

FENOMENA *PHUBBING* DI ERA MILENIA (Ketergantungan Seseorang pada Smartphone terhadap Lingkungannya)

Ita Musfirowati Hanika*

Mahasiswa Program Studi Magister Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP Angkatan IV
e-mail: tatahadibroto@gmail.com

Abstract

As a new word, phubbing is a term that created by the combination of phone and snubbing. It refers to someone that interacting with their phone (or other device) rather than communicate with interlocutors. This reality happened on modern society who lives in urban areas. The aims of this study to find out the provoke someone who could be a phubber that imply to interpersonal communication. The research was using polling desing with 50 sampels who could represent the population. This research was conducted at Communication Postgraduate Diponegoro University. Eventhough the majority of respondents did not know about phubbing, they ever did it with any reasons. The background of its reality is happened due to media dependency and the excessive anxiety not to use the device. Another finding revealed that respondents who did phubbing is getting annoyed if the other person did the same things.

Keywords : *Phubbing, new media's effect; smartphone; dependency media; interpersonal communication.*

Abstraksi

Sebagai kata baru, *phubbing* merupakan sebuah kata singkatan dari *phone* dan *snubbing* yang digunakan untuk menunjukkan sikap menyakiti lawan bicara dengan menggunakan smartphone yang berlebihan. Realitas ini tentunya tidak bisa dihindari oleh masyarakat modern yang tinggal di perkotaan sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa yang menyebabkan seseorang bisa menjadi *phubber* dan bagaimana implikasinya terhadap komunikasi antar personal. Penelitian yang menggunakan rancangan penelitian polling ini menggunakan 50 sampel yang dianggap bisa mewakili populasi. Penelitian ini dilakukan di MIKOM UNDIP. Walaupun sebagian besar responden belum mengetahui nama tersebut tetapi mereka pernah melakukan *phubbing* karena berbagai alasan tanpa meminta izin terlebih dahulu kepada lawan bicaranya. Hal ini dilatarbelakangi oleh ketergantungan seseorang terhadap *smartphone* dan menimbulkan kecemasan berlebihan jika tidak menggunakan perangkat tersebut. Temuan lain juga mengungkapkan bahwa sekalipun responden melakukan *phubbing* ternyata mereka juga merasa terganggu jika orang lain melakukan hal serupa.

Kata kunci : Phubbing; efek media baru; smartphone; dependensi media; hubungan antar pribadi

Pendahuluan

Seiring dengan kemajuan teknologi dan perkembangan jaman yang semakin modern, cara berkomunikasi antar individu juga mengalami perubahan. Jika era kesukuan (*tribal*) orang berkomunikasi secara lisan dan bertatap muka maka pada pada era digital seperti sekarang ini, orang tidak lagi harus bertemu dengan lawan bicara untuk menyampaikan pesan karena alat komunikasi

seperti ponsel maupun smartphone menjadi perangkat yang mampu mengantarkan pesan tersebut dalam hitungan detik. Dengan bentuknya yang praktis dan fungsi yang beragam, ponsel atau smartphone menjadi perangkat yang membuat hidup seseorang menjadi lebih mudah. David Wood (dalam Vientman, 2006:336) memandang bahwa penemuan teknologi seperti smartphone menjadikan segala sesuatu lebih praktis.

Penggunanya dapat melakukan banyak hal seperti berinteraksi melalui sosial media, menelpon, mendengarkan musik, membaca buku digital, hingga reservasi hotel atau belanja secara online dalam satu waktu.

Lantaran harganya yang sudah semakin terjangkau, ponsel atau smartphone menjadi barang yang dapat dimiliki oleh seluruh kalangan dan hal tersebut menjadikan permintaan pasar terhadap smartphone terus meningkat di Indonesia. Sebagai negara dengan pangsa pasar smartphone terbesar di Asia Tenggara, pada tahun 2013 Indonesia memiliki total penjualan smartphone mencapai 14,8 juta unit, sedangkan pada tahun 2014 penjualan mencapai 55 juta unit dan diperkirakan akan terus mengalami kenaikan sekitar 10-15% pada tahun 2015. (<http://www.merdeka.com/teknologi/pertumbuhan-penjualan-smartphone-di-indonesia-10-15-persen.html>. Diakses pada 28 Desember 2014).

Kehadiran media baru seperti internet, smartphone, atau gadget tersebut seakan menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat modern terutama bagi generasi yang hidup di era tahun 1982 hingga 2000an. Bagi mereka kemudahan yang ditawarkan jauh lebih banyak daripada menyadari atas kemungkinan dampak negatif yang ditimbulkan seperti fenomena *phubbing*. Sebagai kata baru *phubbing* merupakan sebuah kata singkatan dari *phone* dan *snubbing*, dan digunakan untuk menunjukkan sikap menyakiti lawan bicara dengan menggunakan smartphone yang berlebihan.

Di Indonesia sendiri, penelitian mengenai efek negatif ataupun kampanye sosial yang ditimbulkan karena adiksi terhadap smartphone masih jarang sekali ditemui. Penelitian yang ada lebih banyak membahas peran media baru di berbagai bidang seperti politik, ekonomi, dan pendidikan. Sehingga fenomena seperti *phubbing* yang ditimbulkan karena adiksi terhadap smartphone menjadi menarik untuk diteliti lebih lanjut apalagi jika melihat dari perspektif komunikasi yaitu teori dependensi media yang disebutkan bahwa ketergantungan terhadap media hanya dapat dihasilkan melalui penggunaan media massa secara berlebihan dan karakteristik masyarakat Indonesia yang memiliki budaya ketimuran

dimana sejumlah masyarakat masih memegang nilai, norma dan etika didalam sebuah hubungan yang berdasarkan pada sikap yang saling menghargai ketika terlibat pembicaraan. Untuk itu penulis ingin mencoba melihat bagaimana fenomena *phubbing* ini berkembang di masyarakat terutama generasi Y atas kehadiran media baru seperti smartphone dan bagaimana signifikasinya terhadap perkembangan ilmu komunikasi

New Media dan Remaja

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang diikuti oleh berkembangnya penggunaan internet akhirnya memunculkan realitas yang bernama *new media* (media baru). Sebuah pengemasan pesan dengan jaringan komputer berbasis internet sebagai saluran distribusinya. Flew (2002:9) memandang media baru sebagai produk budaya yang tidak terlepas dari kehidupan sosial masyarakat termasuk di dalamnya dampak yang ditimbulkan dalam penggunaannya.

Media baru yang ada saat ini merupakan konvergensi dari berbagai media yang sudah ada sebelumnya. Terry Flew (2002: 10) mendefinisikan media baru sebagai bentuk atau format isi media yang dikombinasi dan diintegrasikan dalam format digital dimana "*form of media content that combines and intergrated data, text, sound and images of all kinds; are stored in digital format; and are increasingly distributed through networks.*"

Karakteristik media baru diantaranya (1) Bentuk pengalaman baru dalam teks, hiburan, kesenangan dan pola dari konsumsi media; (2) Cara baru dalam merepresentasikan dunia seperti halnya interaktif media; (3) Bentuk hubungan baru dari identitas maupun komunitas dalam berinteraksi baik dalam waktu, ruang, dan tempat; (4) Bentuk konsepsi baru dari hubungan manusia secara biologis dengan teknologi media; (5) Pola baru dalam organisasi dan produksi, sebuah integrasi dalam media seperti budaya industri, ekonomi, akses informasi, kepemilikan, kontrol, dan undang-undang (Lister, 2009:15).

Salah satu bentuk media baru yang mengalami perkembangan pesat adalah *smartphone*. Seperti yang telah disebutkan

sebelumnya bagaimana ponsel pintar dapat memengaruhi penggunaannya dalam berkomunikasi dan melakukan berbagai kegiatan hanya dengan terhubung oleh teknologi yang bernama *smartphone* dan internet.

Sebagai faksi yang menikmati perkembangan *smartphone*, generasi Y merupakan kelompok yang paling banyak menggunakan *smartphone* dan internet. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Markplus Insight Indonesia, pengguna *smartphone* terbanyak adalah remaja kelompok usia 16 sampai 21 tahun dengan prosentase 39% (Yulianti, Marketeer: 065). Riset tersebut juga menunjukkan bahwa selain menjadi pengguna *smartphone* terbanyak, millenials merupakan pengguna internet terbesar dibanding dengan generasi lainnya. Umumnya mereka menggunakan *smartphone* untuk berkomunikasi dan mengakses internet seperti membuka sosial media, mencari informasi hingga melakukan belanja online. (http://kominform.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker#.VQaCovmUf3EJ). Diakses pada 28 Desember 2014)

Kecenderungan kondisi ini dinilai positif bagi sejumlah pengguna *smartphone* tetapi tidak sedikit dari penggunaannya yang memikirkan implikasi negatif yang ditimbulkan dari penggunaan *smartphone* yang berlebihan. Penelitian yang dilakukan oleh Lee (2013) menyebutkan bahwa kehadiran fenomena *phubbing* lahir karena besarnya ketergantungan individu terhadap *smartphone* dan internet. Jika pada umumnya kecanduan dihasilkan karena ketergantungan orang dalam mengkonsumsi minuman, obat atau zat tertentu, maka kecanduan terhadap *smartphone* dihasilkan karena adanya ketergantungan manusia pada perangkat mesin tertentu.

Menurut riset terbaru yang dilakukan oleh perusahaan mobile Furry, kecenderungan orang untuk tergantung pada *smartphone* semakin hari semakin tinggi. Ketergantungan tersebut pada akhirnya menjadikan pola hubungan sosial di masyarakat modern pun

menjadi berubah¹. Studi lain yang diungkapkan oleh Tenchmark mengungkapkan bahwa pengguna *gadget* sering memeriksa *smartphone*-nya rata-rata hingga 1.500 kali per hari.

(<http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/545999-studi--pengguna-cek-smartphone-1-500-kali-sehari>). Diakses pada 8 Juli 2015).

Penelitian yang dilakukan oleh Young (1996) menggunakan kriteria diagnosis judi patologis (*pathological gambling*) dari DSM IV (*Diagnosics and Statistical Manual of Mental Disorder*) guna membedakan pengguna internet yang mengalami ketergantungan dan ketidaktergantungan. Dengan menggunakan judi patologis sebagai modelnya, kecanduan internet dapat didefinisikan sebagai gangguan kontrol impuls yang tidak melibatkan suatu zat yang memabukkan. Young menemukan bahwa pengguna internet yang kecanduan mengalami gangguan pada kehidupan akademis, relasi dengan keluarga, teman, serta pekerjaan.

Kecenderungan tersebut menjadikan pengguna *smartphone* tidak bisa lepas dari perangkat dan memengaruhi kehidupan sosial mereka. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pinchot, dkk (2010) menyebutkan bahwa hp atau *smartphone* bahwa perilaku komunikasi yang terjadi di kehidupan sehari-hari telah berubah. Orang tidak lagi merasa tabu jika harus disibukkan dengan hp nya ketika pemakaman, atau saat sedang makan malam. Pada akhirnya kemunculan jargon mendekati yang jauh dan menjauhkan yang dekat menjadi tidak terelakan.

Orang lebih disibukkan dengan *gadget* atau *smartphon*enya dibandingkan harus berinteraksi dengan lawan bicara atau membangun hubungan dengan lingkungan. Padahal salah satu bentuk indikator suatu komunikasi dikatakan efektif adalah kesamaan pemahaman antara pengirim dengan penerima pesan (DeVito, 2015: 7). Jika salah satu individu menggunakan *smartphone* saat terlibat perbincangan bukan tidak mungkin

¹ Perusahaan mobile analytics Furry melacak sedikitnya 500.000 aplikasi yang dijalankan di 1,3 miliar *smartphone*. Hasil studi Flurry mencatat rata-rata pengguna *smartphone* membuka sebuah aplikasi hingga 10x dalam satu hari. Untuk pengguna akut, mereka bisa membuka sebuah aplikasi hingga 60 x per hari (<http://gopego.com/news/a/2014/04/seberapa-tergantungan-anda-pada-smartphone>). Diakses pada 3 Juli 2015).

bahwa mereka tidak dapat menyerap informasi secara maksimal dan sebagai akibatnya lawan bicara mereka harus mengulang pernyataan yang sama.

Ketidakkampuan seseorang dalam menerima informasi secara utuh disebabkan oleh berbagai hal, salah satunya adanya distorsi yang mengganggu pengoptimalan pesan di proses secara sempurna. Robert Kaunt (dalam Sparks, 2013:261) menyatakan bahwa individu yang menggunakan hp nya secara berlebihan akan mengalami *short attention span* atau gangguan pemusatan perhatian. Pada level ini mereka tidak bisa memahami informasi yang disampaikan secara utuh karena teknologi seperti smartphone menyebabkan *distraction* atau gangguan. Efek jangka panjang dari penggunaan smartphone secara berlebihan adalah mereka akan mengalami gangguan kesehatan. Lebih lanjut lagi, Kaunt menjelaskan bahwa semakin sering anggota keluarga menggunakan internet, maka semakin besar pula terisolasinya diri mereka. Selain terisolasi dari lingkungan, disebutkan pula sejumlah efek negatif yang ditimbulkan seperti menyajikan privasi secara berlebihan di sosial media, adanya gangguan kesehatan seperti tidak bisa lepas dari handphone atau yang dikenal dengan *nomophobia (no mobile phone phobia)*, dan lain sebagainya (Sparks, 2013: 275-276).

Berbagai kampanye di sosial media dan dunia maya pun muncul sebagai bentuk keprihatinan atas semangat anti sosial yang semakin meningkat. Di Australia sejumlah ahli (bahasa, komunikasi, teknologi) bersama dengan sebuah organisasi yang bernama Macquaire Dictionary menciptakan sebuah kata baru untuk menggambarkan perilaku yang mungkin sudah menjadi kebiasaan di keseharian manusia. Dalam videonya *a word is born*, sebuah kata baru bernama *phubbing* pun muncul yang berasal dari kata *phone dan snubbing*, dan digunakan untuk menunjukan sikap menyakiti lawan bicara dengan menggunakan smartphone yang berlebihan.

Efektivitas Komunikasi Berdasarkan Komunikasi Antar Pribadi

Didalam teori matematika Weaver, komunikasi akan berjalan dengan efektif jika pesan yang dikirimkan oleh pengirim (*sender*)

dapat diterima dengan baik oleh penerima tanpa diintervensi oleh gangguan tertentu. Untuk mengembangkan pengertian ini, maka DeVito (2015: 7) menyebutkan bahwa komunikasi yang efektif bukan hanya sekedar adanya hubungan atau kedekatan yang terbangun, ataupun kepuasan relasional tetapi komunikasi yang efektif terjadi jika kedua penerima menginterpretasikan pesan yang diterima mempunyai makna yang sama dengan maksud pesan yang disampaikan oleh pengirim pesan. Komunikasi interpersonal yang efektif dapat menunjukkan ada pemahaman yang sama atas pesan yang disampaikan pada saat komunikasi berlangsung antara komunikator. Perlu diketahui bahwa untuk melihat efektif tidaknya komunikasi interpersonal yang berlangsung, dapat dilihat dari umpan balik antara pemberi dan penerima pesan. Umpan balik dapat berupa pernyataan, sikap dan tindakan. Bagi DeVito (2015: 7) komunikasi yang efektif adalah sebuah kecakapan yang dapat dipelajari (*learned skill* dan dikembangkan); walaupun orang terlahir sebagai introvert tetapi bukan berarti dirinya tidak memiliki kompetensi untuk hal tersebut.

Menurut DeVito (2015: 106-114) terdapat aspek yang menjadikan komunikasi interpersonal berjalan efektif yang mana satu diantaranya adalah manajemen interaksi dan orientasi pada orang lain. Komunikasi interpersonal yang efektif dapat dilihat dari manajemen interaksi yang ada dalam situasi komunikasi. Manajemen interaksi dalam komunikasi ditunjukkan oleh tidak adanya pelaku komunikasi yang merasa diabaikan. Kemampuan dalam manajemen interaksi dapat dilihat dari tingkah laku komunikasi yang berupa gerakan mata, ekspresi suara, mimik muka dan bahasa tubuh sedangkan orientasi pada orang lain adalah kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan orang lain dan menganggap lawan bicara sebagai pusat perhatian.

Metode Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *polling*. *Polling* adalah suatu kerja pengumpulan pendapat umum dengan menggunakan teknik dan prosedur ilmiah. Cellinda C. Lake (dalam

Eriyanto, 1999: 75-76) mendefinisikan *polling* sebagai cara sistematis, ilmiah dan terpercaya, mengumpulkan informasi dari sampel orang yang digunakan untuk menggeneralisasikan pada kelompok atau populasi yang lebih luas darimana sampel itu diambil. Dalam hal ini, desain penelitian *polling* merupakan suatu pengukuran pada satu waktu untuk mengetahui sikap, perilaku, kepercayaan, dan hubungan diantara semua parameter.

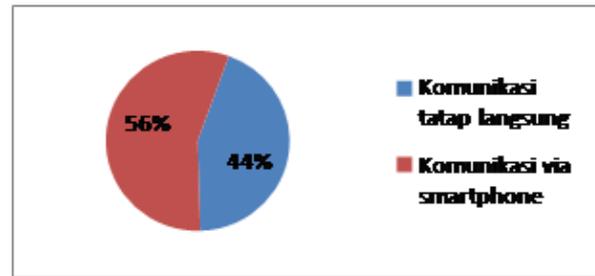
Penelitian ini merupakan tipe penelitian non-generalisasi karena penelitian hanya menjelaskan sampel penelitian. Ia tidak dapat digunakan untuk menggambarkan populasi yang lebih luas (Eriyanto, 1999: 70). Penelitian bertujuan digunakan untuk mendeskripsikan keadaan tertentu dengan menggunakan sampel yang memiliki karakteristik tertentu sehingga pemilihan sampel bukan didasarkan atas pertimbangan hukum matematis tetapi karena subjektivitas peneliti.

Karakteristik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna aktif *smartphone* yang lahir pada tahun 1980an hingga 2010 yang ada di kota Semarang. Pemilihan lokasi penelitian berdasarkan bahwa Semarang merupakan salah satu kota besar di Indonesia dan merupakan ibukota Jawa Tengah. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan adalah mahasiswa/i MIKOM UNDIP yang berusia 21 sampai 30 tahun dengan total jumlah sampel sebesar 60. Menurut Roscoe, ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah sebanyak 30 sampai dengan 500 (Sugiyono, 2008: 129).

Hasil Penelitian

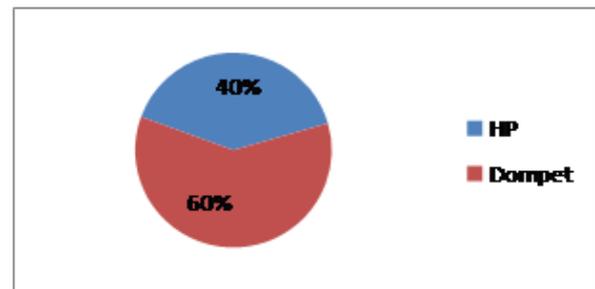
Penelitian ini memperoleh data yang disebarkan melalui kuesioner kepada 60 responden. Berdasarkan 60 kuesioner yang disebarkan, terdapat 10 responden yang tidak menjawab secara baik pertanyaan yang diberikan sehingga hanya didapatkan 50 responden saja. Responden yang ditentukan mahasiswa/i MIKOM UNDIP dan merupakan pengguna aktif *smartphone* dan internet yang berada pada kelompok usia 21 hingga 30 tahun. Peneliti mencoba mengklasifikasikan data berdasarkan kriteria yang telah disusun.

Diagram 1
Saluran yang Digunakan



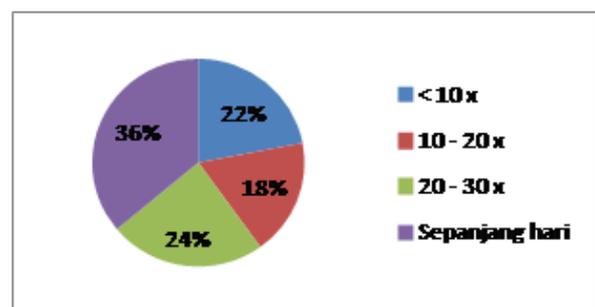
Seperti yang diungkapkan oleh Ventmann di awal bahasan, bagaimana teknologi dapat menciptakan sebuah kegiatan yang mampu digantikan oleh kehadiran *smartphone*. Sejumlah 28 responden merasakan bahwa komunikasi bisa dilakukan melalui *smartphone* daripada bertemu secara langsung.

Diagram 2
Preferibilitas Keteringgalan



Begitu berharga dan pentingnya *smartphone* bagi para penggunanya menjadikan mereka lebih memilih *dompot* yang harus tertinggal daripada ponsel pintarnya. Hal tersebut dibuktikan dari jawaban responden, dimana 30 responden menjawab preferibilitas keteringgalan *dompot* daripada *smartphone*.

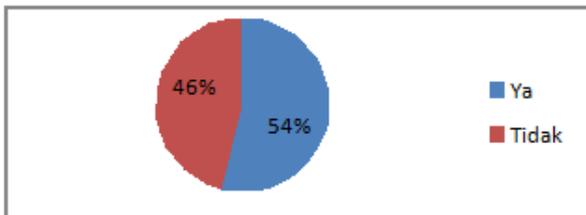
Diagram 3
Intensitas Penggunaan Smartphone dalam Sehari



Sebagai generasi yang merapakan manfaat atas kehadiran *smartphone*, generasi Y begitu identik dengan *smartphone* yang hampir 24

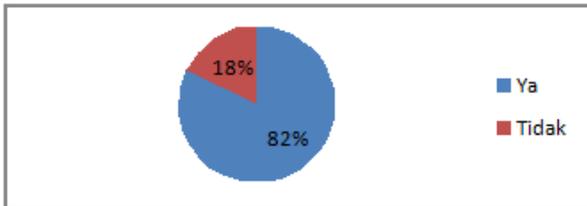
jam berada di tangan dan sangat sibuk berselancar di dunia online. Seperti yang dialami oleh 18 responden yang menggunakan piranti pintar itu sepanjang hari dan hanya 9 orang yang menggunakannya 10 – 20 kali. Sebagian responden menuturkan bahwa smartphone digunakan sebagai alat berkomunikasi, mencari informasi dan kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri melalui sosial media.

Diagram 4
Perasaan Cemas



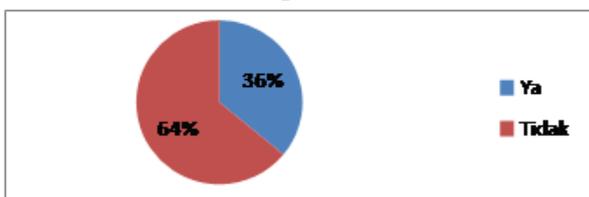
Salah satu efek yang ditimbulkan akibat ketergantungan smartphone adalah perasaan cemas jika tidak menggunakannya selama beberapa jam, hal inilah yang terjadi oleh 27 responden yang mengalami perasaan serupa.

Diagram 5
Phubbing



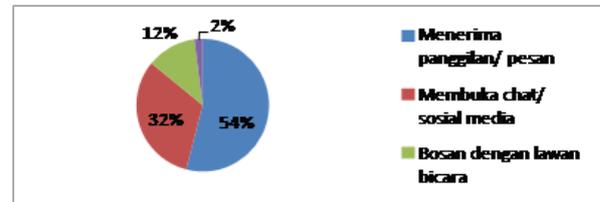
Ketergantungan pada smartphone menjadikan penggunaannya menciptakan gangguan sosial seperti *phubbing*. Walaupun sejumlah 37 responden belum mengetahui istilah tersebut tetapi hasil penelitian mengungkapkan bahwa hampir sebagian besar responden pernah menjadi seorang *phubber* (sebutan untuk individu yang melakukan *phubbing*) ketika sedang makan atau berkumpul bersama dengan keluarga, pasangan, sahabat dan teman.

Diagram 6
Meminta Izin kepada Lawan Bicara



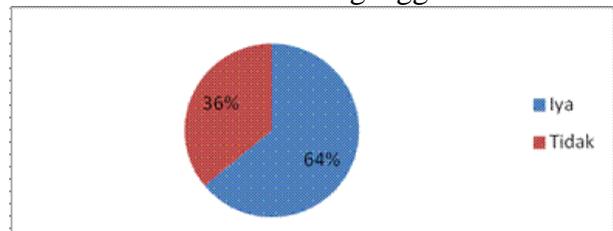
Sebagai pihak yang menjadi korban *phubber* atau pernah melakukan *phubbing*, ternyata hampir sebagian besar responden (32 orang) tidak meminta izin terlebih dahulu ketika menggunakan smartphone. Sesuatu hal yang mereka anggap tidak begitu penting karena spontanitas perilaku para penggunanya.

Diagram 7
Alasan Melakukan Phubbing



Sejumlah responden menyatakan bahwa mereka melakukan *phubbing* karena berbagai alasan. Alasan terbesar ditemukan karena mereka diharuskan untuk menerima panggilan atau pesan (27 orang), yang kedua adalah untuk membuka chat atau sosial media (6 orang). Terdapat juga alasan diluar dari itu, dimana lawan bicara dianggap tidak menarik sehingga responden menjadi bosan.

Diagram 8
Perasaan Terganggu



Fenomena *phubbing* pun akhirnya dianggap sebagai sesuatu hal yang negatif dikarenakan manusia cenderung menyepelakan lawan bicara dan tidak memberikan apresiasi. Seperti yang ditemukan didalam hasil penelitian, dimana 40 responden menjawab mereka akan merasa terganggu jika lawan bicaranya menggunakan smartphone apalagi jika hal tersebut dilakukan sepanjang percakapan berlangsung.

Pembahasan

Perkembangan media baru seperti smartphone tentunya membawa sejumlah efek positif didalam kehidupan manusia. Jika dilihat berdasarkan kegunaan yang dirasakan oleh responden, sebagian besar responden menjawab bahwa kehadiran smartphone

sebagai sarana untuk berkomunikasi dapat meningkatkan kedekatan antarpersonal antara individu, memudahkan mereka untuk mengakses informasi tertentu, sarana untuk memperluas jaringan dan pergaulan melalui sosial media, dan sisanya menjawab untuk memudahkan pekerjaan, menyelesaikan tugas, berjualan secara online hingga mampu menaikkan gengsi seseorang dengan menggunakan tipe smartphone tertentu.

Hal ini sejalan sesuai pernyataan yang disebutkan oleh Kim Veltman (2006: 336) yang memandang bahwa penemuan teknologi terutama didalam komunikasi menjadikan segala sesuatu menjadi virtual. Sehingga dengan berbagai bentuk kemudahan yang bisa didapatkan secara virtual, penggunaanya pun menganggap barang tersebut jauh lebih penting daripada dompet mereka.

Peneliti membuat sejumlah indikator bagaimana seorang individu dapat dikatakan memiliki ketergantungan terhadap *smartphone*. Pertama adalah intensitas penggunaan *smartphone* per harinya, dimana sebanyak 18 responden menggunakan *smartphonenya* sepanjang hari, dan sebanyak 14 responden menggunakannya 20 sampai 30 kali dalam sehari. Indikator yang kedua adalah kecemasan responden ketika tidak menggunakan *smartphone* dalam beberapa jam, dimana sebanyak 27 responden menjawab bahwa mereka akan mengalami hal tersebut jika tidak menggunakan *smartphone*, dan yang terakhir adalah intensitas penggunaan sosial media dan pencarian informasi melalui *smartphone* dimana sebanyak 26 responden menjawab intensitas penggunaan lebih dari 5 kali dalam sehari untuk mencari informasi dan mengakses sosial media.

Ketergantungan ini pada akhirnya menjadikan manusia teralienasi dan berada dalam bingkai kehidupannya sendiri. Seperti yang disebutkan di awal, bagaimana fenomena baru seperti *phubbing* muncul atas ketergantungan manusia terhadap *smartphone* sehingga orang menjadi lebih apatis terhadap lingkungan, karena terlalu fokus pada apa yang ada didalam genggamannya. Walaupun sejumlah 37 responden belum mengetahui istilah tersebut tetapi hasil penelitian mengungkapkan bahwa hampir sebagian besar responden pernah merasakan berada di situasi

tersebut, entah mereka yang menjadi korban *phubbing* ataupun menjadi seorang *phubber* (sebutan untuk individu yang melakukan *phubbing*) ketika sedang makan atau kumpul bersama dengan keluarga, pasangan, sahabat dan teman. Berbagai alasan pun menjadi latar belakang kenapa seorang individu harus melakukan *phubbing*. Pada akhirnya jargon-jargon seperti komunikasi yang seharusnya berasal dari hati menjadi dari jari, mendekatkan yang jauh dan menjauhkan yang dekat menjadi semakin populer di masyarakat perkotaan karena efek negatif yang ditimbulkan oleh *smartphone*.

Fenomena *phubbing* sebagai akibat kemunculan *smartphone* dapat dianalisa menggunakan teori ketergantungan media dimana secara sederhana teori ini ingin menegaskan bahwa semakin seseorang tergantung pada kebutuhannya dalam menggunakan media, maka semakin penting peranan media dalam kehidupan seseorang, dan hal tersebut akan memberikan lebih banyak pengaruh kepada individu yang bersangkutan (Barran. 2010: 289). Walaupun media yang dimaksud didalam teori ini adalah media massa, tetapi dalam perkembangannya media baru seperti *smartphone* juga memiliki karakteristik yang serupa dengan media massa. Dimana konvergensi media menjadikan media massa dapat dinikmati melalui medium *smartphone* (Littlejohn, 2009: 686).

Sejalan dengan teori penggunaan dan kepuasan, teori ketergantungan juga memperkirakan bahwa individu juga bergantung pada informasi media untuk memenuhi kebutuhan tertentu dan mencapai tujuan. Perlakuan dalam menggunakan media satu dan media lainnya akan menjadi berbeda. Hasil penelitian menyebutkan bahwa sekalipun responden begitu bergantung dengan *smartphone* tetapi sebanyak 15 responden masih menggunakan media massa seperti TV, media cetak, dan radio yang dianggap beberapa medium tertentu memiliki kekhasan tersendiri atau dengan kata lain mereka menggunakan *smartphone* untuk mengakses informasi yang lebih singkat dan jelas, tetapi ketika membutuhkan informasi yang lebih terperinci, mereka lebih baik membaca koran atau menonton televisi.

Pengaruh teknologi didalam kehidupan manusia menarik perhatian seorang pemikir berkebangsaan Kanada, Marshall McLuhan, dan melalui bukunya *Understanding Media*, ia menulis mengenai pengaruh teknologi khususnya teknologi komunikasi, seperti TV, radio, film, telepon dan bahkan game (Morrisan, 2013: 30). Menurut McLuhan, teknologi media telah menciptakan revolusi di tengah masyarakat karena masyarakat sudah sangat tergantung kepada teknologi dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan kemampuan masyarakat menggunakan teknologi.

Determinisme teknologi memberikan dampak bagaimana suatu media dapat memberikan peran yang cukup besar bagi era dimana media itu diciptkan. Terdapat empat periode didalam teori determinisme teknologi, yaitu era kesukuan, era tulisan, era cetak hingga era elektronik (Griffin, 2012: 344). Setiap medium memiliki peran didalam peradaban suatu manusia, jika era cetak, media seperti buku dan majalah begitu populer dan kehadirannya mampu merubah perilaku manusia yang awalnya hidup berkelompok menjadi individu, pada era elektronik seperti saat ini, kehadiran *smartphone* membawa begitu banyak manfaat salah satunya adalah tidak adanya batasan ruang dan waktu. Tetapi Luhan menyebutkan bahwa media juga memiliki andil didalam memperburuk keadaan manusia, dimana salah satu fenomena seperti *phubbing* pun muncul akibat pengaruh dari perkembangan teknologi terutama *smartphone*.

Perkembangan tersebut tidak ayal membuat manusia terkadang bertindak di luar kemampuannya sendiri. Walaupun responden pernah menjadi *phubber* atau menjadi korban *phubbing* tetapi keadaan tersebut dilakukan secara tidak sadar. Sebanyak 32 responden menjawab bahwa mereka tidak meminta izin membuka *smartphone* karena spontanitas dari perilaku mereka. Hal ini tentunya sejalan dengan pemikiran Luhan, bahwa pada awalnya manusia menciptakan teknologi dan teknologi gilirannya mempengaruhi apa yang dilakukan manusia (Griffin, 2012:343).

Dalam perspektif Luhan, didalam suatu media bukan isi yang paling penting melainkan medium itu sendiri. Hal ini tentunya cukup berbeda jika kita melihat

penjelasan sebelumnya mengenai dependensi individu terhadap *smartphone* yang dianggap membawa manfaat hingga akhirnya melahirkan fenomena *phubbing*. Berdasarkan teori tersebut kita dapat melihat bagaimana orang menjadi sangat bergantung pada media untuk mendapatkan berbagai kebutuhan, salah satunya adalah mendapatkan informasi di sosial media, portal berita, ataupun website tertentu dan lain sebagainya. Padahal yang terjadi baik isi ataupun medium seperti *smartphone* pada akhirnya memiliki pengaruh yang cukup besar dalam kehidupan manusia hingga menjadikan banyak orang yang menjadikan *smartphone* menjadi barang penting didalam kehidupan mereka.

Fenomena *phubbing* pun akhirnya dianggap sebagai sesuatu hal yang negatif dikarenakan manusia cenderung menyepelakan lawan bicara dan tidak memberikan apresiasi. Padahal di dalam perspektif komunikasi antar pribadi disebutkan oleh DeVito (2015: 106-114) bahwa salah satu syarat agar komunikasi berjalan efektif adalah manajemen interaksi dan orientasi pada orang lain dimana individu harus bisa menghargai lawan bicara sehingga lawan bicara tidak merasa diabaikan dan diharapkan bahwa komunikasi dua arah pun akan tercipta.

Sekalipun penggunaan *smartphone* di tengah interaksi dianggap hal yang wajar bagi sebagian besar responden tetapi mereka akan merasaterganggu jika lawannya menggunakan *smartphone* apalagi jika hal tersebut dilakukan sepanjang percakapan berlangsung. Hal ini tentunya akan sangat ironi jika kita melihat bahwa masyarakat Indonesia merupakan masyarakat yang dikenal santun dalam berbicara dan begitu menghormati serta menghargai lawan bicara. Tetapi kenyataannya fenomena ini seakan ingin merekonstruksi bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia terutama generasi Y yang tinggal di perkotaan lebih memperlakukan *smartphone* sebagai teman sejatinya daripada memanusiakan manusia lainnya.

Jika melihat pada kondisi tersebut, maka hal ini akan menjadi wajar bahwa kemunculan *smartphone* dianggap menggantikan peran manusia. Seperti yang disampaikan oleh Byron Reeves dan Clifford Nass dalam *The Media Equation* :

How People Treat Computers, Television, and New Media Like Real People and Places. Dimana orang secara tidak sadar memperlakukan media layaknya manusia yang dapat diajak berkomunikasi. Walaupun pada perkembangannya, teori ini mendapatkan kritikan keras karena media tidak memiliki kemampuan kognisi layaknya manusia. Tetapi efek negatif yang ditimbulkan karena perkembangan *smartphone* tidak bisa dihindari.

Penutup

Penelitian yang terinspirasi dari berbagai kampanye penggunaan *smartphone* secara bijak di berbagai negara ini menjadi alasan apakah fenomena serupa juga terjadi di Indonesia khususnya Semarang sebagai salah satu kota besar. Untuk menganalisa hal tersebut maka dibutuhkan suatu pendekatan ilmiah dan beberapa teori yang dihasilkan dari pemikiran barat. Dengan suatu metode penelitian ilmiah dapat memperoleh penjelasan atas suatu fenomena *phubbing* yang diakibatkan karena keberadaan *smartphone* yang begitu menjamur.

Walaupun di Indonesia penelitian mengenai efek negatif akibat penggunaan *smartphone* masih jarang dilakukan, diharapkan melalui penelitian ini masyarakat terutama generasi Y atau *millennials* menyadari dampak penggunaan *smartphone* yang berlebihan terhadap kehidupan sosial.

Hasil penelitian secara umum menjelaskan bahwa generasi Y yang tinggal di kota besar seperti Jakarta dan Semarang juga mengalami fenomena *phubbing* yang disebabkan karena ketergantungan terhadap penggunaan *smartphone* yang cukup tinggi. Ketergantungan ini disebabkan karena kemudahan yang disediakan oleh *smartphone* di setiap gerak kehidupannya untuk memudahkan berbagai kegiatan, mulai dari berkomunikasi, mencari informasi, berjualan, membeli barang secara online hingga kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri. Karena kemudahannya, secara sadar atau tidak, manusia akhirnya menjadi apatis terhadap orang lain dan semangat anti sosial pun menjadi meningkat.

Jika masyarakat terutama generasi Y tidak bisa bersikap bijak dalam menggunakan

smartphone maka bukan tidak mungkin akan menghasilkan efek domino. Gangguan sosial seperti *phubbing* tentunya akan mengakibatkan lawan bicara merasa tidak dihargai sehingga kedekatan hubungan diantara korban *phubbing* dan *phubber* pun akan menjadi renggang, selain itu *phubber* juga akan semakin teralienasi oleh lingkungan sosialnya, dan mengakibatkan kepekaan terhadap lingkungan menjadi menurun.

Sekalipun kita tidak dapat menolak perkembangan teknologi dan komunikasi yang ada, bukan berarti kita tidak dapat meminimalisir segala kemungkinan terburuk atas efek negatif yang dihasilkan. Jika memang diharuskan untuk membuka *smartphone* maka ada baiknya untuk pengguna meminta izin terlebih dahulu terhadap lawan bicara supaya lawan bicara merasa tetap dihargai, selain itu penggunaannya pun tidak dilakukan sepanjang pembicaraan berlangsung, dan yang terakhir adalah kesadaran dari satu sama lain individu untuk saling mengingatkan jika salah satu sudah bersikap berlebihan.

Penelitian ini menyarankan agar peneliti lebih lanjut dapat mengambil sampel yang lebih representatif yang menjangkau kelompok usia pengguna *smartphone* secara aktif di kota besar. Selain itu saran yang dapat diberika oleh penelitian ini adalah menggunakan teori yang jauh lebih mendukung didalam melakukan aktivitas *phubbing* misalkan dengan menggunakan teori kegunaan dan kepuasan. Peneliti dalam hal ini juga menyarankan agar lebih banyak mengadakan studi tentang efek media baru terhadap lingkungan teruma dalam komunikasi. Penggunaan metode seperti pemberlakuan *treatment* juga dapat ditujukan didalam penelitian lebih lanjut.

Daftar Pustaka

- Baran, Stanley J. dan Dennis K. Davis. (2012). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future*, 6th ed. USA: Wadsworth, Boston
- DeVito, Joseph. A. (2015). *Human Communication. The Basic Course*. Thirteenth Edition. USA: Pearson Education.

- Eriyanto. (1999). *Metodologi Polling*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Flew, T. (2002). *New Media : an Introduction*. Melbourne: Oxford University Press
- Griffin, Em. (2012). *A First look At Communications Theory*, 8th Edition. New York: McGraw-Hill.
- Littlejohn, Stephen W. dan Foss, Karen A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. London: SAGE Publication Inc. S
- Lister, Martin, dkk. (2009). *New Media 2nd edition*. New York: Routledge
- Morrisan, Andy C. W., Farid H., U. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sparks, Glenn, G. (2013). *Media Effects Research, A Basic Overview*, 4th ed. USA: Wadsworth
- Alia, Sarifah Siti, dkk (2014). Studi: Pengguna Cek Smartphone 1.500 Kali Sehari “Pengguna mengaku merasa hampa tanpa gadget”. (<http://teknologi.news.viva.co.id/news/read/545999-studi--pengguna-cek-smartphone-1-500-kali-sehari>). Diakses pada 8 Juli 2015
- Susanto, Andi Dwi. (2014). Pertumbuhan penjualan smartphone di Indonesia 10-15%. (<http://www.merdeka.com/teknologi/pertumbuhan-penjualan-smartphone-di-indonesia-10-15-persen.html>). Diakses pada 28 Desember 2014

Jurnal

- Pinchot, dkk. (2010). *How Mobile Technology is Changing Our Culture*. CONISAR Proceedings Vol. 3 No. 1519. USA: Conference on Information Systems Applied Research
- Won-jun, Lee. (2012). *An Exploratory Study on Addictive Use of Smartphone*. CyberPsychology and Behaviour, Vol. 8 No. 5. Korea: Cheoungju University Press
- Young, K.S. (1996). *Internet Addiction: The Emergence of A New Clinical Disorder*. CyberPsychology and Behaviour, Vol. 1, No. 3. USA: Sage Publications

MAJALAH

- Yulianti, Levina, dkk. (2014, Oktober). *Yang Muda, Yang Menuruti Kata Hati*. Marketeer: 065.

INTERNET

- Ajo. (2014). Kemkominfo: Pengguna Internet Capai 82 Juta (http://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3980/Kemkominfo%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+Capai+82+Juta/0/berita_satker#.VQaCovmUf3E). Diakses pada 28 Desember 2014