HUBUNGAN KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN PERILAKU PHUBBING MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MALANG

SKRIPSI

FALAKHUL SYAHRU RAMADHANI

NIM. 19410203

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2025

HALAMAN JUDUL

HUBUNGAN KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN PERILAKU PHUBBING MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MALANG

SKRIPSI

Diajukan kepada Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana Psikologi
(S.Psi)

Oleh

Falakhul Syahru Ramadhani

NIM. 19410203

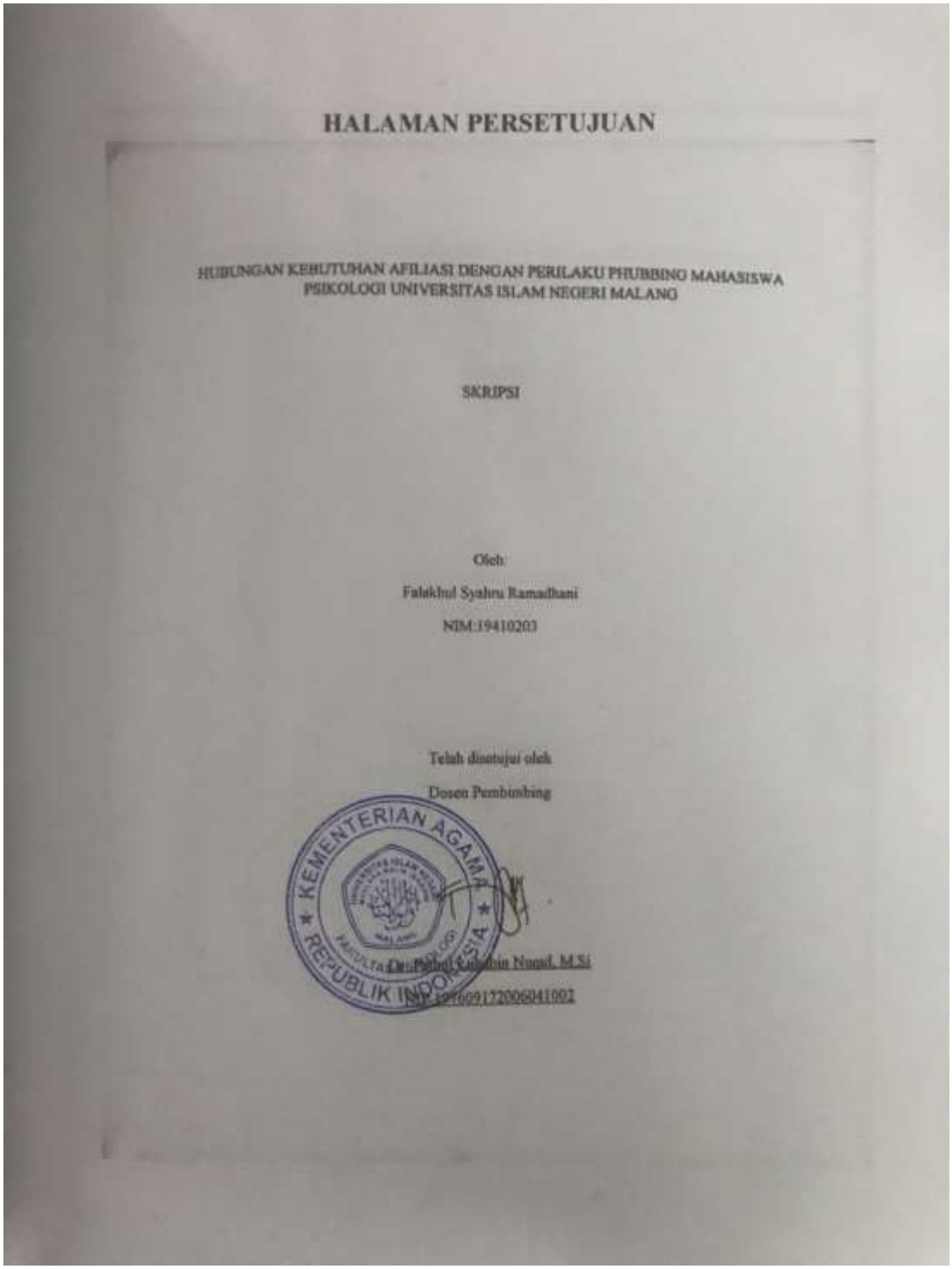
FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2025

HALAMAN PERSETUJUAN



HALAMAN PERSETUJUAN

HUBUNGAN KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN PERILAKU PHUBBING MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MALANG

SKRIPSI

Oleh:

Falakhul Syahru Ramadhani

NIM:19410203

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

Dr. Fahrul Fuadzim Nuqul, M.Si

NIP 197609172006041002

HUBUNGAN KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN PERILAKU PHUBBING MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MALANG

SKRIPSI

Oleh:

Falakhul Syahru Ramadhani

NIM:19410203

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing

Dr. Retno Mangestuti, M. Si

NIP 197502202003122004

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

HUBUNGAN KEBUTUHAN AFILIASI DENGAN PERILAKU PHUBBING MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MALANG

SKRIPSI

Telah diujikan dan dinyatakan LULUS oleh Dewan Penguji Skripsi dalam Majlis Sidang Skripsi Pada tanggal……2025

Susunan Dewan Penguji

Dosen Penguji	Tanda Tangan Persetujuan	Tanggal Persetujuan
Sekretaris Ujian Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si NIP. 197605122003121002		9 Mei 2025
Ketua Penguji Dr. Retno Mangestuti, M.Si NIP. 197502202003122004		9 Mei 2025
Penguji Utama Prof. Dr. Ali Ridho, M.Si NIP. 197804292006041001		7 Mei 2025

Disahkan Oleh,

Dekan

Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si, Psikolog

NIP. 197611282002122001

v

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Falakhul Syahru Ramadhani

NIM : 19410203

Fakultas : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang peneliti buat dengan judul **"Hubungan Kebutuhan Afiliasi dengan Perilaku Phubbing Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Malang"** adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika kemudian hari terdapat *claim* dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian, surat pernyataan ini peneliti buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar maka peneliti siap menerima sangsi.

Malang, 18 Maret 2025

Peneliti

METERAI TEMPEL

Falakhul Syahru Ramadhani

19410215

MOTTO

"We no longer 'go online' — we live online."

Joichi Ito dan Jeff Howe

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya spesial ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yaitu

Ayah **Sugeng** dan ibu saya **Karmini** tercinta.

Terima kasih atas segala waktu tenaga pikiran dan materi yang telah diberikan.

Dukungan dan kasih sayang yang ayah dan ibu berikanlah yang menemani ananda menyelesaikan skripsi ini.

Tak lupa juga kepada adik adik saya tersayang

Miftakhul Khoir Al Faruq dan **Dewi Fatimah Az Zahra**

Yang selalu memberikan support dalam menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadirat ALLAH SWT karena atas segala rahmat dan kuasaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi besar Muhammad SAW, Rasul pembawa rahmat bagi alam semesta, Rasul yang akan memberi syafaat di hari akhir nanti. Amiin.

Penulis, berharap semoga skripsi ini dapat diambil manfaatnya bagi semua kalangan masyarakat. Penulis juga sadar, tanpa adanya bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu, penulis sampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah berperan kepada penulis baik semasa penulis berkuliah maupun semasa menyelesaikan skripsi. Dengan segaa kerendahan hati, penulis menghaturkan terima kasih kepada.

1. Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Yusuf Ratu Agung, M.A selaku Ketua Program studi Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si selaku Dosen Pembimbing satu Skripsi yang dengan sabar memberikan banyak masukan, arahan, serta motivasi yang berharga dalam penelitian ini.
5. Ibu Dr. Retno Mangestuti, M.Si selaku Dosen Pembimbing dua yang telah membimbing dan memberi saran penelitian dengan penuh kesabaran dan ketelitiannya.

6. Ibu Elok Faiz Fatma El Fahmi, M.Si, selaku Dosen Wali yang telah mendampingi proses akademik dari awal hingga saat ini dengan sabar.
7. Segenap Civitas akademik Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmu dan juga bimbingannya selama ini.
8. Keluarga khususnya kedua orang tua, Bapak Sugeng dan Ibu Karmini beserta kedua adik saya Khoir dan Dewi, terima kasih atas seluruh doa dan dukungan baik itu moril maupun materil serta kasih sayang yang selalu mengiringi langkah saya.
9. Teman-teman yang selalu menemani dan mengingatkan saya saat mengerjakan skripsi Wildan, Raja, dan Azzam.
10. Teman-teman seperjuangan saya sejak Madrasah Aliyah, Dila, Habib, Anwar dan Bagus.
11. Teman-teman Psikologi 2019 yang memberikan banyak kenangan semasa perkuliahan
12. Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu untuk membantu dalam menyelasaikan penulisan skripsi ini, semoga Allah SWT membalas semua kebaikannya.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi masih belum bisa dikatakan sempurna, karena adanya keterbasan penulis dalam hal pengalaman, pengetahuan dan kemampuan. Tanpa adanya dukungan dari seluruh pihak yang telah membantu, pastinya skripsi ini sulit untuk dapat terselesaikan.

Malang, 18 Febuari 2025

Falakhul Syahru Ramadhani
NIM. 19410203

ABSTRAK

Ramadhani, Falakhul Syahru 2025, Hubungan Kebutuhan Afiliasi dengan Perilaku *Phubbing* Mahasiswa Psikologi Angkatan 2023 Univeristas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Pembimbing : Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M. Si

Dr. Retno Mangestuti, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kebutuhan afiliasi dan perilaku *phubbing* pada mahasiswa Fakultas Psikologi angkatan 2023 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis korelasional. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa psikologi angkatan 2023 Univeristas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang sejumlah 180 mahasiswa. teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive sampling*. Alat pengumpulan data menggunakan skala kebutuhan afiliasi dan *generic scale of phubbing*. Uji Normalitas variabel menggunakan teknik One-Sample Kolmogorov-Simirnov dan menggunakan bantuan program *SPSS for windows 20,0 version* dengan nilai sig 0.091 untuk variabel kebutuhan afiliasi dan 0.050 untuk *phubbing*. Sedangkan uji linieritas menggunakan uji *linearity* dengan nilai sig 0.115. Analisis data unutk menguji hipotesis dengan menggunakan uji *pearson corelation*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Tingkat kebutuhan afilasi yang dimiliki mahasiswa Fakultas Psikologi angkatan 2023 Univeristas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang berada di kategori tinggi dengan persentase 55% dan untuk perilaku *phubbing* berada pada kategori sedang dengan persentase75%. (2) Kebutuhan afiliasi dan perilaku *phubbing* memiliki hubungan variabel yang bersifat negatif dan sangat lemah dengan koefisiensi sebesar r = -0.112 dan signifkansi 0.136.

Kata kunci : *kebutuhan afiliasi, phubbing*

ABSTRACT

Ramadhani, Falakhul Syahru. 2025. Relationship between the Need for Affiliation and Phubbing Behavior of Psychology Students Batch 2023 State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang

Advisor : Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M. Si

Dr. Retno Mangestuti, M.Si

This study aims to find out the relationship between affiliation needs and phubbing behavior in students of the Faculty of Psychology class of 2023 State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang.

This study uses quantitative methods with correlational types. The subjects in this study were psychology students of class 2023 of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang totaling 180 students. sampling techniques in this study using Purposive sampling technique. Data collection tools using the affiliation needs scale and the generic scale of phubbing. The normality test of the variables used the One-Sample Kolmogorov-Simirnov technique and used the help of the SPSS for windows 20.0 version program with a sig value of 0.091 for the variable need for affiliation and 0.050 for phubbing. While the linearity test uses the linearity test with a sig value of 0.115. Data analysis to test the hypothesis using the Pearson Correlation test.

The results showed that: (1) The level of need for affiliation owned by students of the Faculty of Psychology class of 2023 State Islamic University Maulana Malik Ibrahim Malang is in the high category with a percentage of 55% and for phubbing behavior is in the medium category with a percentage of 75%. (2) The need for affiliation and phubbing behavior has a negative and very weak variable relationship with a coefficient of r = -0.112 and a significance of 0.136.

Keywords: need for affiliation, phubbing

الملخص

الرمضاني، فلكلور سياهرو ٢٠٢٥، العلاقة بين الحاجة إلى الانتماء والسلوك الفوبيني لدى طلاب علم النفس دفعة ٢٠٢٣ جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج الإسلامية الحكومية .

د. الموجه فتح اللبابين نقل، م. سي

د. ريتنو مانجيستوتي، م.س

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الحاجة إلى الانتماء والسلوك الفوبيني لدى طلاب كلية علم النفس دفعة ٢٠٢٣ جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج الإسلامية الحكومية بجامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج الإسلامية.

تستخدم هذه الدراسة الأساليب الكمية بأنواعها الارتباطية. وكان أفراد هذه الدراسة هم طلاب علم النفس من دفعة ٢٠٢٣ في جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج البالغ عددهم ١٨٠ طالباً وطالبة، وقد استخدمت في هذه الدراسة تقنية أخذ العينات باستخدام أسلوب أخذ العينات الانتمائية. أدوات جمع البيانات باستخدام مقياس احتياجات الانتماء والمقياس العام للفوبنغ. واستخدم اختبار معيارية المتغيرات باستخدام تقنية كولموغوروف-سيميرنوف عينة واحدة واستخدمت مساعدة برنامج SPSS لبرنامج الإصدار 20.0 من نظام التشغيل ويندوز بقيمة سيج ٠,٠٩١ لمتغير الحاجة إلى الانتماء و ٠,٠٥٠ لمتغير الفوبنغ. بينما يستخدم اختبار الخطية اختبار الخطية بقيمة sig ٠,١١٥ .تحليل البيانات لاختبار الفرضية باستخدام اختبار ارتباط بيرسون.

أظهرت النتائج أن: (١) أن مستوى الحاجة إلى الانتماء لدى طلبة كلية علم النفس دفعة ٢٠٢٣ جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج الإسلامية الحكومية في الفئة العالية بنسبة مئوية بلغت ٥٥٪، وبالنسبة لسلوك الفوبنغ في الفئة المتوسطة بنسبة مئوية بلغت ٧٥٪. (٢) العلاقة بين الحاجة إلى الانتماء والسلوك الفوبيني علاقة متغيرة سالبة وضعيفة جداً بمعامل = - ٠.١١٢ ودلالة ٠.١٣٦.

الكلمات المفتاحية: الحاجة إلى الانتماء، الفوبنج

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ii
HALAMAN PERSETUJUAN iii
SURAT PERNYATAAN iv
MOTTO vii
ABSTRAK xi
DAFTAR ISI xiv
DAFTAR TABEL xvi
BAB I 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 7
BAB II 8
A. Kebutuhan Afiliasi 8
B. Phubbing 22
C. Hubungan Kebutuhan Afiliasi dan Phubbing 31
E. Hipotesis 34
BAB III 35
A. Jenis dan Desain Penelitian 35
B. Identifikasi Variabel Penelitian 36
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian 37
D. Populasi dan Sampel 38
E. Teknik Pengambilan Data 40
F. Instrument Penelitian 42
G. Validitas dan Reliabilitas 45
H. Teknik Analisis Data 48
BAB IV 51
A. Hasil Penelitian 51

B. Pembahasan 63
BAB V 73
A. Kesimpulan 73
B. Saran 74
DAFTAR PUSTAKA 75
LAMPIRAN 80

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Skala Likert 42

Tabel 3. 2 Skala Kebutuhan Afiliasi 43

Tabel 3. 3 Skala *Phubbing* 44

Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas 48

Tabel 4. 1 Uji Normalitas 55

Tabel 4. 2 Uji Linieritas 56

Tabel 4. 3 Tingkat Kebutuhan Afiliasi 59

Tabel 4. 4 Tingkat *Phubbing* 61

Tabel 4. 5 Persentase Kebutuhan Afiliasi 62

Tabel 4. 6 Frekuensi *Phubbing* 62

Tabel 4. 7 Uji Hipotesa 63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi merupakan perilaku yang sering dan pasti tejadi didalam masyarakat. Semakin majunya peradaban, akan semakin beragam cara untuk berkomunikasi. Salah satu hal yang akhir-akhir ini sering terjadi adalah komunikasi dengan menggunakan media digital atau lebih dikenal dengan media sosial. Pengguna internet di Indonesia sendiri memiliki pengguna sebanyak 215,63 juta pengguna di tahun 2022-2023 (Sadya, 2023). Sementara menurut Direktur Pemberdayaan Informatika, Bonifasius Wahyu Pudjianto menyebutkan jika rerata lama masyarakat indonesia menggunakan internet adalah sekitar 8 jam 36 menit perhari. Ini artinya 37,5 % dari waktu sehari manusia digunakan untuk mengakses internet (Kasih, 2022). Kemudian rerata masyarakat Indonesia dalam menggunakan media sosial adalah 197 menit atau sekitar 3,2 jam sehari, dan Indonesia juga menempati urutan ke-10 dalam pengguna media sosial media telama di tahun 2022 (Dhini, 2022).

Media sosial membuat hubungan antar manusia dapat dilakukan hampir dimana saja. Seseorang bisa saja berhubungan dengan orang lain di manapun dan dalam keadaan apapun. Seperti saat sedang berkumpul dengan dua orang atau lebih, terkadang ditemukan beberapa individu yang melakukan dua komunikasi sekaligus, yaitu dengan orang yang ada di dunia nyata dan juga yang ada di media sosial.

Perilaku ini biasa di sebut dengan *phubbing*. *Phubbing* sendiri merupakan istilah yang berasal dari kombinasi kata *phone* dan *snubbing*, yang mana merujuk pada kebiasaan mengabaikan orang lain dan menggunakan gadget saat komunikasi interpersonal atau tatap muka (Fang et al, 2020). Individu yang memiliki kebiasaan *phubbing* juga sering sekali menunjukkan perilaku mengecek ponsel meski tidak ada pemberitahuan apapun. Bagi orang yang menjadi korban atau lawan bicara dari orang yang melakukan *phubbing* tentu akan memberikan pengaruh yang tidak baik karena merasa diabaikan oleh pelaku *phubbing*.

Pengabaian menjadi perilaku yang tidak baik dikarenakan setiap individu memiliki kebutuhan akan afiliasi yang mana adalah adanya hubungan akan relasi dengan orang lain. Terdapat dua kecenderungan utama dalam kebutuhan afiliasi, yaitu harapan akan keintiman/keakraban dan ketakutan akan penolakan (Hill & Shackelford, 2020). Akses media sosial dan algortima yang semakin mudah dan juga canggih, membuat hubungan interpersonal antar individu yang ada di media sosial akan terjalin lebih mudah. Hal ini dikarenakan setiap individu akan lebih gampang bertemu dengan individu yang juga memiliki kesukaan yang sama. Media sosial sudah sering digunakan untuk menjalin hubungan, seperti pertemanan, percintaan, hubungan komunitas, dan pekerjaan saat ini bisa dilakukan di media sosial. Media sosial seakan seperti menjadi masyarakat kedua yang dimiliki oleh manusia.

Hubungan yang terjalin di dalam media sosial juga tidak lepas dari konflik. Ketika individu melakukan kesalahan, tidak jarang orang-orang di media sosial

menolak kehadiran individu tersebut. Seperti fenomena *cancel culture* dimana selain akan dihindari oleh orang-orang yang di media sosial, individu yang terkena *cancel culture* juga akan mendapatkan berbagai kesulitan di dunia nyata. Perilaku *phubbing* diduga dapat muncul dikarenakan beberapa faktor seperti adanya kecanduan media sosial, kurangya pengendalian diri, dan adanya perasaan takut untuk ketinggalan momen dalam hal ini biasa disebut dengan FOMO (*Fear of Missing Out*) (yankes.kemkes.go.id, 2022). Tetapi dalam hal ini tidak ditemukan adanya kemungkinan jika sebenarnya individu sudah cukup puas dengan kebutuhan afiliasinya yang terjalin di media sosial dan lebih memprioritaskan hubungan yang ada di dunia maya daripada di dunia nyata. Mengingat asumsi diatas yang dimana seseorang bisa saja mendapatkan kepuasan afiliasi hanya dari media sosial.

Generasi remaja saat ini merupakan generasi yang dikenal dengan generasi Z atau “Generasi Net” adalah generasi yang lahir diantara tahun 1998 hingga 2009. Generasi Z hidup pada masa serba digital dan memiliki akses yang mudah ke segala hal dengan memanfaatkan teknologi yang canggih. Generasi Z adalah generasi yang yang sejak kecil hampir seluruh waktunya diluangkan di internet. Jejaring sosial menjadi cara yang umum digunakan untuk berteman dengan banyak orang bagi generasi Z. generasi ini memiliki kemungkinan untuk melakukan *phubbing* di ruang publik karena semua informasi yang dibutuhkan oleh mereka dapat diakses hanya dengan melalui layar di *handphone* mereka (Yourati & Hidayah, 2018).

Generasi Z atau saat ini khusunya remaja adalah kelompok masyarakat yang paling rentang diantara kelompok usia yang lain. Remaja di kelompok usia 13-18 tahun Indonesia menduduki peringkat pertama sebagai kelompok usia yang paling banyak menggunakan internet. Hal ini dibuktikan dengan data yang mencapai 99,16% di tahun 2021-2022. Kemudian di posisi kedua adalah kelompok usia 19-34 tahun dimana tingkat penggunaan internet bisa mencapai di tingkat 98,64% (Bayu, 2022). Remaja sendiri merupakan kelompok usia yang memiliki kebutuhan untuk disukai dan dapat diterima oleh masyarakat atau lingkungan sosial, yang mana remaja akan merasa senang jika diterima oleh kelompok sosial dan akan merasa cemas dan tertekan jika ditolak oleh lingkungan sosial (Pebrianty, 2020).

Kebutuhan afilasi sendiri merupakan salah satu kebutuhan utama atau kebutuhan dasar yang harus dimiliki setiap manusia. Kebutuhan afilasi sendiri merupakan kebutuhan untuk dimiliki dan juga dicintai (Hill & Shackelford, 2020). Kebutuhan afilasi mendorong seseorang untuk menjalin hubungan dan mempertahankan suatu hubungan dengan orang lain. Meski kebutuhan afilasi dimiliki setiap orang, namun terdapat perbedaan yang ditinjau dari besarnya dorongan yang dimiliki setiap individu yang satu dengan yang lainnya. McClelland meniliti bahwa individu yang memiliki kebutuhan afilasi yang tinggi akan cenderung untuk meengirim pesan dan menelpon lebih sering, tertawa lebih sering dan secara fisik akan lebih dekat dengan orang lain, menginginkan lebih banyak kencan setiap minggunya dan lebih banyak untuk mungkin terlibat suatu hubungan yang lebih

emosional daripada individu yang memiliki kebutuhan afilasi yang rendah (Baron & bayne, 2014).

Terdapat beberapa penelitian yang memiliki keterkaitan dengan hubungan kebutuhan afiliasi dengan *phubbing.* Seperti penelitian yang dilakukan oleh Syafitri (2023) pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah jakarta, ditemukan adanya pengaruh dari *phubbing* yang signifikan terhadap interkasi sosial. Dampak tersebut menyebabkan menurunnya interkasi sosial pada seseorang jika terjadi perilaku *puhbbing* memiliki nilai yang tinggi. Hal ini menjadi salah satu perhatian, karena salah satu aspek seseorang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi adalah sering berinteraksi dengan orang lain atau bisa dikatakan mudah bergaul. Berbeda dengan orang yang memiliki kebutuhan afiliasi yang rendah, mereka akan lebih sedikit berinteraksi dengan orang lain (Rinjani & Firmanto, 2013).

Terdapat juga penelitian yang dilakukan oleh Rahayu dan Sitompul (2023) pada remaja akhir yang memiliki rentang usia 18-21 tahun sebanyak 242 orang. Hasil yang dari penelitian tersebut, ditemukan hubungan yang positif dan signifikan antara kebutuhan afiliasi dengan peggunaan sistus jejaring sosial pada remaja akhir. Artinya, semakin tinggi kebutuhan afiliasi seseorang, maka akan semakin tinggi juga intensitas jejaring sosial yang digunakan. Sebaliknya, semakin rendah kebutuhan afiliasi seseorang, maka akan semakin rendah intensitas jejaring sosialnya. Hal ini juga menjadi perhatian peneliti, karena dari penelitian tersebut dapat diasumsikan kebutuhan afiliasi dengan *phubbing* sama – sama memiliki hubungan yang signifikan,

karena faktor penyebab adanya *phubbing* adalah kecanduang terhadap *smartphone*, internet, dan juga media sosial.

Oleh karena itu, menjadi perhatian peneliti untuk bisa mencari lebih dalam terkait hubungan kebutuhan afiliasi dengan *phubbing*. Remaja atau dalam fokus penelitian ini adalah mahasiswa. Karena jika dilihat dari penjelasan diatas, remaja adalah masa dimana seseorang memiliki kebutuhan tinggi untuk disukai dan diterima oleh masyarakat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan oleh peneliti di atas, peniliti merumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kebutuhan afiliasi pada mahasiswa psikologi angkatan 2023 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Bagaimana tingkat *phubbing* pada mahasiswa psikologi angkatan 2023 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Adakah hubungan antara perilaku *phubbing* dengan kebutuhan afiliasi pada mahasiswa psikologi angkatan 2023 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan oleh peneliti di atas, peniliti merumuskan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui tingkat kebutuhan afiliasi pada mahasiswa psikologi angkatan 2023 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Mengetahui tingkat *phubbing* pada mahasiswa psikologi angkatan 2023 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Mengetahui hubungan antara perilaku *phubbing* dengan kebutuhan afiliasi pada mahasiswa psikologi angkatan 2023 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

D. Manfaat Penelitian

1. Dengan dilakukannya penelitian ini, peneliti berharap bisa memberikan manfaat bagi penelilitian yang selanjutnya, serta dapat membantu atau berkontribusi dalam menyediakan bahan sebagai refrensi serta bahan perbandingan bagi peneliti selanjutanya.
2. Penelitian dapat memberikan manfaat sebagai rujukan tentang hubungan perilaku *phubbing* dengan kebutuhan afiliasi yang dimiliki oleh mahasiswa.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kebutuhan Afiliasi

1. Definisi Kebutuhan Afiliasi

Kebutuhan sendiri menurut McClelland merujuk kepada motif dasar yang dimiliki oleh individu yang akan mendorong perilaku manusia. Menurut McClelland motivasi merupakan kekhawatiran yang berulang akan keadaan atau tujuan dalam diri manusia yang membuat manusia bisa mendorong dan mengarahkan perilaku manusia (Boyatzis, 2016). McCLelland mengusulkan tiga kebutuhan psikologis utama yang dapat mendasari motivasi yang dimiliki oleh manusia. Ketiga kebutuhan tersebut merupakan Kebutuhan akan prestasi (Need for Achievement), Kebutuhan akan Kekuasaan (Need for Power), Kebutuhan akan afiliasi (Need for Affiliation). Kebutuhan akan prestasi merupakan dorongan tak sadar untuk meraih prestasi saat melakukan tugas dan mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Kebutuhan akan kekuasaan merupakan dorongan untuk bisa berdampak pada orang lain dengan cara mempengaruhi, mengendalikan atau memanfaatkan orang lain. Sementara kebutuhan akan afiliasi adalah dorongan untuk menjalin hubungan yang hangat dan dekat, sepereti persahabatan (Boyatzis, 2016).

McCLelland sendiri menekankan bahwa tidak semua kebutuhan harus terpenuhi. Karena setiap individu memiliki beberapa motif yang mendominasi dan bervariasi. Terdapat individu yang memiliki kebutuhan akan prestasi yang tinggi tetapi kebutuhan akan kekuasaan dan afiliasinya rendah. Tetapi ada juga individu yang memiliki kebutuhan akan kekuasaan yang kuat, tetapi kebutuhan akan prestasi dan afiliasinya rendah (Boyatzis, 2016). Kebutuhan afiliasi merupakan kebutuhan atau motivasi untuk membangun, mempertahankan dan memulihkan hubungan yang positif dengan orang lain. Orang yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi merupakan individu yang mudah dalam bergaul, ramah, tertarik pada interaksi sosial, dan lebih menyukai berada di dalam kelompok daripada sendirian (Hill & Shackelford, 2020).

Maslow menganggap kebutuhan afiliasi sebagai salah satu motivasi utama individu, bersamaan dengan kebutuhan akan prestasi dan kebutuhan akan kekuasaan. Berbeda dengan teori kebutuhan McClelland yang menganggap kebutuhan atau motivasi relatif berbeda untuk setiap individu (Boyatzis, 2016). Kebutuhan afiliasi menurut Maslow adalah salah satu tingkatan hirearki daiantara 7 hirearki. Menurut Maslow kebutuhan afiliasi merupakan kebutuhan dasar yang harus dimiliki oleh manusia. Kebutuhan afiliasi pada teori Maslow didefinisikan sebagai kebutuhan untuk dimiliki dan dicintai. Kebutuhan akan dimiliki dan dicintai sendiri dapat muncul setelah kebutuhan fisiologis dan rasa aman sudah terpenuhi (Hill & Shackelford, 2020). Kebutuhan pada teori Maslow lebih

menekankan pada kebutuhan dasar terlebih dahulu, kemudian kebutuhan yang lain dapat dipertimbangkan. Teori hierarki kebutuhan menurut Maslow dibangun atas dasar bahwa perilaku manusia dimotivasi oleh keinginan spesifik manusia dalam masyarakat (Aruma & Hanchor, 2017).

Kebutuhan afiliasi menurut Maslow mucul setelah kebutuhan akan rasa aman sudah terpenuhi, individu akan cenderung untuk mengidentifikasi dan menjadi bagian dari organisasi sosial keluarga, komunitas, dan organiasasi yang ada di masyarakat. Hal ini karena menurut Maslow, manusia merupakan makhluk yang berkeinginan dan keinginan manusia akan terus berkembang bahkan ketika beberapa keinginan mereka terpenuhi (Trivedi & Mehta, 2019). McClelland dan Maslow keduanya memberikan perspektif yang sedikit berbeda dalam memandang kebutuhan akan afiliasi. McClelland memandang kebutuhan afiliasi sebagai salah satu motif utama kebutuhan psikologis dasar yang dimiliki oleh manusia. Sementara Maslow memandang kebutuhan afiliasi sebagai kebutuhan dasar dan secara naluri telah memiliki dorongan tersebut.

Dari penjabaran yang diambil dari dua tokoh diatas, dapat diambil kesimpulan bahwa kebutuhan afiliasi adalah kebutuhan dasar yang dimiliki oleh setiap orang tetapi memiliki tingkatan yang berbeda-beda pada setiap orang.

2. Aspek Kebutuhan Afiliasi

Menurut McClelland, kebutuhan afiliasi dapat muncul karena adanya dua motivasi. Dua kecenderungan motivasi tersebut adalah harapan akan keintiman dan ketakutan akan penolakan. Orang-orang yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi akan cenderung untuk mencari kesenangan dan kepuasan dari berhubungan dengan orang lain. Kecenderungan akan hubungan dengan orang lain ini dikaitkan dengan harapan akan emosi yang positif dan demikian akan memberikan individu penguatan yang positif. Pencarian akan afiliasi juga dapat disertai dengan ketakutan bahwa individu tidak akan menarik dan akan ditolak. Dalam hal ini kebutuhan afiliasi dapat dimotivasi oleh keinginan seseorang untuk mengurangi ketidaknyamanan terkait potensi seseorang akan isolasi dan ketertinggalan (Hill & Shackelford, 2022). Dari penjelasan diatas dapat diartikan setiap orang memiliki kecendurungan yang lebih dominan antara aspek yang satu dengan dengan aspek yang lain. Terdapat orang yang cenderung memiliki keinginan akan keintiman yang tinggi, tetapi ketakutan akan penolakannya rendah. Meski begitu kedua aspek tersebut masihlah saling mempengaruhi satu sama lain.

McCleland menjabarkan beberapa aspek yang ada pada orang yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi sebagai berikut (Rinjani, Firmanto, 2013):

a. Lebih suka bersama dengan orang lain daripada sendiri

Individu yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi cenderung lebih suka bersama dengan teman-temannya. hal ini dikarenakan manusia yang merupakan makhluk sosial. Masa remaja juga merupakan masa dimana orang-orang ingin lepas dari lingkungan keluarga khusunya para orang tua. Sedangkan individu yang memiliki kebutuhan afiliasi yang rendah cenderung akan lebih suka berada dan melakukan aktivitas sendiri daripada bersama dengan orang lain

b. Sering berinteraksi dengan orang lain

Individu yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi akan cenderung untuk mencari lingkungan yang baru dan memperbanyak teman. Hal ini membuat individu yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi akan lebih banyak melakukan interaksi dengan orang lain atau bisa dikatakan mudah untuk bergaul. Berbeda dengan individu yang memiliki kebutuhan afiliasi yang rendah, dimana mereka akan lebih sedikit berinteraksi dengan orang lain.

c. Keinginan untuk disukai dan diterima orang lain

Individu yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi cenderung ingin sekali eksistensinya untuk diakui. Hal ini dapat terjadi dikarenakan pada masa remaja, muncul dorongan untuk meningkatkan

harga diri dan mendapat pengakuan dari orang lain. Sementara itu individu yang memiliki kebutuhan akan afiliasi yang rendah bukan berarti tidak ingin dirinya untuk diterima oleh orang lain, tetapi mereka hanya kurang aktif dalam menunjukkan eksistensi mereka daripada orang yang memiliki kebutuhan akan afiliasi yang tinggi.

d. Menyenangkan hati orang lain

Salah satu hal yang diinginkan oleh para remaja adalah mendapatkan sebuah pengakuan dari lingkungan atau kelompok yang berada di sekitarnya. Untuk memenuhi hal tersebut, remaja yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi akan berusaha untuk menjadi pribadi yang menyenangkan untuk orang lain. Sementara individu dengan kebutuhan afiliasi yang rendah akan lebih cuek terhadapat pandangan orang lain daripada individu yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi.

e. Menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman

Individu dengan kebutuhan afilasi yang tinggi akan mempunyai rasa takut akan kehilangan. Hal ini dikarenakan kebutuhan individu untuk diakui dan dihargai tergantung pada kelompok dan orang lain. Oleh karena itu, individu yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi otomatis adalah orang yang setia terhadap teman dan kelompoknya.

f. Mencari persetujuan dan kesepakatan orang lain.

Ketika individu berhadapan dengan suatu konflik, individu kemudian akan mengambil sikap dan keputusan. Individu dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi akan selalu memerlukan orang lain dalam menyelesaikan permasalahan. Berbeda dengan individu dengan kebutuhan afiliasi yang rendah, yang mana akan lebih percaya kepada dirinya daripada orang lain dalam suatu pendapat.

Menurut Hill, kebutuhan afiliasi terbentuk melalui beberapa aspek sebagai berikut (Baron & Byrne, 2003):

a. Kebutuhan akan stimulasi positif (*need for positive stimulation*)

Orang dengan kecenderungan kuat pada kebutuhan afiliasi seringkali menciptakan dampak positif, sementara mereka yang memiliki kecenderungan rendah pada kebutuhan afiliasi lebih tidak terlalu memperhatikan lingkungan sekitar mereka.

b. Kebutuhan akan dukungan sosial (*need for social support*)

Manusia memiliki kebutuhan akan empati, rasa saling percaya, dan *sense of belonging* dari orang lain. Aspek-aspek ini umumnya mendorong individu dengan tingkat kebutuhan tinggi untuk menjalin dan mempertahankan interaksi serta ketergantungan dengan orang lain.

Di sisi lain, individu yang memiliki tingkat kebutuhan afiliasi yang rendah lebih cenderung menyukai kesendirian.

c. Kebutuhan akan perhatian (*need for attention*)

Individu dengan tingkat kebutuhan afiliasi yang tinggi selalu memiliki dorongan untuk mendapatkan pandangan positif dari orang lain dan berperilaku dengan cara yang menyenangkan untuk memperoleh penerimaan dan apresiasi dari lingkungannya. Sebaliknya, individu yang memiliki tingkat kebutuhan afiliasi yang rendah cenderung fokus pada diri sendiri tanpa memerlukan perhatian dari orang lain.

d. Kebutuhan akan perbandingan sosial (*need for social comparation*)

Interaksi yang dimotivasi oleh keinginan untuk memperoleh pengetahuan dan mengurangi ketidakpastian merupakan ciri dari individu dengan tingkat kebutuhan afiliasi yang tinggi. Individu tersebut akan selalu mengedepankan kebutuhan untuk berinteraksi dengan orang lain, berbeda dengan individu yang memiliki tingkat kebutuhan afiliasi yang rendah.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti lebih mendukung pandangan McClelland yang menyatakan bahwa individu dengan tingkat kebutuhan afiliasi yang tinggi memiliki ciri-ciri seperti lebih menyukai kebersamaan daripada

kesendirian, rajin berinteraksi dengan orang lain, ingin diterima dan disukai oleh orang lain, mementingkan perasaan orang lain, serta menjaga hubungan yang erat dengan teman dan selalu mencari persetujuan dan kesepakatan dari orang lain.

3. Indikator Kebutuhan afiliasi

Kebutuhan afilasi merupakan suatu keinginan untuk berinteraksi sosial dengan individu yang lain guna membentuk pertemanan dan ikatan sosial, interaksi secara dekat, bekerja sama dan komunikasi dengan cara yang bersahabat dengan invidu yang lain. Untuk mengukur kebutuhan afiliasi pada seseorang diperlukan adanya suatu indikator. Indikator pada kebutuhan afiliasi dapat dirincikan sebagai berikut (Laila, 2014):

a. Tampil lebih baik jika terdapat intensif afiliasi

Individu membutuhkan suatu penghargaan ataupun identitas diri. Kebutuhan akan penghargaan akan dapat terpenuhi jika individu bersama dengan orang lain. Individu dengan afiliasi yang tinggi juga akan mengerjakan tugas dengan sebaik-baiknya dan aktif dalam kegiatan selain menghasilkan prestasi juga mengandung insentif afiliasi yang mana berupa penghargaan dan identitas diri dari orang lain.

b. Memperthankan hubungan antar individu

Individu dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi akan menjalin hubungan sosial dengan lebih cepat. Banyak berkomunikasi dan juga lebih peka terhadap orang lain, juga berusaha untuk terus bisa mempertahankan hubungan dengan orang lain. Individu yang ingin mempertahankan hubungannya dengan orang lain akan tampak jika individu tersebut berusaha untuk terlibat dengan orang – orang yang ada di sekitarnya, yaitu dengan menjalin keakraban dan juga menjalin persahabatan dengan orang lain.

c. Menyukai kerjasama dan menghindari persaingan

Individu dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi akan cenderung untuk setuju dengan pendapat orag lain yang tidak dikenal, yang tidak sependapat dengannya asalkan orang tersebut dianggap menarik. Indivud dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi juga senang bekerja bersama orang lain dan bersikap mengalah untuk menghindari sistuasi yang bersifat kompetitif.

d. Mengatasi rasa takut akan penolakan

Individu dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi akan menunjukkan respons terhadap situasi penolakan, merasa terisolasi secara fisik, dan lebih mementingkan perasaan saling mencintai.

Individu tersebut akan berupaya untuk menghindari konflik dan persaingan karenatakut akan adanya umpan balik yang negatif dari orang lain. Untuk menghindari umpan balik yang negatif, individu dengan kebutuhan afilasi yang tinggi akan berperilaku positif terhadap rekan sebaya dan mematuhi norma – norma yang ada.

e. Menunjukkan tingkah laku kepemimpinan dalam kelompok

Individu dengan kebutuhan afilaisi yang tinggi memiliki karakteristik sebagai pemimpin. Karakteristik pemimpin yang dimiliki oleh individu dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi meliputi kecenderungan untuk menikmati kebersamaan dengan anggota kelompok dan menghabiskan lebih banyak waktu untuk mengurangi perbedaan di antara mereka dan agar dapat selalu bersama–sama. Selain itu, pemimpin dengan kebuuthan afiliasi yang tinggi memiliki kemampuan untuk mengarahkan aktivitas kelompok terorganisir menuju pencapaian tujuan. Individu dengan tipe perilaku kepemimpinan ini mampu menginspirasi semnangat anggota, memberikan arahan dan petunjuk kepada mereka, serta terlibat aktif dalam kegiatan kelompok. Pendekatan kepemimpoinan ini lebih menitikberatkan pada anggota kelompok daripada tugas yang harus diselesaikan, dan memastikan perlakuan yang adil kepada seluruh anggota kelompok tanpa membedakan satu sama lain.

Oleh karena itu, individu dengan motif afiliasi umumnya memiliki sifat sebagai teman yang baik, peduli secara signifikan terhadap orang lain, memahami permasalahan orang lain dengan seintens diri mereka sendiri, memiliki toleransi yang besar, merasa puas ketika dapat membina dan menjaga keberlangsungan usaha bersama dengan orang lain, dan memiliki dorongan untuk bekerjasama dan berkolaborasi.

4. Faktor yang Mempengaruhi Kebutuhan Afiliasi

Kebutuhan afiliasi sangat dipengaruhi oleh budaya dan tradisi yang ada pada masyarakat. Di Indonesia, budaya masyarakat yang mementingkan kerjasama dan gotong royong mempengaruhi dari kuatnya motif afiliasi seseorang. Hal ini menunjukkan bahwa di Indonesia, kebutuhan untuk membentuk hubungan sosial berkembang subur, sejalan dengan nilai-nilai afiliasi yang dijunjung tinggi dalam masyarakat.

Martaniah mengemukakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan afiliasi adalah sebagai berikut (Rinjani & Firmanto, 2013):

a. Kebudayaan

Sebagai kebutuhan sosial, kebutuhan afiliasi juga senantiasa terpengaruh oleh budaya, nilai-nilai yang mengakar di suatu lokasi, dan kebiasaan masyarakat. Di tempat di mana kebutuhan untuk

berinteraksi sosial dianggap sebagai hal yang penting, kebutuhan afiliasi akan mengalami pengembangan dan pemeliharaan yang baik. Sebaliknya, jika kebutuhan ini tidak dianggap signifikan, maka akan mengalami penurunan dan tidak berkembang dengan subur.

b. Situasi yang bersifat psikologis

Seseorang yang memiliki keraguan terhadap kemampuan atau pendapatnya cenderung mengalami tekanan psikologis, dan tekanan ini dapat dikurangi melalui pembandingan sosial. Peluang untuk meningkatkan diri melalui perbandingan dengan individu lain yang memiliki afiliasi akan memperkuat afiliasi mereka jika mereka merasa lebih baik dalam perbandingan tersebut. dorongan untuk membina hubungan akan semakin tinggi ketika individu mengalami tingkat kebingungan yang moderat hingga tinggi.

c. Perasaan dan kesamaan

Dapat berupa persamaan dalam tingkat pendidikan, kesesuaian dalam status, kemiripan kelompok etnik, atau kesamaan latar belakang nasional. Pengaruh faktor – fator kesesuaian dan kesamaan ini tampak dalam kehidupan sehari – hari seperti contoh bahwa individu dengan tingkat pendidikan, status, atau kelompok etnik yang serupa cenderung tertarik satu sama lain dan membentuk kelompok, seperti kelompok di

perguruan tinggi tertentu, kelompok profesi tertentu, atau kelompok etnik tertentu. Individu yang tidak merasa kesepian akan lebih termotivasi untuk membina afiliasi daripada mereka yang merasa kesepian. Demikian juga individu yang merasa aman cenderung akan terdorong untuk membina afiliasi dapada mereka yang memiliki tingkat rasa aman yang tinggi.

Motif afiliasi adalah dorongan yang mendorong individu untuk terlibat dalam interaksi sosial, berkolaborasi, dipercaya, dihargai, diakui secara sosial, dan menjadi bagian dari kelompok. Terdapat tiga alasan mengapa soseorang masuk kedalam kelompok (Walgito, 1994):

a. Selain sebagai individu, manusia juga merupakan entitas keagamaan dan sosial. Sebagai makhluk sosial, manusia meiliki dorongan untuk berinteraksi dengan sesama manusia. Kehadiran dorongan afiliasi pada manusia menghasilkan pembentukan kelomok – kelompok dalam masyarakat.

b. Seseorang bergabung dalam kelomopok dengan tujuan unutk mendapatkan manfaat, berharap akan memperoleh penghargaan dalam konteks kelompok. Dalam konteks ini, kelompok juga berperan sebagai sarana untuk memperoleh keuntungan yang menjadi tujuan di luar dinamika kelomopok.

c. Seseorang juga bergabung dalam kelompok karena orang tersebut sesuai dengan aktivitas yang ada di dalam kelompok, bahkan jika orang tersebut tidak dapat berpatisipasi secara aktif dalam kegiatan kelompok.

Berdasarkan pada informasi yang telah diuraikan dapat disarikan bahwa faktor – faktor yang menpengaruhi motif afiliasi meliputi aspek kebudayaan serta kondisi sosial psikologis seperti tekanan psikologis, pembanding sosial, dan kebutuhan akan keterhubungan dengan orang lain.

B. Phubbing

1. Definisi Phubbing

Phubbing adalah istilah yang berasal dari kata "*phone´*yang berarti ponsel dan "*snubbing*" yang berarti acuh. *Phubbing* dapat diartikan juga sebagai kondisi disaat seseorang menyakiti lawan bicara dengan cara mengabaikan atau mengacuhkan orang lain yang berada disekitarnya atau yang sedang bersamanya dengan lebih berkonsentrasi pada ponsel mereka secara berlebihan (Youarti & Hidayah, 2018). *Phubbing* dapat teridentifikasi ketika seseorang mengalami ketergantungan pada ponsel, ketergantungan pada pesan teks, ketergantungan pada internet, ketergantungan pada media sosial, dan ketergantungan pada permainan. *Phubbing* juga dapat diartikan sebagai tindakan dimana individu memandang

telepon genggamnya selama berinteraksi dengan orang lain, terfokus pada perangkat seluler, dan menghindari interaksi interpersonal (Karadag, 2015).

Haigh mengungkapkan *Phubbing* sebagai perilaku mengabaikan orang lain dalam situasi interaksi sosial, dengan memusatkan perhatian pada *smartphone*. Dalam konteks ini, *phubbing* mencakup penggunaan *smartphone* saat berada dalam interaksi sosial, baik dengan satu atau lebih orang, dan lebih memprioritaskan interaksi dengan *smartphone* daripada dengan individu yang ada di sekitarnya (Chotpitayasunondh, 2016).

Menurut penelitian oleh Robert dan David (2016), orang yang mengalami pengabaian oleh pelaku *phubbing* (*phubber*) adalah mereka yang terlupakan saat individu tersebut lebih fokus pada telepon genggamnya saat berada di suatu lingkungan sosial. *Phubbing* dapat mengganggu percakapan dengan orang tersebut ketika sedang berinteraksi dengan Anda sambil menggunakan ponsel mereka atau ketika Anda berada di dekat mereka namun mereka lebih memilih untuk menggunakan ponsel daripada berkomunikasi dengan Anda.

2. Aspek – Aspek Phubbing

Karadang (2015) menjabarkan aspek – aspek *phubbing* menjadi kedalam dua aspek, yaitu:

a. Gangguan komunikasi (*communication disturbance*)

Gangguan komunikasi yang timbul dalam konteks ini adalah gangguan komunikasi yang diakibatkan oleh kehadiran ponsel sebagai faktor yang menghambat interaksi tatap muka di lingkungan tersebut.

b. Obsesi terhadap ponsel (*phone obsession*)

Obsesi terhadap ponsel muncul karena dorongan tinggi untuk menggunakan ponsel, bahkan saat sedang terlibat dalam komunikasi tatap muka di lingkungan tersebut.

3. Faktor – Faktor Penyebab Phubbing

Karadag (2015) menyebutkan jika terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi *phubbing*. Beberapa faktor tersebut diantaranya adalah:

a. Kecanduan terhadap *smartphone*

Kemajuan teknologi ponsel yang sangat pesat di era ini telah mempermudah akses manusia terhadap beragam jenis informasi dengan kecepatan yang lebih tinggi. Ponsel memfasilitasi interaksi dan komunikasi manusia dengan orang lain secara lebih efisien. Selain itu, ponsel juga memiliki berbagai fitur hiburan. Keberadaan ponsel telah mempengaruhi konsep-konsep seperti pengelolaan waktu, persepsi akan kebutuhan, dan

pengalaman menyenangkan. Seiring berjalannya waktu, manusia lebih mudah memenuhi kebutuhannya melalui ponsel karena manfaat yang ditawarkan, sehingga meningkatkan ketergantungan individu terhadap ponsel. Hal ini mengakibatkan manusia semakin bergantung pada ponsel dan dapat mengalami kecanduan terhadap ponsel.

b. Kecanduan terhadap internet

Kehadiran internet pada era ini mengakibatkan peningkatan penggunaan internet karena memungkinkan akses yang lebih mudah terhadap berbagai informasi dari berbagai sumber. Saat ini, internet juga memfasilitasi akses ke berbagai bentuk hiburan melalui website atau situs. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa lamanya waktu yang dihabiskan dalam penggunaan internet dapat memicu perilaku penggunaan internet yang berlebihan (termasuk konten yang tidak semestinya). Penggunaan internet yang berlebihan dalam jangka waktu yang lama dapat mengarah pada kecanduan terhadap internet.

c. Kecanduan media sosial

Media sosial adalah platform komunikasi yang memfasilitasi interaksi antar individu dengan mudah. Media sosial, yang meliputi berbagai elemen seperti permainan, komunikasi, pertukaran informasi, dan berbagai media multimedia, mendorong penggunanya untuk tetap

terhubung online melalui ponsel. Kemudahan membawa ponsel yang kompak memungkinkan media sosial untuk memainkan peran penting dalam memicu ketergantungan terhadap ponsel. Dengan keberadaan media sosial, manusia berupaya untuk selalu terlibat dalam jejaring sosial tersebut, namun pada saat yang bersamaan mereka mengabaikan aktivitas mereka dalam kehidupan sehari-hari.

d. Kecanduan terhadap *game*

Permainan digunakan sebagai bentuk hiburan atau mekanisme untuk mengurangi stres. Karena daya tarik permainan yang kuat, terkadang pengguna permainan dapat berlebihan dalam penggunaannya, menyebabkan terjadinya kecanduan. Kecanduan terhadap permainan, khususnya permainan daring dan *video game*, berdampak pada rutinitas sehari-hari. Penggunaan yang berlebihan akan merangsang peningkatan kadar adrenalin seseorang untuk terus bermain demi mencapai tingkat permainan yang lebih tinggi. Rasa kepemilikan semacam ini meningkatkan potensi terjadinya kecanduan pada individu.

Sementara itu, menurut Chotpitayasunondh (2016), faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku *phubbing* antara lain:

a. Kecanduan *smartphone*

Penggunaan yang problematis dari smartphone terkait dengan peningkatan intoleransi, perilaku kompulsif, dan gangguan fungsional. Keterlibatan yang berlebihan dalam memeriksa smartphone secara berulang-ulang juga dikaitkan dengan hubungan interpersonal dan pengembangan kepercayaan, gangguan dalam kegiatan sosial lainnya, serta perasaan tidak aman dalam hubungan romantis dengan pasangan.

b. Fear of missing out

Ketakutan, kekhawatiran, dan kegelisahan adalah representasi yang dapat dialami oleh individu terkait dengan kehadiran atau ketiadaan suatu peristiwa, pengalaman, atau percakapan yang terjadi dalam lingkungan sosial mereka. Individu yang merasa tidak aman terkait dengan penggunaan ponsel secara konstan. Kecemasan ini mengenai ketinggalan informasi juga berkontribusi signifikan pada penggunaan layanan jejaring sosial, kepuasan kebutuhan, kepuasan hidup, dan suasana hati, yang semuanya terkait dengan tingkat kecanduan smartphone.

c. Kontrol diri

Beberapa studi mengindikasikan bahwa kendali diri erat terkait dengan perilaku adiktif atau kecanduan, termasuk penggunaan smartphone yang bermasalah. Diketahui bahwa, serupa dengan gejala-gejala ketergantungan, individu dengan tingkat kontrol impuls yang rendah

mungkin mengalami kesulitan dalam mengendalikan penggunaan ponsel mereka. Di sisi lain, kurangnya ketekunan dapat mengganggu fokus pada tugas dan meningkatkan frekuensi penggunaan ponsel. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kendali diri dapat memprediksi kecanduan terhadap smartphone.

Berdasarkan faktor yang dapat mempengaruhi *phubbingi* dapat disimpulkan bahwa terdapat empat faktor yang menyebabkan seseorang melakukan perilaku *phubbing* yaitu kecanduan *smartphone*, kecanduan internet, kecanduan sosial media, dan kecanduan game. Adapun Chotpitayasunondh mengemukakan jika faktor–faktor yang mempengaruhi perilaku *phubbing* adalah kecanduan terhadap *smartphone*, adanya perasaan *fear of missing out* dan adanya faktor kontrol diri.

4. Generic Scale of Phubbing (GSP)

Generic Scale of Phubbing merupakan instrumen yang dikembangkan oleh Chotpitayasunondh dan Douglas yang memiliki empat aspek yang terdiri dari nompohobia, konflik interpersonal, isolasi diri dan pengakuan masalah.

a. Nomophobia

No mobile phone phobia atau biasa disingkat menjadi *Nomophobia* merupakan perasaan cemas atau ketidaknyamanan

ketika berada jauh dari jangkauan *smartphone*, hal ini menjadi terjadi karena hasil dari interaksi individu dengan teknologi yang semakin canggih khususnya *smartphone* (Yildirim & Correia, 2015). Nomphobia sudah dimasukkan kedalam DSM-V dengan gejala seperti keringat berlebih, kejang, masalah pencernaan dan serangan panik ketika jauh dari smartphone tergantung (Sezer & Atilgan, 2019). Pada kusioner *Generic Scale of Phubbing*, dimensi *nomophibia* diukur dalam empat indikator (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018):

1) Perasaan cemas ketika ponsel tidak berada di sekitar
2) Individu tidak mampu meningglkan ponselnya
3) Indvidu meletakkan ponsel ditempat dia bisa melihatnya
4) Merasa khawatir jika melewatkan sesuatu yang penting ketika tidak memeriksa ponsel

b. *Interpersonal Conflict*

Konflik interpersonal merupakan masalah komunikasi yang dapat munucl pada orang yang melakukan *phubbing*. terdapat empat indikator konflik interpersonal (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018):

1) Terlibat dengan orang lain karena penggunaan ponsel
2) Individu menggunakan ponsel secara berlebihan sampai ditegur oleh orang lain
3) Individu merasa kesal karena ditegur oleh orang lain untuk meletakkan ponsel dan diminta fokus unutk berbicara dengan orang lain tersebut
4) Individu tetap menggunakan ponsel meski sadar orang lain akan merasa kesal

c. *Self Issolation*

Self issolation sendiri merupakan perilaku individu yang lebih senang berinteraksi dengan ponsel daripada berintarksi dengan orang lain. Terdapat empat indikator yang harus diukur pada aspek *Self issolation* (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018):

1) individu lebih suka bermain ponsel daripada berbicara dengan orang lain
2) individu merasa puas bermain ponsel daripada bermain dengan orang lain
3) individu lebih baik ketika berhenti fokus dengan orang lain dan lebih memilih melanjutkan bermain ponsel

4) individu meghilangkan stress dan mengabaikan ornag lain dengan memainkan ponsel

d. *Problem Acknowledge*

Masalah pengakuran menjelaskan apakah individu mengakui jika ia mengabaikan lawan bicara karena lebih berfokus unutk bermain ponsel. Terdapat tiga indikator pada aspek masalah pengakuan (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018).

1) Indvidu mengakui jika bermain ponsel lebih lama dari yang diinginkan

2) Individu merasa melewatkan peluang untuk berbicara dengan orang lain karena memainkan ponsel terlalu lama

3) Individu mengira hanya bermain ponsel dengan sebentar padahal sudah terlampau lama

C. Hubungan Kebutuhan Afiliasi dan Phubbing

Terdapat beberapa artikel atau jurnal yang memiliki keterkaitan secara tidak langsung terkait hubungan *phubbing* dengan kebutuhan afiliasi. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Mariati dan Sema (2019) yang berjudul Hubungan Perilaku Phubbing dengan Proses Interaksi Sosial Mahasiswa di Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Katolik Indonesia Santu Paulus Ruteng,

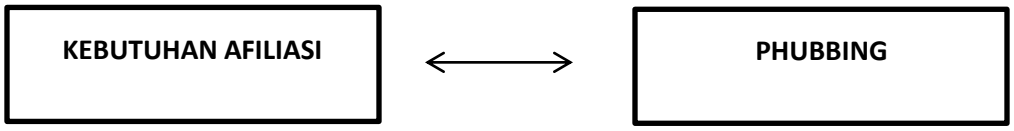
ditemukan responden yang merasa interaksi sosialnya terganggu dikarenakan *phubbing*, jika salah satu sebab *phubbing* dapat mempengaruhi interaksi sosial dikarenakan responden yang memakai *smartphone* selama 2-4 jam perhari. Terdapat juga mahasiswa yang melakukan perilaku *phubbing* tetapi tidak terganggu interaksi sosialnya yaitu para mahasiswi perempuan. Hal ini dijlaskan karena perempuan dianggap karena dapat *multitasking* juga karena adanya faktor penyesuaian diri. Terdapat juga mahasiswa yang tidak melakukan *phubbing* tapi masih terganggu interaksi sosialnya. Pada penelitian dijelaskan jika hal tersebut dialami oleh orang – orang yang memiliki kepribadian introvet. Kemudian terdapat responden yang tidak melakukan *phubbing* dan interaksi sosialnya tidak tergganggu, yaitu orang-orang yang menggunakan *smartphone* hanya 1-2 jam.

Penelitian dengan judul yang sama juga dilakukan oleh Syafitri (2023) pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah jakarta. Pada penelitian tersebut ditemukan adanya pengaruh dari *phubbing* yang signifikan terhadap interkasi sosial. Dampak tersebut menyebabkan menurunnya interkasi sosial pada seseorang jika terjadi perilaku *phbbing* memiliki nilai yang tinggi. Hal ini menjadi salah satu perhatian, karena salah satu aspek seseorang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi adalah sering berinteraksi dengan orang lain atau bisa dikatakan mudah bergaul.

Berbeda dengan orang yang memiliki kebutuhan afiliasi yang rendah, mereka akan lebih sedikit berinteraksi dengan orang lain (Rinjani & Firmanto, 2013).

Pada penelitian yang dilakukan oleh Mashoedi dan Pekerti (2022) yang berjudul Apakah *phubbing* mengganggu pertemanan? Hubungan *Phubbing* dengan Kepuasan Pertemanan pada Orang Beranjak Dewasa. Hasil penelitian tersebut menunjukkan jika terdapat hubungan yang signifikan antara *phubbing* dan kepuasan diri dalam pertemanan. Semakin tingginya perilaku *phubbing* tidak akan membuat kepuasan dalam hubungan pertemanan seseorang menurun. Menurut penelitian, hal ini bisa terjadi karena perilaku *phubbing* yang timbul diantara pertemanan tidak menimbulkan emosi negatif dan lebih condong kepada perasaan empati terhadap pelaku *phubbing*. Perilaku *phubbing* juga dianggap sebagai hal yang wajar di antara teman, sehingga tidak berdampak pada penurunan kepuasan pertemanan.

D. Kerangka Konseptual



E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara tentang rumusan masalah penelitian yang kebenarannya masih harus diuji. Berdasarkan kajian teori diatas maka rumusan hipotesis dalam penelitian dapat diasumsikan jika phubbing dapat mempengaruhi kebutuhan afiliasi seseorang. Hipotesis yang dapat diberikan untuk saat ini adalah terdapat hubungan perilaku *phubbing* terhadap kebutuhan afiliasi mahasiswa psikologi Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang.

H1 : Dimensi kebutuhan afiliasi dengan Perilaku *Phubbing* memiliki hubungan yang negatif. Semakin tinggi Kebutuhan Afiliasi, maka akan semakin rendah Perilaku *Phubbing*. Karena pada orang yang memiliki kebutuhan afiliasi tinggi adalah individu yang sering berintraksi dan suka bersama dengan orang lain.

BAB III

METODE

A. Jenis dan Desain Penelitian

Jenis dan desain penelitian menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017) penilitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang sistematis, terstruktur dan jelas mulai dari awal hingga akhir penyusunan penelitian. Penelitian menggunakan desain korelasional, penelitian korelasional sendiri memiliki tujuan unutk mengetahui sejauh mana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variabel yang lain, berdasarkan koefisien korelasi (Azwar, 2013). Defini lain dari penelitian kuantitatif adalah penelitian yang sistematis, terencana, dan terstruktur jelas dari awal hingga pembuatan desain penelitian. Penelitian kuantitatif banyak menuntut pengunaan angka, dari mulai pengambilan data, penafsiran, serta hasil yang ditampilkan menggunakan angka. Penelitian kuantitatif adalah studi yang bebas nilai (*Value free*) yang mengisaratkan bahwa penelitian kuantitatif menerapkan prinsip-prinsip objektivitas yang diperoleh melalui instrumen yang telah diuji reliabilitas dan validitasnya (Siyoto & Sodik, 2015).

Desain penelitian yang digunakan menggunakan survei. Survei adalah salah satu rangkaian pada penelitian kuantitatif. Penelitian yang menggunakan survei

melibatkan sampel yang diyakini dapat mewakili keseluruhan dari populasi. Survei bertujuan mendeskripsikan sikap, perilaku, karakteristik dan pendapat dari populasi yang diteliti (Budiastuti & bandur, 2018). Survei dalam penelitian kali ini bertujuan mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel bebas yaitu *phubbing* dan variabel terikat yaitu kebutuhan afiliasi

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang memiliki bentuk apapun yang dipilih oleh peneliti untuk diselidiki guna memperoleh informasi tertentu, dan dari sana dibuatlah penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2017). Terdapat dua jenis variabel, yang pertama adalah variabel terikat (*dependent variable*) dan variabel bebas (*indepentdent variable*).

1. Variabel terikat (*dependent variable*) menurut Sugiyono (2017) variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi hasil atas keberadaan variabel bebas.

2. Variabel bebas menurut Sugiyono (2017) variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab berubah atau munculnya variabel terikat (*dependet variable*).

Identifikasi variabel penelitian:

a. Variabel terikat atau *dependent variable* (Y) adalah kebutuhan afiliasi

b. Variabel bebas atau *dependet variable* (X) adalah *Phubbing*

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional dapat diartikan sebagai petunjuk yang yang menjelaskan pada peniliti bagaimana mengukur suatu variabel dengan konkrit. Difinisi operasional akan memudahkan peneliti untuk menentukan metode atau mengukur sebuah variabel serta menentukan indikator yang lebih konkret agar memudahkan pengukuran dan pengujian secara empiris (Sudaryono, 2018).

1. Kebutuhan Afiliasi

Kebutuhan afiliasia merujuk kepada motif dasar yang dimiliki oleh individu yang akan mendorong perilaku manusia. McClelland mendeskripsikan motivasi sebagai kekahwatiran yang berulang akan keadaan atau tujuan yang ada di dalam diri manusia yang membuat terdorong dan mengarahkan perilaku manusia (Boyatzis, 2016). Terdapat beberapa aspek yang yang dimiliki oleh orang yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi, yaitu lebih suka bersama dengan orang lain daripada sendiri, sering berinteraksi dengan orang lain, keinginan untuk disukai dan diterima orang lain, menyenangkan hati orang lain, menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman, dan mencari persetujuan dan kesepakatan orang lain (Rinjani & Firmanto, 2013).

2. **Phubbing**

Phubbing adalah istilah yang berasal dari kata "*phone´*yang berarti ponsel dan "*snubbing*" yang berarti acuh. *Phubbing* dapat diartikan juga sebagai kondisi disaat seseorang menyakiti lawan bicara dengan cara mengabaikan atau mengacuhkan orang lain yang berada disekitarnya atau yang sedang bersamanya dengan lebih berkonsentrasi pada ponsel mereka secara berlebihan (Youarti & Hidayah, 2018). Aspek dari *Phubbing* menurut Chotpitayasunondh dan Douglas (2018) diantaranya *nomophobia, interpersonal conflict, self issolation*, dan *problem acknowledge*.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2017) populasi merupakan wiayah generaliasisi yang mencakup objek atau subjek yang menjadi fokus kuantitas dan karakteristik khusus yang ditentukan oleh peneliti untuk diinvestigasi dan dari sanalah kesimpulan diambil.

Populasi pada peneliitan ini merupakan mahasiswa program studi psikologi angkatan 2023 di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang terdiri dari 328 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2017). Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin. Slovin merupakan salah satu metode yang sering digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi tertentu dengan margin error yang bisa ditentukan. Rumus Slovin sendiri adalah:

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

n = jumlah sampel

N = populasi

E = margin error

Margin error yang digunakan 5% (0,05)

$$n = \frac{328}{1 + 328(0{,}05)^2}$$

$$n = \frac{328}{1 + 328(0{,}0025)}$$

$$n = \frac{328}{1.82}$$

$$n = 180$$

Dari rumus diatas didapatkan sejumlah 180 sampel dari kesuluruhan jumlah populasi yang ada. Dalam menentukan sampel penelitian, peneliti menggunakan teknik *Purposive sampling* yang merupakan teknik yang digunakan dengan pertimbangan dan kriteria tertentu pada pengambilan sampel.

Penentuan kriteria yang digunakan pada pengambilan sampel mahasiswa UIN malang adalah:

1) Mahasiswa aktif UIN Malang
2) Jurusan psikologi angkatan 2023

E. Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan data merupakan langkah yang paling utama di dalam peneltiian, karena tujuan pokok dari penelitian adalah memperoleh data (Sugiyono, 2017). Penelitian menggunakan teknik kusioner dalam pengambilan data, yaitu

dengan cara memberi sperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis pada respon untuk kemudian dijawab. Menurut Sugiyono (2017), angket atau kusioner merupakan salah satu cara dalam pengumpulan data yaitu dengan cara menyebar daftar pertanyaan kepada responden, yang dengan harapan supaya responden memberikan respon atas daftar pertanyan tersebut. Jawaban bisa bersifat terbuka jika jawaban belum ditentukan, dan juga dapat bersifat tertutup jika jawaban sudah sudah disediakan. Kusioner digunakan karena dirasa cocok dengan jumlah responden yang cukup besar.

Penelitian menggunakan bentuk kusioner tertutup, dengan jawaban untuk setiap butir pertanyaan telah disediakan. Untuk mengetahui jawaban setiap responden perlu untuk dibentuk sebuah skala Model skala yang digunakan menggunakan skala Likert, yang umum digunakan dalam kusioner, dan yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Pada tiap variabelnya terdapat empat kategori persetujuan, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS).

Tabel 3. 1 Skala Likert

Pilihan Jawaban	Nilai	
	Favorable	***UnFavorable***
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

Item-item *favorable* yang disiapkan seperti Sangat Setuju bernilai 4, pilihan jawaban Setuju bernilai 3, pilihan jawaban Tidak Setuju berniali 2, dan Sangat Tidak Setuju berniali 1. Sementara untuk item-item *unfavorable* yang disiapkan seperti Sangat Setuju bernilai 1, pilihan Setuju bernilai 2, pilihan Tidak Setuju bernilai 3, dan pilihan jawaban Sangat Tidak Setuju bernilai 4.

F. Instrument Penelitian

1. Kebutuhan Afiliasi

Pengukuran variabel kebutuhan afiliasi menggunakan kusioner yang diambil dari teori McClelland.

Tabel 3. 2 Skala Kebutuhan Afiliasi

No	Aspek	Indikator	No Item		∑
			Favorable	Unfavorable	
1.	Lebih suka bersama dengan orang lain daripada sendiri	Tidak menyukai kesendirian	1,2	3.4	4
		Senang bekerjasama	5,6	7,8	4
		Senang berkumpul bersama teman	9,10	11,12	4
2.	Sering berinteraksi dengan orang lain	Ingin terus berhubungan dengan orang lain	13,14	15,16	4
		Berusaha membangun keakraban dengan orang lain	,17,18	19,20	4
3.	Keinginan untuk disukai dan diterima orang lain	Perhatian dari orang lain	21,22,23	24,25,26	6
		Penghargaan dari orang lain	27,28	29,30	4
4.	Menyenangkan hati orang lain	Peduli dengan pendapat orang lain	31,32	33,34	4
		Keinginan untuk menyenangkan teman	35,36,37	38,39,40	6
5.	Menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman	Konformitas	41,42	43,44	4
		Mendapatkan kepercayaan	45.46	47,48	4
6.	Mencari persetujuan dan kesepakatan orang lain	Selalu membutuhkan orang lain	49,50	51,52	4
		Dukungan dari orang lain	53,54,55	56,57,58	6
Jumlah			29	29	58

2. Phubbing

Phubbing diukur dengan menggunakan kusioner *Generic Scale of Phubbing* (GSP) yang disusun oleh Chotpitayasunondh dan Douglas (2018) dan lalu kemudian diterjemahkan ke dalam bahasa indonesia oleh Binti Isrofin (2020).

Tabel 3. 3 Skala *Phubbing*

Aspek	Indikator
Nomophobia	a. Perasaan cemas ketika ponsel tidak berada di sekitar b. Individu tidak mampu meningglkan ponselnya c. Indvidu meletakkan ponsel ditempat dia bisa melihatnya d. Merasa khawatir jika melewatkan sesuatu yang penting ketika tidak memeriksa ponsel
Interpersonal Conflict	a. Terlibat dengan orang lain karena penggunaan ponsel b. Individu menggunakan ponsel secara berlebihan sampai ditegur oleh orang lain c. Individu merasa kesal karena ditegur oleh orang lain untuk meletakkan ponsel dan diminta fokus unutk berbicara dengan orang lain tersebut

	d. Individu tetap menggunakan ponsel meski sadar orang lain akan merasa kesal
Self Issolation	a. individu lebih suka bermain ponsel daripada berbicara dengan orang lain b. individu merasa puas bermain ponsel daripada bermain dengan orang lain c. individu lebih baik ketika berhenti fokus dengan orang lain dan lebih memilih melanjutkan bermain ponsel d. individu meghilangkan stress dan mengabaikan ornag lain dengan memainkan ponsel
Problem Acknowledge	a. Indvidu mengakui jika bermain ponsel lebih lama dari yang diinginkan b. Individu merasa melewatkan peluang untuk berbicara dengan orang lain karena memainkan ponsel terlalu lama c. Individu mengira hanya bermain ponsel dengan sebentar padahal sudah terlampau lama

G. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas

Validitas menurut Azwar (2012) merujuk pada ketepatan dan kecermatan hasil penelitian. Instrumen alat ukur bisa dikatakan mampu menjalankan fungsinya sebagai alat ukur yang baik jika mampu

memberikan hasil pengukuran yang sesuai dengan tujuan yang dilakukannya pengukuran menggunakan alat tersebut. Sebaliknya, jika alat ukur yang digunakan pada pengukuran memberikan data yang tidak relevan, maka alat ukur yang digunakan pada pengukuran yang digunakan memiliki validitas yang rendah.

Pengujian validitas aitem skala pada varibale kebutuhan afiliasi dan variable *Phubbing* pada penelitian ini, peneniliti menggunakan bantuan program *Statistic Product and Service Solution* (SPSS). Butir instrumen dapat dikatakan valid jika koefisien korelasi sama dengan 0,3 atau lebih (paling kecil 0,3) karena syarat minimum apabila r = 0,3 (Sugiyono, 2017).

Penelitian menggunakan skala kebutuhan afiliasi yang diadaptasi berdasarkan teori McClelland, yang mana dalam teori tersebut terdapat enam aspek dan dari semua aspeknya jika ditotal terdapat 58 item pertanyaan. Setelah berdasarkan hasil pengujian *Corelate Pearson Product-Moment* menggunakan SPSS, diperoleh sebanyak 33 item yang valid pada variabel ini.

Sementara pada skala *Phubbing* yang dibuat beradasarkan alat ukur *Generic Scale of Phubbing* yang disusun oleh Chotpitayasunondh dan Douglas. Skala ini memiliki 4 aspek dan di dalamnya terdapat 15

item. Setelah diuji berdasarkan pengujian *Corelate Pearson Product-Moment* menggunakan SPSS, diperoleh sebanyak 14 item yang valid pada variabel ini.

2. Reliabilitas

Reliabilitas menurut Azwar (2012) instrumen pengukuran dapat dianggap berkualitas baik jika salah satu cirinya utamanya adalah reliabel, yaitu mampu menghasilkan skor yang cermat dengan eror pengukuran yang rendah. Reliablitas memiliki asal kata *reliablitiy* yang berarti konsistensi, keajegan serta kestabilan dari hasil suatu pengukuran dan memiliki makna seberapa tinggi ketepatan suatu pengukuran. Instrumen yang reliabel memberikan hasil yang konsisten dan tepat pada pengukuran.

Semakin tinggi reliabilitas suatu alat ukur, maka akan semakin stabil pengukuran yang dilakukan. Uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha, dengan ketentuan varibel bisa dikatakan reliabel adalah nilai Cronbach Alpha > 0,6, jika nilai Crobach Alpha < 0,6 variabel dapat dikatakan tidak reliabel.(Azwar, 2012).

Tabel 3. 4 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha	N of Items
Kebutuhan Afilasi	0,908	30
Phubbing	0,808	12

Terlihat dari data yang telah diperoleh diatas menunjukkan bahwa skala kebutuhan afiliasi dan *phubbing* memiliki reliabilitas yang cukup dan lebih besar dari standar Alpha (0,6). Berdasarkan skor yang diperoleh dari dari skala ini dapat dinyatakan reliable atau dapat memenuhi standar.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana. Regrei linier sederhana merupakan model persamaan yang menunjukkan gambaran pengaruh atau hubungan dari satu variabel dependen dengan satu variabel independen (Yuliara, 2016). Persamaan analisis regresi linier sederhana umumnya dapat digambarkan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + bX$$

Keterangan :

$\hat{Y}$: variabel respon

a : Konstanta/perpotonagn dengan sumbu vertikal

b : Konstanta regresi

X ; Variabel bebas

Perhitungan yang dilakukan untuk analisis data pada penelitian ini menggunakan bantuan program Statistika berupa software Statistic Product and Service Solution (SPSS) dan Microsoft Excel.

1. Uji Normalitas

Uji yang dilakukan unutk mengetahui apakah data dari kedua variabel penelitian sudah terdistribusi normal atau tidak. Pengukuran normalitas menggunakan teknik One-Sample Kolmogorov-Simirnov dan menggunakan bantuan program *SPSS for windows 20,0 version*. Data dapat dikatakan terdisitribusi normal jika skor yang didapatkan berupa P>0,05.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan guna mengetahui nilai dari variabel-variabel penelitian dapat ditarik garis lurus yang menunjukkan ada atau tidaknya hubungan linier antara satu variabel dengan variabel yang lain. Pengujian linieritas menggunakan program *SPSS for windows 20.0 version*. Kaidah yang digunakan adalah p<0,05 maka variabel memiliki hubungan yang

linier dan sebaliknya, jika P>0,05 maka hubungan antara kedua variabel tidak linier.

3. Uji Hipotesis

Penelitian ingin menguji apakah terdapat hubungan antara kebutuhan afiliasi dan *phubbing* pada populasi. Uji hipotesis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi. Analisis digunakan guna mencari korelasi antara dua variabel. Menguji apakah korelasi antara kedua variabel signifikan atau tidak. Analisi data menggunakan program *SPSS for windows 20.0 version*. Kaidah yang digunakan adalah, jika nilai Sig <0,05 maka terdapat hubungan yang positif dan signifikan. Jika nilai Sig lebih besar dari 0,05 (Sig >0,05) berarti tidak ada hubungan yang signifikan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Lokasi dan Waktu Penelitian

1) Gambaran Lokasi Penelitian

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang adalah perguruan tinggi negeri yang berdiri pada tanggal 21 juni 2004 berdasarkan surat presiden No.50. Penelitian sendiri dilakukan di fakultas psikologi Univeristas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang mana secara umum dibawah naungan Kementrian Agama, dan secara akademik berada di bawah Kementrian Pendidikan, Kebudanyaan, Riset dan Teknologi. Fakultas Psikologi sendiri sudah ada sejak Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang masih bernama Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malang sejak tahun 1997/1998. Guna memantpkan profesionalitas proses belajar mengajar, program studi psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang melakukan kerja sama dengan fakultas psikologi Universitas Gajah Mada (UGM), yang mana tertuang pada piagam kerjasama No. UGM/ PS/4214/C/03/04 dan E.III/H.M.01.1/1110/99.

Kerjasama berjalan selama kurun waktu 5 tahun tersebut meliputi program pencakokan dosen pembina mata kuliah dan penyelenggara laboratorium.

Pada tahun 2002, Jurusan Psikologi berubah menjadi Fakultas Psikologi yang mana tertuang pada SK Menteri Agama RI no. E/353/2002 tanggal 17 Juli 2002. Perubahan nama tersebut seiring dengan perubahan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malang menjadi Universitas Islam Indonesia Sudan (UIIS). Status Fakultas Psikologi semakin jelas setalah ditandatanginya surat Keputusan Bersama Menteri Pendidikan Nasional dengan Menteri Agama RI Nomor: 1/O/SKB/2004 dan Nomor: NB/B.V/I/Hk.00.1/058/04 tentang perubahan nama Universitas Islam Indonesia Sudan (UIIS) menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang pada tanggal 23 januari 2003, serta Keputusan Presiden RI No.50/2004 tanggal 21 Juni 2004. Fakultas Psikologi semakin kokoh dengan dikeluarkannya surat Keputusan Direktur Jendral Kelembagaan Agama Islam No: DJ.II/233/2005 tanggal 11 Juli 2005 terkait perpanjangan izin penyelenggaraan Program Studi Psikologi Program Sarjana. Fakultas psikologi UIN Malang sendiri memiliki tujuan mencetak sarjana muslim yang memiliki keluasan ilmu dan dikembangkan berdasarkan prinsip-prinsip intrgasi ilmu piskologi konvensional dengan khazanah ilmu keislaman.

2) Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan menggunakan dua metode, secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung berarti peneliti mendatangi tempat penilitian yang ada di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penelitian tidak langsung dilakukan dengan menggunakan media *WhatsApp* untuk penyebarannya. Penelitian dilakukan selama sembilan hari dari rentan tanggal 13 Juni 2024 sampai tanggal 22 Juni 2024.

3) Pelaksanaan Penelitian

Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan beberapa cara. Peneliti menggunakan media sosial *WhatsApp* ke beberapa grup kelas Fakultas Psikologi angkatan 2023. Peneliti kemudian melihat kurangnya antusias responden mencoba untuk terjun ke kelas secara langsung. Sebelum terjun ke lapangan, peneliti menghubungi dosen pengampu untuk meminta izin diberikan waktu untuk menyebarkan kusioner kepada responden. Awal penyebaran kusioner, peneliti membuka dengan perkenalan dan berbagai hal yang harus diperhatikan saat mengisi kusioner. Peneliti menjelaskan bahwa kusioner digunakan untuk kepentingan tugas akhir. Peneliti juga menjelaskan karakteristik responden yang diperlukan, berapa jumlah responden dibutuhkan dan bagaimana cara pengisian kusioner.

Setelah semua data yang dibutuhkan terkumpul, peneliti melakukan skoring dengan beberapa tahapan berikut; pertama, melakukan pengkodean skor pada item-

item kusioner. Item favorable bernilai empat untuk sangat setuju, tiga untuk setuju, dua untuk tidak setuju, dan satu untuk sangat tidak setuju. Sementara untuk item unfavorable bernilai satu untuk sangat setuju, dua untuk setuju, tiga untuk tidak setuju, dan empat untuk sangat tidak setuju. Tahap selanjutnya, menginput data skoring ke dalam *excel* yang kemudian dilanjutkan menginput data ke *SPSS for windows 20.0* . Terakhir menganalisis dan mengolah data tersebut menggunakan *SPSS for windows 20.0* agar data angka yang diperoleh menjadi informasi statistik.

2. Uji Asumsi

1. Uji Normalitas

Sebelum dilakukannya uji hipotesis, pengkajian model distribusi normal perlu untuk dilakukan terlebih dahulu. Uji normalitas sendiri digunakan untuk mengetahui apakah skor dari variabel yang sudah ditetiliti terdistribusi normal atau tidak. Cara untuk mengetahui sebaran data normal atau tidaknya adalah dengan melakukan perhitungan uji normalitas sebaran. Teknik yang digunakan untuk pengujian normalitas menggunakan uji Kolmogorov smirnov yang dibantu dengan program *SPSS for windows 20.0* version. Kaidah yang digunakan adalah jika $p>0.05$ maka persebaran datanya normal, dan sebaliknya jika $p<0.05$ maka persebran datanya tidaklah normal.

Tabel 4. 1 Uji Normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Kebutuhan afiliasi	.062	180	.091	.967	180	.000
Phubbing	.067	180	.050	.990	180	.278

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan tabel diatas bisa diketahui bahwa nilai Sig. pada kedua variabel penelitian sebesar 0.091 untuk variabel kebutuhan afiliasi sementara 0.050 untuk variabel *phubbing*, yang mana lebih besar dari 0.05. Hasil dari uji normalitas menunjukkan bahwa data penelitian tersebar secara normal dan bisa dilanjutkan pada uji korelasi statistik parametik.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan diantara variabel bebas dengan variabel terikat. Dua variabel dapat dikatakan linier jika siginifikansi kurang dari 0.05.

Tabel 4. 2 Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	1621.191	46	35.243	1.491	.041
		Linearity	59.361	1	59.361	2.512	.115
		Deviation from Linearity	1561.830	45	34.707	1.469	.049
	Within Groups		3143.003	133	23.632		
	Total		4764.194	179			

Dari hasil diatas dapat dikehaui bahwa tingkat signifikasi uji linieritas variabel kebutuhan afiliasi dengan *phubbing* menunjukkan hasil 0.115 dimana sig dari liniearty haruslah <0.05, maka dapat diambil kesimpulan jika kedua variabel tidak memiliki hubungan yang linier.

3. Uji Analisis Deskriptif

Analisa deskriptif digunakan guna menjawab rumusan masalah. Analisa deskriptif digunakan untuk melihat tingkat kebutuhan afiliasi dan *phubbing* pada mahasiswa. Analisa deskriptif memerlukan distributor normal yang didapat dari mean dan stanar deviasi dari. Perhitungan menggunakan metode dari Hanif Azwar (2018). Skala penelitian menggunakan skala likert dengan skala 1-4. Jumlah item yang ada dalam kebutuhan afililasi terdapat 30 item. Kategorisasi dibagi menjadi 3 kelompok, tinggi, sedang dan rendah.

Dengan demikian, jika responden menjawab dengan nilai paling rendah semua, yaitu 1, maka skor yang akan didapatkan adalah 1x 30 = 30 (Xmin). Sedangkan jika responden menjawab dengan nilai yang paling tinggi semua, yaitu 4, maka skor yang akan didapatkan adalah 4 x 30 = 120 (Xmaks). Dengan demikian range dari skala Kebutuhan Afiliasi 120 – 30 = 90. Pada kurva normal, mean selalu berada di tengah, dengan demikian mean = (120 + 30) / 2 = 75. Diketahui juga kurva normal terdiri atas 6 standar deviasi, maka setiap standar deviasi nilainya adalah 90/6 = 15.

1) Kategorisasi kebtuhan afilasi

Xmin = 30

Xmaks = 120

Range = Xmaks – Xmin

= 120 – 30 = 90

Mean = (120 + 30) / 2 = 75

Standart Deviasi = Range / 6

= 90 / 6

= 15

1.1 Rumusan kategorisasi kebutuhan afiliasi

Rendah = X < M – 1SD

= X < 75 – 15

= X < 60

Sedang = M – 1SD < X < M + 1SD

= 75 – 15 < X < 75+15

= 60 < X < 90

Tinggi = M + 1SD < X

= 75 + 15 < X

= 90 < X

Berdasar disrtibusi data diatas, sudah dapat ditentukan besarnya frekuensi pada setiap kategori berdasarkan skor yang telah diperoleh. Data selengkapnya ada di tabel di bawah ini:

Tabel 4. 3 Tingkat Kebutuhan Afiliasi

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Presentase
Tinggi	90 < X	99	55%
Sedang	60 < X < 90	81	45%
Rendah	X < 60	0	0
Total		180	100%

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa tingkat kebutuhan afiliasi pada mahasiswa psikologi angkatan 2023 memiliki tinkat kebutuhan afiliasi dengan kategori tinggi sebanyak 55% (99 responden), kategori sedang sebanyak 45% (88 responden), dan kategori rendah sebanyak 0 responden.

2) Kategorisasi Phubbing

Pengukuran kategoriasai untuk skala *phubbing* juka memiliki metode yang sama seperti yang digunakan pada skala kebutuhan afilasi.

Xmin = 12

Xmaks = 48

Range = Xmaks – Xmin

= 48 – 12

= 36

Mean = (48 + 12) / 2

= 30

Standart Deviasi = (48 – 12) /6

= 6

2.1 Rumusan kategorisasi phubbing

Rendah = X < M – 1SD

= X < 30 – 6

= X < 24

Sedang = M – 1SD < X < M + 1SD

= 30 – 6 < X < 30 + 6

= 24 < X < 36

Tinggi = M + 1SD < X

= 30 + 6 < X

= 36 < X

Berdasar disrtibusi data diatas, sudah dapat ditentukan besarnya frekuensi pada setiap kategori berdasarkan skor yang telah diperoleh. Data selengkapnya ada di tabel di bawah ini:

Tabel 4. 4 Tingkat *Phubbing*

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Presentase
Tinggi	36 < X	7	4%
Sedang	24 < X < 36	135	75%
Rendah	X < 24	38	21%
Total		180	100%

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa tingkat *phubbing* pada mahasiswa psikologi angkatan 2023 memiliki tinkat *phubbing* dengan kategori tinggi sebanyak 4% (7 responden), kategori sedang sebanyak 75% (135 responden), dan kategori rendah sebanyak 21% (38 responden).

Selain kategorisasi, peneliti juga melakukan analisa terhadap aspek-aspek pada variabel kebutuhan afiliasi dan *phubbing*. Uji anilasi ini menggunkan teknik persentase yang diperlukan untuk melihat kecenderungan jawaban dari responden dan melihat perbandingan tinggi rendahnya satu aspek dengan aspek yang lain pada variabel kebutuhan afiliasi dan *phubbing*. Uji dilakukan dengan menggunakan bantuan *software Microsoft Excel* dan didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 5 Persentase Kebutuhan Afiliasi

Aspek	persentase
Lebih suka bersama	59,22
Sering berinteraksi	56,36
Keinginan disukai dan diterima	66,51
Menyenangkan hati orang lain	60,11
Menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman	61,66
Mencari persetujuan dan kesepakatan orang lain	62,53

Variabel kebutuhan afiliasi, aspek yang memiliki persentase yang paling tinggi adalah aspek keinginan akan disukai dan diterima dengan persentase 66,51. Sementara aspek dengan persentase yang paling rendah adalah sering berinteraksi dengan orang lain dengan persentase 56,36.

Tabel 4. 6 Frekuensi *Phubbing*

Aspek	Persentase
Nomophobia	52,11
Interpersonal Conflict	42,16
Self Issolation	38
Problem Acknowledge	60,61

Varibel *phubbing*, aspek yang memiliki persentase paling tinggi adalah aspek *problem acknowledge* dengan persentase 60,61. Sementara aspek dengan persentase yang paling rendah adalah *self issolation* dengan persentase 38.

4. Uji Hipotesa

Tabel 4. 7 Uji Hipotesa

Variabel	Rerata	SD	Person Corelation	Signifikansi
Kebuhuan Afiliasi	91.54	10.93	-112	136
Phubbing	27.30	5.15		

Korelasi antara kebutuhan afiliasi dengan *phubbing* memiliki nilai *pearson correlation* -0.112 yang mana merupakan nilai korelasi negatif yang sangat lemah karena r < 0.2. Ini berarti terdapat hubungan negatif yang lemah antara kebutuhan afiliasi dan *phubbing* pada mahasiswa. Nilai signifikansi 0.136, dimana jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, menunjukkan hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan *phubbing* tidak signifikan. Kesmpulannya, terdapat hubungan negatif yang lemah dan tidak signifikan secara statistik antara kedua variabel.

B. Pembahasan

1. Tingkat Kebutuhan Afiliasi

Penelitian dengan judul Hubungan Kebutuhan Afiliasi dengan *Phubbing* pada Mahasiswa Psikologi angkatan 2023 Universita Islam Negeri Malang didapatkan hasil pada tingkat yang tinggi. McClelland dalam (Boyatzis, 2016) mengusulkan tiga kebutuhan psikologis utama yang mendasari motivasi manusia. Ketiga kebutuhan

tersebut adalah kebutuhan akan prestasi (*Need for Achifment*), kebutuhan akan kekuasaan (*Need for Power*), dan kebutuhan akan afiliasi (*Need for Affiliation*). McClelland menjelaskan jika tidak semua kebutuhan harus terpenuhi. Karena setiap individu memiliki motif yang mendominasi dan bervariasi, individu bisa saja akan memiliki kebutuhan yang lebih dominan diantara yang lainnya. Terdapat individu yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi, tetapi kebutuhan akan prestasi dan kekuasaannya rendah. Ada individu yang memiliki kebutuhan akan prestasi nya tinggi, tetapi kebutuhan akan kekekuaasaan dan afiliasinya rendah.

Kebutuhan afiliasi yang tinggi juga dapat dilihat pada mahasiswa psikologi angkatan 2023. Pada mahasiswa psikologi angkatan 2023, terlihat jika jika presntase mahasiswa yang masuk kedalam kategori tinggi sebanyak 99 mahasiswa dengan persentase 55%, pada kategori sedang sebanyak 81 mahasiswa dengan persentase 45%, dan pada kategori rendah dengan 0 mahasiswa. Dari data yang diambil, terlihat jika mahasiwa psikologi angkatan 2023 memiliki kebutuhan afilaisi yang tinggi. Mahasiswa umumnya berada pada rentan umur 18 sampai 24 tahun yang mana menurut WHO masih tergolong usia remaja. Remaja sendiri merupakan kelompok usia yang memiliki kebutuhan untuk disukai dan dapat diterima oleh masyarakat maupun lingkungan sosial, yang mana akan senang jika diterima dan cemas jika ditolak oleh lingkungan sosial (Pebrianty, 2020).

Penelitian menunjukkan, bahwa mahasiwa psikologi memliki keinginan untuk disukai dan diterima oleh lain memiliki aspek paling tinggi diantara aspek – aspek

lain di dalam variabel kebutuhan afiliasi. McClelland menjelaskan bahwa kebutuhan afilasi dapat muncul karena adanya dua motivasi. Dua kecenderungan tersebut adalah harapan akan keintiman dan ketakutan akan penolakan. Individu yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi cenderung mencari kepuasan dan kesenangan dari berhubungan dengan orang lain. Kebutuhan akan afiliasi juga dapat didorong karena keinginan seseorang untuk mengurangi ketidaknyaman terkait potensi akan terisolasi dan tertinggal (Hill & Shackelford, 2022). Hal ini menjadi masuk akal jika kebutuhan afilasi yang dimiliki mahasiswa memiliki kategori yang tinggi, karena pada usia tersebut merupakan masa-masa mereka ingin diterima dan disukai oleh masyarakat dan kelompok.

Pengaruh sikap untuk selalu membutuhkan dan didukung oleh orang lain juga membuat mahasiswa psikologi memiliki skor kebutuhan afiliasi yang tinggi. Hal ini dikarenakan para mahsiswa psikologi yang lebih sering berkecimpung dengan manusia dan perlu untuk memiliki kemampuan untuk berhubungan dengan orang lain secara efektif. Berhubungan secara efektif sendiri seperti mampu untuk mendengar dan menghargai orang lain, menghormati, bekerja sama, memahami, dan tidak menghakimi orang lain (Palila, 2015). McClelland menjelaskan didalam salah satu aspek kebutuhan afiliasi, seseorang yang memiliki kebutuhan afilasi yang tinggi akan berusaha menjadi persetujuan dan kesepakatan dengan roang lain. Hal ini sejalan dengan karakter mahasiwa psikologi yang selalu berkutat dengan permasalahan manusia yang manan akan selalu memerlukan bantuan dari orang lain sehingga perlu

untuk mencari persetujuan dan kesepakatan dari orang lain (Rinjani & Firmanto, 2013). Mahasiswa psikologi juga memiliki karakteristik untuk mampu bekerja sama dengan orang lain, yang mana pada kebutuhan afiliasi bekerja sama dengan orang lain dan menghindari persaingan dengan orang lain adalah salah satu indikator yang membuat sesroang memiliki kebutuhan afiliasi (Laila, 2014).

2. Tingkat Perilaku *Phubbing*

Mahasiswa yang memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi, tenyata juga tidak lepas dari perilaku mengabikan atau mengacuhkan orang lain. *Phubbing* merupakan perilaku pengabaian atau mengacuhkan orang lain yang berada disekitar dengan lebih berkonsetrasi pada ponsel secara berlebihan (Youarti & Hidayah, 2018). Mahasiswa yang melakukan *phubbing* dapat mengganggu percakapan dengan orang orang yang sedang diajak untuk berinteraksi. Pada mahasiswa psikologi angakatan 2023 ditemukan jika perilaku *phubbing* masuk kedalam kategori sedang. Hal ini dilihat dari analisa deskrtiptif yang menunjukkan mahasiswa yang masuk pada kategori tinggi berjumlah 7 orang dengan persentase 4%, dengan kategori sedang berjumlah 135 orang dengan persentase 75%, dan pada kategori rendah sebanyak 38 orang dengan persentase 21%, dengan sebagian besar responden memiliki tingkat kategori sedang. Hasil ini mengindikasikan bahwa mahasiwa sesekali mengabaikan interaksi sosial karena penggunaan ponsel. Perilaku *phubbing* juga bisa dikatakan belum menjadi kebiasaan pada tingkat yang ekstrem.

Peneliti juga menemukan jika mahasiswa memiliki *problem Acknowledge* yang lebih tinggi dibanding aspek –aspek *phubbing* yang lain. Hal ini menunjukkan jika mahasiswa sebenarnya sadar dan mengakui jika mereka telah mengabaikan orang lain dan lebih memilih untuk bermain dengan ponsel (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018). Aspek *nomophobia* juga salah satu aspek yang tinggi dibanding dengan aspek – aspek yang lain. Hal ini menunjukkan, jika mahasiswa akan merasa tidak nyaman dan cemas ketika berada jauh dengan jangkuan ponsel atau *smartphone* (Yildirim & Correia, 2015).

3. Hubungan Kebutuhan Afiliasi dan Perilaku *Phubbing*

Setelah menganalisa tingkat kebutuhan afiliasi dan *phubbing* pada mahasiswa psikologi, hasil uji korelasi pearson menunjukkan bahwa hubungan antara kedua variabel bersifat negatif dengan koefisien korelasi yang sebesar r = -0.112. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara kebutuhan afiliasi dan *phubbing* sangat lemah, dimana peningkatan kebutuhan afiliasi cenderung diikuti oleh penurunan perilaku *phubbing*. Namun, hasil analisis juga menunjukkan p–value yang memiliki nilai signifikansi 0.136 > 0.05. Hal ini mengindikasikan bahwa hubungan yang ditemukan tidak signifikan secara statistik, sehingga tidak dapat disimpulkan bahwa kebutuhan afiliasi tidak memiliki pengaruh nyata terhadap perilaku *phubbing.* Jadi, meskipun secara teori mahasiswa dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi seharusnya lebih sedikit melakukan *phubbing*, hasil penelitian tidak cukup kuat untuk mendukung asumsi tersebut.

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, kebutuhan afiliasi yang dimiliki oleh mahasiswa berada pada kategori yang tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki dorongan yang kuat untuk diterima, disukai, dan menjalin hubungan sosial dengan lingkungan disekitarnya. Aspek yang paling dominan dalam kebutuhan afiliasi adalah keinginan akan disukai dan diterima, yang mana mencerminkan betapa pentingnya validasi bagi mahasiswa dalam berinteraksi dengan teman sebaya, keluarga, dan komunitas kampus (Rinjani, Firmanto, 2013). Meskipun begitu, terdapat dua aspek dengan skor terendah dalam variabel kebutuhan afilasi, yaitu aspek sering berinteraksi dengan orang lain dan lebih suka bersama dengan orang lain, yang mana memberikan gambaran lebih kompleks tentang kebutuhan afiliasi mahasiswa. kedua aspek ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa memiliki dorongan untuk diterima, mahasiswa tidak selalu merasa perlu untuk berinteraksi secara fisik atau terlibat dalam hubungan sosial yang intens. Hal ini dapat dipengaruhi oleh kenyaman atau preferensi individu terhadap waktu pribadi atau bahkan interkasi sosial yang lebih terbatas, yang tidak memerlukan kehadiran fisik secara langsung.

Fenomena ini dapat dikaitkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sitompoul dan Rahayu (2023) yang berjudul Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi dengan Intensitas Penggunaan Situs jejaring Sosial pada Remaja Akhir ditemukan adanya hubungan afiliasi yang tinggi dan intensitas penggunaan jejaring sosial yang juga tinggi. Terdapat stimulais positif yang merupakan kebutuhan akan situasi yang

menyenangkan dalam proses afiliasi. Proses tersebut dapat terjadi karena komentar yang ditunjukkan dalam media sosial akan berlangsung secara timbal balik. Respon-respon tersebut akan memunculkan perasaan diterima dan diakui. Hal ini sejalan dengan Rinjani dan Firmanto (2013) yang mengatakan bahwa salah satu cara cara seseorang untuk dapat memenuhi kebutuhan afiliasi adalah dengan menggunakan jejaring sosial. Karena dengan jejaring sosial, menjalin dan mempertahankan hubungan dengan orang lain dapat dilakukan tanpa batas jarak dan waktu.

Sementara itu, perilaku *phubbing* berada dalam kategori sedang, dan aspek *problem acknowledgment* menjadi yang tertinggi. Ini menandakan bahwa mahasiswa sadar, bahwa pengguanaan ponsel saat berinteraksi bisa menjadi gangguan, namun kesadaran ini tidak selalu berdampak pada perubahan perilaku. Aspek *self isolatin* dan *interpersonal conflict* yang paling rendah menunjukkan bahwa mahasiswa tidak merasa jika perilaku tersebut membuat mereka terasing atau menimbulkan konflik dalam hubungan sosial. Jika dihubungkan dengan kebutuhan afiliasi, hal ini menjelaskan mengapa korelasi antara kedua variabel ditemukan lemah dan tidak signifikan ($r = -0,112$; $p = 0,136$), meskipun mahasiswa memiliki dorongan afiliasi yang tinggi, pemenuhan kebutuhan afiliasi tidak selalu dilakukan melalui interkasi sosial secara langsung, melainkan lebih fleksibel melalui penggunaan media sosial.

Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Chotpitayasunondh dan Douglas (2016) ditemukan jika perilaku *phubbing* kemungkinan sudah menjadi nornal pada masyarakat. Orang-orang yang terkena perilaku *phubbing* (*phubbed*)

akan menjadi pelaku *phubbing*. Ketika *phubbed* melihat sekitar, *phubbed* mungkin akan menyimpulkan jika perilaku tersebut adalah perilaku yang normal dan diterima oleh masyarakat. Chotpitayasunondh dan Douglas (2016) juga menemukan jika *phubbing* dapat muncul tidak hanya karena ketergantungan terhadap teknologi, tetapi juga sebagai strategi unutk menghindari ketidaknyamanan sosial. Temuan ini konsisten dengan penilitian yang dilakukan oleh Van den Eijnden et al, (2016) yang menjelaskan bahwa penggunaan perangkat mobile tidak selalu berdampak negatif terhadap hubungan sosial, dan dalam beberapa kasus dapat berfungsi sebagai sarana regulasi emosi atau penghindaran dari ketegangan sosial. Mahasiswa mungkin menggunakan ponsel saat berinteraksi bukan sebagai bentuk pengabaian terhadap relasi sosial, melainkan sebagai upaya untuk mengelola intensitas keterlibatan sosial secara lebih nyaman. Oleh karena itu, perilaku phubbing dalam konteks ini tidak serta merta bertentangan dengan kebutuhan afilasi, melainkan merupakan bentuk penyesuaian terhadap cara berinterakasi yang lebih sesuai dengan prefensi sosial digital generasi saat ini.

Berdasarkan temuan- temuan yang didapatkan, meskipun mahasiswa memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi, hal tersebut tidak berbanding lurus dengan rendahnya perilaku phubing, sebagaimana dibuktikan oleh korelasi negatif yang lemah dan tidak signifikan antara kedua variabel. Dapat diprediksi bahwa pemenuhan kebutuhan afiliasi di kalangan generasi ini tengah mengalami transformasi. Kebutuhan untuk diterima dan disukai kemungkinan besar tidak lagi bergantung pada intensitas

interaksi tatap muka, melainkan bergeser ke ranah digital yang lebih praktis dan minim tekanan sosial. Sebaliknya, meskipun *phubbing* berada pada tingkat yang sedang, rendahnya skor pada aspek *interpersonal conflict* dan *self isolation* mengindikasikan bahwa mahasiswa tidak melihat *phubbing* sebagai bentuk ancaman terhadap hubungan sosial mereka. Bahkan, fenomena ini telah dinormalisasi sebagai bagian dari dinamika interaksi sosial sehari-hari, yang menyesuaikan dengan perkembangan teknologi dan perubahan prefensi komunikasi.

Perilaku *phubbing* juga sudah menjadi hal yang normal di masyarakat, dapat dipekirakan bahwa fenomena ini akan terus terjadi dan semakin meningkat. Ketergantungan terhadap teknologi digital serata perubahan pola komunikasi akan semakin memperkuat peran phubbing sebagai bagaian dari interkasi modern, oleh karena itu pendekatan dalam memahami *phubbing* perlu bergeser dari yang awalnya dilihat sebagai gangguan sosial menjadi fenomena yang harus dikelola dengan bijak dalam kehidupan sehari hari.

Temuan bahwa kebutuhan afiliasi dan *phubbing* memiliki korelasi yang lemah memberikan implikasi penting bagi aspek kehidupan mahasiswa, termasuk dalam bidang pendidikan, interkasi sosial, dan psikologis. Pada konteks pendidikan, karena kebutuhan afiliasi mahasiswa tinggi tetapi memiliki korelasi yang lemah dengan *phubbing*, instintusi pendidikan perlu untuk memahami bahwa mahasiswa tetap merasa terhubung secara sosial meskipun menggunakan ponsel dalam lingkungan akademik. Penggunaan teknologi dalam pembelajaran dapat lebih dioptimalkan untuk

mendukung interkasi sosial mahasiswa tanpa mengganggu fokus akademik, kesadaran etika digital juga perlu unutk ditingkatkan agar mahasiswa dapat memahami kapan penggunaan ponsel dapat mengganggu interaksi langsung dan kapan penggunaannya masih dapat diterima.

Dalam konteks interkasi sosial, dengan *phubbing* yang telah menjadi norma, individu dan kelompok sosial dapat menyesuaikan ekspektasi mereka dalam interkasi sosial. Strategi komunikasi dapat dikembangkan menjadi lebih adapatif, seperti menetapkan batasan penggunaan ponsel dalam situasi tertentu tanpa menghilangkan fleksibilitas dalam berinteraksi.Budaya *phubbing* yang bertanggung jawab dapat didorong, dimana individu tetap dapat menggunakan ponsel tanpa mengurangi esensi dari interkasi sosial secara langsung. Dalam konteks psikologis, karena *phubbing* tidak menimbulkan dampak emosional negatif yang signifikan, perhatian dapat lebih dofokuskan pada bagaimana individu dapat menyeimbangkan interkasi digital maupun fisik.penelitian lebih lanjut dapat dilakukan untuk melhat apakah terdapat batasan tertentu dimana *phubbing* mulai berdampak negatif, sehingga dapat dikembangkan strategi pencegahan terhadap dampak buruk dari *phubbing*.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan paparan hasil penelitian, didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Sebagian besar mahasiswa fakultas psikologi Universitas Islam Negeri Malang memiliki tingkat Kebutuhan Afiliasi pada kategori tinggi sebanyak 99 mahasiswa dengan persentase 55%. Aspek kebutuhan afiliasi yang paling dominan adalah keinginan untuk disukai dan diterim oleh orang lain, sementara aspek yang paling rendah adalah frekuensi dalam berinteraksi langsung.

2. Tingkat perilaku *phubbing* pada mahasiswa fakultas psikologi Universitas Islam Negeri Malang masuk kedalam kategori sedang sebanyak 135 mahasiswa dengan persentase 75%. Aspek tertinggi dari perilaku *phubbing* adalah *problem acknowledgment*, sementara itu aspek *self isolation* dan *interpersonal conflict*.

3. Tingkat korelasi antara Kebutuhan Afiliasi dengan Perilaku Phubbing pada mahsiswa psikologi memiliki nilai *pearson correlation* -0.112 dengan nilai signifikansi 0,136 (p > o,05). Ini mengindikasikan bahwa terdapat hubungan yang negatif yang lemah dan tidak signifikan secara statistik

antara kedua variabel . Oleh karena itu, tingkat kebutuhan afiliasi yang tinggi pada mahasiswa tidak secara langsung berhubungan dengan tingkat perilaku *phubbing* mahasiswa.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Kebutuhan Afiliasi dan *Phubbing* tidak memiliki hubungan yang signifikan, terdapat beberapa saran untuk penelitian selanjutnya yang dapat memperdalam pemahaman mengenai fenomena ini:

1. Bagi mahasiswa dan generasi, khususnya generasi Z, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran diri terhadap perilaku *phubbing*, terutama saat berada dalam situasi sosial penting seperti diskusi kelompok, bimbingan, atau pertemuan organisasi. Meski *phubbing* telah menjadi kebiasaan yang umum, penting untuk tetap menjaga kualitas kehadiran dalam interaksi sosial langsung.

2. Bagi kampus, disarankan agar institusi menyediakan program pengembangan keterampilan sosial mahasiswa yang tidak hanya berfokus pada interaksi tatap muka, tetapi juga memperhatikan dinamika komunikasi digital.

3. Bagi peneliti selanjutnya untuk mengenali Faktor-Faktor Lain yang Berhubungan dengan Phubbing. Mengingat bahwa kebutuhan afiliasi tidak

memiliki hubungan yang signifikan dengan *phubbing*, penelitian selanjutnya dapat mengeksplorasi faktor lain yang lebih berpengaruh terhadap perilaku *phubbing*.

4. Menggunakan Metode Penelitian yang Berbeda untuk Memahami *Phubbing*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan uji korelasi, tetapi penelitian kualitatif dapat membantu mendapatkan wawasan yang lebih mendalam mengenai alasan individu melakukan *phubbing* dan bagaimana mereka memaknainya.

5. Mengembangkan Intervensi atau Pedoman untuk Mengelola *Phubbing*. Karena hasil penelitian menunjukkan bahwa *phubbing* telah menjadi nroma sosial, penelitian berikutnya dapat fokus pada bagaimana cara mengelola *phubbing* agar tetap menjaga kualitas interaksi sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Aruma., E. O., & Hanachor, M. E. (2017). Abraham Maslow's Hierarchy of Needs and Assessment of Needs. *International Journal of Development and Economic Sustainability*, 15-27.

Azwar, S. (2012). *Validitas dan Reliabilitas.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Azwar, S. (2013). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Azwar, S. (2016). *Reliabilitas dan Validitas.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Bayu, D. (2022, Juni 10). *DataIndonesia.id*. Dipetik September 29, 2023, dari dataindonesia.id: https://dataindonesia.id/internet/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-tembus-210-juta-pada-2022

Boyatzis, R. E. (2016). McClelland, David C"For The Wiley Encyclopedia of Personality and Individual Differences" Volume IV: Clinical, Applied and Cross –Cultural Research. *Cultural Research*, 631-635.

Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018) *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Mitra Wacana Media.

Campaignbrief.com. (2013, 9 Oktober) The Word ‘Phubbing’ for Macquarie Dictionary ‘A Word is born’ Campaign. Diakses pada tanggal 30 juli 2024, dari https://campaignbrief.com/mccann-australia-documents-how/

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.

Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2018). The effects of “phubbing” on social interaction. *Journal of Applied Social Psychology*, *48*(6), 304-316.

Dihni, V. A. (2022, Mei 09). *Databoks*. Retrieved September 28, 2023, from databoks.katadata.co.id: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/09/warga-ri-main-medsos-3-jam-per-hari-ini-peringkat-globalnya

Van Den Eijnden, R. J., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The social media disorder scale. Computers in human behavior, 61, 478-487.

Fang., J., Wang., X., Wen., Z., & Zhou, J. (2020). Fear of missing out and problematic social media use as mediators between. *Addictive Behaviors*, 107.

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

Kasih, A. P. (2022, Mei 31). *Parapuan*. Dipetik September 28, 2023, dari Kompas.com: https://www.kompas.com/edu/read/2022/05/31/103951971/berapa-lama-orang-indonesia-menggunakan-internet-setiap-hari?page=all#:~:text=Direktur%20Pemberdayaan%20Informatika%2C%20Bonifasius%20Wahyu%20Pudjianto%20menyebutkan%20bahwa,webinar%20peluncuran%20progr

Laila, Y. N. (2014). Korelasi Antara Kebutuhan Afiliasi dan Keterbukaan Diri dengan Intensitas Menggunakan Jejaring Sosial pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 15 Yogyakarta (Skripsi). *Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta*.

Mariati, L. H., & Sema, M. O. (2019). Hubungan perilaku phubbing dengan proses interaksi sosial mahasiswa di Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Katolik Indonesia Santu Paulus Ruteng. *Wawasan Kesehatan*, *4*(2), 51-55.

Mashoedi, S. F., & Pekerti, P. S. A. (2022). Apakah phubbing mengganggu pertemanan? Hubungan phubbing dengan kepuasan pertemanan pada orang beranjak dewasa. *Jurnal Psikologi Sosial*, *20*(1), 48-56.

Minanti, R. D. (2016). Hubungan kebutuhan afiliasi dengan pengungkapan diri pada pengguna media sosial (Skripsi, Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah). Eprints UMM.

Pebrianty. (2020). Relasi Sosial Dan Dampaknya Pada Global Life Satisfaction Remaja Di Wilayah Karisidenan. *IIKBW*, 147-156.

Rinjani., H., & Firmanto, A. (2013). Kebutuhan Afiliasi dengan Intensitas Mengakses Facebook pada Remaja . *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, 76-85.

Roberts, J. A., & David, M. E. (2016). My life has become a major distraction from my cell phone: Partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partners. *Computers in human behavior*, *54*, 134-141.

RSST, T. P. (2022, Juli 21). *Kementerian Kesehatan Direktorat Jenderla Pelayanan Kesehatan*. Dipetik September 30, 2023, dari yankes.kemkes.go.id: https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/357/mengenal-phubbing

Sadya, S. (2023, maret 09). *DataIndonesia.id*. Dipetik september 28, 2023, dari dataindonesia.id: https://dataindonesia.id/internet/detail/apjii-pengguna-internet-indonesia-21563-juta-pada-20222023

Semestapsikometrika.com. (2018, 03 juli) Cara Membuat Kategorisasi Data penelitian dengan SPSS. Diakses pada tanggal 13 Januari 2025, dari https://www.semestapsikometrika.com/2018/07/membuat-kategori-skor-skala-dengan-spss.html

Sezer, B., & Çiftçi, B. A. (2019). The dark side of smartphone usage (Nomophobia): Do we need to worry about it?. *Tıp Eğitimi Dünyası*, *18*(54), 30-43.

Sitompul, R., & Rahayu, M. N. M. (2023). Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi dengan Intensitas Penggunaan Situs Jejaring Sosial pada Remaja Akhir. *Jurnal Psikologi Malahayati*, *5*(1), 63-74.

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.

Sudaryono. (2018) *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajawali Pers.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta, CV.

Trivedi, A. J., & Mehta, A. (2019). Maslow's Hierarchy of Needs - Theory of Human Motivation. *International Journal of Research in all Subjects in Multi Languages*, 38-41.

Walgito, B. (1994). *Pengantar Psikologi Umum.* Yogyakarta: Andi Offset.

Yildirim, C., & Correia, A. P. (2015). Exploring the dimensions of nomophobia: Development and validation of a self-reported questionnaire. *Computers in human behavior*, *49*, 130-137.

Youarti., I. E., & Hidayah, N. (2018). Perilaku Phubbing Sebagai Karakter Remaja Generasi Z. *Jurnal Fokus Konseling*, 143-152.

Zahra, S. F., & Kustanti, E. R. (2023). Hubungan Antara Kebutuhan Afiliasi Dengan Pengungkapan Diri Melalui Media Sosial Pada Mahasiswa Angakatan 2019 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, *12*(2), 112-120.

Zeigler-Hill, V., & Shackelford, T. K. (Eds.). (2020). *Encyclopedia of personality and individual differences*. Cham: Springer International Publishing.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Skala Kebutuhan Afiliasi

Nama :

Jenis kelamin :

Umur :

Angkatan :

<u>Kusioner Penelitian</u>

1. Saya senang jika di sekitar saya terdapat banyak teman
2. Jika sedang bepegian sendiri, saya selalu mencari kenalan untuk diajak mengobrol selama perjalanan
3. Saya lebih suka bepegian sendiri daripada ada orang lain yang menemani
4. Saya merasa kesepian jika tidak ada teman yang menemani saya
5. Saya senang jika ada orang yang membantu saya ketika menyelesaikan tugas atau pekerjaan saya
6. Saya dapat bekerjasama dengan teman maupun orang lain
7. Saya lebih senang mendapatkan tugas atau pekerjaan secara individu daripada berkelompok
8. Tugas kelompok biasa saya kerjakan sendiri karena hasilnya akan lebih memuaskan
9. Saya senang ketika bepergian bersama banyak teman
10. Jika ada teman yang sedang berkumpul saya selalu ikut bergabung
11. Saya tidak suka pergi bersama banyak teman

12. Saya cenderung menyendiri di kelas
13. Saya sering menjalin komunikasi dengan teman sekalipun sudah lama tidak bertemu
14. Saya selalu mengikuti berbagai kegiatan sosial di sekolah maupun di rumah
15. Saya tidak tertarik untuk menghubungi teman saya yang sudah lama tidak bertemu
16. Saya tidak suka mengikuti kegiatan ekstrakurikuler
17. Saya akrab dengan semua teman yang saya kenal
18. Ketika bertemu atau berpapasan dengan orang yang saya kenal, saya berusaha untuk menyapa terlebih dahulu
19. Saya tidak mempunyai teman dekat atau akrab
20. Saya merasa malu menyapa orang yang saya kenal jika bertemu atau berpapasan
21. Saya senang ketika teman – teman mempedulikan saya
22. Saya merasa senang ketika ketika ada yang menanyakan keadaan saya
23. Saya senang ketika mendapat perhatian dari teman – teman saya
24. Saya bisa memenuhi kebutuhan saya sendiri tanpa orang lain
25. Saya tidak peduli apakah orang lain memperhatikan saya atau tidak
26. Saya merupakan orang yang mandiri, tidak butuh dengan perhatian orang lain
27. Saya senang jika apa yang saya lakukan dihargai oleh teman – teman saya
28. Saya senang ketika ada orang yang memuji usaha saya
29. Saya tidak suka ada orang yang mengkritik tentang diri saya
30. Saya tidak butuh pujian dari teman maupun orang lain
31. Saya sering meminta saran dari teman – teman untuk memutuskan apa yang akan saya lakukan

32. Saya menghargai apapun pendapat teman meskipun pendapat itu salah
33. Saya merasa bisa megambil keputusan sendiri tanpa saran atau pendapat dari orang lain
34. Saran atau pendapat orang lain hanya akan menggoyahkan pendapat saya, sehingga tidak saya perlukan
35. Saya senang jika banyak teman yang menyukai saya
36. Jika bertemu dengan kenalan baru, saya akan membicarakan apa saja yang menarik bagi kenalan itu
37. Saya senang membuat lelucon untuk menyenangkan teman – teman saya
38. Saya senang memberikan *surprise* atau kejutan kecil untuk teman – teman saya
39. Saya enggan mengajak berkenalan duluan
40. Saya lebih suka diam daripada berbagi atau *sharing* hal – hal kepada orang lain
41. Saya cenderung suka kekompakan
42. Jika terjadi perbedaan pendapat dengan teman, saya sering mengalah agar keretakan hubungan pertemanan tidak terjadi
43. Berkumpul bersama teman hanya membuang – buang waktu saya
44. Saya akan tetap mempertahankan pendapat saya apapun yang terjadi
45. Saya senang menceritakan pengalaman maupun masalah saya kepada teman
46. Saya senang ketika diberi kepercayaan oleh orang lain
47. Saya lebih suka menyimpan masalah saya sendiri
48. Saya sering mengabaikan janji yang saya buat
49. Saya senang ketika memiliki banyak teman atau kenalan
50. Saya merasa nyaman ketika bersama teman – teman

51. Saya sedih ketika ditinggalkan oleh teman
52. Saya tidak membutuhkan bantuan dari teman
53. Saya senang jika ada orang yang menghibur saya ketika saya gagal
54. Saya merasa keberhasilan yang saya capai sebagian besar berkat dukungan dan bantuan dari teman – teman
55. Saya selalu membesarkan hati teman – teman yang merasa dirinya tidak bisa atau gagal
56. Saya tidak peduli apakah teman mengalami kegagalan atau tidak
57. Bagi saya, ada tidaknya dukungan dari teman atau orang lain tidak berpengaruh dalam hidup saya
58. Keberhasilan saya tergantung pada diri saya sendiri bukan kepada dukungan teman

Lampiran 1

Skala *Phubbing*

Nama :

Jenis kelamin :

Umur :

Angkatan :

<u>Kusioner Penelitian</u>

1. Saya merasa gelisah atau cemas jika jauh dari HP saya
2. Saya tidak betah meninggalkan HP saya sendirian
3. Saya meletakan HP di tempat yang dapat saya lihat
4. Saya Khawatir akan melewatkan hal penting jika tidak memeriksa HP
5. Saya menghadapi konflik dengan orang lain karena saya menggunakan HP
6. Orang – orang mengatakan bahwa saya terlalu banyak menggunakan HP
7. Saya tersinggung ketika orang lain meminta saya meletakkan/ mematikan HP dan berbicara dengan mereka
8. Saya menggunakan HP meskipun saya tahu itu menyinggung/tidak menghargai orang lain
9. Saya lebih memilih memperhatikan HP saya daripada berbicara dengan orang lain
10. Saya merasa puas ketika memperhatikan HP daripada orang lain
11. Saya merasa senang ketika tidak memperhatikan orang lain dan memilih memperhatikan/ fokus dengan HP saya
12. Saya mengatasi rasa stress dengan mengacuhkan orang lain dan memperhatikan/fokus dengan HP saya.
13. Saya memperhatikan HP saya lebih lama dari niat awal saya

14. Saya paham bahwa saya pasti melewatkan kesempatan berbicara dengan orang lain karena saya menggunakan HP
15. Saat menggunakan HP, pikiran saya berkata “sebentar lagi”.

Lampiran 3

Hasil data Kebutuhan Afiliasi

No	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19	A20	A21	A22	A23	A24	A25	A26	A27	A28	A29	A30	A31	A32	A33	A34	A35	A36	A37	A38	A39	A40	A41	A42	A43	A44	A45	A46	A47	A48	A49	A50	A51	A52	A53	A54	A55	A56	A57	A58	sum
1	3	2	2	4	3	3	3	3	3	4	2	3	2	1	3	2	3	1	2	3	4	3	4	1	3	3	3	3	4	2	3	3	3	2	4	2	4	4	4	2	4	4	2	2	3	4	2	2	4	4	3	2	3	3	2	2	1	2	162
2	3	3	3	2	4	3	3	4	4	3	2	2	4	2	2	2	4	4	1	1	4	3	4	3	3	3	4	4	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	4	4	3	2	4	4	4	3	2	2	168
3	4	4	2	3	3	4	2	2	4	2	1	3	4	2	2	1	3	4	1	2	4	4	3	1	4	2	3	4	1	3	3	4	3	1	4	4	4	3	3	1	4	1	1	2	3	4	4	2	3	4	4	1	3	2	4	2	4	4	164
4	2	2	3	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	130
5	3	3	3	3	2	4	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	4	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	4	4	1	3	3	3	1	2	2	3	1	2	3	144
6	4	3	4	4	4	3	2	1	4	3	1	1	4	2	2	2	3	3	1	2	4	4	4	2	3	2	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	4	3	1	3	3	4	3	2	4	4	4	1	4	4	3	2	1	2	161
7	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	153
8	4	2	2	3	3	3	2	1	4	3	2	2	3	2	2	2	3	4	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	1	2	3	3	2	3	3	3	4	2	3	2	3	2	2	2	147
9	4	3	3	3	4	4	3	1	4	4	1	2	4	3	2	1	4	4	1	1	4	4	4	3	1	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	3	4	1	3	3	183
10	3	2	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	22

| | | |

| | | |

| | | |

| | | |

| | | |

| | | |

| | | |

| | | |

| | | |

| | | |

| | | |

| | | |

| | | |

| | | |

| | | |

Lampiran 4

Hasil dari *Phubbing*

No	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	B13	B14	B15	sum
1	3	4	4	3	1	4	1	4	1	2	1	2	4	3	3	40
2	4	4	4	4	4	3	2	2	1	1	1	2	3	3	3	41
3	2	1	4	4	1	2	1	1	1	1	1	1	2	4	2	28
4	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	39
5	3	3	3	3	2	1	1	2	1	1	1	2	3	4	3	33
6	2	2	3	2	3	2	1	2	1	1	1	1	2	3	2	28
7	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	36
8	3	3	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	3	36
9	3	3	4	4	2	3	1	2	2	2	1	2	4	3	4	40
10	3	3	3	2	2	2	1	2	3	2	1	2	1	2	3	32
11	3	2	4	4	1	2	1	1	2	2	1	3	4	2	4	36
12	3	3	3	4	2	1	4	4	1	1	1	1	2	3	3	36
13	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	35
14	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	27
15	2	2	4	3	2	2	1	3	2	2	2	3	3	4	4	39
16	4	3	4	2	3	2	3	3	4	3	2	3	3	2	3	44
17	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	40
18	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	38
19	2	4	2	2	3	3	1	1	1	1	1	2	4	4	4	35
20	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	34
21	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	37
22	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	35
23	1	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	32
24	2	2	3	2	2	4	1	1	1	1	1	2	4	3	3	32
25	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	36
26	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	35
27	3	3	3	3	2	3	2	2	1	1	1	1	2	3	3	33

28	3	3	3	3	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	3	31
29	2	2	3	3	2	3	1	2	1	2	2	2	3	3	3	34
30	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	4	3	4	28
31	2	2	3	3	2	2	1	1	1	1	1	3	3	2	3	30
32	3	3	3	3	2	3	1	1	2	2	2	2	3	3	2	35
33	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	3	2	3	3	30
34	3	3	3	2	3	1	3	2	2	2	2	2	4	4	4	40
35	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	43
36	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	4	2	26
37	1	1	4	1	1	1	1	3	1	1	1	1	4	1	4	26
38	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	32
39	3	2	4	3	2	2	1	2	1	1	1	1	3	3	4	33
40	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	2	4	4	3	36
41	3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	1	1	3	3	3	37
42	2	2	4	2	2	3	1	2	1	1	1	2	3	3	4	33
43	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	38
44	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	39
45	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	33
46	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	34
47	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	4	40
48	3	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	30
49	3	1	2	1	4	2	4	4	4	1	4	3	4	4	4	45
50	4	4	4	3	2	2	2	2	1	2	1	1	3	3	3	37
51	1	2	3	1	1	3	1	1	1	1	1	2	4	4	4	30
52	3	3	3	3	3	2	1	1	2	2	3	2	4	3	4	39
53	2	1	2	2	4	4	3	3	2	2	2	2	2	4	4	39
54	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	1	1	1	4	2	34
55	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	2	3	4	28
56	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	3	2	3	41
57	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	2	3	4	4	3	49
58	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	40

59	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	35
60	2	2	3	2	2	3	1	2	1	2	3	2	3	3	2	33
61	3	2	2	3	3	3	2	2	4	4	3	3	3	4	4	45
62	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	38
63	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	4	40
64	2	2	3	3	3	3	3	2	1	2	2	1	3	4	4	38
65	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	44
66	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	38
67	4	4	4	4	1	4	1	1	1	1	1	4	4	3	4	41
68	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	40
69	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	1	2	3	3	3	33
70	2	2	3	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	4	3	29
71	2	2	3	3	2	3	1	1	1	1	1	1	1	3	3	28
72	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	33
73	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	4	3	4	38
74	1	1	3	3	2	2	1	1	1	1	1	2	3	3	4	29
75	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	37
76	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	34
77	2	3	3	2	3	4	2	2	2	2	2	3	4	4	4	42
78	3	3	3	4	2	2	1	1	1	1	1	2	3	3	4	34
79	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	3	4	3	30
80	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	37
81	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	3	1	3	4	27
82	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	41
83	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	37
84	3	3	3	3	2	3	1	1	2	2	2	1	3	1	3	33
85	2	2	3	2	2	3	2	2	1	1	1	1	3	2	3	30
86	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	4	29
87	3	4	2	4	3	3	1	2	1	1	1	3	4	4	4	40
88	3	3	3	3	1	2	1	1	2	1	2	3	4	3	4	36
89	3	2	3	3	2	3	1	1	1	1	1	1	3	4	3	32

90	3	2	3	3	2	2	2	1	1	1	1	2	3	3	4	33
91	3	2	4	4	3	2	3	2	2	3	3	3	1	3	3	41
92	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	35
93	3	4	4	4	3	3	4	3	2	2	2	4	4	3	4	49
94	3	3	3	3	2	2	2	2	1	2	1	2	4	3	3	36
95	2	2	2	3	2	2	1	1	1	2	2	2	3	3	3	31
96	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	37
97	4	4	4	4	2	3	2	3	2	3	2	4	4	4	4	49
98	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	34
99	2	2	3	3	2	3	2	2	1	1	1	2	3	3	3	33
100	2	3	3	3	2	3	2	1	2	2	1	1	3	4	3	35
101	4	3	2	3	2	2	1	1	2	2	2	3	3	2	3	35
102	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32
103	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	41
104	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	20
105	2	3	3	3	2	1	1	2	1	1	2	1	4	3	4	33
106	4	4	4	4	3	4	2	3	2	2	2	4	3	3	3	47
107	3	3	3	3	1	2	1	1	2	2	2	3	3	3	3	35
108	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	4	4	29
109	4	4	4	4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	46
110	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	4	3	34
111	2	2	3	3	2	1	2	2	1	1	1	1	3	2	3	29
112	2	1	3	2	1	2	1	2	1	1	1	3	3	4	4	31
113	3	3	4	4	3	3	1	2	2	1	1	1	4	3	4	39
114	4	3	3	3	3	3	2	2	1	2	2	2	4	2	3	39
115	3	2	3	3	3	2	1	1	2	2	1	2	3	3	2	33
116	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	2	3	3	3	29
117	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	4	3	3	3	38
118	2	3	4	3	3	4	2	1	3	4	2	3	3	3	3	43
119	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	4	4	4	37
120	2	2	3	2	1	1	1	2	1	2	3	3	3	4	2	32

121	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	35
122	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	36
123	2	2	3	3	3	2	2	1	1	1	1	1	2	3	3	30
124	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
125	1	1	3	3	2	4	1	1	2	2	2	2	3	3	3	33
126	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
127	2	2	4	3	2	3	1	2	1	2	1	1	3	3	3	33
128	2	2	3	2	1	1	1	1	2	1	2	2	3	3	3	29
129	3	3	3	3	2	2	1	3	2	2	2	2	3	3	3	37
130	2	2	3	3	3	4	2	3	3	2	2	3	4	3	4	43
131	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	4	3	4	35
132	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	37
133	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	39
134	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	36
135	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	38
136	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	37
137	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	1	4	39
138	3	3	4	4	2	1	1	1	1	1	1	1	3	3	4	33
139	3	3	4	3	2	4	2	2	2	2	3	3	4	4	4	45
140	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	3	3	3	28
141	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	38
142	2	2	2	2	2	1	3	1	2	2	3	3	3	2	2	32
143	3	2	4	4	2	3	1	1	1	1	1	1	1	4	4	33
144	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	32
145	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	39
146	4	4	4	4	2	3	1	1	1	1	1	1	2	3	2	34
147	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	36
148	3	3	2	3	2	2	2	1	1	1	1	3	3	2	3	32
149	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	39
150	3	3	4	4	2	1	2	1	2	2	2	1	3	4	4	38
151	1	1	3	1	2	2	1	1	1	1	1	1	3	3	3	25

152	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1	1	1	4	4	4	34
153	3	3	4	4	2	2	1	2	1	1	1	1	3	4	4	36
154	3	3	3	4	2	1	1	2	2	2	2	2	3	4	2	36
155	4	3	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	41
156	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	38
157	2	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2	3	3	3	4	36
158	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
159	3	2	3	3	2	1	2	2	1	1	2	1	3	3	2	31
160	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	39
161	2	3	1	3	4	3	4	2	3	3	3	2	4	3	2	42
162	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	37
163	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	37
164	3	1	4	2	3	1	4	2	3	1	4	2	3	1	4	38
165	4	4	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	46
166	3	3	3	3	2	4	2	3	1	2	2	2	3	4	3	40
167	3	3	3	4	3	3	3	2	1	2	2	2	3	3	3	40
168	3	3	3	4	2	4	2	3	2	3	3	3	3	3	4	45
169	3	4	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	4	3	4	43
170	3	4	3	2	3	2	3	3	3	1	2	2	2	3	2	38
171	3	4	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	42
172	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	45
173	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	37
174	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	4	4	4	41
175	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	41
176	3	4	4	4	3	4	3	4	2	4	3	2	4	3	3	50
177	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	50
178	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	34
179	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
180	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	4	42

Lampiran 5

Uji Validitas dan Reliabilitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
a1	88.2611	111.211	.564	.903
a2	88.9556	112.557	.387	.907
a4	88.9278	113.799	.308	.908
a5	88.2333	111.889	.468	.905
a6	88.3444	113.992	.417	.906
a9	88.4944	110.899	.549	.904
a10	88.8667	112.753	.418	.906
a13	88.5611	111.220	.478	.905
a14	89.0722	113.520	.362	.907
a17	88.7722	112.244	.430	.906
a18	88.5000	113.145	.362	.907
a21	88.1611	110.304	.649	.902
a22	88.2389	111.870	.524	.904
a23	88.2944	109.952	.611	.903
a27	88.1056	111.871	.556	.904
a28	88.2944	112.242	.483	.905
a31	88.5611	112.091	.483	.905
a32	88.5111	115.112	.290	.908
a35	88.2944	111.650	.542	.904
a36	88.5722	110.403	.568	.903
a37	88.5389	111.457	.453	.905
a38	88.7556	112.052	.437	.906
a41	88.3556	111.940	.479	.905
a45	88.7833	114.148	.312	.908
a46	88.2444	112.063	.489	.905
a49	88.2944	109.896	.615	.902
a50	88.4000	109.984	.630	.902
a53	88.3500	112.039	.459	.905
a54	88.6444	111.571	.538	.904
a55	88.4000	113.415	.435	.905

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	30

Lampiran 6

Uji Validitas dan reliabilitas Perilaku *Phubbing*

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	24.6778	22.465	.507	.789
VAR00002	24.7222	22.459	.472	.792
VAR00005	25.0500	22.774	.515	.789
VAR00006	24.9056	22.924	.392	.800
VAR00007	25.4722	22.418	.492	.790
VAR00008	25.3611	22.467	.483	.791
VAR00009	25.4889	21.905	.583	.782
VAR00010	25.4778	22.128	.616	.780
VAR00011	25.4722	22.083	.577	.783
VAR00012	25.1833	22.128	.486	.791
VAR00013	24.3611	23.897	.280	.810
VAR00015	24.1889	25.417	.094	.823

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.808	12

Lampiran 7

Uji Normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X	.062	180	.091	.967	180	.000
Y	.067	180	.050	.990	180	.278

a. Lilliefors Significance Correction

Lampiran 8

Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	1621.191	46	35.243	1.491	.041
		Linearity	59.361	1	59.361	2.512	.115
		Deviation from Linearity	1561.830	45	34.707	1.469	.049
	Within Groups		3143.003	133	23.632		
	Total		4764.194	179			