Menurut Dodes (2009) adiksi terbagi menjadi dua jenis, yaitu adiksi fisik, yang berkaitan dengan penggunaan alkohol atau kokain, dan adiksi non-fisik, yang tidak melibatkan zat atau obat-obatan.

Menurut (Kuss & Griffiths, 2011) mendefinisikan adiksi media sosial sebagai perilaku kecanduan yang melibatkan interaksi manusia dengan mesin tanpa melibatkan zat adiktif. Andreassen (2015) menambahkan adiksi media sosial terjadi saat atensi terhadap media sosial menjadi berlebihan, sehingga mengurangi fokus pada kegiatan sosial. Pendapat dari Longstreet & Brooks (Longstreet & Brooks, 2017) diksi media sosial merupakan bagian dari fenomena kecanduan internet yang berkaitan erat dengan penggunaan platform jejaring sosial. Kemudian Kircabun (2016) menunjukkan bahwa adiksi media sosial tidak hanya memengaruhi frekuensi akses internet setiap

hari tetapi juga dapat menyebabkan gangguan psikologis, seperti rasa kesepian, depresi, dan stres.

Adiksi internet diartikan ketidakmampuan seseorang dalam mengatur penggunaan media sosialnya sehingga menimbulkan gangguan pada otak mental di kehidupan sehari-hari. Young (2010). Kondisi ini ditandai dengan kebiasaan menghabiskan waktu berlebihan di internet dan kesulitan menghentikan perilaku tersebut. Syamsuudin (2015) menyebut bahwa adiksi media sosial melibatkan penggunaan media sosial selama 5-6 jam per hari. Pengguna internet dapat dikategorikan menjadi dua: non-dependen (pengguna normal), yang menggunakan internet selama 4-5 jam per minggu untuk mencari informasi, dan dependen (pengguna adiktif), yang menghabiskan 20-80 jam per minggu untuk mempertahankan relasi, bertukar pendapat, atau perasaan, dengan rata-rata durasi harian mencapai 15 jam (Young, 2010). Sedangkan pengguna secara adiktif (Dependent).

Berdasarkan berbagai pengertian tersebut, adiksi, khususnya adiksi media sosial, merupakan kecenderungan patologis dan kompulsif yang membuat seseorang merasa bahwa penggunaan media sosial lebih menarik dibandingkan aktivitas di dunia nyata. Hal ini dapat menyebabkan pengguna menghabiskan waktu hingga 6 jam atau lebih setiap harinya.

2. Aspek-aspek Adiksi Media Sosial

Perilaku adiksi media sosial memiliki enam aspek (Kuss & Griffiths, 2011) yakni:

a. *Saliance* (arti penting)

Penggunaan media sosial mendominasi pikiran dan aktivitas seseorang, menjadikannya prioritas utama dalam kehidupan. Ketika individu tidak sedang menggunakan media sosial, pikirannya terus tertuju pada aktivitas yang terjadi di platform tersebut.

b. *Mood modification* (modifikasi suasana hati)

Media sosial memengaruhi suasana hati pengguna, baik sebagai sumber kenyamanan maupun mekanisme untuk mengatasi stres. Misalnya, seseorang mungkin merasa senang saat mengakses media sosial, tetapi suasana hatinya berubah ketika tidak menggunakannya.

c. *Tolerance* (toleransi)

Media sosial memengaruhi suasana hati pengguna, baik sebagai sumber kenyamanan maupun mekanisme untuk mengatasi stres. Misalnya, seseorang mungkin merasa senang saat mengakses media sosial, tetapi suasana hatinya berubah ketika tidak menggunakannya.

d. *Withdrawal symptom* (gejala penarikan)

Ketika penggunaan media sosial tiba-tiba berkurang, individu dapat merasakan gejala fisik atau emosional seperti kegelisahan, perubahan suasana hati, bahkan iritabilitas. Gejala ini muncul saat seseorang tidak dapat mengakses media sosial karena alasan tertentu.

e. *Conflict* (konflik)

Adiksi media sosial dapat menciptakan konflik dalam berbagai aspek kehidupan, seperti hubungan interpersonal, pekerjaan, atau pendidikan. Konflik ini juga bisa bersumber dari dalam diri individu, ketika penggunaan media sosial yang berlebihan mengganggu aktivitas lainnya.

f. *Relapse* (kambuh)

Relapse terjadi ketika seseorang gagal mengurangi atau menghentikan penggunaan media sosial dan kembali pada pola penggunaan yang berlebihan. Pola ini sering kali berulang meskipun ada upaya untuk mengontrolnya.

3. Faktor-faktor Penyebab Adiksi Media Sosial

Beberapa faktor yang menyebabkan seseorang menjadi adiksi (Young, 2010) diantaranya:

a. Faktor internal

1. Stress atau depresi.

Mendorong individu untuk menggunakan media sosial dan *game* sebagai pelarian dari rasa stress atau depresi seperti bermain game atau mengakses media sosial secara terus-menerus.

2. Kurangnya kontrol diri

kurangnya kontrol diri, terutama pada individu yang terbiasa dimanjakan oleh orang tua dengan berbagai fasilitas, meningkatkan risiko kecanduan

karena perilaku anak yang menjadi berlebihan akibat tidak adanya pengawasan.

3. Kurangnya kegiatan.

Tidak ada aktivitas atau kegiatan juga menjadi penyebab. Misalnya, pengangguran sering kali menyebabkan individu beralih pada aktivitas online seperti bermain game sebagai alternatif untuk mengisi waktu luang mereka.

b. Faktor Eksternal

1. Kurangnya perhatian dari orang-orang terdekat sering kali membuat seseorang mencari pengakuan atau perhatian di dunia maya
2. Gaya hidup modern yang mengikuti tren masyarakat, di mana internet menjadi bagian penting, juga berkontribusi. Awalnya dimulai sebagai coba-coba, banyak yang akhirnya terjerat dalam pola penggunaan berlebihan.
3. Lingkungan. termasuk teman di sekolah atau tempat kerja, juga dapat membentuk kebiasaan ini. Bahkan jika keluarga tidak mengenalkan penggunaan internet di rumah, individu dapat terpapar melalui interaksi sosial.
4. Pola asuh, yang kurang tepat oleh orang tua sangat memengaruhi perkembangan perilaku anak. Jika orang tua tidak berhati-hati, anak mungkin meniru perilaku mereka yang kurang baik dalam penggunaan internet.

C. Pengaruh Adiksi Media Sosial Terhadap Perilaku *Phubbing*

Era digital saat ini, adiksi terhadap media sosial telah menjadi fenomena yang semakin umum di semua kalangan mahasiswa. Adiksi media sosial merupakan atensi yang lebih pada media sosial sehingga pengguna akan memiliki cara untuk menggunakan media sosial secara impulsif sehingga pengguna tersebut akan mengalami kurang fokus untuk melakukan hal-hal yang berbaur kegiatan sosial, pekerjaan, hubungan sosialnya juga. Hal ini dapat dilihat dari intensitas penggunaan yang tidak wajar sehingga adanya dampak negatif yang memicu kerugian pada diri sendiri maupun sosialnya. Pada penelitian ini mendapatkan data rata-rata mahasiswa psikologi menggunakan media sosialnya sekitar 6 jam atau lebih perharinya, peristiwa tersebut dapat dikategorikan pada penggunaan *heavy user*. Pada kategori ini dapat mengindikasikan bahwa waktu yang dihabiskan sudah berada pada tingkat yang sangat berlebihan. Terbentuknya perilaku adiksi dapat disebabkan oleh penggunaan internet yang berlebihan dan berulang (Horrihan, 2002).

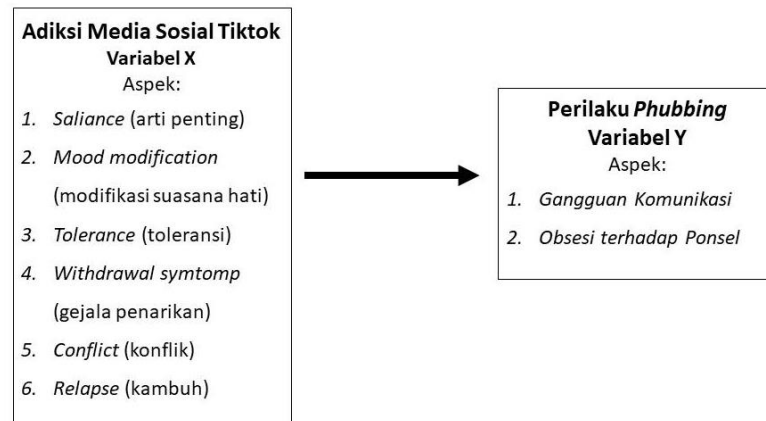
Pengaruh signifikan dari adiksi media sosial mengganggu waktu, mempengaruhi perasaan, dan mengubah perilaku sosial seseorang memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pemahaman tentang peran media sosial dalam kehidupan sebagai mahasiswa. *Phubbing* merupakan tindakan mengabaikan individu dalam lingkungan sosial dengan lebih memperhatikan ponsel daripada lawan bicara. (Kadarag et al., 2015). Hal ini dapat diketahui dari intensitas penggunaan lebih dan dapat memberikan dampak negatif yang merugikan.

Kurangnya kualitas hubungan dan hilangnya emosional dari interaksi sosial merupakan dampak dari *phubbing* (Sachiyati et al., 2023). Begitu juga dampak *phubbing* yang dialami pada mahasiswa Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang adalah merasa tidak dihargai saat bercerita, merasa terabaikan, merasa percuma karena sudah banyak bicara tetapi tidak didengarkan, sedih, tidak sedang bahkan ada yang biasa saja.

Dengan demikian, setelah memperhatikan teori tentang adiksi media sosial dan perilaku *phubbing* maka adanya pengaruh antara adiksi media sosial terhadap perilaku *phubbing*.

D. Kerangka Konseptual

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



E. Hipotesis

Dugaan sementara bersifat logis tentang populasi disebut hipotesis (Heryana, 2014). Pada penelitian ini terdapat beberapa hipotesis yaitu:

1. H_0 : "Tidak ada pengaruh signifikan antara adiksi media sosial terhadap perilaku *phubbing* di kalangan Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang."
2. H_a : "Ada pengaruh signifikan antara adiksi media sosial terhadap perilaku *phubbing* di kalangan Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang."

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Peneliti menggunakan metode kuantitatif yang disusun agar dapat menemukan solusi kesulitan pada penelitian. Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa metode kuantitatif melibatkan penelitian suatu sampel atau populasi untuk mengumpulkan data yang didapat dari instrumen penelitian. Pengujian hipotesis yang telah dirumuskan dapat dilakukan dengan analisis data secara kuantitatif atau statistik. Azwar (2011) menyebutkan bahwa pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis sambil memperhitungkan peluang kesalahan dalam penolakan hipotesis nihil, sehingga mampu mengidentifikasi perbedaan signifikan pada kelompok variabel yang dianalisis. Menurut Sugiyono (2019) mengungkapkan bahwa penelitian eksplanatori bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditentukan sebelumnya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan hubungan kausalitas antar variabel melalui pengujian hipotesis tersebut.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Atribut atau nilai atau sifat dari orang, kegiatan maupun objek dengan variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan di berikan kesimpulan merupakan definisi variabel penelitian (Sugiyono, 2019). Dua variabel pada penelitian ini yakni:

1. Variabel Dependen atau terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat pada penelitian ini adalah Perilaku *Phubbing*.
2. Variabel Independen atau bebas (X) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini adalah Adiksi Media Sosial.

C. Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. adiksi media sosial adalah perilaku candu pada manusia dengan mesin tanpa konsumsi obat-obatan yang dilakukan berlebihan secara terus menerus dengan pola berulang. Perilaku tersebut berupa pengaksesan media sosial yang berlebihan secara terus menerus dengan pola berulang. Adiksi media sosial memiliki enam komponen yaitu *salience*, *mood modification*, *tolerance*, *withdrawal*, *conflict*, dan *relapse*.
2. Perilaku *Phubbing*, merupakan tingkah laku atau tindakan mengabaikan seseorang dalam cakupan lingkungan sosial dengan terfokus pada ponsel serta tidak memperhatikan lawan bicara atau berinteraksi dengannya sehingga terganggunya proses komunikasi. Adapun dua komponen dalam *phubbing* yaitu gangguan pada komunikasi dan obsesi terhadap ponsel.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Keseluruhan objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, benda, tumbuhan, peristiwa, nilai tes yang memiliki karakteristik tertentu disebut populasi adalah (Sugiyono, 2019). Populasi yang akan diteliti adalah mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2020-2023 yang berjumlah 1.119 orang.

2. Sampel

Bagian dari keseluruhan objek pada populasi yang memiliki karakteristik merupakan sampel (Sugiyono, 2019). Untuk memastikan bahwa setiap kesimpulan yang didapatkan dari sampel populasi akurat, sampel harus benar-benar representatif.

Jumlah sampel yang ada dalam penelitian ini dihitung dengan teknik Slovin yang bertujuan untuk mempresentasikan dan mengeneralisasi dari keseluruhan populasi. Teknik *proportioned random sampling* digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian ini. Teknik ini untuk menentukan sampel jika populasinya memiliki anggota yang tidak satu varian (homogen) dan berstrata secara proporsional. Adapun data mahasiswa psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang pada angkatan 2020-2023 sebagai berikut ini:

Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa Psikologi

Angkatan	Jumlah Mahasiswa
2020	278
2021	252

2022	260
2023	329

Adapun rumus Slovin untuk menentukan sampel sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel/responden

N = ukuran populasi

e = batas toleransi kesalahan (error tolerance)

Dengan ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

$$\begin{aligned} n &= \frac{1.119}{1 + 1.119 (0,1)^2} \\ &= \frac{1.119}{1 + 1119 \cdot 0,01} \\ &= \frac{1.119}{12,19} \\ &= 92 \text{ mahasiswa} \end{aligned}$$

Guna menentukan sampel yang diambil dari setiap strata digunakan

rumus $ni = \frac{Ni}{N} \cdot n$

Keterangan:

ni : Jumlah anggota sampel menurut stratum

n : Jumlah anggota sampel seluruhnya

N_i : Jumlah anggota populasi menurut stratum

N : Jumlah anggota populasi seluruhnya

Jadi, jumlah anggota sampel pada masing-masing angkatan yaitu:

$$\text{Angkatan 2020 } n_i = \frac{278}{1.119} \cdot 92 = 23 \text{ mahasiswa}$$

$$\text{Angkatan 2021 } \frac{252}{1.119} \cdot 92 = 21 \text{ mahasiswa}$$

$$\text{Angkatan 2022 } \frac{260}{1.119} \cdot 92 = 22 \text{ mahasiswa}$$

$$\text{Angkatan 2023 } \frac{329}{1.119} \cdot 92 = 28 \text{ mahasiswa}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka batas minimal sampel sebanyak 94 mahasiswa dari populasi. Akan tetapi, pada penelitian ini terdapat 175 mahasiswa yang menjadi responden. Kriteria sampel pada penelitian ini yaitu:

- a. Mahasiswa Psikologi UIN Malang angkatan 2020, 2021, 2022 dan 2023.
- b. Menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari dengan durasi >6 jam/ hari.

E. Teknik Pengumpulan Data

Cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan instrument penelitian berupa skala psikologi dengan model skala likert dalam bentuk kuisioner.

Pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuisisioner penelitian melalui media sosial berupa *Whatsapp* atau dapat diakses dalam link <https://bit.ly/PenelitianAkhirKhrrsm>

Menurut Arikunto (2006) skala atau kuesioner adalah serangkaian pertanyaan tertulis yang disampaikan kepada responden untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Pertanyaan tersebut dapat berbentuk pertanyaan terbuka atau tertutup. Skala yang digunakan adalah skala model Likert, meliputi skala adiksi media sosial dan skala perilaku phubbing.

Sugiyono (2013) menjelaskan bahwa tujuan penggunaan skala atau kuesioner adalah untuk mengetahui sikap dan pendapat responden mengenai fenomena yang sedang diteliti. Dalam penelitian ini, dua skala digunakan, yaitu skala adiksi media sosial dan skala perilaku phubbing, dengan empat opsi jawaban: sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS). Peneliti sengaja tidak menyertakan opsi ragu-ragu (R) untuk menghindari respon netral yang dapat memengaruhi keakuratan data.

F. Instrument Penelitian

Menurut Toto Syatori Nasehudin & Nanang Ghozali (2006) untuk mengukur variabel (fenomena) yang dilihat dapat menggunakan instrumen penelitian. Sebelum menyusun alat penelitian peneliti harus memastikan sifat data yang diperlukan untuk pemeriksaan. Penelitian ini menggunakan skala Likert

untuk mengkaji sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok orang mengenai fenomena atau gejala sosial yang telah diidentifikasi oleh peneliti.

Penelitian ini terdiri atas item-item *favorable* dan *unfavorable*. Pada pertanyaan dengan item *unfavorable*, jawaban disusun dalam empat tingkatan, dimulai dari 1 (sangat tidak sesuai) hingga 4 (sangat sesuai). Sebaliknya, pertanyaan dengan item *favorable* memiliki skala jawaban yang berlawanan, yaitu dari 1 (sangat sesuai) hingga 4 (sangat tidak sesuai). Tujuan utama dari pemberian kuisisioner ini adalah untuk menggali sikap dan pendapat responden terkait fenomena yang sedang diteliti (Sugiyono, 2019).

1. Skala Adiksi Media Sosial

Skala Adiksi Media Sosial ini disusun berdasarkan penelitian Rahmah (2023) yang dikembangkan dari teori adiksi media sosial oleh Kuss & Griffiths (2011) yang berpendapat bahwa adiksi media sosial adalah perilaku candu pada manusia dengan mesin tanpa konsumsi obat-obatan yang dilakukan berlebihan secara terus menerus dengan pola berulang. Aspek-aspek yang digunakan pada skala ini yaitu *salience*, *mood modification*, *tolerance*, *withdrawal*, *conflict* dan *relapse*.

Tabel 3. 2 Blueprint Skala Adiksi Media Sosial

Aspek	Indikator	No Item		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
<i>Salience</i>	Perilaku dan pikiran individu yang didominasi oleh media sosial	1,13	2,14	4
<i>Mood Modification</i>	Penggunaan media sosial dapat mempengaruhi mood seseorang	3,15	4,16	4
<i>Tolerance</i>	Meningkatkan penggunaan media sosial untuk mencapai efek sebelumnya	5,17	6,18	4
<i>Withdrawal</i>	Rasa tidak nyaman saat tidak menggunakan media sosial atau tiba-tiba mengurangi penggunaan media sosial	7,19	8,20	3
<i>Conflict</i>	Mengalami kehilangan kendali subyektif	9,21	10,22	4
<i>Relapse</i>	Kecenderungan untuk mengulang pola mengakses media sosial secara berlebihan	11,23	12,24	4
Total				24

2. Skala Perilaku *Phubbing*

Skala perilaku *Phubbing* dirancang sendiri oleh peneliti yang dikembangkan dari teori *Phubbing* menurut Karadag (2015) yang menyebutkan terdapat dua aspek yaitu gangguan komunikasi dan obsesi terhadap ponsel.

Tabel 3. 3 Blueprint Skala Phubbing

Aspek	Indikator	No Item		Jumlah
		<i>Favorable</i>	<i>Unvafourable</i>	
Gangguan Komunikasi	Menerima atau melakukan panggilan telepon ketika sedang berkomunikasi	1,2,3	4	4
	Mengirim atau membalas pesan singkat (SMS/Chat) ketika sedang berkomunikasi	5,7	6,8	4
	Mengecek notifikasi media sosial ketika sedang berkomunikasi	9,10,12	11	4
Obsesi terhadap ponsel	Kelekatan terhadap ponsel	13,15	14,16	4
	Cemas ketika jauh dari ponsel	17,20	18,19	4
	Kesulitan dalam mengatur penggunaan ponsel	22	21,23,24,25	5
Total				25

G. Teknik Analisis Data

Metode analisis regresi linier sederhana dan deskripsi digunakan pada penelitian ini dengan memakai *Microsoft Excel dan Statistical Product and Service Solution (SPSS) 29 for Windows* dengan langkah-langkah berikut ini:

1. Uji Validitas

Tahap uji validasi dirancang untuk mengukur seberapa akurat sebuah skala dalam menghasilkan data yang sesuai dengan tujuan pengukurannya. Azwar

(2015) menjelaskan bahwa validitas merupakan kemampuan sebuah tes dalam menilai secara tepat atribut yang hendak diukur. Sebuah uji dianggap valid jika alat tersebut mampu mengukur makna dari atribut yang dimaksud secara akurat. Instrumen yang memiliki validitas tinggi berfungsi dengan baik dalam meminimalkan kesalahan pengukuran, sehingga skor yang diperoleh individu pada tes tersebut mendekati nilai sebenarnya.

a) Skala Adiksi Media Sosial

Pengujian validitas pada skala penelitian ini menggunakan nilai rtabel 5% kepada 30 responden dengan nilai rtabel (0,361). Berdasarkan hasil uji validitas pada skala Adiksi Media Sosial yang awalnya 24 aitem yang diujikan kepada 30 responden, terdapat 20 aitem yang valid dan 4 aitem yang gugur.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Skala Adiksi Media Sosial

Aspek	Nomer Aitem		Jumlah Aitem Valid
	Valid	Tidak Valid	
<i>Saliency</i>	1,2,14	13	3
<i>Mood Modification</i>	3,4,16	15	3
<i>Tolerance</i>	6,18	5,17	2
<i>Withdrawal</i>	7,8,19,20	-	4
<i>Conflict</i>	9,10,21,22	-	4
<i>Relapse</i>	11,12,23,24	-	4

Berdasarkan tabel 3.4 menghasilkan bahwa terdapat aitem yang gugur pada 5, 13, 15 dan 17 sehingga aitem yang valid sebanyak 20 aitem yang digunakan dalam instrument alat ukur penelitian

b) Skala Perilaku *Phubbing*

Peneliti juga melakukan pengujian yang sedikit berbeda dengan skala lainnya, karena pada skala perilaku *phubbing* peneliti melakukan uji (Content Validity Ratio) atau CVR pada dosen pembimbing. Pengujian CVR ini bertujuan untuk mengukur kesepakatan para ahli mengenai validitas konten atau isi skala yang telah dibuat apakah validitas isi yang telah dibuat dapat mewakili aspek-aspek variabel yang telah ada.

Peneliti melakukan proses uji validitas isi menggunakan rumus Aiken's V. rumus Aiken's V yakni rumus yang digunakan untuk menghitung validasi yang diperoleh melalui perhitungan ratio validitas isi. Adapun rumus Aiken's V sebagai berikut:

$$V = \frac{\sum s}{n(c - 1)}$$

Keterangan:

V: Indeks validasi butir

S : r-lo

lo : Angka penilaian validitas terendah

c : Angka penilaian validitas tertinggi

r : Angka yang diberikan oleh validator

n : Jumlah validator

Adapun tolak ukur pengambilan keputusan sebagai berikut:

Tabel 3. 5 Kategori Tingkat Kesesuaian Validitas

Nilai V	Tingkat Kesesuaian
0,81 – 1,00	Sangat Tinggi
0,61 – 0,80	Tinggi
0,41 – 0,60	Sedang
0,21 – 0,40	Rendah
0,01 – 0,20	Sangat Rendah

Rentan angka yang didapatkan pada hasil pengujian validitas isi berkisar diantara 0 sampai 1,00, setiap skor yang melewati 0,30 dapat dikatakan bahwa instrument tersebut valid (Sugiyono, 2013). Peneliti melakukan (*Content Validity Ratio*) CVR kepada tiga ahli, berikut pemaparan ahli (*Content Validity Ratio*) CVR:

Tabel 3. 6 Daftar Ahli dan Jadwal Pelaksanaan CVR

No.	Nama	Pelaksanaan
1.	Rika Fuaturrosida, M.A	15 Agustus 2024
2.	Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si	5-10 September 2024
3.	Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si	11-12 September 2024

Hasil pengujian CVR (*Content Validity Ratio*) berbasis *expert judgment* adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 7 Hasil Validitas Isi

Butir	Penilai			S1	S2	S3	$\sum s$	$\frac{N(c-1)}{1}$	V	Ket
	I	II	III							

Butir	Penilai			S1	S2	S3	Σs	$\frac{N(c-d)}{N}$	V	Ket
1	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
2	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
3	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
4	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
5	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
6	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
7	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
8	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
9	3	1	3	2	0	2	4	6	0,666667	SEDANG
10	3	1	3	2	0	2	4	6	0,666667	SEDANG
11	3	2	3	2	1	2	5	6	0,833333	TINGGI
12	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
13	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
14	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
15	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
16	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
17	3	2	3	2	1	2	5	6	0,833333	TINGGI
18	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
19	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
20	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
21	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
22	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
23	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
24	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
25	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI

Berdasarkan hasil rentang angka menunjukkan bahwa skor angka bergerak dari tinggi sampai sangat tinggi mulai dari rentan 0,60 sampai 1, maka skala perilaku *phubbing* dapat digunakan keseluruhannya dan dinyatakan valid dengan rentan skor diatas 0,30.

Skala berikutnya yaitu uji validitas perilaku *phubbing*, yang awalnya 25 aitem yang diujikan kepada 30 responden, terdapat 19 aitem yang valid dan 6 aitem yang gugur. Maka disajikan pada tabel berikut ini:

Tabel 3. 8 Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Phubbing

Aspek	No Aitem		Jumlah Aitem Valid
	Valid	Tidak Valid	
Gangguan Komunikasi	1,2,3,4	-	4
	6,7,8	5	3
	9,11,12	10	3
Obsesi terhadap ponsel	13,16	14,15	2
	18,19,20	17	3
	21,23,24,25	22	4
Total Aitem Valid			19

Berdasarkan tabel 3.8 menghasilkan bahwa terdapat aitem-aitem yang gugur pada uji validitas ini yaitu aitem nomor 5, 10, 14, 15, 17 dan 22 sehingga menghasilkan aitem yang valid sebanyak 19 digunakan dalam instrument penelitian.

Tabel 3. 9 Blueprint Skala Perilaku Phubbing

Aspek	Indikator	No Item		Jumlah
		<i>Favourable</i>	<i>Unvafourable</i>	
Gangguan Komunikasi	Menerima atau melakukan panggilan telepon	1,2,3	4	4

	ketika sedang berkomunikasi			
	Mengirim atau membalas pesan singkat (SMS/Chat) ketika sedang berkomunikasi	7	6,8	3
	Mengecek notifikasi media sosial ketika sedang berkomunikasi	9,12	11	3
	Kelekatan terhadap ponsel	13,15	16	3
Obsesi terhadap ponsel	Cemas ketika jauh dari ponsel	20	18,19	3
	Kesulitan dalam mengatur penggunaan ponsel	-	21,23,24,25	4
	Total			19

Berdasarkan tabel 3.9 menghasilkan bahwa terdapat aitem yang gugur pada 6, 8, 19, 23, 25 dan 26, sehingga aitem yang valid sebanyak 20 aitem yang digunakan dalam instrument alat ukur penelitian

2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2013), menyatakan bahwa konsistensi atau stabilitas skor instrumen penelitian pada subjek yang sama yang diberikan pada waktu yang berbeda dikenal sebagai reliabilitas. Kesalahan pengukuran harus dipertimbangkan dalam uji reliabilitas yang akan digunakan (*error measurement*). *Cronbach's Alpha* adalah cara untuk mengukur seberapa reliabel konsistensi internal dalam alat ukur. Alat ukur dapat dianggap reliabel jika nilai $\alpha > 0,60$.

Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi *Statistical Product and Service Solution (SPSS) 29 for Windows*. Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan Teknik *Alpha Cronbach* dengan hasil uji coba 30 responden menggunakan aplikasi SPSS. Berikut hasil reliabilitas pada skala Adiksi media sosial dan Perilaku *Phubbing*.

Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Aitem (setelah pernyataan tidak valid digugurkan)	Koefisien Reliabilitas
Adiksi media sosial	20	0.783
Perilaku <i>Phubbing</i>	19	0.820

Menurut hasil pengujian kredibilitas skala Adiksi media sosial dan Perilaku *Phubbing* diketahui bahwa koefisien reliabilitas Adiksi media sosial sebesar 0,783 dan koefisien reliabilitas Perilaku *Phubbing* sebesar 0,820. Maka, dapat disimpulkan bahwa nilai kedua skala dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* >0,60

3. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Guna mengetahui data terdistribusi normal atau tidak digunakan uji normalitas metode *kolmogorovsmirnov* dengan *Statistical Product and Service Solution (SPSS) 29 for Windows*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji

normalitas ini adalah jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual berdistribusi normal. Sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka sebaliknya.

b. Uji Linearitas

Guna mengetahui hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) bersifat linear atau tidak digunakan uji linearitas menggunakan *Statistical Product and Service Solution (SPSS) 29 for Windows*. Dasar pengambilan keputusan uji linearitas adalah Jika nilai *Sig. Deviation from linearity* $> 0,05$, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Jika $< 0,05$ sebaliknya.

c. Analisis Statistik Deskriptif

Pengolahan data untuk mencirikan atau mendeskripsikan data yang diperoleh (populasi sampel) agar dapat ditarik kesimpulan. Pengumpulan, , peringkasan, penyusunan, dan penyajian data merupakan proses-proses dalam statistik deskriptif. Menyajikan data yang sudah diolah menggunakan tabel, grafik, dan diagram dapat. Terdapat pengujian untuk mean, median, modus, kuartil, varians, dan deviasi standar dalam statistik deskriptif (Sugiyono, 2003)

d. Uji Homogenitas

Guna mengetahui kesamaan varian antar populasi uji homogenitas. Pengujian ini menjadi salah satu prasyarat analisis dalam independent sample t-test dan regresi. Peneliti menggunakan metode Levene's Test (Test of Homogeneity of Variance). Dalam regresi, asumsi yang harus terpenuhi adalah kesamaan varian antar populasi. Kriteria keputusan ditentukan jika nilai signifikansi $> 0,05$ dapat

dikatakan bahwa varian dari dua kelompok atau lebih merupakan sama. Sedangkan $<0,05$ sebaliknya.

4. Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana menjadi teknik yang digunakan untuk menguji hipotesis. Persamaan regresi linier sederhana dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Adiksi Media Sosial

X : Perilaku *Phubbing*

a : Konstanta

b : Koefisien arah regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

Tetapi guna mempermudah peneliti menggunakan *Statistical Product and Service Solution (SPSS) 29 for Windows*. Jika P (probabilitas) $< 0,05$ maka dianggap memiliki pengaruh yang signifikan.

b. Uji T

Guna mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel independent dengan variabel dependen maka digunakan uji T. Jika t hitung $>$ t tabel atau nilai

signifikansi uji $t < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara individual variabel independent memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependend. Cara untuk uji t adalah:

1. Menetapkan hipotesis yang akan diuji
2. Melihat nilai signifikan sebesar $= 0,05$

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang merupakan bagian dari Departemen Agama yang berada dalam pengawasan akademik Departemen Pendidikan Nasional. Fakultas ini bertujuan mengintegrasikan ilmu psikologi konvensional dengan nilai-nilai Islam, guna mencetak sarjana psikologi muslim. Awalnya, fakultas ini berdiri pada tahun 1997/1998 sebagai jurusan di bawah STAIN Malang. Untuk meningkatkan mutu pendidikan, program studi Psikologi bekerja sama dengan Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada (UGM) dalam program pencangkakan dosen dan penyediaan laboratorium selama tiga tahun.

Pada tahun 2002, STAIN Malang berubah menjadi Universitas Islam Indonesia Sudan (UIIS) selanjutnya menjadi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang diresmikan melalui Surat Keputusan Bersama Menteri Pendidikan Nasional dan Menteri Agama pada 23 Januari 2003, serta Keputusan Presiden RI Nomor 50 Tahun 2004 yang diterbitkan pada 21 Juni 2004.

2. Pelaksanaan Penelitian

Google Form menjadi alat yang digunakan dalam penelitian ini sehingga dapat dilakukan secara *online* pada mahasiswa psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang pada angkatan 2020, 2021,

2022 dan 2023 melalui *platform whatsapp* (Personal chat dan Broadcast pesan WA).

3. Prosedur Penelitian

Setelah memilih *professional judgement* peneliti melakukan uji CVR (Content Validiy Ratio). Selanjutnya melakukan pembedaan aitem yang kemudian dilanjutkan untuk *field testing* kepada selain mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Penyebaran *field testing* dilakukan secara *online* dengan bantuan *google form*. Nantinya memperoleh final skala aitem dan melakukan penyebaran skala yang dilakukan personal dengan mengirimkan *google form* pada *group WhatsApp*.

B. Hasil Penelitian

1. Hasil Instrumen Penelitian

a) Hasil Uji Validitas

Guna melihat apakah suatu aitem valid atau tidak maka digunakan uji validitas. Jika nilai *corrected item-total correlation* (r hitung) $>$ r tabel 0,361, menunjukkan bahwa aitem valid.

Tabel 4. 1 Skala Perilaku Phubbing Setelah Uji Validitas

Aspek	Indikator	No Item		Jumlah
		F	UF	
Gangguan Komunikasi	Menerima atau melakukan panggilan telepon ketika sedang berkomunikasi	1,2,3	4	4
	Mengirim atau membalas pesan singkat (SMS/Chat)	7	6,8	3

	ketika sedang berkomunikasi			
	Mengecek notifikasi media sosial ketika sedang berkomunikasi	9,12	11	3
	Kelekatan terhadap ponsel	13	16	2
Obsesi terhadap ponsel	Cemas ketika jauh dari ponsel	20	18,19	3
	Kesulitan dalam mengatur penggunaan ponsel	-	21,23,24,25	4
Total				19

Berdasarkan tabel 4.1 diatas diketahui bahwa skala perilaku *phubbing* terdiri dari 25 aitem. Dari hasil uji validitas instrument menunjukkan bahwa terdapat aitem yang gugur pada nomor 5, 10, 15, 17 dan 22 sehingga jumlah aitem yang valid sebanyak 19 aitem.

Tabel 4. 2 Skala Adiksi Media Sosial Setelah Uji Validitas

Aspek	Indikator	No Item		Jumlah Item
		F	UF	
<i>Salience</i>	Perilaku dan pikiran individu yang didominasi oleh media sosial	1	2,14	3
<i>Mood Modification</i>	Penggunaan media sosial dapat mempengaruhi mood seseorang	3	4,16	3
<i>Tolerance</i>	Meningkatkan penggunaan media sosial untuk mencapai efek sebelumnya	-	6,18	2

<i>Withdrawal</i>	Rasa tidak nyaman saat tidak menggunakan media sosial atau tiba-tiba mengurangi penggunaan media sosial	7,19	8,20	4
<i>Conflict</i>	Mengalami kehilangan kendali subyektif	9,21	10,22	4
<i>Relapse</i>	Kecenderungan untuk mengulang pola mengakses media sosial secara berlebihan	11,23	12,24	4
Total				20

b) Hasil Uji Reliabilitas

Guna mengetahui suatu instrumen reliable maka digunakan uji reliabilitas jika mempunyai *alpha chronbach* dimulai dengan koefisien angka 0 sampai 1,00. Apabila suatu aitem memperoleh angka koefisienya semakin mendekati 1,00 maka semakin tinggi reliabilitasnya. Berikut hasil uji kedua variabel.

Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Chronbach</i>	Keterangan
Perilaku Phubbing	0,837	Reliabel
Adiksi Media Sosial	0,786	Reliabel

Berdasarkan dari perolehan data pada tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa pada skala perilaku *phubbing* memperoleh nilai *alpha chornbach* 0,833 dan pada skala Adiksi media sosial memperoleh nilai *alpha chornbach*

sebesar 0,786 keduanya dinyatakan reliabel karena nilai tersebut lebih besar dari 0,06.

2. Hasil Uji Deskriptif

a) Analisis Statistik

Tabel 4. 4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Adiksi Medsos	175	31	73	51.20	7.585
Perilaku Phubbing	175	35	72	53.30	7.511
Valid N (litwise)	175				

Guna menggambarkan bagaimana persebaran data pada mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang maka digunakan analisis statistik deskriptif. Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat kita peroleh hasil distribusi data yang didapat sebagai berikut.

- 1) Variabel Adiksi Media Sosial memiliki nilai minimum 31 sedangkan nilai maksimum sebesar 73, nilai rata-rata sebesar 51.20 dan standar deviasi sebesar 7.585.
- 2) Variabel Perilaku *Phubbing* memiliki nilai minimum 35 sedangkan nilai maksimum sebesar 72, nilai rata-rata sebesar 53.50 dan standar deviasi sebesar 7.511.

b) Kategorisasi Data

Kategorisasi data digunakan untuk menginterpretasikan terhadap penyebaran skor skala yang bersangkutan dengan bantuan statistik deskriptif dari distribusi data skor kelompok yang mencakup banyaknya subjek dalam kelompok, mean, standar deviasi, skor minimum dan maksimum. (Azwar, 2017). Seperti yang diperoleh pada tabel berikut:

Tabel 4. 5 Rumus Kategorisasi

Rumus Mencari 5 Kategorisasi	
Sangat rendah	$X \leq M - 1SD$
Rendah	$M - 1,5sd < X \leq M - 0,5SD$
Sedang	$M + 0,5SD < X \leq M + 0,5SD$
Tinggi	$M + 0,5SD < X \leq M + 1SD$
Sangat tinggi	$M + 1,5SD < X$

1) Tingkat Adiksi Media Sosial

Tabel 4. 6 Hasil Analisis Tingkat Adiksi Media Sosial

INTERVAL	NILAI	Kategori	F	%
$X \leq M - 1,5 SD$	< 35	Sangat rendah	4	2
$M - 1,5SD < X \leq M - 0,5 SD$	$35 \leq X < 45$	Rendah	26	15
$M + 0,5 SD < X \leq M + 0,5 SD$	$45 \leq X \leq 55$	Sedang	86	49

$M + 0,5 SD < X \leq M + 1SD$	$55 X \leq 60$	Tinggi	36	21
$M + 1,5 SD < X$	> 60	Sangat tinggi	23	13

Berdasarkan dari total 175 responden diperoleh tabel 4.6 hasil kategorisasi diatas, dapat dikatakan bahwa sebagian besar subjek penelitian memiliki adiksi media soisal yang sedang dengan frekuensi sebanyak 86 mahasiswa atau sebesar 49%, 36 mahasiswa atau 21% dengan kategori tinggi, 26 mahasiswa atau 15% dengan kategori rendah, 23 mahasiswa atau 13% dengan kategori sangat tinggi dan hanya 4 mahasiswa atau 2% yang berada pada kategori sangat rendah. Kemudian peneliti melakukan perhitungan pembagian skor aspek dengan skor variabel untuk mengetahui kontribusi faktor pembentuk adiksi media sosial mahasiswa psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, adapun rumus perhitungan sebagai berikut ini:

$$\text{Kontribusi faktor} = \frac{\text{skor aspek}}{\text{skor variabel}}$$

Tabel 4. 7 Hasil Analisis Aspek

Aspek	Skor total aspek	Skor total Variabel	Hasil	%
<i>Salience</i>	1201	7759	0,154	13%
<i>Mood Modification</i>	1293		0,166	14%
<i>Tolerance</i>	1060		0,136	12%
<i>Withdrawal</i>	1731		0,223	19%

<i>Conflict</i>	1812	0,233	20%
<i>Relapse</i>	1863	0,240	21%

Maka dapat diketahui bahwa faktor kontribusi pembentuk adiksi media sosial paling tinggi pada mahasiswa psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yaitu *relapse* sebesar 21%. Hal ini menggambarkan kecenderungan untuk mengulang pola akses media sosial secara berulang-ulang dan berlebihan.

2) Tingkat Perilaku *Phubbing*

Tabel 4. 8 Hasil Analisis Tingkat Perilaku *Phubbing*

INTERVAL	NILAI	Kategori	F	%
$X \leq M - 1,5 SD$	< 33	Sangat rendah	0	0
$M - 1,5SD < X \leq M - 0,5 SD$	$33 \leq X < 43$	Rendah	12	7
$M + 0,5 SD < X \leq M + 0,5 SD$	$43 \leq X \leq 53$	Sedang	65	37
$M + 0,5 SD < X \leq M + 1SD$	$53 X \leq 58$	Tinggi	57	33

M + 1,5 SD < X	> 58	Sangat tinggi	41	23
----------------	------	---------------	----	----

Berdasarkan dari total 175 responden diperoleh tabel 4.8 hasil kategorisasi diatas, dapat dikatakan bahwa sebagian besar subjek penelitian memiliki perilaku *phubbing* yang sedang dengan frekuensi sebanyak 65 mahasiswa atau sebesar 37%, 57 mahasiswa atau 33% dengan kategori tinggi, 12 mahasiswa atau 7% dengan kategori rendah, 41 mahasiswa atau 23% dengan kategori sangat tinggi dan tidak ada mahasiswa pada kategori sangat rendah. . Kemudian peneliti melakukan perhitungan pembagian skor aspek dengan skor variabel untuk mengetahui kontribusi faktor pembentuk perilaku *phubbing* mahasiswa psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, adapun rumus perhitungan sebagai berikut ini:

$$\text{Kontribusi faktor} = \frac{\text{skor aspek}}{\text{skor variabel}}$$

Tabel 4. 9 Hasil Analisis Aspek

Aspek	Skor total aspek	Skor total Variabel	Hasil	%
Gangguan Komunikasi	5073	9377	0, 541	54
Obses terhadap Ponsel	4304		0, 458	46

Maka dapat diketahui bahwa faktor kontribusi pembentuk perilaku *phubbing* paling tinggi pada mahasiswa psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yaitu gangguan komunikasi sebesar 54%. Hal

ini menggambarkan hampir setengah perilaku *phubbing* dilakukan oleh mahasiswa yang cenderung mengabaikan lawan bicara pada interaksi yang sedang berlangsung dan lebih memilih untuk memilih mengakses ponsel masing-masing.

3. Hasil Uji Asumsi

a) Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas

Unstandarized Residual	
N	175
Asymp. Sig. (2-tailed)	200 ^d

Berdasarkan pada tabel 4.10 diperoleh hasil dengan nilai sign. sebesar 0,200 menunjukkan $>0,05$ dan data tersebut berarti berdistribusi normal.

b) Hasil Uji Linearitas

Uji linieritas dilihat dari nilai *deviation from linearity* $> 0,05$ dan memperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas

			Sum of	Df	Mean	F	Sig.
			Squares		Square		
Adiksi	<i>Between</i>	<i>Combined</i>	4664.125	36	129.559	3.470	<,001

Media Sosial*	<i>Groups</i>	<i>Linearity</i>	3142.497	1	3142.497	84.167	<,001
Perilaku <i>Phubbing</i>		<i>Deviation from Linearity</i>	1521.628	35	43.475	1.164	0.265
	<i>Within Groups</i>		51552.432	138	37.336		
	<i>Total</i>		9816.549	174			

Berdasarkan hasil analisis uji linieritas pada “Adiksi Media Sosial terhadap Perilaku *Phubbing* pada Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang” diperoleh nilai *Sign.Linearity* sebesar $0,265 > 0,05$, Hal tersebut dapat dikatakan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang linier antara variabel Adiksi Media Sosial (x) dengan Perilaku *Phubbing* (Y).

c) Hasil Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilihat dari nilai *based on mean* sebagai berikut:

Tabel 4. 12 Hasil Uji Homogenitas

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.	
Adiksi Media Sosial dan Perilaku <i>Phubbing</i>	Based on Mean	.163	1	348	.687
	Based on Median	.166	1	348	.684
	Based on Median and with adjusted df	.166	1	347.896	.684
	Based on Trimmed Mean	.167	1	348	.683

Berdasarkan hasil uji homegenitas menunjukkan nilai .163 *based on mean* yang lebih dari sig. (0,05) maka data dalam penelitian ini bersifat homogen yang artinya data dari sampel yang diteliti memiliki varian yang sama.

4. Hasil Uji Hipotesis

a) Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

	Sum of Squares	df	Mean square	F	Sig.
Regression	3142.497	1	3142.497	81.458	<.001 ^b
Residual	6674.052	173	38.578		
Total	9815.549	174			

Berdasarkan tabel 4.13 diketahui jika nilai F hitung sebesar 81.458 dengan tingkat signifikansi sejumlah <.001 nilai signifikansi lebih rendah dari 0,05 atau < 0,05. Berdasarkan hasil data regresi linier sederhana pada variabel adiksi media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel perilaku *phubbing*. Sehingga H_a : diterima (Adanya pengaruh Adiksi Media Sosial terhadap Perilaku *Phubbing*) dan H_0 : ditolak (Tidak Adanya pengaruh Adiksi Media Sosial terhadap Perilaku *Phubbing*). Selanjutnya peneliti menguji seberapa kuat pengaruh variabel pengaruh Adiksi Media Sosial terhadap Perilaku *Phubbing* sebagai berikut:

Tabel 4. 14 Hasil Uji Sumbangsih Pengaruh Variabel Adiksi Media Sosial

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.0566 ^a	.320	.316	6.211

Berdasarkan tabel 4.14 menjelaskan bahwa besarnya nilai pengaruh (R) yakni 0,566 dan didapatkan hasil koefisien determinasi (R Square) sejumlah 0,320, merupakan besarnya pengaruh variabel Adiksi Media Sosial terhadap variabel perilaku *phubbing* sebesar 32%. Dan sisanya 68% Perilaku *Phubbing* dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

b) Uji T

Uji parsial atau Uji t merupakan sebuah cara dalam menetapkan terhadap variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Hasil data dianggap memiliki pengaruh jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y. Hasil uji T sebagai berikut :

Tabel 4. 15 Hasil Uji T

Model	Unstandar dized B	Coefficie nts Std. Error	Standardizd Coefficients Beta	T	Sig.
1 (constant)	24.610	3.213		7.659	<,001
Adiksi Medsos	.569	.062	.566	9.025	<,001

Berdasarkan pada tabel 4.15 memperoleh nilai signifikansi untuk pengaruh parsial X terhadap Y ialah sejumlah $<,001 < 0,05$ dan nilai B sejumlah 0,569 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang

berarti Adiksi Media Sosial memiliki pengaruh signifikan positif terhadap Perilaku *Phubbing* mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

C. Pembahasan

1. Tingkat Adiksi Media Sosial Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Adiksi media sosial telah menjadi fenomena yang semakin meresahkan di era digital ini, dengan dampak negatif yang meluas ke berbagai aspek kehidupan individu, termasuk kesehatan mental, produktivitas, dan hubungan sosial. Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat memicu perasaan stres, kecemasan, depresi, serta meningkatkan isolasi sosial, di mana individu lebih memilih interaksi di dunia maya daripada berinteraksi dengan orang-orang di lingkungan nyata (Ayub & Sulaeman, 2022). Adiksi media sosial juga berdampak pada kualitas tidur dan kemampuan untuk berkonsentrasi, terutama di kalangan pelajar dan mahasiswa, yang dapat menyebabkan penurunan prestasi akademik, permasalahan pada jejaring sosial sesama teman sebaya serta rasa kesepian (Rahardjo et al., 2020) (Woran et al., 2021).

Menurut (Kuss & Griffiths, 2011) adiksi media sosial adalah perilaku candu pada manusia dengan mesin tanpa konsumsi obat-obatan yang dilakukan berlebihan secara terus menerus dengan pola berulang. Adiksi media sosial dapat dikategorikan sebagai adiksi perilaku, yang ditandai dengan enam komponen utama, yaitu *saliency* (kepentingan utama dalam

hidup seseorang), *mood modification* (penggunaan media sosial untuk mengubah suasana hati), *tolerance* (kebutuhan untuk meningkatkan durasi atau intensitas penggunaan), *withdrawal symptoms* (gejala tidak nyaman saat tidak menggunakan media sosial), *conflict* (konflik yang muncul dalam kehidupan karena penggunaan media sosial), dan *relapse* (kembali ke kebiasaan meskipun telah mencoba berhenti). Jika perilaku seseorang memenuhi keenam kriteria ini, maka perilaku tersebut dapat dikategorikan sebagai adiksi media sosial. Teori ini menekankan bahwa adiksi media sosial tidak hanya mencakup waktu yang dihabiskan, tetapi juga bagaimana perilaku tersebut memengaruhi kehidupan seseorang secara keseluruhan.

Pada penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui tingkat adiksi media sosial di kalangan mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang mendapati hasil bahwa dari 175 responden, sebanyak 49% mahasiswa berada pada tingkat adiksi media sosial kategori sedang, 21% pada kategori tinggi, 13% pada kategori sangat tinggi, 15% pada kategori rendah, dan hanya 2% pada kategori sangat rendah. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa berada pada tingkat adiksi media sosial sedang, yang mengindikasikan adanya kecenderungan perilaku adiktif. Namun, kecenderungan ini masih berada dalam batas wajar, di mana mahasiswa tetap memiliki kemampuan untuk mengontrol penggunaan media sosialnya sehingga tidak sepenuhnya mendominasi aktivitas sehari-hari dan sesuai kebutuhan tanpa sepenuhnya kehilangan kendali. Meskipun

demikian, tingkat adiksi yang dialami belum mencapai tahap yang parah, berarti bahwa adanya potensi untuk menjadi lebih parah pada perilaku adiktifnya.

Bila ditinjau dari faktor kontribusi pembentuk adiksi media sosial paling tinggi pada mahasiswa psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yaitu *relapse* sebesar 21% artinya terdapat kecenderungan untuk mengulang pola mengakses media sosial secara berulang-ulang dan berlebihan. Hal ini sesuai dengan hasil fakta lapangan yang menunjukkan beberapa perilaku mahasiswa dalam mengakses media sosial di setiap jam pembelajaran, saat melakukan rapat organisasi, saat bersama dengan orangtua, bersama teman sebayanya. Meskipun mahasiswa sudah mencoba untuk menghentikan penggunaan media sosialnya pada waktu-waktu tersebut seringkali cenderung untuk mengulang pola yang sama bahkan bisa berlebihan, misalnya menggunakan dengan cara sembunyi-sembunyi.

2. Tingkat Perilaku Phubbing Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pesat dan canggihnya teknologi saat ini membawa kemudahan. Banyak teknologi yang telah diciptakan membuat perubahan signifikan pada hampir setiap lapisan aspek di kehidupan masyarakat. Teknologi tersebut salah satunya adalah *smartphone*. *Smartphone* hampir dimiliki oleh orang di

dunia bahkan menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan sekarang untuk mengakses media sosial banyaknya. Dengan hal itu, berbagai aspek kehidupan sehari-hari juga dapat terkena dampak dari kecanggihan *smartphone* dan internet. Selain itu, interaksi sosial yang kurang baik juga menjadi dampak dari perilaku *phubbing* (Ilmiah et al., 2017) (Isrofin & Munawaroh, 2021) (Margaretha & Gina, 2023).

Menurut Kadarag et al., (2015) *phubbing* adalah tindakan mengabaikan individu dalam lingkungan sosial dengan lebih memperhatikan ponsel daripada lawan bicara. Serta, melihat terfokus pada ponsel selama komunikasi yang mempunyai efek negatif afiliasi, kedekatan, dan percakapan menjadi kurang intim. Perilaku *phubbing* dapat diketahui ketika seseorang terindikasi oleh dua aspek yaitu gangguan komunikasi dan obses terhadap ponsel. Jika perilaku seseorang memenuhi kedua aspek tersebut, maka perilaku tersebut dapat dikategorikan sebagai *phubbing*.

Temuan dari penelitian ini mengenai perilaku *phubbing* di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat perilaku *phubbing*, dan hasil analisis menunjukkan bahwa dari total 175 responden, sebanyak 65 mahasiswa atau 37% berada dalam kategori sedang, sementara 57 mahasiswa atau 33% tergolong dalam kategori tinggi. Selain itu, 12 mahasiswa atau 7% berada dalam kategori rendah, dan 41 mahasiswa atau 23% termasuk dalam kategori sangat tinggi, dengan tidak ada mahasiswa yang tergolong dalam kategori sangat rendah. Temuan ini mencerminkan adanya

kecenderungan untuk berperilaku mengabaikan orang lain yang ada disekitarnya secara tidak sadar, mengabaikan pembelajaran yang sedang diikuti dalam perkuliahan. Meskipun perilaku *phubbing* masih muncul dalam waktu-waktu tersebut mahasiswa psikologi masih memiliki empati dan kesadaran akan menghargai lawan bicaranya dengan tidak terlalu obses terhadap *smartphone*, meminta izin kepada lawan interaksinya ketika akan membalas atau mengirim pesan, melakukan panggilan telepon atau menerimanya.

Jika ditinjau dari faktor kontribusi pembentuk perilaku *phubbing* paling tinggi pada mahasiswa psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yaitu gangguan komunikasi sebesar 54%. Gangguan komunikasi meliputi indikator menerima/melakukan panggilan telepon ketika sedang pembelajaran, mengirim atau membalas pesan singkat (SMS/Chat) telepon ketika sedang pembelajaran, mengecek notifikasi media sosial telepon ketika sedang pembelajaran. Hal ini menggambarkan hampir setengah perilaku *phubbing* dilakukan oleh mahasiswa cenderung mengabaikan lawan bicara ketika interaksi yang sedang berlangsung dan lebih memilih untuk memilih mengakses ponsel masing-masing untuk mengecek notifikasi media sosial yang masuk saat itu kemudian menerima/melakukan panggilan telepon dan membalas pesan yang masuk yang menurutnya penting. Sehingga dari perilaku tersebut menyebabkan terganggunya komunikasi dan interaksi sosial saat itu.

3. Pengaruh Adiksi Media Sosial terhadap Perilaku Phubbing Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Berdasarkan hasil uji linear sederhana diketahui bahwa nilai R menunjukkan adanya korelasi sebesar 0,556 hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut memiliki hubungan korelasi kuat secara positif yang mana semakin tinggi variabel adiksi media sosial maka akan meningkatkan variabel perilaku *phubbing*. Nilai Koefisien determinasi menunjukkan sejumlah 0,320, merupakan besarnya pengaruh variabel Adiksi Media Sosial terhadap variabel perilaku *phubbing* sebesar 32%. Dan sisanya 68% Perilaku *Phubbing* dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel adiksi media sosial. Maka dapat diketahui bahwa semakin tinggi variabel adiksi media sosial maka mendorong seseorang untuk berperilaku *phubbing*. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mu'adzah & Rusli (2024) (Deatesaronika et al., 2023) (Solikhah & Aestetika, 2022) (Rachman, 2021) yaitu terdapat hubungan antara adiksi media sosial dengan perilaku *phubbing*.

Terbentuknya perilaku adiksi dapat disebabkan oleh penggunaan internet yang berlebihan dan berulang (Horrrigan, 2002). Adiksi media sosial dapat mengganggu manajemen waktu, mempengaruhi perasaan, dan mengubah perilaku sosial seseorang untuk menghabiskan waktunya di dalam

layar daripada di kehidupan nyata. Pada penelitian ini mendapatkan data rata-rata mahasiswa psikologi menggunakan media sosialnya sekitar 6 jam atau lebih perharinya, peristiwa tersebut dapat dikategorikan pada penggunaan *heavy user* yang mengindikasikan bahwa waktu yang dihabiskan sudah berada pada tingkat yang sangat berlebihan. Hal ini akan berpengaruh pada kualitas hubungan sosial antar sesama, karena individu lebih memilih untuk terhubung dengan yang ada pada *smartphone* masing-masing yang akan mengakibatkan kecenderungan untuk *phubbing* (Ilmiah et al., 2017) (Isrofin & Munawaroh, 2021) (Margaretha & Gina, 2023).

Berdasarkan survei yang telah dilakukan dalam penelitian ini, terlihat bahwa mayoritas mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang sulit mengatur intensitas dari penggunaan media sosial dalam aktivitas sehari-hari. Ketergantungan ini berpengaruh pada munculnya perilaku adiksi media sosial yang secara signifikan mempengaruhi kecenderungan mahasiswa untuk melakukan *phubbing*. Perilaku *phubbing* ini, berdampak negatif pada interaksi sosial mahasiswa, menghambat komunikasi langsung dalam hubungan interpersonal. Terlebih, beberapa mahasiswa yang melakukan *phubbing* di dalam kelas menunjukkan bahwa perilaku ini tidak hanya saat bersama dengan teman-temannya, tetapi juga terjadi dalam pembelajaran berlangsung. Ketika mahasiswa lebih fokus pada layar ponsel daripada pada materi pelajaran atau diskusi yang berlangsung, pembelajaran

juga dapat terpengaruh. Hal ini dapat memicu suasana kelas yang kurang kondusif dan bahkan merugikan bagi mahasiswa lainnya.

Penting untuk mendorong mahasiswa agar lebih sadar akan dampak negatif dari penggunaan media sosial yang berlebihan, termasuk gangguan pada konsentrasi saat pembelajaran dan interaksi sosial. Tidak hanya itu, penekanan bahwa dampak negatif perilaku *phubbing* juga menjadi hal yang harus diketahui oleh mahasiswa karena disebutkan juga bahwa korban *phubbing* akhirnya akan terjerumus kedalam pola perilaku yang sama dengan pelaku (Nupin, 2022).

Dampak negatif dari perilaku *phubbing* dapat dirasakan secara signifikan, baik dalam konteks lingkungan sosial maupun dalam aspek prestasi akademik. Sikap acuh tak acuh atau ketidakpedulian terhadap lingkungan sekitar dapat mengakibatkan individu kehilangan motivasi dan kreativitas. Selain itu, perilaku ini juga dapat mengganggu konsentrasi yang akan cenderung mengurangi interaksi sosial yang ada. Ketika individu lebih memilih untuk terhubung dengan dunia digital daripada berinteraksi langsung dengan orang-orang di sekitarnya, hubungan sosial yang sehat dapat terganggu. Hal ini berpotensi menciptakan isolasi sosial, individu merasa terasing meskipun berada di tengah keramaian, seseorang akan merasa diabaikan atau tidak dihargai, dan menghancurkan hubungan antar individu. Maka dari itu, penting untuk menyadari dampak perilaku *phubbing* dan

berusaha untuk meminimalisirnya demi menciptakan lingkungan sosial yang lebih mendukung dan produktif (Setiawan et al., 2024).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil olah data penelitian dan analisa data terkait Pengaruh Adiksi Media Sosial terhadap Perilaku *Phubbing* pada Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat adiksi media sosial pada mahasiswa Psikologi Univeristas Islam Negeri Maualana Malik Ibrahim Malang berada pada kategorisasi sedang. Hasil yang diperoleh sebesar 48% sebanyak 86 responden dari 175 subjek mahasiswa 36 dan 23 pada kategori tinggi dan sangat tinggi. Oleh sebab itu, dapat diartikan bahwa adiksi media sosial pada mahasiswa psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang sering mengakses penggunaan media sosial ketika sedang ada pembelajaran dalam kelas ataupun dimanapun.
2. Tingkat perilaku *phubbing* pada mahasiswa Psikologi Univeristas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada kategorisasi sedang. Hasil yang diperoleh sebesar 37% sebanyak 65 responden dari 175 subjek mahasiswa dan 57 dan 31 pada kategori tinggi dan sangat tinggi. Hal ini membuktikan bahwa perilaku *phubbing* pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maualana Malik Ibrahim Malang melakukan pengabaian terhadap orang-orang di sekitar terjadi ketika seseorang terlalu fokus pada

penggunaan media sosial di *smartphone*, yang mengganggu proses komunikasi. Tingginya perilaku phubbing ini dipengaruhi oleh gangguan dalam berkomunikasi dan obsesi terhadap *smartphone* meskipun sedang berinteraksi secara langsung dengan orang lain.

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada hasil uji regresi dengan hasil signifikansi $<,001$ apabila nilai signifikansi lebih rendah atau kurang dari $< 0,05$. Maka hipotesis H_a : Adanya Pengaruh Adiksi Media Sosial terhadap Perilaku phubbing diterima dan H_0 ditolak. Adapun besar pengaruh yaitu 32%.

B. Saran

Berdasarkan hasil olah data penelitian dan analisa data diatas, terdapat beberapa hal yang disarankan sebagai berikut:

1. Bagi subjek penelitian

Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang diharapkan mampu mengatur intensitas penggunaan media sosial dan ponsel baik ketika sedang pembelajaran di dalam kelas berlangsung maupun sedang berkomunikasi dengan lawan bicara agar dapat menghargai orang lain.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan disarankan untuk dapat mengukur aspek kognitif pada variabel prestasi akademik, memperluas subjek

yang berbeda, menggunakan metode yang berbeda seperti kualitatif atau metode eksperimen, dan menambahkan variabel lain sehingga penelitian ini menjadi sempurna, baik, dan bermanfaat bagi para pembaca skripsi ini.

3. Bagi peneliti dan instansi terkait

Mengadakan edukasi melalui Instagram Live yang berkolaborasi dengan unit yang ada pada fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang salah satunya LSO Peer Counseling OASIS dengan melibatkan narasumber kompeten, untuk meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang penggunaan media sosial yang sehat dan dampaknya terhadap perilaku *phubbing*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, T., Despitasi, M., Sari, K., Putri, D. S. K., Oktamianti, P., & Agustina, A. (2019). Phubbing, Penyebab Dan Dampaknya Pada Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat, Universitas Indonesia. *Jurnal Ekologi Kesehatan*, 18(2), 122–134. <https://doi.org/10.22435/jek.18.2.1060.122-134>
- Amelia, T., Despitasi, M., Sari, K., Putri, D. S. K., Puput, Oktamianti, & Agustina. (2019). *PHUBBING , PENYEBAB DAN DAMPAKNYA PADA MAHASISWA FAKULTAS Phubbing , Causes and Impacts on Faculty of Public Health students , University of Indonesia. February 2022.* <https://doi.org/10.22435/jek.18.2.1060.122-134>
- Andreassen, C. S. (2015). Online Social Network Site Addiction: A Comprehensive Review. *Current Addiction Reports*, 2(2), 175–184. <https://doi.org/10.1007/s40429-015-0056-9>
- Ayuni, P. (2018). KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN KEPUASAN KERJA PADA KARYAWAN PT. DJARUM DI KUDUS. In *Energies* (Vol. 6, Issue 1). <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1120700020921110%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.reuma.2018.06.001%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.arth.2018.03.044%0Ahttps://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S1063458420300078?token=C039B8B13922A2079230DC9AF11A333E295FCD8>
- Azwar, S. (2011). *Metode Penelitian*. Pustaka Belajar.
- Barakati, D. P. (2013). *Dampak Penggunaan Smartphone Dalam Pembelajaran Bahasa Inggris*. 1–13.
- Cecilia, S. (2019). *Fakta Phubbing di Indonesia*. <https://logoutindonesia.wixsite.com/logout/fakta-phubbing-di-indonesia>
- 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>

Deatesaronika, O., Herwandito, S., Studi, P., Komunikasi, I., Kristen, U., & Wacana, S. (2023). PENGARUH PENGGUNAAN TIKTOK TERHADAP PERILAKU PHUBBING PADA GENERASI Z KOTA SALATIGA. *JISOS Jurnal Ilmu Sosial*, 2(6), 1771–1782. <http://bajangjournal.com/index.php/JISOS>

Detik, H. (2018). *Kata Psikolog Ketika Momen Lebaran Terganggu oleh Gadget*.

Dodes, L. M. (2009). Addiction as a psychological symptom. *Psychodynamic Practice*, 15(4), 381–393. <https://doi.org/10.1080/14753630903230468>

Farkhah, L., Saptiyani, P. M., Syamsiah, R. I., & Ginanjar T., H. (2023). Dampak Perilaku Phubbing: Literatur review. *Jurnal Keperawatan Komplementer Holistic*, 1(2), 1–18. <https://journalhadhe.com/index.php/jkkhc/article/download/12/10>

Folkative. (2024). *Indonesia Pengguna Tiktok nomor 1 di dunia*. Instagram. <https://www.instagram.com/p/DA3Fo8wTcd4/?igsh=NGJjZHpuM3h2djdp>

Hanika, I. M. (2015). 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>

Heryana, A. (2014). Hipotesis Penelitian. *Eureka Pendidikan*, June, 1. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11440.17927>

Ilmiah, J., Fisip, M., Volume, U., Perilaku, P., Akibat, P., Smartphone, P., Terhadap, B., Sosial, I., The, M., Of, E., Phubbing, B., Due, S., Use, T. O., Against, E., Interaction, S., Yuna, S., Syam, H. M., Studi, P., Komunikasi, I., ... Pembimbing, D. (2017). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah Volume 2, Nomor 3, Agustus 2017* www.jim.unsyiah.ac.id/FISIP. 2.

Isrofin, B., & Munawaroh, E. (2021). The Effect of Smartphone Addiction and Self-Control on Phubbing Behavior. *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling*, 6(1), 15–23. <https://doi.org/10.17977/um001v6i12021p015>

Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M., Çulha, I.,

- & Babadağ, B. (2015). Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60–74. <https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.005>
- Kompas.com. (2023). *Indonesia Pengguna TikTok Terbesar Kedua di Dunia, Mengapa Aplikasi Ini Begitu Digemari?* <https://www.kompas.com/tren/read/2023/01/19/200000065/indonesia-pengguna-tiktok-terbesar-kedua-di-dunia-mengapa-aplikasi-ini?page=all>
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2011). Online social networking and addiction-A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528–3552. <https://doi.org/10.3390/ijerph8093528>
- Longstreet, P., & Brooks, S. (2017). Life satisfaction: A key to managing internet & social media addiction. *Technology in Society*, 50, 73–77. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2017.05.003>
- Margaretha, I., & Gina, F. (2023). Tendensi Smartphone Addiction dan Perilaku Phubbing Pada Mahasiswa. *Social Philantropic: Jurnal Kajian Ilmu Sosial Dan Psikologi*, 2(1), 1–7.
- Mu'adzah, H. A., & Rusli, D. (2024). Hubungan Kecanduan Media Sosial dengan Phubbing dalam Situasi Classical pada Mahasiswa di Kota Padang. *Yasin*, 4(2), 165–176. <https://doi.org/10.58578/yasin.v4i2.2816>
- Muhamad Ayub, & Sofia Farzanah Sulaeman. (2022). Dampak Sosial Media Terhadap Interaksi Sosial Pada Remaja: Kajian Sistematis. *Jurnal Penelitian Bimbingan Dan Konseling*, 7(1), 21–32.
- Mumtaz, E. F. (2019). *Pengaruh adiksi smartphone, empati, kontrol diri, dan norma terhadap perilaku phubbing pada mahasiswa di Jabodetabek*. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/48362>
- Murni, M. G., & Ahmadin. (2023). The Impact of Phubbing on Teenagers, Especially Students. *Pinisi-Journal of Art, Humanity, & Social Studies*, 3(1), 95–98.

- Nupin, I. S. (2022). *Phubbing : Fenomena Perilaku Anti Sosial Era Kekinian*.
https://pustaka.unand.ac.id/index.php?option=com_k2&view=item&id=295:phubbing&Itemid=387
- Pinasti, D. A., & Kustanti, E. R. (2017). Hubungan antara Empati dengan Adiksi Smartphone Pada Jurusan Matematika Universitas Diponegoro Semarang. *Jurnal Empati*, 7(3), 183–188.
- Pritta, C. (2014). Social Networking Sites Impacts on. *School of International College, National Institute of Development Administration*.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. In *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (Issue Septembfile:///C:/Users/asus/Downloads/29-64-1-SM.pdf file:///C:/Users/asus/Downloads/29-64-1-SM.pdf 2016). Alfabeta.
- Rachman, A. (2021). The effect of social media addiction on student phubbing behavior. *International Journal of Arts and Social Science*, 4(3), 113–117.
- Rahardjo, W., Qomariyah, N., Hermita, M., Suhatri, R. J., Marwan, M. A., & Andriani, I. (2020). Online Adolescent's Self-Disclosure As Social Media Users: the Role of Extraversion Personality, Perception of Privacy Risk, Convenience of Relationship Maintenance, and Self-Presentation. *Jurnal Psikologi*, 19(3), 219–232. <https://doi.org/10.14710/jp.19.3.219-232>
- Rahayu, B. B. (2021). Intensitas Mengakses Media Sosial Dengan Perilaku Phubbing Pada Mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(3), 519. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i3.6496>
- Rahmah, P. (2023). HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DENGAN KECANDUAN MEDIA SOSIAL PADA REMAJA DI SMAS PEMBANGUNAN BUKITTINGGI TAHUN 2023. In *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam: Vol. VIII* (Issue I).
- Sachiyati, M., Yanuar, D., & Nisa, U. (2023). Fenomena Kecanduan Media Sosial (Fomo) Pada Remaja Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK*,

8(November), 1–18.

- Setiawan, R., Kartono, D. T., & Sakuntalawati, L. R. D. (2024). Perilaku Phubbing Siswa dalam Kehidupan Sosial di Lingkungan Sekolah. *Kaganga: Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora*, 7(1), 530–541. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v7i1.9572>
- Silmi, A., & Novita, E. (2022). Dampak Psikologis Perilaku Phubbing Dalam Berinteraksi Sosial Pada Mahasiswa. *Jouska: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(1), 25–32. <https://doi.org/10.31289/jsa.v1i1.1096>
- Solikhah, N. ilmiatus, & Aesthetika, N. M. (2022). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok dan Media Sosial terhadap Kecenderungan*. 5(01), 113–119.
- Suara, C. (2024). *Daftar Aplikasi Terpopuler di Indonesia Selama 2023*. <https://www.suara.com/tekno/2024/01/15/153728/daftar-aplikasi-terpopuler-di-indonesia-selama-2023>
- Sugiyono. (2003). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif* (Issue August).
- Surya, Y. W. (2002). *Pola Konsumsi Dan Pengaruh Internet Sebagai Media Komunikasiinterktif Pada Remaja (Studi Analisis Resepsi Pada Remaja 01 Kotamadya Surabaya)*. 1–51.
- Woran, K., Kundre, R. M., & Pondaag, F. A. (2021). Analisis Hubungan Penggunaan Media Sosial Dengan Kualitas Tidur Pada Remaja. *Jurnal Keperawatan*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.35790/jkp.v8i2.32092>
- Young, K. (2010). Internet addiction over the decade: A personal look back. *World Psychiatry*, 9(2), 91. <https://doi.org/10.1002/j.2051-5545.2010.tb00279.x>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Halo perkenalkan saya Kharisma Indah C. Mahasiswa S1 Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Saat ini saya sedang melakukan penelitian psikologi untuk memenuhi tugas akhir saya dengan judul "Pengaruh Adiksi Media Sosial terhadap Perilaku *Phubbing* pada Mahasiswa Psikologi UIN Malang"

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah:

1. Mahasiswa Psikologi UIN Malang Angkatan 2020, 2021, 2022, dan 2023
2. Aktif menggunakan sosial media

Jika saudara/i memenuhi kriteria tersebut, mohon bantuannya untuk mengisikan kuisisioner ini. Saya sangat berterima kasih sekali apabila saudara/i berkenan terlibat dalam penelitian ini, dengan meluangkan waktu 10 menit untuk mengisi kuisisioner yang ada di bawah ini:

<https://bit.ly/PenlitianAkhirKhrrsm>

Perlu diketahui bahwa jawaban saudara/i akan dijamin kerahasiaannya. Oleh sebab itu, maka pastikan jawaban Saudara/i dengan teliti karena itu akan berpengaruh terhadap hasil dari penelitian ini.

Atas kesediaannya, saya ucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya,

Kharisma Indah C.

a. Kuisisioner Adiksi Media Sosial

Terdapat beberapa pertanyaan dibawah ini, silahkan dijawab sesuai dengan kondisi dan keadaan anda. Petunjuk pengerjaannya silahkan pilih salah satu pilihan 4 jawaban,

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Selamat mengerjakan ya! Semangat <3

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya mengakses media sosial dimanapun dan kapanpun				
2	Saya dapat menahan diri untuk tidak membuka media sosial				
3	Media sosial menjadi alternatif penghilang Stres				
4	Saya membatasi penggunaan media sosial saat pikiran sedang kacau				
5	Saya dapat mengatur waktu penggunaan media sosial sehingga tidak kecanduan				
6	Saya merasa kesal ketika tidak ada wifi maupun data seluler				
7	Saya butuh rehat dari media sosial agar pikiran tenang dan damai				
8	Tugas saya terabaikan akibat bermain media Sosial				
9	Saya tidak pernah tidur larut malam akibat mengakses media sosial				
10	Saya berusaha untuk mengurangi pemakaian media sosial namun gagal				
11	Pemakaian media sosial saya saat ini berkurang				
12	Saya mengakses media sosial seperlunya saja (misalnya mengirim				

	pesan dan telepon)				
13	Meskipun sibuk, saya selalu menyempatkan untuk membuka media sosial				
14	Saya tidak pernah meluapkan rasa marah dan kesal saya di media sosial				
15	Bermain media sosial berjam-jam sangatlah membuang waktu				
16	Saya merasa baik-baik saja apabila tidak dapat mengakses media sosial				
17	Ketika berkumpul bersama teman maupun keluarga, saya sibuk mengakses media sosial				
18	Saya dapat fokus belajar meskipun ada notifikasi media sosial yang belum terbuka				
19	Saya sulit menahan diri untuk tidak mengakses media sosial				
20	Saya berencana untuk mengurangi pemakaian media sosial hingga akhirnya berhasil menjadi kebiasaan				

b. Kuisisioner perilaku *phubbing*

Terdapat beberapa pertanyaan dibawah ini, silahkan dijawab sesuai dengan kondisi dan keadaan anda. Petunjuk pengerjaannya silahkan pilih salah satu pilihan 4 jawaban,

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Selamat mengerjakan ya! Semangat <3

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1	Saya dapat menerima panggilan telepon meskipun sedang pembelajaran dalam kelas.				
2	Ketika smartphone saya bordering, saya akan segera mengangkat telepon tersebut meskipun sedang mendengarkan pembelajaran dalam kelas.				
3	Saya menerima panggilan telepon saat pembelajaran untuk tetap terhubung dengan hal lain di luar kelas.				
4	Saya mengabaikan panggilan telepon yang masuk saat pembelajaran dalam kelas.				
5	Saya mengabaikan pesan yang masuk saat pembelajaran dalam kelas.				
6	Saya sering membalas pesan saat kelas berlangsung tanpa merasa terganggu.				
7	Saya menunda untuk membalas pesan yang masuk saat mendengarkan presentasi dalam kelas.				
8	Saya selalu mengecek notifikasi media sosial saat pembelajaran agar tetap up-to-date.				

9	Saya mengabaikan notifikasi masuk saat pembelajaran				
10	Menurut saya, melihat notifikasi media sosial saat pembelajaran adalah hal wajar.				
11	Saya merasa nyaman ketika dekat dengan ponsel selama pembelajaran.				
12	Saya merasa nyaman jika tidak membawa ponsel saat perkuliahan.				
13	Saat ponsel saya ada di tas, saya merasa lebih tenang saat pembelajaran.				
14	Saya merasa aman jika tidak menggunakan ponsel saat pembelajaran.				
15	Saya sering merasa cemas jika ponsel saya tidak ada di dekat saya selama di dalam kelas.				
16	Saya bisa tidak menggunakan ponsel saya selama pembelajaran berlangsung				
17	Saya merasa sulit mengatur penggunaan ponsel saat pembelajaran karena banyak hal yang ingin saya cek.				
18	Saya dapat membagi waktu untuk menggunakan ponsel dengan baik				
19	Saya dapat mengontrol perilaku saya untuk tidak selalu memperhatikan ponsel saat di dalam kelas.				
20	Saya dapat menyimpan ponsel saya saat sedang pembelajaran.				

Lampiran 2 Aiken's V Variabel Phubbing

Butir	Penilai			S1	S2	S3	Σs	N(c-1)	V	Ket
	I	II	III							
1	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
2	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
3	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
4	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
5	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
6	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
7	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
8	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
9	3	1	3	2	0	2	4	6	0,666667	SEDANG
10	3	1	3	2	0	2	4	6	0,666667	SEDANG
11	3	2	3	2	1	2	5	6	0,833333	TINGGI
12	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
13	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
14	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
15	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
16	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
17	3	2	3	2	1	2	5	6	0,833333	TINGGI
18	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
19	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
20	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
21	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
22	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
23	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
24	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI
25	3	3	3	2	2	2	6	6	1	TINGGI

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Adiksi Media Sosial

ITEM	Pearson Correlation	r-tabel (0,05)	Keterangan
x1	0,366825	0.361	Valid
x2	0,569349	0.361	Valid
x3	0,582842	0.361	Valid
x4	0,502952	0.361	Valid
x5	0,572422	0.361	Valid
x6	0,260205	0.361	Tidak Valid
x7	0,653763	0.361	Valid
x8	0,450365	0.361	Valid
x9	0,514415	0.361	Valid
x10	0,416498	0.361	Valid
x11	0,378197	0.361	Valid
x12	0,463136	0.361	Valid
x13	0,426236	0.361	Valid
x14	0,175388	0.361	Tidak Valid
x15	0,174197	0.361	Tidak Valid
x16	0,260301	0.361	Tidak Valid
x17	0,188777	0.361	Tidak Valid
x18	0,435866	0.361	Valid
x19	0,492465	0.361	Valid
x20	0,479407	0.361	Valid
x21	0,2076	0.361	Tidak Valid

x22	0,509153	0.361	Valid
x23	0,396439	0.361	Valid
x24	0,392415	0.361	Valid

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Phubbing

ITEM	Pearson Correlation	r-tabel (0,05)	Keterangan
x1	0,407442	0.361	Valid
x2	0,494089	0.361	Valid
x3	0,627604	0.361	Valid
x4	0,646508	0.361	Valid
x5	0,303312	0.361	Tidak Valid
x6	0,427159	0.361	Valid
x7	0,622587	0.361	Valid
x8	0,587439	0.361	Valid
x9	0,463006	0.361	Valid
x10	0,370939	0.361	Valid
x11	0,473614	0.361	Valid
x12	0,390003	0.361	Valid
x13	0,154792	0.361	Tidak Valid
x14	0,503113	0.361	Valid
x15	0,168233	0.361	Tidak Valid
x16	0,377259	0.361	Valid
x17	-0,10042	0.361	Tidak Valid
x18	0,516133	0.361	Valid
x19	0,482711	0.361	Valid
x20	0,403295	0.361	Valid

x21	0,437131	0.361	Valid
x22	0,238908	0.361	Tidak Valid
x23	0,507022	0.361	Valid
x24	0,546968	0.361	Valid
x25	0,664769	0,361	Valid

Lampiran 5 Adiksi Media Sosial

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	175	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	175	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	19

Lampiran 6 Perilaku Phubbing

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	175	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	175	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	19

Lampiran 7 Lampiran 4 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Predicted Value	
N		175	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	53.2971429	
	Std. Deviation	4.24974435	
Most Extreme Differences	Absolute	.051	
	Positive	.029	
	Negative	-.051	
Test Statistic		.051	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.331	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.319
		Upper Bound	.343

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

Lampiran 8 Uji Linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
phub * medsos	Between Groups (Combined)	11374.797	36	315.967	2.990	<,.001
	Linearity	7117.930	1	7117.930	67.362	<,.001
	Deviation from Linearity	4256.867	35	121.625	1.151	.280
	Within Groups	14582.060	138	105.667		
	Total	25956.857	174			

Lampiran 9 uji homogenitas

Tests of Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
ADIKSI MEDSOS DAN PHUBBING	Based on Mean	.163	1	348	.687
	Based on Median	.166	1	348	.684
	Based on Median and with adjusted df	.166	1	347.896	.684
	Based on trimmed mean	.167	1	348	.683

Lampiran 10 Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
phubbing	175	35	72	53.30	7.511
adiksi medsos	175	31	73	51.20	7.585
Valid N (listwise)	175				

Lampiran 11 Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.610	3.213		7.659	<,001
	ADIKSI MEDSOS	.560	.062	.566	9.025	<,001

a. Dependent Variable: OERILAKU PHUBBING

Lampiran 12 Uji Regresi Linear Sederhana

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3142.497	1	3142.497	81.458	<,001 ^b
	Residual	6674.052	173	38.578		
	Total	9816.549	174			

a. Dependent Variable: OERILAKU PHUBBING

b. Predictors: (Constant), ADIKSI MEDSOS

Lampiran 13 Uji R²/koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.566 ^a	.320	.316	6.211

a. Predictors: (Constant), ADIKSI MEDSOS

b. Dependent Variable: OERILAKU PHUBBING

Lampiran 14 Tabulasi Data Penelitian Variabel X

No	Nomor Aitem																								total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
1	4	4	3	4	2	2	2	4	3	2	2	2	4	2	2	2	3	3	3	3	4	2	2	2	66
2	3	4	3	4	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	4	3	3	4	2	3	3	3	68
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	60
4	4	4	4	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	67
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	65
6	3	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	4	3	1	3	54
7	3	3	3	4	2	3	2	4	1	1	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	59
8	3	3	1	2	2	2	1	2	1	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	1	2	2	56
9	3	4	4	4	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	65
10	4	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	3	3	57
11	3	3	3	3	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	52
12	4	4	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	70
13	2	3	4	4	3	2	2	4	4	2	3	3	3	4	2	1	1	4	4	4	1	4	3	2	69
14	4	4	4	4	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	4	3	3	2	2	3	2	3	3	4	64
15	4	4	4	4	2	2	3	3	4	3	2	2	3	2	2	2	3	4	2	3	3	3	2	4	70
16	4	3	3	3	2	3	3	2	3	1	3	2	2	2	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	63
17	2	2	3	2	1	2	1	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	4	3	56
18	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	4	3	3	4	64
19	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	79
20	3	4	4	3	3	2	3	4	3	2	2	4	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	66
21	4	4	4	4	3	2	2	4	1	1	2	3	2	4	1	1	1	2	3	1	3	2	4	4	62
22	4	4	4	4	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	63
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	68
24	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	61
25	4	4	4	4	3	2	3	4	3	2	2	4	4	2	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	82
26	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	2	4	2	1	3	3	2	3	4	3	3	3	74
27	4	4	4	4	2	2	1	2	1	4	2	2	1	4	1	1	1	2	2	3	4	3	3	4	61
28	3	3	3	3	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	66
29	4	3	3	4	1	2	3	4	1	1	3	2	2	2	2	2	2	4	3	1	3	2	2	2	58
30	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	2	2	3	2	1	3	4	4	3	4	3	4	4	77

Lampiran 15 Tabulasi Data Penelitian Variabel Y

No	Nomor Aitem																									total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	4	4	3	4	2	2	2	4	3	2	2	2	4	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	70
2	3	2	3	4	3	2	2	3	1	2	3	2	2	3	3	2	4	3	3	4	2	3	3	3	3	68
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	63
4	4	4	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	71
5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	69
6	3	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	1	4	2	2	1	1	3	1	3	2	54
7	3	3	3	4	2	3	2	4	4	1	2	2	2	4	3	2	2	3	2	2	3	3	3	4	4	70
8	3	3	1	2	2	2	1	2	1	1	2	3	3	1	2	2	3	2	3	3	4	1	2	2	2	53
9	3	4	4	4	2	2	2	3	2	1	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	64
10	4	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	3	3	3	60
11	2	3	3	3	4	2	1	2	2	1	1	1	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	58
12	4	4	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	3	73
13	2	3	4	4	3	3	2	4	4	2	3	3	3	4	3	1	3	4	3	4	3	4	3	4	4	80
14	4	4	4	4	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	4	3	3	2	2	3	2	3	3	4	4	69
15	4	4	4	4	2	2	3	3	4	3	2	2	2	4	2	2	3	4	2	3	3	3	2	4	3	74
16	4	3	3	3	2	3	3	2	3	1	3	2	2	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	4	68
17	2	2	3	2	1	2	1	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	4	3	3	60
18	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	1	3	2	3	3	4	3	3	4	4	67
19	4	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	84
20	3	4	4	3	3	2	3	4	3	2	2	4	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	68
21	4	4	4	4	3	2	2	4	3	4	2	3	2	4	2	1	1	2	3	1	3	2	4	4	4	72
22	4	4	4	4	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	1	3	3	3	65
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	73
24	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
25	4	4	4	4	3	2	3	4	3	2	2	4	1	3	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	4	82
26	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	4	2	1	3	3	2	3	4	3	3	3	3	76
27	4	4	4	4	2	2	1	2	1	4	2	2	1	4	1	1	2	2	2	3	4	3	3	4	4	66
28	3	3	3	3	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	4	4	2	3	3	3	2	3	3	67
29	4	3	3	4	1	2	3	4	1	3	3	2	2	4	2	2	2	4	3	1	3	2	3	3	4	68
30	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	2	2	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	84