

**Analisis Hubungan Antara Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap  
Kecenderungan Perilaku *Phubbing* Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi  
Universitas Muhammadiyah Jember**

**Mohammad Akbar Faizul Ulum Ainul Yaqin**

Program Studi Ilmu Komunikasi - Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Muhammadiyah Jember

Jalan Karimata No. 49, Telp. 0331-336728, Jember 68121

Email: [faizulum7@gmail.com](mailto:faizulum7@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini membahas tentang hubungan antara penggunaan media sosial Tiktok terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* pada mahasiswa. Adiksi terhadap media sosial merupakan salah satu faktor munculnya perilaku *phubbing* pada mahasiswa. Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu kuesioner *Generic Scale Phubbing* Pendekatan penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif korelasional, dengan metode pengumpulan data berupa observasi dan angket. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini yaitu *probability sampling* dengan menggunakan *proportionate stratified random sampling*. Adapun populasi pada penelitian ini yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 dengan sampel berjumlah 78 mahasiswa. Data yang diperoleh dianalisis dengan uji regresi linear sederhana dengan bantuan program *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 26.0 for windows*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap perilaku *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022, dengan nilai  $R = 0,828$  dan nilai  $\text{Sig.} = 0,000$  ( $p < 0,05$ ), yang artinya semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial Tiktok seorang mahasiswa maka tingkat perilaku *phubbing* akan semakin tinggi. Sebaliknya jika semakin rendah intensitas penggunaan media sosial Tiktok seorang mahasiswa maka tingkat perilaku *phubbing* akan semakin rendah.

**Kata Kunci :** *Phubbing*, Intensitas Media Sosial, Media Baru, Tiktok

## ABSTRACT

This study discusses the relationship between the use of social media Tiktok and the tendency of phubbing behavior in students. Addiction to social media is a factor in the emergence of phubbing behavior in students. The theory used in this study is the Phubbing Generic Scale Questionnaire. The research approach used is correlational quantitative research, with data collection methods in the form of observation and questionnaires. The sampling technique used in this study is probability sampling using proportionate stratified random sampling. The population in this study are Communication Studies students at the Muhammadiyah University of Jember class of 2019, 2020, 2021 and 2022 with a sample of 78 students. The data obtained were analyzed using a simple linear regression test with the help of the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 26.0 for windows program. The results of this study indicate that there is a significant relationship between the intensity of using social media Tiktok and phubbing behavior in Communication Science students at the Muhammadiyah University of Jember class of 2019, 2020, 2021 and 2022, with an R value = 0.828 and a Sig. = 0.000 ( $p < 0.05$ ), which means that the higher the intensity of a student's use of social media Tiktok, the higher the level of phubbing behavior. Conversely, if the intensity of using social media Tiktok is lower for a student, the level of phubbing behavior will be lower.

**Keywords :** *Phubbing, Social Media Intensity, New Media, Tiktok*

## PENDAHULUAN

Kini kita tengah hidup pada masa modern yaitu era revolusi industri 4.0, dimana segala aktivitas hidup manusia sangat bergantung pada teknologi digital. Hal tersebut juga sangat berpengaruh pada perubahan pola pikir dan gaya hidup manusia. Ponsel merupakan salah satu produk yang dihasilkan pada era modern ini, selain itu ponsel merupakan produk teknologi digital yang menjadi ciri khas utama dan sangat mudah ditemui pada era revolusi industri saat ini. Ponsel merupakan telepon pintar yang memiliki fungsi layaknya komputer. Pada awal perkembangannya, ponsel hanya digunakan untuk menghubungi orang lain saja yang terpisahkan oleh jarak. Namun saat ini ponsel harus bisa terhubung pada internet agar bisa memaksimalkan fungsinya. Sama halnya dengan ponsel, pada awal kemunculannya orang hanya menggunakan internet untuk sekedar mencari berita yang terbaru. Akan tetapi seiring berkembangannya sarana media yang ada saat ini manusia semakin dimanjakan oleh kecanggihan fasilitas yang ditawarkan oleh ponsel. Ponsel kini merupakan barang wajib yang perlu dimiliki oleh setiap orang.

Kini ponsel menjadi alat atau media yang sangat diperlukan oleh masyarakat. Kemudian media sendiri juga memiliki fungsi untuk menampilkan semua hal atau kejadian di seluruh belahan dunia sesuai dengan keadaan yang sebenarnya (Suyono, 2020). Media menjadi sarana atau jalur utama bagi setiap orang untuk menyampaikan dan mendapatkan informasi. Sayangnya, saat ini kebanyakan orang memanfaatkan ponsel hanya sebagai media hiburan saja. Ada berbagai hal yang dapat dilakukan guna memperoleh hiburan melalui ponsel, seperti bermain media sosial dan bermain *game*. Pada kenyataannya kebanyakan para pengguna ponsel mendapatkan hiburan dari media sosial. Media sosial menjadi pilihan utama dikarenakan sangat mudah sekali untuk diakses oleh siapapun. Dengan dibutuhkannya media sosial oleh masyarakat, maka banyak sekali perusahaan teknologi yang berlomba-lomba menciptakan maupun mengembangkan media sosial. Sudah menjadi hal biasa bagi perusahaan teknologi untuk menciptakan media sosial baru. Saat ini, persaingan media sosial pun menjadi sangat sengit. Kini tidak hanya ada satu aplikasi media sosial yang sangat populer di kalangan

penikmat hiburan, seperti Twitter, Facebook, Instagram, dan media hiburan yang terbaru yaitu Tiktok.

Tiktok adalah sebuah media hiburan berupa musik dan video yang memungkinkan *user* berkreasi serta membagikan cuplikan video berdurasi pendek disertai filter dan musik sebagai pendukungnya. Tiktok sendiri dirilis pada awal September tahun 2016 lalu oleh suatu perusahaan teknologi asal Tiongkok. Pada media sosial Tiktok kita tidak hanya bisa mencari konten hiburan saja, tetapi Tiktok juga bisa dijadikan media edukasi maupun jual beli *online*. Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh Tiktok maka akan memunculkan adiksi media sosial terhadap mahasiswa.

Kecanduan media sosial merupakan salah satu pengaruh buruk dari konsumsi ponsel yang berlebihan. Adiksi media sosial dapat mempengaruhi perkembangan konsep diri dan perubahan karakter mahasiswa. Dampak buruk terhadap kehidupan sosial yang sering sekali ditemui pada mahasiswa yaitu *phubbing*. *Phubbing* adalah perilaku mengabaikan orang lain atau keadaan sekitar ketika sedang berinteraksi dikarenakan lebih berfokus pada ponsel atau media sosial yang mereka lihat. Orang yang mengabaikan lawan bicara ketika berinteraksi sosial atau orang yang melakukan *phubbing* disebut *phubber*, sedangkan orang lain yang diabaikan disebut *phubbee*. *Phubbing* dapat dinilai dari tiga aspek, yaitu *nomophobia*, konflik interpersonal, dan isolasi diri. Perilaku *phubbing* pada saat berinteraksi sosial akan mengakibatkan lawan bicara merasa diacuhkan atau sebaliknya justru akan mengikuti perilaku *phubbing* tersebut. Tanpa disadari *phubbing* dapat merusak hubungan interpersonal dengan orang-orang disekitarnya. Jika perilaku *phubbing* sering dilakukan, maka akan berdampak buruk pada rusaknya kualitas interaksi antar individu ataupun kelompok.

*Phubbing* yang kini sedang menjadi wabah di tengah kehidupan masyarakat perlahan dapat menghilangkan rasa perhatian pada orang lain yang berada disekitar kita (Madjid, 2020). Kini sangat mudah sekali untuk menemui orang yang berkumpul namun tidak ada percakapan sama sekali diantara mereka. Mereka berniat untuk berkumpul namun tanpa komunikasi apapun, dekat namun terasa jauh, raga mereka dekat namun sebenarnya pikiran mereka jauh satu sama lain. Hal semacam ini dapat kita jumpai dimanapun. Apabila *phubbing* terus dibiarkan

tentunya akan melahirkan generasi-generasi yang apatis, tidak peduli dengan orang lain, dan akan rentan terkena konflik dengan lingkungannya. Perilaku *phubbing* akan membuat individu kesulitan dalam beradaptasi dan berkomunikasi dengan orang lain. Hal tersebut akan sangat berdampak buruk ketika ia dewasa nanti (Azza Nur Laili Fitri, 2019).

Alasan peneliti mengangkat media sosial Tiktok untuk diteliti dikarenakan Tiktok merupakan media sosial baru yang berhasil mendapat atensi tinggi dari masyarakat Indonesia sehingga dapat berkembang dengan begitu pesat. Dengan waktu yang singkat Tiktok sukses menjadi aplikasi media sosial yang digemari oleh seluruh kalangan masyarakat di Indonesia. Mengetahui banyaknya perilaku *phubbing* di masyarakat dikarenakan Tiktok, membuat peneliti tertarik untuk meneliti hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember.

Alasan peneliti mengambil sampel mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember dikarenakan berdasarkan pengamatan sekilas yang peneliti lakukan, peneliti masih mendapati mahasiswa yang tidak pernah lepas dari ponselnya baik itu ketika kuliah sedang berlangsung maupun ketika ia sedang bersantai. Bahkan peneliti juga pernah mendapati mahasiswa yang berjalan sambil memainkan ponselnya. Dan terlihat banyak mahasiswa yang berkumpul dan masing-masing sibuk dengan ponselnya tanpa ada komunikasi yang terjalin di antara mereka. Nampaknya perilaku tersebut bukan hanya dikarenakan mereka terlalu fokus pada ponselnya, namun karena mereka memang sering mengabaikan orang-orang disekitarnya. Hal tersebut dikarenakan mereka telah kecanduan media sosial. Kebanyakan mahasiswa perempuan yang terkena kecanduan media sosial dikarenakan terlalu sering memegang ponsel ketika mempunyai waktu senggang. Hal tersebut terjadi pada hampir seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022.

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui adanya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember. Manfaat dilakukannya penelitian ini yaitu untuk menambah wawasan tentang

terjadinya perilaku *phubbing* yang tanpa disadari biasanya terjadi pada mahasiswa dikarenakan terlalu berlebihan mengakses media sosial Tiktok.

## **METODE PENELITIAN**

Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian metode kuantitatif dengan jenis metode korelasional. Penelitian kuantitatif korelasional adalah penelitian dengan menggunakan metode statistik yang mengukur pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah terdapat hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember. Variabel bebas pada penelitian ini adalah intensitas penggunaan media sosial Tiktok. Sedangkan variabel terikatnya adalah kecenderungan perilaku *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 dengan jumlah mahasiswa sebanyak 345 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu teknik *probability sampling* dengan jenis *proportionate stratified random sampling* sehingga menghasilkan sampel sebanyak 78 mahasiswa.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan metode observasi serta angket. Skala pengukuran yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap perilaku *phubbing* yaitu skala *Likert*. Biasanya skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan pandangan seseorang atau sekelompok individu mengenai sebuah fenomena sosial. Alternatif jawaban yang diberikan pada penelitian ini yaitu Jarang dengan skor 1, Sering dengan skor 2, Sangat Sering dengan skor 3, dan Amat Sangat Sering dengan skor 4. Kuesioner yang akan dirancang pada penelitian ini berdasarkan pada teori *Generic Scale Phubbing* (GSP) yang akan dikembangkan sendiri oleh peneliti. Analisis uji alat ukur penelitian dilakukan dengan program SPSS 26.0 *for Windows*.

Uji instrumen data yang digunakan pada penelitian ini yaitu uji validitas serta uji reliabilitas. Kemudian untuk uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian

ini yaitu uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Untuk uji hipotesis pada penelitian ini yaitu analisis koefisien determinasi (R Square), uji simultan (uji F), dan uji parsial (uji T).

## HASIL

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 yang mengakses Tiktok melalui ponselnya. Dengan sampel sebanyak 78 mahasiswa. Berikut sebaran tabel sebaran responden berdasarkan jenis kelamin:

**Tabel 1. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	27	34,6%
Perempuan	51	65,4%
Jumlah	78	100%

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa responden perempuan berada pada persentase tertinggi yaitu sebesar 65,4% atau sebanyak 51 responden dari jumlah keseluruhan sampel, sedangkan responden laki-laki sebesar 34,6% atau sebanyak 27 responden saja.

**Tabel 2. Data Frekuensi Keseluruhan Variabel X**

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
49 – 64	Rendah	27	34,6%
65 – 80	Sedang	41	52,6%
81 – 96	Tinggi	10	12,8%
Jumlah		78	100%

Tabel diatas menunjukkan sebanyak 27 responden termasuk dalam kategori rendah, 41 responden termasuk dalam kategori sedang, dan 10 responden lainnya termasuk dalam katagori tinggi.

**Tabel 3. Statistik Deskriptif Variabel X**

No.	Keterangan	Nilai	Kategori
1.	Mean	64,6	Sedang
2.	Median	68,5	Sedang
3.	Modus	75	Sedang
4.	Nilai Minimum	30	Rendah
5.	Nilai Maximum	120	Tinggi

Tabel diatas menunjukkan nilai rata-rata atau mean (M) sebesar 64,6 termasuk dalam kategori sedang, nilai tengah dari data atau median (Me) sebesar 68,5 termasuk dalam kategori sedang, nilai yang sering muncul atau modus (mode) sebesar 75 termasuk dalam kategori sedang, nilai terendah atau nilai minimum sebesar 30 termasuk dalam kategori rendah, dan nilai tertinggi atau nilai maximum sebesar 120 termasuk dalam kategori tinggi. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa intensitas penggunaan media sosial Tiktok pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 dalam kategori sedang.

**Tabel 4. Data Frekuensi Keseluruhan Variabel Y**

Interval	Kategori	Frekuensi	Persentase
28 – 39	Rendah	36	46,1%
40 – 52	Sedang	30	38,4%
53 – 64	Tinggi	12	15,3%
<b>Jumlah</b>		<b>78</b>	<b>100%</b>

Tabel diatas menunjukkan sebanyak 36 responden termasuk dalam kategori rendah, 30 responden termasuk dalam kategori sedang, dan 12 responden lainnya termasuk dalam katagori tinggi.

**Tabel 5. Statistik Deskriptif Variabel Y**

No.	Keterangan	Nilai	Kategori
1.	Mean	39,6	Rendah
2.	Median	41,5	Sedang
3.	Modus	19	Rendah



4.	Nilai Minimum	19	Rendah
5.	Nilai Maximum	76	Tinggi

Tabel diatas menunjukkan nilai rata-rata atau mean (M) sebesar 39,9 termasuk dalam kategori rendah, nilai tengah dari data atau median (Me) sebesar 41,5 termasuk dalam kategori sedang, nilai yang sering muncul atau modus (mode) sebesar 19 termasuk dalam kategori rendah, nilai terendah atau nilai minimum sebesar 19 termasuk dalam kategori rendah, dan nilai tertinggi atau nilai maximum sebesar 76 termasuk dalam kategori tinggi. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa perilaku *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 dalam kategori rendah yang dapat berubah menjadi kategori sedang.

**Tabel 6. Uji Normalitas Kolmogorov-Smiernov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Predicted Value
N		78
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.92411120
Most Extreme Differences	Absolute	.056
	Positive	.038
	Negative	-.056
Test Statistic		.056
Asym. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

Hasil uji normalitas yang telah dilakukan dengan *SPSS* menunjukkan nilai signifikansi  $0,200 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa bernilai residual berdistribusi normal dan menandakan bahwa data penelitian dapat dianalisis lebih lanjut.

**Tabel 7. Uji Linearitas**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Phubbing*	Between Groups	(Combined) Linearity	10734.346	42	255.580	8.854	.000
			8053.044	1	8053.044	278.974	.000

Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok	Deviation from Linearity	2681.302	41	65.398	2.266	.008
	Within Groups	1010.333	35	28.867		
	Total	11744.679	77			

Berdasarkan data yang telah diperoleh dengan SPSS, diketahui nilai f hitung  $2,266 < f$  tabel 3,97, sehingga dapat disimpulkan antara variabel bebas dengan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

**Tabel 8. Analisis Regresi Linear Sederhana**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-2.470	3.361		-.735	.465
	Intensitas Penggunaan Tiktok	.651	.051	.828	12.876	.000

Berdasarkan data yang telah diperoleh dengan SPSS, dapat diketahui bahwa nilai F hitung adalah 165.789 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ , maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel partisipasi atau dengan kata lain variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

**Tabel 9. Analisis Koefisien Determinasi (R Square)**

Model Summary					
Model	R	R Square	Ajusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.828 <sup>a</sup>	.686	.682		6.970

Berdasarkan data yang telah diperoleh dengan SPSS, didapatkan nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,828 (82,8%) yang artinya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial tiktok terhadap perilaku *phubbing* sangat kuat. Kemudian padanilai pada R Square sebesar 0,686 yang artinya pengaruh intensitas penggunaan media Sosial Tiktok (X) terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 (Y) sebesar 68,6% sedangkan  $(100-68,6\%) = 31,4\%$  dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel intensitas penggunaan media sosial Tiktok.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* serta dampak intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap perilaku *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 diperoleh hasil sebesar 34,6% mahasiswa dengan frekuensi sebanyak 27 mahasiswa berada pada kategori rendah, kemudian 52,6% mahasiswa dengan frekuensi sebanyak 41 mahasiswa berada pada kategori sedang, dan 12,8% mahasiswa dengan frekuensi sebanyak 10 mahasiswa berada pada kategori tinggi. Untuk dapat menentukan atau melihat tingkat intensitas penggunaan media sosial Tiktok pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 dalam penelitian ini peneliti menggunakan tiga aspek dari intensitas penggunaan media yaitu frekuensi (*frequency*), durasi (*duration*), dan perhatian (*attention*).

Apabila ditinjau dari aspek intensitas penggunaan media yang pertama yaitu aspek frekuensi, maka tidak sedikit mahasiswa yang tidak bisa lepas dari ponselnya hanya untuk mengakses media sosial Tiktok. Fakta tersebut sesuai dengan data yang telah diperoleh peneliti setelah membagikan kuesioner atau angket kepada seluruh responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 31 mahasiswa atau sebesar 39,7% responden sangat sering mengakses Tiktok dimanapun dia berada. Kemudian ada 38 mahasiswa atau sebesar 48,7% responden sering mengakses Tiktok sehingga membuat mereka sampai sering lupa waktu. Bahkan ada 34 mahasiswa atau sebesar 43,5% responden yang terkadang merasa penasaran jika 1 jam saja mereka tidak dapat melihat tiktok sama sekali. Yang lebih parah lagi ada 42 mahasiswa atau sebesar 53,8% responden yang terkadang terus menerus menggenggam ponsel hanya untuk mengecek apakah ada video terbaru atau tidak dari beberapa akun Tiktok yang mereka *follow*. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat frekuensi penggunaan media sosial Tiktok pada mahasiswa Ilmu

Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 berada dalam kategori sedang.

Apabila ditinjau dari aspek intensitas penggunaan media yang kedua yaitu aspek durasi atau seberapa lama waktu yang dihabiskan untuk mengakses Tiktok. Pada penelitian ini untuk mendapatkan data mengenai durasi atau lama waktu yang dihabiskan waktu untuk mengakses Tiktok pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022. Responden paling banyak menghabiskan waktu untuk mengakses Tiktok dalam sehari yaitu 3-5 jam dengan jumlah 34 mahasiswa atau sebesar 43,5% responden. Kemudian lama waktu yang dihabiskan untuk mengakses Tiktok dalam seminggu, responden paling banyak menghabiskan waktu untuk mengakses Tiktok dalam seminggu yaitu 3-4 hari dalam seminggu dengan jumlah 40 mahasiswa atau sebesar 51,2% responden. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat durasi penggunaan media sosial Tiktok pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 berada dalam kategori tinggi.

Apabila ditinjau dari aspek intensitas penggunaan media yang ketiga yaitu aspek perhatian. Banyak sekali mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 yang lebih memfokuskan perhatian mereka pada media sosial Tiktok sehingga membuat mereka lalai terhadap kewajiban yang harus mereka dahulukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 35 mahasiswa atau sebesar 44,8% responden menunda mengerjakan tugas karena terlalu asyik mengakses Tiktok. Bahkan ada 28 mahasiswa atau sebesar 35,8% responden tetap menyempatkan mengakses Tiktok meskipun perkuliahan sedang berlangsung.

Dengan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas tingkat intensitas penggunaan media sosial Tiktok pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 berada pada kategori sedang berdasarkan pengambilan data dari 78 mahasiswa.

Dengan tingkat intensitas penggunaan media sosial Tiktok yang berada pada kategori tingkat sedang yang dapat berubah menjadi tingkat tinggi apabila tidak bisa mengontrol penggunaan media sosial Tiktok, maka tentunya pasti juga berpengaruh terhadap perilaku *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi

Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022. Pada penelitian ini untuk mengukur tingkat *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember 2019, 2020, 2021, dan 2022 peneliti menggunakan kuesioner *Generic Scale Phubbing* yang dikembangkan oleh Douglas. *Phubbing* dapat dinilai dari tiga aspek yaitu nomophobia, konflik interpersonal, dan isolasi diri sendiri.

Apabila ditinjau dari aspek *phubbing* yang pertama yaitu nomophobia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada 31 mahasiswa atau sebesar 39,7% responden yang terkadang mengikuti kegiatan diskusi sambil mengakses media sosial Tiktok. Kemudian ada 30 mahasiswa atau sebesar 38,4% responden terkadang tetap berusaha mengakses Tiktok walaupun sedang sibuk dengan aktivitasnya. Bahkan ada 38 mahasiswa atau sebesar 48,7% yang terkadang merasa cemas ketika tidak dapat mengakses Tiktok sama sekali. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat nomophobia pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 berada dalam kategori sedang.

Kemudian apabila ditinjau dari aspek *phubbing* yang kedua yaitu konflik interpersonal. Komunikasi interpersonal yang tidak terjalin dengan baik dapat menyebabkan sebuah konflik dengan lawan bicaranya. Tingkat konflik interpersonal pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 berada dalam kategori sedang. Dimana ada 34 mahasiswa atau sebesar 43,5% responden dikatakan mengalami adiksi terhadap media sosial Tiktok oleh orang-orang disekitarnya. Apabila seseorang ketika sepanjang percakapan sedang berlangsung tetap menggunakan ponsel maka akan dapat menimbulkan konflik interpersonal dengan lawan bicaranya, hal tersebut dikarenakan dapat memunculkan perasaan kesal dan rasa diabaikan pada lawan bicaranya.

Kemudian apabila ditinjau dari aspek *phubbing* yang ketiga yaitu isolasi diri sendiri. Isolasi diri sendiri adalah keadaan dimana seseorang lebih senang berinteraksi dengan ponselnya daripada menjalin kontak dengan orang lain. Pada aspek ini seseorang lebih memilih untuk mengasingkan diri mereka dan menghindari segala aktivitas sosial dengan orang lain. Tingkat aspek isolasi diri sendiri pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember

angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 berada dalam kategori sedang. Dimana ada 32 mahasiswa atau sebesar 41% responden sangat sering sekali mengakses Tiktok meskipun sedang berkumpul dengan teman-temannya. Kemudian ada 29 mahasiswa atau sebesar 37,1% responden sering mengakses Tiktok meskipun sedang berbicara dengan orang-orang disekitarnya. Bahkan terkadang ada beberapa mahasiswa yang sampai menarik diri atau mengurangi waktu untuk kegiatan sosial dikarenakan terlalu sering mengakses media sosial Tiktok yaitu berjumlah 33 mahasiswa atau sebesar 42,3% responden.

Berdasarkan hasil data tersebut maka dapat disimpulkan bahwa tingkat *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 berada pada tingkat sedang. Output uji regresi linear sederhana menghasilkan angka koefisien regresi X sebesar 0,651 sehingga dinyatakan bahwa setiap penambahan 1% intensitas penggunaan media sosial Tiktok (X), maka perilaku *phubbing* (Y) akan meningkat sebesar 0,651. Dapat dilihat pada hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 26 yang menunjukkan angka b atau koefisien regresi sebesar 0,651 dan taraf signifikansi sebesar 0,000. Angka 0,651 menunjukkan hasil yang positif untuk hubungan atau pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap perilaku *phubbing*.

Kemudian untuk hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,828 (82,8%) yang artinya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial tiktok terhadap perilaku *phubbing* sangat kuat. Kemudian pada R Square sebesar sebesar 0,686 yang artinya pengaruh intensitas penggunaan media Sosial Tiktok (X) terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 (Y) sebesar 68,6% sedangkan  $(100-68,6\%) = 31,4\%$  dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel intensitas penggunaan media sosial Tiktok. Hal tersebut menunjukkan bahwa korelasi atau pengaruh antara intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap perilaku *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 memiliki hubungan yang sangat kuat.

Dengan tingkat *phubbing* yang termasuk dalam kategori sedang tentunya berpengaruh terhadap komunikasi maupun interaksi yang terjadi pada mahasiswa.

Ketergantungan mahasiswa terhadap media sosial Tiktok akhirnya menyebabkan mahasiswa terperangkap dalam bingkai dunianya sendiri. Sehingga kecanduan dari media sosial Tiktok ini menyebabkan munculnya perilaku *phubbing* pada mahasiswa. *Phubbing* merupakan gejala perilaku yang tidak boleh diabaikan, sebab perilaku *phubbing* dapat menyebabkan mahasiswa dianggap sebagai orang yang apatis sehingga sangat mudah terkena konflik sosial dan akan mengalami kesulitan beradaptasi dengan lingkungan disekitarnya.

Berbagai alasan pun menjadi penyebab seorang mahasiswa harus melakukan *phubbing*, seperti merasa tidak nyaman dengan lawan bicara yang baru saja dikenal atau ditemui dan tidak menariknya topik pembicaraan yang disampaikan oleh lawan bicaranya, bahkan terkadang mahasiswa sampai terdiam satu sama lain dikarenakan telah kehabisan topik pembicaraan. Tanpa disadari perilaku *phubbing* tentunya akan merusak komunikasi interpersonal yang ada. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan secara *face to face* dan dapat memberikan umpan balik secara langsung pada saat itu juga. Semakin tinggi tingkat perilaku *phubbing* seorang mahasiswa maka akan komunikasi interpersonal mahasiswa tersebut pun juga akan semakin rendah. Kemudian semakin tinggi tingkat perilaku *phubbing* maka akan semakin rendah tingkat kepedulian sosial yang dimiliki oleh seorang mahasiswa, begitu pula sebaliknya semakin rendah perilaku *phubbing* pada mahasiswa maka semakin tinggi tingkat kepedulian sosialnya.

Bentuk perilaku *phubbing* yang terjadi ketika proses interaksi sosial adalah adanya penarikan kontak mata atau menghindari tatapan dengan lawan bicara serta wajah yang kurang ekspresif ketika mengirimkan *feedback* kepada lawan bicara. Perilaku tersebut sama saja dengan melakukan pengucilan sosial terhadap orang disekitar. Pengucilan sosial yang ditimbulkan oleh *phubbing* menyebabkan orang lain kurang merasa dihargai atau diinginkan. Agar orang lain merasa dihargai ketika berinteraksi dengan kita, maka ketika proses interaksi berlangsung kita perlu mengutamakan rasa empati atau memikirkan perasaan lawan bicara kita. Rasa menghargai orang lain juga memiliki fungsi dalam meningkatkan proses interaksi sosial sehingga komunikasi dua arah pun dapat terjalin dengan baik.

Perilaku *phubbing* dapat menyebabkan lawan bicara merasa terganggu karena kita terlalu fokus pada media sosial yang dilihat saat percakapan sedang terjalin dan

berlangsung. *Phubbing* yang berlebihan menyebabkan banyak orang merasa diacuhkan. *Phubbing* pun juga dapat membuat seseorang tidak lagi memiliki norma kesopanan. Dengan adanya media sosial Tiktok membuat seseorang berpikir orang yang berada jauh dari mereka lebih menarik, sehingga membuat mereka mengabaikan orang-orang yang berada disekitar mereka, oleh karena itu mereka cenderung bersikap acuh pada sesuatu yang seharusnya menjadi fokus utama mereka.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil uji regresi linear yang menyatakan bahwa terdapat hubungan atau pengaruh yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial Tiktok terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022. Hasil tersebut dapat dilihat pada output uji regresi linear sederhana yang menghasilkan angka koefisien regresi X sebesar 0,651 sehingga dinyatakan bahwa setiap penambahan 1% intensitas penggunaan media sosial Tiktok (X), maka perilaku *phubbing* (Y) akan meningkat sebesar 0,651. Oleh karena itu persamaan regresinya dapat dituliskan sebagai berikut  $Y = -2,470 + 0,651X$ . Kemudian untuk hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,828 (82,8%) yang artinya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial tiktok terhadap perilaku *phubbing* sangat kuat. Kemudian pada R Square sebesar 0,686 yang artinya pengaruh intensitas penggunaan media Sosial Tiktok (X) terhadap kecenderungan perilaku *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 (Y) sebesar 68,6% sedangkan  $(100 - 68,6\%) = 31,4\%$  dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel intensitas penggunaan media sosial Tiktok.

Kemudian hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022 memiliki kecanduan terhadap media sosial Tiktok. Intensitas penggunaan media sosial Tiktok sangat berdampak terhadap perilaku *phubbing* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Jember angkatan 2019, 2020, 2021, dan 2022. Berbagai alasan pun menjadi penyebab seorang mahasiswa harus



melakukan *phubbing*, seperti merasa tidak nyaman dengan lawan bicara yang baru saja dikenal atau ditemui dan tidak menariknya topik pembicaraan yang disampaikan oleh lawan bicaranya, bahkan terkadang mahasiswa sampai terdiam satu sama lain dikarenakan telah kehabisan topik pembicaraan. Tanpa disadari perilaku *phubbing* tentunya akan merusak komunikasi interpersonal yang ada.



## DAFTAR PUSTAKA

- Laili Fitri, A. N. (2019). Gambaran Perilaku Phubbing Pada Remaja Pengguna Ponsel di SMAN 4 Tuban. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta*.
- Madjid, S. (2020). Pengaruh Game Online Terhadap Perilaku Phubbing Remaja Akhir di Kelurahan Bukit Indah Kecamatan Soreang Kota Parepare. *Institut Agama Islam Negeri Parepare*.
- Suyono. (2020). Peran Media Arus Utama Dalam Memublikasikan Produk Makanan Halal. *MEDIAKOM : Jurnal Ilmu Komunikasi, 03(02)*.

