

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Permasalahan

Dunia telah memasuki era globalisasi yang terus berkembang semakin pesat, sejalan dengan itu masyarakat Indonesia juga telah memasuki era modernisasi (Krisnadi, dkk., 2022). Beberapa tahun terakhir ini teknologi terus mengalami kemajuan yang signifikan. Hal ini, dibarengi dengan munculnya internet seiring dengan berkembangnya teknologi (Allahverdi, 2023). Kemunculan internet dan penggunaannya memiliki kaitan yang erat dengan keberadaan media sosial. Di mana terdapat banyak media sosial yang telah tercipta serta digunakan oleh masyarakat luas (Nurrizka, 2016). Menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII (2023), penetrasi pengguna internet di Indonesia pada tahun 2022 sebanyak 77,02% sedangkan, pada tahun 2023 sebanyak 78,19%, dapat terlihat bahwa terjadi peningkatan sebanyak 1,17% selama tahun 2022 hingga 2023. Hal ini menandakan bahwa semakin banyak penduduk di Indonesia yang aktif menggunakan internet.

Media sosial diketahui sebagai salah satu hasil dari kemajuan teknologi yang berpengaruh pada cara individu mendapatkan informasi dan berinteraksi dengan orang lain (Zanah & Rahardjo, 2020). Menurut Young dan Abreu (dalam Zanah & Rahardjo, 2020) media sosial membentuk model koneksi di dunia nyata melalui interaksi online tanpa perlu melakukan pertemuan langsung. Dengan menyediakan aplikasi yang memungkinkan orang berkomunikasi online, berbagi informasi, foto, dan video peristiwa dengan mudah dan cepat. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh *we are social* (2023) diketahui bahwa 73% masyarakat Indonesia merupakan pengguna *online* yang aktif di *platform* media sosial, dan sebanyak 62,6% pengguna berasal dari usia 18-34 tahun. Sejalan dengan penemuan dari hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2023) yang menyatakan bahwa pengguna internet terbesar berada pada usia 19-34 tahun dengan jumlah penetrasi internet sebesar 97,17%. Dengan alasan penggunaan internet yang

dianggap menjadi alasan paling penting adalah menggunakan internet untuk dapat mengakses media sosial karena, alasan tersebut memiliki skor tertinggi sebesar 3,33, dengan rentang penilaian dari 1 hingga 4 (APJII, 2023).

Berdasarkan data yang diperoleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2023) pengguna media sosial terbesar di Indonesia berada pada usia rentang 18-34 tahun, di mana rentang usia tersebut masuk ke dalam kategori usia dewasa awal (Hurlock, 1999). Dewasa awal adalah waktu di mana seseorang siap untuk memainkan peran dan bertanggung jawab, mengambil bagian dalam pekerjaan, terlibat dalam interaksi sosial, dan membina hubungan dengan orang lain (Putri, 2019). Oleh karena itu, orang dewasa awal merasa perlu menggunakan media sosial karena dapat mempermudah interaksi sosial online, memberikan akses dukungan sosial, peluang berbagi pengalaman, meningkatkan keterhubungan sosial, dan memberikan wawasan terkait strategi mengatasi tantangan hidup sehari-hari (Krisnadi, dkk., 2022).

Menurut Bintang (2023) banyak individu dewasa awal aktif di media sosial, menggunakan platform ini untuk eksperimen, eksplorasi minat, pencarian identitas, serta memperluas jejaring sosial. Saat menghadapi kesulitan menjalankan tugas perkembangannya, media sosial membantu mengatasinya. Namun, jika tidak berhasil masalah bisa timbul. Menurut Hurlock (1999) masalah-masalah yang dapat timbul pada dewasa awal berkaitan dengan tugas perkembangannya seperti ketegangan emosional, merasakan keterasingan sosial, perubahan nilai-nilai kehidupan, dan penyesuaian diri cara hidup baru. Hal itu, akibat dari peralihan masa remaja menuju dewasa, banyak yang membuat individu dewasa awal merasakan berbagai kesulitan akibat dari tuntutan lingkungan dan kondisi yang mengharuskan individu menyesuaikan diri kembali. Dapat digambarkan saat individu tamat sekolah menengah atas, individu yang mulai memasuki masa dewasa awal diharuskan menentukan pilihan untuk melanjutkan studi ke jenjang yang lebih tinggi atau bekerja untuk menentukan tanggung jawab baru atas dirinya dan karirnya (Putri, 2019).

Menurut Argan dkk (2019), di masa perkembangan teknologi yang sudah maju saat ini, dewasa awal lebih terbiasa dengan dunia digital untuk berinteraksi

dengan individu lainnya salah satunya menggunakan media sosial sebagai sarana berinteraksi secara online. Dewasa awal seringkali aktif menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, mencari informasi, mencari hiburan, dan membangun relasi virtual (Abidin, 2022). Aktivitas tersebut menyebabkan individu dewasa awal menghabiskan banyak waktu di media sosial. Dengan begitu membuat penggunaan media sosial oleh individu dewasa awal menjadi lebih *repetitive* dan dapat meningkatkan intensitas penggunaannya, yang pada akhirnya dapat menyebabkan *social media addiction* (Krisnadi & Adhandayani, 2022).

Subjek yang mengalami *social media addiction* yang tinggi cenderung merasa kesulitan mengendalikan penggunaannya dan banyak menghabiskan waktu di media sosial (Pratama & Sari, 2020). Menurut Andreassen dan Pallesen (dalam Hartinah, dkk., 2019) mengelompokkan tingkat durasi penggunaan media sosial berdasarkan waktu dan kategori tidak adiksi hingga adiksi. Durasi rentang waktu 1-3 jam/hari masuk ke dalam kategori *recreational user* atau penggunaan media sosial yang tidak termasuk adiksi karena digunakan sebagai hiburan, interaksi sosial, dan kebutuhan informasi. Pada durasi 4-6 jam/hari penggunaan media sosial dapat dikategorikan ke dalam *at risk user* atau penggunaan media sosial beresiko adiksi. Jika penggunaan media sosial sudah memasuki lebih dari 6 jam/hari sudah masuk ke dalam kategori *addict* atau dapat dikatakan subjek tersebut mengalami *social media addiction* (Andreassen & Pallesen, 2014).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Krisnadi, dkk., (2022), menunjukkan bahwa sebanyak 152 orang (66,1%) menggunakan internet untuk mengakses media sosial selama lebih dari 5 jam/hari. Dan pada, hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2020), sebanyak 32,3% masyarakat Indonesia menggunakan internet untuk mengakses media sosial selama lebih dari 6 jam/hari. Selain itu, berdasarkan data APJII (2023) jumlah pengguna internet yang mengakses media sosial dengan durasi waktu 4-10 jam/hari mengalami peningkatan sebanyak 86,18%. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari tahun 2020 sampai 2023 mengalami peningkatan pengguna internet pada individu yang mengakses media sosial dengan durasi lebih dari 4

jam/hari. Hal tersebut menjadi pemicu resiko terjadinya *social media addiction* pada individu (Andreassen & Pallesen, 2014).

Menurut Griffiths (2013) *social media addiction* dapat didefinisikan sebagai suatu dorongan yang dirasakan oleh individu untuk terus aktif membuka media sosial atau jaringan sosial online, siklus tersebut mengakibatkan penggunaan sosial media menjadi berlebihan. Menurut Malik, dkk., (2023) *social media addiction* merupakan sesuatu yang merujuk pada perilaku negatif pada penggunaan media sosial seperti, terlalu fokus dengan media sosial dan mengabaikan aktivitas sehari-hari atau penurunan produktivitas. Andreassen dan Pallesen (2014) menyebutkan *social media addiction* merupakan, fokus berlebihan pada aktivitas media sosial yang diwujudkan sebagai waktu dan upaya besar yang dicurahkan ke media sosial yang menyebabkan penarikan diri dari aktivitas penting sehari-hari lainnya (misalnya pekerjaan, pendidikan, dan/atau hubungan) dan konsekuensi kesehatan mental yang merugikan.

Menurut Griffiths (2013) *social media addiction* memiliki beberapa aspek yaitu sebagai berikut; 1) *Mood modification* adalah suasana hati individu dipengaruhi oleh penggunaan media sosial; 2) *Salience* adalah kepentingan tindakan individu dalam menggunakan media sosial atau merasa sangat perlu untuk mengakses media sosial; 3) *Tolerance* adalah penundaan dalam melakukan produktivitas sehari-hari dan lebih memilih mengakses media sosial; 4) *Withdrawal symptoms* adalah individu mengalami kecemasan (emosional) dan kelelahan (fisik) jika tidak mengakses media sosial; 5) *Conflict* adalah penggunaan media sosial dapat menimbulkan konflik dalam bentuk konsekuensi negatif terhadap hubungan individu dengan diri sendiri dan orang lain; dan 6) *Relapse* adalah mengulangi penggunaan media sosial yang cenderung mengarah adiksi setelah lama tidak melakukannya.

Berdasarkan hasil survei penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi, dkk., (2023), didapatkan 110 responden, secara keseluruhan durasi tertinggi responden yang berusia 18-24 tahun, memiliki rata-rata pengguna aktif media sosial terbanyak, dalam sehari dapat mencapai 7-9 jam/hari dengan jumlah pengguna sebanyak 31,8% atau 35 orang. Sejalan juga dengan hasil survei terbaru pada

tanggal 31 Oktober 2023 yang telah dilakukan oleh peneliti pada terhadap 175 responden berusia dewasa awal yang berusia 18-24 tahun dan aktif menggunakan media sosial, ditemukan bahwa sebanyak 8% dari responden atau 14 orang, menghabiskan waktu lebih dari 13 jam sehari untuk mengakses media sosial. Sebanyak 15,4%, atau 27 orang menghabiskan waktu 10-12 jam/hari, sementara 30,3% atau 53 orang mengakses media sosial selama 7-9 jam/hari. 34,3%, atau 60 orang, mengakses media sosial selama 4-6 jam/hari. Dari data survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa individu usia dewasa awal memiliki kecenderungan tinggi terhadap *social media addiction*.

Selanjutnya, dari hasil survei yang sama pada tanggal 31 Oktober 2023 yang telah dilakukan oleh peneliti pada terhadap 175 responden dewasa awal yang berusia 18-24 tahun dan aktif menggunakan media sosial. Diketahui bahwa terdapat 7,4% atau 13 orang mengaku sangat sering memeriksa pemberitahuan atau notifikasi dari media sosial. Selain itu juga, sebanyak 37,1% atau 65 orang mengaku sering memeriksa pemberitahuan atau notifikasi dari media sosial. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data tersebut mengindikasikan tingkat perhatian yang cenderung tinggi terhadap pemberitahuan media sosial di kalangan individu dewasa awal.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Abimanyu, dkk., (2023), menunjukkan bahwa, ditemukan 124 subjek (46%) pada usia dewasa awal berada dalam kategori *social media addiction* yang tinggi. Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Krisnadi, dkk., (2022), menunjukkan bahwa sebanyak 119 responden dewasa awal (51,7%) cenderung mengalami tingkat *social media addiction* yang tinggi. Hal Ini, juga terlihat dari data aktivitas internet, di mana mayoritas responden, yaitu 128 orang (55,7%), menggunakan internet untuk mengakses media sosial (Krisnadi, dkk., 2022). Menurut penelitian terbaru oleh Malik, dkk., (2023), ditemukan bahwa 3,8% responden berada dalam risiko *social media addiction*. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Krisnadi dan Adhandayani (2022) yang menunjukkan bahwa 51,7% responden memiliki tingkat *social media addiction* yang tinggi. Ini mengindikasikan bahwa tingkat

kecenderungan *social media addiction* pada dewasa awal mayoritas berada dalam kategori tinggi.

Pernyataan di atas diperkuat kembali dengan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti pada tanggal 15 Desember 2023 terhadap dewasa awal usia 18-23 tahun yang aktif menggunakan media sosial. Secara umum berdasarkan pernyataan dari keenam subjek penelitian diketahui bahwa keenam subjek memiliki gejala *social media addiction* yang tinggi. Berdasarkan aspek *mood modification*, keseluruhan subjek melaporkan adanya perubahan *mood* positif seperti merasa lebih bahagia saat menggunakan media sosial. Subjek mengakui bahwa sering menggunakan media sosial saat merasa sedih, stres, kesepian, bosan, dan frustrasi. Media sosial mengubah perasaan negatif tersebut menjadi lebih senang seperti, hilangnya rasa bosan, serta berkurangnya rasa kesepian dan frustrasi. Hal ini membuat subjek lebih sering aktif di media sosial. Dapat disimpulkan bahwa media sosial meningkatkan suasana hati dan memberikan hiburan yang menarik bagi subjek.

Pada aspek *salience*, hampir semua subjek cenderung merencanakan dan memikirkan untuk menggunakan media sosial secara terus-menerus dalam kehidupan sehari-hari. Karena setiap hari subjek sudah memikirkan serta merencanakan untuk mengakses media sosial dan cenderung mengabaikan kegiatan sehari-hari di dunia nyata. Selain itu, subjek juga cenderung merasa penting untuk terlibat aktif dalam berbagai aktivitas media sosial, seperti mengomentari, membagikan, dan membuat konten.

Aspek *tolerance*, diketahui keenam subjek cenderung menunda aktivitas sehari-hari di dunia nyata, seperti membersihkan rumah atau kamar kos, serta mengerjakan tugas kuliah, karena lebih memilih mengakses media sosial hingga lupa waktu. Sehingga intensitas penggunaan media sosial meningkat karena, keenam subjek mengaksesnya lebih dari 6 jam per hari. Hal ini guna mencapai kepuasan subjek dalam mengakses media sosial.

Pada aspek *withdrawal Symptoms* hampir semua subjek melaporkan bahwa merasa tidak nyaman dan gelisah ketika tidak dapat menggunakan media sosial untuk jangka waktu tertentu. Aspek *conflict*, subjek cenderung menunda pekerjaan

atau tugas yang seharusnya dilakukan serta, mengabaikan lingkungan sosialnya, dan lebih memprioritaskan penggunaan media sosial. Hal ini menyebabkan subjek merasa frustrasi dan stres karena pekerjaan menumpuk, serta merasa kesepian dan diabaikan oleh orang-orang di sekitarnya karena lebih mengutamakan mengakses media sosial. Pada aspek *relapse*, subjek telah mencoba untuk mengurangi penggunaan media sosial, namun kebanyakan dari subjek mengalami kesulitan untuk mempertahankan perubahan tersebut. Sehingga hal ini, menjadi tantangan bagi subjek dalam mengatasi kebiasaan penggunaan media sosial yang berlebihan.

Secara keseluruhan, berdasarkan keenam aspek *social media addiction* dari teori Griffiths (2013), pada hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa adanya indikasi kecenderungan *social media addiction* yang beresiko pada setiap responden. Adapun dampak dari *social media addiction* dalam kehidupan sosial seperti menurunnya interaksi sosial interpersonal secara langsung dan kesehatan mental seperti kecemasan, stress, harga diri rendah, serta kesepian hingga depresi terutama pada individu dewasa awal (Muna & Astuti, 2014; Pratiwi, dkk., 2020; Krisnadi & Adhandayani, 2022). Dalam hal ini, individu merasakan perasaan tidak aman, mengabaikan orang lain saat berinteraksi langsung, kurang peka terhadap lingkungan sekitarnya, dan mengalami disfungsi sosial serta, cenderung hiperpersonal (Krisnadi & Adhandayani, 2022). Maka dari itu, media sosial dapat menimbulkan perilaku *repetitive* pada individu yang dapat berdampak negatif dan membuat individu selalu ingin mengakses media sosial setiap saat. Hal itu, mengakibatkan munculnya perilaku *social media addiction* (Muna & Astuti, 2014).

Selain itu, menurut Bintang (2023) tidak hanya dampak negative saja yang dapat individu dewasa awal peroleh dari media sosial melainkan adapun dampak positifnya yaitu, media sosial digunakan untuk bekerja, wadah untuk berkreaitivitas, wadah untuk memperluas relasi, mempermudah komunikasi jarak jauh yang efektif, dan memperluas informasi. Dampak positif lainnya media sosial dapat memenuhi kebutuhan akan perhatian akan dukungan dari teman secara online. Dalam hal ini merupakan dukungan emosional dan sosial (Bintang, 2023). Dampak positif tersebut dapat terwujud jika, penggunaan media sosial yang tepat dapat dilakukan dengan mengakses media sosial kurang dari 7 jam dengan alokasi 3 jam per hari.

Dapat digunakan dengan baik atau secukupnya sesuaikan dengan kebutuhan seperti memperoleh informasi, bekerja, sebagai sarana bersosialisasi jarak jauh, belajar keterampilan baru, serta mengembangkan diri di media sosial (Krisnadi & Adhandayani, 2022). Penggunaan yang baik tersebut dapat mengurangi kegelisahan dan kecemasan (Rahardjo, dkk, 2022), yang mungkin muncul akibat *social media addiction* (Wahyunindya & Silaen, 2021), serta dapat mengurangi perasaan kesepian dan kepercayaan diri yang rendah dan dapat meningkatkan kesehatan mental mental, serta produktivitas (Krisnadi & Adhandayani, 2022).

Tingginya tingkat *social media addiction* pada individu dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu seperti, tingginya perilaku *phubbing* saat melakukan interaksi sosial (Argan, dkk., 2019; Allahverdi, 2023; Putri, dkk., 2024). Tujuan penggunaan media sosial dan durasi penggunaan media sosial (Andreassen & Pallesen, 2014; Coralia, dkk., 2017; Abidin, 2022). Lingkungan keluarga berupa pola asuh yang tepat (Nurhanifa, dkk., 2020). Tingginya *boredom* atau kebosanan pada diri individu saat beraktivitas (Stockdale & Coyne, 2020; Allahverdi, 2022; Malik, dkk., 2023). Tipe kepribadian *Obsessive-Compulsive* dengan karakteristik berupa cemas dan perfeksionis (Coralia, dkk., 2017), *self control* yang rendah (Wahyunindya & Silaen, 2021), dan kesalahan psikologis seperti, perasaan kesepian dan perilaku FOMO yang tinggi (Zanah dkk, 2020), kepercayaan diri yang rendah (Azizan, 2016), kepuasan terhadap media sosial (Nurhanifa, dkk., 2020).

Salah satu faktor eksternal yang dapat mempengaruhi *social media addiction* adalah *phubbing*. Menurut Chotpitayasunondh dan Douglas (2016) menyatakan bahwa *phubbing* merupakan, bentuk perilaku mengabaikan pada konteks lingkungan sosial, yang terjadi saat dua orang atau lebih berkumpul secara langsung, tetapi lebih fokus pada penggunaan *smartphone* dari pada berkomunikasi dan berinteraksi langsung satu sama lain. Menurut Argan, dkk., (2019) *phubbing* umumnya dipahami ketika orang menghindari berbicara dengan orang lain dan menggunakan ponsel mereka dalam situasi sosial. Diketahui bahwa perilaku *phubbing* menjerus pada perilaku mengabaikan individu lain dan lebih memilih mengakses media sosial melalui *smartphone* saat bertemu secara langsung. Hal ini dapat berdampak negatif pada rasa memiliki (ikatan emosional) dari individu yang

diabaikan (Allahverdi, 2023). Selain itu, perilaku *phubbing* juga dapat mengganggu interaksi sosial karena komunikasi lebih sering melibatkan pesan online atau media sosial dari pada tatap muka (Argan, dkk., 2019), yang kemudian dapat menyebabkan *social media addiction* (Argan, dkk., 2019; Allahverdi, 2023).

Perilaku *phubbing* juga disebabkan dari kebutuhan individu dewasa awal untuk terus berinteraksi sosial melalui media sosial pada *smartphone* secara cepat dan nyaman, hal itu juga dapat menyebabkan *social media addiction* (Putri, dkk., 2024). Hasil penelitian dari Allahverdi (2023), menunjukkan bahwa *phubbing* memiliki korelasi positif terhadap *social media addiction*. Hal ini dikarenakan jika *phubbing* pada individu tinggi maka, individu akan mengalami peningkatan pada *social media addiction*. Individu cenderung lebih mengutamakan mengakses *smarthphone* dan membuka media sosial saat sedang bertemu dengan individu lain. Dapat diartikan perilaku *phubbing* yang dilakukan secara berulang atau terus menerus mengakibatkan keinginan yang kuat untuk terus membuka media sosial. Oleh karena itu, membuat frekuensi mengakses media sosial semakin tinggi, sehingga menyebabkan meningkatnya *social media addiction* pada individu (Allahverdi, 2023).

Sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Argan dkk. (2019) yang menunjukkan adanya korelasi yang tinggi dan positif antara tingkat *phubbing* dengan tingkat *social media addiction* artinya, semakin tinggi tingkat *phubbing* maka, semakin tinggi juga *social media addiction*. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah tingkat *phubbing* maka, semakin rendah juga *social media addiction*. Temuan ini konsisten dengan hasil penelitian dari Allahverdi, (2022), yang menyatakan bahwa *phubbing* dapat menjadi salah satu *predictor* pada *social media addiction*.

Individu dewasa awal sering mengakses media sosial untuk dapat mencari hiburan, untuk dapat mengatasi rasa kebosanan yang dirasakan dalam diri individu (Abidin, 2022). Menurut Struk dkk. (2015), *boredom* atau kebosanan merupakan perasaan bosan yang rentan dialami individu akibat pengalaman negatif yang sering muncul ketika seseorang merasa situasi kurang bermakna, menarik, atau menantang. Pengalaman negatif ini berupa perasaan tidak puas, gelisah, atau tidak

nyaman karena kesulitan menemukan sesuatu yang menarik atau memuaskan untuk dilakukan dari internal maupun eksternal. Kebosanan atau *boredom* merupakan suatu kondisi yang tidak menyenangkan hal ini disebabkan oleh ketidakpuasan dalam memenuhi keinginan untuk melakukan aktivitas yang dapat memberikan kepuasan (Fahlman, dkk., 2013).

Boredom menurut Weiss, dkk., (2021) merupakan kondisi emosional yang muncul karena rasa tidak tertarik terhadap lingkungan sekitar dan umumnya terkait dengan situasi tertentu. Menurut Pawar dan Shah, (2019), *boredom* menjadi alasan utama ketika seseorang menggunakan media sosial. Selain itu, menurut Stockdale dan Coyne (2020), banyak orang yang merasa bosan dalam situasi atau kegiatan yang membosankan lebih memilih menggunakan jejaring sosial untuk mengakses media sosial. Dalam penelitian Stockdale dan Coyne (2020) juga diketahui bahwa sebagian dari individu yang mengalami kebosanan juga cenderung mengalami *social media addiction*. Temuan ini konsisten dengan penelitian dari ahli lainnya yaitu Allahverdi, (2022), yang menyatakan bahwa *boredom* dapat menjadi salah satu *predictor* pada *social media addiction*.

Menurut Bozaci, (2020), *boredom* memiliki korelasi positif terhadap *social media addiction*. Dapat digambarkan jika, individu mengalami tingkat *boredom* yang tinggi maka individu akan mengalami *social media addiction* yang tinggi pula. Begitu juga sebaliknya, jika individu mengalami tingkat *boredom* yang rendah maka individu akan mengalami *social media addiction* yang rendah pula. Karena diketahui semakin individu merasakan kebosanan dalam aktivitasnya maka semakin kuat keinginan individu untuk mengakses media sosial dan menyebabkan meningkatnya *social media addiction* (Bozaci, 2020). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Malik, dkk., (2023) yaitu *boredom* dapat memprediksi *social media addiction*, karena pada penelitian tersebut ditemukan bahwa *boredom* pada diri seseorang dapat menjadi penyebab tekanan psikologis yang mengakibatkan seseorang mengalami *social media addiction*.

Kedua faktor *phubbing* dan *boredom* secara masing-masing diketahui dapat mempengaruhi *social media addiction*. Berdasarkan pernyataan yang diungkapkan

oleh Allahverdi, (2022) mengungkapkan bahwa, *phubbing* dan *boredom* masing-masing dapat menjadi predictor bagi *social media addiction*.

Peneliti tertarik untuk mengkaji terkait peran *phubbing* dan *boredom* terhadap *social media addiction* pada dewasa awal. Hal ini disebabkan karena, hanya penelitian dari Allahverdi, (2022) yang mengkaji ketiga variabel tersebut dalam bentuk hubungan mediator, hasil penelitian tersebut menunjukkan model mediasi tidak signifikan antara ketiga variabel tersebut yaitu *phubbing*, *boredom*, dan *social media addiction*. Selain itu, belum ada penelitian yang mengkaji *phubbing* dan *boredom* dalam bentuk predictor bagi *social media addiction*. Maka dari itu, sebagai bentuk pembaharuan dari penelitian sebelumnya peneliti tertarik mengambil judul “Peran *Phubbing* Dan *Boredom* Terhadap *Social Media Addiction* pada Dewasa Awal”. Adapun rumusan masalah dari penelitian ini adalah, bagaimana peran *phubbing* dan *boredom* terhadap *social media addiction* pada dewasa awal?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah

- a. Untuk menjelaskan adanya peran *phubbing* dan *boredom* secara bersamaan terhadap tingkat *social media addiction* pada dewasa awal.
- b. Untuk menjelaskan adanya peran dari *phubbing* terhadap tingkat *social media addiction* pada dewasa awal.
- c. Untuk menjelaskan adanya peran dari *boredom* terhadap tingkat *social media addiction* pada dewasa awal.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas cakupan literature di bidang psikologi khususnya *phubbing*, *boredom*, dan *social media addiction* diranah keterkaitan perkembangan sosial media dengan psikologi. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi penunjang untuk penelitian selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Dapat membantu memahami bagaimana *phubbing* dan *boredom* dapat mempengaruhi *social media addiction* pada dewasa awal. Dan dapat dijadikan sumbangan pemikiran terkait pentingnya pengetahuan mengenai penurunan perilaku *phubbing* dan *boredom* untuk dapat menurunkan perilaku *social media addiction* pada dewasa awal.