

**ANALISIS PERILAKU *PHUBBING* DI KELAS SEBAGAI
BENTUK PELANGGARAN ETIKA KOMUNIKASI OLEH
MAHASISWA UNIVERSITAS HASANUDDIN**

OLEH:

RISKA WATI

E31116003



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

MAKASSAR

2021

**ANALISIS PERILAKU *PHUBBING* DI KELAS SEBAGAI
BENTUK PELANGGARAN ETIKA KOMUNIKASI OLEH
MAHASISWA UNIVERSITAS HASANUDDIN**

OLEH:

RISKA WATI

*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN**

MAKASSAR

2021

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Perilaku *Phubbing* di kelas Sebagai Bentuk Pelanggaran Etika Komunikasi Oleh Mahasiswa Universitas Hasanuddin

Nama Mahasiswa : Riska Wati

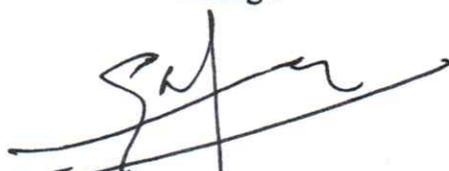
Nomor Pokok : E31116003

Departemen : Ilmu Komunikasi

Makassar, 27 Maret 2021

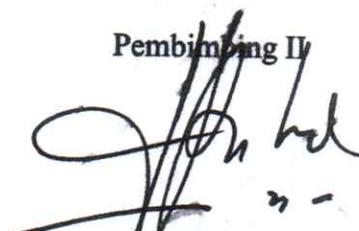
Menyetujui,

Pembimbing I



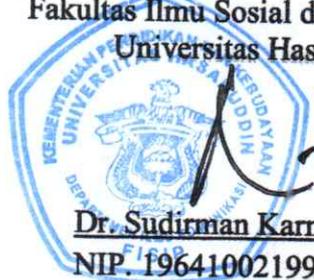
Dr. Abdul Gafar, M.Si.
NIP. 195702271985031003

Pembimbing II



Dr. Rahman Saeni, M.Si.
NIP. 195907071991031001

Mengetahui,
Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin



Dr. Sudirman Karnay, M.Si
NIP. 196410021990021001

HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Public Relation* pada hari Rabu tanggal Dua Juni tahun Dua Ribu Dua Puluh Satu.

Makassar, 02 Juni 2021

TIM EVALUASI

Ketua : Drs. Abdul Gafar, M.Si.
Sekretaris : Nurul Ichsani, S.Sos., M.I.Kom
Anggota : 1. Dr. Rahman Saeni, M.Si.
2. Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si



(.....)
(.....)
(.....)
(.....)

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Riska Wati

NIM : E31116003

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan dengan ini bahwa karya tulisan saya yang berjudul :

Analisis Perilaku Phubbing Di Kelas Sebagai Bentuk Pelanggaran Etika

Komunikasi oleh Mahasiswa Universitas Hasanuddin

Adalah karya tulisan saya sendiri dan bukan merupakan pengambilalihan tulisan orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah hasil karya orang lain, maka saya bersedia untuk menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Makassar, 07 Juni 2021

Yang menyatakan,



Riska Wati

KATA PENGANTAR

Puja syukur senantiasa kami panjatkan kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala atas berkat limpahan rahmat beserta hidayah-Nya yang senantiasa mengiringi perjalanan hidup seluruh umat manusia. Sholawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada baginda Nabi besar Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam, manusia terbaik utusan Yang Maha Kuasa yang senantiasa menunjukkan jalan kebenaran, kebaikan, kedamaian serta kesejahteraan menuju kebahagiaan hidup di dunia maupun akhirat. Semoga rahmat dan kebaikan terus mengiringi langkah sahabat, keluarga dan orang-orang beliau yang berjuang di jalan dakwah menuju pencapaian derajat taqwa yang kekal.

Penghargaan dan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada orang tua penulis, Bapak Salleh dan Almarhumah Ibu Ruhaida yang senantiasa mengirim doa dan harapan terbaik bagi kesejahteraan hidup penulis. Tetaplah rendah hati dan senantiasa berbagi kepada sesama adalah pesan almarhumah yang akan terus menjadi pegangan hidup penulis dalam mengarungi perjalanan hidup yang selalu memiliki rintangan dan hambatan. Terima kasih kepada saudara penulis, Suarda, Alm. Sunarti, Hermansyah, Hudaya, Asran dan Sartina yang senantiasa memberikan dukungan baik berupa dukungan moral ataupun materiil.

Lahir di lingkungan keluarga sederhana yang memberi banyak cinta adalah hal yang paling penulis syukuri hingga saat ini. Begitu banyak pengalaman hidup yang menjadi bagian dari kisah perjuangan penulis dalam menggapai cita-cita dan tidak sedikit pula hambatan yang terkadang membuat penulis berada dalam fase kekecewaan. Namun, penulis berterima kasih kepada diri sendiri

karena masih mampu bertahan hingga saat ini, melewati begitu banyak rintangan, berjuang dan bangkit kembali meski berada dalam titik terlemah. Terima kasih kepada jiwa dan raga yang terus berjuang dalam proses menggapai impian selama ini. Semoga segala perjalanan hidup yang terlewati mampu menjadi guru di masa depan dan bermanfaat untuk lingkungan penulis.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin berterima kasih kepada seluruh pihak yang telah turut memberi dukungan, ilmu, bimbingan dan inspirasi bagi penulis, yaitu:

1. Pimpinan dan segenap keluarga besar kampus Universitas Hasanuddin serta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Unhas.
2. Ketua Departemen Ilmu Komunikasi, Dr. Sudirman Karnay, M.Si beserta jajarannya yang telah meluangkan waktu dan pikirannya untuk perbaikan departemen yang lebih baik lagi pada masa yang akan datang.
3. Bapak Drs. Abdul Gafar, M.Si selaku dosen pembimbing sekaligus penasihat akademik yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama ini.
4. Bapak Dr. Rahman Saeni, M.Si. yang senantiasa memberikan masukan serta saran guna merampungkan penelitian penulis.
5. Ibu Nurul Ichsani , S.Sos.,M.I.Kom dan Ibu Dr. Jeanny Maria Fatimah, M.Si atas bimbingan dan masukannya selama proses perampungan penelitian ini.

6. Bapak/Ibu dosen beserta staf Departemen Ilmu Komunikasi Unhas yang tulus dan semangat berbagi ilmu dan pembelajaran hidup kepada semua mahasiswa tanpa terkecuali.
7. Informan penelitian yang telah meluangkan waktu dan menjadi rekan diskusi selama ini, terima kasih telah banyak membantu dalam penelitian ini.
8. Teman-teman Polaris tanpa terkecuali yang telah menemani selama kurang lebih empat tahun menempuh pendidikan di Universitas Hasanuddin.
9. Keluarga besar Korps Mahasiswa Ilmu Komunikasi (Kosmik) Fisip Unhas yang telah membuka ruang belajar dan membantu penulis dalam banyak hal.
10. Sahabat tercinta, Threona yang senantiasa mendampingi penulis baik suka maupun duka selama kurang lebih 5 tahun.
11. Sahabat Gesrek, Ana Karmelia S.H, Lisdawati Arfah S.P, Rahmatiah S.S, Firda Erliani Amran S.Si, dan Ira Yuniar S.S yang terus memberikan semangat dan nasehat kepada penulis.
12. Ace Islamyah dan Surianti S.E yang terus memberikan dukungan serta nasehat selama penelitian.
13. Keluarga Besar Kopma Unhas yang senantiasa menjadi tempat berbagi baik suka maupun duka.
14. Keluarga Besar Pusat Riset Mahasiswa (PRISMA) yang telah memberikan begitu banyak pengalaman baik tentang keorganisasian maupun kepenulisan karya ilmiah.

15. Keluarga Besar IKAB Unhas yang telah menjadi tempat berproses untuk belajar tentang kekompakan dan kebersamaan.
16. Teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) posko desa Bulo-Bulo, kecamatan Bulukumpa, kabupaten Bulukumba yang telah memberikan begitu banyak pengalaman hidup selama proses pengabdian sebagai mahasiswa.
17. Nurlina Abidin dan Wandu Janwar selaku sahabat baik penulis selama ini.
18. Serta seluruh pihak yang telah membantu penelitian ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Sesuai dengan tujuan awal, penulis berharap agar penelitian ini kiranya mampu menjadi solusi dalam melihat fenomena *phubbing* di dalam kelas sehingga dapat meminimalisir keberadaan mahasiswa selaku *phubber* di dalam kelas. Hasil penelitian ini akan dituangkan dalam bentuk desain komunikasi media lini bawah untuk selanjutnya diketahui oleh masyarakat luas sehingga mampu menjadi pengetahuan baru, meminimalisir perilaku *phubbing* baik di lingkungan formal maupun informal saat berkomunikasi serta menciptakan proses komunikasi yang efektif dan harmonis. Sekali lagi, terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penelitian ini.

Makassar, 17 Maret 2021

Penulis

ABSTRAK

RISKA WATI. Analisis Perilaku *Phubbing* di Kelas sebagai Bentuk Pelanggaran Etika Komunikasi oleh Mahasiswa Universitas Hasanuddin. (Dibimbing oleh Abdul Gafar dan Rahman Saeni)

Tujuan penelitian ini adalah: (1) untuk menganalisis perilaku *phubbing* mahasiswa Universitas Hasanuddin di kelas melalui sudut pandang etika komunikasi; (2) untuk mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan mahasiswa Universitas Hasanuddin melakukan *phubbing* di kelas.

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Hasanuddin selama kurang lebih tiga bulan, terhitung sejak Januari 2021 hingga Maret 2021. Adapun tipe penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, teknik penentuan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam (*indept interview*), *focus group discussion* atau kelompok diskusi terfokus dan studi dokumentasi yang mendukung analisis dan interpretasi data penelitian.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku *phubbing* di dalam kelas merupakan pelanggaran dalam etika komunikasi karena tidak menghargai, tidak memperhatikan, acuh tak acuh, menyinggung/menyakiti perasaan serta memanipulasi respon/*feedback* kepada komunikator merupakan perilaku yang tidak sesuai dengan norma kesopanan yang berlaku di dalam etika berkomunikasi. Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan *phubbing* di dalam kelas, yaitu faktor internal berupa kepribadian, kemampuan, persepsi dan motivasi serta faktor eksternal berupa pesan, komunikator, lingkungan dan kecanduan *smartphone*.

Kata kunci: *Phubbing*, Norma, Etika Komunikasi

ABSTRACT

RISKA WATI. Analisis Perilaku Phubbing di Kelas sebagai Bentuk Pelanggaran Etika Komunikasi oleh Mahasiswa Universitas Hasanuddin. (Dibimbing oleh Abdul Gafar dan Rahman Saeni)

The purpose of this research are: (1) to analyze the phubbing in the classroom at Hasanuddin University through the point of communication ethics; (2) to knowing the factors that cause a person doing a phubbing in the classroom at Hasanuddin University.

This research was conducted at Hasanuddin University for three months, starting from January 2021 until March 2021. The type of this research is qualitative descriptive, the sample determination technic was a non probability sampling with a purposive sampling. Collecting data technic by depth interview, focus group discussion and literature review that support the analysis and data interpretation of research.

The result of this study indicate that phubbing behavior in the classroom is a violation in communication ethics because it does not respect, indifferent, offends/hurts feelings and manipulates responses/feedback to communicators is behavior that is not in accordance with the norms of decency that apply in communication ethics. There are several factors that cause a person to do phubbing in the classroom, that is internal factors such as personality, ability, perception and motivation and external factors such as messages, communicators, environment and smartphone addiction.

Keywords: Phubbing, Norms, Communication Ethics.

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR TIM EVALUASI	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR BAGAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kerangka Konseptual	10
F. Definisi Konseptual	22
G. Metode Penelitian	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	29
A. Konsep Komunikasi	29
B. Konsep Etika	35
C. Etika Komunikasi Kelompok.....	38
D. Perilaku <i>Phubbing</i>	42
E. <i>Phubbing</i> dalam Etika Komunikasi	44
BAB III GAMBARAN UMUM	47
A. Universitas Hasanuddin	48
B. Sejarah Universitas Hasanuddin	50
C. Visi, Misi dan Tujuan	51
D. Makna Lambang	51
E. Struktur Organisasi dan Manajemen	53
F. Fakultas – Fakultas	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
A. Hasil	62
B. Pembahasan	86
BAB V PENUTUP	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	101
LAMPIRAN	105

DAFTAR BAGAN

BAGAN 1.1 KERANGKA KONSEPTUAL 21

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di dunia semakin mengalami kemajuan terutama di bidang teknologi komunikasi. Salah satu teknologi komunikasi yang menjadi sorotan adalah *handphone* yang kemudian berevolusi menjadi *smartphone*. Penelitian *handphone* pertama di dunia yaitu BM Simon *Personal Communicator* yang diteliti sejak tahun 1990 dan dipublikasikan pada tanggal 16 Agustus 1994. Fitur yang dimiliki oleh *handphone* simon cukup beragam mulai dari fitur SMS, *E-mail*, Kalender, Jam, dan lain – lain. Peminatnya pun sangat banyak di pasaran industri alat komunikasi. Kekurangan *handphone* ini terdapat pada bagian baterai yang hanya mampu bertahan selama satu jam saja. Oleh karenanya, *handphone* Simon mulai kehilangan peminatnya setelah 3 tahun beredar di pasaran.

Riset terkait teknologi komunikasi terus saja mengalami kemajuan. Hal ini dibuktikan dengan kehadiran Nokia 9000 *communicator* yang diluncurkan oleh pihak perusahaan Nokia pada tahun 1996 dan dinobatkan sebagai *smarphone* pertama di dunia karena memiliki banyak fitur menarik seperti koneksi internet. *Smartphone* ini kemudian disusul dengan *Blackberry* yang dirilis pada tahun 2002, Android pada tahun 2005 dan *Iphone* pada tahun 2007.

Kemajuan *smartphone* semakin meningkat dengan beragam fitur-fitur menarik yang ditawarkan. Hal ini kemudian berdampak pada peningkatan pengguna *smartphone* di dunia. Tak terkecuali di Indonesia, mengutip dari Kompas.com (03/01/2018) yang menyatakan bahwa sepanjang tahun 2018

Canalys mencatat jumlah pertumbuhan pengapalan *smartphone* di Indonesia mencapai dua digit, yakni sebesar 17,1 persen dibanding tahun 2017. Jumlah *smartphone* yang dikapalkan di tanah air selama tahun 2018 mencapai 38 juta unit. Sementara pada kuartal IV-2018, jumlah pengiriman *smartphone* tercatat sebanyak 9,5 juta unit, meningkat 8,6 persen secara *year-on-year*(YoY).

Peningkatan jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia tentunya berkaitan dengan kecenderungan masyarakat Indonesia dalam mengakses internet. Berdasarkan survei GFK Crossmedia Link menunjukkan bahwa 93% pengguna internet aktif melalui *smartphone*, 11% aktif mengakses melalui komputer *desktop*, dan 5% yang aktif menggunakan tablet. Selain itu, dari studi yang sama menyatakan bahwa intensitas penggunaan *smartphone* pada setiap individu di Indonesia sangatlah aktif, rata-rata menghabiskan 5,5 jam perhari untuk mengakses sekitar 46 aplikasi internet melalui perangkat *mobile*.

Berdasarkan survei APJII (Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia) mengungkapkan bahwa generasi muda dalam rentang usia 20-24 tahun dan 25-29 tahun memiliki angka penetrasi hingga lebih dari 80 persen sebagai pengguna internet di Indonesia. Survei tersebut dilakukan menggunakan metode *multi-staged random sampling* dengan waktu 1-11 Juni 2016. Sampel diambil dari tiap provinsi secara proporsional dengan menyesuaikan jumlah penduduk di tiap provinsi.

Kehadiran *smarthphone* dan jaringan internet berdampak pada kemunculan media sosial. Media sosial adalah sebuah media daring, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan

isi *blog*, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. *Blog*, jejaring sosial, dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Kompas.com (03/01/2018) menunjukkan sebuah penelitian yang dilakukan oleh *We Are Social*, perusahaan media asal Inggris yang bekerja sama dengan *Hootsuite*, rata-rata orang Indonesia menghabiskan tiga jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial. Dari laporan berjudul "*Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce Use Around The World*" yang diterbitkan pada tanggal 30 Januari 2018, dari total populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosial mencapai 130 juta dengan penetrasi 49 persen.

Kehadiran media sosial adalah untuk mempermudah proses pertukaran pesan ataupun menjalin silaturahmi antara pengirim pesan dan penerima pesan. Kemudahan ini tentunya menghilangkan batasan jarak dan waktu diantara kedua belah pihak sehingga komunikasi dapat berlangsung kapan saja. Keberadaan *smartphone*, internet dan media sosial adalah paket lengkap yang mampu mengaburkan segala hambatan dalam berkomunikasi jarak jauh. Hal ini berkesesuaian dengan kebutuhan komunikasi manusia yang semakin meningkat.

Keberadaan *smartphone* beserta seluruh perangkat yang mendukung menyebabkan ketergantungan kepada penggunanya. Pengguna *smarthpone* kemudian cenderung lebih aktif menggunakan *smartphone* dan mengakses media sosial saat berinteraksi dengan orang lain secara langsung baik saat rapat, makan siang, berkumpul dengan keluarga bahkan dalam proses mengajar seorang dosen kepada mahasiswanya. Fenomena ini memunculkan istilah *Phubbing* yang

kemudian menjadi kebiasaan yang umum ditemukan baik dalam kegiatan formal maupun lingkungan sosial.

Istilah *Phubbing* lahir bersamaan dengan semakin canggihnya *smartphone* dan meningkatnya ketergantungan manusia dalam berkomunikasi menggunakan alat tersebut. *Phubbing* atau *Phone and Snubbing* merupakan istilah baru dan telah didaftarkan secara resmi dalam kamus Macquarie. Jika diartikan, *Phubbing* adalah orang yang cenderung sibuk untuk menggunakan *smartphonenya* ketika terlibat dalam perbincangan maupun ketika berada dalam satu kelompok, melahirkan sikap cuek terhadap lingkungannya, dan memilih untuk menggunakan *smartphone* serta tidak menghiraukan lawan bicara. Tindakan ini memicu perasaan sakit hati kepada lawan bicara karena merasa tidak dihargai.

Phubbing telah merambah ke berbagai lapisan masyarakat baik orang tua, anak-anak maupun mahasiswa. Kampanye terkait perilaku *phubbing* telah banyak dilakukan, salah satunya adalah kampanye yang disemarakkan oleh Starbucks saat menyerukan isu sosial yakni *gadget problem*. Dalam kampanye tersebut, Starbucks menggunakan hastag *Let's #DisconnectToConnect* dan menyebarkannya di seluruh media sosial yang dimiliki oleh Starbucks. Selain media sosial, Starbucks juga menyuarakan perihal tersebut di seluruh gerai yang ada di Indonesia dengan menempelkan stiker bertuliskan "*Park Your Phone Here*" di setiap meja. Hal ini bertujuan untuk mengingatkan pengunjung agar sejenak rehat dari *gadget* dan lebih berperan aktif dalam komunikasi secara langsung.

Fenomena yang mengejutkan adalah bahwa perilaku *phubbing* tidak hanya terjadi dalam ruang berskala kecil seperti saat bersama teman, keluarga dan

sahabat tetapi juga terjadi di ruang perkuliahan yakni saat proses belajar di dalam kelas sedang berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah melampaui batas ideal penggunaan *smartphone* dan secara tidak langsung telah menyakiti perasaan lawan bicaranya.

Rogers bersama D. Lawrence Kincaid dalam Hafied Cangara (2012) menyatakan bahwa :

“Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.”

Melalui kutipan tersebut dikatakan bahwa proses komunikasi melibatkan dua orang atau lebih dalam mentransmisikan pesan satu sama lain yang kemudian menciptakan kesamaan pengertian terhadap kedua belah pihak secara mendalam. Sementara *phubber* (pelaku *phubbing*) mengakibatkan proses komunikasi terhambat karena menjadi komunikasi yang pasif. Munculnya fenomena *phubbing* turut mempengaruhi proses komunikasi kelompok yang terjadi di dalam kelas. Hal ini dikarenakan fokus perhatian mahasiswa tidak lagi berpusat pada apa yang disampaikan oleh dosen pengajar sehingga penyerapan informasi terhambat dan tindakan yang dilakukan dinilai tidak menghargai dosen pengajar. Meneliti dalam sudut pandang etika komunikasi, tindakan *phubbing* dinyatakan sebagai bentuk pelanggaran dikarenakan proses komunikasi tidak berjalan sebagaimana mestinya dan menyebabkan hilangnya rasa menghargai kepada komunikator serta memicu terhambatnya kesamaan pengertian diantara kedua belah pihak.

Maraknya fenomena *phubbing* yang terjadi dikalangan mahasiswa khususnya dalam ruang perkuliahan menyebabkan proses komunikasi kelompok yang berlangsung di dalam kelas tidak berjalan optimal. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti merumuskan studi yang lebih mendalam yang kemudian diberi judul “Analisis Perilaku *Phubbing* di Kelas sebagai Bentuk Pelanggaran Etika Komunikasi oleh Mahasiswa Universitas Hasanuddin”. Penelitian ini penting dilakukan mengingat fenomena *phubbing* yang telah marak dilakukan oleh mahasiswa saat pembelajaran sedang berlangsung. Hal ini berpotensi menghambat jalannya komunikasi kelompok di dalam kelas sehingga peneliti merasa perlu untuk menganalisis lebih mendalam terkait perilaku *phubbing* beserta faktor-faktor yang menyebabkan mahasiswa melakukannya. Jika upaya atau pemecahan masalah untuk *phubbing* tidak dilakukan, maka dikhawatirkan kedepannya perilaku *phubbing* di kelas tidak lagi dianggap sebagai hal yang melanggar etika dalam berkomunikasi terutama komunikasi kelompok.

Penelitian ini diharapkan mampu membuka jalan dalam melihat faktor yang mendorong tindakan *phubbing* di kelas serta menganalisis perilaku *phubber* (pelaku *phubbing*) melalui sudut pandang etika komunikasi. Selain itu, penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pembelajaran kepada seluruh pelaku yang terlibat dalam komunikasi kelompok terkhusus di ruang perkuliahan. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan terwujudnya kesadaran kepada mahasiswa agar mampu meminimalisir perilaku *phubbing* di kelas.

Terdapat begitu banyak penelitian mengenai *phubbing*, salah satunya oleh M. Firdaus yang meneliti “Pengaruh *Smartphone* terhadap Perilaku *Phubbing*

Siswa SMP di Makassar”. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan *smartphone* dalam melakukan tindakan *phubbing* oleh siswa SMP di Makassar disebabkan oleh faktor internal dan faktor situasional. Selain itu, juga terdapat penelitian sebelumnya oleh Ita Musfirowati Hanika dari Universitas Diponegoro yang meneliti “Fenomena *Phubbing* di Era Milenial (Ketergantungan Seseorang Pada *Smartphone* Terhadap Lingkungannya)”. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden aktif melakukan *phubbing* tanpa meminta izin kepada lawan bicaranya. Hal ini dilatarbelakangi oleh ketergantungan seseorang terhadap *smartphone* dan akan menimbulkan kecemasan berlebihan jika tidak menggunakan perangkat tersebut.

Persamaan penelitian ini dengan kedua penelitian sebelumnya yaitu sama-sama mengkaji terkait perilaku *phubbing* pada saat proses komunikasi sedang berlangsung. Sementara itu, perbedaan penelitian ini terletak pada objek penelitian beserta fokus permasalahan yang dirumuskan oleh peneliti. Penelitian ini memfokuskan pengamatan pada perilaku *phubbing* yang dilakukan oleh seorang mahasiswa di dalam kelas yang kemudian akan ditinjau melalui norma dan nilai yang berlaku dalam etika komunikasi. Penelitian ini juga akan menyingkap faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya perilaku *phubbing* di kalangan mahasiswa Universitas Hasanuddin.

Pemilihan mahasiswa sebagai objek penelitian didasarkan pada pengamatan peneliti yang menemukan fenomena bahwa mahasiswa seringkali melakukan tindakan *phubbing* di dalam kelas ketika proses komunikasi kelompok sedang berlangsung diantara dosen dan mahasiswa. Adapun pemilihan lokasi

penelitian di Universitas Hasanuddin dikarenakan Universitas Hasanuddin adalah satu-satunya universitas terakreditasi A dan merupakan universitas terbaik di Indonesia Timur. Saat ini Universitas Hasanuddin menduduki peringkat kedelapan sebagai universitas terbaik di Indonesia. Namun peringkat tersebut tidak menampik keberadaan perilaku *phubbing* yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Hasanuddin terlebih dengan jumlah total mahasiswa yang mencapai 21.554 orang dan beragam perilaku yang dimiliki setiap mahasiswa.

Adanya tindakan *phubbing* di kelas yang dilakukan oleh mahasiswa menyebabkan proses komunikasi berjalan tidak efektif, Jalaluddin Rakhmat (2015), mengatakan bahwa:

“Komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan”.

Phubbing menyebabkan pusat perhatian mahasiswa terhadap komunikator dalam hal ini dosen pengajar teralihkan dan materi yang disampaikan tidak dapat dipahami seutuhnya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah, maka peneliti merumuskan beberapa permasalahan yang akan diselesaikan yaitu :

1. Bagaimana etika komunikasi memandang perilaku *phubbing* mahasiswa Universitas Hasanuddin di kelas saat proses pembelajaran sedang berlangsung?

2. Apakah faktor yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Hasanuddin dalam melakukan *phubbing* saat pembelajaran sedang berlangsung?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah penulis kemukakan, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui sudut pandang etika komunikasi mengenai perilaku *phubbing* mahasiswa Universitas Hasanuddin di kelas saat proses pembelajaran sedang berlangsung.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi mahasiswa Universitas Hasanuddin dalam melakukan *phubbing* saat pembelajaran sedang berlangsung.

D. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini mampu memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan terkhusus dalam bidang studi Ilmu Komunikasi.
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan bacaan atau referensi bagi semua pihak yang membutuhkan pustaka mengenai sudut pandang etika komunikasi terhadap perilaku *phubbing* yang dilakukan oleh mahasiswa di kelas saat proses pembelajaran tengah berlangsung.

b. Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih penting kepada lembaga terkait yaitu Universitas Hasanuddin dalam memahami fenomena *phubbing* di kalangan mahasiswa
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih kepada pelaku komunikasi kelompok di ruang perkuliahan khususnya dosen dan mahasiswa agar mampu meminimalisir perilaku *phubbing* di kelas dan memahami etika dalam berkomunikasi secara langsung.

E. Kerangka Konseptual

Menurut KBBI, kelompok adalah kesatuan manusia yang memiliki identitas yang sama dengan sistem adat atau norma-norma yang mengatur pola interaksi satu dengan yang lainnya. Sehingga kelompok dalam penelitian ini adalah kesatuan individu-individu yang memiliki kesamaan dalam satu identitas beserta tujuan yang ingin dicapai. Menurut Shaw (1976) komunikasi kelompok adalah sekumpulan individu yang dapat mempengaruhi satu sama lain, memperoleh beberapa kepuasan satu sama lain, berinteraksi untuk beberapa tujuan, mengambil peranan, terikat satu sama lain dan berkomunikasi tatap muka.

Adapun komunikasi kelompok sebagaimana didefinisikan oleh Wiranto (2005) adalah proses interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat.

Onong Uchjana Effendy (1984) mengungkapkan bahwa ada dua jenis kelompok komunikasi yaitu:

- a. Komunikasi kelompok kecil (*Small Group Communication*) umpan balik yang diperlukan oleh komunikator bersifat verbal karena komunikasi ditujukan kepada kognisi komunikan yang permasalahannya mengerti atau tidak, menyetujui atau tidak, menerima atau tidak, dan lain lain yang kesemuanya harus dinyatakan dengan kata kata. Contohnya, seminar, kuliah, ceramah, *briefing*, lokakarya, forum atau simposium.
- b. Komunikasi kelompok besar (*Large Group Communication*), yang tujuan komunikasi pada afeksi komunikan, kepada perasaannya, bukan kepada otaknya. Pada saat itu terjadi kohesi atau perpaduan perasaan yang sering mengakibatkan terjadinya *contagion mentale*. Misalnya kampanye ataupun rapat raksasa.

Beberapa karakteristik komunikasi kelompok yaitu :

- a. Komunikasi Kelompok bersifat formal, dalam arti pelaksanaannya direncanakan terlebih dahulu, sesuai dengan komponen-komponennya.
- b. Komunikasi Kelompok terorganisir, yaitu orang-orang yang tergabung dalam kelompok mempunyai peranan dan tanggung jawab masing-masing dalam mencapai tujuan.
- c. Komunikasi Kelompok terlembagakan, dalam artian ada aturan mainnya.

d. Komunikator dalam kelompok ini haruslah :

- 1) Mencoba mengisolir beberapa proses yang sederhana dan mudah dimengerti dari sekian banyak proses yang timbul secara simultan.
- 2) Menggunakan beberapa istilah yang akan memudahkan untuk mengorganisir pengamatan.

Menurut Sasa Djuarsa Sendjaja, karakteristik yang melekat pada suatu kelompok yaitu : norma dan peran. Norma adalah persetujuan atau perjanjian tentang bagaimana orang-orang dalam suatu kelompok berperilaku satu dengan lainnya. Kadang-kadang norma oleh para sosiolog disebut juga dengan hukum (*law*) ataupun aturan (*rule*), yaitu perilaku-perilaku apa saja yang pantas dan tidak pantas untuk dilakukan dalam suatu kelompok. Ada tiga kategori norma kelompok yaitu :

- 1) Norma Sosial, yaitu yang mengatur hubungan diantara para anggota kelompok.
- 2) Norma Prosedural, yaitu yang menguraikan dengan lebih rinci bagaimana kelompok harus beroperasi, seperti bagaimana suatu kelompok harus membuat keputusan apakah melalui suara mayoritas atukah pembicaraan sampai tercapai kesepakatan.
- 3) Norma Tugas, yaitu memusatkan perhatian pada bagaimana suatu pekerjaan harus dilaksanakan.

Jika diberi batasan sebagai ukuran kelompok yang dapat diterima, maka peran (*role*) merupakan pola-pola perilaku yang diharapkan dari setiap anggota kelompok. Ada dua fungsi peran dalam suatu kelompok, yaitu fungsi tugas dan

fungsi pemeliharaan. Keberadaan suatu kelompok di dalam masyarakat ditentukan oleh adanya fungsi fungsi yang akan dijalankan. Sendjaja dalam Burhan Bungin (2006) mengungkapkan lima fungsi komunikasi kelompok, diantaranya:

1. Hubungan sosial

Fungsi hubungan sosial memandang bagaimana suatu kelompok mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial diantara para anggotanya, seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan kepada anggotanya melakukan aktivitas yang informal, santai dan menghibur.

2. Pendidikan

Kelompok baik formal maupun informal bertujuan untuk mencapai ataupun mempertukarkan pendidikan. Melalui fungsi pendidikan ini, kebutuhan kebutuhan para anggota kelompok, kelompok itu sendiri, bahkan masyarakat dapat terpenuhi. Namun demikian, fungsi pendidikan tergantung pada tiga faktor, yaitu jumlah informasi baru yang dikontribusikan, jumlah partisipan dalam kelompok, serta frekuensi interaksi diantara para anggota kelompok. Fungsi pendidikan ini akan sangat efektif jika setiap anggota kelompok membawa pengetahuan yang berguna bagi kelompoknya. Tanpa pengetahuan baru yang disumbangkan masing-masing anggota, mustahil fungsi edukasi ini akan tercapai.

3. Persuasif

Dalam kelompok akan senantiasa terdapat seorang anggota kelompok yang berupaya mempersuasi anggota lainnya untuk melakukan sesuatu ataupun tidak melakukan sesuatu. Seseorang yang terlibat usaha-usaha persuasif dalam suatu

kelompok, membawa resiko untuk tidak diterima oleh para anggota lainnya. Misalnya, jika usaha-usaha persuasif tersebut terlalu bertentangan dengan nilai-nilai yang berlaku dalam kelompok, maka justru orang yang berusaha mempersuasi tersebut akan menciptakan suatu konflik.

4. *Problem Solving* dan *Decision Making*

Kelompok dicerminkan dengan kegiatan-kegiatannya untuk memecahkan persoalan dan membuat keputusan. Pemecahan masalah berkaitan dengan penemuan solusi atau alternatif yang tidak diketahui sebelumnya, sementara pembuatan keputusan berhubungan antara dua solusi atau lebih.

5. Terapi

Kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Objek dari kelompok terapi adalah membantu setiap individu mencapai perubahan personalnya. Tentunya individu tersebut harus berinteraksi dengan kelompok lainnya guna mencapai manfaat, namun tujuan utamanya adalah membantu dirinya sendiri bukan membantu kelompok mencapai konsensus. Tindak komunikasi dalam kelompok-kelompok terapi dikenal dengan nama pengungkapan diri (*self disclosure*), artinya, dalam suasana yang mendukung, setiap anggota dianjurkan untuk berbicara secara terbuka tentang apa yang menjadi permasalahannya.

Dalam komunikasi kelompok, terdapat teori Internal dan Eksternal. Teori ini dikemukakan oleh Homans dalam Glodberg dan Larson (1985) yang mengungkapkan bahwa ada tiga unsur penting komunikasi kelompok kecil yakni kegiatan, interaksi dan perasaan. Dalam melakukan tindakan tindakan kelompok

diperlukan adanya interaksi yang memperlihatkan saling ketergantungan dan saling menanggapi dalam bertingkah laku. Elemen ketiga yaitu perasaan yang menyatakan bahwa tindakan positif ataupun negatif muncul karena adanya perasaan suka dan tidak suka terhadap anggota lain dalam kelompok tersebut.

Teori internal dan eksternal serupa dengan Teori Keseimbangan yang yang dirumuskan oleh Heider dalam bukunya *The Psychology of Interpersonal Relations*. Teori tersebut menerangkan bagaimana individu individu sebagai bagian dari struktur sosial misalnya sebagai suatu kelompok cenderung untuk menjalin hubungan satu sama lain. Teori Heider memusatkan perhatiannya pada hubungan intra-pribadi (*intra personal*) yang berfungsi sebagai daya tarik. Daya tarik dalam hal ini adalah semua keadaan kognitif yang berhubungan dengan perasaan suka dan tidak suka terhadap individu individu atau objek objek lain. Dengan demikian, teori Heider berkepentingan secara khusus kepada apa yang diartikan sebagai komunikasi intra-pribadi yaitu sangat menaruh perhatian pada keadaan keadaan intra-pribadi tertentu yang mungkin mempengaruhi pola pola hubungan dalam suatu kelompok.

S.Djuarsa Sendjaja dalam Syaiful Rohim (2009) mengungkapkan sebuah teori yaitu Teori Kepribadian Kelompok yang merupakan studi mengenai interaksi kelompok pada basis dimensi kelompok dan dinamika kepribadian. Dimensi kelompok merujuk pada ciri ciri populasi atau karakteristik individu seperti umur dan kecendekiawan. Sementara ciri ciri kepribadian atau suatu efek yang memungkinkan kelompok bertindak sebagai suatu keseluruhan , merujuk pada peran peran spesifik, klik dan posisi status. Inti dari teori ini adalah *synergy* yang

dihasilkan dari sejauh mana anggota tersebut memelihara kesamaan sikap dalam kelompok.

Dalam kaitannya dengan komunikasi kelompok, Charles Horton Cooley membedakan kelompok primer dan kelompok sekunder dalam menganalisis pola dan model komunikasi yang berlangsung di dalamnya. Secara jelas dan detail, Jalaluddin Rakhmat dalam Syaiful Rohim (2009), mengolaborasi perbedaan pola dan sifat komunikasi yang berlangsung diantara kedua kelompok tersebut, sebagai berikut:

1. Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas, dalam arti menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsur unsur *backstage*. Sedangkan meluas berarti sedikit sekali kendala yang menentukan rintangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok primer kita mengungkapkan hal hal yang bersifat pribadi dengan menggunakan lambang verbal maupun non verbal. Sedangkan pada kelompok sekunder, komunikasi bersifat dangkal, lambang komunikasi biasa verbal dan jarang sekali yang non verbal.
2. Pada kelompok primer, komunikasi bersifat personal. Kelompok primer memandang *siapa dia*, bukan *apakah dia*. Hubungan dengan kelompok primer sangatlah unik dan tidak dapat dipindahkan. Sedangkan pada kelompok sekunder, hubungan bersifat impersonal, dapat dipindahkan.
3. Pada kelompok primer, komunikasi lebih menekankan pada aspek hubungan daripada aspek isi. Komunikasi dilakukan untuk menjaga hubungan baik dan

isi komunikasi bukanlah sesuatu yang sangat penting. Sementara pada kelompok sekunder, yang dipentingkan adalah aspek isi bukan hubungan.

4. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi kelompok primer lebih bersifat ekspresif, sedangkan pada kelompok sekunder hanya bersifat instrumental.
5. Komunikasi yang berlangsung (lisan dan tulisan) bersifat informal, sedangkan dalam kelompok sekunder, komunikasi berlangsung secara formal.

Moreno dalam Syaiful Rohim (2009) mengemukakan Teori Sosiometris. Teori ini dapat diartikan sebagai pendekatan teoritis dan metodologis terhadap kelompok yang pada mulanya diciptakan oleh Moreno dan kemudian dikembangkan oleh Jennings. Pada dasarnya teori ini berasumsi bahwa hubungan komunikasi di dalam suatu kelompok didasari oleh adanya daya tarik (*attraction*), dan penolakan (*repulsion*) yang dirasakan oleh anggota kelompok.

Di bawah ini terdapat beberapa asumsi teori utama yang implisit dalam perspektif komunikasi lisan mengenai kelompok yang dituturkan oleh Goldberg dan Larson (1985), yaitu:

1. Komunikasi kelompok dapat dilihat sebagai proses dimana penilaian dibentuk dan diungkap. Hal ini dimaksudkan bahwa kelompok-kelompok hanya bertemu untuk memecahkan masalah, mengambil keputusan atau merumuskan kebijakan.
2. Penilaian-penilaian dalam komunikasi kelompok dirumuskan dan dinyatakan melalui suatu proses yang terdiri dari bagian yang dianggap secara konsisten. Proses-proses tersebut diantaranya, yaitu:

- a. mengidentifikasi keadaan-keadaan akhir,
 - b. mengidentifikasi masalah-masalah yang berhubungan dengan keadaan-keadaan akhir,
 - c. pemusatan sumber-sumber untuk menangani isu-isu yang ada,
 - d. membuat penilaian menjadi eksplisit, karena komunikasi kelompok menjadi fungsi dasar dalam penilaian eksplisit.
3. Komunikasi kelompok dapat menjadi fungsi penghubung (*thinking function*) dari komunikasi lisan. Salah satu dari fungsi dasar komunikasi lisan adalah mengembangkan dan memelihara hubungan antar-individu dan lingkungannya. Fungsi penghubung ini dalam kaitannya dengan komunikasi kelompok, merupakan proses dasar melalui individu-individu yang menetapkan hubungan untuk mereka sendiri pada dua tingkatan yaitu tingkatan perorangan dan tingkatan tujuan.

Salah satu teori implisit dalam perspektif komunikasi lisan tentang komunikasi kelompok yaitu *Adaptive Structuration Theory* yang dipresentasikan oleh Antony Giddens. Giddens (1979) memandang struktur sosial sebagai pedang bermata dua. Struktur dan aturan yang kita terapkan membatasi perilaku kita, akan tetapi aturan yang sama juga mampu membuat kita memahami dan berinteraksi. Kita butuh aturan untuk menuntun keputusan kita mengenai bagaimana kita diharapkan berperilaku.

Dalam teori Penstrukturan Adaptif, Giddens menyatakan bahwa kunci dari memahami komunikasi yang terjadi di dalam kelompok adalah dengan mempelajari struktur yang berlaku dalam kelompok tersebut yang berfungsi

sebagai pondasi mereka. Teori ini membuat perbedaan antara konsep sistem dan struktur. Sistem dalam hal ini merujuk pada kelompok atau organisasi itu sendiri dan perilaku yang dilakukan oleh kelompok untuk mencapai tujuannya. Istilah *structure* merujuk pada aturan-aturan dan sumber daya yang digunakan para anggotanya untuk mencapai dan mempertahankan sistem dan juga untuk mengarahkan perilaku mereka.

Teori implisit lainnya yaitu teori *dramatism*. Teori ini dipopulerkan oleh Kenneth Burke. Ia berpendapat bahwa tindakan seseorang dalam kehidupan sehari-hari ibarat panggung sandiwara. Dalam teori ini, komunikator harus bertindak dan berperilaku seolah-olah ia sebagai aktor dalam sebuah drama, dimana mereka mencoba mencapai *audiens* guna menerima pandangan-pandangan dari mereka tentang kehidupan nyata. Komunikator harus berupaya untuk mengenali dan mengidentifikasi kelompok *audiens* dengan berbagai cara untuk mendapatkan penerimaan-penerimaan dan masukan-masukannya. Teori ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

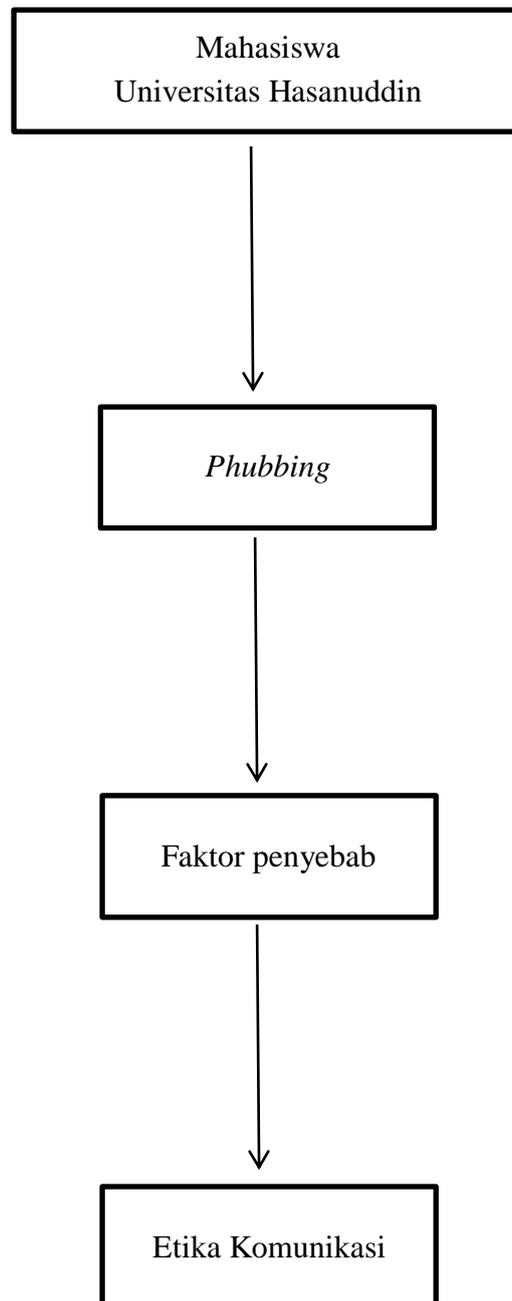
1. Substansi adalah dasar dari proses komunikasi. Substansi ini bersifat umum, fundamental, atau esensi dari suatu substansi harus dipandang secara holistik/menyeluruh. Oleh karena itu, komunikasi antar-individu harus dipandang sebagai fungsi langsung dari upaya berbagi kebersamaan substansi. Ini karena komunikasi merupakan proses berbagi arti tentang lambang-lambang yang digunakan.
2. Komunikasi melibatkan identifikasi tentang substansi. Kebalikan dari identifikasi adalah *division*. Melalui komunikasi, identifikasi substansi

semakin meningkat dan mendorong timbulnya kebersamaan arti (*substantiality*) dan kemudian adanya saling pengertian.

3. Identifikasi dapat menjadi alat persuasi dan upaya identifikasi ini dilakukan secara sadar atau tidak sadar, direncanakan atau secara kebetulan. Idealnya, upaya identifikasi merupakan perpaduan dari ide, sikap, perasaan dan lain-lain yang dipegang.
4. Upaya identifikasi melibatkan strategi atau dalam konsep Khun disebut sebagai *plan of action*. Strategi para komunikator untuk tujuan identifikasi ini pada dasarnya merupakan tindakan retorik (*rhetorical act*).

Beragam teori yang telah dikemukakan di atas dipopulerkan oleh beberapa ahli untuk menganalisis proses komunikasi yang terjadi di dalam suatu kelompok. Sehubungan dengan hal tersebut, diperlukan perpaduan beberapa teori untuk menganalisis perilaku *phubbing* yang kerap dilakukan oleh salah satu anggota kelompok di dalam kelas. Untuk itu, peneliti akan mengaitkan berbagai macam teori yang dianggap memiliki relevansi dengan fenomena *phubbing* yang kerap kali dilakukan oleh mahasiswa saat proses pembelajaran sedang berlangsung.

BAGAN 1.1: KERANGKA KONSEPTUAL



F. Definisi Konseptual

1. Kelompok

Adalah sekumpulan orang-orang yang terdiri dari dosen dan mahasiswa dan terlibat di dalam proses komunikasi yang berlangsung di dalam kelas.

2. Komunikasi Kelompok

Adalah komunikasi yang melibatkan dosen dan mahasiswa di dalam kelas.

3. Etika

Adalah norma yang mengatur baik buruknya sebuah tindakan ataupun perbuatan yang dilakukan oleh mahasiswa.

4. Etika Komunikasi

Adalah norma yang mengatur baik buruknya tindakan mahasiswa selama terlibat di dalam proses komunikasi kelompok di dalam kelas.

5. Nilai

Adalah gagasan terkait dengan perilaku mahasiswa yang dianggap baik, berfungsi, bermanfaat, indah, layak, dan juga menjadi keinginan serta kehendak dari seluruh lapisan masyarakat dalam kehidupan.

6. Norma

Adalah kaidah atau aturan yang berlaku bagi mahasiswa yang berisi perintah, larangan dan sanksi selama proses pembelajaran berlangsung.

7. *Phubbing*

Adalah perilaku mahasiswa yang tidak mengindahkan orang lain atau dosen pengajar, sibuk dengan *gadget*, atau dengan kata lain mengalami kecanduan *gadget*.

G. Metode Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama kurang lebih tiga bulan, terhitung sejak Januari 2021 hingga Maret 2021. Penelitian ini bertempat di kampus Universitas Hasanuddin (Unhas). Pemilihan lokasi penelitian didukung dengan hasil survey APJII dan Polling Indonesia tahun 2019, yang menunjukkan bahwa dari 100% total mahasiswa, 92,1% adalah pengguna internet aktif. Hal ini tentunya membuka peluang adanya tindakan *phubbing* di kelas saat proses pembelajaran tengah berlangsung. Universitas Hasanuddin merupakan universitas terbaik yang ada di Indonesia timur dan termasuk ke dalam peringkat kedelapan Universitas terbaik se-Indonesia dengan total mahasiswa yang mencapai 21.554 orang. Universitas Hasanuddin hadir dengan 15 fakultas dan puluhan jurusan yang beragam.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Tipe penelitian ini bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat dari objek yang diteliti (Kriyantono,2006). Metode ini dipilih dikarenakan fenomena sosial yang terjadi di lingkup kampus yang tidak dapat dipungkiri merupakan dampak perkembangan kebutuhan manusia akan teknologi komunikasi.

Pada metode ini, peneliti menganalisis hasil wawancara dengan seluruh informan yang kemudian dihubungkan dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini. Untuk menjawab rumusan masalah pertama, peneliti

menghubungkan hasil wawancara informan dengan teori etika di dalam berkomunikasi. Sementara untuk menjawab rumusan masalah kedua, peneliti menganalisis melalui teori komunikasi kelompok yang berlaku.

3. Teknik Penentuan Informan

Dalam teknik penentuan sampel, peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* dengan cara *purposive sampling*. Sampel adalah orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan riset (Kriyantono, 2006). Teknik ini dinyatakan sesuai karena tidak semua sampel memenuhi kriteria informan yang telah ditentukan oleh peneliti. Untuk itu, peneliti memilih Teknik *Purposive Sampling* dengan menetapkan pertimbangan atau indikator tertentu yang harus dipenuhi oleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, terdapat dua belas orang informan yang merupakan mahasiswa aktif di Universitas Hasanuddin. Peneliti menetapkan informan tersebut berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan yaitu mahasiswa aktif Universitas Hasanuddin serta terlibat sebagai *phubber* aktif di dalam kelas. Informan mengakui bahwa tindakan *phubbing* merupakan perilaku yang sangat umum dilakukan di dalam kelas.

4. Informan Penelitian

Adapun mahasiswa yang menjadi informan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Universitas Hasanuddin yang terlibat sebagai *phubber* aktif di dalam kelas saat pembelajaran tengah berlangsung. Informan mahasiswa cenderung lebih terfokus melakukan tindakan *phubbing* sehingga

mengabaikan keberadaan kelompoknya serta pesan yang disampaikan tidak terserap dengan baik.

Adapun mahasiswa yang akan menjadi informan dalam penelitian ini, yaitu sbb:

- a. AA1 (24 Tahun)
- b. AA2 (22 Tahun)
- c. AA3 (21 Tahun)
- d. AA4 (20 Tahun)
- e. AA5 (22 Tahun)
- f. AA6 (21 Tahun)
- g. AA7 (22 Tahun)
- h. AA8 (21 Tahun)
- i. AA9 (21 Tahun)
- j. AA10 (19 Tahun)
- k. AA11 (21 Tahun)
- l. AA12 (19 Tahun)

5. Teknik Pengambilan Data

a. Data Primer

1) Wawancara Mendalam (*Depth Interview*)

Adalah teknik wawancara dimana pewawancara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Pada wawancara

ini, pewawancara relatif tidak mempunyai kontrol atas respon informan, agar informan bersedia memberikan jawaban yang lengkap, mendalam dan tidak ada yang disembunyikan.

Pada penelitian ini, peneliti mewawancarai informan berdasarkan daftar pertanyaan yang telah ditetapkan. Selama wawancara berlangsung, peneliti mengupayakan berbagai macam cara agar informan dapat berbicara secara terbuka seperti berbicara dengan bahasa informal. Selama wawancara berlangsung, terdapat beberapa pertanyaan pertanyaan baru yang dilontarkan peneliti. Pertanyaan tersebut merupakan hasil pengembangan dari pernyataan yang diberikan oleh informan selama wawancara berlangsung.

2) *Focus Group Discussion* (FGD)

Focus Group Discussion atau Kelompok Diskusi Terfokus adalah cara memperoleh data dengan mengumpulkan informan dalam ruang diskusi guna mengeksplorasi pandangan-pandangan responden terkait fenomena yang diteliti. Teknik pengambilan data ini dipimpin oleh satu orang selaku moderator yang mengarahkan jalannya diskusi. Peneliti akan menggunakan alat bantu berupa perekam suara selama proses diskusi berlangsung. Hal ini agar semua pesan yang disampaikan oleh informan tersimpan dan tercatat dengan baik tanpa ada yang terlewatkan. Konten dalam FGD ini adalah semua pertanyaan yang dapat berkembang hingga menemukan jawaban terkait bagaimana perilaku dan faktor apa saja yang mempengaruhi terjadinya *phubbing* di dalam kelas.

Dalam penelitian ini, peneliti membagi forum FGD menjadi dua kelompok. Forum ini dipimpin oleh peneliti selaku pihak yang memahami topik *phubbing*. Untuk memperoleh hasil yang lebih luas, peneliti menggunakan hasil wawancara individu informan sebagai referensi. Di dalam forum ini, pembicaraan mengalir dengan sangat baik karena informan saling bertukar pandang tentang situasi mereka tanpa ada yang disembunyikan.

b. Data Sekunder

Merupakan metode pengumpulan data yang tidak ditujukan langsung kepada subjek penelitian. Data diperoleh melalui berbagai macam dokumen untuk memperoleh informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data. Dokumen bisa berupa *dokumen public* atau dokumen privat. Data sekunder di dalam penelitian ini diambil melalui beberapa jurnal, buku, dan penelitian terkait. Data tersebut kemudian dikelola oleh peneliti dan digunakan sebagai pegangan saat melakukan *interview*. Selain itu, data tersebut juga digunakan untuk menganalisis hasil wawancara dengan informan.

6. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan oleh peneliti agar dapat menarik kesimpulan-kesimpulan. Analisis data pada dasarnya dikembangkan dengan maksud memberikan makna terhadap data, menafsirkan data ke dalam bentuk narasi yang kemudian mengarah kepada temuan-temuan ilmiah yang akhirnya sampai pada kesimpulan final. Sugiyono (2016: 244) mengatakan bahwa analisis data adalah proses mencari data dan menyusun secara sistematis data

yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasikan, dengan cara mengorganisir data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari serta membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui metode observasi di dalam kelas dan wawancara langsung kepada mahasiswa dan mahasiswi selaku *phubber* aktif. Sementara data sekunder akan dianalisis dengan memanfaatkan data yang sudah ada yang berasal dari tangan ketiga yaitu jurnal, buku dan penelitian-penelitian sebelumnya yang terkait dengan topik penelitian ini. Kedua data tersebut kemudian disusun secara sistematis agar peneliti mampu menarik kesimpulan terkait perilaku *phubbing* mahasiswa.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Konsep Komunikasi

A.1 Pengertian Komunikasi

Pengertian komunikasi secara umum terbagi menjadi tiga bagian yakni secara etimologis, terminologi dan paradigmatis. Secara etimologis atau asal katanya, istilah komunikasi berasal dari bahasa latin *communicatio*, yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Dalam arti kata kesamaan makna, *communication* berarti memberi tahu atau bertukar pikiran tentang pengetahuan, informasi atau pengalaman seseorang. Hal yang serupa diungkapkan oleh Hafied Cangara (2015) yaitu komunikasi berpangkal pada perkataan latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.

Secara terminologis, komunikasi merupakan proses transmisi suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Pengertian ini menjelaskan bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang dengan seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain dan orang yang terlibat dalam komunikasi disebut *human communication*. Sementara pengertian secara paradigmatis, komunikasi adalah penyampaian pesan yang berlangsung menurut suatu pola dan memiliki tujuan tertentu, dengan pola komunikasi yang sebenarnya memberi tahu, menyampaikan pikiran dan perasaan, mengubah pendapat maupun sikap (Suprpto, 1994:6)

Onong Uchyana (2002) mengatakan komunikasi sebagai proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Pikiran bisa merupakan gagasan, informasi, opini dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keraguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahan dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati.

Richard West dan Lynn H. Turner dalam buku Pengantar Teori Komunikasi (2014) menyatakan bahwa komunikasi (*communication*) adalah proses sosial dimana individu-individu menggunakan simbol-simbol untuk menciptakan dan menginterpretasikan makna dalam lingkungan mereka. Ketika menginterpretasikan komunikasi secara sosial, maksud yang disampaikan adalah komunikasi selalu melibatkan manusia serta interaksi. Ketika membahas komunikasi sebagai suatu proses, berarti komunikasi bersifat berkesinambungan dan tidak memiliki akhir.

Sementara itu, Harold D.Lasswell dalam Mulyana (2001) membuat suatu definisi singkat yang dapat menerangkan suatu tindakan komunikasi dengan tepat dan sederhana dengan menjawab pertanyaan, “*who says what, in which channel, to whom with what effect*”, dalam artian siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dengan bagaimana pengaruhnya.

Selain itu, Louis Forsdale, seorang ahli komunikasi dan pendidikan dalam buku komunikasi organisasi karya Muhammad (2005) menyatakan

bahwa komunikasi adalah suatu proses memberikan signal dengan aturan tertentu sehingga dengan cara ini suatu sistem dapat didirikan, dipelihara dan diubah. William J. Seller memberikan definisi komunikasi yang lebih universal. Dia mengartikan bahwa komunikasi adalah proses dimana simbol verbal dan nonverbal dikirim, diterima dan diberi arti.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses transmisi pesan secara verbal dan non verbal diantara kedua belah pihak agar tercipta kesamaan pemahaman. Selain itu, kedua belah pihak saling memberikan timbal balik (*feedback*) dan mempengaruhi satu sama lain. Dengan kata lain, komunikasi bertujuan untuk mendapatkan dampak kognisi yang berkenaan dengan pengetahuan, afeksi yang berkenaan dengan penyampaian perasaan atau pikiran, dan konasi yang berkenaan dengan perubahan sikap dan perilaku.

Berdasarkan pada definisi-definisi komunikasi tersebut, Riswandi (2009) memperoleh gambaran bahwa komunikasi mempunyai beberapa karakteristik sebagai berikut:

1. Komunikasi adalah suatu proses.
2. Komunikasi adalah upaya yang disengaja dan mempunyai tujuan.
3. Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerjasama dari para pelaku yang terlibat.
4. Komunikasi bersifat simbolis.
5. Komunikasi bersifat transaksional.
6. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu.

A.2 Unsur Komunikasi

Ada bermacam-macam komponen atau elemen dalam proses komunikasi. Kadang kala untuk komponen yang sama digunakan istilah yang berbeda seperti ada yang menggunakan istilah informasi dan pesan untuk menyatakan komponen pesan yang dikirimkan dan begitu juga ada yang memakai istilah sender dan *source* untuk menyatakan orang yang mengirimkan pesan (Muhammad, 2005). Terdapat beberapa macam pandangan tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya komunikasi. Aristoteles, ahli filsafat Yunani Kuno menyebut bahwa suatu proses komunikasi memerlukan tiga unsur yang mendukungnya, yakni siapa yang berbicara, apa yang dibicarakan dan siapa yang mendengarkan. Claude E. Shannon dan Warren Weaver menyatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan lima unsur yang mendukungnya, yaitu pengirim, *transmitter*, *signal*, penerima dan tujuan. David K. Berlo membuat formula komunikasi yang lebih sederhana, terdiri atas pengirim, pesan, saluran dan penerima.

Adapun Charles Osgood, Gerald Miller dan Melvin L. De Fleur menambahkan lagi unsur efek dan umpan balik (*feedback*). Perkembangan terakhir adalah munculnya pandangan dari Joseph de Vito, K. Sereno dan Erika Vora yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah penting dalam proses komunikasi (Cangara, 2015). Berikut rincian terkait unsur-unsur komunikasi menurut Cangara (2015):

1. Sumber/Pengirim Pesan

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar-manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source*, *sender* atau *encoder*

2. Pesan

Pesan adalah informasi yang akan dikirimkan kepada penerima. Pesan ini dapat berupa verbal maupun nonverbal. Pesan verbal dapat secara tertulis seperti surat, buku, majalah, memo, sedangkan pesan yang secara lisan dapat berupa percakapan tatap muka, percakapan melalui telepon, radio, dan sebagainya. Pesan yang nonverbal dapat berupa isyarat, gerakan badan, ekspresi muka, dan nada suara.

3. Saluran/Media

Saluran adalah jalan yang dilalui pesan dari pengirim kepada penerima. *Channel* yang biasa dalam komunikasi adalah gelombang cahaya dan suara yang dapat dilihat dan didengar. Akan tetapi alat dengan apa cahaya atau suara itu berpindah berbeda-beda. Misalnya bila dua orang berbicara tatap muka gelombang suara dan cahaya di udara berfungsi sebagai saluran. Seseorang dapat menggunakan bermacam-macam alat untuk menyampaikan pesan seperti buku, radio, film, televisi, surat kabar tetapi saluran pokoknya adalah gelombang suara dan cahaya.

4. Penerima Pesan

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa terdiri atas satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima bisa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, sasaran atau komunikan. Penerima adalah elemen penting dalam komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dalam komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai masalah yang sering kali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.

5. Umpan balik/*Feedback*

Umpan balik adalah respons terhadap pesan yang diterima dan dikirimkan kepada pengirim pesan. Adanya umpan balik membuat pengirim dapat mengetahui apakah pesan yang dikirim tersebut dapat diinterpretasikan sama dengan komunikan. Bila arti pesan yang dimaksudkan oleh pengirim diartikan sama oleh penerima berarti komunikasi tersebut efektif. Ada dua umpan balik (*feedback*) dalam komunikasi, yakni umpan balik langsung (*immediated feedback*) dan tidak langsung (*delayed feedback*).

Umpan balik langsung terjadi jika komunikator dan komunikan berhadapan langsung atau ada kemungkinan bisa berbicara langsung. Misalnya komunikasi antar persona yang melibatkan dua orang atau komunikasi kelompok. Sedangkan umpan balik tidak langsung adalah umpan balik yang menggunakan perantara (Hidayat,2015).

B . Konsep Etika

B.1 Pengertian Etika

Etika adalah salah satu cabang ilmu filsafat yang terfokus pada nilai-nilai dan moral terhadap hal-hal yang baik dan buruk yang kemudian menjadi standar dalam lingkungan sosial masyarakat. Kata etika berasal dari bahasa Yunani, yakni *ethikos* yang artinya timbul dari sebuah kebiasaan. Menurut Franz Magnis Suseno, etika adalah suatu ilmu yang digunakan untuk mencari orientasi atau memberikan arah serta pijakan bagi manusia dalam menentukan tindakannya.

James Spillane berpendapat bahwa etika merupakan suatu pertimbangan yang memperhatikan tingkah laku manusia ketika mengambil keputusan, dimana keputusan tersebut berhubungan dengan moral yang mengarah pada akal budi manusia. Sementara Ludigdo dan Maryani mengemukakan bahwa etika adalah seperangkat norma, pedoman, atau aturan yang digunakan untuk mengatur perilaku manusia dan dianut oleh suatu kelompok masyarakat.

Menurut Bertens (1991), dalam mendefinisikan etika membagi menjadi empat bagian secara umumnya, yaitu:

1. Etika adalah niat, apakah perbuatan itu boleh dilakukan atau tidak sesuai pertimbangan niat baik atau buruk sebagai akibatnya.
2. Etika adalah nurani (batiniah), bagaimana harus bersikap etis dan baik yang sesungguhnya timbul dari kesadaran dirinya.

3. Etika bersifat absolut, artinya tidak dapat ditawar-tawar lagi, jika perbuatan baik mendapat pujian dan yang salah harus mendapat sanksi.
4. Etika berlakunya, tidak tergantung pada ada atau tidaknya orang lain yang hadir.

B.2 Jenis-Jenis Etika

Secara umum, terdapat dua jenis etika yaitu etika umum dan etika khusus:

1. Etika Umum

Etika umum yaitu etika yang membahas tentang kondisi dasar dan juga tindakan umum manusia. Standar dari etika umum ini adalah manusia dapat bertindak etis dan akan menjadi acuan dalam berperilaku. Etika umum juga digunakan sebagai patokan dalam menilai suatu hal baik atau buruk. Terdapat berbagai standar di dalam masyarakat yang termasuk ke dalam etika umum, seperti norma masyarakat, adat istiadat, dan juga norma agama.

2. Etika Khusus

Etika khusus melingkupi prinsip-prinsip yang menjadi patokan dalam bidang tertentu. Biasanya etika khusus berkaitan dengan profesi ataupun peran tertentu di lingkungan masyarakat. Contohnya adalah etika khusus profesi jurnalis, etika khusus bagi pelajar, dan lain sebagainya. Ada dua kategori etika khusus, yaitu:

- a. Etika individual yang mencakup acuan dan standar sikap seseorang terhadap dirinya sendiri. Contoh bagaimana seseorang menghargai dirinya sendiri dengan cara tidak melakukan hal-hal yang membahayakan dirinya.
- b. Etika sosial yang mencakup acuan dan standar sikap seseorang terhadap orang lain, publik, dan juga lingkungannya sebagai bagian dari masyarakat sosial. Contohnya adalah ketika seseorang memahami cara untuk bersikap terhadap orang lain.

B.2 Aliran Etika

Etika juga memiliki empat aliran yang bisa dibedakan berdasarkan pengertiannya, yaitu:

1. Deontologis

Aliran etika deontologis merupakan etika yang menganggap bahwa nilai dalam sebuah tindakan tidak hanya dilihat dari tujuan yang ingin dicapai, tetapi juga dilihat dari niat baik seseorang dalam melakukan tindakan tersebut.

2. Teologis

Aliran etika teologis adalah etika yang berfokus pada tujuan dari sebuah tindakan. Maksud dari aliran etika ini adalah meskipun sudah ada niat baik dalam diri seseorang untuk melakukan suatu tindakan, hal tersebut tetap harus dibarengi dengan tujuan yang baik.

3. Egoisme

Aliran etika egoisme menyatakan bahwa manusia mempunyai kecenderungan mempertahankan diri pada hal-hal yang memberi keuntungan bagi dirinya sendiri dan tidak peduli terhadap orang lain. Egoisme lebih mengedepankan kepentingan pribadi, dibandingkan dengan kepentingan orang lain.

4. Utilitarisme

Aliran etika utilitarisme merupakan sebuah tindakan seseorang dengan tujuan memberikan manfaat pada orang lain, baik itu orang-orang di sekitarnya maupun dalam cakupan masyarakat yang lebih luas.

C. Etika Komunikasi Kelompok

Komunikasi merupakan hal mendasar yang berkaitan erat dengan kehidupan manusia. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman terkait etika berkomunikasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman, perselisihan, serta hal lainnya yang kerap terjadi dan berdampak pada kualitas komunikasi yang buruk. Etika komunikasi sendiri merupakan bagian dari etika khusus karena terfokus pada bagian tertentu dalam kehidupan manusia. Etika ini mencakup nilai dan norma yang menjadi pedoman manusia dalam menjalin komunikasi dengan orang lain.

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok “kecil” seperti dalam rapat, pertemuan, konferensi dan sebagainya (Anwar Arifin, 1984). Michael Burgoon dalam Wiryanto (2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah

diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota anggota yang lain secara tepat. Kedua definisi komunikasi kelompok di atas mempunyai kesamaan, yakni adanya komunikasi tatap muka, peserta komunikasi lebih dari dua orang, dan memiliki susunan rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok.

B. Curtis, James J. Floyd, dan Jerril L. Winsor (2005: 149) menyatakan komunikasi kelompok terjadi ketika tiga orang atau lebih bertatap muka, biasanya dibawah pengarahannya seorang pemimpin untuk mencapai tujuan atau sasaran bersama dan mempengaruhi satu sama lain. Lebih mendalam ketiga ilmuwan tersebut menjabarkan sifat sifat komunikasi kelompok sebagai berikut:

- a. Kelompok berkomunikasi melalui tatap muka;
- b. Kelompok memiliki sedikit partisipan;
- c. Kelompok bekerja di bawah arahan seseorang pemimpin;
- d. Kelompok membagi tujuan atau sasaran bersama;
- e. Anggota kelompok memiliki pengaruh atas satu sama lain

Etika komunikasi kelompok dikaitkan dengan watak atau kesusilaan yang menentukan benar atau tidaknya cara penyampaian pesan kepada orang lain sebagai anggota kelompok tersebut yang dapat mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara lisan ataupun tidak langsung.

Etika komunikasi kelompok memiliki standar perangkat-perangkat kriteria etika yang secara khusus telah disarankan guna meningkatkan komunikasi etis dalam kelompok. Maksud dari perangkat-perangkat ini adalah

kriteria etika yang biasa dan standar dalam etika komunikasi. Cheney dan Tompkins merujuk pada Henry W. Johnstone Jr., untuk mengingat standar-standar etika yang mereka anjurkan guna memandu komunikasi kelompok. Empat tugas keetikaan Johnstone: Keteguhan hati, keterbukaan, kelemah-lembutan, dan keharuan, dimodifikasi oleh Cheney dan Tompkins untuk diterapkan dalam konteks komunikasi kelompok antara lain:

- a. Kehati-hatian, Komunikator dalam kelompok seharusnya menggunakan kemampuan persuasifnya sendiri untuk menilai secara menyeluruh pesan-pesan yang jelas dan yang tersembunyi dari kelompok tersebut dan harus menghindari penerimaan atas pandangan konvensional secara otomatis dan tanpa berpikir.
- b. Mudah untuk dicapai, Komunikator dalam organisasi harus terbuka terhadap kemungkinan diubahnya pesan dari orang lain yang dibujuk. Keyakinan yang kita pegang secara dogmatis atau pandangan berfokus sempit yang membutuhkan kita terhadap informasi yang berguna, pandangan yang berbeda tentang suatu masalah, atau penyelesaian alternatif, perlu diseimbangkan atau dikurangi.
- c. Tanpa kekerasan, penipuan, terang-terangan atau pun tidak, terhadap orang lain berdasarkan etika tidak diinginkan. Anggota juga harus menghindari penggunaan sudut pandang persuasif yang menganjurkan suatu sikap yang tidak masuk akal.
- d. Empati, Komunikator empatis benar benar mendengarkan argumen, opini, nilai dan asumsi orang lain, terbuka terhadap perbedaan

pendapat, mengesampingkan cetusan stereotip berdasarkan julukan atau isyarat non verbal, dan menghargai hak semua orang sebagai pribadi untuk memegang pandangan yang berbeda. Dalam latar kelompok, empati melibatkan keseimbangan kepentingan individu dan kepentingan kelompok. Gary Kreps menganjurkan apa yang ia sebut “tiga prinsip penutup banyak hal” yang ia anggap berguna “untuk mengevaluasi etika relatif komunikasi organisasi internal dan eksternal. Prinsip penutup ini berakar pada nilai kejujuran, menghindari tindakan menyakiti, dan keadilan.

- e. Anggota kelompok tidak boleh dengan sengaja menipu satu sama lain, seperti contohnya memalsukan laporan dan menyembunyikan informasi yang relevan dari badan pengaturan pemerintah.
- f. Komunikasi anggota kelompok tidak boleh dengan sengaja menyakiti anggota kelompok lain atau anggota lingkungan organisasi yang relevan.
- g. Anggota kelompok harus diperlakukan secara adil. Pepatah *“perlakuan yang sama bagi semua”* mungkin tidak cocok dengan setiap situasi. Kreps menyatakan, *“keadilan, seperti prinsip kejujuran dan menghindari kerusakan”*, merupakan prinsip etika relatif yang harus dievaluasi dalam konteks kelompok tertentu.

Dalam beberapa kesempatan, seseorang akan berhadapan dengan keadaan yang mengharuskan untuk memulai pembicaraan. Sebelum memulai pembicaraan tersebut, diperlukan kepekaan tentang keadaan lawan bicara. Apabila lawan bicara

sedang terlibat kesibukan, maka komunikasi sebaiknya tidak dilakukan agar tidak mengganggu pihak yang bersangkutan. Hal mendasar lainnya dalam etika komunikasi yaitu menatap mata komunikator agar mereka tidak merasa tersinggung. Menatap mata komunikator merupakan salah satu bentuk penghargaan terhadap posisi seseorang dalam proses komunikasi tersebut.

D . Perilaku *Phubbing*

D.1 Pengertian *Phubbing*

Phubbing merupakan gabungan dari kata “*phone and snubbing*” yang direfleksikan seperti seorang individu yang sedang melihat atau menggunakan telepon genggamnya saat berbicara dengan orang lain, sibuk dengan *smartphonenya*, dan mengabaikan lingkungan sosialnya. Menurut Haigh (2015) perilaku *phubbing* sendiri diartikan sebagai tindakan menyakiti orang lain dalam interaksi sosial karena lebih berfokus pada *smartphone*.

Istilah *phubbing* lahir bersamaan dengan semakin canggihnya *smartphone* dan meningkatnya ketergantungan manusia dalam berkomunikasi menggunakan alat tersebut. *Phubbing* atau *Phone and Snubbing* merupakan istilah baru dan telah didaftarkan secara resmi dalam kamus Macquarie. Jika diartikan secara umum, *Phubbing* adalah orang yang cenderung sibuk untuk menggunakan *smartphonenya* ketika terlibat dalam perbincangan maupun ketika berada dalam satu kelompok, melahirkan sikap cuek terhadap lingkungannya, dan memilih untuk menggunakan *smartphone* serta tidak menghiraukan lawan bicara. Tindakan ini memicu perasaan sakit hati kepada lawan bicara karena merasa tidak dihargai.

Phubber adalah istilah yang disematkan bagi orang-orang yang melakukan tindakan *phubbing* terhadap lingkungan sosialnya. Pada mulanya, seorang *phubber* menggunakan *smartphone* sebagai pelarian untuk menghindari ketidaknyamanan di dalam keramaian atau biasa disebut *awkward silent*, seperti di dalam *lift* atau bepergian sendiri dengan naik angkutan umum. Seiring perkembangan zaman, perilaku *phubbing* semakin umum dilakukan oleh orang-orang baik dalam kondisi kehidupan sehari-hari maupun forum formal.

D.2 Dampak *Phubbing*

Phubbing pada mulanya merupakan efek dari ketersediaan *smartphone* yang terus mengalami pembaharuan. Seiring waktu, *phubbing* menjadi kebiasaan yang mendarah daging di dalam aktivitas keseharian manusia. Akibatnya, hal tersebut menjadi biasa dan dimaklumi, komunikasi pun dirasa tidak perlu dilakukan. Hal terburuk yang akan terjadi yaitu seseorang akan dijauhi dan tidak akan diikutsertakan lagi.

CNN Indonesia (17/02/2021), mengemukakan tentang efek jangka panjang yang ditimbulkan dari perilaku *phubbing* jika konsisten dilakukan yaitu akan berisiko merusak kualitas hubungan. Menurut Julie Hart, pakar hubungan sosial dari The Hart Centre, Australia, ada tiga faktor hubungan sosial yang menjadi tumpul karena *phubbing*, yaitu:

1. Akses informasi, di mana kemampuan mendengar dan membuka diri akan informasi dari lawan bicara.

2. Respon, yakni usaha untuk memahami apa yang disampaikan lawan bicara dan mengerti maksud yang disampaikan.
3. Keterlibatan, yakni saat dua faktor sebelumnya diabaikan, seseorang tidak akan terlibat dari wacana yang dilontarkan dan hanya mengiyakan saja. Lawan bicara pun akan tersinggung dan yang terburuk yaitu lawan bicara akan malas untuk terlibat dalam pembicaraan lagi.

Sebuah artikel yang berjudul “*The effects of phubbing on social interaction*” yang ditulis oleh Karen M Douglas menyatakan bahwa *phubbing* mengancam empat kebutuhan dasar manusia, yaitu rasa memiliki, harga diri, keberadaan dan kendali yang bermakna.

E. *Phubbing* Dalam Etika Komunikasi

Phubbing merupakan tindakan mengabaikan lawan bicara atau lingkungan sosial dan bersikap tidak peduli karena terlalu berfokus pada *gadget* atau *smartphone*. Tindakan *phubbing* akan memicu rasa sakit hati bagi mereka yang terabaikan sehingga memungkinkan terjadinya pengasingan oleh lingkungan sekitar. Eksistensi perilaku *phubbing* berdampak signifikan terhadap proses komunikasi karena pembahasan yang cenderung bergerak dari satu pihak saja. Hingga saat ini, perilaku *phubbing* tidak hanya terbatas pada komunikasi di ruang lingkup informal namun juga telah menyentuh komunikasi ranah formal seperti di dalam kelas, saat proses perkuliahan di kampus.

Richard L. Johanessen (1996) mengemukakan bahwa komunikasi merupakan proses transaksi dimana pengirim maupun penerima memikul

tanggungjawab bersama untuk terlibat secara aktif di dalam proses komunikasi tersebut. Tanggung jawab bersama dalam hal ini sangatlah bervariasi, bergantung pada peranan yang sedang dimainkan.

Dalam menciptakan sebuah proses komunikasi yang berkualitas dan efektif di dalam kelas, diperlukan umpan balik dari mahasiswa selaku komunikan kepada dosen yang sedang memberikan materi pembelajaran. Richard L. Johanssen dalam *Etika Komunikasi* yang diterjemahkan oleh Deddy Mulyana (2002) membagi tanggungjawab etika seorang penerima/komunikan di dalam proses komunikasi ke dalam dua bagian yaitu:

1. Skeptisisme yang beralasan

Skeptisisme yang beralasan meliputi sejumlah unsur, memberikan sikap seimbang diantara dua sikap ekstrem yang tidak dikehendaki yaitu di satu sisi bersikap terlalu berpikiran terbuka dan mudah tertipu dan di sisi lain, terlalu berpikiran tertutup dan dogmatis. Dalam tanggungjawab ini, komunikan dituntut untuk memproses, menafsirkan dan mengevaluasi isi pesan dari komunikator. Selain itu, tanggungjawab ini juga menuntun komunikan agar mampu mentoleransi, tidak memasukkan ego serta tidak terpengaruh oleh stigma ataupun dogma yang tidak berlandaskan pada kebenaran.

2. Umpan balik yang memadai

Seorang komunikan harus memberikan umpan balik atau *feedback* memadai kepada komunikator yang layak dalam sejumlah pengertian. Umpan balik sebaiknya merefleksikan pemahaman sebenarnya,

keyakinan, perasaan atau penilaian secara jujur dan akurat agar komunikator mampu memahami respon sebenarnya yang relevan dari transaksi pesan dalam proses komunikasi tersebut.

Berdasarkan kedua tanggung jawab etika di atas, diketahui bahwa umpan balik seorang mahasiswa selama proses komunikasi ikut menentukan arah komunikasi yang sedang berlangsung di dalam kelas. Dengan kata lain, mahasiswa selaku komunikan berkesempatan menjadi seorang komunikator begitupun dengan dosen yang bersangkutan. Seorang mahasiswa/i *phubber* (sebutan bagi pelaku *phubbing*) dapat dikategorikan sebagai komunikan pasif yang hanya mengiyakan atau mendengarkan pembicaraan tanpa adanya respon yang diberikan kepada komunikator/dosen. Mirisnya, seorang komunikan pasif seperti mahasiswa/i *phubber* terkadang bersifat acuh atau hanya sekedar mendengarkan namun tidak memahami makna pesan yang diberikan oleh dosen.