



[REGISTER](#) [LOGIN](#)

[E-JOURNAL](#) [CURRENT](#) [ARCHIVES](#) [ANNOUNCEMENTS](#) [ABOUT](#)

Search

Home / Archives / Vol. 8 No. 1 (2024): Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni / Articles

HUBUNGAN HARGA DIRI DENGAN PHUBBING PADA REMAJA

PDF

Published: Apr 30, 2024

DOI:
<https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v8i1.27863.2024>

Nadine Ivanka

a:1:{s:5:"en_US";s:1:"-";}

Niken Widi Astuti

Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara Jakarta

Abstract

Pada tahun 2019 sebanyak 3.706.811 orang Indonesia melakukan phubbing

Template



TOOLS

use APA style, download here



HUBUNGAN HARGA DIRI DENGAN PHUBBING PADA REMAJA

Nadine Christina Ivanka¹ & Niken Widi Astuti²

¹Program Studi Sarjana Psikologi, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: nadine.705200073@stu.untar.ac.id

²Fakultas Psikologi, Universitas Tarumanagara Jakarta

Email: nikenw@fpsi.untar.ac.id

Masuk : 25-12-2024, revisi: 17-01-2024, diterima untuk diterbitkan : 25-04-2024

ABSTRACT

In 2019 as many as 3,706,811 Indonesians phubbed so that, Indonesia ranks 11th as the country with the most phubbing in the world (Cecilia, 2019). The generation that currently has a high chance of phubbing is generation Z because, this generation is very familiar with gadgets (Youarti et al., 2020). Adolescents will enter the fifth stage of ego-identity versus role confusion where adolescents seek to develop a clear understanding of their identity by reflecting on the past, present, and future. Successfully navigating this stage results in a cohesive sense of self, while difficulties can lead to identity crisis (Benson, 2012). Based on this phenomenon, researchers want to know the relationship between harga diri and phubbing in adolescents. Harga diri is harga diri according to Coopersmith is an assessment made by the individual against himself, which shows the extent to which the individual is aware of himself. individuals against themselves, which shows the extent to which individuals believe that they have abilities, are important, successful, and valuable (in believe that they have abilities, are important, successful, and valuable (in Sarandria, 2012). Sarandria, 2012) and phubbing is the action of someone who uses cell phone while in conversation with another person, prioritizing their cell phone over interpersonal communication. Prioritizing their cell phone over interpersonal communication (Karadağ et al., 2015). This research uses the method of quantitative non-experimental method with data collection samples using purposive sampling techniques and online. There were 306 adolescence respondents in this study. In this study using the Coopersmith Harga diri Scale measuring instrument with a Cronbach's alpha value of $\alpha = 0.908$ to measure harga diri and phubbing scale with a Cronbach's alpha value of $\alpha = 0.837$ to measure phubbing. The results of this study showed that there is a significant negative relationship between harga diri and phubbing in adolescents with a correlation coefficient of 0.217. Which means the higher the harga diri, the lower the level of phubbing, and vice versa. Then this research can be a reference in future studies and can contribute to adding insight into harga diri and phubbing in adolescents.

Keywords: harga diri, phubbing, adolescence

ABSTRAK

Pada tahun 2019 sebanyak 3.706.811 orang Indonesia melakukan phubbing sehingga, Indonesia menempati urutan ke 11 sebagai negara dengan phubbing terbanyak di dunia (Cecilia, 2019). Generasi yang saat ini merupakan generasi yang memiliki peluang yang tinggi untuk melakukan phubbing adalah generasi Z karena, generasi ini sangat akrab dengan gadget (Youarti et al., 2020). Remaja akan memasuki tahap kelima yaitu ego-identity versus role confusion di mana remaja berusaha untuk mengembangkan pemahaman yang jelas tentang identitasnya dengan merefleksikan masa lalu, masa kini, dan masa depan. Keberhasilan menavigasi tahap ini menghasilkan rasa kohesif terhadap diri sendiri, sementara kesulitan dapat menyebabkan identity crisis (Benson, 2012). Berdasarkan fenomena tersebut peneliti ingin mengetahui hubungan harga diri dengan phubbing pada remaja. Harga diri adalah harga diri menurut Coopersmith adalah penilaian yang dibuat oleh individu terhadap dirinya sendiri, yang menunjukkan sejauh mana individu percaya bahwa mereka memiliki kemampuan, penting, sukses, dan berharga (dalam Sarandria, 2012) dan phubbing adalah tindakan seseorang yang menggunakan ponselnya ketika sedang bercakap-cakap dengan orang lain, memprioritaskan ponselnya di atas komunikasi interpersonal (Karadağ et al., 2015). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif non eksperimen dengan sample pengambilan data menggunakan teknik purposive sampling dan secara online. Terdapat 306 responden remaja pada penelitian ini. Pada penelitian ini menggunakan alat ukur Coopersmith Harga diri Scale dengan nilai cronbach's alpha $\alpha = 0.908$ untuk mengukur harga diri dan phubbing scale dengan nilai cronbach's alpha sebesar $\alpha = 0.837$ untuk mengukur phubbing. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara harga diri dengan phubbing pada remaja dengan koefisien korelasi sebesar 0.217. Yang berarti semakin tinggi harga diri maka akan semakin rendah tingkat phubbing, begitupun sebaliknya. Penelitian ini diharapkan bisa menambahkan pengembangan ilmu pada psikologi pendidikan. Kemudian penelitian ini dapat menjadi referensi pada penelitian-penelitian selanjutnya dan dapat berkontribusi untuk menambahkan wawasan mengenai harga diri dan phubbing pada remaja.

Kata Kunci: Harga diri, *phubbing*, remaja

1. PENDAHULUAN

Pada tahun 2019, sebanyak 3.706.811 orang Indonesia melakukan *phubbing*, menjadikan Indonesia sebagai negara dengan *phubbing* terbanyak di dunia, menempati urutan ke-11 (Cecilia, 2019). Generasi Z saat ini memiliki peluang tinggi untuk melakukan *phubbing* karena mereka sangat akrab dengan gadget (Youarti et al., 2020). Begitu juga dengan hasil penelitian dari Najah, data penelitian menunjukkan bahwa generasi X memiliki tingkat *phubbing* yang lebih rendah dibandingkan dengan generasi Y dan generasi Z. Sementara itu, generasi Z memiliki tingkat *phubbing* yang paling tinggi (Najah et al., 2023). Menurut artikel Kemdikbud, generasi Z adalah mereka yang lahir antara tahun 1997 dan 2012 (Rakhmah, 2021). Jadi, pada tahun 2023, generasi Z akan berusia antara 11 dan 26 tahun, yang termasuk dalam kategori remaja saat ini.

Phubbing adalah contoh bagaimana setiap orang saat ini terlalu terikat dengan *smartphone* individu itu sendiri, terutama dalam penggunaan media sosial individu menjadi tidak peduli dengan orang-orang di sekitar, yang pada akhirnya merusak hubungan sosial mereka sendiri (Aditia, 2021). Dapat dikatakan bahwa seseorang melakukan *phubbing* jika mereka menggunakan internet selama lebih dari 4 jam dalam sehari (Kurnia et al., 2020). Salah satu faktor penting yang menyebabkan *phubbing* pada individu adalah kecanduan terhadap *smartphone* (Varoth Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). Seiring berjalannya waktu, bentuk komunikasi yang paling efektif dalam segala situasi dan kondisi adalah komunikasi tatap muka atau komunikasi langsung. Komunikasi langsung ini tidak melibatkan surat, gadget, atau *smartphone*. Meskipun *smartphone* dapat dengan cepat menyebarkan informasi dari seluruh dunia, tetapi komunikasi langsung memungkinkan kita berkomunikasi dengan siapa pun dan di mana pun, baik itu orang yang dekat maupun yang berada di sisi lain dunia (Aditia, 2021). Sehingga dapat dikatakan bahwa *smartphone* memudahkan individu untuk berkomunikasi dengan siapapun, dimanapun dan kapanpun individu tersebut berada. Sehingga muncul kekhawatiran ketika banyak orang menggunakan *smartphone* untuk terhubung dengan orang lain di mana saja dan kapan saja, ada kekhawatiran yang berkembang bahwa *smartphone* terkadang dapat mengganggu bukan untuk melengkapi (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). Kemudian terdapat penelitian yang menyatakan dengan meningkatnya ketergantungan pada *smartphone*, mengakibatkan penolakan dari lingkungan sosial telah menjadi karakteristik dalam interaksi sosial sehari-hari (Chotpitayasunondh & Douglas, 2018)

Vygotsky menyatakan bahwa interaksi sosial adalah kunci dalam proses pembelajaran manusia (Taber, 2020). Interaksi sosial terjadi ketika individu berinteraksi satu sama lain melalui berbagai cara, seperti jabat tangan, berbincang, memberi nasihat, atau bahkan terlibat dalam perkelahian (Gaho et al., 2021). Interaksi sosial hanya dapat terjadi ketika dua individu atau kelompok saling berhubungan dan berkomunikasi (Ginintiasi, n.d.). Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, *phubbing* adalah perilaku di mana seseorang terlalu terikat dengan *smartphone* mereka dan mengabaikan orang-orang di sekitarnya, yang dapat memiliki dampak negatif. *Phubbing* berdampak negatif pada persepsi kualitas komunikasi dan kepuasan hubungan, secara teori efek ini akan terjadi karena, *phubbing* dapat menurunkan suasana hati dan mengancam empat kebutuhan mendasar yaitu rasa memiliki (belongingness), harga diri, keberadaan yang bermakna (meaningful existence), dan control (V Chotpitayasunondh & Douglas, 2018). *Phubbing* paling banyak dilakukan oleh generasi Z (Najah et al., 2023). Generasi Z adalah kelompok orang yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 yang berarti mayoritas generasi Z berada di usia remaja (Rakhmah, 2021).

Remaja yang dimaksud menurut Erik Erikson adalah ketika masa remaja, remaja akan memasuki tahap kelima yaitu *ego-identity versus role confusion* di mana remaja berusaha untuk mengembangkan pemahaman yang jelas tentang identitasnya dengan merefleksikan masa lalu, masa kini, dan masa depan. Kesuksesan dalam menavigasi fase ini menghasilkan rasa percaya diri, sementara kesulitan dapat menyebabkan krisis identitas (Benson, 2012). Harga diri seseorang ditentukan oleh kemampuan mereka untuk mengatasi masalah dan mengambil keputusan. Harga diri adalah dasar dari pandangan dan penilaian seseorang tentang diri mereka sendiri, termasuk nilai-nilai, keterampilan, dan kemampuan (Salsabila et al., 2022). Harga diri dapat didefinisikan sebagai cara seseorang mengevaluasi dan mempersepsikan diri mereka sendiri, yang mencakup aspek konseptual dan deskriptif, karena cara seseorang membentuk dan mempertahankan persepsi diri mereka sendiri (Abdel-Khalek, 2016).

Menurut Ariyanti & Purwoko (2023), hubungan sosial, penggunaan media sosial, kepuasan dalam menjalani hidup, presentasi diri, perasaan malu, hubungan dalam pertemanan, dukungan sosial, hubungan interpersonal, dan perasaan kesepian adalah beberapa faktor yang mempengaruhi harga diri remaja. Harga diri yang rendah dapat menyebabkan orang merasa sulit untuk mengatasi masalah dalam kehidupan mereka, dan ini dapat menyebabkan mereka menarik diri dari lingkungan sosial (Ekawardhani et al., 2019). Mereka yang kesepian, memiliki harga diri yang rendah, dan mengalami tekanan psikologis juga lebih rentan mengalami masalah dengan penggunaan internet (Mamun et al., 2020). Menurut Ibrahim, masalah emosional dapat mendorong orang dengan harga diri rendah untuk mencari cara untuk mengekspresikan diri, berbicara dengan orang lain, atau hanya menghabiskan waktu untuk melepaskan diri, dengan harapan bisa merasa lebih baik. Sebagai contoh, masalah emosional seperti rasa kesepian dapat mendorong seseorang dengan harga diri rendah untuk menghabiskan terlalu banyak waktu di media sosial sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan mereka. Harga diri digambarkan sebagai pendahuluan dari *phubbing*, di mana perasaan seseorang tentang nilai dan seberapa besar ukuran mereka menghargai atau menyukai diri mereka sendiri didefinisikan secara keseluruhan. Jadi, ada hubungan antara *phubbing* dan harga diri, khususnya pada remaja (Bitar et al., 2021).

Sejalan dengan itu dalam penelitian yang dilakukan di sebuah sekolah di Belanda, remaja yang telah menggunakan dan menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial selama tiga minggu dilaporkan bahwa tingkat harga diri remaja tersebut lebih rendah daripada remaja yang menghabiskan lebih sedikit waktu menggunakan media sosial (Valkenburg et al., 2021). Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Bitar mengungkapkan harga diri secara parsial memediasi hubungan antara temperamen depresi dan *phubbing*. Harga diri yang lebih tinggi secara signifikan dikaitkan dengan lebih sedikit *phubbing* begitupun sebaliknya (Bitar et al., 2021). Berdasarkan latar belakang masalah tersebut penulis ingin mengetahui hubungan antara harga diri dengan *phubbing* pada remaja dan pembaruan penelitian berdasarkan remaja di Indonesia.

2. METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *purposive sampling* yang diambil sesuai dengan kriteria penulis. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan *harga diri* terhadap *phubbing*. Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *harga diri* sebagai variabel independen dan *phubbing* sebagai variabel dependen. Menggunakan alat ukur yang dikembangkan oleh Coopersmith (1967) yang diadaptasi oleh (Kartika, 2022). Variabel *harga diri* diukur menggunakan Coopersmith *Harga diri Scale*. CSEI menggunakan skala *likert* yang terdiri dari 4 kategori jawaban, yakni sangat sesuai (SS), sesuai

(S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS). Dalam alat ukur CSEI ini terdapat 4 dimensi yang diukur, yaitu *power*, *significance*, *virtue*, dan *competence*. Validitas alat ukur *harga diri* setelah dilakukan uji validitas terhadap instrument Coopersmith *Harga diri* Inventory, menggunakan ukuran dasar minimal 0,3 menunjukkan 39 item valid dengan jenjang antara 0,337 – 0,735. Hasil dari uji juga menunjukkan 1 item gugur dan reliabilitas alat ukur *harga diri* menunjukkan hasil uji realibilitas berdasarkan internal consistency pada CSEI 0.908 yang menunjukkan bahwa skala Coopersmith *Harga diri* Inventory adalah skala yang reliabel.

Variabel *phubbing* akan diukur menggunakan alat ukur *phubbing scale* yang dikembangkan oleh Karadag (2015). Skala yang digunakan dalam *phubbing scale* adalah skala *likert* dengan 5 pilihan jawaban, yaitu Tidak Pernah (TP), Jarang (J), Kadang-Kadang (KK), Sering (S), Dan Sangat Sering (SS). Validitas alat ukur *phubbing* yang terdiri atas 10 butir memiliki nilai validitas diatas 0,3 dan reliabilitas alat ukur *phubbing* memiliki nilai koefisien reliabilitas alpha pada skala *phubbing* sebesar $\alpha = 0.837$ yang mengindikasikan stabilitas yang sangat baik. Karakteristik partisipan dalam penelitian ini adalah (a) remaja dengan rentang usia 14 hingga 17 tahun; (b) berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan; (c) pengguna *smartphone*; dan (d) menggunakan *smartphone* diatas 4 jam sehari. Responden dalam penelitian ini adalah remaja berusia 14 sampai dengan 17 tahun. Total seluruh partisipan dalam penelitian ini berjumlah 306 orang. Pengambilan data dilakukan di sekolah dan di tempat masing-masing. Responden laki-laki berjumlah 123 dan perempuan berjumlah 183.

Responden yang berusia 14 tahun berjumlah 16 responden, 15 tahun 68 responden, 16 tahun 102, dan 17 tahun berjumlah 120 responden. Dengan durasi penggunaan *smartphone* dalam satu hari berjumlah 27 partisipan dengan durasi 4 jam, 35 partisipan dengan durasi 5 jam, 42 partisipan dengan durasi 6 jam, 47 partisipan dengan durasi 7 jam, 48 partisipan dengan durasi 8 jam 18 partisipan dengan durasi 9 jam, 30 partisipan dengan durasi 10 jam, 4 Partisipan dengan durasi 11 jam dan 35 partisipan dengan durasi pemakaian *smartphone* 12 jam, 2 partisipan dengan durasi pemakaian *smartphone* 13 jam, 2 partisipan dengan durasi pemakaian *smartphone* 15 jam, 2 partisipan dengan durasi pemakaian *smartphone* 16 jam, 1 partisipan dengan durasi pemakaian *smartphone* 17 jam, 2 partisipan dengan durasi pemakaian *smartphone* 18 jam, 4 partisipan dengan durasi pemakaian *smartphone* 20 jam, 1 partisipan dengan durasi pemakaian *smartphone* 23 jam, dan 6 partisipan dengan durasi pemakaian *smartphone* selama 24 jam.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran partisipan pada penelitian ini dapat dilihat berdasarkan jenis kelamin, usia, dan durasi. Berdasarkan jenis kelamin terdapat responden laki-laki berjumlah 123 dengan presentase 40.2% dan perempuan berjumlah 183 dengan persentase 59.8%. Data berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1

Gambaran Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-laki	123	40,2
Perempuan	183	59,8
Total	306	100

Tabel 2

Gambaran Partisipan Berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Frekuensi	Persentase (%)
14	16	5,2
15	68	22,2
16	102	33,3
17	120	39,2
Total	306	100

Tabel 3

Gambaran Partisipan Berdasarkan Durasi

Durasi/jam	Frekuensi
4-8	199
9-16	93
17-24	14
Total	306

Setelah data penelitian ditemukan terdistribusi normal, peneliti melakukan uji korelasi pada *harga diri* dengan *phubbing*. Uji korelasi yang digunakan adalah uji korelasi *Pearson*. Dari hasil uji korelasi penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa *harga diri* dan *phubbing* memiliki hubungan negatif yang signifikan dengan koefisien korelasi sebesar 0.217. Yang berarti semakin tinggi *harga diri* yang dimiliki individu maka semakin rendah *phubbing* pada individu. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Bitar et al., 2021) bahwa secara signifikan, tingkat *harga diri* yang lebih tinggi dikaitkan dengan lebih sedikit *phubbing* begitupun sebaliknya.

Setelah dilakukan uji beda *harga diri* dengan jenis kelamin didapati nilai *mean harga diri* tertinggi pada partisipan dengan jenis kelamin laki-laki dengan $M= 111.50$ dan nilai *mean harga diri* terendah pada partisipan dengan jenis kelamin perempuan dengan $M= 107.33$. Dengan demikian tidak ada perbedaan secara signifikan antara *harga diri* yang ditinjau dari jenis kelamin. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Setiawan dan Suryadi (2021) yang menyatakan bahwa memang tidak ada perbedaan secara signifikan antara partisipan pria dan partisipan wanita.

Setelah dilakukan uji beda *phubbing* dengan jenis kelamin didapati nilai *mean phubbing* tertinggi pada partisipan dengan jenis kelamin laki-laki dengan $M= 31.38$ dan nilai *mean phubbing* terendah pada partisipan dengan jenis kelamin perempuan dengan $M= 30.59$. Dengan demikian tidak ada perbedaan secara signifikan antara *phubbing* yang ditinjau dari jenis kelamin. Hasil ini menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hanadi et al., 2022) bahwa tidak ada perbedaan secara signifikan antara partisipan laki-laki dan partisipan perempuan.

Setelah dilakukan uji beda *harga diri* dengan usia didapati nilai *mean harga diri* tertinggi pada partisipan dengan usia 17 tahun dengan $M= 110.43$ dan nilai *mean harga diri* terendah pada partisipan dengan usia 16 tahun dengan $M= 108.00$. Dengan demikian tidak ada perbedaan secara signifikan antara *harga diri* yang ditinjau dari usia.

Setelah dilakukan uji beda *phubbing* dengan usia didapati nilai *mean phubbing* tertinggi pada partisipan dengan usia 17 tahun dengan $M= 110.43$ dan nilai *mean phubbing* terendah pada partisipan dengan usia dengan $M= 108.00$. Dengan demikian tidak ada perbedaan secara signifikan antara *harga diri* yang ditinjau dari usia. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Tsaqila, 2019) menunjukkan hasil tidak ada perbedaan secara signifikan pada usia 13 tahun sampai dengan 18

tahun. Yang berarti sejalan dengan penelitian ini dimana usia 14 tahun sampai 17 tahun masuk di dalam rentang usia penelitian tersebut.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara *harga diri* dengan *phubbing*. Maka dari itu, hipotesis mengenai hubungan antara *harga diri* dengan *phubbing* dapat diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *harga diri* yang dimiliki maka semakin rendah *phubbing* pada remaja. Begitupun sebaliknya, semakin rendah *harga diri* yang dimiliki remaja maka semakin tinggi *phubbing* pada remaja. Penelitian ini memiliki keterbatasan mengenai durasi penggunaan *smartphone* yang jangkauannya terlalu luas sehingga tidak memiliki batasan dalam durasi dan tidak memiliki spesifikasi kegiatan ketika menggunakan *smartphone*. Saran dari peneliti untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan penelitian dengan menetapkan batasan durasi penggunaan *smartphone*. Kemudian dalam penelitian selanjutnya diberikan kategori yang lebih spesifik dalam karakteristiknya. Saran dari peneliti adalah penelitian ini dapat digunakan untuk pengembangan pengetahuan. Kepada sekolah dapat membuat kegiatan untuk meningkatkan *harga diri* dan *phubbing* seperti merancang seminar atau webinar mengenai *harga diri* dan *phubbing*. Kemudian pada remaja dapat membaca buku tentang *harga diri*, membuat buku *journaling* mengenai *harga diri*. Membatasi waktu menggunakan *smartphone*, berinteraksi dengan orang lain secara tatap muka, berbicara fokus dengan lawan bicara, bermain dengan permainan yang berbentuk fisik seperti papan permainan, kartu, dan permainan lainnya yang digemari. Bisa juga dengan berolahraga bersama, dan melakukan aktivitas kesukaan.

Ucapan Terima Kasih (*Acknowledgement*)

Ucapan terimakasih peneliti ucapkan kepada para partisipan yang telah terlibat dan berkenan berpartisipasi dalam penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada pendukung yang telah mendukung terlaksananya penelitian ini dan memberikan masukan terkait dengan isi, pelaksanaan dan publikasi penelitian ini.

REFERENSI

- Abdel-Khalek, A. M. (2016). Introduction to the psychology of harga diri. *Harga diri: Perspectives, Influences and Improvement Strategies* (pp. 1–23). https://www.researchgate.net/profile/Andrew-Yockey-2/publication/308404521_The_Influence_of_Harga_diri_and_Peer_Norms_on_Substance_Use_among_Hispanic_Adolescents/links/586e61c908aebf17d3a73dcf/The-Influence-of-Harga-diri-and-Peer-Norms-on-Substance-Use
- Aditia, R. (2021). Fenomena *phubbing*: Suatu degradasi relasi sosial sebagai dampak media sosial. *KELUWIH: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 8–14. <https://doi.org/10.24123/SOSHUM.V2I1.4034>.
- Benson, N. (2012). *The psychology book: Big ideas simply explained (dk big ideas)*. DK.
- Bitar, Z., Hallit, S., Khansa, W., & Obeid, S. (2021). *Phubbing* and temperaments among young Lebanese adults: the mediating effect of harga diri and emotional intelligence. *BMC Psychology*, 9(1), 87. <https://doi.org/10.1186/S40359-021-00594-7>.
- Cecilia, S. (2019). *Fakta phubbing di Indonesia*. Logout Indonesia. <https://logoutindonesia.wixsite.com/logout/fakta-phubbing-di-indonesia>.
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2018). The effects of “*phubbing*” on social interaction. *Researchgate.Net*, 48(6), 304–316. <https://doi.org/10.1111/jasp.12506>.
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2016). *How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone*.

- <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.018>.
- Dwiputri, A. M. (2021). *Hubungan antara harga diri dan adiksi media*. [Skripsi, Universitas Tarumanagara].
- Ekawardhani, N. P., Mar'at, S., & Sahrani, R. (2019). Peran self-esteem dan self-forgiveness sebagai prediktor subjective well-being pada perempuan dewasa muda. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 3(1), 71-83. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i1.3538>.
- Gaho, J., Telaumbanua, K., & Laia, B. (2021). Efektivitas layanan konseling kelompok dengan teknik role playing dalam meningkatkan interaksi sosial siswa kelas x SMA Negeri 1 Lahusa tahun pembelajaran 2020/2021. *Counseling For All: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 1(2), 13-22. <https://doi.org/10.57094/jubikon.v1i2.348>.
- Hanadi, H., Rostiana, R., & Gismar, A. M. (2022). Peran gaya hubungan interpersonal terhadap *phubbing* dengan distress psikologis sebagai moderator. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 6(2), 497-506. <https://doi.org/10.24912/JMISHUMSEN.V6I2.18642.2022>.
- Kartika, E. S. (2022). *Hubungan antara harga diri dengan altruism pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2017*. [Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang]. <http://etheses.uin-malang.ac.id/39783/1/17410027.pdf>.
- Kurnia, S. (2020). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku *phubbing* pada remaja di Jakarta. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 18(01). <https://doi.org/10.47007/jpsi.v18i01.81>.
- Mamun, M., Hossain, M., ... M. M.-A., & 2020, undefined. (2020). Does loneliness, self-esteem and psychological distress correlate with problematic internet use? A Bangladeshi survey study. *Wiley Online Library*, 12(2). e12386. <https://doi.org/10.1111/appy.12386>.
- Najah, M., Fadhilah, A. F., Rachmi, I., & Iskandar, I. (2022). Perilaku phone snubbing (*phubbing*) pada generasi x, y, dan z. *Intuisi: Jurnal Psikologi Ilmiah*, 14(2), 25-38. <https://doi.org/10.15294/intuisi.v14i2.38883>.
- Rakhmah, D. N. (2021). *Gen z dominan, apa maknanya bagi pendidikan kita?* Kemendikbud. <https://pskp.kemdikbud.go.id/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita>.
- Salsabila, S., Satria, B., & Kamal, A. (2022). Tingkat self-esteem pada remaja di sma kota banda aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Keperawatan*, 6(4).
- Setiawan, R., & Suryadi, D. (2021). Hubungan antara harga diri dengan kesepian pada remaja akhir di jabodetabek selama pandemi covid-19. *Jurnal Muara Medika Dan Psikologi Klinis*, 1(2), 169-176. <https://doi.org/10.24912/JMMPK.V1I2.17894>.
- Tsaqila, H. Q. (2019). Gambaran perilaku *phubbing* pada remaja pengguna ponsel di sman 4 Tuban. [Skripsi, UIN Jakarta].
- Valkenburg, P., Beyens, I., Pouwels, J. L., van Driel, I. I., & Keijsers, L. (2021). Social media use and adolescents' self-esteem: Heading for a person-specific media effects paradigm. *Journal of Communication*, 71(1), 56-78. <https://doi.org/10.1093/joc/jqaa039>.
- Youarti, I. E., & Hidayah, N. (2018). Perilaku *phubbing* sebagai karakter remaja generasi Z. *Jurnal Fokus Konseling*, 4(1), 143-152. <https://doi.org/10.52657/jfk.v4i1.553>.