

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manusia merupakan makhluk sosial yang diciptakan dengan berbagai kebutuhan yang saling berhubungan dengan manusia lainnya, artinya seseorang dalam menjalankan kehidupan sehari-hari tidak terlepas dari bentuk sosialisasi, hal tersebut dikarenakan manusia yang tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan dari orang lain. Hubungan yang terjadi antara manusia dengan manusia yang lain akan memunculkan sebuah interaksi dengan berbagai tujuan didalamnya, entah interaksi dengan keluarga, teman, dan lain-lain.

Interaksi yang dimaksud disini yakni sebuah aktivitas secara langsung dengan melakukan perbincangan dan tatap muka yang memunculkan sebuah kegiatan manusia untuk dapat saling mengenal satu sama lain, menyampaikan maksud, meminta tolong, melakukan jual beli, dan juga bentuk interaksi yang lainnya. Kegiatan interaksi tersebut tentunya tidak akan terlepas dari sebuah proses komunikasi. Komunikasi merupakan sebuah hal yang tentu dimiliki setiap manusia dalam menjalankan hidupnya. (Aditia, 2021)

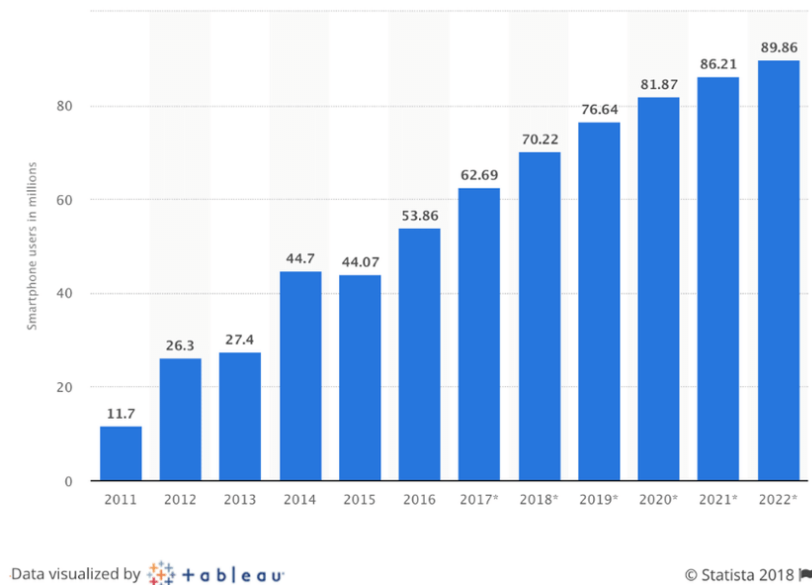
Komunikasi secara langsung atau tatap muka merupakan sebuah metode komunikasi yang memiliki keefektifan paling tinggi. hal tersebut dikarenakan komunikasi secara langsung dapat terjadi tanpa menggunakan media penghubung, antara manusia satu dan lainnya dapat dengan bebas mengekspresikan pesan secara langsung. Dengan kata lain, komunikasi yang

dilakukan dengan menggunakan media menciptakan keterbatasan baik dalam mengekspresikan maupun menyampaikan maksud dan bisa menjadi penghambat dalam komunikasi. Berkaitan dengan hal tersebut, saat ini telah terjadi perubahan yang begitu besar dari komunikasi secara langsung menjadi komunikasi dengan memanfaatkan media teknologi.

Kemajuan teknologi yang terus menerus mengeluarkan inovasi membuat keadaan banyak mengalami perubahan, salah satunya adalah bentuk komunikasi yang dilaksanakan setiap orang dengan rekannya. Jika pada era kesukuan (era *tribal*) individu melakukan komunikasi dengan cara langsung menggunakan lisan dan juga bertatap muka, lalu berubah menjadi era media cetak (The Printing Era) dimana pada era ini manusia sudah mulai melakukan komunikasi dengan memanfaatkan media cetak, maka pada era digital yang penuh dengan inovasi saat ini, individu tidak lagi harus menempuh jarak dan membuang waktu untuk dapat bertemu dengan lawan bicaranya dalam menyampaikan maksud dalam pesan yang ingin disampaikan, melainkan dengan menggunakan alat komunikasi seperti ponsel.

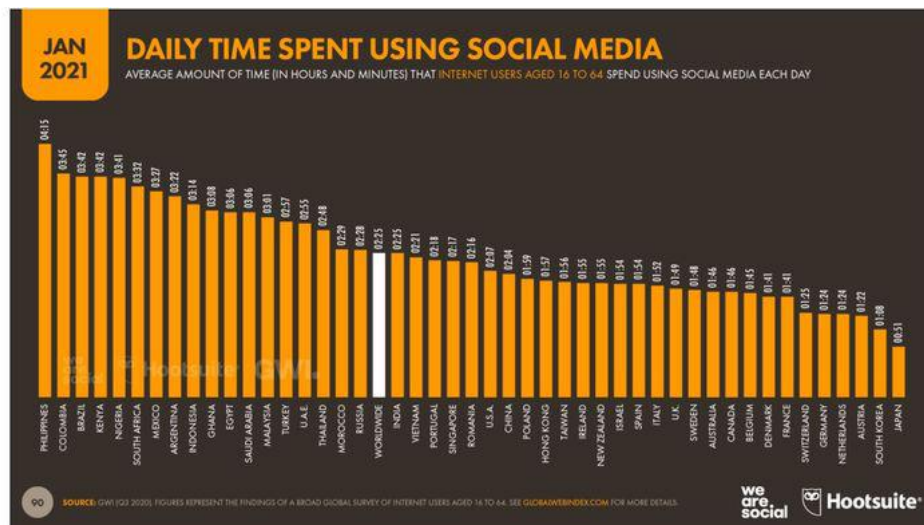
Saat ini ponsel pun banyak mengalami inovasi dan peningkatan kecanggihan dalam fungsi penggunaannya. Jika dahulu ponsel hanya dapat menyampaikan pesan dalam bentuk tulisan, saat ini ponsel sudah berinovasi dengan perubahan dapat menyampaikan pesan dalam bentuk gambar bahkan video dan tatap muka dengan lawan bicara. Perkembangan ponsel tersebut melahirkan istilah *smartphone* karena ponsel mengalami perkembangan yang signifikan hingga dianggap menjadi ponsel pintar. Dengan segala kelebihan dan

juga bentuknya yang praktis, *smartphone* menyulap penggunaanya dengan membuat kehidupan menjadi jauh lebih mudah.



Gambar 1. 1 Populasi pengguna *smartphone* di Indonesia

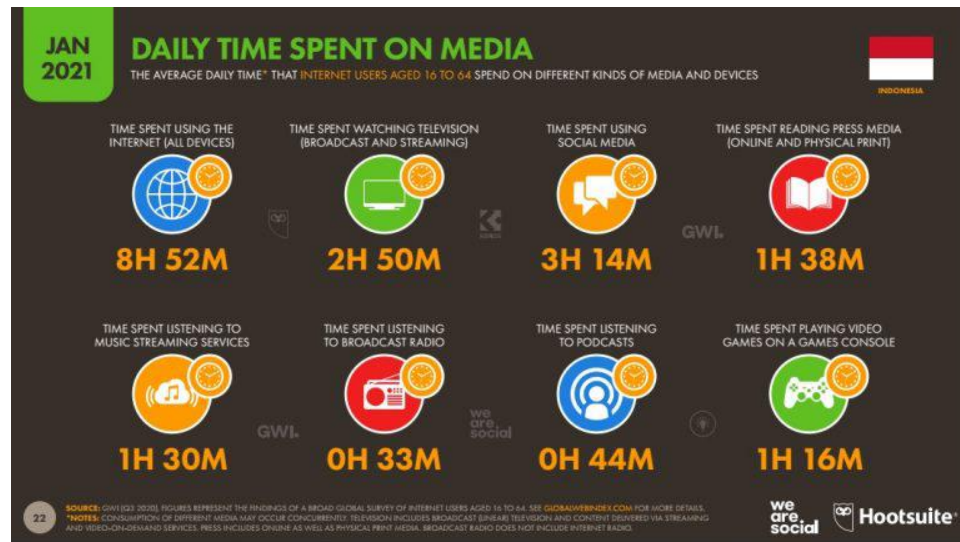
Berdasarkan data yang berhasil didapat oleh Statistic Research Department (Machmud, 2018), pengguna *smartphone* mengalami peningkatan yang cukup signifikan secara global setiap tahunnya dan terdapat perkiraan akan terus mengalami peningkatan hingga tahun-tahun selanjutnya. Survey terhadap penggunaan *smartphone* pada awal tahun 2011 terhitung $\pm 11,7$ juta, hingga pada tahun 2019 mengalami peningkatan menjadi $\pm 76,64$ juta, dan akan terus mengalami peningkatan pada tahun 2022 mencapai $\pm 89,86$ juta pengguna.



Gambar 1. 2 *Daily Time Spent Using Social Media*

Berdasarkan data yang diperoleh dari *Hootsuite* (datareportal.com, 2021) pada tahun 2021 menunjukkan jika separuh penduduk seluruh dunia telah mengakses internet dan menggunakan sosial media, selain itu terdapat prediksi jika ditahun-tahun selanjutnya akan terus mengalami peningkatan jumlahnya. *Hootsuite* (*We are Social*) telah menyajikan data serta tren yang menjadi kebutuhan masyarakat dalam memahami internet secara berkala, serta bagaimana perilaku *e-commerce* di setiap tahunnya yang terdapat di seluruh dunia, termasuk juga Indonesia. *Hootsuite* mengeluarkan data tersebut dengan maksud untuk memberikan dukungan terhadap layanan yang disediakan oleh mereka yakni dalam bentuk layanan manajemen konten yang didalamnya memfasilitasi dan menyediakan layanan media daring yang dapat terhubung dengan banyak situs jejaring sosial, seperti halnya Youtube, Instagram, Facebook, Twitter, dan lain-lain.

Para pengguna internet juga memiliki waktu yang beragam dalam penggunaan terhadap sosial media, untuk selengkapnya dapat diperhatikan pada gambar berikut :



Gambar 1. 3 Daily Time Spent On Media

Berdasarkan data (datareportal.com, 2021) tersebut diketahui jika rata-rata setiap hari pengguna internet mengakses dengan melalui perangkat apapun selama 8 jam 52 menit, kemudian rata-rata setiap hari menonton tayangan di televisi dalam bentuk broadcast, streaming serta video tentang permintaan selama 2 jam 50 menit, selanjutnya rata-rata setiap hari menggunakan sosial media dengan melalui perangkat apapun selama 3 jam 41 menit, rata-rata setiap hari menghabiskan untuk dapat streaming aplikasi musik selama 1 jam 30 menit, serta terakhir didapatkan data rata-rata setiap hari waktu bermain game selama 1 jam 16 menit.

Pada data di atas dapat di simpulkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia sudah dikatakan melek akan digital. Digital yang tidak bisa lepas dari internet ini memiliki berbagai efek positif dan negatif, efek positifnya telah

banyak dipaparkan sebelumnya, namun efek negatif yang dihasilkan juga tidak sedikit. Salah satunya yakni memunculkan perubahan sosial di masyarakat, seperti halnya perubahan pola masyarakat dalam berperilaku dengan orang lain karena telah asyik dan lebih fokus dengan *smartphone* masing-masing. Berbagai notifikasi yang ditampilkan di *smartphone* dalam waktu yang singkat dapat mengalihkan fokus seseorang yang sebelumnya sedang melakukan interaksi secara langsung dengan orang lain.

Dengan teralihkannya fokus seorang individu dari yang sedang berkomunikasi maupun berinteraksi dengan individu lain menjadi fokus kepada *smartphonenya* dan tanpa seizin lawan bicaranya, hal tersebut akan memunculkan efek negatif pada pola masyarakat dalam berperilaku dengan orang lain. Ketika berkomunikasi tatap muka dan terdapat adanya *smartphone* di antara mereka akan dapat menurunkan penghargaan emosional yang diterima oleh seseorang dan dapat mengurangi kepuasan interaksi tatap muka yang sedang terjadi (B., 2020). Efek negatif adanya *smartphone* ini menjadi fenomena baru di era digital ini. Fenomena ini disebut dengan istilah *phubbing*.

Kata *phubbing* sendiri telah diciptakan oleh Mescall & Mills (2012) yang melakukan kerjasama dengan Susan Butler yakni seorang penerbit dan juga editor kamus Macquarie, tim dalam ahli Bahasa ini telah memaparkan jika fenomena *phubbing* merupakan tindakan mengacuhkan orang lain dan lebih memperhatikan ponsel sebagai gantinya atau sebuah kata singkatan dari *phone* dan *snubbing*. Griffiths mengemukakan apabila seseorang mengalami kecanduan maka orang tersebut akan lupa waktu, hingga ia tidak menghiraukan

keadaan sekitar dan tidak menghargai orang di sekitarnya (Pratiwi, 2020). Jika *phubbing* dilakukan terus-menerus atau berkelanjutan dapat menyebabkan dampak negatif hubungan sosial seorang individu dalam berinteraksi. Beberapa contoh yang dapat mengindikasikan seseorang melakukan *phubbing*, yakni mengabaikan atau tidak peduli dengan lawan bicara, adanya tindakan tidak menghargai lawan bicara, dan meremehkan topik pembicaraan yang.

Phubbing sendiri menjelaskan apabila suatu tindakan seseorang dengan mengacuhkan orang lain serta lebih konsentrasi terhadap telepon, bukan memilih untuk melakukan percakapan dengan orang tersebut (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018). Fenomena *Phubbing* telah menjadi isu yang semakin lama semakin mendesak, hal tersebut pada akhirnya turut mendapatkan perhatian global dan menyebabkan diskusi yang semakin meluas, bahkan terdapat di hampir seluruh *setting* sosial, seseorang didapatkan menjadi “*phubber*” yakni yang biasa melakukan *phubbing* (HATI, 2020).

phubbing yang hanya dilakukan sesekali saja tidak akan memberikan efek yang besar sehingga masih dapat ditolerir dalam hubungan sosial, namun apabila kebiasaan tersebut dilakukan secara berkesinambungan maka akan menimbulkan resiko kualitas hubungan sosial yang menurun. Dalam jangka panjangnya akan memunculkan efek yang dapat menormalisasi hal tersebut, sehingga komunikasi secara langsung sudah tidak diperlukan. Serta hal terburuk jika kebiasaan ini terus berlanjut akan menyebabkan seseorang dapat diasingkan dan dijauhi, serta tidak akan diikutsertakan lagi dalam berbagai interaksi sosial (Thaeras, 2017). Beberapa contoh yang dapat mengindikasikan

seseorang melakukan *phubbing*, yakni mengabaikan atau tidak peduli dengan lawan bicara, adanya tindakan tidak menghargai lawan bicara, dan meremehkan topik pembicaraan yang jika dilakukan terus-menerus atau berkelanjutan akan dapat menyebabkan dampak negatif terhadap lawan bicara, seperti menimbulkan perasaan tersinggung atau sakit hati dari lawan bicara akibat diabaikan, hilangnya perasaan simpati dan empati dari lawan bicara, dan ketidakpuasan dari lawan bicara karena percakapan yang hambar, serta dampak jangka panjangnya seorang individu berpotensi dasingkan dan dijauhi dalam berbagai interaksi sosial.

(Z.Yao & Zhong, 2014) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kontak sosial *online* yang dilakukan dengan teman maupun keluarga bukan merupakan alternatif yang efektif dalam mengurangi perasaan kesepian dibandingkan dengan komunikasi sosial yang dilakukan secara *offline*. Hal ini disebabkan karena kontak sosial yang dilakukan secara *online* tidak dapat memenuhi semua kebutuhan sosial individu seperti yang didapatkan ketika berkomunikasi secara tatap muka. Ketika individu melakukan komunikasi sosial *offline* (tatap muka) maka individu lebih bisa berbagi perasaan sehingga merasa ada kesamaan pemahaman atau pendapat tentang pesan yang tengah disampaikan dengan lawan bicaranya. (Ratnasari, 2020)

Phubbing merupakan suatu pertanda yang levelnya belum sampai pada kecanduan yang tinggi. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Young (1996) dengan memanfaatkan kriteria diagnosis judi patologis (pathological gambling) dari DSM IV (Diagnostics and Statistical Manual of Mental Disorder) yang

dapat digunakan untuk mengklasifikasikan antara pengguna yang telah mengalami ketergantungan dan tidak. Dengan menggunakan model judi patologis, memunculkan hasil bahwasanya kecanduan seseorang terhadap internet dapat didefinisikan sebagai gangguan kontrol impuls yang tidak melibatkan sebuah zat memabukkan. Selanjutnya Young memaparkan jika seseorang mengalami kecanduan, maka terdapat kemungkinan jika ia juga mengalami gangguan lainnya, salah satunya pada aspek akademis, relasi antara keluarga, teman, serta berbagai hubungan pada pekerjaannya (Hanika, 2015).

Perilaku *phubbing* ini dimana seseorang lebih suka berhadapan dengan *smartphone*-nya dibandingkan dengan pilihan harus melakukan sebuah interaksi dengan seseorang yang seharusnya menjadi lawan bicara ataupun pilihan untuk dapat membangun hubungan dengan orang-orang yang berada pada lingkungannya. Hal tersebut sangat bertentangan dengan indikator komunikasi yang efektif, yakni sebuah komunikasi dikatakan efektif apabila terdapat kesamaan pemahaman yang didapat antara penerima pesan dengan pengirim pesan (Devito & Maulana, 2011).

Kualitas komunikasi seseorang juga dipengaruhi oleh perilaku *phubbing* yang menghasilkan proses komunikasi yang terjadi menjadi tidak *balance*. Perilaku tersebut juga merubah kualitas komunikasi interpersonal yang terjadi, sehingga proses penyampaian pesan dan pesan yang diterima menjadi tidak efektif. Meskipun salah satu motif atau tujuan seseorang melakukan *phubbing* adalah untuk memenuhi kebutuhan hiburan, akan tetapi perilaku seseorang yang terlalu sibuk dengan *gadget* nya hingga tidak mengindahkan orang lain

yang ada disekitar menjadi hal yang tidak bisa untuk dibenarkan (Ratnasari, 2020).

Komunikasi efektif dapat terjadi jika pemberi pesan dan penerima pesan dapat saling bertukar ide, pikiran, dan perasaan sehingga terjalin hubungan baik di antara keduanya. Selain itu, komunikasi juga dapat dikatakan efektif apabila terjadi kesamaan pemahaman antara pemberi pesan dan penerima pesan. Namun, jika penerima pesan mengalihkan fokusnya ke *smartphone* dan tidak merespon atau mengabaikan saat sedang berkomunikasi dengan lawan bicaranya, hal tersebut berpotensi menyakiti hati lawan bicaranya dan tidak adanya kesamaan pemahaman dalam berkomunikasi, sehingga komunikasi menjadi tidak efektif dan termasuk dalam kategori tindakan *phubbing*. Saat seorang individu melakukan tindakan *phubbing*, informasi yang disampaikan oleh lawan bicara tidak akan bisa ditangkap dengan maksimal, selain itu juga dapat menyebabkan hubungan emosional tidak akan terjalin harmonis.

Pengguna *gadget* atau *smartphone* di era modern saat ini telah meningkat dari berbagai kalangan usia. Sehubungan dengan hal tersebut, tidak dapat dipungkiri bahwa perilaku *phubbing* juga semakin lama semakin parah, khususnya pada remaja. Remaja merupakan sebuah fase dimana sedang dilakukannya pencarian identitas diri yang membutuhkan peran dari keluarga serta lingkungan, pada fase ini pula remaja dihadapi dengan kebingungan karena tidak dapat menentukan aktivitas apa yang bermanfaat untuk dirinya, dan juga memiliki rasa ingin tahu yang tinggi terhadap hal yang belum diketahui (Aprilia, Sriati, & Hendrawati, 2020).

Kehadiran *smartphone* dapat dimanfaatkan remaja untuk mencari informasi sebanyak-banyaknya. Dilandaskan rasa ingin tahu, remaja lebih sering menggunakan *smartphone* dalam beraktivitas di kehidupannya sehari-hari. Namun pada saat ini, remaja tidak hanya menggunakan *smartphone* untuk menghindari ketidaknyamanan di keramaian saja, namun remaja juga menggunakan *smartphone* setiap saat dan kepada siapapun, bahkan saat sedang mengikuti pelajaran di dalam kelas (Budiono, 2020). Pada saat guru sedang menerangkan di dalam kelas, remaja sering kali mencuri waktu untuk mengecek ponsel di sakunya. Hal tersebut menandakan seorang *phubber* mengalami ketidakmampuan untuk mengendalikan diri menggunakan ponsel mereka dengan tepat sesuai kebutuhan (Budiono, 2020).

Berdasarkan dari fenomena *phubbing* tersebut, peneliti tertarik untuk dapat mendalami terkait bagaimana fenomena *phubbing* remaja kota Surabaya dan Jakarta. Terdapat tiga alasan yang membuat peneliti memilih remaja kota Surabaya dan Jakarta sebagai objek penelitian yang akan dijelaskan pada paragraf berikut: Pertama, Surabaya dan Jakarta termasuk kota metropolitan terbesar kedua dan pertama.

Kedua, Surabaya dan Jakarta dipilih karena kota tersebut merupakan kota dengan jumlah penduduk terbanyak dan memiliki jumlah remaja yang diperkirakan mencapai 815.000 di Jakarta dan 711.000 orang di Surabaya, hal tersebut dibuktikan dengan hasil survey yang dilakukan oleh badan pusat statistik nasional di tahun 2020 yang tertera pada tabel berikut ini (bps.go.id).

Urutan	Kota	Jumlah Penduduk
1	Jakarta	3.3037.139
2	Surabaya	2.874.314
3	Bekasi	2.543.676
4	Bandung	2.444.160
5	Medan	2.435.252

Tabel 1. 1 Data Jumlah Penduduk Kota/Kabupaten Terbanyak Di-Indonesia

Ketiga, remaja di Kota Surabaya dan Jakarta memiliki *screen time* atau waktu pemakaian gadget dan penggunaan internet yang sangat tinggi. Hal tersebut dibuktikan dengan penelitian yang disampaikan oleh (Nugraheni & Anastasia, 2017) yang menjelaskan bahwasannya remaja surabaya rata-rata mengakses internet dengan menggunakan *smartphone* lebih dari lima jam per harinya. Sedangkan terkait aktifitasnya dalam bermedia sosial adalah sebesar 81,8% digunakan untuk mengakses dan melihat berita, 76,6% digunakan untuk mengupload foto/video, 68% memberikan komentar dalam sosial media, serta 66,2% lainnya digunakan untuk mengupdate status, dan lain-lain. Sedangkan penelitian (Kurnia, Sitasari, & Safitri, 2020) yang menjelaskan bahwasanya remaja Jakarta sesuai dengan analisis data yang didapat dari sumbangan efektif yang diperoleh dari nilai koefisien determinan (R^2) 0,261 yaitu sebesar 26,1% artinya kontrol diri memberikan kontribusi terhadap perilaku *phubbing* sebesar 26,1% dan sisanya 74,9% adalah kontribusi dari faktor-faktor lain. Durasi lamanya mengakses internet >4jam/hari lebih banyak yang memiliki perilaku

phubbing tinggi. Hal ini dikarenakan internet lebih banyak digunakan untuk mengakses media sosial.

Berdasarkan alasan yang telah disebutkan diatas, maka remaja yang ada di Surabaya dan Jakarta menjadi objek penelitian yang penting, unik dan menarik untuk topik penelitian *phubbing* dikarenakan tingginya fenomena penggunaan gadget di Surabaya dan Jakarta, serta beberapa alasan lain yang telah disebutkan sebelumnya. Oleh karenanya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul "Studi Kualitatif Fenomena *Phubbing* Pada Remaja Surabaya Dan Jakarta".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dipaparkan, sehingga didapatkan rumusan masalah dalam penelitian ini yakni Bagaimana fenomena *phubbing* remaja Surabaya dan Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini memiliki tujuan yakni :

1. Untuk mengetahui fakta yang melatarbelakangi seseorang bisa berperilaku *phubbing* pada aktivitasnya.
2. Mengetahui penyebab aktivitas *phubbing* terhadap hubungan sosial pelakunya.
3. Mengetahui dampak fenomena *phubbing* di kota Surabaya dan Jakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini yakni sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang bisa dipergunakan untuk menambah pengetahuan terkait program studi Ilmu Komunikasi, lebih spesifik terkait dengan fenomena *phubbing* yang sedang banyak terjadi pada saat ini.

2. Manfaat Praktis

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang bisa digunakan masyarakat agar memiliki pemahaman mengenai pengertian dan sikap yang sebaiknya diambil terkait fenomena *phubbing*.