

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Saat ini teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat. Perkembangan itu melahirkan teknologi yang meningkatkan kapasitas dan kapabilitas serta menyatukan berbagai fungsi, peralatan dan perangkat, salah satunya adalah *smartphone* (Hussain, Cakir, dan Ozdemir, 2017). Fitur dan fungsi pada *smartphone* saat ini semakin kompleks dan membuat adanya perubahan perilaku sehari-hari karena adanya peningkatan pemanfaatan teknologi serta komunikasi virtual baru yang bersifat pribadi (Bragazzi dan Puente, 2014). Akses internet juga menjadi satu hal utama yang membedakan *smartphone* dengan telepon genggam biasa. Okazaki dan Hirose (2009) bahkan menyatakan bahwa *smartphone* dan internet sudah menjadi kombinasi yang tidak dapat dihindari. Internet pada *smartphone* pun dapat diakses secara *mobile*, yang artinya dapat dibawa kemana saja, kapan saja dan dimana saja.

Jumlah pengguna *smartphone* di Asia Tenggara mengalami peningkatan yang sangat cepat. Diperkirakan pada akhir tahun 2012 terdapat dari setengah populasi anak-anak berusia 6-12 tahun yang menggunakan perangkat *smartphone*. Dari hasil penelitian Pew Research Center's (2014) mengatakan 90% dari populasi dewasa Amerika Serikat memiliki *handphone* dan 58% dari mereka yang memiliki *smartphone*. Diantara mereka yang

memiliki *smartphone* 83% berusia (18-29) tahun, 74% berusia (30-49) tahun, 49% berusia (50-64) tahun dan 19% berusia 65 tahun (Cummiskey, 2013).

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki pertumbuhan pengguna *smartphone* terbesar, setelah China dan India, secara kolektif tiga negara ini akan menambah lebih 400 juta jiwa pengguna *smartphone* dari 2014 hingga 2018. Indonesia akan melampaui 100 juta pengguna *smartphone* aktif pada tahun 2018 yang menjadikan negara pengguna *smartphone* terbesar ke empat didunia setelah China, India & Amerika Serikat (Millward, 2014). Hasil survei yang publikasi oleh Emarketer yang merupakan perusahaan riset pasar berbasis langganan yang memberikan wawasan dan tren terkait pemasaran digital, media, dan perdagangan dan diperkirakan akhir tahun 2015 jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia mengalami peningkatan hingga mencapai 55 juta pengguna (Idayati, 2011). Emarketer mempublikasikan jumlah pertumbuhan pengguna *smartphone* di Indonesia mengalami peningkatan mencapai 37,1% dari tahun 2016 hingga tahun 2019. Setelah dilakukan survei ulang, Emarketer (2018) mempublikasikan kembali jumlah pengguna *smartphone* dari tahun 2015 terdapat 65,2 juta pengguna *smartphone* kemudian pada tahun 2016 terdapat 65,2 juta pengguna *smartphone*, dari tahun 2017 terdapat 74,9 juta pengguna *smartphone* dan tahun 2018 terdapat 83,5 juta pengguna *smartphone* di Indonesia sehingga diperkirakan tahun 2019 yang akan mendatang terdapat 92 juta pengguna *smartphone*. Penggunaan *smartphone* ini sangat berpengaruh besar terhadap siklus hidup manusia dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari (Rahmayani, 2015). Melalui

smartphone segala aktivitas dapat dikerjakan seperti membaca berita, menonton film, transaksi uang dan sebagainya (Azis, 2009).

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) juga menyatakan adanya jumlah pengguna *smartphone* antara laki-laki dan perempuan yakni laki-laki 53% dan perempuan 47%. Dari jumlah tersebut, diketahui bahwa, setengah dari pengguna *smartphone* adalah anak muda usia 18-24 tahun. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna *gadget* masih banyak didominasi oleh anak muda yang memasuki masa remaja pertengahan dan masa remaja akhir. Sebagian besar (74%) pengguna *smartphone* tinggal di kota. Hanya 6% penduduk desa yang menggunakan *smartphone* (Nasir, 2014). Dominasi tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan untuk menggunakan *smartphone* masih tinggi khususnya di kalangan anak muda. Kehadiran dari *smartphone* ini memang dapat memberi berbagai manfaat dan kemudahan bagi penggunanya, khususnya mahasiswa (Juraman, 2017).

Seiring dengan berkembangnya teknologi dan informasi pada *mobile phone* atau telepon genggam, kini benda tersebut telah menjadi bagian utama dari gaya hidup seseorang, dimana telepon genggam sendiri telah menyediakan berbagai fitur atau aplikasi yang dapat dinikmati sebagai sarana untuk berkomunikasi, media informasi, media hiburan, dan media untuk bersosial. Telepon genggam inilah yang membuat perubahan dari alat komunikasi sederhana menjadi perangkat komunikasi yang canggih yang sering disebut sebagai *smartphone*. *Smartphone* telah menjadi alat komunikasi dan informasi dalam kehidupan sehari-hari. Informasi dan teknologi komunikasi telah

menjadi bagian yang tak terpisahkan dari hidup kita untuk saat ini (Cheever, dkk., 2014).

Pada saat ini, rata-rata di dunia pendidikan, generasi yang paling banyak sedang menempuh jenjang perkuliahan adalah generasi kelahiran 1981-1994 (generasi milenial) dan generasi kelahiran 1995-2010 (generasi *iGeneration*). Generasi-generasi tersebut biasanya menyukai sesuatu yang baru dan berbeda dari yang lain, sangat suka tantangan dan penghargaan (Lyons, 2004). Generasi adalah suatu konstruksi sosial dimana didalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama. Individu yang menjadi bagian dari satu generasi adalah generasi yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang waktu 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial dan dimensi sejarah yang sama, generasi yang satu dengan generasi yang lain saling berhubungan, khususnya dengan generasi sebelumnya karena dalam kehidupan sehari-hari, individu akan saling berinteraksi satu sama lain (Manheim, 1952). Menurut Codrington (2004), generasi manusia dibedakan menjadi 5 berdasarkan tahun kelahirannya, yaitu Generasi *Baby Boomer* (1946-1964), Generasi X (1965-1980), Generasi Y (1981-1994) yang sering disebut sebagai generasi Millennial, Generasi Z (1995-2010) yang disebut sebagai generasi *iGeneration*, *GenerasiNet*, Generasi Internet dan Generasi Alpha (2011-2025).

Pada umumnya setiap generasi memiliki karakter yang berbeda dan memiliki cara sendiri untuk berekspresi termasuk dalam hal pemanfaatan teknologi. Generasi Y (1981-1994) merupakan individu yang lahir di tengah-

tengah perkembangan teknologi yang pesat dengan akses terhadap informasi yang lebih cepat dan mudah. Generasi Y banyak menggunakan teknologi komunikasi instant seperti *email*, SMS, dan *instant messaging*. Hal ini dikarenakan generasi Y yang tumbuh pada era *internet booming* (Lyons, 2004). Generasi Y merupakan generasi digital pertama yang lahir di dunia, individu yang lahir pada generasi Y memiliki kualifikasi yang tinggi dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi, oleh karena itu mudah bagi generasi Y menggunakan alat dan perangkat baru di bidang teknologi informasi dan komunikasi (Andrea, Gabriella & Timea, 2016).

Generasi Z (1995-2010) merupakan generasi yang aktif dalam penggunaan internet, generasi ini biasanya disebut dengan generasi internet atau *iGeneration*. Generasi Z lebih banyak berhubungan sosial lewat dunia maya. Sejak kecil, generasi ini sudah banyak dikenalkan oleh teknologi dan sangat akrab dengan *smartphone* dan dikategorikan sebagai generasi yang kreatif. Karakteristik generasi Z sangat menyukai teknologi dan ahli dalam mengoperasikan teknologi tersebut (Huntley, 2006). Generasi Z memiliki ciri generasi yang suka bersosialisasi dan mengekspresikan diri, bersifat fleksibel, berpikiran global, berkomunikasi secara digital, dan menyukai hal-hal yang bersifat visual (Suganda, 2018). Oleh karena itu, tidak mengherankan jika generasi Z sangat menyukai Facebook, Instagram, Line, Whatsapp, Game Online, dll yang dapat mengkombinasikan tulisan dan gambar bahkan video untuk mengekspresikan diri mereka. Karakteristik lain dari generasi Z adalah yang lebih menyukai *texting* dan *instant messaging* dibanding dengan

bertelepon. Generasi Z juga menyukai “multitasking” (*fastwitching*), sebelum dan sesaat bangun yang disentuh duluan adalah *gadget* nya (Huntley, 2006).

Tingginya penggunaan *smartphone* pada zaman era-modren ini, akan menimbulkan permasalahan karena penggunaanya tidak dibatasi dalam batas waktu tertentu. Tentunya hal ini akan menyebabkan penggunaanya menjadi ketergantungan jika terus-menerus menggunakan *smartphone* tersebut (Emerketer 2015). Dampak buruk apabila seseorang telah dikatakan ketergantungan dalam menggunakan *smartphone*, biasanya muncul gejala-gejala seperti *nomophobia*, yaitu perasaan cemas apabila dijauhkan dari *smartphone* (Idayati, 2011).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Secure Envoy (2006) sebuah perusahaan yang melakukan survei terhadap 1.000 karyawan di Inggris menyimpulkan bahwa manusia terutama dikalangan mahasiswa masa kini banyak mengalami *nomophobia*. Hasil survei menunjukkan, (66%) responden mengaku tidak bisa hidup tanpa *smartphone* yang mereka miliki. Persentase ini semakin banyak pada responden berusia 18-24 tahun. Sebanyak (77%) responden pada kelompok usia ini mengalami kecemasan dan ketakutan jauh dari *smartphone* (Yildirim, 2014). Survei yang sama juga dilakukan oleh Profesor Leslie (2007) terhadap 1.600 manajer kepemimpinan di Harvard Business School, ditemukan bahwa 70% dari responden memeriksa *smartphone* subjek setelah bangun tidur, 56% memeriksa *smartphone* mereka satu jam sebelum tidur, 48% responden memeriksa *smartphone* akhir pekan,

51% responden mengecek *smartphone* selama liburan, 54% responden mengatakan akan mengalami *nomophobia* (Cummiskey, 2013).

Nomophobia adalah suatu ketidaknyamanan, kegelisahan, ketakutan atau kesedihan yang disebabkan karena tidak dapat berhubungan dengan telepon genggam atau *smartphone*. *Nomophobia* merupakan suatu keadaan timbulnya perasaan cemas jika dijauhkan dari *smartphone*. Sebagai contoh jika seseorang dalam suatu area tanpa terkoneksi jaringan internet atau kehabisan baterai pada *smartphone*, seseorang akan merasa dirinya terancam bahkan ada yang mengalami kecemasan (*phobia*), depresi, bahkan gangguan jiwa, yang dapat mempengaruhi kesehatan psikologis (Aguilera-Manrique et al., 2018). Istilah *nomophobia* muncul pertama kali setelah penelitian yang dilakukan oleh UK Post Office pada tahun 2008 yang meneliti kecemasan pada pengguna ponsel (SecurEnvoy, 2012). Yildirim (2014) yang berpendapat bahwa *nomophobia* merupakan rasa takut berada di luar kontak ponsel dan dianggap sebagai fobia modern yang dihasilkan dari interaksi individu dengan teknologi informasi dan komunikasi khususnya *smartphone* (Yildirim, 2014).

Perasaan cemas yang dialami bila individu berada jauh dari *smartphone* atau *nomophobia*, dikarenakan individu kecanduan terhadap perangkat *smartphone*. Reza (2015) menyebutkan bahwa Asia merupakan benua dengan jumlah pecandu *smartphone* terbanyak di dunia, dan 25% diantara pecandu *smartphone* di Asia adalah pengidap *nomophobia* (Reza, 2015). Kecanduan pada *smartphone* yang dialami individu dikarenakan kehadiran *smartphone* saat ini menjadi alat yang siap membantu segala kebutuhan manusia kapan saja

dan dimana saja, seperti berkomunikasi, mencari informasi, hingga hiburan. Namun hal tersebut dapat membuat individu menjadi menggantungkan segala kebutuhannya pada *smartphone*.

Yildirim (2014) mengemukakan bahwa *nomophobia* memiliki empat dimensi yang diantaranya adalah:

1. Perasaan tidak bisa berkomunikasi, aspek ini berhubungan dengan adanya perasaan kehilangan ketika secara tiba-tiba terputus komunikasi dengan orang lain.
2. Kehilangan konektivitas, aspek ini berhubungan dengan perasaan kehilangan konektivitas ketika tidak dapat terhubung dengan layanan pada *smartphone*.
3. Tidak dapat mengakses informasi, aspek ini menggambarkan perasaan ketidaknyamanan ketika tidak dapat mengambil atau mencari informasi melalui *smartphone*.
4. Menyerah pada kenyamanan, aspek ini berhubungan dengan perasaan nyaman saat menggunakan *smartphone* dan keinginan untuk memanfaatkan kenyamanan dalam *smartphone* tersebut.

Fenomena *nomophobia* semakin sering ditemukan dalam kehidupan sehari-hari, terutama pada usia remaja 18-25 tahun yang berada pada jenjang pendidikan tinggi yang berstatus mahasiswa. The Royal Society For Public Health mengungkapkan bahwa banyak kalangan anak muda berusia dari 18-25 tahun sangat cenderung sekali mengalami *nomophobia* dikarenakan pada masa

usia ini mereka tidak memiliki pekerjaan, hobi, atau rutinitas lainnya sehingga mereka lebih banyak menghabiskan waktu dengan bermain *smartphone* (Aguilera-Manrique et al., 2018) *nomophobia* memiliki macam karakteristik seperti, ketergantungan terhadap *smartphone* atau lebih banyak menghabiskan waktu dengan *smartphone*, selalu membawa *charger* kemanapun pergi, merasa cemas dan gugup saat *smartphone* tidak terkoneksi jaringan internet atau kehabisan kuota.

Pada tanggal 10 Oktober 2019 peneliti telah melakukan wawancara kepada 15 narasumber yaitu mahasiswa di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. 15 narasumber yang sudah di wawancara terdiri dari tujuh orang generasi Y dan delapan orang generasi Z dengan mengikuti aspek-aspek yang dimiliki oleh *nomophobia* seperti perasaan tidak dapat berkomunikasi, menyerah pada kenyamanan, kehilangan konektivitas, dan tidak dapat mengakses informasi. Adapun hasil wawancara yang dihasilkan antara lain:

1. Enam mahasiswa generasi Z mengaku *handphone* mereka selalu terkoneksi dengan layanan data internet dan media sosial yang selalu diaktifkan.
2. Tiga mahasiswa generasi Y selalu membawa *handphone* ketika pergi ke kamar mandi. Hal ini dilakukan mereka agar tidak merasa kesepian.
3. Dua mahasiswa generasi Z mengaku akan bergegas mengisi daya baterai *handphone* mereka ketika akan kehilangan daya baterai (*lowbat*). Tidak hanya segera untuk mengisi daya baterai (*charge*) mereka juga selalu membawa *power bank* dan *charger* kemanapun.

4. Dua mahasiswa generasi Y ketika kuota internet mereka akan habis mengaku akan mencari Wi-Fi gratis dan bergegas untuk mengisi paket internet.
5. Dua mahasiswa generasi Y memiliki kegiatan sebelum tidur dengan bermain handphone dan langsung mengecek handphone terlebih dahulu ketika sudah bangun tidur. Mereka juga mengaku sering menggunakan handphone dalam sehari tanpa jeda guna untuk melihat informasi terbaru dan bermain di sosial media.

Generasi milenial atau generasi Y dan juga *iGenerasi* atau generasi Z sangat terhubung dengan teknologi. Generasi Y dan generasi Z merupakan generasi “*multi-tasker*” yang dapat menggunakan *smartphone*, mengakses internet, mengirim *e-mail* dan mendengarkan musik secara bersamaan (Leung, 2007). Kelompok usia ini sangat terpapar oleh kemajuan teknologi dan *gadget*. Individu di rentang usia ini cenderung sulit untuk berada jauh dari *smartphone* miliknya. Hal ini disebabkan karena fitur-fitur yang ada dalam *smartphone* bermanfaat bagi generasi tersebut untuk mengekspresikan diri, berbagi video, permainan, dan sebagainya (Musdalifah, 2017). Situasi inilah yang menyebabkan generasi Y dan generasi Z rentan mengalami kecenderungan *nomophobia*.

No Mobile Phone Phobia atau yang biasa disebut dengan *nomophobia* adalah salah satu *phobia* akan ketakutan yang terjadi bagi seseorang jika tidak memegang *handphone*. Hal tersebut berdampak pada ketergantungan *smartphone* yang dapat mempengaruhi kesehatan, baik secara fisik maupun

psikologis. Masalah umum yang sering muncul dalam ketergantungan *smartphone* berupa gejala stres, gelisah, serta terjadinya kecemasan. Adapun beberapa dampak lainnya apabila seseorang telah ketergantungan pada *smartphone* yaitu dapat menyebabkan anak lebih dekat dengan *smartphone* dibandingkan perhatian orang tuanya, *smartphone* dapat menjadikan orang tersebut mengalami isolasi-sosial dan lebih memilih untuk berkomunikasi di dunia maya dibandingkan lingkungan sekitarnya (Warisyah, 2015).

Generasi Y dan generasi Z diharapkan dapat membangun relasi interpersonal secara langsung, hal ini dibutuhkan dalam bersosialisasi layaknya manusia sebagai makhluk sosial yang tidak dapat berdiri sendiri. Seorang individu yang mengalami *nomophobia* cenderung kurang mampu dalam berkomunikasi dan kehilangan koneksi. *Nomophobia* adalah fenomena yang menarik untuk diteliti karena semakin pesatnya penggunaan *smartphone* yang mana hal tersebut juga memiliki timbal balik terhadap ketergantungan terhadapnya, khususnya para generasi Y dan generasi Z. Suatu lembaga penelitian di Amerika Serikat, Pew Research Center melakukan survei di beberapa negara termasuk Indonesia tentang pengguna *smartphone* terbanyak dengan subjek yang diteliti orang dewasa. Adapun responden dari survei ini memiliki 30.133 responden di 27 negara yang telah dipilih.

Berdasarkan dari hasil survei yang dilakukan oleh Pew Research Center, pertumbuhan pengguna *smartphone* di Indonesia cukup tinggi. Pengguna *smartphone* yang berusia 18 – 34 tahun paada tahun 2015 sebanyak 39% dan meningkat menjadi 66% di tahun 2018; Sedangkan pengguna

smartphone yang berusia diatas 50 tahun juga mengalami peningkatan, dimana pada tahun 2015 sebanyak 2% menjadi 13% pada tahun 2018. Adapun penjualan 5 merek *smartphone* terbesar dunia pada tahun 2020 meliputi merek Apple sebanyak 199,8 juta unit penjualan, Samsung sebanyak 253 juta unit penjualan, Xiaomi sebanyak 145,8 juta unit penjualan, Oppo sebanyak 111,7 juta unit penjualan, Huawei sebanyak 182,6 juta unit penjualan, dan merek lainnya sebanyak 454,7 juta unit penjualan.

Dari penjabaran tersebut, peneliti menganggap perlunya sebuah penelitian mengenai “Perbedaan *Nomophobia* pada Generasi Y dan Z”. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti mengajukan rumusan permasalahan sebagai berikut: Apakah ada perbedaan antara *nomophobia* pada generasi Y dan generasi Z.

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan *nomophobia* antara generasi Y dan generasi Z.

2. Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memiliki manfaat:

1) Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan hasilnya dapat menjadi bahan referensi akademis untuk menambah pengetahuan di bidang psikologi yang berfokus pada perbedaan *nomophobia* antara generasi Y dan generasi Z.

2) Manfaat praktis

Pada peneliti selanjutnya, hasil yang didapatkan melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan kritik atau rekomendasi baik terhadap generasi Y maupun generasi Z, dan memberi pengetahuan kepada lingkungan dari ke dua generasi tersebut agar dapat mengetahui dan memiliki treatment yang tepat untuk mengurangi kecanduan pada *smartphone*, sehingga dapat mengurangi angka nomophobia.