Jurnal Psikologi dan Konseling West Science
Vol. xx, No. xx, Terbit, pp. xx~xx

Peran *Big Five Personality* Terhadap Perilaku *Phubbing* Pada Generasi Z Di Kota Gorontalo

Seruni Pantulu[1], Salahuddin Liputo[2], Sitti Rojiyah N.I Puhi[3]
[1] Universitas Muhammadiyah Gorontalo; Serunipantulu710@gmail.com
[2] Universitas Muhammadiyah Gorontalo; sittirojiyah@umgo.ac.id
[3] Universitas Muhammadiyah Gorontalo; salahuddinliputo@umgo.ac.id

Article Info

Article history:

Received Jun 9, 201xx
Revised Nov 20, 201xx
Accepted Dec 11, 20xx

Kata Kunci:

Big Five Personality, *Phubbing*, Generasi Z, *Neuroticism*

Keywords:

Big Five Personality, *Phubbing*, Generation Z, *Neuroticism*

ABSTRAK

Penggunaan *Smartphone* yang berlebihan pada Generasi Z berpotensi menurunkan kualitas interaksi sosial langsung, salah satunya melalui perilaku *phubbing* yakni tindakan mengabaikan lawan bicara karena terfokus pada *smartphone*. Faktor kepribadian telah terbukti memengaruhi berbagai perilaku sosial, termasuk *phubbing*, namun penelitian empiris dalam konteks Indonesia khususnya Kota Gorontalo, masih sangat terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran peran *Big Five Personality* terhadap perilaku *Phubbing* pada Generasi Z di Kota Gorotnalo. Penelitian menggunakan metode kuantitiatif dengan populasi Generasi Z berusia 20-24 tahun yang berdomisili di Kota Gorontalo berjumlah 18.700 jiwa. Sampel berjumlah 377 responden dipilih melalui *purposive sampling*. Data dikumpulkan menggunakan *Generic Scale of Phubbing* (GSP), *Big Five Inventory* (BFI) adaptasi Bahasa Indonesia, dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil uji *F* simultan menunjukan *Big Five Personality* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku *phubbing* (F = 21,958; p < 0,05) dengan kontribusi sebesar 24,2%. Secara parsial, *conscientiousness* berperan sebagai faktor protektif (β = -1.277; p <0,05) dan *neuroticism* sebagai faktor prediktor resiko (β = 1.282; p <0,05), sedangkan *extraversion, agreeableness,* dan *openness to new experience* tidak berpengaruh signifikan. Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada pengujian peran *Big Five Personality* terhadap perilaku *phubbing* secara langsung pada Generasi Z dalam konteks sosial budaya lokal Gorontalo yang memperluas kajian sebelumnya yang mayoritas dilakukan di luar Indonesia. Temuan ini mengimplikasikan bahwa pengelolaan emosi dan penguatan kontrol diri perlu menjadi fokus dalam program intervensi *phubbing*, serta perlunya penelitian lanjutan yang mempertimbangkan variabel mediator *Fear of Missing out* (*FoMo*) dan *smartphone addiction*.

ABSTRACT

Excessive smartphone use has been shown to negativelity affect the quality of face-to-face social interaction. One of its most prevalent

manifestations among Generation Z is *phubbing*, defined as the act of ignoring one's conversation partner due to smartphone preoccupation. Although personality traits have been shown to influences *phubbing* behavior, empirical evidence within the Indonesian context, particulary in Gorontalo City, remains scarce. This study aimed to examine the role of the Big Five Personality in predicting *phubbing* behavior among Generation Z in Gorontalo City, from which 377 respondents were selected through purposive sampling. Data were collected using the Indonesia-adapted Generic Scale of *Phubbing* (GSP) and Big Five Inventory (BFI) and analyzed using multiple linear regression. The simultaneous F-test revealed that Big Five Personality Collectively exerted a significant effect on *phubbing* behavior F = 21.958; $p < 0,05$), explaining 24.2% of ots total variance (Adjusted $R^2 = 0.242$). Partial analysis indicated that conscientiousness functioned as a protective factor ($\beta = -1.277$; $p < 0,05$) and neuroticism as a risk predictor ($\beta = 1.282$; $p < 0,05$), whereas extraversion, agreeableness, and openness to new experience showed no significant effect. The novality of this study lies in its direct examination of the Big Five Personality's role in *phubbing* among Generation Z within the local socialcultural context of Gorontalo, thereby extending the existing body of research that has been predominantly conducted outside Indonesia, while also providing the first empirical evidence of this relationship without the inclusion of mediating variabels in the Indonesian context.

This is an open access article under the CC BY-SA license.

Corresponding Author:

Name: Seruni Pantulu
Institution: Universitas Muhammadiyah Gorontalo
Email: Serunipantulu710@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Perilaku *phubbing* merupakan fenomena psikososial yang muncul sebagai konsekuensi dari intensifikasi penggunaan *smartphone* dalam kehidupan sehari-hari. Istilah ini berasal dari kombinasi kata *phone* dan *snubbing*, yang menggambarkan tindakan seseorang yang mengabaikan individu disekitarnya karena terlalu terfokus pada *smartphone* dalam situasi interaksi sosial (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). Individu yang melakukan perilaku ini disebut *phubber*, sedangkan pihak yang menjadi korban dikenal sebagai *phubbee* (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). Dalam konteks psikologi kepribadian, perilaku *phubbing* tidak berdiri sendiri, melainkan turut dipengaruhi karakteristik internal individu, salah satunya adalah struktur kepribadian *big five personality.* Model *big five personality* atau *Five-Factor Model (FFM)* merupakan taksonomi kepribadian yang mengelompokkan sifat-sifat manusia ke dalam lima dimensi utama *openness to new experience conscientousness, esxtraversion, agreeableness,* dan *neuroticism* (OCEAN) yang telah terbukti memiliki

validitas lintas budaya dalam menjelaskan perbedaan perilaku antarindividu (John *et al.,* 2008; McCrae & Costa, 2003)

Pada era revolusi industri 5.0, *smartphone* dan internet telah menjadi perangkat fundamental dalam kehidupan masyarakat global, tidak hanya memfasilitasi pertukaran informasi secara instan, namun juga meniadakan batasan jarak, ruang, dan waktu (Meilan *et al.,* 2024). Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2024) melaporkan bahwa pada tahun 2023 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 221 juta jiwa dari total 278 juta penduduk, dengan tingkat penetrasi nasional sebesar 79,5%. Generasi Z yaitu kelompok kelahiran 1997-2012 tercatat sebagai pengguna internet terbesar dengan proporsi 34,40%. Kelompok ini dikenal sangat terikat dengan perangkat digital dan media sosial, yang secara signifikan mengubah pola interaksi sosial mereka, mereka cenderung mengalihkan perhatian dari interaksi langsung ke aktivitas daring serta lebih memilih komunikasi berbasis digital yang dianggap lebih efisien (Siringoringo *et al.,* 2025).

Namun intensitas penggunaan teknologi yang berlebihan berpotensi menimbulkan dampak negatif terhadap kualitas interaksi sosial langsung. Salah satu manifestasinya adalah perilaku *phubbing,* yakni kecenderungan mengabaikan lawan bicara dalam komunikasi tatap muka karena perhatian terbagi dengan aktivitas daring (Abeele *et al.,* 2016; Santos *et al.,* 2023). Perilaku ini dapat memicu sifat individualistis, mengurangi interaksi sosial, bahkan mendorong individu untuk mengisolasi diri dari lingkungan sosialnya (Abivian, 2022; Purnamasari *et al.,* 2021). Studi eksperimen Chotpitayasunondh & Douglas, (2016) terhadap 128 partisipan di Inggris menunjukan bahwa *phubbing* berdampak signifikan dan negatif tehadap kualitas komunikasi serta kepuasan hubungan sosial, sejalan dengan temuan Abeele *et al.,* (2016) yang menunjukan bahwa penggunaan *smartphone* selama percakapan tatap muka menurunkan kualitas interaksi sosial.

Kondisi ini relevan dengan situasi di Kota Gorontalo. Data Badan Pusat Statistika (2024) mencatat bahwa 51,62% penduduk Gorontalo berusia 19-24 tahun telah mengakses internet dalam tiga bulan terakhir, dengan tingkat penetrasi internet mencapai 79,88%. Penelitian Najah *et al.,* (2022) terhadap 250 partisipan lintas generasi menunjukan bahwa Generasi Z memiliki tingkat *phubbing* tertinggi dibandingkan Generasi X dan Y. Observasi dan wawancara awal pada Maret-April terhadap enam individu Generasi Z di Gorontalo turut mengkonfirmasi adanya perbedaan persepsi dan pola penggunaan *smartphone* dalam interaksi tatap muka, mulai dari penggunaan refleks hingga pemanfaatannya sebagai pelarian dari situasi percakapan yang tidak nyaman.

Muncul suatu perilaku individu juga dipengaruhi oleh faktor kepribadian sebagai penentu sekaligus pembeda antarindividu, termasuk pada perilaku *phubbing* (Parmakiaz, 2021). Penelitian sebelumnya secara konsisten mengidentifikasi *neuroticism* sebagai prediktor positif (Chi *et al.,* 2022; Erzen *et al.,* 2021; Parmakiaz, 2021) dan *conscientiousness* sebagai prediktor negatif *phubbing*(Chi *et al.,* 2022; Suhendriani & Nugroho, 2022), meskipun temuan pada dimensi *extraversion, agreeableness,* dan *openness* masih menunjukan inkonsistensi. Mayoritas studi tersebut dilakukan di luar indonesia tertutama di Turki dengan latar budaya yang berbeda, tidak berfokus eksklusif pada Generasi Z, dan sebagian menempatkan keprbadian sebagai variabel yang dimediasi oleh *social media addction,* atau FoMo sehingga kontribusi langsung kepribadian terhadap *phubbing* belum terpetakan secara memadai dalam konteks lokal Indonesia.

Berdasarkan celah (*gap*) literatur tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran *big five personality* yang meliputi dimensi *openness to new experience extraversion, conscientousness,*

esxtraversion, agreeableness, dan *neuroticism* terhadap perilaku *phubbing* pada Generasi Z di Kota Gorontalo. Secara spesifik, penelitian ini berupaya mengidentifikasi dimensi kepribadian yang berperan sebagai faktor protektif maupun faktor resiko dalam memprediksi kecenderungan *phubbing*, sehingga dapat memberikan landasan empiris bagi pengembangan intervensi yang lebih terarah dan kontekstual.

Penelitian ini merumuskan dua hipotesis:

H_1 : Terdapat peran yang signifikan *big five personality* terhadap perilaku *phubbing* pada Generasi Z di Kota Gorontalo

H_0 : Tidak terdapat peran yang signifikan *big five personality* terhadap perilaku *phubbing* pada Generasi Z di Kota Gorontalo

Temuan penelitian ini diharapkan berkontribusi pada pengembangan literatur psikologi sosial berbasis konteks lokal Indonesia serta memberikan dasar empiris bagi intervensi *phubbing* yang mempertimbangkan profil kepribadian individu. Artikel ini selanjutnya disusun dalam empat bagian: Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, Hasil dan Pembahasan, serta Penutup.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Phubbing*

Phubbing merupakan perilaku mengabaikan individu di sekitar dalam situasi interaksi sosial karena terlalu terfokus pada penggunaan *smartphone*. Roberts & David, (2016) mendefinisikannya sebagai bentuk pengucilan sosial yang mencerminkan gangguan dalam hubungan interpersonal akibat penggunaan *smartphone*, yang dapat mewujudkan dalam berbagai bentuk mulai dari mengalihkan pandangan ke layar ponsel, menjawab pesan di luar percakapan yang berlangsung, membuat unggahan media sosial, hingga secara sengaja mengabaikan lawan bicara. Karadağ et al.,(2015) menambahkan bahwa perilaku ini mencakup tindakan melihat atau menggunakan *smartphone* selama percakapan sehingga lawan bicara merasa diabaikan dan tidak dihargai. Lebih jauh, *phubbing* dapat memicu sifat individualis, menurunkan empati, bahkan mendorong isolasi sosial (Abivian, 2022; Purnamasari *et al.,* 2021).

Chotpitayasunondh & Douglas, (2016) mengidentifikasi empat dimensi utama *phubbing* melalui instrumen *Generic Scale of Phubbing* (GSP) : *nomophobia* (ketakutan terpisah dari *smartphone*), *interpesonal conflict* (konflik yang timbul akibat penggunaan ponsel untuk menghindari interaksi sosial), *self-isolation* (kecenderungan menggunakan ponsel untuk menghindari interaksi sosial), dan *problem acknowledgement* (kesadaran individu atas dampak negatif perilakunya). Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi *phubbing* meliputi ketergantungan pada *smartphone*, *fear of missing out* (FoMo), dan rendahnya kontrol diri (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). Ciri-ciri perilaku *phubbing* antara lain penggunaan aplikasi adiktif secara berulang, kurang perhatian pada interaksi sosial, penggunaan *smartphone* sebagai pelarian dari situasi tidak nyaman, kecemasan saat tidak dapat mengakses *smartphone* atau *nomophobia* (Al-Saggaf & MacCulloch, 2018; Karadağ *et al.,* 2015; Roberts & David, 2016)

2.2 *Big Five Personality*

Big five personality atau *Five-Factor Model* merupakan taksonomi kepribadian yang mengelompokkan sifat-sifat manusia ke dalam lima dimensi utama yang dikenal dengan akronim

OCEAN. Lewis Goldberg pertama kali memperkenalkan istilah *big five* pada tahun 1981, sementara Costa & Mccrae pada dekade 1980-an menggunakan analisis faktor untuk mengidentifikasi kelima faktor tersebut secara sistematis. John & Srivastava, (1999) memperkuat validitas konstruk ini melalui pendekatan leksikal dari sekitar 18.000 istilah yang dikumpulkan Allport & Cattell mereduksinya menjadi 4.500, lalu analisis faktor menghasilkan lima dimensi akhir.

Kelima dimensi tersebut mencakup: (1) *extraversion,* tingkat keaktifan sosial dan kecenderungan mencari stimulasi eksternal, di mana individu dengan skor tinggi cenderung ramah, ceria, dan aktif, sementara yang rendah cenderung tertutup dan pendiam; (2) *agreeableness* kebaikan hati, kooperatif, dan keterbukaan dalam hubungan sosial; (3) *conscientiousness* keteraturan, kedisiplinan, tanggung jawab, dan komitmen terhadap tujuan; (4) *neuroticism* kecemasan, ketidakstabilan emosi, dan kerentanan terhadap stres; (5) *openness to experience* ketertarikan terhadap hal baru, kreativitas, dan fleksibilitas berpikir (John & Srivastava, 1999). Kepribadian dalam model ini bukan entitas statis, melainkan hasil interaksi dinamis antar *basic tendencies* komponen biologis, lingkungan eksternal, dan biografi objektif individu (McCrae & Costa, 2003). Faktor-faktor yang mempengaruhi *big five personality* antara lain genetik Jang *et al.,* (1996), temperamen Vollrath *et al.,* (2024), gaya pengasuhan (Schofiels *et al.,* 2013), lingkungan (Luo *et al.,* 2017), dan kebudayaan (Chopik & Kitayama, 2018).

2.3 Hubungan *Big Five Personality* terhadap Perilaku *Phubbing*

Beberapa studi empiris telah mengkaji hubungan antara dimensi *big five personality* dan perilaku *phubbing* dengan temuan yang secara umum konsisten pada dua dimensi utama. Parmakiaz, (2021) dalam studi terhadap 1.186 partisipan di Turki menemukan bahwa *neuroticisim* dan *openness* berhubungan positif, sementara *agreeableness* dan *conscientousness* berhubungan negatif dengan *phubbing*. Chi *et al.,* (2022) pada 938 mahasiswa mengkonfirmasi bahwa *neuroticism* berkorelasi positif dan *conscientousness* berkorelasi negatif, meskipun studi tersebut lebih menekankan peran mediasi *social media addiction* dan FoMo. Di Indonesia, Suhendriani & Nugroho, (2022) pada 250 siswa SMA di Pekanbaru menemukan bahwa individu dengan *conscientiousness* lebih rendah cenderung memiliki perilaku *phubbing* lebih tinggi, sedangkan Jihan & Rusli, (2019) pada Generasi Milenial di Sumatera Barat menemukan pengaruh negatif *agreeableness* namun tidak menemukan pengaruh signifikan *openness*.

Secara teoritis, individu dengan *conscientousness* tinggi memprioritaskan tanggung jawab sosial yang sedang dijalankan, termasuk menjaga etika komunikasi tatap muka, sehingga lebih mampu menahan dorongan impulsif untuk menggunakan *smartphone* John *et al.,* 2008; McCrae & Costa, (2003) sebaliknya, individu dengan *neuroticism* tinggi cenderung menggunakan *smartphone* sebagai mekanisme koping untuk mengatasi emosi negatif, kebosanan, dan ketidaknyamanan sosial (Gao *et al.,* 2023). Inkonsisten temuan pada dimensi *extraversion, agreeableness, openness* mengindikasikan bahwa pengaruh ketiga dimensi tersebut bersifat lebih kompleks dan kemungkinan dimediasi oleh variabel kontekstual seperti norma sosial, intensitas penggunaan media sosial, atau perbedaan budaya (Al-Saggaf & O'Donnell, 2019).

3. METODE PENELITIAN (11 PT)

Penelitian ini mengkaji peran *big five personality* yang meliputi *extraversion* (X1), *agreeableness* (X2), *conscientiousness* (X3), *neuroticism* (X4), dan *openness to new experience* (X5) terhadap perilaku *phubbing* (Y) pada Generasi Z di Kota Gorontalo, menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei korelasional berbasis analisis regresi linear berganda (Sugiyono, 2023)

Penelitian dilaksanakan di Kota Gorontalo pada periode Mei-Juni 2-25, Kota Gorontalo merupakan ibu kota Provinsi Gorontalo dengan luas 79,59km^2, terdiri dari 9 kecamatan dan 50 kelurahan, yang berfungsi sebagai pusat pendidikan dan budaya di Sulawesi bagian tengah. Kota ini dipilih karena tingkat penetrasi internet provinsi yang mencapai 79.88% dan tingkat penggunaan internet pada kelompok usia 19-24 tahun sebesar 97% dengan aktivitas utama meliputi hiburan (84,4%), media sosial (84,7%) dan pencarian informasi (84,7%) (Badan Pusat Statistik, 2024). Karakteristik tersebut mengindikasikan potensi signifikan terjadinya perilaku *phubbing* pada populasi sasaran.

Populasi penelitian adalah Generasi Z berusia 20-24 tahun yang berdomisili di Kota Gorontalo, berjumlah 18.700 jiwa (BPS, 2025). Teknik *purposive sampling* digunakan dengan kriteria: berusia 20-24 tahun dan berdomisili di Kota Gorontalo. Jumalah sampel dihitung menggunakan rumus Isaac dan Michael dengan tingkat kesalahan 5%, menghasilkan minimum koresponden 376 responden, dan penelitian ini berhasil mengumpulkan data dari 377 responden. Data dikumpulkan secara daring melalui kuesioner berbasis *Google Form* yang didistribusikan pada 25 Mei-30 Juni 2025, mencakup seluruh 9 kecamatan di Kota Gorontalo.

Variabel *phubbing* diukur menggunakan *Generic Scale of Phubbing* (GSP) yang dikembangkan oleh Chotpitayasunondh & Douglas, (2018) dan diadaptasi ke Bahasa Indonesia oleh (Isrofin, 2020), terdiri dari 15 item dengan skala Likert 5 poin (1= Tidak pernah hingga 5 = Sangat Sering), mencakup empat dimensi: *nomophobia, interpersonal conflict, self-isolation,* dan *problem ackowledgement*. Validitas dikonfirmasi melalui *Rasch Model* dengan seluruh 15 item dinyatakan fit dan reliabilitas item α = 1,00. Variabel *big five personality* diukur menggunakan *Big Five Inventory* (BFI) yang dikembangkan oleh (John & Srivastava, (1999) dan diadaptasi ke Bahasa Indonesia oleh (Ramdhani, 2012), terdiri dari 44 item dengan skala Likert 4 poin (1 = Sangat Tidak Setuju hingga 4 = Sangat Setuju). Validitas masing masing dimensi dikonfirmsi melalui *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan modifikasi indeks, di mana seluruh item yang memiliki nilai $t > 1,96$ digunakan untuk analisis lanjutan.

Data dianalisis melalui tiga tahap menggunakan SPSS 20.0. Pertama, uji asumsi klasik meliputi uji normalitas (*Kolmogorov-Smirnov)*, uji multikolinearitas (nilai *tolerance* dan VIF), dan uji heteroskedastisitas (*scatter* dan Uji *Glejser*). Kedua, analisis dimensi kepribadian terhadap *phubbing.* Ketiga, uji hipotesis melalui Uji F (simultan) dan Uji t (parsial) pada taraf signifikansi α = 0,05. Keunggulan pendekatan ini dibandingkan studi sebelumnya yang menggunakan variabel mediator Chi *et al.,* (2022) adalah kemampuannya untuk mengestimasi kontribusi unik masing-masing dimensi kepribadian secara dalam satu model regresi. Adapun keterbatasan pengumpulan data daring adalah ketidakmampuan peneliti untuk memverifikasi secara langsung domisili dan usia responden, serta ketidakseimbangan proporsi jenis kelamin responden (80% perempuan; 20% laki-laki) yang perlu diperhatikan dalam interpertasi generalisasi temuan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil

Responden penelitian berjumlah 377 orang Generasi Z berusia 20-24 tahun yang berdomisili di Kota Gorontalo, tersebar di seluruh 9 kecamatan dengan konsentrasi tertinggi di Kecamatan Dumbo Raya (21%), Sipatana (16%), dan Kota Tengah (16%). Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (80%; n = 301), sementara laki-laki mencakup 20% (n = 76). Dari sisi usia, kelompok

terbesar berada pada usia 21 tahun (28%; *n* = 105), diikuti usia 22 tahun (26%; *n* = 97) dan 20 tahun (23%; n = 85).

Hasil kategorisasi menunjukan bahwa mayoritas responden (74%; n = 278) berada pada kategori *phubbing* sedang (skor 30 < X < 50), sementara kategori rendah dan tinggi masing-masing mencakup 13% responden. Pola sedang juga mendominasi seluruh dimensi *big five personality: extraversion* (65%), *agreeableness* (72%), *conscientiousness* (70%), *neuroticism* (68%), dan *openness to new experience* (68%).

Analisis per aspek *phubbing* mengungkap temuan yang patut dicermati. Aspek *self-isolation* merupakan yang paling dominan, dengan 82% responden berada pada kategori sedang dan tidak ada satu pun responden (0%) yang berada pada kategori rendah. Ini berarti seluruh 377 responden tanpa terkecuali memiliki setidaknya tingkat kecenderungan sedang untuk menggunakan *smartphone* telah menjadi bagian yang hampir universal dalam keseharian Generasi Z di Kota Gorontalo, bahkan di antara mereka yang secara keseluruhan tidak masuk kategori *phubbing* tinggi. Hal ini jalan dengan (Garcia *et al.,* 2024) yang menjelaskan bahwa *self-isolation* berhubungan erat dengan penggunaan *smartphone* sebagai cara menghindari situasi sosial yang dirasa tidak nyaman. Aspek lainnya menunjukkan distribusi yang lebih bervariasi: *nomophobia* (63%, sedang 21% tinggi), *interpesonal conflict* (73% sedang), dan *problem acknowledgement* (62% sedang, 24% tinggi) di mana tingginya persentase kategori tinggi pada *acknowledgement* (24%) mengindikasikan bahwa sebagian besar Generasi Z di Kota Gorontalo menyadari bahwa penggunaan *smartphone* mereka berdampak negatif pada hubungan sosial, namun kesadaran tersebut belum cukup mengubah perilaku.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	***Unstandardized Residual***
Asymp. Sig. (2-tailed)	.634

Sumber: Data Diolah (2025)

Sebelum menguji hipotesis, seluruh asumsi analisis regresi linear berganda diverifikasi. Uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* pada residual model regresi menghasilkan nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,634 ($p > 0,05$). Yang berarti residual berdistribusi normal dan asumsi parametrik dipenuhi.

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	***Collinearity Statistics***	
	Tolerance	***VIF***
Extraversion	.734	1.363
Agreeableness	.826	1.211
Conscientiousness	.702	1.425
Neuroticsm	.842	1.187
Openness to new Experience	.700	1.428

Sumber: Data Diolah (2025)

Uji multikolinearitas menunjuk bahwa semua variabel independen memiliki nilai *tolerance* antara 0,700-0,842 dan nilai VIF antara 1,187-1428. Jauh di bawah ambang batas kritis (*tolerance* > 0,10; VIF < 10), sehingga tidak terdapat masalah multikolinearitas yang berarti di antara kelima dimensi kepribadian. Uji heteroskedastisitas melalui analisis *scatterplot* dan Uji Glejser menunjukkan bahwa titik sebaran tidak membentuk pola tertentu dan seluruh nilai signifikansi Uji Glejser > 0,05

pada semua variabel independen, sehingga asumsi homoskedastisitas terpenuhi. Dengan demikian, model regresi linear berganda dalam penelitian ini memenuhi seluruh asumsi klasik yang dipersyaratkan dan hasil pengujian hipotesis dapat diinterpretasikan secara tepat.

Tabel 2. Hasil Uji F Simultan

Anova		
Model	***F***	***Sig***
Regression	**21.958**	**.000[b]**

Sumber: Data Diolah (2025)

Hasil uji *F* menunjukkan nilai F hitung sebesar 21,958 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kelima dimensi *big five personality* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap perilaku *phubbing* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap *phubbing* di Kota Gorontalo. Nilai *Adjusted* R^2 sebesar 0,242 menunjukkan bahwa *big five personality* secara kolektif mampu menjelaskan 24,2% variasi perilaku *phubbing*, sementara 75,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar model.

Temuan ini konsisten posisi teoritis model *big five personality* sebagai kerangka yang relevan dalam menjelaskan perbedaan perilaku antar individu (John *et al.*, 2008; McCrae & Costa, 2003). Namun, kontribusi yang bersifat moderat (24,2%) mengindikasikan bahwa *phubbing* merupakan fenomena yang jauh lebih kompleks dari sekedar produk kepribadian. Faktor-faktor situasional dan kontekstual seperti ketergantungan pada *smartphone*, FoMo, rasa bosan, dan norma kelompok sebaya terbukti menjelaskan porsi variabilitas yang jauh lebih besar (Al-Saggaf & O'Donnell, 2019; Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). Ini merupakan temuan substantif yang penting meskipun kepribadian berperan signifikan, ia bukanlah prediktor tunggal yang dominan bagi perilaku *phubbing* pada Generasi Z, dan intervensi yang hanya berfokus pada dimensi kepribadian tidak akan memadai untuk mengatasi masalah ini secara komprehensif.

Model	***Unstandardized coefficients***		***Standardized Coefficients***	***t***	***Sig.***
	B	*Std. Error*	*Beta*		
(Constant)	49.342	5.792		8.519	.000
Extraversion	.044	.129	.019	.338	.735
Agreeableness	.150	.189	.047	.794	.428
Consciousness	-1.277	.179	-.382	-7.124	.000
Neuroticsm	1.282	.172	.413	7.467	.000
Openess to new	-.218	.131	-.097	-1.660	.098

Sumber: Data Diolah (2025)

Persamaan regresi linear berganda yang diperoleh bahwa apabila seluruh dimensi kepribadian bernilai nol, skor *phubbing* diperkirakan berada pada angka tersebut yang secara substantif berarti *phubbing* memiliki *baseline* yang cukup tinggi dan tidak semata-mata ditentukan oleh kepribadian, melainkan juga oleh faktor-faktor lain tidak diukur dalam penelitian ini.

Conscientiousness memiliki koefisien regresi sebesar -1,277 dengan nilai t = -7,124 dan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), menjadikannya dimensi dengan pengaruh paling kuat dan paling signifikan dalam menekan perilaku *phubbing*. Setiap kenaikan satu satuan skor *conscientiousness*

diprediksi menurunkan skor *phubbing* sebesar 1,277 satuan dengan mengontrol keempat dimensi lainnya. Individu yang lebih teratur, disiplin, dan bertanggung jawab cenderung lebih mampu mengendalikan dorong untuk menggunakan *smartphone* saat berinteraksi, karena mereka memprioritaskan tugas dan kewajiban sosial yang sedang berlangsung, termasuk menjaga etika komunikasi tatap muka.

Temuan ini konsisten dengan Chi *et al.,* (2022); Jihan & Rusli, (2019); Parmakiaz, (2021); Suhendriani & Nugroho, 2022), yang secara konsisten menemukan hubungan negatif antara *conscientiousness* dan *phubbing* di berbagai konteks budaya. Secara teoritis, hal ini selaras dengan model *big five* (McCrae & Costa, (2003) yang menyatakan bahwa individu dengan *conscientousness* tinggi memiliki orientasi kuat terhadap keteraturan dan komitmen interpesonal, sehingga mampu menahan perilaku impulsif termasuk penggunaan *smartphone* yang tidak terencana saat berinteraksi tata muka. Konsistensi lintas budaya dari temuan ini (Turki, Indonesia, Pekan Baru, Indonesia Sumatera Barat, dan kini Indonesia-Gorontalo) memperkuat argumen bahwa *conscientiousness* merupakan prediktor negatif yang paling andal dan dapat digeneralisasikan.

Neuroticism memiliki koefisien regresi sebesar +1,282 dengan nilai t = 7467 dan signifikan 0,000 ($p < 0,05$), menjadikannya satu-satunya dimensi yang berperan sebagai prediktor risiko yang signifikan. Individu yang mudah cemas, merasa tidak aman, dan memiliki regulasi emosi yang kurang adaptif cenderung menggunakan *smartphone* sebagai sarana pelarian dari ketidaknyamanan sosial. Kehadiran notifikasi dan akses media sosial memberikan rasa aman semu serta kesempatan untuk mengurangi ketegangan emosional sesaat, sehingga individu dengan *neuroticism* tinggi lebih sering memeriksa ponsel bahkan saat sedang berinteraksi langsung dengan orang lain.

Temuan ini konsisten dengan Chi *et al.,* (2022); Erzen *et al.,* (2021); Parmakiaz, (2021); Santos *et al.,* (2023); T'ng *et al.,* (2018) yang semuanya menemukan hubungan positif antara *neuroticism* dan *phubbing*. Gao *et al.,* (2023) secara spesifik menjelaskan bahwa individu dengan *neuroticism* tinggi menggunakan *smartphone* sebagai mekanisme koping terhadap emosi negatif dan kebosanan. Dalam konteks Generasi Z di Gorontalo yang hidup di era digital dengan akses internet yang sangat tinggi (95,1% pada usia 19-24 tahun), *smartphone* menjadi pelarian yang mudah diakses dari kecemasan sosial maupun kebosanan dalam percakapan tatap muka. Justifikasi personal peneliti terhadap temuan ini bahwa lingkungan perkotaan semi tradisional seperti Gorontalo dengan tekanan sosial kolektivitas yang relatif tinggi justru dapat memperparah kecemasan pada individu dengan *neuroticism* tinggi, mendorong mereka semakin bergantung pada *smartphone* sebagai ruang aman yang terkontrol.

Extraversion memiliki koefisien regresi sebesar +0,044 dengan nilai t = 0,338 dan signifikansi 0,735 ($p > 0,05$), menunjukan bahwa dimensi ini tidak berpengaruh signifikan terhadap *phubbing*. Meskipun arahnya positif, besarnya koefisien praktis dapat diabaikan. Temuan ini tidak sepenuhnya diharapkan karena secara intuitif individu yang lebih ekstrovert diasumsikan akan lebih menikmati interaksi langsung dan kurang bergantung pada *smartphone* namun asumsi tersebut tidak terbukti. Ketidaksignifikanan ini dapat dipahami melalui ambivalensi perilaku Generasi Z individu dengan *extraversion* tinggi memang aktif dalam interaksi tatap muka, namun mereka juga sama aktifnya dalam interaksi sosial berbasis digital melalui media sosial dan *platform* pesan instan. Dorongan sosial yang tinggi tidak serta-merta menekan *phubbing*, melainkan justru dapat mendorong penggunaan *smartphone* untuk memperluas jangkauan interaksi sosial secara daring secara bersamaan. Temuan ini konsisten dengan Erzen *et al.,* (2021) interpretasi alternatif yang memungkinkan adalah bahwa *extraversion* pada era digital telah berevolusi, sehingga individu

ekstrovert tidak lagi hanya aktif secara tatap muka tetapi juga aktif di ranah digital secara simultan membuat dimensi ini tidak lagi menjadi prediktor yang andal untuk perilaku *phubbing*.

Agreeableness memiliki regresi sebesar +0,150 dengan nilai t = 0,794 dan signifikansi 0,428 (p > 0,05), menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan. Arah koefisien yang positif berlawanan dari yang diprediksi secara teoritis juga perlu dicatat meskipun nilainya tidak signifikan secara statistik. Temuan ini berbeda dari Jihan & Rusli, (2019) yang menemukan pengaruh negatif pada *agreeableness* pada Generasi Milenial di Sumatera Barat, dan Parmakiaz, (2021) dalam konteks Turki. Perbedaan ini kemungkinan besar dipengaruhi oleh dua faktor. Pertama, perbedaan kelompok generasi, Generasi Z di Kota Gorontalo yang tumbuh dalam lingkungan digital sejak dini kemungkinan telah menormalisasikan *phubbing* sebagai bagian dari interaksi sosial sehari-hari Chotpitayasunondh & Douglas, (2016); Raharjo, (2021), sehingga sifat kooperatif dan ramah tidak lagi cukup kuat untuk menekan kecenderungan tersebut. Kedua, norma kelompok sebaya pada Generasi Z kemungkinan berfungsi sebagai variabel moderator yang melemahkan hubungan *agreeableness* dan *phubbing, jika lingkungan sosial* menganggap *phubbing* sebagai hal yang wajar, maka individu yang *agreeableness* pun akan cenderung mengikuti norma tersebut untuk menjaga keselarasan kelompok, bukan melawannya (Al-Saggaf & O'Donnell, 2019).

Openness memiliki koefisien regresi sebesar -0,218 dengan nilai t = -1,660 dan signifikansi 0,098 (p > 0,05), menunjukkan bahwa meskipun arahnya negatif yang secara parsial konsisten dengan sebagian literatur pengaruhnya tidak mencapai taraf signifikansi statistik. Temuan ini berbeda dari Parmakiaz, (2021) yang menemukan pengaruh positif *openness* dalam konteks di Turki, namun konsisten dengan Jihan & Rusli, (2019) dalam konteks Indonesia.

Ketidaksignifikanan ini dapat diinterpretasikan bahwa rasa ingin tahu dan keterbukaan terhadap pengalaman baru secara tidak langsung diterjemahkan ke dalam perilaku *phubbing*. Meski individu yang *openness* tinggi mungkin lebih banyak mengeksplorasi teknologi dan aplikasi baru, keterbukaan tersebut tidak otomatis berarti mereka mengabaikan lawan bicara dalam interaksi tatap muka karena *openness* yang tinggi juga mencakup keterbukaan terhadap pengalaman sosial langsung yang beragam. Perbedaan temuan dengan Parmakiaz, (2021) kemungkinan mencerminkan perbedaan konteks budaya dalam cara *openness* diekspresikan secara perilaku, bukan perbedaan dalam konstruk kepribadian itu sendiri.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini konsisten dengan literatur global dalam dua hal utama yang paling kuat, *neuroticism* sebagai prediktor positif *phubbing* yang konsisten lintas konteks budaya., dan *conscientousness* sebagai prediktor negatif yang stabil. Keduanya bersama-sama menegaskan bahwa regulasi emosi dan kontrol diri merupakan inti dari perilaku *phubbing*, individu yang mampu mengelola emosinya dengan baik dan memiliki disiplin diri yang tinggi secara konsisten menunjukkan kecenderungan *phubbing* yang lebih rendah. Inkonsisten pada dimensi *agreeableness, openness,* dan *extraversion* dibandingkan sebagian studi sebelumnya membuka ruang untuk interpretasi yang lebih luas. Peneliti mengargumentasikan bahwa inkonsisten ini bukan sekedar temuan statistik, melainkan mencerminkan fenomena nyata pada Generasi Z yang merupakan *digital natives*, hubungan antar kepribadian dan *phubbing* dimediasi secara kuat oleh norma sosial digital yang tidak diukur dalam penelitian ini. Jika penggunaan *smartphone* saat berinteraksi sudah menjadi norma yang diterima di kalangan sebaya, maka sifat-sifat kepribadian yang secara teoritis seharusnya menekan *phubbing* seperti *agreeableness* menjadi kurang efektif

karena individu yang *agreeableness* justru akan mengikuti norma kelompok sebagai bentuk konformitas sosial.

Kontribusi pemahaman baru yang diberikan penelitian ini adalah bahwa dalam konteks kolektivistik semi-tradisional seperti Gorontalo, nilai-nilai kesopanan dan kebersamaan lokal belum cukup kuat untuk mengimbangi tekanan norma digital pada Generasi Z terbukti dari tingkat *phubbing* moderat yang merasa dan ketiadaan responden dalam kategori *self-isolation* rendah. Ini mengimplikasikan bahwa *phubbing* bukan sekedar masalah kepribadian, melainkan juga masalah norma sosial yang sudah bergeser dan penanganannya memerlukan pendekatan yang melampaui intervensi berbasis kepribadian.

Beberapa batasan dalam penelitian yang perlu diperhatikan yaitu tidak diukurnya variabel mediator seperti *smartphone addiction,* kontrol diri, dan kecemasan sosial membuat 75,8% variasi *phubbing* yang tidak dijelaskan oleh model tetap menjadi kotak hitam apakah kepribadian berpengaruh langsung atau sebagian melalui mekanisme tidak langsung belum dapat disimpulkan. Selanjutnya pengumpulan data daring membatasi kemampuan verifikasi langsung kriteria responden.

Dalam hal validitas eksternal, penelitian ini memiliki beberapa kekuatan, ukuran sampel yang memadai (n = 377), cakupan geografis yang mencakup seluruh kecamatan di Kota Gorontalo, dan penggunaan instrumen yang telah tervalidasi secara psikometri di konteks Indonesia. Pola utama temuan ini yaitu dominasi *conscientousness s*ebagai faktor protektif dan *neuroticism* sebagai faktor risiko, kemungkinan dapat digeneralisasikan ke kota-kota lain di Indonesia dengan karakteristik serupa, yakni kota menengah dengan penetrasi internet tinggi dan nilai-nilai budaya kolektivistik. Generalisasi ke konteks budaya yang sangat berbeda atau ke kelompok usia lain memerlukan replikasi yang lebih terencana.

Temuan penelitian ini memiliki implikasi praktis yang konkret bagi dua kelompok utama. Bagi individu Generasi Z dengan *neuroticism* tinggi, diperlukan pelatihan regulasi emosi seperti teknik *mindfulness*, pernafasan dalam, atau relaksasi otot sebagai strategi koping alternatif selain *smartphone*, serta konsultasi dengan konselor atau psikolog bagi yang mengalami tingkat kecemasan sosial yang signifikan. Bagi individu dengan *conscientousness* rendah, penguatan kontrol diri melalui penetapan "zona bebas *smartphone*: saat interaksi tatap muka, pengaktifan mode senyap, manajemen notifikasi perlu diprioritaskan. Bagi institusi pendidikan di Gorontalo, integritas program literasi digital berbasis profil kepribadian dalam layanan bimbingan dan konseling mahasiswa, serta kebijakan tertulis tentang penggunaan *smartphone* di lingkungan kampus, merupakan langkah yang relevan dan terukur.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukan *big five personality* berpengaruh signifikan terhadap perilaku *phubbing* pada Generasi Z di Kota Gorontalo, dengan kontribusi yang tergolong sedang. Secara parsial, *conscientousness* berpengaruh negatif dan *neuroticism* berpengaruh positif terhadap *phubbing*, sedangkan *extraversion, agreeableness,* dan *openness to new experience* tidak menunjukan pengaruh yang signifikan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa *phubbing* tidak sepenuhnya dipengaruhi oleh faktor kepribadian, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti penggunaan *smartphone* regulasi emosi, kontrol diri, serta norma sosial digital. Karena itu Upaya pencegahan *phubbing* perlu

dilakukan melalui pendekatan yang tidak hanya berfokus pada aspek kepribadian, tetapi juga pada pembentukan norma interaksi sosial yang lebih sehat.

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena belum mengukur variabel mediator dan moderat yang relevan, serta karakteristik responden yang belum seimbang. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas variabel penelitian dan memperhatikan keragaman demografis agar hasil yang diperoleh lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

Abeele, V., Antheunis, M. L., & Schouten, A. P. (2016). The effect of mobile messaging during a conversation on impression formation and interaction quality. *Computers in Human Behavior*, *62*, 562–569. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.04.005

Abivian, M. (2022). Gambaran perilaku phubbing dan pengaruhnya terhadap remaja pada era society 5.0. *Prophetic : Professional, Empathy, Islamic Counseling Journal*, *5*(2), 155–164.

Al-Saggaf, Y., & MacCulloch, R. (2018). Phubbing: How frequent? Who is phubbed? In which situation? And using which apps? *International Conference on Information Systems 2018, ICIS 2018*, *2017*, 1–9.

Al-Saggaf, Y., & O'Donnell, S. B. (2019). Phubbing: Perceptions, reasons behind, predictors, and impacts. *Human Behavior and Emerging Technologies*, *1*(2), 132–140. https://doi.org/10.1002/hbe2.137

APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia APJII. https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang

Badan Pusat Statistik. (2024). *Proporsi Individu yang Menguasai/Memiliki Telepon Genggam Menurut Provinsi (Persen), 2021-2023*. Statistik Badan Pusat. https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTIyMSMy/proporsi-individu-yang-menguasai-memiliki-telepon-genggam-menurut-provinsi.html

BPS, B. P. S. K. G. (2025). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamain (Jiwa), 2022-2024*. Badan Pusat Statistika Kota Gorontalo.

Chi, L. C., Tang, T. C., & Tang, E. (2022). The phubbing phenomenon: a cross-sectional study on the relationships among social media addiction, fear of missing out, personality traits, and phubbing behavior. *Current Psychology*, *41*(2), 1112–1123. https://doi.org/10.1007/s12144-021-02468-y

Chopik, W. J., & Kitayama, S. (2018). Personality change across the life span: Insights from a cross-cultural, longitudinal study. *Journal of Personality*, *86*(3), 508–521. https://doi.org/10.1111/jopy.12332

Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2016). How "phubbing" becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, *63*(May), 9–18. https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.018

Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2018). Measuring Phone Snubbing Behavior: Development and Validation of the Generic Scale of Phubbing (GSP) and the Generic Scale of Being Phubbed (GSBP). *Computers in Human Behavior*. https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.06.020

Erzen, E., Odaci, H., & Yeniçeri, İ. (2021). Phubbing: Which Personality Traits Are Prone to Phubbing? *Social Science Computer Review*, *39*(1), 56–69. https://doi.org/10.1177/0894439319847415

Gao, B., Liu, Y., Shen, Q., Fu, C., Li, W., & Li, X. (2023). Why Cannot I Stop Phubbing? Boredom Proneness and Phubbing: A Multiple Mediation Model. *Psychology Research and Behavior Management*, *16*, 3727–3738. https://doi.org/10.2147/PRBM.S423371

Garcia, M. A., Lerma, M., Perez, M. G., Medina, K. S., Rodriguez-Crespo, A., & Cooper, T. V. (2024). Psychosocial and personality trait associates of phubbing and being phubbed in hispanic

emerging adult college students. *Current Psychology*, *43*(6), 5601–5614. https://doi.org/10.1007/s12144-023-04767-y

Isrofin, B. (2020). *VALIDASI GENERIC SCALE OF PHUBBING (GSP) VERSI BAHASA INDONESIA DENGAN RASCH MODEL*. *7*(1), 9–17.

Jang, K. L., Livesley, W. J., & Vernon, P. A. (1996). Heritability of the Big Five Personality Dimensions and Their Facets: A Twin Study. *Journal of Personality*, *64*(3), 577–592. https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1996.tb00522.x

Jihan, A., & Rusli, D. (2019). Pengaruh Faktor Kepribadian Terhadap Phubbing pada Generasi Milenial di Sumatera Barat. *Jurnal Riset Psikologi*, *3*, 2–11.

John, O. P., Robbins, R. W., & Pervin, A. lawrence. (2008). *Handbook of Personality: Theory and Research* (3rd ed.). Guilford Press.

John, O. P., & Srivastava, S. (1999). *Handbook Of Personality Theory and Research*. The Guilform Press.

Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M., Çulha, I., & Babadağ, B. (2015). Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, *4*(2), 60–74. https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.005

Kristiana, B., Yusuf, M., & Priyatama, N. A. (2016). Hubungan antara job inscurity dan burnout dengan intensi turnover pada karyawan bagian III PT. Dan Liris Sukoharjo. *Jurnal Ilmiah Psikologi Candrajiwa*, *5*(4), 273–287.

Luo, J., Derringer, J., Briley, D. A., & Roberts, B. W. (2017). Genetic and Environmental Pathways Underlying Personality Traits and Perceived Stress: Concurrent and Longitudinal Twin Studies. *European Journal of Personality*, *31*(6), 614–629. https://doi.org/10.1002/per.2127

McCrae, R. R., & Costa, P. T. (2003). *Personality in Adulthood: A Five factor Theory Perspective*. Guilford Press. https://books.google.co.id/books?id=FEebGEJjQH8C

Meilan, T. S. A., Fitria, N., & Amira, I. (2024). GAMBARAN TINGKAT PERILAKU PHUBBING PADA MAHASISWA SARJANA FAKULTAS KEPERAWATAN UNIVERSITAS PADJADJARAN. *SENTRI : Jurnal Riset Ilmiah*, *3*(9), 4370–4384.

Najah, M., Malik Fadilah, A., Rachmi, I., & Iskandar. (2022). PERILAKU PHONE SNUBBING (PHUBBING) PADA GENERASI X , Y DAN Z. *Intuisi Jurnal Psikologi Ilmiah*, *14*(2), 25–38.

Parmakiaz, İ. (2021). Relationships Between Phubbing and The Five Factor Personality Traits. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, *29*(4), 32–42. https://doi.org/10.24106/kefdergi.795620

Purnamasari, A., Juniarly, A., & Paradita, L. (2021). Komunikasi Interpersonal dan Kepuasan Pernikahan pada Partner Phubbing. *Journal Psikogenesis*, *8*(2), 153–163. https://doi.org/10.24854/jps.v8i2.1488

Raharjo, D. P. (2021). Intensitas Mengakses Internet dengan Perilaku Phubbing. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, *9*(1), 1. https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i1.5662

Ramdhani, N. (2012). Adaptasi Bahasa dan Budaya Inventori Big Five. *Jurnal Psikologi*, *39*(2), 189–207. https://doi.org/10.1016/S0143-4004(97)90091-6

Roberts, J. A., & David, M. E. (2016). My life has become a major distraction from my cell phone: Partner phubbing and relationship satisfaction among romantic partners. *Computers in Human Behavior*, *54*, 134–141. https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.07.058

Santos, de A. De, Adrianede Oliveira Ferreira, B., Leitão, C. L., da Silva, I. R., & de Souza Torres, M. (2023). Phubbing behavior, personality, and use of instagram by Brazilian adults: a correlational and predictive study. *Psicologia: Reflexao e Critica*, *36*(1). https://doi.org/10.1186/s41155-023-00268-w

Schofiels, J. T., Conger, R. D., Donnelan, M. B., Jochem, R., Widaman, K., & Conger, K. (2013). Parent Personality and Positive Parenting as Predictors of Positive Adolescent Personality Development Over Time. *NIH Public Access*, *58*(2), 255–283. https://doi.org/10.1353/mpq.2012.0008.Parent

Siringoringo, R., Rohma, S., Laksana, A., Jl, A., Serang, R., & Jaya, K. C. (2025). Tantangan

Komunikasi Generasi Z dalam Perkembangan Digital di Era Digital Teknologi 5.0. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik Dan Kebijakan Negara*, *2*(1), 48–59. https://doi.org/https://doi.org/10.62383/komunikasi.v2i1.138

Sugiyono, P. D. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif, dan R&D* (2 (ed.)). ALFABETA, cv.

Suhendriani, N., & Nugroho, S. (2022). Big Five Personality Terhadap Perilaku Phubbing Pada Siswa SMA. *Journal of Islamic and Contemporary Psychology (JICOP)*, *2*(2), 117–128. https://doi.org/10.25299/jicop.v2i2.11568

T'ng, S. T., Ho, K. H., & Low, S. K. (2018). Are you "phubbing" me? The Determinants of Phubbing Behavior and Assessment of Measurement Invariance across Sex Differences. *International and Multidisciplinary Journal of Social Sciences*, *7*(2), 159. https://doi.org/10.17583/rimcis.2018.3318

Vollrath, M., Eilertsen, E., Torgersen, S., Gjerde, L., & Ystrom, E. (2024). Bridging temperament and the Big Five in children: A genetically informative study. *J Pers Soc Psychol*, *126*(3), 660–675. https://doi.org/10.1037/pspp0000500