

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era digital yang semakin pesat membuat seluruh kegiatan menjadi serba digital. Penggunaan *smartphone* untuk berbagai keperluan semakin intensif karena peraturan isolasi atau *lockdown* yang ditetapkan pemerintah beberapa tahun belakang yang akhirnya sampai saat ini beberapa pekerjaan secara *online* masih dipertahankan meskipun sudah memasuki pasca Pandemi. Perkembangan teknologi yang pesat khususnya terjadi pada *smartphone*, yang dilengkapi dengan berbagai fitur menarik dan juga fleksibel (Naomi Adisty, 2022). Statista Research Department (2023) menunjukkan bahwa Indonesia menempati posisi keempat, negara dengan pengguna *smartphone* terbesar dunia. Sebagian besar masyarakat yang mempunyai *smartphone* saat ini selalu terhubung dengan internet. Perusahaan riset Data Reportal mengenai Laporan Statistik Digital Indonesia tahun 2023 memaparkan bahwa ada 212,9 juta pengguna internet di Indonesia. Jumlah tersebut meningkat dari jumlah tahun-tahun sebelumnya (Kemp, 2023). Ketika terhubung dengan internet, dunia semakin terasa dalam sebuah genggam, semua hal bisa didapatkan hanya dengan sebuah *smartphone*.

Penggunaan *smartphone* pastinya tidak hanya mendatangkan manfaat saja, jika tidak terkontrol juga bisa memicu sebuah resiko. Beberapa tahun terakhir, banyak penelitian yang melaporkan masalah dari penggunaan *smartphone*. Survei yang dilakukan oleh Deloitte (2017) memaparkan kebiasaan penggunaan 4.150 orang menunjukkan sekitar 66% anak usia 16-19 tahun memeriksa *smartphone* di tengah malam dan 74% menggunakannya sambil berjalan, melihat *smartphone* sebelum tidur maupun saat bangun tidur (Pivetta dkk., 2019). Kualitas tidur yang rendah, masalah kecemasan dan stress, antisosial, penyalahgunaan, dan ketergantungan,

kontrol diri yang rendah bisa terjadi dari perilaku berlebihan menggunakan *smartphone* (Lin dkk., 2018; Pivetta dkk., 2019). Era digitalisasi yang terus berkembang membuat tingkat penggunaan *smartphone* semakin tinggi dan menimbulkan permasalahan dikarenakan penggunaan *smartphone* saat ini tidak terbatas oleh waktu. Oleh karena penggunaan *smartphone* yang tak terkontrol dan ketergantungan yang ditimbulkan, muncul fenomena yang dikenal dengan istilah kecenderungan *nomophobia* (Ramaita dkk., 2019; Rodríguez-García dkk., 2020). Penelitian oleh Ginting dkk. (2022) menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan diantara ketergantungan *smartphone* dan kecenderungan *nomophobia*. Ketika semakin tinggi tingkat ketergantungan *smartphone* maka semakin tinggi pula kecenderungan *nomophobia*-nya.

Kecenderungan *Nomophobia* adalah ketidaknyamanan atau kecemasan saat jauh atau tidak berhubungan dengan *smartphone* atau komputer. Istilah kecenderungan *nomophobia* ini berasal dari Inggris, yaitu gabungan kata “*non-mobile phone*” dan “*phobia*”, yaitu ketakutan, kecemasan, dan ketidaknyamanan karena tidak memiliki perangkat seluler pada saat tertentu atau tidak memiliki akses ke *smartphone* saat dibutuhkan (King dkk., 2010). Dengan kata lain, kecenderungan *nomophobia* adalah ketakutan akan perasaan terputus dari dunia digital atau *smartphone*. Misalnya, seseorang mungkin merasa terancam dan bahkan ada yang mengalami kecemasan (fobia) jika berada di area tanpa koneksi internet atau jika ponsel cerdasnya kehabisan baterai, serta dapat memengaruhi kesehatan psikologis, seperti depresi bahkan gangguan mental (Ramaita dkk., 2019). Orang-orang tidak hanya kecanduan internet, video game, dan teknologi pada umumnya, tetapi juga takut tidak memiliki sarana dan sumber daya teknologi untuk menjalankan fungsi dasar seperti berhubungan, berkomunikasi, bersenang-senang, dan mengakses informasi (Rodríguez-García dkk., 2020). Istilah kecenderungan *nomophobia* ditemukan pertama kali pada penelitian yang dilakukan sebuah perusahaan riset di Britania Raya tahun 2010, yaitu YouGov. Mereka melakukan penelitian pada 2.163 pengguna *smartphone* mengenai kegelisahan yang dialaminya dan ditemukan bahwa baik pria maupun wanita pengguna *smartphone* merasa tidak nyaman ketika

harus kehilangan *smartphone*-nya, kehabisan pulsa atau baterai, berada diluar jaringan, hingga stres ketika *smartphone* mereka mati (Ishariani, 2020). Yuwanto (2010) mengatakan bahwa individu dengan kecenderungan *nomophobia* akan merasa gelisah ketika tidak berada di dekat *smartphone*-nya dan tidak ingin banyak melakukan interaksi langsung terhadap orang lain (Aziz, 2019).

Yildirim (2014) menjelaskan bahwa untuk melihat inidividu dengan kecenderungan *nomophobia* terdapat empat aspek, yaitu 1) Perasaan tidak bisa berkomunikasi, 2) Kehilangan konektivitas, 3) Tidak mampu mengakses informasi, dan 4) Memberikan kenyamanan. Karakteristik orang yang mengidap *nomophobia* adalah 1) Menghabiskan waktu menggunakan *smartphone* dan mempunyai *smartphone* lebih dari satu, selalu membawa *charger*, 2) Ketika *smartphone* tidak ada didekatnya akan merasa cemas dan kecewa, serta tidak nyaman ketika tidak ada jaringan internet, 3) Selalu melihat dan mengecek *smartphone* untuk mencari informasi, pesan atau panggilan, 4) Selalu membuat *smartphone* menyala selama 24 jam, sampai meletakan *di sampingnya* ketika tidur, (5) Lebih nyaman dan memilih komunikasi secara *online*, dan (6) Mau mengeluarkan biaya yang besar untuk *smartphone*-nya (Bragazzi & Del Puente, 2014). Individu yang kecenderungan *nomophobia*-nya tinggi biasanya akan memeriksa pesan teks atau media sosial secara berlebihan dan kesulitan memperhatikan tugas sehari-hari karena takut kehilangan keterhubungan untuk mengakses informasi (Lee dkk., 2018; Yildirim dkk., 2016; Yildirim & Correia, 2015). Gejala kecenderungan *nomophobia* seseorang akan muncul ketika mereka tidak bisa menggunakan *smartphone*-nya, karena mereka terbiasa selalu menggunakan *smartphonen*-nya terus-menerus, hingga akan membuatnya merasa cemas dan tidak nyaman ketika tidak dapat mengakses hal-hal yang dibutuhkan melalui *smartphone*-nya, dan individu muda merasa bahwa mereka sudah memiliki ketergantungan yang tinggi dengan *smartphone* (Ginting dkk., 2022). Tak menutup kemungkinan hal tersebut akan membentuk perilaku mereka menjadi seseorang yang individualis (Dwiasmara, 2020). Hubungan dengan keluarga juga akan berjarak dan membuat individu kurang memperhatikan apa yang terjadi di lingkungan sekitarnya (Ayaturahman, 2019).

Penelitian Khairani dkk. (2022) memaparkan bahwa di antara generasi X, Y (milenial), dan Z, rata-rata kecenderungan *nomophobia* tertinggi berada pada generasi Z dan termasuk pada tingkat *nomophobia* berat. Subjek pada generasi Z menempati tingkat kecenderungan *nomophobia* berat dengan persentase sebesar 100%. Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1995-2010 (Bencsik, Cikos & Juhas, 2016; Rachmawati, 2019), saat ini terdapat pada rentang usia 13-28 tahun. *Generation White Paper* (2011) mengatakan bahwa generasi Z memiliki karakteristik yang cenderung tidak sabar, berpikiran instan, kurang ambisi, ketergantungan teknologi tinggi, dan individualistis (Rachmawati, 2019). Teknologi sudah menjadi bagian dari mereka sejak kecil, salah satunya *smartphone*. Media sosial menjadi salah satu *platform* yang banyak dijadikan alasan masyarakat untuk menggunakan *smartphone* (Ayuda dkk., 2018). Hal tersebut menjadikan aktivitas Generasi Z yang tidak terlepas dari *smartphone* dan media sosialnya.

Bianchi & Phillips (2005) telah menemukan penyebab penggunaan *smartphone* yang bermasalah atau kecenderungan *nomophobia* yaitu, usia yang lebih muda, pandangan negatif terhadap diri sendiri, harga diri dan efikasi diri rendah, jenis kelamin, antusiasme yang tidak teratur atau kepribadian ekstraversi. Kepribadian ekstraversi menjadi aspek yang paling mempengaruhi seseorang untuk menggunakan *smartphone*, karena seseorang dengan ekstraversi memiliki sifat impulsif dan sangat menyukai interaksi sosial dimana hal ini berkaitan dengan *sensation seeking* yang menjadi kecenderungan dari kepribadian ekstraversi.

Selain itu, Yuwanto (2010 dalam Agusta, 2016) mengatakan bahwa secara umum terdapat 4 faktor kecenderungan *nomophobia*, yaitu 1) faktor internal, 2) faktor eksternal, 3) faktor situasional, dan 4) faktor sosial. Penelitian oleh Agusta (2016) menunjukkan bahwa keempat faktor tersebut menempati kategori sedang dengan rerata skor yang berbeda-beda. Faktor internal mempunyai rerata skor yang paling tinggi, artinya faktor ini merupakan faktor yang paling mempengaruhi individu. Sejalan dengan penelitian Denson (2010) yang mengatakan bahwa untuk melakukan sesuatu, dorongan tersebut bukan dari faktor eksternal, melainkan dari faktor internal individu. Faktor internal yang dimaksud diantaranya adalah *sensation*

seeking yang tinggi, *self-esteem* yang rendah, dan kontrol diri yang rendah (Agusta, 2016).

Telah banyak penelitian yang mengaitkan antara *self-esteem*, kontrol diri, maupun konsep diri dengan kecenderungan *nomophobia*, yang hasilnya menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan. Namun belum banyak penelitian yang mengaitkan faktor *sensation seeking* dengan kecenderungan *nomophobia*. Penelitian oleh Ayuda (2018) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara *sensation seeking* terhadap ketergantungan *smartphone*, yang mana ketika *sensation seeking* seseorang tinggi maka ketergantungan pada *smartphone* juga akan semakin meningkat.

Sensation seeking menurut Zuckerman (2015) adalah sifat yang ditentukan oleh kebutuhan akan sensasi dan pengalaman yang bervariasi, baru, dan kompleks serta kemauan untuk mengambil risiko fisik dan sosial demi pengalaman tersebut. Zuckerman (2000) mengaitkan model *sensation seeking* yang tinggi dengan kebutuhan stimulus dan arousal yang tinggi sehingga orang tersebut cenderung melakukan hal berisiko dan ingin mencari sensasi atau pengalaman baru di dalam hidupnya (Awkila, 2015). Keberhasilan mencari sensasi dalam memenuhi kebutuhannya, membuat individu merasa bangga dan mendapatkan rasa kebahagiaan sebagai *reward*. Amanta (2009) mengatakan bahwa karakteristik dari *trait sensation seeking* adalah memiliki keberanian yang berlebihan, keingintahuan tinggi, memiliki ketenangan ketika menghadapi kesulitan atau rasa sakit, dan mudah merasa bosan (Ayuda dkk., 2018).

Tingkat *sensation seeking* yang tinggi bisa menjadi faktor perilaku berisiko, secara signifikan *sensation seeking* dapat memprediksi dan digunakan sebagai indikator untuk menyaring perilaku berisiko (Safa dkk., 2019). Oleh karena beberapa penelitian menghubungkan tingginya *sensation seeking* dengan perilaku agresif pada ponsel dan saat mengemudi, Ayuningtyas & Amawidyati (2021) juga menyimpulkan bahwa aktivitas penggunaan *smartphone* yang berlebihan, seperti saat berkendara yang membutuhkan konsentrasi, bagi seseorang yang *sensation*

seeking-nya tinggi dapat meningkatkan kesenangan dan membantu mereka untuk mendapatkan stimulasi yang dibutuhkan.

Pengamatan yang dilakukan Zuckerman (2015) pada seseorang dengan *sensation seeking* ketika berada dalam kondisi yang membuat mereka terbatas, mereka akan memenuhi rangsangannya dengan bergerak di tempat tidur, bersiul, meraba dinding ruangan mereka, atau sekadar bersantai dan menikmati fantasi yang kaya dari proses berpikir mereka. Hal tersebut berarti, meskipun mereka berada dalam kondisi yang terbatas, mereka akan tetap berusaha memenuhi rangsangannya dengan melakukan hal yang bisa mereka lakukan saat itu atau memainkan hal-hal yang ada disekitarnya. Pada generasi Z untuk memenuhi kebutuhan stimulus yang tinggi, karena mereka begitu dekat dengan *smartphone* maka mereka akan memanfaatkan benda yang ada didekatnya, dalam hal ini mereka akan memanfaatkan fasilitas-fasilitas yang ditawarkan oleh *smartphone*. Mencari sensasi melalui *smartphone* dan media sosial tidak serta merta dilakukan hanya untuk sebuah tanggapan atau ketenaran, namun individu dengan *sensation seeking* mencari suatu stimulus baru agar merasakan sebuah kesenangan, kepuasan, ketegangan, tertantang, atau yang membuat adrenalin meningkat sehingga mendapatkan pengalaman baru dan menghilangkan rasa bosan (Ayuda dkk., 2018).

Terdapat empat aspek dalam melihat *sensation seeking*, pertama, *Experience Seeking* (ES) atau pencarian pengalaman, menggambarkan pencarian sensasi dan pengalaman melalui pikiran dan sensasi (musik, seni, perjalanan) dan mengekspresikan pola hidup dinamis. Pada dimensi pencarian pengalaman jika dikaitkan dengan kecenderungan *nomophobia*, peneliti berasumsi bahwa pengalaman tersebut didapatkan ketika individu melakukan *chatting* di media sosial, melihat aktifitas yang dilakukan orang lain di media sosial, mencari informasi dengan penelusuran di internet, dan kegiatan yang dilakukan melalui aplikasi lain di *smartphone*-nya. *Smartphone* digunakan sebagai media pemenuhan stimulus dan komunikasi dan media sosial yang digunakan tidak hanya untuk sebuah komentar atau banyaknya *followers*, namun mereka ingin mencari suatu stimulus baru agar merasakan sebuah kesenangan, kepuasan, dan tantangan yang membuat adrenalin

meningkat sehingga mendapatkan pengalaman baru dan menghilangkan rasa bosan (Ayuda dkk., 2018). Hal tersebut yang akhirnya membuat orang-orang merasa nyaman dengan *smartphone* dan tidak bisa jauh dari *smartphone*-nya. Bahkan saat ini di media sosial banyak orang-orang yang rela untuk mencari sebuah sensasi dengan melakukan hal-hal berisiko (melompat dari ketinggian, memakan cabai, mandi lumpur, meminum alkohol, dsb) untuk mendapat perhatian dari pengguna sosial media lainnya, maupun seluruh kegiatan fisik (seperti olahraga ekstrim, mendaki gunung, perjalanan petualangan, aktivitas/hobi unik, dsb) banyak dijadikan konten untuk media sosial mereka.

Aspek yang kedua adalah *Boredom Susceptibility* (BS) atau kerentanan kebosanan, menggambarkan penghindaran kondisi monoton. Pada dimensi kerentanan kebosanan jika dikaitkan dengan kecenderungan *nomophobia*, sebagian besar alasan seseorang menggunakan *smartphone* adalah sebagai usaha untuk menghilangkan kebosanan dari aktivitas yang sedang dilakukan maka ada kemungkinan individu merupakan seseorang yang cepat bosan atau tidak suka dengan hal yang monoton. Leung (2007) mengatakan seseorang dengan *sensation seeking* akan cepat merasa bosan dengan kegiatan monoton yang dilakukan, misalnya saja pelajar, mahasiswa, atau pekerja kantoran yang memiliki rutinitas yang hampir monoton dan tidak bisa banyak mencari pengalaman di dunia luar, biasanya mereka akan mencari informasi atau pengalaman baru di *smartphone*-nya melalui media sosial. Terdapat bukti pendukung bahwa individu muda yang menggunakan *smartphone* berlebihan menunjukkan tingkat kebosanan yang tinggi, *sensation seeking* yang tinggi, dan menggunakan berbagai macam aplikasi *smartphone* (Turgeman dkk., 2020).

Selanjutnya, aspek yang ketiga adalah *Thrill and Adventure Seeking* (TAS) atau pencarian sensasi dan petualangan, keinginan untuk melakukan aktivitas yang penuh sensasi yang tidak biasa (aktivitas atau olahraga ekstrim). Pada dimensi pencarian sensasi dan petualangan jika dikaitkan dengan kecenderungan *nomophobia*, ketika seseorang senang dan selalu melakukan aktifitas *online* (dengan internet) melalui *smartphone*-nya dan tidak memikirkan dampak atau bahaya dari

penggunaan *smartphone* yang berlebihan. Aspek yang terakhir atau keempat adalah *Disinhibition* (Dis) atau disinhibisi, pencarian sensasi berdasarkan gaya hidup hedonis (kegiatan minum alkohol, berpesta, seksual) (Bagaskara, 2021). Pada dimensi disinhibisi jika dikaitkan dengan kecenderungan *nomophobia*, seseorang akan dengan mudah dan bangga bisa mengakses maupun menyebar konten-konten vulgar (video pornografi, kegiatan seksual) dan kegiatan beresiko seperti meminum alkohol, berkelahi, kegiatan menyimpang (prank), dsb. Hasil penelitian Rachmaniar dkk. (2018) menunjukkan bahwa *smartphone* berpotensi membuka akses terhadap konten pornografi. Beberapa responden yang menjadi subjek penelitian sepakat bahwa semenjak perangkat seluler mereka beralih menjadi *smartphone*, konten-konten pornografi pun dengan mudahnya menghampiri mereka. Di era digital saat ini paparan pornografi terjadi lebih luas lagi. Individu muda dapat terpapar secara tidak sengaja. Ini dapat terlihat dari pengalaman pertama mereka saat mengonsumsi informasi di internet dimana paparan pornografi tidak jarang muncul tanpa mereka kehendaki.

Impulsif, rasa kebutuhan, dan *sensation seeking* bisa juga terkait dengan penggunaan ponsel secara berlebihan (Bragazzi & Del Puente, 2014). Sama halnya dengan yang dikatakan Lee dkk. (2018) bahwa aspek kepribadian lainnya, seperti impulsif dan ekstraversi, mendorong individu untuk mempertahankan hubungan yang konstan dengan orang lain, melibatkan *sensation seeking* (pencarian sensasi) dan sensitivitas penghargaan dalam penggunaan media dan perilaku *online*.

Penelitian mengenai hubungan penggunaan *smartphone* berlebihan dan kecenderungan *nomophobia* menunjukkan hubungan yang signifikan di antara keduanya. Orang-orang yang lebih banyak bergantung pada *smartphone* memiliki kecenderungan *nomophobia* yang tinggi (Ramaita dkk., 2019; Yıldız Durak, 2018). Penelitian Turgeman dkk. (2020) menemukan bahwa antara *abstinence* (pantangan), *sensation seeking* (pencarian sensasi), dan penggunaan *smartphone* yang bermasalah saling berhubungan. *Abstinence* (pantangan) dan *sensation seeking* yang tinggi dapat meningkatkan penggunaan *smartphone* secara berlebihan. Hal tersebut, berkaitan dengan adanya kebosanan, menghindari situasi yang tidak nyaman, dan

kebutuhan akan hiburan. Pemuasan stimulus *sensation seeking* yang dilakukan generasi Z melalui *smartphone* dan media sosial secara berkepanjangan tidak bisa dihilangkan dalam kehidupannya, hal itu menjadi penyebab seseorang mengalami kecanduan *smartphone*, hingga muncul sebuah permasalahan atau saat ini dikenal dengan kecenderungan *nomophobia*.

Individu yang mengalami kecenderungan *nomophobia* akan mengalami beberapa dampak negatif seperti kecemasan, gangguan panik, fobia sosial, gangguan obsesif-kompulsif, gangguan makan, depresi dan distimia, gangguan perilaku adiksi, dan gangguan kepribadian (*mood* yang tidak stabil, antisosial, dan menghindari aktivitas berinteraksi, dll (Bragazzi & Del Puente, 2014), fungsi otak yang terus menurun hingga mengurangi fokus, stres, dan gangguan jiwa secara permanen (Dwiasmara, 2020; Lisnawati, 2018), bahkan WHO menyebutkan hal ini bisa menyebabkan kanker otak (Aziz, 2019).

Dilansir dari DetikNews (2021) oleh Whisnu Pradana, terdapat kasus seorang siswa SMP di Subang meninggal dunia dengan diagnosa gangguan syaraf, dikabarkan hal tersebut karena ia kecanduan bermain *game online* ditambah lagi pembelajaran yang dilakukan secara *online* yang membuat ia semakin sering bersama *smartphone*-nya. Selain itu, catatan RSJ Cisarua, Jawa Barat menunjukkan terdapat sebanyak 14 anak menjalani rawat jalan karena mengalami kecanduan *smartphone* pada data bulan Januari sampai Februari 2021.

Penelitian terdahulu yang memiliki variabel sama dengan penelitian ini yaitu pertama, penelitian yang dilakukan oleh Ria Anggraini Sihombing (2018) dengan judul “Hubungan *Sensation seeking* dengan Sikap terhadap *Nomophobia*”. Subjek yang digunakan adalah mahasiswa di salah satu universitas di Semarang. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan pada *sensation seeking* dan sikap terhadap *nomophobia* pada mahasiswa di salah satu Universitas di Semarang tersebut. Tingkat *sensation seeking* yang tinggi mempunyai sikap terhadap *nomophobia* yang rendah, dan berarti jika tingkat *sensation seeking* rendah maka sikap terhadap *nomophobia*-nya akan tinggi.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Rizaldy Dwiasmara (2020) dengan judul “Hubungan Antara *Sensation seeking* Dengan Kecenderungan *Nomophobia* Pada Remaja Di Kota Surabaya”. Subjek yang digunakan adalah Remaja remaja berusia 15-19 tahun, menggunakan *smartphone*, menggunakan media sosial Instagram, dan warga kecamatan Karangpilang. Hasil yang diperoleh adalah tidak adanya hubungan secara negatif antara *sensation seeking* dengan kecenderungan *nomophobia*.

Perbedaan dari penelitian yang sama sebelumnya dengan penelitian yang dilakukan peneliti sekarang adalah dari subjek penelitiannya, pada penelitian tersebut subjek yang digunakan adalah mahasiswa dan remaja di Semarang dan Surabaya. Sedangkan, penelitian ini subjek yang digunakan adalah generasi Z (kelahiran 1995-2010) saat ini berusia 13-28 tahun, dan tinggal di Jabodetabek (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi). Serta dari waktu penelitian, peneliti bermaksud untuk memberikan pembaharuan data dari penelitian sebelumnya, penelitian ini dilakukan pada tahun 2023 atau pasca pandemik, saat aktivitas di luar rumah sudah mulai kembali normal. Selain itu, penelitian oleh Ria Anggraini Sihombing (2018) mengaitkan tingkat *sensation seeking* dengan sikap terhadap *nomophobia*, bukan mengaitkannya langsung dengan tingkat kecenderungan *nomophobia*.

Berdasarkan penjelasan di atas, hasil penelitian terkait sebelumnya memiliki perbedaan tujuan dan hasil penelitian, serta penelitian yang berkaitan dengan *sensation seeking* sepengetahuan penulis terbilang masih jarang. Sehingga penelitian mengenai kecenderungan *nomophobia* dengan *sensation seeking* dirasa masih perlu dikembangkan kembali untuk memperkaya data. Oleh karena itu, penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai *sensation seeking* dengan kecenderungan *nomophobia* khususnya pada generasi Z. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang hanya melihat hubungan, penelitian ini ingin mengukur seberapa besar pengaruh *sensation seeking* terhadap kecenderungan *nomophobia* pada generasi Z.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, identifikasi masalah yang peneliti temukan dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana gambaran penggunaan *smartphone* pada generasi Z?
2. Bagaimana gambaran tingkat *Sensation seeking* dan kecenderungan *Nomophobia* pada generasi Z?
3. Bagaimana pengaruh *sensation seeking* terhadap kecenderungan *nomophobia* pada generasi Z?

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan pemaparan identifikasi masalah di atas, permasalahan penelitian ini dibatasi hanya pada pengaruh *sensation seeking* terhadap kecenderungan *nomophobia* pada generasi Z.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah Terdapat Pengaruh *Sensation seeking* Terhadap Kecenderungan *Nomophobia* pada Generasi Z?”

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh *Sensation seeking* Terhadap Kecenderungan *Nomophobia* pada Generasi Z.

1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat dalam penelitian terbagi menjadi manfaat praktis dan manfaat teoritis yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritik

Manfaat teoritik dari adanya penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran untuk pembaharuan data di era digital yang terus berkembang dalam bidang ilmu psikologi yang berkaitan dengan *sensation seeking* dan kecenderungan *nomophobia* bagi peneliti yang ingin

meneliti variabel yang sama. Sehingga nantinya bisa menjadi bahan pertimbangan merancang intervensi dan memperbaiki permasalahan terhadap *smartphone*.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan informasi yang bermanfaat mengenai pengaruh *sensation seeking* dan kecenderungan *nomophobia* bagi pembaca, sehingga masyarakat bisa lebih bijak dalam menggunakan *smartphone* dan bisa mengarahkan sifat *sensation seeking* kepada kegiatan diluar *smartphone*.

