

Gambaran penyebab perilaku *phubbing* pada pelanggan restoran

Noriksa Ratu Vetsera* & Laras Sekarasih

Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia, Depok

Abstrak

Di Indonesia terdapat sebutan "Generasi Menunduk" ataupun "Antisosial" sebagai salah satu dampak dari penggunaan teknologi media seperti ponsel pintar. Salah satu bagian dari perilaku penggunaan ponsel pintar di tempat umum yang belum banyak dibahas adalah perilaku *phubbing*, yaitumasyarakat cenderung fokus menatap ponsel daripada melangsungkan komunikasi tatap muka termasuk ketika makan bersama di restoran. Menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan menggambarkan penyebab pelanggan restoran melakukan *phubbing*serta persepsi pelanggan mengenai penyediaan intervensi sebagai alternatif solusi untuk mengurangi perilaku *phubbing*. Wawancara semi-terstruktur dilakukan terhadap dua puluh orang pelanggan restoran dan tujuh orang dari pihak penyedia jasa restoran. Analisis tema terhadap respons partisipan menunjukkan tiga alasan penyebab *phubbing*: obsesi terhadap ponsel, *Fear of Missing out (FoMo)*, dan kecanduan *game*. Dampak penyebab *phubbing* diketahui: memunculkan perasaan diabaikan, tidak dihargai, gangguan dalam berkomunikasi, dan memunculkan perasaan negatif. Penyediaan intervensi anteseden dipersepsi sebagai alternatif cara mengurangi perilaku *phubbing* di restoran. Penelitian selanjutnya perlu mengulas penyusunan program intervensi.

Kata kunci: *phubbing*, psikologi media, intervensi sosial

Abstract

"Generasi Menunduk" or "Antisosial" are terms used in Indonesia as the effects of excessive media technology usage such as smart phones. The aspect of using smart phones in a public place that has not been much discussed is *phubbing* behavior, in which people tend to focus on looking at cellphones rather than holding face-to-face communication, including in the context of being restaurant customers. Using a qualitative approach, this study aims to describe the causes of restaurant customers for *phubbing* and customer perceptions about providing intervention as an alternative solution to reduce *phubbing* behavior. Semi-structured interviews were conducted with twenty restaurant customers and seven restaurant service providers. The theme analysis of participants' responses shows three reasons for *phubbing*: obsession with cellphones, Fear of Missing out (FoMo), and game addiction. The impact of *phubbing* causes is known: enhanced feelings of neglect, disrespect, disturbances in communication, and enhanced negative feelings. Intervention of antecedents is perceived as an alternative method to reduce *phubbing* behavior in restaurants. Further research is needed to examine the effectiveness of intervention programs.

Keywords: *phubbing*, media psychology, social intervention

Pendahuluan

Di Indonesia terdapat sebutan "antisosial" ataupun "generasi menunduk" yang ditujukan pada masyarakat yang cenderung lebih fokus pada ponsel daripada rekan bicara di hadapannya (Sulistyaningsih, 2016). Rekan bicara dapat merasa diabaikan atau bahkan tersakiti karena perilaku acuh tak acuh tersebut. Fenomena demikian dinamakan sebagai perilaku *phubbing* (Chotpitayasonondh & Douglas, 2016). Kata *phubbing* berasal dari kata "*phone*" yang menunjuk pada ponsel dan kata "*snubbing*" yang berarti melecehkan (Roberts & David, 2016). Apabila

dimaknai, individu yang terlalu konsentrasi pada ponsel justru dianggap melecehkan bagi orang di sekitarnya.

Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Nielsen pada tahun 2017 memperlihatkan bahwa di Indonesia terdapat peningkatan penggunaan ponsel sebagai media bantu untuk mengakses internet. Di tempat umum pun makin kerap dijumpai masyarakat yang mengakses internet seperti di transportasi umum (53%), kafe atau restoran (51%), juga di acara konser musik (24%). Meluasnya masyarakat dalam mengakses internet disebabkan oleh keberadaan ponsel yang memudahkan untuk menjangkau internet

dan adanya *wifi* di tempat-tempat umum (Nielsen, 2017).

Studi eksperimen telah dilakukan oleh Misra, Cheng, Genevie, dan Yuan (2014) mengenai penggunaan ponsel saat melakukan percakapan tatap muka pada pelanggan kedai kopi. Hasilnya, diketahui bahwa individu mengecek ponsel setiap tiga hingga lima menit sekali saat berada dalam kelompok kecil. Hal tersebut terlepas dari ada tidaknya notifikasi dari ponsel (Misra dkk., 2014). Individu juga akan bergantian konsentrasi antara memerhatikan layar ponsel kemudian memperhatikan lingkungan sekitar secara bergilir sebanyak tiga kali dalam 20 detik (Chen, Harper, & Yesilada, 2011). Pengecekan ponsel secara berulang yang menjadi kebiasaan dapat memengaruhi peningkatan dalam penggunaan ponsel (Oulasvirta, Rattenbury, Ma, & Raita, 2012) dan kecenderungan ini dapat menjadi dasar perilaku *phubbing* (Karadag dkk., 2015). Karadag dkk. (2015) menguraikan bahwa beberapa jenis kecanduan menyumbang pembentukan perilaku *phubbing*, diantaranya adalah kecanduan penggunaan ponsel, pesan singkat, media social, *game*, dan internet. Sedangkan menurut Chotpitayasunondh dan Douglas (2016), *phubbing* ditentukan oleh kecanduan penggunaan ponsel. Kecanduan penggunaan ponsel ini berasal dari efek kecanduan internet, dan *Fear of Missing out (FoMo)*.

Menurut Zaphiris (2009), individu akan mengalami kesulitan ketika harus membagi konsentrasi bila dihadapkan dengan dua atau lebih tugas mental, sehingga saat menggunakan ponsel sambil melakukan komunikasi tatap muka dapat mengalami distraksi. Komunikasi yang terganggu menjadi salah satu dampak dari perilaku *phubbing* (Dwyer, Kushlevb, & Dunn, 2017; Misra dkk., 2014). Dampak lainnya misalnya kurangnya kepuasan komunikasi (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Dwyer dkk., 2017; Roberts & David, 2016), kurangnya kualitas hubungan dan kebersamaan (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Misra dkk., 2014; Przybylski & Weinstein, 2012), serta kesejahteraan psikologis yang tidak dapat dipenuhi (Fulkerson dkk., 2013; Roberts & David, 2016). Roberts dan David (2016) serta Davey dkk. (2018) juga membuktikan bahwa depresi dapat meningkat sebagai akibat dari perilaku *phubbing*.

Pelanggan yang asyik memainkan ponsel dapat memperpanjang durasi makan di restoran. Palen, Salzman, dan Young (2000) serta Humphreys (2005) mengamati bahwa orang bereaksi negatif terhadap penggunaan ponsel di restoran. Selain timbul reaksi negatif dari rekan makan yang fokus pada ponsel, dari sisi restoran diketahui bahwa durasi makan pelanggan berkaitan dengan tingkat pemasukan restoran (Kimes, 2008). Pendapatan restoran dapat ditingkatkan dengan strategi mengurangi durasi makan pelanggan, terutama selama periode sibuk, dan strategi memanipulasi harga. Namun, mengelola durasi makan dianggap rumit. Hal tersebut karena adanya anggapan bila

durasi makan pelanggan dikontrol akan mengorbankan kepuasan pelanggan (Kimes, 2008).

Penelitian ini merupakan pengambilan data awal yang menjadi dasar melakukan intervensi di restoran. Perilaku *phubbing* di restoran dalam latar alami menarik untuk diteliti karena belum ada bahasan tentang intervensi terkait perilaku *phubbing* pelanggan saat makan di restoran. Penelitian lain berbicara dengan fokus pada sikap tentang perilaku *phubbing* di tempat umum seperti universitas (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Karadag dkk., 2015) dan dalam setting laboratorium (Przybylski & Weinstein, 2012). Sebaliknya, penelitian ini mengeksplorasi perilaku *phubbing* saat melakukan makan bersama keluarga atau teman dengan berlatar alami di restoran. Ini perilaku yang mungkin memiliki hubungan kedekatan yang lebih kuat bila dibandingkan dengan perilaku *phubbing* di dekat orang asing pada tempat umum lainnya. Moser, Schoenebeck, dan Reinecke (2016) yang meneliti keberadaan ponsel dalam konteks makan bersama juga memberikan arahan bagi penelitian selanjutnya bahwa perlu adanya upaya untuk mengelola penggunaan ponsel pada waktu makan bersama. Adapun pelaksanaan intervensi berkaitan dengan penggunaan ponsel yang dapat mengganggu aktivitas lain, pada penelitian sebelumnya dilaksanakan di lingkungan sekolah (Hernan, Collins, Morrison, & Kroeger, 2018) dan saat mengendarai mobil di jalan umum (Clayton & Myers 2008).

Berdasarkan ulasan di atas, maka masalah dalam penelitian ini dirumuskan dalam pertanyaan penelitian: apa saja penyebab perilaku *phubbing* yang dialami oleh pelanggan restoran? Masalah penelitian ini selanjutnya dapat menjawab tujuan penelitian, yaitu untuk menggambarkan penyebab perilaku *phubbing* berdasarkan pengalaman pelanggan restoran. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pendalaman mengenai pengalaman *phubbing* partisipan. Hasil penelitian ini merupakan dasar penyusunan program intervensi yang bertujuan mengurangi perilaku *phubbing* di restoran.

Metode Penelitian

Studi ini merupakan pendahuluan dari penelitian dan intervensi perilaku *phubbing* di restoran, dan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu dengan metode wawancara semi-terstruktur. Penelitian ini dilakukan dalam interaksi sosial yang kompleks dan situasi alami. Data dikumpulkan untuk mendapat gambaran pengalaman pelanggan mengenai tingkah laku *phubbing* di restoran. Setelah memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh pelanggan restoran diantaranya perilaku dan persepsi terhadap *phubbing* tersebut, diharapkan dapat menyusun strategi intervensi yang tepat. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Penggunaan metode ini sekaligus meminimalisasi asumsi yang tidak sesuai dengan realitas yang terjadi pada pelanggan restoran. Hal tersebut berbeda

dengan penelitian lainnya yang menggunakan metode kuantitatif yang fokus pada nilai dan jumlah (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016; Karadag dkk., 2015; Przybylski & Weinstein, 2012).

Riset dilakukan di empat lokasi restoran, yaitu lokasi restoran A, B, C, dan D di wilayah Jakarta Timur pada tanggal 24-28 Oktober 2018 pada pukul 11.00-18.00. Keempat lokasi restoran tersebut dipilih karena belum memiliki himbauan atau tanda peringatan di setiap meja untuk mengurangi perilaku *phubbing*. Protokol wawancara maupun intervensi telah disetujui oleh Komite Kaji Etik Penelitian Fakultas Psikologi Universitas Indonesia pada tanggal 17 Oktober 2018.

Partisipan

Partisipan wawancara adalah pelanggan yang mengunjungi restoran secara alami dan pegawai restoran sebagai penyedia jasa restoran yang bekerja di restoran tersebut. Penyedia jasa restoran, dalam hal ini direpresentasikan oleh pegawai restoran dilibatkan sebagai sampel karena penelitian ini juga membahas dampak perilaku *phubbing* baik dari perspektif pelanggan maupun dari pihak penyedia jasa restoran. Jumlah partisipan adalah 27 orang (20 pelanggan dan 7 penyedia jasa restoran). Rentang usia partisipan 18 hingga 40 tahun, yang terdiri dari 12 orang berjenis kelamin laki-laki dan 15 orang berjenis kelamin perempuan. Dari kedua puluh pelanggan tersebut, masing-masing diambil lima pelanggan yang berkunjung makan di restoran A, B, C, dan D. Wawancara kepada pelanggan bertujuan memperoleh data mengenai (1) kebiasaan makan partisipan di restoran untuk mengetahui kebiasaan *phubbing* pelanggan dan penyebabnya, (2) persepsi terhadap perilaku *phubbing* untuk mengetahui pandangan mengenai perilaku *phubbing* dan dampaknya, (3) pengetahuan tentang pemberian pesan pengingat dan tempat penitipan ponsel sebagai intervensi untuk mengurangi perilaku *phubbing*.

Partisipan direkrut di empat lokasi restoran. Peneliti mencari pelanggan restoran yang telah selesai makan atau yang sedang menunggu pesannya diantarkan. Peneliti meminta waktu kepada calon

partisipan wawancara dengan tema perilaku penggunaan ponsel di restoran. Calon partisipan yang setuju untuk ikut serta dalam penelitian ini menandatangani lembar *informed consent*. Jika calon partisipan tidak berkenan untuk ikut serta dalam penelitian, peneliti mengucapkan terima kasih dan meninggalkan partisipan tersebut. Terdapat tiga orang pelanggan restoran yang menolak menjadi partisipan karena sedang terburu-buru, merasa terganggu waktunya saat bersantai di restoran, dan hendak melaksanakan ibadah salat Jumat.

Pengumpulan data

Proses pengumpulan data direkam atas persetujuan partisipan yang juga tertuang dalam *informed consent*. Wawancara diawali dengan pertanyaan pengantar, seperti seberapa sering partisipan makan di restoran tersebut, dan menu apa yang biasanya dipesan di restoran tersebut. Kemudian, pertanyaan berlanjut kepada pertanyaan pokok mengenai perilaku *phubbing*, seperti bagaimana kebiasaan pelanggan menggunakan ponsel saat makan bersama, alasan seseorang lebih memerhatikan ponsel daripada berkomunikasi dengan rekan makan, dan pendapat mereka tentang rencana intervensi berupa tempat penitipan ponsel dan pesan pengingat. Usai melakukan wawancara selama durasi 10-20 menit, penulis mengucapkan terima kasih dan meninggalkan partisipan.

Peneliti juga mewawancarai masing-masing dua orang pihak penyedia jasa dari lokasi restoran A, C, dan D dan satu orang pegawai di restoran B. Mekanisme wawancara terhadap penyedia jasa restoran hampir sama dengan wawancara kepada pelanggan restoran, dengan pertanyaan: (1) kriteria pelanggan yang melakukan *phubbing* di restoran untuk mengetahui gambaran demografis pelanggan restoran yang berperilaku *phubbing* yang dipersepsikan oleh penyedia jasa restoran, (2) persepsi penyedia jasa restoran mengenai perilaku *phubbing* untuk mengetahui pandangan dan dampaknya, (3) pandangan tentang pemberian intervensi untuk mengurangi perilaku *phubbing*.

Tabel 1. Pembagian Kategori *Coding*

Kategori	Istilah
Dampak negatif perilaku <i>phubbing</i> bagi pelanggan dan penyedia jasa restoran.	Dampak perilaku <i>phubbing</i> .
Penyebab seseorang lebih fokus memerhatikan ponsel daripada berkomunikasi dengan rekan makan.	Penyebab individu melakukan <i>phubbing</i> .
Pendapat partisipan bila di tiap meja restoran diletakan pesan pengingat atau tempat penitipan ponsel.	Persepsi terhadap pengadaan pesan pengingat dan tempat penitipan ponsel.
Jenis kelamin pelanggan yang cenderung lebih tinggi melakukan perilaku <i>phubbing</i> .	Karakter demografis pelaku <i>phubbing</i> .

Pengolahan data

Hasil rekaman wawancara ditranskripsi dalam bentuk verbatim secara manual. Panjang verbatim berkisar antara 554 sampai 4.264 kata. Data verbatim lalu diolah melalui proses *coding*, dengan langkah: pengumpulan hasil pengambilan data, membuat segmentasi kategori-kategori, dan melabeli kategori-kategori tersebut (Creswell, 2014). Proses *coding* awal dari data verbatim menunjukkan beberapa kategori besar, yaitu: dampak yang dialami pelanggan dari perilaku *phubbing*, penyebab individu melakukan *phubbing*, persepsi terhadap pengadaan pesan pengingat dan tempat penitipan ponsel sebagai alternatif solusi mengurangi perilaku *phubbing*, dan karakter demografis pelaku *phubbing* menurut persepsi partisipan. Dari kategori besar ini, setiap jawaban partisipan selanjutnya digolongkan lagi untuk kembali diberi kode yang menampilkan subtema sementara. Jawaban-jawaban partisipan dibandingkan melalui proses *constant comparison* (Glaser & Strauss, 1967), dan jawaban-jawaban yang serupa diberi kode yang sama sehingga terbentuk subtema-subtema yang menampilkan temuan penelitian. Subtema-subtema yang muncul kemudian dikategorikan kembali berdasarkan literatur. Seluruh nama partisipan yang ditampilkan pada hasil wawancara dalam penelitian ini merupakan nama yang disamarkan (*pseudonym*).

Hasil Penelitian dan Diskusi

Bagian ini membahas tentang hasil wawancara sekaligus diskusi mengenai dampak perilaku *phubbing*, faktor penyebab perilaku *phubbing*, pemberian intervensi dan karakteristik pelanggan yang berperilaku *phubbing*.

Dampak perilaku *phubbing*

Seluruh partisipan mengaku pernah menghadapi pengalaman *phubbing* ketika makan di restoran. Jika dihadapkan pada situasi seperti itu, partisipan merasa diabaikan, tidak dihargai, komunikasi tatap muka menjadi terganggu, dan menimbulkan perasaan negatif.

Partisipan menganggap kehadirannya diabaikan saat rekan makan lebih mementingkan ponsel.

“Kaya lagi nongkrong gini kan main HP kan. Kaya terabaikan gitu kan, ya udah mau gak mau kalau misalkan temen main HP kitanya juga main HP, misalkan sendiri gitu kita juga ikutan main HP biar *gak ngerasa* bosan (Kaka, pelanggan di restoran C).”

“Yah orang main HP mulu, udah tau gue di depan. Gitu paling. Gitu biasanya, percuma *ngumpul* tapi main *handphone* gitu biasanya (Nadine, pelanggan di restoran D).”

“*Jealous* kali yah, *jealous* sama HP, jadi kaya kita lebih mentingin HP dari pada... dari pada suasana itu (Didi, pelanggan di restoran A).”

“Yah mungkin yah kaya.... ada yang biasa aja, soalnya dia juga *pegang* HP ada yang *kesel* juga, ada yang *ngerasa* dicuekin juga mungkin kalau lagi cerita *gak* fokus ke kita, fokus ke HP kaya gitu paling.” (Fifi, pelanggan di restoran B).”

“Sakit yah, *haha*. Perasaannya agak *kesel* mungkin yah, mungkin.. aku sendiri sih kadang gitu, cuman yah *hehe* yah gimana orang-orang pengin *pegang* HP pasti *greget* pengin *megang* kan yah, pasti perasaannya yang lain pasti *kesel* sih mungkin, kaya dicuekin gitu (Ija, pelanggan di restoran B).”

Pengabaian ini juga dialami oleh pihak penyedia jasa restoran yaitu sewaktu mengantarkan pesanan dan menyapa pelanggan tetapi pelanggan tidak meresponnya karena terfokus pada ponsel.

“Paling yah kaya... gimana yah? Kaya kita misalnya *ngasih* gitu yah, *ngasih* ke *customer* aja kan dia main *handphone*, kaya dongkol sendiri kaya sibuk sendiri, jadi kira-kira tuh *kesel* kalau misalkan lagi ‘ini mbak pesenannya’ itu didiemin itu tuh *hehe* ama dia yah *haha* (Widi, kasir di restoran C).”

“Heem kalau misalkan makanannya udah keluar terus disangkanya belum keluar kan kita juga yang rugi, maksudnya kalau misalkan ada makanan yang datang diberhentiin dulu *handphone*-nya gitu, baru. Maksudnya dia minta lagi gitu, padahal itu udah keluar makanannya. Makanya itu gara-gara yah keasyikan, keasyikan main *handphone* jadinya dia *gak* tau itu punya dia di makan ama temennya apa gimana *gak* tau. Pokoknya kita udah *ngeluarin* semua. Kan ada itunya, itunya list kita kan ada (Widi, kasir di restoran C).”

Kehadiran rekan makan kurang dirasakan oleh pelanggan karena perhatian rekan makan tertuju pada ponsel. Kejadian tersebut juga dialami penyedia jasa, terutama saat mengantar pesanan pelanggan yaitu pelanggan merasa belum menerima pesanan meski pesanan sudah diantar. Peristiwa tersebut terjadi karena pelanggan lebih fokus pada ponsel daripada keberadaan pelayan restoran yang mengantarkan pesanan. Hal tersebut sesuai dengan Karadag dkk. (2015) bahwa seseorang yang menatap ponsel saat komunikasi tatap muka berlangsung dapat menimbulkan pengabaian karena perhatian lebih terpusat pada ponsel daripada komunikasi tatap muka yang terjadi.

Perilaku *phubbing* saat makan bersama juga menghasilkan perasaan tidak dihargai.

“Perasaannya sih kalau emang *gak* terlalu sering, *gak* dikit-dikit *megang* itu *gak* masalah, yang masalah dari awal ketemu langsung

handphone terus yah kan, ada. Dari awal ketemu pas janji ketemuan *handphone* terus, sampai pas pulang juga ngobrol juga liatnya ke *handphone*, yah kaya gak dihargain aja sih (Sita, pelanggan di restoran B)."

"Menurut saya sih pasti kaya ada rasa aneh sih, kok. Misalkan oh lagi rame-rame, (malah) main HP, misalnya kaya gak.. misalnya kaya, kaya anti sosial banget gitu, kaya gak *nganggep* sekitar gitu. Pasti pasti berpikiran begitu kan (Bhida, pelanggan di restoran C)."

"Sebab yang namanya kumpul itu tidak bisa sama seperti kita berkumpul di dalam kafe, pasti itu, kalau saya pribadi sih bisa mengatakan kalo kumpul bersama kalau dia main HP yah itu dia orang yang sakit. Dia gak bisa menghargai orang (Muhtadin, Supervisor di restoran D)."

Menurut Dwyer dkk. (2017) saat komunikasi tatap muka berlangsung dan terdapat ponsel akan dapat menurunkan penghargaan emosional yang diberikan seseorang pada rekan berbicara. Selanjutnya rendahnya penghargaan emosional yang diterima oleh seseorang dapat mengurangi kepuasan interaksi tatap muka yang terjadi.

Adanya ponsel saat bersama orang lain dapat menghambat komunikasi juga dialami oleh partisipan. Bentuk gangguan dalam berkomunikasi adalah kurangnya obrolan yang terjadi karena rekan makan mengutamakan ponsel daripada melanjutkan pembicaraan.

"Yah... gimana mau ngobrol kalau main *handphone*-nya (Fauzan, pelanggan di restoran D)."

"Main *chat*, main HP terus, padahal di situ ada orang banyak, jadi kurang.. kurang sosialisasi aja (Bhida, pelanggan di restoran C)."

"Diem sih, kalau satu megang *handphone*, langsung bahan pembicaraannya jadi *gak* ada, langsung hening (Sita, pelanggan di restoran B)."

"Jadi kaya yang tadinya dekat jadi bisa jauh karena kan kalau kita semakin sering *ngobrol* sama orang sering berinteraksi kan semakin *deket* yah, jadi kalau saya kurang interaksi yah susah buat *ngedeketin* satu sama lain (Didi, pelanggan di restoran A)."

"Dia *ansos* jadi... jadi apa kurang ngobrol gitu lah, sering main HP gitu (Hari, pelanggan A)."

"Kalau ada temen yang pegang *handphone* duluan, makanya jadi *stuck* kan disitu obrolannya, ya udah kadang saya juga buka *handphone* sendiri gitu (Hani, pelanggan di restoran A)."

Perilaku *phubbing* menurut Karadag dkk. (2015) dapat menimbulkan gangguan dalam berkomunikasi, yaitu perilaku seseorang yang mengutamakan urusannya dengan ponsel yang dapat menghambat berlangsungnya komunikasi

tatap muka. Perilaku lebih mementingkan ponsel terlihat dari mata yang menatap pada ponsel ketika sedang bersama rekan makan, menyibukkan diri dengan ponsel saat bersama teman-teman, dan tidak berpikir bahwa perilaku demikian dapat mengganggu rekan berbicara.

Dampak perilaku *phubbing* yang dialami oleh partisipan termasuk munculnya perasaan negatif. Perasaan negatif yang timbul akibat kehadiran ponsel terlihat pada rasa kecewa, kesal dan dongkol.

"Justru kalau aku yang liat malah itu agak kecewa gitu kan main *handphone* mulu, tapi kalau dia... dia biasa aja (Dini, pelanggan di restoran B)."

"Tapi kadang suka *kesel* juga lagi makan main *handphone*, jadi kaya gak ada waktu, jadi aku lebih suka tempat makan sih, lebih suka makan bareng gitu, makanya aku lebih suka meja makan karena yah itu bisa *ngobrol*... sambil makan, gitu sih yang aku suka. Tapi kadang ada yang suka main *handphone*, iya sih *kesel* (Nadine, pelanggan di restoran D)."

"Semoga *lowbat* hehe, ya *bete* lah, *kesel* gitu (Sasa, pelanggan di restoran C)."

"Yah ibaratnya kalau lagi kena, dongkol aja sih, lagi ngumpul tapi kenapa main HP terus? Padahal bilang ngumpul yah ngumpul, main HP yah main HP gitu (Sefa, pelanggan di restoran A)."

Pelanggan restoran memiliki harapan tertentu dalam berinteraksi selama makan bersama di restoran. Harapan tersebut misalnya ingin rekan makan dapat hadir penuh perhatian untuk menikmati waktu makan bersama. Namun bila terdapat ponsel saat makan bersama berlangsung, perasaan negatif akan muncul. Menurut Chotpitayasunondh dan Douglas (2018), salah satu dampak penggunaan ponsel saat berinteraksi adalah perasaan negatif. Perasaan negatif tersebut dapat memunculkan suasana hati negatif saat berinteraksi yang selanjutnya menurunkan kualitas hubungan.

Dari hal tersebut dapat diketahui bahwa jika waktu makan bersama lebih banyak dialokasikan untuk memainkan ponsel maka interaksi tatap muka dengan rekan makan dan pelayan restoran menjadi berkurang. Jika dihadapkan pada situasi seperti itu, partisipan menjawab mereka merasa terabaikan, tidak dihargai, terganggu dalam komunikasi, dan memunculkan perasaan negatif.

Faktor penyebab perilaku *phubbing*

Menurut partisipan, alasan melakukan *phubbing* adalah karena obsesi terhadap ponsel, *FoMo*, dan kecanduan *game*. Menurut Karadag dkk. (2015), obsesi terhadap ponsel adalah kondisi individu yang memerlukan kehadiran ponsel secara terus menerus bila terjadi kekosongan dalam komunikasi tatap muka. Obsesi terhadap ponsel yang ditemui pada partisipan dalam bentuk merasa

kehilangan sesuatu bila tanpa kehadiran ponsel. Kehadiran ponsel saat makan memungkinkan partisipan untuk memegang dan memeriksa ponsel secara berkala.

“Yah... gimana yah, karena semua kan tergantung sama gadget yah. Jadi kalau misalnya *gak* ada *gadget* satu hari pasti kaya ada yang kurang kan. Yah serius. *Gak* usah *gadget*, kuotanya aja habis, sekarang kaya *gak* hidup aja. Kalau lagi nongkrong sih kita biasanya aktif sama *gadget*, kalau kita gitu. Tapi memang harus selalu dideketin karena suatu saat nih siapa tau ada panggilan yah. Karena kan pekerjaan dari sini semua. Ada panggilan main dimana, main dimana gitu, jadi yah harus aktif terus kan (Fauzan, pelanggan di restoran D).”

“Yah kebanyakan main HP, kalau udah *bosen* paling ngarahinnya ke HP sih. Dikit-dikit buka lagi gitu (Kaka, pelanggan di restoran C).”

“Yah gimana yah? Emang HP itu sekarang suatu kebutuhan tanpa disadari, pasti kalau gak ada HP tuh kaya, kaya ada yang hilang gitu makanya, makanya gimana yah pasti gak bisa kalau gak pegang HP (Fifi, pelanggan di restoran B).”

“Alasannya... gimana yah, *gatel* aja pengen pegang (Ija, pelanggan di restoran B).”

Hal tersebut sesuai dengan Karadag dkk (2015) bahwa obsesi terhadap ponsel adalah kondisi individu yang memerlukan keberadaan ponsel secara persisten, apabila tanpa kehadiran ponsel akan terasa ada sesuatu yang kurang. Bentuk lain dari obsesi terhadap ponsel yang ditunjukkan partisipan adalah ponsel yang diletakkan pada suatu tempat yang mudah dijangkau untuk kemudahan dalam memeriksa notifikasi ponsel. Memeriksa notifikasi ponsel secara berulang dapat menurunkan alokasi waktu untuk melakukan aktivitas lain misalnya berkurangnya interaksi saat makan bersama.

Faktor *FoMo* yang dijumpai pada partisipan yaitu aktivitas mencari sesuatu yang baru di internet untuk mencari informasi dan membuka media sosial. Membuka media sosial dilakukan untuk memperbarui pemberitaan yang dibagikan teman di media sosial, memainkan *game*, dan membagikan momen secara daring.

“Cari-cari, *browsing-browsing* (Fauzan, pelanggan di restoran D).”

“Karena kan juga bisa buat belajar juga kan, kalau HP itu *ngakses-ngakses* kaya internet gitu, buat hiburan juga sih (Sasa, pelanggan di restoran C).”

“Alasan biasanya sih saya buka *YouTube*, biasanya saya sering buka tuh, biasanya sih saya pakai *wifi* biasanya (Hari, pelanggan di restoran A).”

“Sering pada *stalking* sih biasanya (Sita, pelanggan di restoran B).”

“Itu sih suka kaya yang *snap*, *Snapgram* buat makanan yang kita pesen (Sita, pelanggan di restoran B).”

“Paling bikin *story* (instagram), kan kalau *cewek* tau sendiri suka *selfi*, ada tempat bagus dikit langsung cekrek hehe (Widi, kasir di restoran C).”

Pernyataan partisipan tersebut menampakkan adanya *FoMo* sesuai dengan Przybylski dan Weinstein (2012). Menurut Przybylski dan Weinstein (2012), *FoMo* adalah ketidakberadaan ponsel yang dapat menimbulkan perasaan takut melewatkan informasi terkini termasuk kecemasan tidak dapat melakukan kontak dengan lingkungan sosialnya yang berpengaruh dalam kepuasan hidup seseorang. *FoMo* pada pelanggan restoran terlihat merasa penting untuk membagikan momen secara daring misalnya berbagi foto di media sosial, berusaha memperbarui informasi termasuk mengetahui apa yang teman-teman lain lakukan, misalnya dengan memeriksa secara berkala kiriman teman yang ada di media sosial.

Kecanduan *game* ditemui juga menjadi penyebab *phubbing* pada pelanggan restoran. Saat makan bersama, mereka tidak mengobrol dan lebih berkonsentrasi memainkan *game*.

“Ya... misalnya obrolannya kurang penting kali, jadi ya main *game*, tapi kadang kalau misalnya aku ada sih beberapa temen yang emang addict sama permainan itu yah kaya udah tau sekarang udah banyak main apa tuh *Mobile Legend*, tuh hobi mereka untuk mainnya jadi, ya udah lah (Ani, pelanggan di restoran D).”

“Kalau temen saya sih emang, mereka *handphone*-an yah kaya gitu sih. Kalau temen-temen saya sih pada nge-*game* semua orangnya, pada hobi nge-*game* (Sofa, pelanggan di restoran A).”

Menurut Karadag dkk. (2015) bentuk kecanduan *game* antara lain tidak lelah bermain *game*, tidak ingat waktu dan tempat ketika bermain *game*, menunda makan untuk menyelesaikan *game* yang dimainkan, hingga tidak dapat menghentikan permainan meskipun ingin. Kecanduan *game* dapat bermula dari peningkatan waktu dalam memainkan *game* pada ponsel, lalu dapat memunculkan perilaku problematik dan selanjutnya dapat menjadi kecanduan yang mengganggu aktivitas lainnya (LaRose, 2009). Berawal dari memainkan *game* favorit lalu menjadi terbiasa dimainkan secara otomatis dan memainkan *game* kapan pun sepanjang waktu (LaRose, 2009). Perilaku yang dilakukan otomatis menjadikan individu kurang perhatian untuk melakukan evaluasi perilaku apakah sesuai dengan standar perilaku yang relevan di masyarakat atau tidak (LaRose, 2009; Peters, 2008). Pengalokasian waktu yang tidak seimbang antara memainkan *game* dan aktivitas lain serta terganggunya aktivitas lain

dapat menjadi tanda adanya kecanduan (Karadag dkk., 2015).

Kecanduan *game* yang dapat membentuk perilaku *phubbing* hanya pada jenis *game* tertentu. *Game* yang memerlukan navigasi dan layar yang lebar seperti *game* komputer tidak sama dengan *game* yang terpasang dalam ponsel (Karadag dkk., 2015). Permainan seperti Candy Crush (Walsh, White, & Young, 2008) dan Angry Birds (Böhmer, Hecht, Schöning, Krüger, & Bauer, 2011). Dalam ponsel adalah contoh *games* yang dapat memengaruhi perilaku *phubbing*.

Pemberian intervensi untuk mengurangi perilaku *phubbing*

Dari 27 partisipan, hanya dua orang partisipan yang menolak diberikan intervensi untuk mengurangi perilaku *phubbing*. Alasan kedua orang partisipan tersebut adalah dapat membatasi hak pelanggan restoran, merasa aneh, dan tidak nyaman. Sebagian besar partisipan setuju diberikan intervensi dengan alasan agar lebih banyak terjadi interaksi tatap muka, komunikasi tatap muka tidak terganggu akan kehadiran ponsel, lebih menikmati komunikasi dan suasana makan bersama, dan lebih fokus pada pertemuan tatap muka serta lingkungan sekitar.

Bentuk intervensi yang dapat diberikan untuk mengurangi kemunculan perilaku *phubbing*, menurut beberapa partisipan dapat menyediakan pesan pengingat berupa poster, tulisan, dan tempat penitipan ponsel. Poster diharapkan berisi himbauan untuk pelanggan restoran agar memperbanyak interaksi daripada memainkan ponsel. Poster dapat ditampilkan dengan gambar agar lebih menarik.

“Kaya misalkan poster berisikan tentang ‘banyakinlah interaksi dengan orang lain’ gitu. Yah kaya gitu lah (Kaka, pelanggan di restoran D).”

“Paling kita kaya pasang poster atau gak yah kaya gitu kaya spanduk, ada larangan supaya jangan main *handphone* saat makan, jadi berbentuk poster sih. Untuk individunya masing-masing kayaknya sih, bisa bentuk-bentuk gambar ditempel (Adam, *Floor Manager* di restoran A).”

“Kaya poster aja, poster yang menarik, misalnya gambar orang gitu, gambar tokoh ditaro posternya, tapi gambar-gambar yang kreatif gitu, atau bergerak gambarnya sekalian (Dini, pelanggan di restoran B).”

Bentuk intervensi lain yang disampaikan partisipan adalah berupa tulisan. Tulisan diharapkan berisi himbauan ataupun juga berisi sindiran dimaksudkan untuk memperbanyak interaksi daripada memainkan ponsel secara terus menerus saat makan bersama di restoran.

“Tulisan dilarang menggunakan *gadget* di suatu area gitu (Sita, pelanggan di restoran B).”

“Yah mungkin kaya pasang-masang di... di tembok tulisan-tulisan yang rada menyindir gitu, rada-rada kasar gitu mungkin, iya. Pasti kan kaya di kafe kaya ada tulisan-tulisan gitu, mungkin itu sih mbak juga bisa (Bhida, pelanggan di restoran C).”

“Mungkin ini aja sih, sebagai kaya tema-tema di di... kan ada temanya tuh. Dikasih sindiran-sindiran gitu. Kan sifatnya jadi diri sendiri gitu kalau baca (Fauzan, pelanggan di restoran D).”

“Iya kaya di dinding-dinding gitu, yah ibaratnya kata-kata lucu tapi *nyindir* dia gitu kan, ‘entah mau *gadget* mau wifi gitu kan, udah nikmatin aja makan lu biar lu lebih senang menikmati makan’ yah kan. Kalimatnya jadi yang menyindir yah kan. Kocak tapi nyindir. Yah kalau di bilang ‘makan aja fokus makan aja dari pada liat sesuatu yang aneh lu kesedak’ yah kan, jadi lu mikir kan, mau lu buka FB (facebook) mau buka sesuatu yang bikin ilfil gak mau makan, jadi gak nafsu makan (Lia, Manajer Restoran B).”

Penyediaan tempat penitipan ponsel juga dapat dijadikan sebagai bentuk intervensi untuk mengurangi perilaku *phubbing* di restoran.

“Bagus aja sih kak, jadi kalo misalkan kaya *handphone*-nya ditempatin dikumpulin gitu ya emang seharusnya kita *ga* fokus sama HP. Kalo ada hal yang penting kaya telfon kita bunyi seharusnya pihak restoran *ngasi* tau ke kita gitu” (Yusi, pelanggan di restoran D).”

Salah satu cara efektif untuk mengurangi frekuensi perilaku yang diharapkan adalah mengubah rangsangan lingkungan, yang terjadi sebelum perilaku sasaran. Rangsangan lingkungan yang kehadirannya mendahului, sebelum terjadi perilaku akan mendorong pembentukan perilaku yang diinginkan. Strategi intervensi ini disebut dengan strategi anteseden (Steg, Buunk, & Rothengatter, 2008). Contoh dari strategi anteseden misalnya dengan *prompt*. *Prompt* adalah pesan lisan atau tertulis yang disampaikan di tempat strategis di mana perilaku sasaran terjadi. Fungsi *prompt* adalah sebagai rangsangan pengingat untuk membentuk perilaku sesuai dengan konsekuensi yang diinginkan (Steg dkk., 2008).

Riset terdahulu yang dilakukan oleh Clayton, Helms, dan Simpson (2006) menggunakan *prompt* sebagai intervensi perilaku. Strategi *prompt* tersebut bertujuan meningkatkan penggunaan sabuk pengaman dan menurunkan penggunaan ponsel pada pengemudi. Intervensi tersebut secara signifikan meningkatkan penggunaan sabuk pengaman dan mengurangi penggunaan ponsel selama berkendara (Clayton dkk., 2006).

Strategi intervensi anteseden berupa *prompt* juga dilakukan oleh Clayton dan Myers (2008) pada perubahan perilaku lain yaitu perilaku pengemudi kendaraan agar memberi tanda kepada pengemudi lain saat hendak berbelok. *Prompt* yang digunakan oleh Clayton dan Myers (2008) yaitu bentuk *prompt* yang pasif dan bentuk *prompt* yang disertai kehadiran model. Kedua *prompt* tersebut dinyatakan dapat meningkatkan perilaku memberi tanda saat hendak berbelok bila dibandingkan dengan kondisi baseline. Penelitian Hernan dkk. (2018) juga menggunakan strategi intervensi anteseden berupa kotak penyimpanan ponsel. Kotak tersebut disediakan untuk mengurangi penggunaan ponsel di kelas pada pelajar. Strategi tersebut dinyatakan signifikan untuk mengurangi penggunaan ponsel yang tidak tepat di kelas.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa perilaku *phubbing* dapat mengganggu interaksi dan mengurangi kualitas komunikasi saat makan bersama di restoran. Sebagian besar partisipan pun menyetujui penyediaan intervensi anteseden untuk mengurangi perilaku *phubbing*.

Karakteristik pelanggan yang melakukan perilaku *phubbing*

Berdasarkan wawancara dengan penyedia jasa restoran diketahui bahwa proporsi perilaku *phubbing* di restoran relatif sama dilakukan oleh wanita maupun pria.

“Sama aja sih, *cewek*, *cowok* juga banyak yang pakai handphone, tapi kebanyakan sih *cewek*, rata-rata iya (Romi, Crew Lobby di restoran A).”

“Kalau saya *gak ngliat* ke orang, saya kalo *ngelihat* diri saya, saya akan bisa menempatkan HP harusnya saya pergunakan, kalo saya pribadi yah, tapi kalau saya *ngeliat* orang, saya jarang.. jarang bisa menilai gitu, karena saya merasa rata semuanya (Muhtadin, Supervisor di restoran D.).”

“Nah itu dia, relatif sih *cewek cowok*. Hampir semua, *cewek cowok* sih, *nggak...* maksudnya *gak ngeliat* itu *cewek* atau *cowok*-nya tapi kalau saya liat, *cewek* iya *cowok* iya, gitu kan pada aktif main *handphone* (Imel, Waitress di restoran C).”

Faktor yang memengaruhi perilaku *phubbing* berdasarkan hasil wawancara tersebut adalah *FoMo* (Chotpitayasonondh & Douglas, 2016), obsesi terhadap ponsel, dan kecanduan *game* (Karadag dkk., 2015). Respon partisipan tidak memperlihatkan pola yang jelas menunjukkan apakah perempuan atau laki-laki yang dianggap sebagai kelompok yang lebih sering melakukan *phubbing*. Jika dikaitkan dengan hasil penelitian sebelumnya, dilaporkan bahwa tidak ada perbedaan antara laki-laki dan perempuan dalam obsesi terhadap ponsel, kecanduan *game* dan

FoMo terhadap perilaku *phubbing* (Festl, Scharkow, & Quandt, 2013; Karadag dkk., 2015). Riset lain menyatakan bahwa pria lebih banyak memainkan *game* tetapi wanita yang berusia lebih tua menghabiskan durasi lebih lama dalam memainkan *game* bila dibandingkan dengan pria (Seo, Kang, & Chae, 2012; William, Consalvo, Caplan, & Yee, 2009). Hal tersebut dapat menjadikan tidak adanya signifikansi jenis kelamin dalam kecanduan *game*. Jenis kelamin juga terbukti tidak memoderasi hubungan antara kecanduan penggunaan ponsel dan *fear of missing out (FoMo)* terhadap perilaku *phubbing* (Chotpitayasonondh & Douglas, 2016; Kirik, Arslan, Cetinkaya, & Gul, 2015).

Kesimpulan

Dari pengalaman yang dihadapi partisipan, temuan penelitian ini menghasilkan kesimpulan mengenai faktor yang menyebabkan perilaku *phubbing* dalam suasana makan bersama di restoran, yaitu obsesi terhadap ponsel, *FoMo*, dan kecanduan *game*. Temuan tersebut memperkuat penelitian sebelumnya mengenai faktor yang menyebabkan perilaku *phubbing* di tempat umum. Temuan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk membuat intervensi yang bertujuan untuk mengurangi perilaku *phubbing* pada latar restoran. Intervensi yang dapat digunakan adalah strategi anteseden, dimana menyediakan rangsangan pengingat sebelum perilaku target terjadi dan mengarahkan pembentukan perilaku yang diharapkan. Pertama, intervensi dapat dilakukan dengan menyediakan tempat penitipan ponsel. Kedua, pengadaan pesan pengingat berupa tulisan dan gambar untuk mendorong pelanggan mengurangi perilaku *phubbing*. *Prompt* menjadi strategi yang populer karena relatif mudah dilakukan, biaya relatif murah, dan berdampak pada populasi berskala besar.

Lokasi penelitian ini hanya berada di restoran keluarga area Jakarta Timur, dimana *setting* tempat mungkin berbeda dengan restoran lain. Hal tersebut menjadi keterbatasan penelitian ini. Penulis menyarankan bagi peneliti selanjutnya agar lebih dapat memperluas area penelitian ini ke *setting* lainnya dan menggali determinan lain yang menyumbang pengaruh terhadap perilaku *phubbing* agar dalam penyusunan program intervensi dapat komprehensif.

Daftar Pustaka

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017). *Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*. Diunduh dari <https://www.apjii.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2017>.

- Böhmer, M., Hecht, B., Schöning, J., Krüger, A., & Bauer, G. (2011). Falling asleep with Angry Birds, Facebook and Kindle. *Proceedings of the 13th International Conference on Human Computer Interaction with Mobile Devices and Services—MobileHCP11*. doi:10.1145/2037373.2037383.
- Chen, T., Harper, S., & Yesilada, Y. (2011). How do people use their mobile phones? A field study of small device users. *International Journal of Mobile Human Computer Interaction*, 3(1), 37-54. doi: 10.4018/jmhci.2011010103.
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2016). How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63, 9-18. doi: 10.1016/j.chb.2016.05.018.
- Clayton, M., Helms, B., & Simpson, C. (2006). Active prompting to decrease cell phone use and increase seat belt usage while driving. *Journal of Applied Behavior Analysis*, 39(3), 341-349. doi: 10.1901/jaba.2006.153-04.
- Clayton, M. C., & Myers, E. (2008). Increasing turn signal use by drivers exiting a university parking garage. *Journal of Organizational Behavior Management*, 27(4), 53-61. doi: 10.1300/J075v27.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed method approaches (4th ed.)*. California: SAGE Publications, Inc.
- Davey, S., Davey, A., Raghav, S.K., Singh, J.V., Singh, N., Blachnio, A., & Przepiórkaa, A. (2018). Predictors and consequences of “Phubbing” among adolescents and youth in India: An impact evaluation study. *Journal of Family & Community Medicine*, 25(1): 35-42. doi :10.4103/jfcm.JFCM_71_17.
- Dwyer, R. J., Kushlevb, K., & Dunn, E. W. (2017). Smartphone use undermines enjoyment of face-to-face social interactions. *Journal of Experimental Social Psychology*, 78, 233-239. doi: 10.1016/j.jesp.2017.10.007.
- Festl, R., Scharkow, M., & Quandt, T. (2013). Problematic computer game use among adolescents, younger and older adults. *Addiction*, 108(3), 592-599. doi: 10.1111/add.12016.
- Fulkerson, J. A., Loth, K., Bruening, M., Berge, J., Eisenberg, M. E., & Neumark-Sztainer, D. (2013). Time 2 tlk 2nite: use of electronic media by adolescents during family meals and associations with demographic characteristics, family characteristics, and foods served. *Journal of the Academy of Nutrition and Dietetics*, 114(7), 1053-8. doi: 10.1016/j.jand.2013.10.015.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory*. Chicago, IL: Aldine.
- Hernan, C. J., Collins, T. A., Morrison, J. Q., & Kroeger, S. D. (2018). Decreasing inappropriate use of mobile devices in urban high school classrooms: Comparing an antecedent intervention with and without the good behavior game. *Behavior Modification*, 43(3), 439-463. doi: 10.1177/0145445518764343.
- Humphreys, L. (2005). Cellphones in public: social interactions in a wireless era. *New Media & Society*, 7(6), 810-833. doi: 10.1177/1461444805058164.
- Karadag, E., Tosuntas, S. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Sahin, B. M., & Babadag, B. (2015). Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60-74. doi:10.1556/2006.4.2015.005
- Kimes, S. E. (2008). The role of technology in restaurant revenue management. *Cornell Hospitality Quarterly*, 49(3), 297-309. doi: 10.1177/1938965508322768.
- Kirik, A. M., Arslan, A., Cetinkaya, A. & Gul, M. (2015). A quantitative research on the level of social media addiction among young people in Turkey. *International Journal of Science Culture and Sport*, 3(3), 108-122. doi: 10.14486/IntJSCS444.
- LaRose, R. (2009). Social cognitive theories of media selection. In T. Hartmann (Ed.), *Media choice: A theoretical and empirical overview*. New York, NY: Routledge.
- Misra, S., Cheng, L., & Genevie, J., & Yuan, M. (2014). The iPhone effect: The quality of in-person social interactions in the presence of telephon selulers. *Environment and Behavior*, 48(2), 1-24. doi: 10.1177/0013916514539755.
- Moser, C., Schoenebeck, S. Y., & Reinecke, K. (2016). Technology at the table: Attitudes about mobile phone use at mealtimes. *Proceedings of the 2016 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, May 07-12, 2016, San Jose, California, USA. doi: 10.1145/2858036.2858357.
- Nielsen. (2017, 26 Juli). *Tren baru di kalangan pengguna internet di Indonesia*. Diunduh dari <http://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/tren-baru-di-kalangan-pengguna-internet-di-indonesia.html>
- Oulasvirta, A., Rattenbury, T., Ma, L., & Raita, E. (2012). Habits make smartphone use more pervasive. *Pers Ubiquit Comput*, 16(1), 105-114. doi 10.1007/s00779-011-0412-2.
- Palen, L., Salzman, M., & Youngs, E. (2000) ‘Going Wireless: Behavior and Practice of New Mobile Phone Users’, *paper presented at the Computer Supported Cooperative Work Conference, Association for Computing Machinery*, Philadelphia, PA, 2-6 December.
- Peters, O. (2008). A social cognitive perspective on mobile communication technology use and adoption. *Social Science Computer Review*, 27(1), 76-95. doi: 10.1177/0894439308322594.
- Przybylski, A. K., & Weinstein, N. (2012). Can you connect with me now? How the presence of mobile communication technology influences

- face-to-face conversation quality. *Journal of Social and Personal Relationships*, 30(3), 237-246. doi: 10.1177/0265407512453827.
- Roberts, J. A. & David, M. E. (2016). My life has become a major distraction from my cell phone: Partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partners. *Computers in Human Behavior*, 54(C), 134-141. doi: 10.1016/j.chb.2015.07.058.
- Seo, M., Kang, H. S., & Chae, S. M. (2012). Emotional competence and online game use in adolescents. *Comput Inform Nurs*, 30(12), 640-647. doi: 10.1097/NXN.0b013e318261f1a6.
- Steg, L., Buunk, & Rothengatter, T. (2008). Introduction in applied social psychology. In L. Steg, A. P. Buunk, & T. Rothengatter (Eds.). *Applied Social Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Sulistyaningsih, R. (2016). *Kisah di balik setiap perhentian*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Walsh, S. P., White, K. M. & Young, R. M. (2008). Over-connected? A qualitative exploration of the relationship between Australian youth and their mobile phones, *Journal of Adolescence*, 31(1), 77-92. doi: 10.1016/j.adolescence.2007.04.004.
- Williams, D., Consalvo, M., Caplan, S., & Yee, N. (2009). Looking for gender: Gender roles and behavior among online gamers. *Journals of Communication*, 59(4), 700-725. doi: 10.1111/j.1460-2466.2009.01453.x.
- Zaphiris, P. (2009). *Cross-disciplinary advances in human computer interaction: user modeling, social computing, and adaptive interfaces*. Pennsylvania: IGI Global.