

BAB II

KAJIAN PUSTAKAN DAN KERANGKA TEORI

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Salah satu tujuan dari mereview penelitian sejenis adalah untuk memungkinkan peneliti membandingkan temuan dan pendekatan yang telah dilakukan oleh penelitian terdahulu, dengan harapan mendapatkan inspirasi dan wawasan yang dapat digunakan sebagai acuan dalam perencanaan penelitian yang akan dilakukan. Dengan melihat penelitian terdahulu, penelitian bertujuan untuk menggali pemahaman yang lebih baik tentang topic yang akan diteliti serta memperoleh gambaran umum yang komprehensif tentang kerangka kerja yang akan digunakan dalam penelitian yang direncanakan.

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Tizar Firdaus 23) program studi magister Pendidikan sosiologi, universitas Muhammadiyah makassar. Dengan judul **“perilaku *phubbing* di kalangan mahasiswa universitas Muhammadiyah makasar “**. Penelitian ini membahas tentang perilaku *phubbing* dim kalangan mahasiswa universitas Muhammadiyah makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa yang menjadi faktor penyebab terjadinya perilaku *phubbing* di kalangan mahasiswa. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif defkriptif. Teknik yang digunakan dalam menentukan informan adalah snowball sampling. Jumlah informan sebanyak 6. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik data analisis

kualitatif diuraikan dalam 3 tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Teknik validasi dan menggunakan triangulasi waktu, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor penyebab terjadinya perilaku *phubbing* di kalangan mahasiswa universitas Muhammadiyah makasar adalah keberagaman fitur aplikasi smartphone, terlalu asik chatting, dan terlalu asik dengan game.

2. Penelitian ini dilakukan oleh (Siti Fitriana Zafirah 23). Universitas Muhammadiyah prof. DR.Hamka, dengan judul **“Perilaku *phubbing* mahasiswa program studi bimbingan dan konseling angkatan 2019 di universitas muhammad prof.dr.hamka** “Penelitian ini bertujuan guna melihat seberapa besar perilaku *phubbing* sebagai mahasiswa. Penelitian ini mempergunakan inter satu variable yaitu sebagai variable dependen. Pengumpulan data secara primer dilaksanakan melakukan kuesioner dengan 100 responden dari prodi BK UHAMKA. Teori Chotpiayasunondh & Douglas ialah teori yang dipakai selama penelitian berlangsung. Teknik analisis data memakai analisis Univariat dengan mean, median, modulus standar deviasi, skor tertinggi dan skor terendah. Hasil ini memperlihatkan adanya perilaku *phubbing* dalam proses interaksi bimbingan dan konseling di UHAMKA. Sebagai saran diharapkan pihak fakultas keguruan ilmu Pendidikan program studi bimbingan dan konseling supaya memberikan perhatian lebih terhadap berbagai unsur yang bias menyebabkan terganggunya interaksi sosial mahasiswa.

3. Penelitian ini dilakukan oleh (Luthfiah Hayati Sigalingging 24) Universitas Djuanda Angkatan 2020, dengan judul **“Pengaruh perilaku *phubbing* terhadap interpersonal di kalangan mahasiswa universitas djuanda Angkatan 2020”** Penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku *phubbing*, komunikasi interpersonal di kalangan mahasiswa universitas djuanda pada tahun 2020. Metode yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus kuantitatif dan melibatkan populasi mahasiswa universitas djuanda Angkatan 2020 sebanyak 1.371 orang dari berbagai jurusan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku *phubbing* pada mahasiswa Universitas Djuanda cenderung kurang baik, mencerminkan ketergantungan pada smartphone yang menyebabkan mereka lebih fokus pada smartphone mereka daripada berinteraksi secara langsung dengan orang lain, sementara komunikasi interpersonal tergolong baik dengan mayoritas mahasiswa menunjukkan dukungan satu sama lain, namun terdapat juga keraguan terhadap komunikasi interpersonal, dan perilaku *phubbing* berpengaruh signifikan pada komunikasi interpersonal.
4. Penelitian ini dilakukan oleh (Ingrid Margaretha 23) Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, dengan judul **“Hubungan antara tendensi smartphone addiction dengan perilaku *phubbing* pada mahasiswa universitas bhayangkara jakarta raya”**. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara tendensi smartphone addiction dengan perilaku *phubbing* pada mahasiswa universitas bhayangkara Jakarta raya, tipe penelitian ini adalah kuantitatif. Jumlah responden digunakan sebanyak 105 mahasiswa. Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada

penelitian ini adalah incidental/Accidental sampling. Alat ukur yang digunakan adalah skala tendensi smartphone addiction dan skala perilaku *phubbing*. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien korelasi antara variable smartphone addiction dengan perilaku *phubbing* sebesar 0,786 dengan taraf sig (2-tailed) sebesar 0,000 (p0,005) sehingga dapat dinyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara tendensi smartphone addiction dengan perilaku *phubbing* pada mahasiswa Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

5. Penelitian ini dilakukan oleh (Aprian 21), Prodi Pendidikan Ilmu Sosial Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas negeri Makasar, dengan judul **“Pengaruh perilaku *phubbing* (*phone snubbing*) terhadap interaksi sosial di kalangan mahasiswa Pendidikan ilmu sosial fakultas ilmu sosial dan hukum universitas negeri makasar “** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran perilaku *phubbing* (*phone snubbing*) dan gambaran interaksi sosial serta untuk mengetahui pengaruh perilaku *phubbing* terhadap interaksi sosial di kalangan mahasiswa Pendidikan ilmu sosial fakultas ilmu sosial dan hokum universitas negeri makasar. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuesioner/angket, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis inferensial. Berdasarkan hasil penelitian dapat di ketahui bahwa 1) gambaran perilaku *phubbing* (*phone snubbing*) mahasiswa Pendidikan ilmu sosial fakultas ilmu sosial dan hukum universitas negeri makasar berada dalam kategori rendah berdasarkan indicator gangguan komunikasi dan

memiliki obsesi pada smartphone. 2) gambaran interaksi sosial mahasiswa pendidikan ilmu sosial fakultas ilmu sosial dan hukum universitas negeri makasar berada dalam kategori tinggi berdasarkan indicator interaksi verbal, interaksi fisik dan interksi emosional. 3) pengaruh perilaku phubbing (phone snubbing) mahasiswa Pendidikan ilmu sosial fakultas ilmu sosial dan hukum universitas negeri makasar berada dalam kategori kuat.

Tabel 2. 1 Review Penelitian Sejenis

No	Nama	Judul	Metode	Persamaan
1	Siti fitriana zafirah (2023)	Perilaku Phubbing Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Angkatan 2019 Di Universitas Muhammadiyah Prof.Dr.Hamka	Kuantitatif	Sama sama meneliti perilaku phubbing terhadap mahasiswa
2	Luthfiyah Hayati Singalinging (2023)	Pengaruh Perilaku Phubbing Terhadap Komunikasi Interpersonal Di Kalangan Mahasiswa Universitas Djuanda Angkatan 2020	Kuantitatif	Sama sama meneliti perilaku phubbing
3	Inggird Margaretha (2024)	Hubungan antara tendensi Smartphone addiction dengan perilaku phubbing pada mahasiswa universitas bhayangkara Jakarta raya	Kuantitaif	Sama sama membahas perilaku phubbing terhdapa mahasiswa
4	Aprian (2021)	Pengaruh Perilaku Phubbing (Phone Snubbing) Terhadap Interaksi Sosial Di Kalanagan Mahasiswa Pendidikan Ilmu Sosial Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Hukum Universitas Negeri Makasar	Kuantitatif	Mahasiswa di universitas negeri makasar prodi Pendidikan ilmu sosial fakultas ilmu sosial dan ilmu hukum

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

Kata “komunikasi” berasal dari Bahasa latin “*comunis*” yang berarti “membuat kebersamaan” atau “membangun kebersamaan” antara dua orang atau lebih. Akarnya adalah “*communicato*” yang artinya “berbagi”. Dalam literatur lain. Komunikasi juga berasal dari kata “*communication*” atau “*communicare*” yang berarti “membuat sama”. Istilah “*communis*” sering disebut asal usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata kata latin yang serupa. komunikasi menyiratkan bahwa suatu pikiran, makna, atau pesan dianut secara sama (Mulyana, 2005: 41).

Komunikasi adalah proses interaksi yang bertujuan untuk saling bertukar informasi dengan maksud memengaruhi sikap dan perilaku pihak lain (Koesomowidjojo, 2021). Baik melalui media maupun secara langsung seperti ucapan, teks, gambar, symbol, atau bentuk kode tertentu, kehidupan manusia tidak dapat dilepaskan dari komunikasi, baik non-verbal maupun verbal.

Komunikasi merupakan suatu proses berbagi makna atau ide ide di antara dua orang atau lebih, dan mereka saling memperoleh pengertian tentang pesan yang disampaikan. Tanpa adanya kesamaan pengertian di antara peserta komunikasi, maka tidak akan terjadi tindakan apapun. Pesan komunikasi dapat disampaikan melalui lambing atau simnol verbal maupun non verbal. Menurut porter dan samovar, suatu perilaku (baik verbal atau non verbal) dapat dikatakan sebagai pesan apabila memenuhi dua syarat: pertama, perilaku tersebut harus dapat diamati oleh seseorang. Kedua, perilaku tersebut harus mengandung makna. Dengan demikian,

inti dari proses komunikasi adalah adanya pembagian makna di antara peserta komunikasi. Ada juga pengertian komunikasi yang mengabaikan efek berupa diterimanya atau tidak diterimanya pesan yang telah disampaikan.

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia diseluruh dunia, karena dengan komunikasi segala maksud dan tujuan seseorang dapat tercapai. Komunikasi tidak hanya menggunakan kata kata dari mulut saja, tetapi juga dapat dilakukan dengan media dan aspek aspek lain diluar penggunaan kata kata yang dihasilkan oleh mulut manusia (herlina, 2016).

Menurut Onong Uchjana Effendy, komunikasi adalah proses menyampaikan pesan dalam bentuk lambing yang memiliki makna sebagai perwujudan pikiran dan perasaan, seperti ide, informasi, kepercayaan, ajakan, dan lain sebagainya. Proses ini dapat dilakukan seseorang kepada orang lain, baik secara langsung bertatap muka maupun tidak langsung melalui media, dengan tujuan untuk mengubah sikap, pandangan, atau perilaku penerima pesan.

Komunikasi menjadi hal yang sangat mendasar dan tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia sebagai makhluk sosial. Agar komunikasi dapat berjalan dengan lancar, terdapat beberapa unsur dalam sebuah komunikasi, yaitu: adanya orang yang menyampaikan pesan (komunikator), adanya pesan (*message*) yang akan di sampaikan, serta orang yang akan menerima pesan (komunikan). Selain itu, komunikasi juga memiliki dua aspek, yaitu isi pesan (*the content of message*) dan lambing (*symbol*). Secara konkret, effendi (2017) menyatakan bahwa pesan adalah pikiran atau perasaan, sementara lambing adalah Bahasa.

Komunikasi adalah suatu aktivitas menyampaikan informasi, baik berupa pesan, ide, maupun gagasan dari satu pihak ke pihak lainnya. Aktivitas komunikasi biasanya dilakukan secara verbal atau lisan agar memudahkan kedua pihak untuk saling memahami. Secara harfiah komunikasi didefinisikan sebagai interaksi antara dua orang atau lebih untuk menyampaikan pesan atau informasi. Tujuan umum komunikasi adalah memberikan pengetahuan kepada orang lain. Komunikasi yang baik adalah komunikasi yang dapat dipahami dan dapat diterima orang lain. Selain secara verbal, komunikasi juga dapat dilakukan dengan Bahasa tubuh atau menggunakan gesture untuk tujuan tertentu. Menurut Everet M. Rogers dalam buku “pengantar ilmu komunikasi” karya cangara “komunikasi adalah proses dimana ide dilahirkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.” (rogers, 2007: 20)

Organisasi dan komunikasi memiliki keterkaitan dan berfokus pada setiap individu untuk mencapai tujuan organisasi. Bentuk komunikasi dapat bergantung pada metode dan teknologi yang digunakan, media yang dimanfaatkan, serta faktor faktor yang menghambat dan mendukung proses komunikasi dalam organisasi (koesonowidjojo, 2021).

Dari penjelasan definisi komunikasi diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran pesan dari komunikator kepada komunikan melalui suatu saluran dan menghasilkan sebuah efek. Dengan demikian, komunikasi dapat diartikan sebagai sebuah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seorang komunikator kepada penerima pesan atau komunikan dengan tujuan agar menimbulkan efek tertentu.

2.2.1.1 Karakteristik Komunikasi

Berdasarkan definisi definisi komunikasi yang telah dijelaskan, untuk mencapai komunikasi yang efektif, dapat disimpulkan bahwa terdapat enam karakteristik komunikasi, yaitu:

1. Komunikasi merupakan sebuah proses, ini berarti komunikasi adalah serangkaian kegiatan, tindakan, atau peristiwa yang terjadi secara berurutan.
2. Komunikasi merupakan upaya yang disengaja dan memiliki tujuan. Komunikasi dilakukan secara sadar dan pelaku yang terlibat didalamnya pasti memiliki kepentingan tertentu sesuai dengan keinginannya melakukan perbuatan tersebut.
3. Komunikasi menurut adanya keterlibatan dan partisipasi dan kerja sama dari orang-orang yang terlibat didalamnya.
4. Komunikasi bersifat simbolis. Artinya, komunikasi dilakukan dengan menggunakan simbol atau lambing tertentu. Lambang yang paling umum digunakan adalah Bahasa verbal, baik lisan maupun tulisan. Selain verbal, lambing non verbal juga digunakan melalui gestur, Gerakan tubuh, dan mimik atau ekspresi wajah.
5. Komunikasi bersifat transaksional. Transaksional berarti dalam proses komunikasi, keberhasilan penyampaian pesan dapat terwujud apabila kedua pihak yang terlibat memiliki kesepakatan mengenai hal-hal yang dikomunikasikan.
6. Komunikasi menembus ruang dan waktu. Komunikasi memungkinkan setiap manusia di dunia untuk melakukan aktivitas penyampaian pesan tanpa harus melalui tatap muka dan waktu yang bersamaan.

2.2.1.2 Unsur Unsur Komunikasi

Menurut Effendy dalam karyanya yang berjudul Dimensi Dimensi Komunikasi (1986;13), ia mengemukakan bahwa komunikasi terdiri dari unsur unsur atau komponen komponen tertentu:

- 1) Komunikator
- 2) Pesan
- 3) Media
- 4) Komunikan
- 5) Efek

Peneliti menguraikan unsur unsur atau komponen komponen tersebut sebagai berikut, berdasarkan pada adanya hal tersebut:

1. Komunikator

Istilah “komunikator” dan “komunikan” adalah istilah umum yang sering digunakan dalam setiap peristiwa komunikasi. Namun, dalam perkembangannya, banyak teori dan model komunikasi yang menggunakan istilah “sumber penerima” (*sources-receiver*). Menurut De Vito dalam buku Pengan Ilmu Komunikasi, komunikator dapat dijelaskan sebagai individu atau seseorang yang mengirimkan pesan melalui berbicara, menulis, menggunakan isyarat tubuh seperti tersenyum, dan juga menerima pesan melalui mendengar, membaca, dan sebagainya (De Vito dalam Rismawaty, 2014:96).

2. Komunikan

Komunikan atau penerima pesan, merupakan individu yang melakukan analisis dan interpretasi terhadap isi pesan yang diterimanya. Hal ini memungkinkan terjadinya proses komunikasi yang bersifat dua arah.

3. Pesan

Pesan merupakan informasi yang disusun oleh komunikator dan diteruskan kepada komunikan. Penyampaian pesan bisa dilakukan secara langsung atau melalui media, terutama jika komunikasi melibatkan jarak atau skala yang besar. Secara prinsip, pesan memiliki karakter abstrak. Namun, untuk memastikan pesan tersebut dapat dipahami oleh komunikan, komunikator perlu mengubahnya kedalam bentuk Bahasa, gambar, atau suara (Cangara, 2006:23).

4. Media

Media sering dipandang sebagai saluran komunikasi yang digunakan untuk mentransmisikan pesan, terkadang komunikasi tidak hanya terjadi melalui satu saluran saja, melainkan bisa melibatkandua atau bahkan tiga saluran secara bersamaan. Dalam bukunya “Penganr Ilmu Komunikasi” (*welcome to the world*), De Vito menyatakan bahwa : “media sering dianggap sebagai jalur komunikasi, dan jarang kali komunikasi hanya menggunakan satu jalur saja. Terkadang, kita dapat menggunakan dua atau tiga jalur secara bersamaan” (De Vito dalam Rismawaty, 2014: 110).

5. Efek

Efek komunikasi merujuk pada dampak atau hasil yang timbul dari pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Terdapat tiga jenis pengaruh yang bisa dirasakan oleh komunikan, yakni kognitif

(pengetahuan yang di peroleh komunikan tentang suatu hal) dan afektif (terbentuknya sikap) (De Vito dalam Rismawaty, 2014;126)

2.2.1.3 Bentuk Bentuk Komunikasi

Menurut Dedi Mulyana, seorang pakar Ilmu Komunikasi, Komunikasi dapat dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) adalah komunikasi yang dilakukan seseorang dengan dirinya sendiri, baik yang disadari maupun tidak disadari. Hal ini terjadi melalui proses persepsi, dimana seseorang menginterpretasikan dan memberikan makna pada objek yang di terima oleh panca indra nya.

Adapun fungsi dari komunikasi intrapribadi adalah;

- a. Menggambarkan kreativitas dan imajinasi, memahami diri sendiri, serta meningkatkan kematangan berpikir sebelum mengambil keputusan.
 - b. Membantu individu untuk tetap waspada dan sabar akan kejadian kejadian yang ada di sekitarnya.
2. Komunikasi antar pribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi yang terjadi secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya untuk menangkap reaksi satu sama lain secara langsung, baik secara verbal maupun non-verbal. Komunikasi antarpribadi juga dapat dilakukan melalui media komunikasi, seperti telephone atau radio komunikasi. Dalam proses komunikasi antar pribadi, kemampuan komunikator sangat diperlukan untuk mengekspresikan diri dan memahami peran orang lain (berempati). Untuk mencapai keberhasilan dalam komunikasi tatap muka, dibutuhkan penggunaan komunikasi verbal, Bahasa

isyarat, dan sikap yang sesuai. Bahasa verbal dan non verbal digunakan secara gabungan sehingga tercipta keserasian dalam berkomunikasi.

3. Komunikasi kelompok

a. Komunikasi kelompok kecil (*small group communication*) adalah komunikasi yang ditujukan untuk mempengaruhi kognisi atau cara berpikir komunikan, dan menyampaikan pesannya kepada benak dan pikiran komunikan. Contohnya seperti ceramah, diskusi, rapat, seminar, dan kegiatan sejenis lainnya. Dalam komunikasi kelompok kecil, prosesnya berjalan secara dialogis, tidak linier melainkan sirkular. Dan kegiatan sejenis lainnya. Dalam komunikasi kelompok kecil, prosesnya berjalan secara dialogis, tidak linier melainkan sirkular. Dan umpan balik terjadi secara verbal.

b. Komunikasi kelompok besar (*large group communication*) adalah komunikasi yang ditujukan untuk mempengaruhi afeksi atau perasaan komunikan, baik menyentuh hati maupun emosinya. Komunikasi dalam kelompok besar bersifat satu arah, yaitu dari komunikator kepada komunikan, tidak terjadi secara dua arah atau timbal balik.

4. Komunikasi massa menurut *Defleur* dan *Dennis* dalam bukunya "*Understanding mass communication*" (1985), komunikasi massa adalah proses dimana komunikator menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan secara terus menerus agar terciptanya makna makna yang diharapkan dapat memengaruhi khalayak yang besar dan beragam melalui berbagai cara. Contoh media massa yang akan digunakan meliputi media cetak (seperti surat kabar dan majalah) serta media elektronik (seperti radio dan

televisi). Pesan pesan yang disampaikan bersifat umum dan disampaikan dengan cepat, serentak, serta sekilas.

5. Komunikasi organisasi (*organizational communication*) adalah proses pengiriman dan penerimaan berbagai pesan dalam satu organisasi, baik dalam kelompok formal maupun informal. Komunikasi organisasi sering melibatkan komunikasi diasik dan komunikasi anatrpribadi. Komunikasi organisasi memiliki tiga fungsi umum, yaitu produksi dan pengaturan, pembaruan (inovasi), serta sosialisasi dan pemeliharaan,

Berdasarkan uraian tentang bentuk bentuk komunikasi diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah interaksi yang dapat memberikan pemahaman, dan prosesnya bertujuan untuk memahami maupun dipahami oleh pihak pihak yang terlibat.

2.2.1.4 Tujuan dan Fungsi Komunikasi

Menurut pakar komunikasi Prof. Drs. Onong Uchjana Effendi, M.A, (2014) komunikasi memiliki beberapa tujuan, antara lain:

1. Perubahan sikap: setiap pesan baik dalam bentuk berita maupun informasi, yang disebarkan secara luas, baik melalui interaksi personal maupun melalui media massa, memiliki potensi untuk secara perlahan mengubah sikap individu secara bertahap.
2. Perubahan opini/pendapat: melalui penyampaian informasi yang bergam kepada masyarakat, tujuannya adalah untuk mengubah pendapat dan pandangan mereka terhadap suatu topik tertentu, dengan harapan akhirnya

mereka akan memperbarui prespektif mereka terhadap tujuan yang ingin dicapai melalui informasi tersebut.

3. Perubahan perilaku: dalam proses perubahan perilaku, komunikasi memiliki peran yang terstruktur, mempengaruhi individu untuk mengadopsi perilaku tertentu secara sistematis.
4. Perubahan sosial: dengan menyediakan informasi yang beragam kepada masyarakat, tujuannya adalah agar masyarakat mau mendukung dan berpartisipasi dalam mencapai tujuan yang disampaikan melalui informasi tersebut.

Komunikasi memiliki dampak yang signifikan terhadap penerima pesan atau informasi, mampu mengubah sikap, pendapat, pandangan, perilaku, bahkan masyarakat secara keseluruhan, dengan informasi yang disampaikan oleh komunikator. Komunikasi memiliki fungsi yang meliputi:

1. Memberikan informasi: fungsi komunikasi adalah sebagai media untuk menyampaikn informasi mengenai peristiwa, gagasan dan perilaku orang lain, serta segala hal yang perlu disampaikan.
2. Mendidik: fungsi komunikasi sebagai sarana Pendidikan memungkinkan manusia untuk mentransfer ide dan pengetahuan kepada orang lain melalui interaksi komunikasi, seperti dalam proses belajar-mengajar yang melibatkan saling pemahaman.
3. Menghibur: komunikasi juga berperan sebagai saran hiburan, yang dapat memberikan kesenangan dan menghindari kejenuhan bagi penerima informasi. Saat ini, banyak informasi disampaikan melalui hiburan, memberikan efek menghibur.

4. Memengaruhi: fungsi komunikasi sebagai alat untuk memengaruhi dan mengubah perilaku komunikasi sesuai dengan yang di harapkan.

2.2.1.5 Hambatan Komunikasi

Komunikasi adalah proses transfer pesan dari satu entitas ke entitas lainnya, yang sering kali dihadapkan pada berbagai hambatan selama prosesnya. Effendy dalam karyanya “Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi” menyajikan gambaran umum tentang berbagai hambatan yang sering muncul dalam proses komunikasi, yang meliputi:

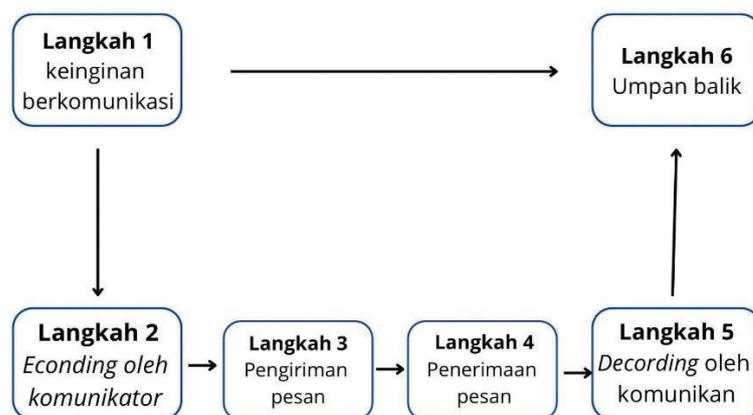
1. Gangguan merujuk pada segala faktor yang menghambat aliran komunikasi, yang dapat di kelompokkan menjadi gangguan mekanik dan semantic. Dalam konteks ini :
 - a. Gangguan mekanik (*mechanical channel noise*) adalah gangguan yang timbul dari kebisingan atau gangguan fisik dalam saluran komunikasi.
 - b. Gangguan semantic (*semantic noise*) adalah gangguan yang berkaitan dengan pemahaman pesan komunikasi yang terganggu, dimana gangguan semantic merusak makna pesan melalui penggunaan Bahasa.
2. Kepentingan mendorong individu untuk memilih dengan cermat dalam menafsirkan atau merespon pesan. Seseorang cenderung hanya memusatkan perhatian pada rangsangan yang relevan dengan kepentingannya.
3. Motivasi yang tertekan akan menggerakkan individu untuk bertindak sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan kekurangannya.
4. Prasangka menjadi salah satu rintangan utama dalam proses komunikasi karena individu yang memiliki perasangka cenderung bersikap curiga dan menolak komunikator sebelum komunikasi dimulai (Effendy, 2003:45-59)

2.2.2 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal (De Vito, 2010) mengarah pada sebuah komunikasi didalam diri seorang. Hal ini adalah sebuah proses memikirkan, mengevaluasi, merasakan, serta menafsirkan sebuah peristiwa didalam pikiran seseorang. Komunikasi intrapersonal menjadi bentuk komunikasi pada manusia yang paling murni serta paling dasar. Pada setiap moment dalam kehidupan, manusia mendapatkan pesan melalui mata, kulit, telinga, hidung, ataupun alat indra lainnya.

Dari pengertian pengertian yang di paparkan, dapat dikatakan bahwa komunikasi interpersonal atau antar pribadi komunikasi yang dilakukan para pelakunya dalam skala jumlah yang terbatas dan kecil. Diantaranya komunikasi interpersonal dilakukan dengan para pelakunya yang saling mengenal dan akrab, oleh karena itu komunikasi interpersonal (antarpribadi) bisa dikatakan komunikasi yang paling efektif dalam mengubah sikap. Pendapat atau perilaku seseorang.

Gambar 2. 1 Proses Komunikasi Interpersonal



1. Seorang komunikator memiliki dorongan untuk berkomunikasi dan berbagi gagasan dengan orang lain.
2. *Encoding* oleh komunikator, tindakan menyusun isi pikiran atau gagasan ke dalam simbol-simbol, kata-kata, atau bentuk lainnya sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang disusun dan cara penyampaiannya.
3. Pengiriman Pesan, Untuk menyampaikan pesan kepada orang yang diinginkan, komunikator memilih jalur komunikasi yang tepat.
4. Penerimaan Pesan, Pesan yang telah disampaikan oleh komunikator telah diterima oleh komunikan.
5. *Decoding* oleh Komunikan, *Decoding* adalah aktivitas yang terjadi di dalam pikiran penerima. Ini adalah proses di mana penerima memahami pesan yang diterima dari komunikator dengan akurat, memberikan arti yang sesuai pada simbol-simbol seperti yang diinginkan oleh komunikator.
6. Umpan Balik, Setelah menerima dan memahami pesan, komunikan memberikan respons atau umpan balik.

2.2.2.1 Fungsi komunikasi interpersonal

Seperti dibahas diatas, itu juga merupakan fungsi komunikasi interpersonal

(De Vito, 2010) Memiliki 6 fungsi yaitu:

1. Membentuk dan menjaga hubungan baik antar individu
2. Menyampaikan pengetahuan atau informasi
3. Mengubah sikap dan perilaku
4. Pemecahan masalah hubungan antar manusia
5. Citra diri menjadi lebih baik
6. Jalan menuju sukses

2.2.2.2 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Terdapat enam tujuan dalam komunikasi interpersonal (De Vito, 2010), antara lain:

1. Menemukan personal atau pribadi

Dalam komunikasi interpersonal terdapat peluang untuk saling berbicara mengenai apa yang disukai atau tentang diri kita yang menjadikan komunikasi tersebut menjadi menarik dan nyaman dibicarakan. Dengan membahas diri kita kepada orang lain, kita memberikan umpan balik terhadap perasaan, pikiran dan perilaku kita.

2. Menemukan dunia luar

Dengan komunikasi interpersonal membuat kita bisa menjadi paham lebih banyak mengenai diri kita dan orang lain yang kita ajak berkomunikasi. Banyak informasi yang bisa kita ketahui datang dari komunikasi interpersonal.

3. Membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti

Salah satu keinginan orang yang sangat besar yaitu terbentuknya dan terpeliharanya hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu yang dimanfaatkan dalam komunikasi interpersonal yang diabdikan untuk membuat dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain.

4. Merubah sikap dan tingkah laku

Dengan komunikasi interpersonal membuat banyak waktu yang bisa dimanfaatkan untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain, kita oleh memberikan mereka pilihan seperti mencoba diet dengan cara baru,

membeli barang tertentu, menonton film, menulis, membaca buku dan banyak waktu yang digunakan dalam posisi interpersonal.

5. Untuk bermain dan kesenangan

Berbicara dengan teman tentang kegiatan kita di waktu akhir pekan, melakukan diskusi tentang olahraga, bercerita cerita lucu pada umumnya hal tersebut merupakan pembicaraan yang menghabiskan waktu. Dengan komunikasi interpersonal semacam itu bisa memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang membutuhkan rileks terhadap semua keseriusn pada lingkungan kita.

6. Untuk membantu

Ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi memakai komunikasi interpersonal dalam aktivitas professional mereka untuk memberikan arahan pada kliennya. Ini memiliki fungsi untuk membantu orang lain dalam interaksi interpersonal kita sehari hari. Kita berkonsultasi dengan seorang teman yang putus cinta, berkonsultasi dengan mahasiswa mengenai mata kuliah dan sebagainya.

2.2.2.3 Efektivitas Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal yang efektif di mulai dengan lima kualitas umum: keterbukaan, empati, dukungan, kepostifan, dan kesetaraan (Devito, 1997;259-26).

1. Keterbukaan (*openness*)

Meiliki pengertian bahwa dalam komunikasi antarpribadi yang efektif, individu harus terbuka pada pasangan yang diajak berinteraksi, kesediaan untuk membuka diri dan memberikan informasi, lalu kesediaan untuk

mengakui perasaan dan pikiran yang dimiliki, dan juga mempertanggung jawabkannya. Agar komunikasi interpersonal yang dilakukan menghasilkan hubungan interpersonal yang efektif dan kerjasama bisa ditingkatkan, maka kita perlu bersikap terbuka.

2. Empati (*empathy*)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk menempatkan dirinya pada posisi atau peran orang lain. Dalam arti bahwa seseorang secara emosional maupun intelektual mampu memahami apa yang dirasakan dan dialami orang lain.

3. Sikap mendukung (*supportiveness*)

Komunikasi interpersonal akan efektif apabila dalam diri seseorang ada perilaku *supportiveness*. Maksudnya satu dengan yang lainnya saling memberikan dukungan terhadap pesan yang di sampaikan. Sikap yang mendukung adalah sikap yang mengurangi sikap desensive dalam komunikasi yang dapat terjadi karena faktor faktor personal seperti ketakutan, kecemasan, dan lain lainnya yang menyebabkan komunikasi interpersonal akan gagal, karena orang desenive akan lebih banyak melindungi diri sendiri dari ancaman yang ditanggapi dalam komunikasi dibandingkan memahami orang lain.

4. Sikap positif (*positiveness*)

Sikap positif dalam komunikasi interpersonal dibagi menjadi dua cara, yaitu: menyatakan sikap positif dan secara positif mendorong orang yang menjadi teman untuk berintraksi. Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek

dari komunikasi interpersonal terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak ada yang lebih menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang tidak bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi atau suasana interaksi.

5. Kesehatan

Keefektifan komunikasi interpersonal juga ditentukan oleh kesamaan kesamaan yang dimiliki pelakunya seperti nilai, sikap, watak, perilaku, kebiasaan, pengalaman, dan sebagainya. Komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan. Dalam suatu hubungan interpersonal yang ditandai oleh kesetaraan, ketidaksependapatan dan konflik lebih dilihat sebagai upaya untuk memahami perbedaan yang pasti ada di antara mereka sebagai kesempatan kita menerima dan menyetujui begitu saja semua perilaku verbal dan nonverbal pihak lain, atau menurut istilah kesetaraan meminta kita untuk memberikan penghargaan positif tak bersyarat kepada orang lain.

2.2.3 Perilaku

Perilaku adalah tindakan atau aktivitas dari manusia itu sendiri yang mempunyai bentangan yang sangat luas Notoatmodjo (2003) menjelaskan antara lain: berjalan, berbicara, menangis, tertawa, bekerja, kuliah, menulis, membaca, dan sebagainya. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku

manusia adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia, baik yang diamati langsung maupun yang tidak dapat diamati oleh pihak luar.

Perilaku juga diartikan sebagai suatu reaksi psikis seseorang terhadap lingkungannya, reaksi yang dimaksud digolongkan menjadi dua, yakni:

1. Bentuk pasif (tanpa tindakan nyata atau konkret)
2. Bentuk aktif (dengan tindakan konkret)

2.2.3.1 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi

Faktor faktor yang mempengaruhi perilaku manusia (De Vito, 2010):

1. Genetika
2. Sikap adalah suatu ukuran tingkat kesukaan seseorang terhadap perilaku tertentu.
3. Norma sosial adalah pengaruh tekanan sosial.
4. Control perilaku pribadi adalah kepercayaan seseorang mengenai sulit tindakannya melakukan suatu perilaku.

Ada juga faktor lain yang mempengaruhi perilaku, Dalam ilmu psikologis dan juga perkembangan, terdapat beberapa faktor faktor yang berperan penting terhadap perilaku manusia itu sendiri yang berkaitan dengan teori dan konsep perilaku dalam psikologi tadi. Diantaranya:

1. Faktor biologis

Dalam faktor ini perilaku manusia akan sangat mempengaruhi dan juga dengan situasi serta lingkungan dimana dia berada. Interaksi psikologi sosial juga cukup mempengaruhi tingkah laku dan juga perilaku seseorang. Contohnya saja ketika kita merawat anak juga adanya motif biologis lain yang dapat mempengaruhi perilaku manusia.

2. Faktor sosiopsikologis.

Dalam faktor ini terdapat sebuah komponen emosional dari kehadiran faktor sosiopsikologis pada seseorang. Komponen yang satu ini berkaitan dengan komponen kognitif dan juga kehadiran aspek intelektual manusia. Komponen yang satu ini juga berpengaruh pada kebiasaan dan juga kemauan untuk melakukan berbagai Tindakan.

3. Sikap

Sikap juga sangat mempengaruhi perilaku seseorang, dimana di dalamnya terdapat tingkah laku atau Tindakan seseorang, persepsi dan juga cara berfikir seseorang yang di dalam dirinya merasa bahwa apa yang telah dilakukannya akan berkaitan dengan sebuah situasi dan juga nilai yang ada di dalam dirinya. Sikap juga sangat mempengaruhi dari adanya daya pendorong seseorang dalam melakukan motivasi pada orang lain yang ada disekitarnya. Sehingga dalam hal ini juga bisa menimbulkan sebuah pengalaman yang cukup baik.

4. Faktor emosi

Hal yang satu ini akan berpengaruh pada tingkah laku atau perilaku seseorang. Dimana faktor emosi ini lah yang membuat mood mempengaruhi segala hal yang kita lakukan. Kemudian terjadi perubahan persepsi dalam

stimuli dalam merangsang alat indra. Untuk intensitas nya sendiri memang tergantung dari diri orang tersebut, bisa dalam skala ringan, namun bisa juga dalam skala yang cukup kuat. Emosi juga bisa membuat perhatian lebih meningkat pada sesuatu hal yang membuat kita tegang, dimana di dalamnya berkaitan juga dengan rangsangan fisiologi, detak jantung yang kuat dan juga naiknya tekanan darah seseorang.

5. Komponen kognitif

Untuk faktor yang satu ini akan berkaitan dengan sebuah kepercayaan seseorang, dimana komponen kognitif dalam sikap merupakan sesuatu hal yang ada di dalam keyakinan, serta sesuatu yang membuat kita membenarkan atau tidak membenarkan. Kepercayaan ini juga bisa menimbulkan sebuah sikap perspektif seseorang dalam menentukan sikapnya pada orang yang ada disekitarnya.

2.2.3.2 Jenis Jenis Perilaku

Perilaku manusia itu dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Perilaku yang refleksi adalah perilaku yang terjadi atas reaksi secara spontan terhadap stimulus yang mengenai organisme tersebut. Perilaku ini terjadi dengan sendirinya, secara otomatis. Stimulus yang diterima oleh organisme atau individu tidak sampai ke pusat susunan syaraf atau otak, sebagai pusat kesadaran, sebagai pusat pengadilan dari perilaku manusia. Stimulus diterima oleh reseptor, begitu langsung respons timbul melalui faktor, tanpa melalui pusat kesadaran atau otak. Misalnya: reaksi kedip mata bila kena sinar, gerak lutut bila kena sentuhan palu, menarik jari bila jari kena api dsb.

2. Perilaku yang non refleksi. Perilaku ini dikendalikan atau diatur oleh pusat kesadaran atau otak. Dalam kaitan ini stimulus setelah diterima oleh respon kemudian diteruskan ke otak. Dalam kaitan ini stimulus setelah diterima oleh respon kemudian melalui faktor. Proses yang terjadi dalam otak atau pusat kesadaran ini disebut proses psikologi.
3. Perilaku atas dasar proses psikologis inilah disebut aktifitas psikologis. Pada perilaku manusia, perilaku psikologi inilah yang dominan, perilaku yang banyak pada diri manusia, dan adanya perilaku yang refleksif.

2.2.3.3 Pembentukan Perilaku Manusia

Cara pembentukan (Fitri, 2018) perilaku sebagai berikut:

1. Cara pembentukan perilaku dengan kondisioning atau kebiasaan Dengan cara membiasakan diri, seorang dapat berperilaku seperti yang apa diharapkan sesuai kebiasaan kita. Missal : anak dibiasakan pagi, atau menggosok gigi sebelum tidur, mengucapkan terima kasih bila diberi sesuatu oleh orang lain, membiasakan diri untuk tidak datang terlambat disekolah.
2. Pembentukan perilaku dengan pengertian (*insight*) Perilaku ini atas dasar pengertian dari dalam diri seseorang dan kesadarannya. Karena dengan begitu, maka tercapailah pembentukan perilaku dengan pengertian. Missal datang kuliah jangan sampai telat, karena hal tersebut dapat mengganggu teman teman yang lain. Bila naik motor harus pakai helm, karena helm

tersebut untuk keamanan dan keselamatan. Dengan teori ini, bermaksud agar seseorang bisa menghargai peraturan yang telah ditentukan dan lingkungan sekitar.

3. Pembentukan perilaku dengan menggunakan model Model pembentukan ini sebagai contoh atau peranan terpenting atau menjadi patokan dalam seseorang yang bisa ditiru oleh bawahannya atau anggotanya. Missal orang tua biasa sering menjadi sebagai contoh bagi anaknya, pemimpin sebagai panutan yang dipimpinya, ketua kelas menjadi patokan dalam mengetahui dan sebagainya. Cara ini didasarkan atas teori belajar sosial (*social learning theory*) atau *observational learning theory* yang oleh Bandura (1997).

2.2.4 Phubbing

Secara khusus, konsep dari “*Phubbing*”, dapat didefinisikan sebagai Tindakan menghina orang lain dalam interaksi sosial dan berfokus pada *smartphone* sehingga berdampak negative dan mempengaruhi kepuasan hubungan dan perasaan kesejahteraan pribadi.

Pengertian lain, mengatakan *phubbing* dapat digambarkan sebagai individu yang melihat ponselnya selama percakapan dengan orang lain, berurusan dengan ponsel dan melarikan diri dari komunikasi interpersonal. *Phubbing* adalah konsep yang menyebabkan seseorang mengabaikan orang lain, tidak membangun atau mengembangkan hubungan dengan mereka, dan tidak terhubung dengan mereka karena mereka lebih fokus pada perangkat seluler dan dunia virtual mereka daripada orang yang sebenarnya.

Menurut David E. dan Roberts A (1998). perilaku *Phubbing* dapat berdampak buruk bagi kesejahteraan orang yang menjadi sasarannya. Sehingga

interaksi interpersonal yang buruk dapat langsung dicegah dengan melakukan *phubbing*. Perilaku *phubbing*, di sisi lain, di artikan oleh Nazir dan Piskin sebagai perilaku yang terus menatap *smartphone* saat berbicara dengan orang lain.

Menurut penelitian Koc dan Ugur (1991), perilaku *phubbing* adalah perilaku yang lebih asyik dengan ponsel daripada berhubungan langsung dengan orang lain. Jika perilaku ini menjadi kebiasaan, hal itu dapat mengganggu lingkungan sekitar. Meski sudah ada Batasan, orang yang terbiasa dengan perilaku *phubbing* tidak akan mudah merelakan *smartphone*.

Berdasarkan pengertian *phubbing* di atas, dapat disimpulkan bahwa *phubbing* adalah perilaku yang dilakukan oleh seseorang dengan berfokus kepada *smartphone* nya dan mengabaikan orang atau kejadian yang ada di sekelilingnya, sehingga interaksi sosial dapat terganggu.

2.2.4.1 Ciri Ciri Perilaku Phubbing

Menurut Ridho dalam Hamdiah (2018), ciri ciri perilaku *phubbing* ada 3 yaitu:

1. Ketika dalam kontak sosial primer langsung tanpa perantara, orang cenderung kurang begitu aktif berkomunikasi. Misalnya seperti mengacuhkan orang-orang disekitar, menggunakan *smartphone* saat berada ditempat umum, dan menggunakan *smartphone* saat berada di rumah.
2. Selalu berfokus pada *smartphone* sambil mengabaikan apa yang dikatakan orang lain dalam percakapan, seperti menggunakan *smartphone* secara berlebihan dan melakukan aktivitas sambil memainkan *smartphone* sehingga orang disekitar tidak diperhatikan.
3. Menghina/menyakiti seseorang dalam lingkungan sosial dengan memperhatikan *smartphone* nya. Misalnya menggunakan *gadget* saat

berbicara dengan orang lain, meyakini orang lain karena terlalu focus dengan *gadget* sehingga orang lain merasa tersinggung.

2.2.4.2 Faktor Faktor Mempengaruhi Perilaku *Phubbing*

Menurut Nazir dan Bulut (2019) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku *Phubbing* antara lain:

1. Kecanduan *smartphone* atau kecanduan Internet

Penggunaan internet yang berlebihan sering menyebabkan kecanduan *gadget*. Penggunaan internet yang berlebihan dapat mempersulit untuk mempelajari hal hal baru dan dapat mempersulit untuk mempelajari hal hal baru dan dapat menahan keinginan seseorang untuk menyelidiki fitur atau situs web yang dapat diakses melalui internet dalam waktu yang cukup lama, membuatnya melupakan lingkungan dan kehidupan nyatanya, dan perilaku lahirnya semacam ini disebut sebagai *phubbing*.

2. Kecanduan media sosial

Meskipun media sosial pertama kali ini dibuat untuk meningkatkan komunikasi, mode komunikasi ini misalnya facebook, twitter, whatsapp, Instagram. Semua aplikasi ini dapat membuat semua orang lebih aktif di media sosial, mengabaikan kehidupan dunia nyata mereka. Media sosial awalnya dikembangkan sebagai sarana komunikasi, namun realitanya media sosial dapat membuat seseorang kecanduan secara terus terusan menggunakannya. Adapun media sosial yang dapat digunakan facebook, Instagram, tiktok dan sebagainya. Semua aplikasi itu diterima dan diakses dengan mudah dimana saja melalui *gadget*. Media sosial ini memungkinkan individu untuk hidup di dunia maya dan berusaha menunjukkan kehadirannya

di dunia maya dan melupakan kehidupan nyata mereka. Perilaku seperti itu menggambarkan perilaku *phubbing*.

3. Kecanduan *Game*

Game menjadi salah satu sumber kecanduan *gadget*. Banyak orang bermain *video game* untuk bersantai dan berkeha leha dan mengakibatkan mengalihkan perhatian mereka. Jejaring sosial modern perusahaan menggunakan *game* sebagai salah satu Teknik untuk membuat pengguna sibuk dan *online* untuk jangka waktu yang lebih lama. *Game Online* sering disebut mencegah pengguna mengatur waktu mereka secara efektif. Tidak menyadari hal ini, seseorang mulai melakukan *phubbing*. Bermain *video game* dapat membuat seseorang menjadi gembira dan melupakan lingkungan sekitarnya. Akibatnya, kecanduan game online dapat berkontribusi pada perilaku *Phubbing*.

4. Faktor pribadi dan situasional

Tipe kepribadian introvert merupakan salah satu sifat pribadi yang dapat mempengaruhi terjadinya perilaku *phubbing*. Sengaja menghindari percakapan dengan orang-orang yang menunjukkan sedikit minat untuk melukukannya. Namun, keadaan kontekstual yang memengaruhi prevalensi aktivitas *phubbing* sangat bervariasi. Contohnya, Ketika seorang sedang menunggu berita, terutama berita kritis atau serius, mereka sering mengecek *gadget* mereka. Terkadang dalam kuliah Panjang atau dalam rapat orang sering melakukan *phubbing* daripada mendengarkan atau memperhatikan seseorang yang ada disekitarnya. Faktor lain yaitu kebosanan mereka butuh

istirahat sehingga mereka sering mengeluarkan *gadget* untuk berselancar atau semacam istirahat mental yang mereka ambil.

2.2.4.3 Dimensi Perilaku Phubbing

Adapun dimensi dimensi *phubbing* menurut Karadag (2010) sebagai berikut :

a. Gangguan komunikasi (*Communication Disturbance*)

Penggunaan *Gadget* sebagai elemen disruptif dalam interaksi, baik secara langsung maupun tidak langsung, menyebabkan kesulitan komunikasi. Menjawab panggilan saat berkomunikasi, bereaksi terhadap teks dan obrolan saat berkomunikasi, dan memeriksa notifikasi media sosial saat berkomunikasi adalah tiga aspek gangguan komunikasi.

b. Obsesi Terhadap Ponsel (*phone obsession*)

Obsesi terhadap ponsel disebabkan oleh dorongan untuk menggunakan telephone seluler dengan frekuensi tinggi dan terus menerus, meskipun untuk komunikasi bertemu langsung.

2.2.5 Teknologi Digital

Menurut Roger (2015) teknologi adalah suatu rancangan (desain) untuk alat bantu Tindakan yang mengurangi ketidakpastian dalam hubungan sebab akibat dalam mencapai suatu hal yang diinginkan. Jacques Ellul mengartikan teknologi sebagai keseluruhan metode yang secara rasional menharah dan memiliki ciri efisiensi dalam setiap kegiatan manusia. Menurut Iskandar Alisyahbana Teknologi telah dikenal manusia sejak jutaan tahun yang lalu karena dorongan untuk hidup yang lebih nyaman, lebih Makmur dan lebih sejaterah.

Teknologi digital adalah teknologi informasi yang mengutamakan tugas tugas yang dapat diselesaikan tanpa tenaga manusia. Tetapi lebih rentan terhadap system operasi otomatis yang sangat canggih dengan system atau format terkomputerisasi yang dapat dipahami computer.

Teknologi digital pada dasarnya hanyalah system menghitung sangat cepat yang memproses semua bentuk bentuk informasi sebagai nilai nilai numeris. Perkembangan teknologi ini membawa perubahan pada kualitas dan efisiensi kapasitas data yang dibuat dan dikirimkan, seperti gambar menjadi semakin jelas karena kualitas yang lebih baik, kapasitas menjadi lebih efisien dan proses pengiriman yang semakin cepat.

Teknologi digital menggunakan sistem bit dan bite, untuk menyimpan data dan memproses data, sistem digital mempekerjakan sejumlah besar switch listrik mikroskopis hanya memiliki dua keadaan atau nilai (Biner 0 dan 1). Dari sistem ini dihasilkan berbagai perkembangan yang sangat signifikan seperti bidang komunikasi, transformasi informasi, pengolahan data, keamanan data dan penanganan kegiatan yang semakin komplek. Komunikasi yang telah berkembang pesat dengan adanya penemuan jaringan komunikasi data yang semakin maju mulai dari jaringan HSDPA, 2G, 3G, 4G bahkan sudah mulai masuk keteknologi tinggi yaitu 5G. Kecepatan perkembangan teknologi jaringan ini begitu singkat dan melampaui batas kecepatan perkembangan hardware, sehingga banyak konsumen teknologi informasi yang selalu harus mengikuti perkembangan ini agar dapat menikmatinya. Disaat masih menikmati jaringan 4G telah ada jaringan yang lebih cepat dan besar kapasitasnya.

Teknologi digital akan terus berkembang. Pada masa yang akan datang, perkembangan teknologi ini dipengaruhi tiga faktor, yaitu transisi digital, konvergensi jaringan, dan infrastruktur digital. Konvergensi jaringan adalah efisiensi dan efektifitas jaringan komunikasi yang dapat digunakan seperti telepon, video dan komunikasi baik dirumah maupun pada perusahaan. Semakin tingginya kebutuhan konvergensi jaringan ini maka teknologi akan berubah mengarah ke kebutuhan tersebut.

2.2.6 Generasi Z

Don Tapscott (2009) dalam bukunya *Grown Up Digital* membagikan demografi penduduk kepada beberapa kelompok berikut:

1. *Pre baby boom* (lahir pada 1945 dan sebelumnya)
2. *The baby boom* (lahir antara 1946-1964)
3. *The baby bust* (lahir antara 1956-1976)- Generasi x
4. *The echo of the baby boom* (lahir antara 1977 – 1997) -Generasi Y
5. *Generation net* (lahir antara 1998 hingga 2009) – Generasi Z
6. *Generation alpha* (lahir pada 2010)-Generasi A

Generasi yang dikenal sebagai Generasi Z adalah generasi yang mulai muda dan sangat paham teknologi. Dalam hal keterampilan yang mereka memiliki, generasi Z mewakili 18% dari populasi global. Anak muda generasi Z menghabiskan hamper seluruh waktu luang mereka di internet. Jejaring sosial telah menjadi cara umum bagi generasi Z untuk berteman dengan banyak orang. Namun, mereka tidak terlalu bagus dalam sosialisasi tatap muka. Generasi Z dianggap lebih individualistis karena bisa mendapatkan semua pengetahuan yang di butuhnya dari layar di depannya.

Artikel yang ditulis oleh Csobanka tentang generasi Z, generasi Z diidentifikasi dengan beberapa hal berikut:

1. Generasi yang lahir di era milenial.
2. Generasi ini tidak mengenal dunia tanpa internet.
3. Generasi yang selalu menggunakan internet dan sosial *network* (jejaring sosial)
4. Generasi yang memiliki global *Connectivity*, sangat fleksibel, cerdas, toleran, dan bergaul dengan budaya yang berbeda.
5. Generasi ini menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi utama.
6. Merupakan konsumen serta penyedia informasi.
7. Mampu menggunakan gawai dengan sangat baik.
8. Memiliki ribuan kontak online.
9. Generasi Z memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan dengan cepat.
10. Tidak dapat dibatasi oleh tempat, generasi Z tahu bagaimana memanfaatkan gawai untuk menelusuri informasi informasi di dunia.
11. Cara belajar dan bermain yang sangat berbeda dengan generasi sebelumnya.
12. Generasi Z memiliki "*emotional Incompetency*" yang menyebabkan kurang control terhadap emosi atau emosi yang suka meledak meledak.

Dari sekian banyak identifikasi yang tercantum diatas, jelaskan bahwa generasi Z belajar dengan cara yang dan dengan focus yang sama. Juga tidak mungkin untuk mengajar generasi ini dengan cara yang sama seperti yang kita

ajarkan pada generasi sebelumnya. Kurikulum generasi ini sangat unik dan selalu menekankan “*networking*”.

2.2.7 Media Sosial

Kent (2001) mendefinisikan Media sosial sebagai segala bentuk media komunikasi interaktif yang memungkinkan terjadinya interaksi dan umpan balik dua arah. Meluasnya perkembangan media sosial telah menarik orang untuk belajar dari perspektif yang berbeda.

Reuben (2006) menyebutkan bahwa media sosial merupakan kekuatan potensial dan sebagai bagian dari komponen pemasaran dan penyebaran informasi secara menyeluruh di perguruan tinggi. Menurut asosiasi pengguna jasa internet Indonesia/ APJII 19-34 tahun dengan jumlah sekitar 49,52% dari total pengguna, dan mahasiswa merupakan populasi terbesar dalam rentang usia tersebut.

Ruli Nasrullah dalam buku Media Sosial, menyimpulkan bahwa media sosial adalah media di internet yang memungkinkan pengguna untuk menampilkan diri dan berinteraksi dengan pengguna lain, berkolaborasi, berbagi, berkomunikasi, berinteraksi dan membentuk ikatan sosial virtual. Berdasarkan pengertian media sosial di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah suatu jaringan online yang dapat digunakan sebagai alat komunikasi yang mendukung interaksi sosial secara virtual.

2.2.7.1 Jenis Jenis Media Sosial

Nasrulloh (2015) Pada dasarnya media sosial dapat dibagi menjadi enam jenis berdasarkan ciri-ciri penggunaannya, yaitu:

1. Proyek kolaboratif, di mana memungkinkan user-nya diizinkan untuk dapat membuat konten bersama. Dalam proyek kolaboratif, seseorang

membedakan antara situs web yang memungkinkan pengguna untuk menambah, menghapus, dan mengubah konten berbasis teks dan aplikasi bookmark sosial yang memungkinkan pengumpulan dan peringkat tautan internet atau konten media berbasis grup yaitu Ensiklopedia dan Wikipedia.

2. Blog, merupakan media sosial yang setara dengan halaman web pribadi dan dapat masuk banyak variasi yang berbeda dan pengguna diberikan kebebasan. Blog biasanya dikelola oleh satu orang saja, tetapi memberikan kemungkinan interaksi dengan orang lain dengan adanya komentar, seperti Twitter
3. Konten, dimana pengguna di website ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti e-book, foto, gambar, presentasi powerpoint, dan video yaitu youtube.
4. Situs jejaring sosial, merupakan aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan membuat informasi pribadi profil, mengundang teman dan kolega untuk memiliki akses ke profil tersebut, dan mengirim email dan pesan instan antara satu sama lain, seperti misalnya Facebook.
5. Virtual game world, di mana pengguna melalui aplikasi 3D dapat muncul dalam bentuk avatar yang dipersonalisasi dan berinteraksi dengan satu sama lain seperti dalam kehidupan nyata, seperti game online.
6. Virtual sosial world, merupakan aplikasi berwujud dunia virtual yang memberi kesempatan pada penggunanya berada dan hidup di dunia virtual untuk berinteraksi dengan yang lain. Virtual sosial world ini tidak jauh berbeda dengan virtual game world, namun lebih bebas terkait dengan berbagai aspek kehidupan, seperti Second Life.

2.2.7.2 Karakteristik Media Sosial

Menurut Rizky Ramanda Gustam (2020) dalam penelitiannya terdapat beberapa karakteristik media sosial yaitu:

1. Partisipasi, mendorong kontribusi dan umpan balik dari setiap orang yang tertarik atau berminat menggunakannya, hingga mengaburkan batas antara media dan audien.
2. Keterbukaan, sebagian besar media sosial menerima masukan dan partisipasi melalui voting saran, komentar dan berbagi informasi. Jarang ada pembatasan dalam mengakses dan menggunakan konten pesan.
3. Perbincangan, kemungkinan terjadinya percakapan “dua arah” antar pengguna.
4. Komunitas, media sosial memungkinkan terbentuknya komunitas secara cepat dan komunikasi yang efektif tentang berbagai isu atau kepentingan.
5. Keterhubungan, sebagian besar media sosial tumbuh subur karena kemampuannya untuk melayani konektivitas antar pengguna melalui fasilitas penghubung ke situs web, sumber informasi, dan pengguna lain.

2.2.7.3 Peran dan Fungsi Media Sosial

Menurut Rizky Ramanda Gustam (2020) menguraikan peran dan fungsi media sosial, diantaranya yaitu:

1. Kesederhanaan, media sosial sangat mudah digunakan bahkan untuk orang tanpa dasar TI pun dapat mengaksesnya yang dibutuhkan hanyalah komputer dan koneksi internet

2. Membangun Hubungan Sosial, media menawarkan kesempatan tak tertandingi untuk berinteraksi dengan pelanggan dan membangun hubungan.
3. Jangkauan Global, media sosial memungkinkan untuk menyesuaikan konten untuk setiap segmen pasar dan memberikan kesempatan bisnis untuk mengirimkan pesan ke lebih banyak pengguna.
4. Terukur, Dengan sistemtracking yang mudah, pengiriman pesan dapat terukur.

2.2.7.4 Penggunaan Media Sosial

Setiap jenis media sosial memberikan wadah bagi penggunanya untuk berbagi informasi lewat unggahan tulisan, video maupun gambar. Adapun penggunaan media sosial dalam buku Arum Faiza (2012), dkk, yaitu:

1. Berbagi cerita

Keaktifan generasi milenial dalam menghadapi perkembangan teknologi telah terlihat jelas antusiasnya. Munculnya berbagai jenis media sosial yang membuat mereka sangat mudah dalam berbagi cerita tentang aktivitas atau pengalaman pribadi yang menarik, maupun kisah seorang tokoh yang inspiratif. Hanya saja tak semua yang dibagikan itu dikemas dengan hal-hal yang positif. Terkadang ada pula berbagai unggahan di media sosial yang cenderung mengarah pada hal-hal negatif, seperti pornografi, perilaku buruk dan kata-kata yang tidak pantas.

2. Sarana menolong orang lain

Media sosial juga dimanfaatkan sebagai sarana membantu sesama yang sedang tertimpa musibah. Misalnya saja, ketika terjadi gempa, tsunami, tanah longsor, banjir maupun seseorang yang membutuhkan biaya besar untuk mengobati penyakitnya.

3. Strategi pemasaran

Generasi milenial yang kreatif dan unik menjadikan media sosial sebagai lahan bisnis untuk menawarkan berbagai produk dan jasanya kepada khalayak di dunia maya. Sehingga cukup berbekal foto atau video dan kalimat keterangan yang menarik, seseorang sudah bisa mengunggah iklan untuk mencari pelanggannya. Tidak hanya itu, media sosial juga digunakan untuk membuat sebuah dukungan pada pemilik bisnis produk dan jasa yang menggunakan bantuannya. Dukungan tersebut sering dikenal dengan istilah endorsement.

4. Berita hoaks

Tidak hanya dalam membagikan informasi akurat dan penting untuk diketahui khalayak lewat dunia maya, media sosial juga digunakan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab dalam membagikan berita hoaks. Parahnya lagi, hal itu sangat banyak terjadi di era milenial sekarang ini.

5. Sarana tindak kejahatan

Media sosial juga menjadi sarana dalam tindak kejahatan. Mulai dari mengaku sebagai toko online yang kemudian menipu pelanggannya, bahkan

melakukan pemerasan dan penculikan hanya lewat berkenalan di media sosial.

6. Menjauhkan yang dekat, mendekatkan yang jauh

Jika dulu ketika berkumpul teman lama, banyak canda dan tawa yang dihabiskan, tapi saat ini yang terjadi ialah hanya sibuk mengunggah gambar atau video di media sosial dengan berbagai keterangan. Jadi, pada kenyataannya yang dihabiskan saat waktu bersama itu hanya asyik dengan gawainya masing-masing dan tenggelam ke dalam dunia maya.

2.2.7.5 Fungsi Media Sosial

Pada tahun 2011, Jan H. Kietzmann, Kritopher Hermkens, Ian P. McCarthy dan Bruno S. Silvestre (1997) menggambarkan hubungan kerangka kerja honeycomb sebagai penyajian sebuah kerangka kerja yang mendefinisikan media sosial dengan menggunakan tujuh kotak bangunan fungsi yaitu identity, conversations, sharing, presence, relationships, reputation, dan groups. Fungsi Media Sosial sebagai berikut:

1. Identity, identitas sebagai sebuah blok dari media sosial merinci bagaimana para pengguna mengungkapkan identitas diri mereka di antara pengguna lainnya.
2. Conversations adalah blok yang berisi aktivitas pengguna saat berkomunikasi dengan pengguna lain.
3. Sharing, media sosial membantu para pengguna melakukan distribusi pesan, menerima pesan, dan bertukar pesan, bahkan lebih penting dari itu dimana para pengguna melakukan “sharing” untuk dijadikan sebuah konten.

4. Presence, media sosial berfungsi untuk menyadarkan kita tentang kehadiran para pengguna baik sebagai pribadi maupun sebagai individu dari mana pengguna berasal.
5. Relationships, menunjukkan sejauh mana pengguna dapat berhubungan dengan pengguna lain.
6. Reputation, menunjukkan sejauh mana pengguna dapat mengidentifikasi status sosial orang lain, termasuk menyatakan status diri mereka sendiri.
7. Group, blok kelompok dalam media sosial secara fungsional menunjukkan sejauh mana para pengguna dapat membentuk komunitas, kelompok atau bahkan masyarakat baru.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Fenomenologi

Schutz (2010) adalah seorang perintis pendekatan fenomenologi sebagai alat Analisa dalam menangkap segala gejala yang terjadi di dunia ini. Schutz Menyusun pendekatan fenomenologi secara sistematis, komprehensif, dan praktis. Yang berguna menangkap berbagai gejala dalam dunia sosial. Pemikiran-pemikiran schutz adalah sebuah jembatan konseptual antara pemikiran fenomenologi pendahulunya yang bernuansakan filsafat sosial dan psikologi.

Inti dari pemikiran Schutz (2010) adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelas atau memeriksa makna yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif terutama dalam mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari.

Dalam pandangan Schutz, manusia adalah makhluk sosial, sehingga kesadaran akan di dunia kehidupan sehari-hari adalah kesadaran sosial. Dunia individu merupakan dunia *intersubjektif* dengan makna yang beragam, dan perasaan sebagai bagian dari kelompok. Manusia dituntut untuk memahami satu sama lain dan bertindak dalam kenyataan yang sama. Dengan demikian ada penerimaan timbal balik atas dasar pengalaman Bersama, dan tipikasi atas dunia bersama. Melalui tipikasi inilah manusia belajar menyesuaikan diri ke dalam memainkan peran dalam tipikal.

Alfred Schutz (2010) merupakan orang pertama yang mencoba menjelaskan bagaimana fenomenologi dapat diterapkan untuk mengembangkan wawasan ke dalam dunia sosial. Schutz memusatkan perhatian pada cara orang memahami kesadaran orang lain, akan tetapi ia hidup dalam aliran kesadaran diri sendiri.

Perspektif yang digunakan oleh Schutz untuk memahami kesadaran itu dengan konsep intersubjektif, yang dimaksud dengan dunia intersubjektif ini adalah kehidupan-dunia (*life-world*) atau dunia kehidupan sehari-hari (Ritzer dan Goodman, 2007:94).

Sementara paradigma teori oleh Ritzer (2005) proses terbentuk fakta sosial menjadi pusat perhatian dan jelas bukan bermaksud mempelajari fakta sosial secara langsung. Bedanya terletak pada bahwa sementara paradigma fakta sosial mempelajari fakta sosial sebagai pemaksa terhadap tindakan individu, maka fenomenologi mempelajari bagaimana individu ikut serta dalam proses pembentukan dan pemeliharaan fakta sosial yang memaksa mereka itu.

Menurut Alfred Schutz, proses pemaknaan diawali dengan proses penginderaan, suatu proses pengalaman yang terus berkesinambungan. Makna ini, muncul ketika dihubungkan dengan pengalaman-pengalaman sebelumnya serta melalui proses interaksi dengan orang lain. Karena itu, ada makna individual, dan ada pula makna kolektif tentang sebuah fenomena. Bagi Schutz, tindakan manusia selalu punya makna menurut Weber makna itu identik dengan motif tindakan, namun makna itu tidak ada yang bersifat aktual dalam kehidupan.

Schutz dengan aneka latar belakangnya memberikan warna tersendiri dalam tradisi fenomenologi sebagai kajian ilmu komunikasi. Sebagai seorang ekonom yang suka dengan musik dan tertarik dengan filsafat begitu juga beralih ke psikologi, sosiologi dan ilmu sosial lainnya terlebih komunikasi membuat Schutz mengkaji fenomenologi secara lebih komprehensif dan juga mendalam.

Schutz sering dijadikan centre dalam penerapan metodologi penelitian kualitatif yang menggunakan studi fenomenologi. Pertama, karena melalui Schutz lah pemikiran dan ide Husserl yang dirasa abstrak dapat dijelaskan dengan lebih gamblang dan mudah dipahami. Kedua, Schutz merupakan orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial.

Dalam mempelajari dan menerapkan fenomenologi sosial ini, Schutz mengembangkan juga model tindakan manusia (human of action) dengan tiga dalil umum yaitu :

1. *The postulate of logical consistency* (Dalil Konsistensi Logis) Ini berarti konsistensi logis mengharuskan peneliti untuk tahu validitas tujuan penelitiannya sehingga dapat dianalisis bagaimana hubungannya dengan

kenyataan kehidupan sehari-hari. Apakah bisa dipertanggung jawabkan atau tidak.

2. *The postulate of logical subjective interpretation* (Dalil Interpretasi Subyektif) Menuntut peneliti untuk memahami segala macam tindakan manusia atau pemikiran manusia dalam bentuk tindakan nyata. Maksudnya peneliti harus memposisikan diri secara subyektif dalam penelitian agar benar-benar memahami manusia yang diteliti dalam fenomenologi sosial.
3. *The postulate of adequacy* (Dalil Kecukupan) Dalil ini mengamanatkan peneliti untuk membentuk konstruksi ilmiah (hasil penelitian) agar peneliti bisa memahami tindakan sosial individu. Kepatuhan terhadap dalil ini akan membiasakan bahwa konstruksi sosial yang dibentuk konsisten dengan konstruksi yang ada dalam realitas sosial.

Schutz dalam mendirikan fenomenologi sosial-nya telah mengawinkan fenomenologi transedental-nya Husserl dengan konsep *verstehen* yang merupakan buah pemikiran webber.

Max Weber dalam Wirawan 2012, dalam memperkenalkan konsep pendekatan *verstehen* untuk memahami makna tindakan seseorang, berasumsi bahwa seseorang dalam bertindak tidak hanya sekadar melaksanakan, tetapi juga menepatkan diri dalam lingkungan berpikir dan perilaku orang lain. Konsep pendekatan ini lebih mengarah pada suatu tindakan bermotif pada tujuan yang hendak dicapai atau *in order to motive* (Waters, 1994 34-35 dalam Wirawan, 2012). Menurut Schutz, tindakan subjektif para aktor tidak muncul begitu saja, tetapi ia ada melalui suatu proses panjang untuk dievaluasi dengan

mempertimbangkan kondisi sosial, ekonomi, budaya, norma etika agama atas dasar tingkat kemampuan pemahaman sendiri sebelum tindakan itu dilakukan. Dengan kata lain sebelum masuk pada tataran *in order to motive*, menurut Schutz, ada tahapan *because motive* yang mendahuluinya (Waters, 1994 34-35 dalam Wirawan, 2012).

Dalam teori fenomenologi Alfred Schutz ada dua hal yang perlu diperhatikan yaitu aspek pengetahuan dan tindakan. Esensi dari pengetahuan dalam kehidupan sosial menurut Alfred Schutz adalah akal untuk menjadi sebuah alat kontrol dari kesadaran manusia dalam kehidupan kesehariannya. Karena akal merupakan sesuatu sensorik yang murni dengan melibatkan, penglihatan, pendengaran, perabaan dan sejenisnya yang selalu dijumpai dan disertai dengan pemikiran dan aktivitas kesadaran. Unsur-unsur pengetahuan yang terkandung dalam fenomenologi Alfred Schutz adalah dunia keseharian. Dunia keseharian adalah merupakan hal yang paling fondasional dalam kehidupan manusia karena inilah yang mengukir setiap kehidupan manusia. Konsep tentang sebuah tatanan adalah merupakan sebuah orde yang paling pertama dan orde ini sangat berperan penting dalam membentuk orde-orde selanjutnya. Kehidupan sehari-hari menampilkan diri sebagai kenyataan yang ditafsirkan oleh manusia dan mempunyai makna subjektif bagi mereka sebagai satu dunia yang koheren (Berger&Luckmann, 1990: 28).

Tindakan sosial yang terjadi setiap hari adalah proses dimana terbentuk berbagai makna (Cambell, 1990 : 89). Ada dua fase pembentukan tindakan sosial motif merujuk pada alasan seseorang melakukan sesuatu. Schutz membedakan dua tipe motif yaitu:

a) *Because of Motive (Well Motiv)*

Merupakan faktor yang menyebabkan seseorang melakukan Tindakan dimana tindakan seseorang tidak muncul begitu saja melainkan melalui proses yang panjang untuk dievaluasi dan mempertimbangkan kondisi sosial, ekonomi, budaya, dan norma etika agama atas dasar tingkat kemampuan pemahaman sendiri sebelum tindakan itu dilakukan (Wirawan, 2013:134).

b) *In Order to Motive (Um zu Motiv)*

Berkaitan dengan alasan seseorang melakukan suatu tindakan sebagai usahanya menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan di masa yang akan datang. Tindakan yang dilakukan oleh individu tersebut merupakan Tindakan subjektif yang memiliki tujuan dan keberadaannya tidak terlepas dari intersubjektivitas.

Fenomenologi memfokuskan perhatiannya pada pengalaman sadar seorang individu. Tradisi fenomenologi memberikan penekanan yang kuat pada persepsi dan interpretasi dari pengalaman subjek manusia. Kata fenomenologi sendiri berasal dari kata *phainomemon* dalam Bahasa Yunani yang secara harfiah berarti kemunculan suatu objek, peristiwa, atau kondisi dalam persepsi seorang individu (Morrisan, 2013). Fenomenologi menjadikan pengalaman sebenarnya sebagai data dua utama dalam memahami realitas (Zahavi, 2021).

Teori fenomenologi Alfred Schutz (1932) menjelaskan bahwa pengalaman subjektif individu terbentuk melalui interaksi sosial dan konstruksi makna. Schutz memperkenalkan konsep 'Lebenswelt' (dunia kehidupan sehari-hari). Dalam

konteks *Phubbing*, *Lebenswelt* Generasi Z dicirikan oleh ketergantungan pada teknologi dan media sosial.

Schutz juga mengidentifikasi tiga struktur pengalaman: waktu, ruang dan makna. Struktur waktu terkait dengan pengalaman masa lalu, kini, dan masa depan. Ruang mengacu pada lingkungan fisik dan sosial. Makna merupakan konstruksi individu terhadap pengalaman. Dalam *phubbing* struktur waktu dan ruang dipengaruhi oleh ketersediaan ponsel, sementara makna di konstruksi melalui interaksi dengan konten digital dan respons sosial.

Teori Schutz relevan dalam memahami *Phubbing* karena : (1) menggunakan makna subjektif *Phubbing* bagi Generasi Z, (2) menyoroti peran interaksi sosial dalam konstruksi makna, dan (3) memberikan kerangka untuk menganalisis struktur pengalaman *Phubbing*. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan pemahaman mendalam tentang perilaku komunikasi Generasi Z dan implikasinya terhadap interaksi sosial.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah dasar teoritis yang menggambarkan landasan bagi peneliti dalam menjalankan penelitian. Ini meliputi diagram yang mengilustrasikan hubungan antara variable dengan variable lainnya. Kerangka pemikiran juga berfungsi untuk menjelaskan metode dengan variable lainnya. Kerangka pemikiran juga berfungsi untuk menjelaskan metode atau teori yang diterapkan dalam penelitian tertentu.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori fenomenologi Alfred Schutz adalah sebuah pendekatan filosofis yang mengkaji pengalaman subjektif

individu dalam interaksi sosial. Schutz, seorang filsuf dan sosiolog Austria Amerika, mengembangkan teori ini berdasarkan karya Edmund Husserl.

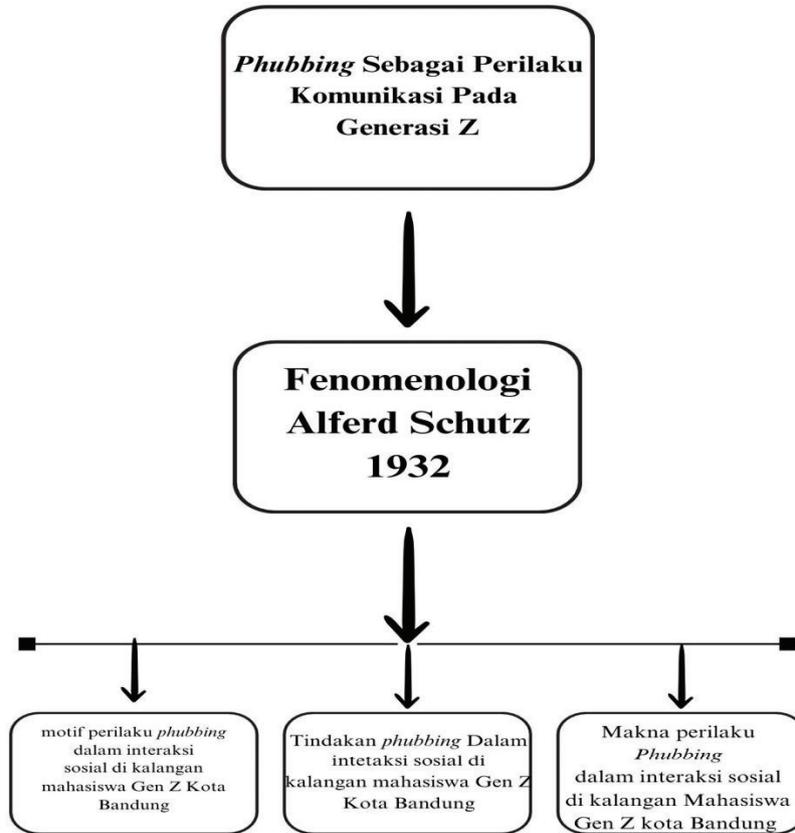
Menurut teori Fenomenologi Alfred Schutz (1932) menjelaskan bahwa pengalaman subjektif individu terbentuk melalui interaksi sosial dan konstruksi makna. Schutz memperkenalkan konsep “*Lebenswelt*” (dunia kehidupan sehari-hari), yang menekankan pentingnya memahami pengalaman individu dalam konteks sosial dan budaya. Dalam konteks *phubbing*, *Lebenswelt* Generasi Z dicirikan oleh ketergantungan pada teknologi dan media sosial.

Schutz juga mengidentifikasi tiga elemen kunci teori Fenomenologi Alfred Schutz. 1.) *Lebenswelt* (dunia kehidupan sehari-hari). Konsep ini menekankan pentingnya memahami pengalaman individu dalam konteks sosial dan budaya. *Lebenswelt* mencakup aspek-aspek seperti lingkungan fisik, sosial, dan budaya yang mempengaruhi pengalaman individu. 2.) Struktur pengalaman (temporalitas) pengalaman masa lalu, kini, dan masa depan. (Spasialitas) Lingkungan fisik dan sosial, (Semiotik) Konstruksi Individu Terhadap pengalaman. 3.) konstruksi makna (*meaning construction*) proses individu memberikan makna kepada pengalaman melalui interaksi sosial dan refleksi. Konstruksi makna melibatkan tipifikasi, interpretasi, komunikasi.

Sebagai landasan untuk memecahkan masalah yang dikemukakan peneliti, diperlukan kerangka pemikiran berupa teori dari para ahli yang sudah terbukti kebenarannya dan teori tersebut harus berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

Dengan mengacu pada teori yang telah ditetapkan, maka kerangka penelitian dalam penelitian ini dapat digambarkan melalui bagan sebagai berikut:

Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran



Sumber: Peneliti, 2025