

**PENGARUH SENSATION SEEKING TERHADAP KECANDUAN  
SMARTPHONE PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH  
JEMBER**

**Eva Septia Ayuda<sup>1</sup>,  
Panca Kursistin Handayani<sup>2</sup>, Erna Ipak Rahmawati<sup>3</sup>**

**INTISARI**

*Sensation seeking* adalah suatu sifat (*trait*) yang didasari oleh mencari sebuah stimulus dan aurosal yang tinggi sehingga cenderung berperilaku yang beresiko, ingin mencari sensasi, tantangan, ketegangan, kesenangan, kepuasaan, termasuk dalam menggunakan *smartphone* dan media social demi mendapatkan unggahan yang *hits*, *follower* bertambah, perubahan baru sesuai dengan perkembangan zaman yang menjadi viral dan meningkatkan adrenalin pada tubuh. Dampaknya ialah ketika hal tersebut dilakukan secara berulang-ulang maka akan memicu perilaku kecanduan *smartphone*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *sensation seeking* terhadap kecanduan *smartphone* pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember. Pendekatan kuantitatif dengan bentuk rumusan masalah asosiatif bersifat hubungan kausal dilakukan untuk mengungkap tujuan tersebut. Sampel dalam penelitian ini adalah 332 orang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember dengan teknik sampling insidental. Skala psikologi sebagai metode pengumpulan data utama dengan model *semantic differensial*. Peneliti menggunakan teknik analisa data yang digunakan adalah analisis *regresi linier* sederhana dengan menggunakan *SPSS v.20*.

Berdasarkan hasil analisa menunjukkan bahwa ada pengaruh *sensation seeking* terhadap kecanduan *smartphone* dengan nilai  $\text{Sig.} = 0.00 < 0.05$ , nilai sumbangan efektif sebesar 0.180 yang berkategori cukup dengan kontribusi variabel sebesar 18% dan 82% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Hasil uji deskriptif menemukan bahwa mahasiswa tergolong dalam *sensation seeking* yang tinggi dengan prosentase sebesar 54.2% dan kecanduan *smartphone* sebesar 51.2%

**Kata Kunci :** *sensation seeking*, kecanduan *smartphone*

---

<sup>1</sup> Peneliti

<sup>2</sup>Dosen Pembimbing I

<sup>3</sup>Dosen Pembimbing II

**THE INFLUENCES OF SENSATION SEEKING TOWARD SMARTPHONE  
ADDICTION STUDY ON STUDENTS AT UNIVERSITY OF  
MUHAMMADIYAH JEMBER**

Eva Septia Ayuda<sup>1</sup>,  
Panca Kursistin Handayani<sup>2</sup>, Erna Ipak Rahmawati<sup>3</sup>

**ABSTRACT**

*Sensation seeking is a trait based on the search for a high stimulus and aurosal that tends to behave at risk, wants to seek sensation, challenge, tension, pleasure, satisfaction, including using smartphones and social media to get uploads that hits, increases followers, new changes in accordance with the times that become viral and increase adrenaline in the body. The impact is when it is done repeatedly it will trigger smartphone addiction behavior.*

*The purposes of this research were to know the influences of sensation seeking towards martphone addiction study on students at University of Muhammadiyah Jember. Quantitative approach with formulation of associative problem was causal relation done to reveal the purpose. Samplings in this research were 332 students at University of Muhammadiyah Jember with incidental sampling technique. Scale of psycology as a main methods of collection data with semantic differensial model. Data analysis technique used regression linear analysis using SPSS v. 20.*

*Based on the result of the analysis showed that there was an influences of sensation seeking toward smartphone addicted with the value of  $\text{Sig.}=0.00<0.05$  with effective contribution value of 0.180 which was categorized enough with the contribution of variables of 18% and 82% influenced by other factors. The result of Descriptive test found that students belonging to the sensation seeking high with a percentage of 54.2% and smartphone addict 51.2%*

**Keyword :** *sensation seeking, smartphone addiction*

---

<sup>1</sup>The Researcher

<sup>2</sup> Advisor I

<sup>3</sup> Advisor II