

Potret *Phubbing* Generasi Z di Tengah Maraknya Konten Kuliner: Peran Adiksi Media Sosial dan Kontrol Diri

Raissa Aulia Haryadi Putri¹, Yanti Tayo², Cempaka Putrie Dimala³

¹²³Universitas Buana Perjuangan Karawang

ps22.raissaputri@mhs.ubpkarawang.ac.id¹, yanti.tayo@ubpkarawang.ac.id²,
cempaka.putrie@ubpkarawang.ac.id³

ABSTRACT

This study analyzes the role of social media addiction and self-control on phubbing behavior among Generation Z followers of Tiktok culinary content in West Java. This study employed a quantitative survey method with a causal-associative design. The study population consisted of Generation Z individuals who follow culinary content on Tiktok, using purposive sampling to select 386 respondents. Data were collected using the Generic Scale of Phubbing (GSP), the Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS), and the Brief Self-Control Scale (BSCS). Data analysis was performed using multiple linear regression, preceded by assumption tests, namely normality and linearity tests. The results indicate that social media addiction has a positive and significant effect on phubbing behavior ($p=0,000$), while self-control has a negative and significant effect on phubbing behavior ($p=0,000$). Simultaneously, social media addiction and self-control have a significant effect on phubbing behavior ($p=0,000$). The results of the coefficient of determination test indicate that the two independent variables account for 59.4% of the variance in phubbing behavior, while the remaining 40.6% is influenced by other variables outside the scope of this study. These findings suggest that higher levels of social media addiction are associated with higher levels of phubbing behavior, whereas better self-control is associated with lower levels of phubbing behavior. This study underscores the importance of strengthening self-control and managing social media use to minimize phubbing behavior among Generation Z. Future research is recommended to examine additional variables such as fear of missing out, loneliness, emotion regulation, or smartphone addiction that may also contribute to phubbing behavior.

Keywords: Social media addiction; Self-control; Phubbing behavior; Generation Z; Tiktok

ABSTRAK

Studi ini menganalisis peran adiksi media sosial dan kontrol diri terhadap perilaku *phubbing* Generasi Z *followers* konten kuliner Tiktok di Jawa Barat. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif survei dengan desain asosiatif kausal. Populasi penelitian adalah Generasi Z yang mengikuti konten kuliner di Tiktok, dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dengan 386 responden. Data dikumpulkan dengan menggunakan *Generic Scale of Phubbing* (GSP), *Bergen Social Media Addiction Scale* (BSMAS), dan *Brief Self-Control Scale* (BSCS). Analisis data dilakukan dengan regresi linear berganda yang didahului oleh uji asumsi, yaitu uji normalitas dan linearitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adiksi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *phubbing* ($p=0,000$),

sedangkan kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku *phubbing* ($p=0,000$). Secara simultan, adiksi media sosial dan kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku *phubbing* ($p=0,000$). Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa kedua variabel bebas memberikan kontribusi sebesar 59,4% terhadap perilaku *phubbing*, sedangkan sisanya sebesar 40,6% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi adiksi media sosial, maka semakin tinggi perilaku *phubbing*, sedangkan semakin baik kontrol diri, maka semakin rendah perilaku *phubbing*. Penelitian ini menegaskan pentingnya penguatan kontrol diri dan pengelolaan penggunaan media sosial untuk meminimalkan perilaku *phubbing* pada Generasi Z. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain seperti *fear of missing out*, kesepian, regulasi emosi, atau adiksi *smartphone* yang turut berkontribusi terhadap perilaku *phubbing*.

Kata kunci: Adiksi media sosial; Kontrol diri; Perilaku *phubbing*; Generasi Z; Tiktok

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era digital menjadikan ponsel pintar (*smartphone*) sebagai perangkat utama yang digunakan oleh hampir seluruh lapisan masyarakat, tanpa terbatas pada kelompok usia tertentu. Data terbaru dari Asosiasi Penetrasi Internet Indonesia (APJII) 2025 mencatat penetrasi internet nasional mencapai 80,66% dari keseluruhan populasi yang ada dan *smartphone* sebagai perangkat utama sebesar 83,39% (APJII, 2025). Secara global, Indonesia juga menempati peringkat keempat kategori pengguna *smartphone* global (Agne, 2025). Kemudahan akses informasi kapan pun dan di mana pun menjadikan *smartphone* sulit dilepaskan dari keseharian individu (Aziz, 2019). Tingginya penetrasi internet ini turut mendorong pertumbuhan *platform* media sosial, di mana Tiktok menjadi yang paling banyak digunakan dengan persentase 35,17% pengguna di Indonesia (APJII, 2025).

Maraknya penggunaan *smartphone* dan media sosial, konten kuliner menjadi salah satu jenis konten yang paling diminati lintas kalangan. Di wilayah Jawa Barat, minat terhadap konten kuliner terus tumbuh, didukung oleh kehadiran *food vlogger* dan kreator kuliner yang mempromosikan hidangan khas daerah secara efektif (Aliansyah & Hermawan, 2021). Diskominfo (Dinas Komunikasi dan Informatika) Kota Bandung tahun 2025, mencatat sebanyak 6,5 juta kunjungan wisata kuliner, dengan menyumbang sekitar 60% dari total keseluruhan (Diskominfo Kota Bandung, 2025). Tren ini tidak hanya diikuti oleh satu kelompok usia, namun paling kuat dirasakan oleh Generasi Z yang lahir pada periode 1997 hingga 2012 (Novaryatiin et al., 2024). Generasi Z yang merupakan kelompok mayoritas penduduk Indonesia yang berjumlah 74,93 juta individu atau 27,94% dari keseluruhan populasi (BPS, 2020), dengan jumlah usia 15 hingga 29 tahun (dalam rentang Generasi Z) di Jawa Barat tercatat sebanyak 11.997.715 jiwa (BPS, 2026).

Generasi Z (Gen Z) yang tumbuh bersama teknologi digital memiliki cara yang khas dalam mengonsumsi konten. Gen Z cenderung menyukai konten video pendek berbasis daring sebesar 29,58% (Keristanti et al., 2025), dan berinteraksi dengan konten yang menonjolkan unsur visual menarik (Husna & Mairita, 2024). Kondisi

tersebut melahirkan kebiasaan baru, yaitu mengonsumsi makanan sambil menonton konten kuliner di Tiktok, yang menciptakan kepuasan ganda karena kebutuhan biologis dan kebutuhan hiburan terpenuhi sekaligus (Firdaus, 2025). Namun, kebiasaan ini dapat berpotensi menyebabkan dampak negatif yang nyata dan perlu diwaspadai.

Salah satu dampak negatif yang berpotensi adalah perilaku *phubbing* atau *phone snubbing*, yaitu tindakan mengabaikan lawan bicara dengan berfokus pada *smartphone* saat sedang berinteraksi secara langsung (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). Perilaku ini terbukti mengganggu kualitas komunikasi interpersonal yang seharusnya berlangsung secara harmonis (Cao et al., 2018), dan memiliki hubungan negatif dengan kepuasan serta kualitas hubungan (Ni et al., 2025). Penelitian Situmeang et al. (2025) Menemukan bahwa perilaku *phubbing* umum terjadi di kalangan Gen Z karena cenderung berfokus pada perangkat digital dibandingkan dengan komunikasi tatap muka. Perilaku *phubbing* dapat dipahami lebih mendalam melalui sudut pandang teori Interaksionisme Simbolik Fink (2016), yang menyatakan bahwa makna atau nilai yang diberikan oleh individu terhadap suatu objek dapat mempengaruhi perilaku individu itu sendiri "*human beings act toward things on the basis of the meanings that the things have for them*". Individu yang menganggap konten digital lebih bermakna daripada interaksi langsung akan gagal melakukan *taking the role of the other*, sehingga menciptakan ketegangan dalam kebersamaan.

Hasil pra-penelitian pada tanggal 25 hingga 27 Oktober 2026 terhadap empat subjek melalui pesan daring dapat memperkuat fenomena ini. Subjek 1 (E) mengakui bahwa subjek menggunakan *smartphone* antara 8 hingga 10 jam sehari dan mengalami kegelisahan berlebih jika tidak membawanya, karena takut tertinggal informasi penting terkait akademik maupun sosial. Kondisi serupa juga dialami oleh subjek 2 (D), yang memiliki kebiasaan membuka Tiktok segera setelah subjek bangun tidur dan menghabiskan waktu 11 hingga 15 jam per harinya menggunakan media sosial tersebut. Subjek 2 (D) mengakui bahwa dirinya merasa ada yang "kurang" apabila tidak memegang *smartphone* yang dimilikinya. Sementara itu, subjek 4 (F) mengalami dorongan yang berlebihan. Subjek 4 (F) merasa sulit mengendalikan dirinya saat menggunakan Tiktok karena merasa tangannya seakan ingin terus menggeser layar (*scrolling*), meskipun matanya sudah terasa lelah. Ia menjadikan *smartphone* sebagai pelarian dari rasa bosan, bahkan saat sedang berdiskusi kelompok atau menyimak materi. Ketiga subjek ini melampaui batas ideal penggunaan *smartphone* yang seharusnya, yaitu sebesar 257 menit atau setara dengan 4 jam 17 menit per hari agar tidak mengganggu kegiatan sehari-hari yang disarankan oleh Przybylski et al. (2013). Sebaliknya, Subjek 3 (ES) memiliki kecenderungan yang minim terhadap perilaku *phubbing* karena subjek merasa lebih tenang tanpa gangguan notifikasi dari *smartphone* dan lebih menyukai interaksi secara langsung. Perbedaan ini mengindikasikan bahwa tingginya tingkat adiksi media sosial pada ketiga subjek mendorong munculnya perilaku *phubbing* yang lebih tinggi dibandingkan subjek yang penggunaan media sosialnya lebih terkendali.

Faktor utama yang dapat mendorong perilaku *phubbing* adalah adiksi media sosial. Griffiths (2005) mendefinisikan adiksi media sosial sebagai ketertarikan secara berlebihan dan dorongan tidak terkendali dalam mengakses media sosial secara terus-menerus, yang dapat menyebabkan masalah mental dan sosial. Individu dikategorikan adiktif apabila muncul dampak negatif seperti penggunaan tidak terkontrol (Andreassen et al., 2016). Penelitian Gouwtama (2024) menemukan bahwa adiksi media sosial berpengaruh terhadap perilaku *phubbing* sebesar 45,1%. Penelitian lain juga menemukan adanya keterkaitan yang besar antara tingkat adiksi media sosial dengan frekuensi melakukan perilaku *phubbing* (Mu'adzah & Rusli, 2024). Temuan serupa juga ditemukan (Putra et al., 2022) dengan hubungan positif yang signifikan pada penggunaan media sosial terhadap perilaku *phubbing* ($\text{sig.} = 0,00 < 0,05$).

Sebaliknya, kontrol diri berperan sebagai faktor protektif *phubbing*. De Ridder et al. (2012) mendefinisikan kontrol diri sebagai kapasitas individu dalam mengelola respons emosional, kognitif, maupun perilaku secara sadar dan terarah. Kontrol diri berperan sebagai “rem” untuk menahan dorongan membuka ponsel saat sedang melakukan interaksi dengan orang lain, jika dilihat dari sudut pandang teori Interaksionisme Simbolik dari Fink tahun 2016. Didukung dengan hasil penelitian terdahulu. Temuan Kurnia et al. (2020) menemukan adanya hubungan negatif signifikan antara kontrol diri dan perilaku *phubbing* pada remaja di Jakarta, di mana individu dengan kontrol diri tinggi lebih fokus pada lawan bicara dan tidak terpengaruh notifikasi *smartphone*. Temuan ini diperkuat oleh Khairunnisa dan Nursanti (2024) yang menemukan hasil serupa pada mahasiswa.

Meski demikian, studi-studi terdahulu memiliki keterbatasan yang signifikan. Penelitian Hujaema dan Herdi (2024) serta Wijaya et al. (2024) dilakukan pada populasi umum siswa SMA tanpa mempertimbangkan konteks *platform* dan jenis konten yang dikonsumsi. Kurnia et al. (2020) dan Khairunnisa dan Nursanti (2024) hanya menguji hubungan kontrol diri dengan *phubbing* secara tunggal tanpa mengikutsertakan adiksi media sosial sebagai prediktor simultan. Belum terdapat penelitian yang secara spesifik menguji pengaruh antara adiksi media sosial dan kontrol diri secara simultan terhadap perilaku *phubbing* pada populasi pengikut konten kuliner di Tiktok, padahal algoritma Tiktok yang dirancang adiktif melalui sistem rekomendasi berbasis preferensi pengguna berpotensi memperkuat perilaku *phubbing* secara unik dibandingkan dengan *platform* lainnya. Jawa Barat, sebagai wilayah dengan pertumbuhan wisata kuliner tertinggi di Indonesia juga menjadikan konteks ini semakin relevan untuk diteliti. Kesenjangan inilah yang menjadi dasar penelitian ini untuk mengkaji lebih dalam dengan fokus yang lebih spesifik dan kontekstual.

Penelitian ini berfokus lebih spesifik dibandingkan dengan studi sebelumnya, yaitu pada *platform* Tiktok khusus konten kuliner, populasi spesifik (pengikut konten kuliner di Jawa Barat), dan menguji interaksi antara adiksi media sosial dengan kontrol diri pada *platform* dengan algoritma adiktif. Mengingat perilaku *phubbing*

memiliki hubungan negatif dengan kepuasan dan kualitas hubungan (Ni et al., 2025), penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh adiksi media sosial dan kontrol diri terhadap perilaku *phubbing* pada Gen Z *followers* konten kuliner Tiktok di Jawa Barat. Berdasarkan tujuan tersebut, hipotesis yang dirumuskan adalah: (H1) terdapat pengaruh simultan antara adiksi media sosial dan kontrol diri terhadap perilaku *phubbing* pada Gen Z *followers* konten kuliner Tiktok; (H2) terdapat pengaruh adiksi media sosial terhadap perilaku *phubbing* pada Gen Z *followers* konten kuliner Tiktok; dan (H3) terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku *phubbing* pada Gen Z *followers* konten kuliner Tiktok di Jawa Barat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif survei dengan desain asosiatif kausal. Menurut Sugiyono (2023), “Penelitian kausal bertujuan untuk menemukan hubungan sebab-akibat antara dua atau lebih variabel”. Dalam penelitian ini, variabel adiksi media sosial (X1) dan kontrol diri (X2) adalah variabel bebas (*independent*), serta perilaku *phubbing* (Y) adalah variabel terikat (*dependent*).

Secara operasional, variabel perilaku *phubbing* dalam penelitian ini didefinisikan sebagai perilaku mengabaikan orang lain dan menyela percakapan yang sedang berlangsung akibat fokus berlebihan pada *smartphone*, mencakup menjawab panggilan, membalas pesan, membagikan postingan, menggunakan aplikasi, atau menghindari interaksi pribadi secara langsung. Variabel adiksi media sosial didefinisikan sebagai kondisi di mana individu kesulitan mengendalikan penggunaan media sosial hingga mengganggu kehidupan sehari-hari, kecenderungan untuk mengisolasi diri, serta kesulitan dalam menjalankan tugas-tugas rutin. Adapun variabel kontrol diri didefinisikan sebagai kemampuan individu secara sadar mengatur dan mengendalikan berbagai respons, mencakup pikiran, perilaku, dan perasaan seseorang dalam kehidupan sehari-hari.

Populasi penelitian ini merupakan Gen Z yang mengikuti konten kuliner di Tiktok dan berdomisili di Jawa Barat, dan berusia 15-29 tahun. Mengingat jumlah *followers* konten kuliner di Tiktok dengan rentang usia tersebut bisa bertambah atau berkurang sewaktu-waktu, maka populasinya tidak dapat diketahui secara pasti. Oleh sebab itu, pemilihan sampel menggunakan jenis *purposive sampling (non-probability sampling)* berdasarkan kriteria: Gen Z usia 15–29 tahun, pengikut konten kuliner di Tiktok, berdomisili di Jawa Barat, dan pengguna aktif Tiktok. Melihat besaran populasi yang tidak teridentifikasi secara pasti, ukuran sampel ditetapkan menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2023), sebagai berikut:

Tabel 1. Rumus Cochran

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Nilai n = jumlah sampel yang diperlukan, z = harga dalam kurva normal

simpang 5% (1,96), p = peluang benar 50% (0,5), q = peluang salah 50% (0,5), dan e = tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) sebesar 5% (0,05). Diperoleh sampel atau nilai n sebesar 384,16 responden.

Sebelum melakukan penelitian, diambil terlebih dahulu data *try out* yang dilaksanakan pada 06 Maret 2026 melalui aplikasi berupa *WhatsApp* agar lebih efisien dan menyesuaikan kegiatan responden. Pengambilan data penelitian dilakukan pada 01 Maret 2026 hingga 02 Mei 2026. Proses pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan kuesioner *Google Form* yang dibagikan kepada partisipan menggunakan *WhatsApp* dan platform Tiktok.

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga skala psikologi. Skala pertama adalah *Generic Scale of Phubbing (GSP)* yang dikembangkan oleh Chotpitayasunondh dan Douglas (2018) dan telah diadaptasi ke Bahasa Indonesia oleh Isrofin (2020). Skala tersebut terdiri dari 15 item yang mengukur empat dimensi, yaitu *nomophobia*, konflik interpersonal, isolasi diri, dan pengakuan masalah. Penelitian Likert bergerak dari 1 sampai 5, menilai tingkat frekuensi dari sangat jarang hingga sangat sering. Uji validitas skala GSP menghasilkan rentang nilai *corrected item-total correlation* antara 0,428 hingga 0,864, dengan nilai reliabilitas *Alpha Cronbach* sebesar 0,946 skala ini valid dan layak digunakan.

Skala kedua adalah *Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS)* yang dikembangkan oleh Andreassen et al. (2016) dan telah diadaptasi ke Bahasa Indonesia oleh Sumaryati et al. (2024) terdiri dari 6 item yang mencakup aspek *salience*, *mood modification*, *tolerance*, *withdrawal*, *conflict*, dan *relapse*. Penelitian Likert bergerak dari 1 sampai 5, menilai tingkat frekuensi dari tidak pernah hingga sangat sering. Uji validitas skala BSMAS menghasilkan rentang nilai antara 0,396 hingga 0,599, dengan nilai reliabilitas sebesar 0,759. skala ini valid dan layak digunakan.

Skala ketiga adalah *Brief Self-Control Scale (BSCS)* yang dikembangkan oleh Tangney et al. (2004) dengan operasionalisasi De Ridder et al. (2012) dan telah diadaptasi ke Bahasa Indonesia oleh Arifin dan Milla (2020), terdiri dari 10 item yang mengukur dua dimensi yaitu inhibisi dan inisiasi. Uji validitas skala BSCS menghasilkan rentang nilai antara 0,596 hingga 0,748, dengan nilai reliabilitas sebesar 0,899 skala ini valid dan layak digunakan. Validitas isi ketiga skala diuji menggunakan *Aiken's V*, dengan hasil validitas dan reliabilitas yang diperoleh melalui *try out*. Analisis aitem menggunakan *corrected item-total correlation*, dengan kriteria valid jika nilai $r_{it} \geq 0,30$, atau dapat dipertimbangkan 0,25 jika jumlah aitem belum mencukupi. Reliabilitas dihitung menggunakan *Alpha Cronbach* melalui SPSS versi 22.0 for Windows.

Langkah selanjutnya adalah teknik analisis data menggunakan statistik parametrik. Uji asumsi dilakukan dengan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov melalui uji normalitas. Hal tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan jumlah sampel dalam penelitian yang melebihi 100 responden (Sugiyono, 2023), serta dengan melihat nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)*. Apabila nilai signifikansi lebih dari

0,05, maka data dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data dinyatakan tidak normal. Untuk memastikan hubungan antarvariabel bersifat liner, maka dilakukan uji linearitas. Hubungan antar variabel yang bersifat linier ditentukan oleh nilai sig. *linearity* < 0,05. Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi berganda, dengan uji parsial untuk pengaruh parsial dan uji simultan untuk pengaruh simultan, digunakan uji koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut:

Tabel 2. Rumus Uji Koefisien Determinasi

$$Kd = R^2 \times 100\%$$

Tabel di atas menentukan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, serta uji kategorisasi menjadi rendah, sedang, dan tinggi berdasarkan pedoman, dengan rumus sebagai berikut:

Tabel 3. Rumus Uji Kategorisasi

Rendah	$X < M - 1SD$
Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$
Tinggi	$M + 1SD \leq X$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengumpulan data, diperoleh sebanyak 386 responden. Pada kategori jenis kelamin, mayoritas responden merupakan perempuan dengan presentase sebesar 67,4% atau sebanyak 260 orang. Sedangkan responden laki-laki berjumlah 126 orang atau sebesar 32,6%. Mayoritas responden berusia 21 hingga 23 tahun dengan jumlah 175 orang (45,3%), diikuti kelompok dengan rentang usia 24 sampai 26 tahun, sebanyak 70 orang (18,1%), kemudian 27-29 tahun sebanyak 63 orang (16,3%), 18-20 tahun sebanyak 43 orang (11,1%), dan 15-17 tahun sebanyak 35 orang (9,1%). Secara individual, usia yang paling dominan adalah 22 tahun sebanyak 72 responden (18,7%), diikuti 21 tahun sebanyak 58 responden (15,0%) dan 23 tahun sebanyak 45 responden (11,7 %).

Berdasarkan akun konten kreator kuliner yang diikuti, akun “doyanjajannnn” menjadi yang paling banyak diikuti yaitu sebanyak 99 responden (25,6%), diikuti oleh “@gina_angelia” sebanyak 63 responden (16,3%), dan “@nex.carlos” sebanyak 47 responden (12,2%). Selanjutnya, “@kuliner1menit_” diikuti 37 responden (9,6%), “@kulinerkarawangfoodnotes” sebanyak 36 responden (9,3%), “@gorilagembul” sebanyak 34 responden (8,8%), “@bocahkarawang” sebanyak 33 responden (8,5%), dan “@belakukutanesia” sebanyak 31 responden (8,0%), serta 6 responden (1,6%) mengikuti akun kreator lainnya. Seluruh 386 responden (100%) merupakan pengguna aktif Tiktok dengan durasi penggunaan *smartphone* lebih dari 4 jam per hari. Berikut rekap partisipan pada penelitian ini:

Tabel 4. Rekap Partisipan

No	Demografi	Kategori	Frekuensi Persentase	
1	Jenis Kelamin	Perempuan	260	67,4%
		Laki-laki	126	32,6%
2	Usia	15–17 tahun	35	9,1%
		18–20 tahun	43	11,1%
		21–23 tahun	175	45,3%
		24–26 tahun	70	18,1%
		27–29 tahun	63	16,3%
3	Konten Kreator yang Diikuti	doyanjajannnn	99	25,6%
		gina_angelia	63	16,3%
		nex.carlos	47	12,2%
		Kuliner1menit_	37	9,6%
		kulinerkarawangfoodnotes	36	9,3%
		gorilagembul	34	8,8%
		bocahkarawangg	33	8,5%
		belakukutanesia	31	8,0%
		Lainnya	6	1,6%
4	Pengguna Aktif TikTok	Iya	386	100%
5	Durasi Penggunaan HP	Lebih dari 4 jam	386	100%

Uji Normalitas

Teknik statistik parametrik diterapkan untuk pengujian hipotesis penelitian. Dalam penggunaan teknik tersebut, variabel-variabel yang akan dianalisis harus memiliki distribusi normal. Uji normalitas data dilakukan oleh peneliti sebelum pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan Metode Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,168, melampaui batas 0,05. Temuan ini membuktikan distribusi data memenuhi asumsi normalitas untuk keperluan analisis lanjutan.

Tabel 5. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		386
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.76335098
Most Extreme Differences	Absolute	.040
	Positive	.024
	Negative	-.040
Test Statistic		.040
Asymp. Sig. (2-tailed)		.168 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Linearitas

Untuk mengetahui sifat hubungan antarvariabel (variabel independen dan dependen), maka dilakukan uji linearitas. Uji linearitas menggunakan kriteria sig. linearity, di mana hubungan dinyatakan linear apabila nilai signifikansinya kurang dari 0,05 ($p < 0,05$). Kriteria ini dipilih karena menunjukkan ada tidaknya pola linear yang signifikan dalam data, sehingga lebih sesuai untuk mendeteksi hubungan linear antara variabel independen dan dependen dalam analisis regresi.

Berdasarkan hasil uji, nilai signifikansi *linearity* antara adiksi media sosial terhadap perilaku *phubbing* sebesar 0,000 ($p < 0,05$), yang menunjukkan hubungan antara kedua variabel bersifat linear. Sementara itu, nilai signifikansi *linearity* antara kontrol diri terhadap perilaku *phubbing* sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hasil ini mengindikasikan bahwa kedua variabel independen memiliki hubungan yang linear dengan perilaku *phubbing*.

Meskipun demikian, nilai sig. *linearity* yang signifikan pada kontrol diri mencerminkan adanya keberagaman pola respons responden. Titik-titik data yang menyebar menunjukkan bahwa hubungan antara kontrol diri dan perilaku *phubbing* tidak sepenuhnya bersifat satu arah yang konsisten. Hal ini dapat dipahami mengingat responden berada pada fase remaja akhir hingga dewasa awal, di mana kemampuan kontrol diri masih dalam proses perkembangan sehingga respons yang muncul cenderung beragam (Hurlock, 2011).

Tabel 6. Uji Linearitas Varibel Adiksi Media Sosial

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combined)	12791.257	16	799.454	15.746	.000
		Linearity	11582.549	1	11582.549	228.136	.000
		Deviation from Linearity	1208.708	15	80.581	1.587	.075
	Within Groups		18734.236	369	50.770		
Total			31525.492	385			

Tabel 7. Uji Linearitas Kontrol Diri

			df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	Sum of Squares	513.348	12.805	.000
		Linearity	17453.824	14625.245	364.808	.000
		Deviation from Linearity	14625.245	85.715	2.138	.000
	Within Groups		351	2828.579		
Total			385	14071.668		
				31525.492		

Uji Hipotesis

Uji Parsial

Berdasarkan hasil uji parsial, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Gambar 1. Persamaan Regresi

$$Y = 47.266 + 1.105X_1 - 0.655X_2$$

Keterangan:

Y = Perilaku *Phubbing*;

X_1 = Adiksi Media Sosial;

X_2 = Kontrol Diri

Persamaan regresi menunjukkan bahwa perilaku *phubbing* dimulai dari skor dasar 47.266. Ketika adiksi media sosial meningkat satu satuan, perilaku *phubbing* akan naik sebesar 1.105 poin, yang berarti semakin ketergantungan pada media sosial semakin sering *phubbing* dilakukan. Sebaliknya, ketika kontrol diri meningkat satu satuan, perilaku *phubbing* akan turun sebesar 0.655 poin, yang artinya individu dengan kontrol diri yang baik akan melakukan *phubbing* lebih sedikit.

Variabel adiksi media sosial memiliki nilai koefisien regresi sebesar 1,105 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan H2 diterima, yaitu adiksi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *phubbing*, semakin tinggi tingkat adiksi pada media sosial, maka semakin tinggi perilaku *phubbing* pada Gen Z *followers* konten kuliner di Tiktok.

Kontrol diri memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,655 dengan nilai signifikansi 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa H3 diterima, bahwa kontrol diri berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku *phubbing*. Kontrol diri pada individu yang tinggi, menghasilkan kecenderungan perilaku *phubbing* yang rendah pula.

Kedua variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap perilaku *phubbing*. Hal tersebut terbukti dengan melihat nilai signifikansi yang ada. Hipotesis H2 dan H3 yang menyatakan bahwa perilaku *phubbing* dipengaruhi oleh adiksi media sosial dan kontrol diri secara parsial diterima.

Tabel 8. Uji Regresi - Parsial

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t Sig.
1	(Constant)	47.266	3.029		15.604 .000
	X1	1.105	.100	.395	11.097 .000
	X2	-.655	.045	-.521	-14.638 .000

a. Dependent Variable: Y

Uji Simultan

Setelah melakukan uji simultan, Nilai F menunjukkan angka sebesar 280,585 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal tersebut mengindikasikan bahwa variabel adiksi media sosial dan kontrol diri, keduanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Indikasi yang ada juga melihat dari nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05.

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen

tersebut secara simultan berkontribusi secara signifikan dalam menjelaskan perilaku *phubbing* pada Gen Z *followers* konten kuliner di Tiktok. Hasil ini menunjukkan bahwa H1 diterima, di mana adiksi media sosial dan kontrol diri secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku *phubbing* pada Gen Z *followers* konten kuliner Tiktok di Jawa Barat ($F = 280,585$; $p = 0,000$).

Tabel 9. Uji Regresi - Simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	18737.250	2	9368.625	280.585	.000 ^b
Residual	12788.243	383	33.390		
Total	31525.492	385			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Uji Koefisien Determinasi

Nilai R sebesar 0,771 diperoleh setelah melakukan analisis. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel adiksi media sosial dan kontrol diri terhadap perilaku *phubbing* berada pada kategori kuat/tinggi. Kemudian, didapatkan nilai *R Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,594. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel independen (adiksi media sosial dan kontrol diri) secara bersama-sama mampu menjelaskan 59,4% variasi perilaku *phubbing*.

Terdapat variabel lain di luar model yang turut memengaruhi variabel dependen sebesar 40,6%. Selain itu, setelah disesuaikan dengan jumlah variabel yang digunakan, hasil dari nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,593. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kontribusi model tetap tinggi dalam menjelaskan variabilitas perilaku *phubbing*. Adapun nilai *Standard Error of the Estimate* sebesar 5,778 yang menunjukkan besarnya tingkat kesalahan prediksi model regresi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa adiksi media sosial dan kontrol diri memiliki kontribusi yang besar secara bersama-sama terhadap perilaku *phubbing*.

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.594	.592	5.778

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Uji Kategorisasi

Uji Kategorisasi Adiksi Media Sosial

Dari total 386 responden, mayoritas responden berada pada kategori adiksi media sosial tinggi, yaitu sebanyak 309 responden (80,1%). Sebanyak 76 responden (19,7%) tergolong dalam kategori sedang, dan hanya 1 responden (0,3%) tergolong kategori rendah. Temuan ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini mengalami tingkat adiksi media sosial pada taraf tinggi. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini memiliki tingkat adiksi media sosial yang tinggi.

Media sosial menjadi bagian yang dominan dalam kehidupan sehari-hari para responden, baik sebagai sarana hiburan, pencarian informasi, maupun aktivitas rutin yang sulit dipisahkan dari keseharian.

Tabel 11. Uji Kategorisasi Adiksi Media Sosial

		Kategori X1			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Rendah	1	.3	.3	.3
	Sedang	76	19.7	19.7	19.9
	Tinggi	309	80.1	80.1	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

Uji Kategorisasi Kontrol Diri

Berdasarkan hasil kategorisasi kontrol diri, dari 364 data valid, mayoritas responden tergolong dalam kategori kontrol diri sedang, yaitu sebanyak 177 responden (45,9%) berdasarkan valid percent. 164 responden (42,5%) berada pada kategori rendah, dan hanya 23 responden (6,0%) yang berada pada kategori tinggi. Kemudian, sebanyak 22 responden (5,7%) tidak dapat masuk dalam kategori dikarenakan data *missing system*.

Mayoritas responden memiliki kontrol diri yang cukup atau sedang, jika dilihat melalui temuan ini. Artinya, mayoritas responden masih berpotensi mengalami kesulitan dalam mengendalikan dorongan, menahan impuls, serta mengatur perilaku saat berhadapan dengan stimulus digital, termasuk ketika sedang menggunakan Tiktok atau *smartphone* dalam interaksi sosial.

Kondisi ini dapat dijelaskan melalui perspektif teori perkembangan. Responden dalam penelitian ini merupakan Gen Z yang berada pada fase remaja akhir

hingga dewasa awal. Pada fase ini, individu sedang dalam proses transisi menuju dewasa, di mana kemampuan kontrol diri masih aktif dikembangkan (Arnett, 2000). Steinberg (2008) menjelaskan bahwa kontrol diri pada remaja dan dewasa awal belum sepenuhnya matang karena korteks prefrontal, yaitu bagian otak yang mengatur pengendalian impuls dan pengambilan keputusan, masih dalam tahap perkembangan. Hal ini membuat individu pada fase tersebut lebih rentan terhadap godaan stimulus eksternal, termasuk notifikasi dan konten digital yang terus-menerus muncul di layar *smartphone*. Oleh karena itu, dominannya kategori sedang pada responden bukan semata-mata mencerminkan kelemahan karakter, melainkan mencerminkan kondisi perkembangan yang wajar pada kelompok usia ini.

Tabel 12. Uji Kategorisasi Kontrol Diri

Kategori X2				Valid	Cumulative
		Frequency	Percent	Percent	Percent
Valid	Rendah	164	42.5	45.1	45.1
	Sedang	177	45.9	48.6	93.7
	Tinggi	23	6.0	6.3	100.0
	Total	364	94.3	100.0	
Missing	System	22	5.7		
Total		386	100.0		

Uji Kategorisasi Perilaku *Phubbing*

Dari total 386 responden, mayoritas responden menunjukkan tingkat perilaku *phubbing* tinggi, yaitu sebanyak 274 responden (71,0%). sebanyak 104 responden (26,9%) berada pada kategori sedang, dan 8 responden (2,1%) termasuk dalam kategori yang rendah. Data menunjukkan bahwa mayoritas responden cenderung mengabaikan lawan bicara dalam interaksi secara langsung, dengan perhatian yang teralihkan pada *smartphone*. Tingginya perilaku *phubbing* ini memperlihatkan bahwa kehadiran perangkat digital, terutama *smartphone*, memiliki pengaruh yang besar terhadap kualitas interaksi sosial tatap muka pada Gen Z.

Tabel 13. Uji Kategorisasi Perilaku *Phubbing*

KategoriY					Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Rendah	8	2.1	2.1	2.1
	Sedang	104	26.9	26.9	29.0
	Tinggi	274	71.0	71.0	100.0
	Total	386	100.0	100.0	

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh adiksi media sosial dan kontrol diri terhadap perilaku *phubbing* pada Gen Z *followers* konten kuliner Tiktok di Jawa Barat. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara bersama-sama dan parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku *phubbing*. Hasil analisis menunjukkan temuan ini mengkonfirmasi ketiga hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini.

Hasil uji simultan menunjukkan nilai F sebesar 280,585 dengan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hal ini mengindikasikan bahwa adiksi media sosial dan kontrol diri secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku *phubbing*. Oleh karena itu, H1 diterima, di mana adiksi media sosial dan kontrol diri secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku *phubbing* pada Gen Z *followers* konten kuliner Tiktok di Jawa Barat ($F = 280,585$; $p = 0,000$).

Nilai R Square sebesar 0,594 menunjukkan bahwa kedua variabel independen menjelaskan 59,4% variasi perilaku *phubbing*, sedangkan 40,6% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa kombinasi dorongan untuk mengakses media sosial dan ketidakmampuan untuk menahan dorongan tersebut menciptakan kondisi yang sangat rentan terhadap perilaku *phubbing*. Adiksi media sosial yang tinggi tanpa diimbangi kontrol diri yang baik menghasilkan dampak yang paling signifikan terhadap perilaku *phubbing*.

Secara parsial, adiksi media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *phubbing*, dengan koefisien regresi sebesar 1,105 dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa H2 diterima, di mana semakin tinggi tingkat adiksi media sosial, maka semakin tinggi perilaku *phubbing* pada Gen Z *followers* konten kuliner Tiktok di Jawa Barat.

Berdasarkan jumlah 386 responden, sebanyak 309 (80,1%), memiliki tingkat adiksi media sosial yang tinggi, sementara 76 (19,7%) masuk dalam kategori adiksi tingkat sedang, dan 1 responden (0,3%) yang berada pada kategori adiksi dengan tingkatan rendah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Gen Z *followers* konten kuliner Tiktok di Jawa Barat memiliki tingkat adiksi pada media sosial yang cukup tinggi, baik dari segi frekuensi penggunaan ataupun ikatan emosional. Ditinjau dari variabel perilaku *phubbing* dengan sebagian responden berada pada kategori tinggi yaitu sebesar 71,0%. Sedangkan sebagian lainnya berada pada kategori yang sedang dan rendah. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi adiksi media sosial semakin sering individu mengabaikan lawan bicaranya demi fokus pada *smartphone*.

Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui aspek adiksi media sosial menurut Griffiths (2005) antara lain *salience*, *mood modification*, *withdrawal*, *tolerance*, dan *conflict*. Aspek *salience* terkait dengan individu yang didominasi oleh media sosial secara nyata mempengaruhi pikiran dan tindakan. Adapun, aspek *mood modification* berkaitan dengan menggunakan media sosial sebagai sarana mengubah suasana hati. Gen Z mungkin telah menyadari bahwa terlalu lama menggunakan *smartphone* itu tidak baik, namun ketika melihat konten kuliner Tiktok, yang secara

visual menarik perhatian serta dipengaruhi oleh algoritma yang dirancang memanjakan pengguna. Hal tersebut menjadikan pengguna memiliki keinginan secara terus menerus mengakses sosial media tersebut dan sulit untuk berhenti. Akibatnya, walaupun secara norma sosial mengharuskan untuk berinteraksi dengan lawan bicara, justru akibat faktor kenyamanan, hiburan, dan rasa penasaran yang disuguhkan oleh sosial media membuatnya lebih memfokuskan hal tersebut dibanding berinteraksi langsung.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu. Gouwutama (2024) menemukan pengaruh positif adiksi media sosial sebesar 45,1% terhadap perilaku *phubbing* pada pengguna media sosial di Jakarta. Temuan tersebut juga sejalan dengan penelitian Mu'adzah dan Rusli (2024) yang menemukan adanya keterkaitan yang tinggi antara adiksi sosial media dan perilaku *phubbing*. Penelitian dari Putra et al. (2022) juga menemukan adanya hubungan positif yang signifikan sebesar $0,00 < 0,05$ antara variabel media sosial dengan perilaku *phubbing*. Keselarasan temuan ini memperkuat bahwa adiksi media sosial secara konsisten berkontribusi terhadap perilaku *phubbing*, tidak hanya pada penelitian ini tetapi juga pada berbagai penelitian dengan latar belakang dan kelompok responden yang berbeda.

Hasil kontrol diri pada penelitian ini juga menunjukkan pengaruh negatif yang signifikan terhadap perilaku *phubbing* dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,655 dan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Hasil ini menunjukkan bahwa H3 diterima, di mana semakin tinggi kontrol diri individu, maka semakin rendah perilaku *phubbing* yang ditunjukkan. Kemudian diperkuat dengan teori Tangney (De Ridder et al., 2012), bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu dalam mengatur respons emosional, kognitif, dan tingkah laku untuk menahan dorongan yang tidak sesuai norma.

Tingkatan kategorisasi variabel kontrol diri pada penelitian ini mayoritas berasal dari kelompok sedang, yaitu sebanyak 177 responden (45,9%) berdasarkan valid *percent*. 164 responden (42,5%) berada pada kategori rendah, dan hanya 23 responden (6,0%) berada pada kategori yang tinggi. Kemudian, terdapat 22 responden (5,7%) masuk pada kategori *missing system*. Kondisi ini dapat dipahami melalui perspektif teori perkembangan. Responden berada pada fase remaja akhir hingga dewasa awal, di mana kemampuan kontrol diri masih aktif dikembangkan (Arnett, 2000). Steinberg (2008) menjelaskan bahwa kontrol diri pada fase ini belum sepenuhnya matang karena korteks prefrontal yang mengatur pengendalian impuls masih dalam tahap perkembangan. Hal ini membuat individu lebih rentan terhadap godaan stimulus eksternal, termasuk konten digital yang terus-menerus muncul di layar *smartphone*. Dapat diketahui bahwa, semakin banyak individu yang tidak dapat mengendalikan dirinya dengan baik, maka semakin tinggi pula kemungkinan seseorang melakukan perilaku *phubbing*, termasuk dorongan untuk terus menerus *men-scroll* konten Tiktok meskipun sedang berinteraksi dengan lawan bicara.

Dalam penelitian ini kontrol diri memiliki peran sebagai sistem pertahanan internal yang berperan penting untuk menahan dorongan menggunakan *smartphone*

saat sedang berinteraksi. Penelitian Kurnia et al. 2020) menemukan hubungan negatif signifikan antara kontrol diri dengan perilaku *phubbing* pada remaja di Jakarta dengan nilai signifikansi 0,000. Penelitian Hujaema dan Herdi (2024) dan Wijaya et al. (2024) menemukan bahwa kontrol diri berkontribusi terhadap perilaku *phubbing*. Nabila dan Kusumaningsih (2025) menemukan kontrol diri berpengaruh negatif secara signifikan terhadap perilaku *phubbing* pada mahasiswa. Kemudian, penelitian Khairunnisa dan Nursanti (2024) dan Tiwi et al. (2025) menyatakan bahwa kontrol diri yang baik dapat mempengaruhi individu dalam menahan diri untuk melakukan perilaku *phubbing*, di mana kontrol diri inilah menjadi indikator yang paling berpengaruh untuk mengurangi perilaku *phubbing* tersebut. Oleh karena itu, penting untuk menguji kontrol diri yang memiliki stimulus tinggi seperti konten kuliner di Tiktok, karena daya tarik visualnya berpotensi memicu dorongan impulsif, namun individu dengan kontrol diri yang kuat akan lebih berhasil menahannya.

Penelitian ini menunjukkan efektivitas kontrol diri sangat bergantung pada situasi *platform* yang digunakan. *Platform* Tiktok yang menyediakan tampilan visual atau konten kuliner yang menarik dibandingkan lainnya menciptakan tantangan unik bagi individu untuk mempertahankan kontrol diri mereka. Dapat diketahui bahwa peran kontrol diri sangat berpengaruh kuat, memastikan bahwa seseorang dengan kontrol diri yang baik dapat menahan godaan maupun impuls dari luar secara lebih efektif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adiksi media sosial dan kontrol diri memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku *phubbing* pada Gen Z *followers* konten kuliner Tiktok di Jawa Barat. Secara parsial, H2 diterima di mana adiksi media sosial terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *phubbing*, artinya semakin tinggi adiksi media sosial maka semakin tinggi perilaku *phubbing*. H3 diterima di mana kontrol diri terbukti berpengaruh negatif dan signifikan terhadap perilaku *phubbing*, artinya individu dengan kontrol diri yang tinggi menunjukkan perilaku *phubbing* yang lebih rendah. Secara simultan, H1 diterima di mana kedua variabel bersama-sama menjelaskan 59,4% variasi perilaku *phubbing*, sedangkan 40,6% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini. Perilaku *phubbing* pada Gen Z dalam penelitian ini dipengaruhi oleh tingginya keterikatan terhadap media sosial dan kontrol diri yang belum sepenuhnya optimal dalam situasi interaksi sosial langsung.

Gen Z perlu mengelola intensitas penggunaan media sosial, khususnya Tiktok, secara lebih bijak agar kualitas interaksi sosial secara langsung tetap terjaga. Individu juga perlu meningkatkan kontrol diri dalam penggunaan *smartphone*, misalnya dengan membatasi waktu akses media sosial saat bersama orang lain, meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya komunikasi tatap muka, serta menghindari kebiasaan membuka ponsel secara impulsif. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain seperti *fear of missing out*, kesepian, regulasi emosi, atau kecenderungan adiksi *smartphone* yang dapat mempengaruhi perilaku *phubbing*,

mengingat 40,6% variasi perilaku *phubbing* masih dijelaskan oleh faktor di luar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agne, Y. (2025, July 1). *Indonesia ranks 4th in global smartphone usage*. Tempo English. <https://en.tempo.co/read/2023311/indonesia-ranks-4th-in-global-smartphone-usage>
- Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2021). Peran sektor pariwisata pada pertumbuhan ekonomi kabupaten/kota di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, 23(1), 39–55. <https://doi.org/10.26593/be.v23i1.4654.39-55>
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 252–262. <https://doi.org/10.1037/adb0000160>
- APJII. (2025). *Survei penetrasi internet dan perilaku penggunaan internet: Profil internet Indonesia 2025*. APJII | Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia.
- Arifin, H. H., & Milla, M. N. (2020). Adaptasi dan properti psikometrik skala kontrol diri ringkas versi Indonesia. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(2), 179–195. <https://doi.org/10.7454/jps.2020.18>
- Arnett, J. J. (2000). Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469–480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>
- Aziz, A. (2019). No mobile phone phobia di kalangan mahasiswa pascasarjana. *Konseli: Jurnal Bimbingan Dan Konseling (E-Journal)*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/10.24042/kons.v6i1.3864>
- BPS. (2026, July 26). *Jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin di provinsi jawa barat, 2026*. Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. <https://jabar.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--ribu-jiwa--di-provinsi-jawa-barat--2025.html>
- Cao, S., Jiang, Y., & Liu, Y. (2018). Analysis of phubbing phenomenon among college students and its solution. *Journal of Arts & Humanities*, 7(12).
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2018). The effects of “phubbing” on social interaction. *Journal of Applied Social Psychology*, 48(6), 304–316. <https://doi.org/10.1111/jasp.12506>
- De Ridder, D. T. D., Lensvelt-Mulders, G., Finkenauer, C., Stok, F. M., & Baumeister, R. F. (2012). Taking stock of self-control. *Personality and Social Psychology Review*, 16(1), 76–99. <https://doi.org/10.1177/1088868311418749>
- Diskominfo Kota Bandung. (2025, October 12). *Kunjungan wisatawan ke kota bandung naik signifikan, kuliner jadi favorit*. Portal Jabarprov.Go.Id. <https://www.jabarprov.go.id/berita/kunjungan-wisatawan-ke-kota-bandung-naik-sigifikan-kuliner-jadi-favorit-21455>
- Fink, E. L. (2016). Symbolic interactionism. In *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication* (pp. 1–13). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781118540190.wbeic266>
- Firdaus, H. (2025, September 10). *Makan sambil nonton jadi gaya hidup baru Gen Z*. Yoursay.Id. <https://yoursay.suara.com/lifestyle/2025/09/10/142637/makan-sambil-nonton-jadi-gaya-hidup-baru-gen-z>
- Gouwta, Y. (2024). Pengaruh intensitas dan adiksi penggunaan media sosial terhadap perilaku phubbing di provinsi DKI Jakarta. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komunikasi*, 26(1), 93–111.
- Griffiths, M. (2005). A ‘components’ model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191–197. <https://doi.org/10.1080/14659890500114359>

- Hujaema, M., & Herdi. (2024). Pengaruh pengendalian diri dan adiksi media sosial terhadap perilaku phubbing pada siswa SMA di DKI Jakarta. *Insight: Jurnal Bimbingan Dan Konseling* 13 (1), 83–92.
- Hurlock, E. B. (2011). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (13th Edition). Erlangga.
- Husna, A. H., & Mairita, D. (2024). Gen z dan perilaku konsumsi konten influencer pada tiktok. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 86–100.
- Isrofin, B. (2020). Validasi generic scale of phubbing (GSP) versi bahasa Indonesia dengan rasch model. *Nusantara of Research: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 7(1), 9–18. <https://doi.org/10.29407/nor.v7i1.13883>
- Khairunnisa, & Nursanti, A. (2024). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku phubbing pada mahasiswa. *Wissen: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(4), 227–246. <https://doi.org/10.62383/wissen.v2i4.387>
- Kurnia, S., Sitasari, N. W., Fakultas Psikologi, S. M., Esa, U., Jalan, U., Utara, A., Jeruk, K., & Barat, J. (2020). Kontrol diri dan perilaku phubbing pada remaja di Jakarta. *Jurnal Psikologi : Media Ilmiah Psikologi*, 18(1), 58.
- Mu'adzah, H. A., & Rusli, D. (2024). Hubungan kecanduan media sosial dengan phubbing dalam situasi classical pada mahasiswa di kota Padang. *Yasin*, 4(2), 165–176. <https://doi.org/10.58578/yasin.v4i2.2816>
- Novaryatiin, S., Ardhany, S. D., & Purnama, A. (2024). Science and technology ethics for gen z: peningkatan literasi digital dan kreativitas menuju karya ilmiah berkualitas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Wadah Publikasi Cendekia*, 1(2), 24–33. <https://doi.org/10.63004/jpmwpc.v1i2.416>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Putra, W. M. M., Indrawadi, J., Fatmariza, & Irwan. (2022). Hubungan penggunaan media sosial dengan perilaku phubbing pada mahasiswa universitas negeri Padang. *Journal of Civic Education*, 5(1), 52–57.
- Situmeang, M. K., Mentari, & Mawaddah. (2025). Simulasi realitas: phubbing dan hiperrealitas pada Generasi Z di kota Banda Aceh. *Jurnal Sosiologi Usk: Media Pemikiran & Aplikasi*, 19(1), 116–132.
- Steinberg, L. (2008). A social neuroscience perspective on adolescent risk-taking. *Developmental Review*, 28(1), 78–106. <https://doi.org/10.1016/j.dr.2007.08.002>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.; 2nd ed.).
- Sumaryati, I. U., Sirodj, D. A. N., & Gadama, M. (2024). Adaptasi Indonesia bergen social media addiction scale. *Jurnal Psikogenesis*, 12(1), 10–18.
- Tangney, J. P., Baumeister, R. F., & Boone, A. L. (2004). High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success. *Journal of Personality*, 72(2), 271–324. <https://doi.org/10.1111/j.0022-3506.2004.00263.x>
- Tiwi, L. P., Upa, M. D. P., & Apriliana, I. P. A. (2025). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku phubbing dikalangan mahasiswa. *Jurnal Bimbingan Konseling Flobamora*, 3(1). <https://doi.org/10.35508/jbkf.v3i1.20471>
- Wijaya, E. S., Rahman, P. R. U., & Aisha, D. (2024). Perilaku phubbing pada generasi z: menguji peran kontrol diri. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 4(3).