

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Generasi Z adalah generasi yang sedini mungkin telah mengenal teknologi dan internet, generasi yang haus akan teknologi. Generasi Z atau sering dikenal sebagai generasi digital tumbuh dan berkembang dengan ketergantungan terhadap teknologi dan berbagai macam alat teknologi (Noordiono, 2016). Selanjutnya Noordiono (2016) menambahkan bahwa generasi ini memiliki intuisi yang kuat terhadap teknologi, tanpa melihat panduan generasi ini dengan mudah mengerti cara menggunakan sesuatu. *Always connected* adalah logo generasi ini, dimanapun dan kapanpun harus terkoneksi dengan internet. Generasi Z disebut juga dengan generasi net (*IGen*) atau generasi internet (Stillman, 2017).

Generasi Z adalah generasi yang mengaplikasi kegiatannya dalam satu waktu seperti mendengarkan musik menggunakan headset, unggah *story* di sosial media menggunakan ponsel, dan *browsing* dengan PC atau laptop (Najah, 2022). Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya yaitu, fasih teknologi, *techsavvy*, *web-savvy*, *appfriendly generation*. Generasi Z adalah generasi digital yang mahir akan teknologi informasi dengan berbagai fitur dan aplikasi yang mendukung, cepat dalam mengakses segala informasi yang dibutuhkan. Selain itu juga tanggap dalam merespon fenomena sosial di sekitarnya dan *multitasking* atau terbiasa melakukan beberapa aktivitas dalam satu waktu secara bersamaan dan kebanyakan dari generasi ini tidak menginginkan hal yang berbelit-belit karena menginginkan segala aktivitas dapat dilakukan dan berjalan dengan cepat (Wijoyo, dkk. 2020). Semua karakteristik yang dimiliki generasi Z tersebut membuat generasi ini menjadi generasi yang tumbuh cerdas, terampil, kreatif dan kritis dalam menggunakan teknologi.

Generasi Z adalah generasi dengan usia produktif setelah generasi Y (*millennials*). Selain dikenal dengan generasi internet (*IGen*), generasi ini juga dikenal sebagai generasi *digital natives*, yang dideskripsikan lebih lanjut oleh Prensky (2001) sebagai generasi yang tumbuh di era digital. Saat ini generasi Z

merupakan salah satu generasi yang mendominasi jumlah penduduk di Indonesia, yaitu sekitar 23,49% dari total populasi (APJII, 2025). Berkup (2014) menjelaskan bahwa generasi Z merupakan generasi yang telah berinteraksi dengan teknologi sejak lahir, hingga teknologi sangat mempengaruhi kehidupan. Bagi generasi Z menganggap internet dan teknologi sebagai keharusan dan bukan sekadar inovasi (Suherman, 2023).

Salah satu karakteristik dari generasi Z adalah menghabiskan banyak waktu untuk penggunaan teknologi berbasis internet (Geofanny & Faraz, 2023). Hal ini dibuktikan dari data APJII pada tahun 2025 yang menunjukkan bahwa generasi Z pengguna internet di Indonesia mencapai 89,12% (APJII, 2025). Internet menjadi kebutuhan yang selalu diakses oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan informasi sehari-hari. Perkembangan teknologi yang semakin pesat khususnya internet telah memberikan dampak signifikan bagi penggunanya yaitu desentralisasi produksi hingga diseminasi informasi. Artinya setiap individu yang menggunakan internet dapat memproduksi hingga menyebarkan informasi melalui internet. Ketersediaan informasi semakin berlimpah meski pemerataan akses belum tercapai secara keseluruhan. Hal ini menjadi tantangan yang berat bagi pemerintah dalam menyediakan informasi publik di tengah jutaan informasi yang telah tersebar di internet (Rumata, 2017).

Penggunaan internet di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Data terbaru yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2025 menunjukkan pengguna internet di Indonesia mencapai 229.428.417 jiwa dari total populasi penduduk Indonesia yang mencapai 284.438.900 jiwa tahun 2025 (APJII,2025).

Tabel 1.1 Data Pertumbuhan Tingkat Pengguna Internet

Pertumbuhan Tingkat Pengguna Internet di Indonesia					
2018	2020	2022	2023	2024	2025
64,80%	73,70%	77,01%	78,19%	79,50%	80,66%

(Sumber: APJII, 2025)

Tabel 1.2 Data Penggunaan Internet

Data Penggunaan Internet di Indonesia					
Alasan Menggunakan Internet		Perangkat yang Digunakan		Waktu Penggunaan Internet/Hari	
Akses Sosial Media	24,80%	Smartphone/Handphone	83,39%	< 1 Jam	9,22%
Akses Informasi Berita	15,04%	Laptop	11,42%	1-3 Jam	33,90%
Transaksi Online	14,95%	Smart TV	2,52%	4 – 6 Jam	35,75%
Akses Konten Hiburan	14,67%	Tablet	1,37%	7 - 10 Jam	13,47%
Akses Layanan Publik	8,60%	Komputer Desktop	1,27%	> 10 Jam	7,66%
Akses Layanan Keuangan	5,84%	Lainnya	0,03%		
Menggunakan Email	4,20%				
Bersekolah dari rumah	4,17%				
Akses Transportasi Online	4,16%				
Bekerja dari rumah	3,54%				
Lainnya	0,03%				

(Sumber: APJII, 2025)

Data yang di rilis oleh APJII (2025), sebagian besar alasan masyarakat menggunakan internet adalah untuk mengakses sosial media sebesar 24,80%. Perangkat yang sering digunakan untuk mengakses internet adalah *smartphone* atau *handphone* dengan persentase sebesar 83,39% dan waktu penggunaan internet 4 sampai 6 jam perhari dengan persentase 35,75%. Menurut Yonatan, A. Z sebagaimana dilansir dalam *goodstats.id*, media sosial yang sering digunakan generasi z di Indonesia tahun 2025 adalah WhatsApp sebesar 84,7%, Instagram sebesar 83,3% dan Tiktok sebesar 79,4% (goodstats, 2025). Terciptanya internet melahirkan dunia baru yang memiliki corak, pola, perilaku dan karakteristik yang berbeda dengan dunia nyata. Perbedaan yang ada juga dipengaruhi oleh usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan level pendapatan ekonomi (Maulidina, 2020).

Internet telah digunakan dalam banyak bidang pekerjaan, seperti pendidikan, politik, ekonomi, bisnis, dan lainnya. Internet memiliki banyak manfaat bagi manusia, seperti mempermudah komunikasi, menghemat waktu dan tenaga, belanja online, meningkatkan prestasi belajar siswa, menemukan jurnal dan referensi online, dan meningkatkan kreativitas individu. Internet tidak hanya memiliki efek positif, tetapi juga memiliki efek negatif seperti konten dewasa, yang menampilkan unsur-unsur kejahatan, penipuan, dan penyebaran berita palsu atau hoaks, adalah salah satu contohnya (Maulidina, 2020). Mudahnya dalam

mengakses internet, menjadikan individu lebih sering terlibat dalam dunia maya entah itu untuk mengakses sosial media, transportasi online, informasi berita, layanan keuangan, layanan publik, atau untuk bekerja dan sekolah, yang tanpa disadari dapat memicu keinginan untuk terus mengakses internet secara berlebihan atau bisa dikatakan kecanduan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Subathra, dkk. (2013) bahwa individu yang mengalami kecanduan memiliki kecenderungan untuk melakukan sesuatu secara berulang kali dan menjadikannya kegiatan berbahaya, yang pada gilirannya akan mengganggu aktivitas penting lainnya, seperti bekerja atau sekolah. Kemudian diperkuat dengan maraknya kasus kecanduan *smartphone*, seperti dalam artikel *detik.com*, Indonesia menjadi negara nomor 1 paling kecanduan perangkat *smartphone* di dunia dengan total penggunaan 6,05 jam setiap hari. Ketergantungan pada internet dapat dilihat pada saat sekelompok orang yang sedang berkumpul bersama di suatu tempat, di mana terlihat individu lebih banyak menggunakan *smartphone*-nya masing-masing daripada berbicara secara langsung. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurnia, dkk. (2020) terlihat beberapa kelompok remaja saat melakukan observasi di salah satu kafe. Delapan remaja terlihat bersenda gurau dengan teman sekelompoknya, berdiskusi dengan kelompoknya, terdapat dua orang remaja yang fokus memainkan *smartphonenya* seolah tak mendengar temannya berbicara, terdapat lima remaja yang masing-masing dengan kelompoknya asyik memainkan *smartphone*, dan juga ada satu orang remaja yang tidak mendengarkan temannya ketika temannya memanggil dirinya karena sibuk dengan *smartphonenya*.

Generasi Z menghabiskan sebagian besar waktu untuk internet. Generasi Z sering berteman dengan banyak orang melalui media sosial, tetapi tidak terlalu pandai bersosialisasi secara langsung karena generasi Z bisa mendapatkan semua informasi yang dibutuhkan dari *smartphonenya*. Hal ini dibuktikan dengan observasi yang dilakukan oleh Lauw dan Jannah (2024) pada gen Z di universitas X, bahwa beberapa individu memainkan *smartphone* saat temannya berbicara di hadapannya bahkan saat dirinya sendiri berbicara dengan orang lain, sambil mengetik sesuatu pada *smartphone*-nya. Muhazir dan Ismail (2015) menyatakan

bahwa generasi Z cenderung individualistik. Generasi Z tidak harus meninggalkan *smartphone* untuk berkomunikasi secara nyata. Hampir setiap menit, pandangannya berfokus pada benda logam yang dipegangnya (Youarti & Hidayah, 2018). Penggunaan *smartphone* ketika sedang berkomunikasi dengan orang lain juga dapat berdampak negatif terhadap hubungan karena menimbulkan tindakan pengabaian pada lawan bicara. Fenomena tersebut dapat mengarah pada perilaku *phubbing* atau yang dikenal dengan *Phone Snubbing* (Nazir & Piskin, 2016).

Phubbing merupakan singkatan dari kata “*Phone*” dan “*Snubbing*” yang artinya “Telepon” dan “Menghina”. Menurut Chotpitayasunondh dan Douglas (2018) perilaku *phubbing* merupakan sikap atau tindakan mengabaikan lawan bicara dengan lebih memilih memperhatikan *smartphone* dibandingkan berkomunikasi dengan lawan bicara. Dalam interaksi sosial, “*phubber*” didefinisikan sebagai seseorang yang melakukan *phubbing*, dan “*phubbee*” didefinisikan sebagai orang yang menerima perilaku *phubbing* (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016). Kebiasaan ini telah dikenal dan banyak terjadi dalam masyarakat modern, terutama di kalangan generasi muda. Fenomena ini dapat dilihat sebagai respons terhadap kecenderungan seseorang untuk menghabiskan waktu mereka untuk perangkat teknologi daripada interaksi tatap muka. *Phubbing* bukan hanya sekadar perilaku yang menjengkelkan, ia dapat menyebabkan dampak negatif yang signifikan pada hubungan interpersonal. Ketika individu lebih memilih untuk berinteraksi dengan layar daripada dengan orang-orang di sekitarnya, hal ini dapat menyebabkan perasaan diabaikan, mengurangi kualitas komunikasi, dan meningkatkan ketegangan dalam hubungan sosial. Youarti dan Hidayah (2018) menyebutkan bahwa perilaku *phubbing* adalah karakteristik generasi Z yang cenderung mempengaruhi interaksi sosial. Empat aspek perilaku *phubbing* menurut Chotpitayasunondh dan Douglas (2018) yaitu: *nomophobia*, konflik interpersonal, isolasi diri, dan pengakuan masalah.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pranoto dan Walisyah (2023) yang berjudul “Analisis Fenomena Perilaku *Phubbing* terhadap Rendahnya Kualitas Pergaulan Remaja di Kecamatan Hinai” menjelaskan bahwa *phubbing*

merupakan suatu fenomena yang ada di Kecamatan Hinai yang dapat adanya bentuk-bentuk perubahan yang terjadi di lingkungan remaja dan menunjukkan bahwa 1) *phubbing* disebabkan oleh faktor kecanduan bermain *smartphone*, bosan, kurang nyaman dengan lawan bicara, dan introvert, 2) dampak *phubbing* yaitu merasa kehilangan momen kebersamaan, terlewatkan informasi yang sedang dibicarakan serta dianggap tidak sopan karena tidak memposisikan diri dengan baik, 3) kualitas pertemanan masih baik karena sempat mengingatkan juga jika tindakan ini membuat orang lain tidak nyaman. Selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Hanika (2015) terhadap mahasiswa Universitas Diponegoro, ditemukan bahwa meskipun sebagian besar subjek (60 mahasiswa) belum mengenal istilah *phubbing*, mereka sudah melakukannya. Alasan melakukan *phubbing* adalah menerima panggilan (54%), membuka *chat* atau media sosial (32%), dan bosan dengan percakapan (12%). Walaupun subjek menyukai melakukan *phubbing*, 64% subjek menyatakan bahwa mereka terganggu ketika melihat orang lain melakukan hal yang sama. Sebelum melakukan *phubbing*, hanya 36% orang yang meminta izin kepada temannya, sementara 64% lainnya tidak meminta izin. Thaeras (2017) melaporkan bahwa dari 143 subjek yang dilakukan uji coba, 70% dari subjek tidak dapat meninggalkan *smartphone* dan melakukan *phubbing* ketika sedang terlibat komunikasi.

Faktor penyebab munculnya perilaku *phubbing* yaitu dikarenakan adanya keinginan agar tetap *update* informasi dan kejadian yang berlangsung setiap saat, hiburan, dan juga dijadikan sarana untuk menunjukkan kegiatan atau pencapaian diri melalui media sosial (Amelia, dkk. 2019). Menurut Karadag (2015) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku *phubbing* yaitu kecanduan terhadap *smartphone*, kecanduan internet, kecanduan media sosial, dan kecanduan *game*. Azzahra (2023) menjelaskan bahwa penggunaan *smartphone* yang berlebihan juga berperan sebagai faktor penyebab utama perilaku ini. Menurut Youarti dan Hidayah (2018) Salah satu contoh nyata dampak buruk perkembangan zaman adalah *phubbing*. Karena kecenderungannya untuk terus melihat *smartphone*, *phubbing* dapat mengganggu komunikasi yang efektif dengan teman-teman dan membuat remaja rela menyakiti orang-orang di sekitarnya dengan tidak

memperhatikan saat berbicara dan fokus pada *smartphone*-nya. Hal ini dapat menghambat pembicaraan dan mempengaruhi pemahaman yang saling berbagi.

Hal ini sejalan dengan yang disampaikan oleh Vanden-Abeele (2016) bahwa perilaku *phubbing* dapat menyebabkan *phubber* dianggap kurang sopan dan kurang menaruh atensi dalam berinteraksi. Mar'at, Soetikno dan Permana sebagaimana dilansir dalam *kompas.com* (2022) mencontohkan situasi lain, seperti ketika guru atau teman sekelas memberikan penjelasan tentang topik tertentu, akibat melakukan *phubbing* membuat materi yang diberikan kurang dapat dipahami. Selain itu, teman dan guru tersebut dapat merasa diabaikan dan tidak dihargai, yang berdampak pada suasana hati. Penelitian Taufik dkk. (2019) menemukan bahwa tingkat *phubbing* cenderung tinggi pada pelajar yang termasuk dalam generasi Z. Selaras dengan penelitian (Najah, 2022), generasi Z memiliki tingkat *phubbing* paling tinggi. Selain faktor yang telah disebutkan di atas terdapat prediktor lain penyebab perilaku *phubbing*, yaitu *boredom proneness* (Saloom & Veriantari, 2021).

Al-Saggaf, MacCulloch, dan Wiener (2019) menyebutkan bahwa sifat kebosanan (*trait boredom*) merupakan prediktor kuat dalam frekuensi *phubbing*, memberikan pandangan bahwa kebosanan dapat mendorong seseorang untuk lebih sering terlibat dalam perilaku *phubbing*. Hal ini diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Yam dan Kumcagiz (2020) pada 327 mahasiswa menunjukkan bahwa ada faktor lain yang ikut mempengaruhi perilaku *phubbing* yaitu *boredom proneness*. *Boredom proneness* (kecenderungan merasa bosan) adalah keadaan gairah dan ketidakpuasan yang relatif rendah disebabkan situasi yang tidak menstimulasi secara memadai (Vodanovich, 2016). *Boredom proneness* adalah sifat kebosanan dan ditinjau oleh karakteristik internal individu, sedangkan keadaan kebosanan lebih ditentukan oleh lingkungan eksternal (Fahlman, dkk. 2013). *Boredom proneness* mengacu pada kecenderungan umum seseorang untuk mengalami kebosanan (Farmer & Sunberg, 1986). Kebosanan ini, menurut penelitian dapat memicu sejumlah perilaku maladaptif, salah satunya adalah *phubbing*, yang merupakan tindakan mengabaikan orang di sekitar dengan lebih memilih menggunakan ponsel. Jika seseorang sangat rentan terhadap

kebosanan, ia mungkin rentan terhadap *phubbing* karena mencari rangsangan dan hiburan yang lebih menarik di ponsel daripada dalam interaksi sosial di sekitar. Dua aspek *boredom proneness* menurut Vodanovich dan Kass (2005) yaitu: *Eksternal Stimulation* dan *Internal Stimulation*.

Berbagai studi menunjukkan bahwa kecenderungan ini berkaitan erat dengan kebutuhan untuk terus-menerus mencari rangsangan baru sebagai cara untuk menghindari perasaan bosan yang tidak nyaman, yang pada gilirannya mendorong individu untuk lebih sering beralih ke perangkat digital. Dapat dikatakan bahwa individu dengan tingkat *boredom proneness* yang tinggi cenderung mencari cara instan untuk mengatasi rasa bosan, salah satunya dengan terlibat dalam aktivitas digital yang seringkali tidak produktif, seperti *scrolling* media sosial secara berlebihan (Amiro & Laka, 2023). Selain itu, generasi Z yang tumbuh di era digital memiliki akses yang tidak terbatas terhadap informasi dan hiburan digital, yang menambah tantangan dalam mengelola *boredom proneness*nya. Penggunaan *smartphone* menjadi solusi cepat untuk memenuhi keinginan mengatasi kebosanan, sehingga meningkatkan frekuensi perilaku *phubbing*.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sultoni (2023) mengenai hubungan *boredom proneness* dan kecenderungan *smartphone addiction* dengan perilaku *phubbing* pada mahasiswa dengan sasaran pada mahasiswa atau mahasiswi aktif S1 Perguruan Tinggi di Surabaya, menunjukkan hasil bahwa adanya hubungan positif yang signifikan antara *boredom proneness* dengan perilaku *phubbing* pada mahasiswa, dimana semakin tinggi tingkat *boredom proneness* pada mahasiswa, maka semakin tinggi pula perilaku *phubbing*-nya begitupun dengan variabel *smartphone addiction*. Sejalan dengan penelitian Sultoni (2023) terdapat persamaan yang diteliti yaitu membahas tentang *boredom proneness* dan perilaku *phubbing*. Namun, ada beberapa perbedaan diantaranya adalah pada penelitian Sultoni (2023) meneliti menggunakan dua variabel terikat (*boredom proneness* dan *smartphone addiction*) dan satu variabel bebas (perilaku *phubbing*) sedangkan dalam penelitian ini hanya berfokus pada satu variabel terikat (*boredom proneness*) dan satu variabel bebas (perilaku *phubbing*), kemudian Sultoni (2023)

meneliti adanya hubungan antara *boredom proneness* dan kecenderungan *smartphone addiction* dengan perilaku *phubbing*, sedangkan dalam penelitian ini peneliti ingin melihat lebih jauh adanya pengaruh *boredom proneness* terhadap perilaku *phubbing* serta terdapat perbedaan pada subjek penelitian dan lokasi penelitian.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Amiro dan Laka (2023) mengenai pengaruh *boredom proneness* terhadap perilaku *phubbing* pada remaja di Desa Sekarmojo dengan sasaran pada remaja di Desa Sekarmojo pada usia 12-21 tahun, menunjukkan hasil bahwa adanya pengaruh *boredom proneness* terhadap perilaku *phubbing* pada remaja di Desa Sekarmojo diketahui hubungan antara variabel positif, di mana semakin tinggi *boredom proneness*, maka perilaku *phubbing* pada remaja akan cenderung tinggi demikian sebaliknya. Sejalan dengan penelitian Amiro dan Laka (2023) terdapat persamaan yang diteliti yaitu membahas tentang *boredom proneness* dan perilaku *phubbing*. Namun, ada beberapa perbedaan di antaranya adalah pada penelitian Amiro dan Laka (2023) meneliti pada remaja sebagai subjek penelitian, sedangkan dalam penelitian ini peneliti ingin meneliti pada generasi Z serta terdapat perbedaan pada lokasi penelitian.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas serta didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang berbeda-beda, menjadi salah satu alasan diperlukannya penelitian ini dilaksanakan. Subjek yang akan digunakan pada penelitian ini adalah generasi Z yang berusia 13-28 tahun, karena kelompok ini berada dalam masa puncak interaksi digital dan dalam kesehariannya tentu menggunakan *smartphone* sebagai alat untuk berinteraksi. Fenomena perilaku *phubbing* pada generasi Z secara signifikan dipengaruhi oleh dampak teknologi dan internet. Generasi yang dikenal sebagai generasi digital ini semakin dipengaruhi oleh interaksi yang konstan dengan *smartphone* dan media sosial, menjadikannya bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Terlepas dari manfaat teknologi, seperti akses informasi dan komunikasi yang mudah, teknologi juga menimbulkan perilaku negatif, salah satunya adalah perilaku *phubbing*. Perilaku *phubbing* yaitu tindakan mengabaikan lawan bicara demi

fokus pada *smartphone*. Salah satu faktor utama yang berkontribusi terhadap perilaku *phubbing* adalah *boredom proneness* atau kecenderungan merasa bosan yang membuat individu menjadi bosan. Generasi Z yang mengandalkan akses informasi yang cepat dan mudah cenderung kurang terlibat dalam interaksi sosial. Akibatnya, kerentanan terhadap kebosanan meningkatkan frekuensi *phubbing*, yang menyebabkan lebih banyak individu yang terlibat dalam aktivitas yang berhubungan dengan teknologi. Oleh karena itu, perilaku *phubbing* pada generasi Z tidak hanya mencerminkan ketergantungan pada teknologi, tetapi juga menunjukkan tantangan yang lebih besar dalam mengelola kebosanan dan menjaga kualitas interaksi sosial. Oleh karenanya peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai fenomena tersebut, dengan judul “Pengaruh *Boredom Proneness* Terhadap Perilaku *Phubbing* Pada Generasi Z.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan dalam latar belakang, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah, bagaimana pengaruh *boredom proneness* terhadap perilaku *phubbing* pada generasi Z?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *boredom proneness* terhadap perilaku *phubbing* pada generasi Z.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi dalam bidang psikologi sosial dan psikologi perkembangan mengenai *boredom proneness* terhadap perilaku *phubbing*. Selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi suatu data untuk dukungan atau pembandingan bagi penelitian berikutnya yang terkait dengan penelitian variabel penelitian yaitu mengenai pengaruh *boredom proneness* terhadap perilaku *phubbing* pada generasi Z.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Subjek Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pemahaman dan informasi tentang pengaruh *boredom proneness* terhadap perilaku *phubbing* agar generasi Z dapat mengendalikan perilaku *phubbing* sehingga meminimalisir perasaan bosan dengan cara membuat aktivitas yang menarik.

b. Bagi Orang Tua

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan adanya pengaruh *boredom proneness* terhadap perilaku *phubbing* sehingga orang tua dapat membantu generasi Z, anak, atau kerabat untuk mengendalikan perilaku *phubbing* dengan memberikan nasehat positif untuk meningkatkan interaksi sosialnya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber referensi dan sebagai acuan pertimbangan maupun perbandingan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *boredom proneness* dan perilaku *phubbing*.