

**PENGARUH *FOMO* MEDIA SOSIAL DAN *PHUBBING* TERHADAP
PERILAKU TIDAK SOPAN DI PERUSAHAAN (*WORKPLACE
INCIVILITY*) KARYAWAN GENERASI Y DAN GENERASI X DI PULAU
JAWA
SKRIPSI**



DISUSUN OLEH:

IMMANOEL RADHIKA YOGA PERMANA

11180420

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

Immanoel Radhika Yoga Permana

11180420

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Immanoel Radhika Yoga Permana
NIM : 11180420
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Non eksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

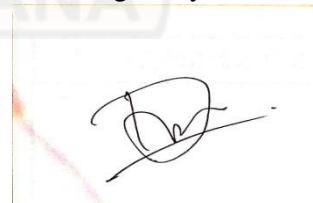
“PENGARUH *FOMO* MEDIA SOSIAL DAN *PHUBBING* TERHADAP PERILAKU TIDAK SOPAN DI PERUSAHAAN (*WORKPLACE INCIVILITY*) KARYAWAN GENERASI X DAN GENERASI Y DI PULAU JAWA”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 7 JULI 2022

Yang menyatakan _____



(Immanoel Radhika Yoga Permana)

11180420

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul
**PENGARUH FOMO MEDIA SOSIAL DAN PHUBBING TERHADAP
PERILAKU TIDAK SOPAN DI PERUSAHAAN (WORKPLACE
INCIVILITY) KARYAWAN GENERASI X DAN GENERASI Y DI PULAU
JAWA**


Telah diajukan dan dipertahankan oleh :
IMMANOEL RADHIKA YOGA PERMANA
11180420

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana
dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal 5 Juli 2022

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Dr. Heru Kristanto, MT
(ketua Tim Penguji/ Dosen Penguji)


: _____

2. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M. Si
(Dosen Penguji)


: _____

3. Hardo Firmana Given Grace Manik, SE., M.Sc., CRA
(Dosen Pembimbing)


: _____

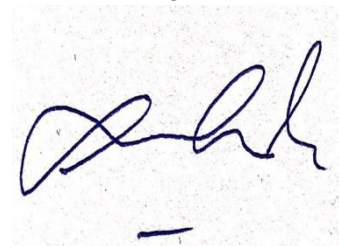
Yogyakarta, 7 Juli 2022

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi





Dr. Perminas Pangeran, M.Si

Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya Menyatakan Bahwa Sesungguhnya Skripsi Dengan Judul:

PENGARUH *FOMO* MEDIA SOSIAL DAN *PHUBBING* TERHADAP PERILAKU TIDAK SOPAN DI PERUSAHAAN (*WORKPLACE INCIVILITY*) KARYAWAN GENERASI X DAN GENERASI Y

Skripsi yang saya kerjakan guna melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali pada bagian sumber informasinya yang sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi saya adalah hasil tiruan atau plagiasi dari karya pihak lain, maka saya bersedia untuk dikenakan sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 10 juni 2022



Immanoel radhika Yoga Permana
11180420

HALAMAN MOTTO

“Sebab TUHAN, Dia sendiri akan berjalan di depanmu, Dia sendiri akan menyertai engkau, Dia tidak akan membiarkan engkau dan tidak akan meninggalkan engkau, janganlah takut dan janganlah patah hati”

(Ulangan 31:8)

“Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu, Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan”

(Yesaya 41:10)

“Pantang pulang sebelum petang, bekerjalah sewajarnya ambil gajimu lalu pulanglah dengan happy dan rasa bangga dengan dirimu sendiri GodBless You”

(Immanuel Radhika)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus yang menyertai dan menguatkan serta memberkati pada saat penulis menempuh pendidikan.
2. Ibu Ninuk kurnia Gustanti dan bapak Olan Galuh Jaka Lelana selaku orang tua kandung yang selalu mendukung, mengingatkan, dan membangunkan semangat dalam mengerjakan skripsi.
3. Shasa, rio, dan mateo selaku kakak, adik, dan ponakan yang selalu mendukung dalam proses mengerjakan skripsi.
4. Bapak Hardo Firmana Given Grace Manik, SE, M.Sc., CRA selaku dosen pembimbing yang sudah membimbing, mengarahkan, memberi saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
5. Dekan Fakultas dan bapak Ibu Dosen atas bimbingan dan ilmu yang diberikan.
6. Andre yang selalu membantu dalam proses mengerjakan skripsi
7. Samolala, brian, matthew yang selalu menemani, mengingatkan dan memberikan *support* dalam mengerjakan skripsi.
8. Wahyu setiawan yang membantu dan mengajari dalam mengolah data hasil penelitian skripsi.
9. Galih ernawati yang selalu membantu ketika saya mengahdapi kesulitan dan kebingungan dalam mengerjakan skripsi.
10. Teman-teman yang selalu support selama menempuh pendidikan S1 ini.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya apat menyelesaikan skripsi ini. Penulis skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. saya menyadari bahwa, tanpa bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Skripsi ini, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Hardo Firmana Given Grace Manik, SE, M.Sc., CRA, selaku dosen pembimbing saya yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
2. Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral dan;
3. Sahabat serta teman-teman saya yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu saya. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Yogyakarta, 10 juni 2022



Immanuel Radhika Yoga Permana

DAFTAR ISI

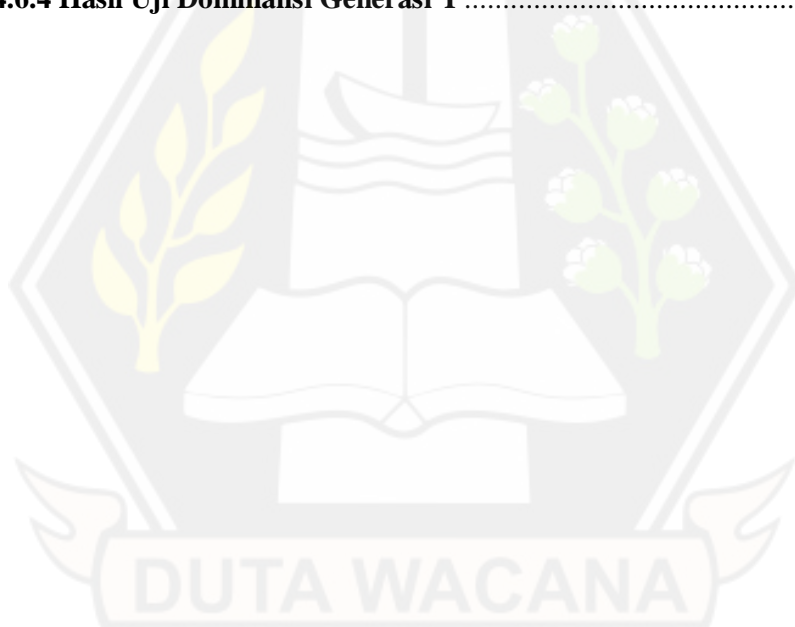
| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PENGAJUAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | iv |
| HALAMAN MOTTO | v |
| HALAMAN PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| ABSTRAK | xiv |
| ABSTRACT | xv |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian..... | 6 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 6 |
| 1.5.1 Manfaat Untuk Peneliti | 6 |
| 1.5.2 Manfaat Untuk Akademis..... | 7 |
| 1.5.3 Manfaat Untuk Perusahaan..... | 7 |
| 1.6 Batasan Penelitian..... | 7 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 8 |
| 2.1 Teori Ketergantungan (<i>Dependency</i>) Melvin DeFluer dan Sandra Ball Rokeach | 8 |
| 2.2 <i>Fomo</i> Media Sosial | 9 |
| 2.2.1 Indikator Fear of Missing Out (Fomo)..... | 10 |
| 2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Fear of Missing Out (Fomo) | 11 |
| 2.2.3 Dampak Fear of Missing Out (Fomo)..... | 12 |

| | | |
|------------------------------------|---|----|
| 2.3 | <i>Phubbing</i> | 13 |
| 2.3.1 | Indikator <i>Phubbing</i> | 14 |
| 2.3.2 | Faktor Yang Mempengaruhi <i>Phubbing</i> | 14 |
| 2.3.3 | Dampak <i>Phubbing</i> | 16 |
| 2.4 | <i>Workplace Incivility</i> | 17 |
| 2.4.1 | Indikator <i>Workplace Incivility</i> | 18 |
| 2.4.2 | Faktor Yang Mempengaruhi <i>Workplace Incivility</i> | 18 |
| 2.4.3 | Dampak <i>Workplace Incivility</i> | 19 |
| 2.5 | Penelitian Terdahulu | 20 |
| 2.6 | Pengembangan Hipotesis | 22 |
| 2.6.1 | Pengaruh <i>Fomo</i> Media Sosial Terhadap Perilaku Tidak Sopan di Perusahaan (<i>Workplace Incivility</i>)..... | 22 |
| 2.6.2 | Pengaruh <i>Phubbing</i> Terhadap Perilaku Tidak Sopan di Perusahaan (<i>Workplace Incivility</i>) | 23 |
| 2.6.3 | Pengaruh <i>Fomo</i> Media Sosial dan <i>Phubbing</i> Lebih Tinggi Terhadap Perilaku Tidak Sopan di Perusahaan (<i>Workplace Incivility</i>) Karyawan Generasi Y dibandingkan Generasi X..... | 25 |
| 2.7 | Kerangka Penelitian..... | 26 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | | 27 |
| 3.1 | Data dan Sumber Penelitian | 27 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel..... | 27 |
| 3.2.1 | Populasi Penelitian..... | 27 |
| 3.2.2 | Sampel Penelitian..... | 27 |
| 3.3 | Alat Pengumpulan Data | 28 |
| 3.4 | Uji Kuesioner | 29 |
| 3.4.1 | Uji Validitas..... | 29 |
| 3.4.2 | Uji Reliabilitas | 30 |
| 3.5 | Variabel Penelitian dan Definisi Oprasional | 31 |
| 3.5.1 | Indikator FomoMedia Sosial. | 32 |
| 3.5.2 | Indikator <i>Phubbing</i> | 32 |
| 3.5.3 | Indikator Perilaku Tidak Sopan di Perusahaan (<i>Workplace Incivility</i>).32 | |
| 3.6 | Alat Analisis | 33 |
| 3.6.1 | Uji Simultan (Uji F) | 33 |

| | |
|---|----|
| 3.6.2 Analisis Regresi Berganda | 33 |
| 3.6.3 Uji Dominansi..... | 34 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 36 |
| 4.1 Gambaran Umum | 36 |
| 4.2 Profil Responden | 36 |
| 4.3 Analisis Uji..... | 42 |
| 4.3.1 Uji Validitas..... | 42 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas | 43 |
| 4.4 Statistik Deskriptif..... | 44 |
| 4.5 Uji Multikolinearitas..... | 45 |
| 4.6 Pengujian Hipotesis | 46 |
| 4.6.1 Uji F (Simultan) | 46 |
| 4.6.2 Uji Regresi Linear Berganda | 47 |
| 4.6.3 Uji Dominasi/Kontribusi | 48 |
| 4.7 Pembahasan dan Hasil | 50 |
| 4.7.1 Pengaruh <i>Fomo</i> Media Sosial terhadap Perilaku Tidak Sopan di Perusahaan (<i>Workplace Incivility</i>). | 50 |
| 4.7.2 Pengaruh <i>Phubbing</i> Terhadap Perilaku Tidak Sopan di Perusahaan (<i>Workplace Incivility</i>). | 51 |
| 4.7.3 Pengaruh <i>Fomo</i> Media Sosial dan <i>Phubbing</i> Lebih Tinggi terhadap Perilaku Tidak Sopan di Perusahaan Karyawan Generasi Y Dibandingkan Generasi X..... | 52 |
| BAB V KESIMPULAN..... | 55 |
| 5.1 Kesimpulan & Saran | 55 |
| 5.2 Keterbatasan dan Penelitian Selanjutnya | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 59 |
| LAMPIRAN | 61 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 2.5.1 Penelitian Terdahulu | 20 |
| Tabel 3.3.1 Skala Libert | 29 |
| Tabel 4.2.1 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 37 |
| Tabel 4.2.2 Kategori Responden Berdasarkan Usia | 37 |
| Tabel 4.2.3 Kategori Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir | 38 |
| Tabel 4.2.4 Kategori Responden Berdasarkan Sektor Industri di Perusahaan | 39 |
| Tabel 4.2.5 Kategori Responden Berdasarkan Jabatan di Perusahaan | 39 |
| Tabel 4.2.6 Kategori Responden Berdasarkan Lama Mengakses Media Sosial | 40 |
| Tabel 4.2.7 Kategori Responden Berdasarkan Provinsi Tempat Bekerja | 41 |
| Tabel 4.3.1 Hasil Uji Validitas | 42 |
| Tabel 4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas | 43 |
| Tabel 4.4.1 Hasil Statistik Deskriptif | 44 |
| Tabel 4.5.1 Hasil Uji Multikolinearitas | 45 |
| Tabel 4.6.1 Hasil Uji F | 46 |
| Tabel 4.6.2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda | 47 |
| Tabel 4.6.3 Hasil Uji Dominansi Generasi X | 48 |
| Tabel 4.6.4 Hasil Uji Dominansi Generasi Y | 48 |



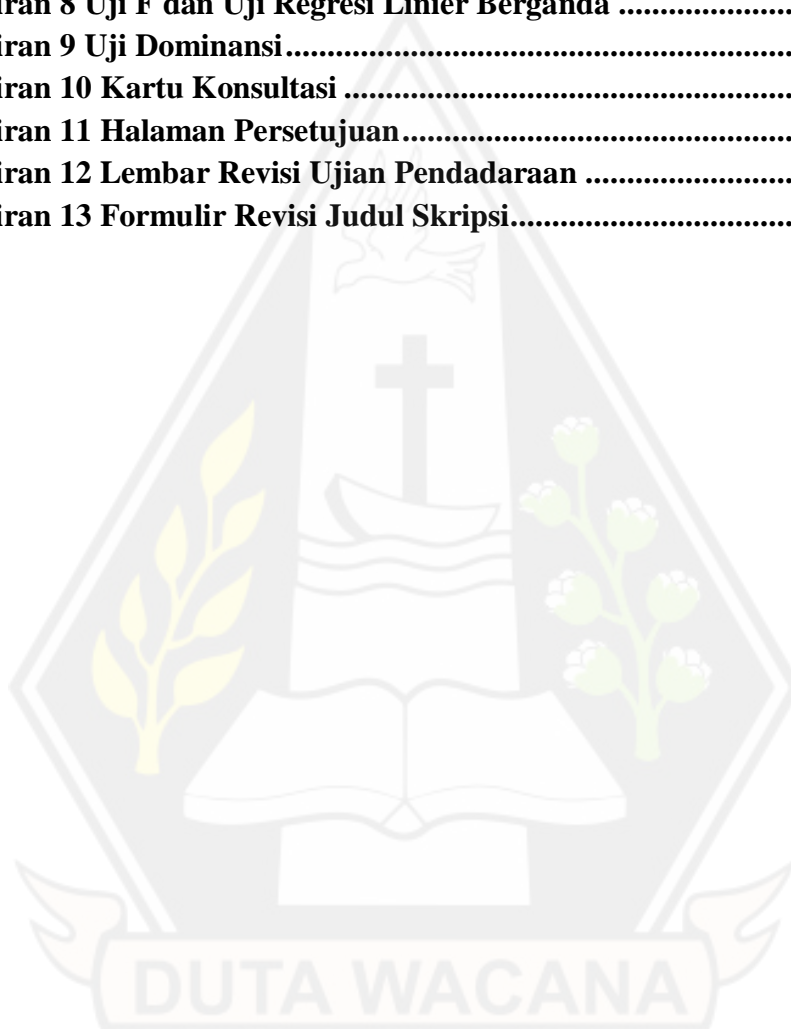
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.7.1 Kerangka Penelitian 26



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Kuisiner | 61 |
| Lampiran 2 Pertanyaan Variabel | 63 |
| Lampiran 3 Data Responden..... | 65 |
| Lampiran 4 Analisis Deskriptif | 80 |
| Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas | 83 |
| Lampiran 6 Statistik Deskriptif | 86 |
| Lampiran 7 Uji Multikolinearitas | 87 |
| Lampiran 8 Uji F dan Uji Regresi Linier Berganda | 87 |
| Lampiran 9 Uji Dominansi..... | 89 |
| Lampiran 10 Kartu Konsultasi | 93 |
| Lampiran 11 Halaman Persetujuan..... | 94 |
| Lampiran 12 Lembar Revisi Ujian Pendedaran | 95 |
| Lampiran 13 Formulir Revisi Judul Skripsi..... | 95 |



**PENGARUH *FOMO* MEDIA SOSIAL DAN *PHUBBING* TERHADAP
PERILAKU TIDAK SOPAN DI PERUSAHAAN (*WORKPLACE
INCIVILITY*) KARYAWAN GENERASI X DAN GENERASI Y DI PULAU
JAWA**

Immanuel Radhika Yoga Permana

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Immanuelradhikayp@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *fomo* media sosial dan *phubbing* terhadap ketidaksopanan di perusahaan (*workplace incivility*) karyawan generasi X dan generasi Y. Pada penelitian kuantitatif ini mengambil sampel dengan menggunakan kuesioner dan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 151 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan uji F, uji regresi berganda, dan uji dominan. Hasil dari penelitian ini adalah *fomo* media sosial dan *phubbing* signifikan berpengaruh terhadap ketidaksopanan di perusahaan (*workplace incivility*). Artinya, *fomo* media sosial dan *phubbing* akan meningkatkan ketidaksopanan di perusahaan (*workplace incivility*). Jika dibandingkan, *fomo* media sosial pada generasi Y lebih dominan mempengaruhi ketidaksopanan di perusahaan (*workplace incivility*) dibandingkan generasi X dan pada variabel *phubbing* generasi X lebih dominan mempengaruhi ketidaksopanan di perusahaan (*workplace incivility*) dibandingkan generasi Y.

Kata Kunci: *Fomo* Media Sosial, *Phubbing*, Perilaku Tidak Sopan di Perusahaan (*Workplace Incivility*), Generasi X, Generasi Y.

***THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA FOMO AND PHUBBING ON
WORKPLACE INCIVILITY OF GENERATION X AND GENERATION Y
EMPLOYEES IN JAVA ISLAND***

Immanuel Radhika Yoga Permana

Department Management Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

Immanuelradhikayp@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of social media fomo and phubbing on workplace incivility for employees of generation X and generation Y. In this quantitative study, samples were taken using a questionnaire and purposive sampling technique. The sample used in this study were 151 respondents. Data analysis in this study used the F test, multiple regression test, and dominant test. The result of this study is that social media fomo and phubbing have a significant effect on workplace incivility. This means that social media fomo and phubbing will increase workplace incivility. By comparison, generation Y social media fomo is more dominant in workplace incivility than generation X and on the variables of phubbing generation X is more dominant in workplace incivility than generation Y.

Keywords : *Social Media Fomo, Phubbing, Workplace Incivility, Generation X, Generation Y*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Namawi (2011), kualitas Sumber Daya Manusia menjadi salah satu faktor dalam mencapai tujuan perusahaan. Kemampuan Sumber Daya Manusia dianggap berkualitas jika, karyawan mampu memberikan kontribusi yang baik dan berkualitas terhadap perusahaan. Selain kualitas Sumber Daya Manusia, kondusifitas tempat kerja juga menjadi faktor lain dalam mencapai tujuan perusahaan. Kondusifitas tempat kerja dapat dilihat dari perilaku karyawan saat berinteraksi dengan karyawan lain di perusahaan. Perilaku yang tidak menyenangkan membuat tempat kerja kurang kondusif. Tempat kerja yang kurang kondusif mengurangi kualitas kinerja karyawan. Salah satu perilaku yang tidak menyenangkan di tempat kerja adalah *workplace incivility*.

Perilaku tidak sopan di perusahaan (*workplace incivility*) dapat dikatakan sebagai perilaku yang tidak menghormati orang yang ada disekitarnya. Perilaku tidak sopan (*workplace incivility*) dapat membuat hubungan antar karyawan menjadi renggang dan hilangnya keharmonisan antar karyawan di perusahaan (Karatepe et al., 2019). Hal ini dapat membuat para karyawan menjadi kurang nyaman dalam bekerja dan akan membuat pekerjaan menjadi kurang maksimal (Megeirhi et al., 2020). Perilaku *workplace incivility* salah satunya disebabkan oleh perilaku karyawan yang takut ketinggalan tren pada media sosial mereka perilaku tersebut sering disebut dengan *fomo* media sosial (Sultan, 2021).

Fomo (fear of missing out) dapat diartikan sebagai sikap seseorang yang memiliki rasa takut kehilangan pengalaman yang memuaskan pada media sosial mereka (Tandon et al., 2021). Penelitian oleh Tomczyk & Selmanagic (2018), berpendapat bahwa fenomena *fomo (fear of missing out)* telah dikaitkan dengan sisi gelap media sosial. Individu yang memiliki tingkat *fomo* media sosial tinggi cenderung akan lebih responsif terhadap notifikasi pada *smartphonenya*. Karyawan dapat memberikan dampak negatif terhadap perusahaan jika karyawan memiliki perilaku *fomo* media sosial. Karyawan yang memiliki rasa takut ketinggalan informasi dan tren yang ada di media sosial membuat karyawan menjadi lebih sering membuka media sosial dari pada berinteraksi dengan orang disekitarnya. Seseorang yang memiliki rasa takut kehilangan momen atau tren di media sosial dapat mempengaruhi konsentrasi para karyawan dalam bekerja sehingga, dapat menghambat karyawan dalam menyelesaikan tugasnya (Tandon et al., 2022). Penelitian oleh Tandon et al. (2021), terdapat keterbatasan penelitian yaitu, penelitian tersebut membatasi dalam pengumpulan jumlah data responden. Oleh karena itu, dengan adanya keterbatasan tersebut pada penelitian ini akan menguji kembali variabel *fomo* media sosial tanpa membatasi jumlah data responden.

Selanjutnya, fenomena *phubbing* pada karyawan juga dapat mempengaruhi perilaku tidak sopan di perusahaan. Fenomena *phubbing* merupakan perilaku seseorang yang menghiraukan orang yang berinteraksi dengannya dan lebih fokus dengan *smartphone* mereka. Hal ini dapat menyebabkan komunikasi antar karyawan menjadi buruk yang nantinya akan berdampak negatif pada perusahaan (Chotpitayasunondh & Douglas, 2016).

Menurut Garrido (2021), peningkatan penggunaan *smartphone* pada perusahaan pada saat jam kerja membuat fenomena *phubbing* menjadi sering terjadi pada perusahaan. Hal tersebut dapat membuat kualitas interaksi sosial antar karyawan di perusahaan menjadi berkurang.

Fenomena *phubbing* pada perusahaan, dapat merusak kepercayaan antar karyawan. Kurangnya kepercayaan antar karyawan pada perusahaan memiliki dampak negatif pada psikologis karyawan yang mempengaruhi pekerjaan karyawan (Garrido et al., 2021). Menurut Roberts & David (2017), kepercayaan antar karyawan dapat meningkatkan komitmen antar karyawan akan tetapi, dengan adanya fenomena *phubbing* membuat rasa kepercayaan antar karyawan menjadi berkurang. Hal ini membuat fenomena *phubbing* pada perusahaan berdampak negatif dan menimbulkan perilaku tidak sopan antar karyawan dalam perusahaan. Penelitian oleh Chotpitayasunondh & Douglas (2016), memiliki keterbatasan penelitian yaitu, tidak adanya konteks perbedaan usia dalam penelitian tersebut. Oleh karena itu, pada penelitian ini akan menguji kembali variabel *phubbing* dalam konteks perbedaan usia, yang dikhususkan ke dalam lintas generasi. Adapun lintas generasi yang digunakan adalah generasi X dan generasi Y.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) di Indonesia tahun 2020 menyebutkan bahwa, generasi X mencapai jumlah 21,88% dan generasi Y mencapai jumlah 25,87% dari jumlah penduduk di Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) di pulau Jawa tahun 2020 jumlah generasi X mencapai 22,79% dan generasi Y mencapai 25,17% dari total populasi penduduk di pulau Jawa. Generasi tersebut sebagian besar termasuk dalam usia produktif

yang dapat menjadi peluang untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi pada tahun 2021 masih terkonsentrasi di Pulau Jawa, dengan sumbangan pertumbuhan lebih dari 50%. Bisa dikatakan pulau Jawa menjadi pusat industri di Indonesia, ditunjukkan dalam data yang dikeluarkan oleh BPS. BPS menyatakan pulau Jawa menyumbang 57,89% pertumbuhan ekonomi nasional. Atas dasar ini peneliti memusatkan penelitiannya di pulau Jawa.

Di pulau Jawa karyawan dengan range usia 24 hingga 55 tahun saat ini masih mendominasi pada perusahaan. Pada range usia tersebut terdapat 2 generasi yaitu generasi X dan generasi Y. Menurut badan statistik, usia produktif karyawan dalam bekerja di usia 15 hingga 40 tahun. Secara jumlah generasi X kini berusia 40-55 tahun mendominasi total pekerja. Akan tetapi, para generasi milenial kini dengan range usia 24-39 tahun akan menggantikan generasi pendahulunya. Dilihat dari demografi, generasi milenial akan mendominasi angkatan kerja di Indonesia. Hal tersebut didukung dengan usia yang masih sangat produktif untuk bekerja.

Menurut Lissitsa & Laor (2021), generasi X lahir antara tahun 1966 hingga 1980, karakteristik gen X dipandang sebagai seseorang yang sangat pesimis dan memiliki sikap yang individualistis, mandiri, dan skeptis. Generasi X ini juga sering disebut sebagai “anak tengah” karena, terletak diantara generasi *babyboomers* dan generasi Y (milenial). Dalam segi pendidikan generasi X berpendidikan lebih baik dibandingkan generasi *babyboomers* akan tetapi, lebih rendah dibandingkan generasi milenial dan generasi Z (Bento et al., 2018). Penelitian oleh Bencsik (2016), mengatakan gen X generasi yang jarang menggunakan dan tidak terlalu baik dalam penggunaan teknologi digital. Hal ini

dikarenakan, generasi X lahir bersamaan dengan munculnya teknologi digital berbeda dengan generasi milenial yang sudah mengenal dunia digital sejak dini.

Penelitian oleh Betz (2019), mengatakan bahwa, gen Y lahir diantara tahun 1980 hingga 1994 pada tahun tersebut teknologi digital juga mengalami perkembangan. Generasi Y tersebut generasi yang sudah terpapar atau mengenal dunia digital sejak dini sehingga disebut sebagai generasi “pribumi digital”. Generasi Y dapat dengan mudah menerima perbedaan budaya serta mereka lebih suka kehidupan yang serba cepat dan mudah. Generasi Y pada umumnya dibesarkan dalam perkembangan teknologi digital seperti: media sosial, internet, komputer dan sebagainya. Hal ini menyebabkan generasi Y dapat dengan mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dibandingkan gen *babyboomer* dan gen X (Hamdi et al., 2022).

Pada penelitian ini peneliti berharap dapat mengetahui apakah fenomena *fomo* media sosial dan fenomena *phubbing* berpengaruh terhadap perilaku tidak sopan antar karyawan di perusahaan. Hal yang akan disorot yaitu karyawan generasi X dan karyawan generasi Y yang saat ini dua generasi tersebut mendominasi dan dapat dibilang generasi X dan Y termasuk generasi usia produktif dalam bekerja. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti tentang: pengaruh *fomo* media sosial dan *phubbing* terhadap perilaku tidak sopan di perusahaan (*workplace incivility*) karyawan generasi X dan Y di pulau Jawa.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini:

1. Penelitian oleh Tandon et al. (2021), masih membatasi dalam pengumpulan jumlah data responden.
2. Penelitian oleh Chotpitayasunondh & Douglas (2016), belum adanya konteks lintas generasi, sehingga akan diselesaikan dalam penelitian ini.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Peneliti tertarik untuk meneliti mengenai:

1. Apakah fenomena *fomo* media sosial berpengaruh terhadap perilaku tidak sopan di perusahaan (*workplace incivility*)?
2. Apakah fenomena *phubbing* berpengaruh terhadap perilaku tidak sopan di perusahaan (*workplace incivility*)?
3. Apakah pengaruh fenomena *fomo* media sosial dan *phubbing* lebih tinggi terhadap perilaku tidak sopan di perusahaan (*workplace incivility*) karyawan generasi Y dibandingkan X?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini:

1. Menganalisis apakah fenomena *fomo* media sosial berpengaruh terhadap perilaku tidak sopan di perusahaan (*workplace incivility*).
2. Menganalisis apakah fenomena *phubbing* berpengaruh terhadap perilaku tidak sopan di perusahaan (*workplace incivility*).
3. Menganalisis apakah pengaruh fenomena *fomo* media sosial dan *phubbing* lebih tinggi terhadap perilaku tidak sopan di perusahaan (*workplace incivility*) karyawan generasi Y dibandingkan X.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Untuk Peneliti

Penelitian ini dapat memperluas pengetahuan dan melatih skill dalam kemampuan menganalisis permasalahan khususnya dibidang Sumber Daya Manusia (SDM). Serta pada penelitian ini selain dapat memperluas pengetahuan

peneliti juga dapat mengetahui sisi negatif dan positif dunia digital karena variabel pada penelitian ini, yaitu fenomena *fomo* media sosial, *Phubbing* dan perilaku tidak sopan di perusahaan (*workplace incivility*).

1.5.2 Manfaat Untuk Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan kajian perpustakaan Universitas Kristen Duta Wacana dalam bidang Sumber Daya Manusia dan diharapkan dapat membantu peneliti selanjutnya.

1.5.3 Manfaat Untuk Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengelola dan dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan Sumber Daya Manusia serta diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengatasi permasalahan khususnya dalam bidang Sumber Daya Manusia.

1.6 Batasan Penelitian

Batasan dalam penelitian ini:

- a) Penelitian dilakukan pada perusahaan-perusahaan yang ada di pulau Jawa.
- b) Penelitian dilakukan pada bulan Februari - Juni
- c) Responden pada penelitian ini adalah karyawan perusahaan dengan profil:
 - ✓ Jenis Kelamin : laki-laki dan perempuan
 - ✓ Usia : 28-42 tahun (generasi Y)
42-56 tahun (generasi X)
 - ✓ Tingkat Pendidikan : D1, D2, D3, Sarjana, Pasca Sarjana, SMA/SMK
- d) Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel :

- ✓ Variabel Independen:
 - a) *fomo* media sosial
 - b) *Phubbing*
- ✓ Variabel Dependen:
 - a) Perilaku tidak sopan di perusahaan (*workplace incivility*)

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan & Saran

Dari hasil analisis dan pembahasan pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. *Fomo* media sosial mempengaruhi perilaku tidak sopan di perusahaan (*workplace incivility*) pada karyawan generasi X dan generasi Y. Fenomena *fomo* media sosial menyebabkan karyawan menjadi merasa cemas karena takut melewatkan momen dan informasi yang ada di media sosial. Dengan adanya rasa cemas dan takut kehilangan momen serta informasi membuat karyawan akan menjadi lebih sering mengakses media sosial dan dampak negatif *fomo* media sosial dapat menyebabkan rusaknya hubungan pribadi antar karyawan. Oleh karena itu, *fomo* media sosial dapat menimbulkan adanya perilaku tidak sopan di perusahaan (*workplace incivility*).
2. *Phubbing* mempengaruhi perilaku tidak sopan di perusahaan (*workplace incivility*) pada karyawan generasi X dan generasi Y. Karyawan yang memiliki perilaku *phubbing* menyebabkan mereka menjadi tidak bisa jauh dengan *smartphonenya*. Dengan adanya fenomena *phubbing* membuat karyawan menjadi lebih memusatkan perhatian mereka pada notifikasi yang ada pada *smartphonenya* dari pada berinteraksi dengan orang yang ada disekitarnya.

Dengan demikian, fenomena *phubbing* dapat menyebabkan adanya perilaku tidak sopan di perusahaan (*workplace incivility*).

3. Generasi Y lebih sering mengalami *fomo* media sosial dari pada generasi X. Sesuai dengan ciri dari generasi Y adalah ditandai dengan adanya peningkatan penggunaan dan keakraban generasi milenial dengan komunikasi, media, dan teknologi digital. Hal ini membuat generasi Y menjadikan media sosial sebagai wadah untuk mendapatkan informasi dan hiburan yang dibutuhkan. Kemudian generasi Y juga termasuk dalam generasi yang lahir ketika internet dan media sosial sudah menjadi bagian hidup mereka sehingga menyebabkan generasi Y lebih sering mengalami fenomena *fomo* media sosial.
4. Generasi X lebih tinggi terkena fenomena *phubbing* dari pada generasi Y. generasi X merupakan generasi yang tumbuh pada saat teknologi informasi muncul dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini membuat generasi X ingin menjadi lebih bisa menguasai dan mempelajari dalam penggunaan *smartphone* sehingga menyebabkan mereka lebih memusatkan perhatiannya pada *smartphonenya* dan menghiraukan orang di sekitarnya. Oleh karena itu, karyawan generasi X memiliki tingkat lebih tinggi terkena fenomena *phubbing* dari pada karyawan generasi Y.
5. Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada karyawan mengenai fenomena *fomo* media sosial dan *phubbing* di perusahaan peneliti memberikan saran yaitu, menciptakan divisi konseling pada tiap perusahaan yang berfungsi untuk membantu karyawan dalam mengatasi terjadinya fenomena *fomo* media sosial dan *phubbing* pada karyawan. Divisi konseling ini memberikan

pelatihan pada karyawan yang mengalami fenomena *fomo* media sosial dan *phubbing* dengan cara memberikan teknik *self control* atau pengendalian diri dalam penggunaan media sosial dan *smartphone*. Pelatihan juga dapat berupa pemberian materi dan informasi mengenai sisi gelap fenomena *fomo* media sosial dan *phubbing*.

6. Pada karyawan generasi X dan generasi Y perusahaan harus memberikan perlakuan, motivasi, dan mengelola karyawan yang disesuaikan dengan karakteristik generasi mereka. Hal tersebut dikarenakan pada tiap generasi memiliki ciri yang berbeda seperti contohnya generasi X memiliki ciri lahir pada awal tahun teknologi digital baru berkembang sedangkan generasi Y memiliki ciri lebih banyak menggunakan teknologi informasi yang serba cepat seperti salah satu contohnya yaitu media sosial. Oleh sebab itu, perusahaan harus memperlakukan karyawan sesuai dengan apa yang mereka kuasai.
7. Dengan adanya fenomena *fomo* media sosial dan *phubbing*, perusahaan dapat membuat kebijakan terkait penggunaan perangkat teknologi seperti *smartphone* dan media sosial. Perusahaan memberikan kebijakan peraturan atau SOP yang membantu karyawan dalam mengelola penggunaan *smartphone* dan media sosial di saat jam kerja berlangsung. Perusahaan dapat memantau karyawan untuk tetap sadar terhadap etika komunikasi antar karyawan dan menerapkan pembatasan waktu pada saat jam kerja bagi karyawan yang mengakses media sosial. Selain itu perusahaan juga dapat menerapkan dan menjunjung tinggi norma kesopanan antar karyawan di perusahaan.

5.2 Keterbatasan dan Penelitian Selanjutnya

Pada penelitian ini memiliki keterbatasan penelitian yaitu penelitian ini hanya di uji pada generasi X dan generasi Y sehingga belum ditemukan apakah ada kesamaan hasil apabila diuji pada generasi Z yang memiliki tingkat persentase penggunaan *smartphone* dan mengakses media sosial yang lebih tinggi. Oleh sebab itu, penelitian berikutnya perlu meneliti perilaku karyawan generasi Z yang sudah mulai memasuki dunia kerja dan memiliki tingkat penggunaan *smartphone* serta mengakses media sosial lebih tinggi dari generasi X dan generasi Y.

Penelitian ini juga belum diuji menggunakan pendekatan kualitatif maka diharapkan penelitian selanjutnya menggunakan pendekatan kualitatif agar mendapatkan informasi yang lebih detail, bervariasi, dan menyeluruh di lapangan mengenai fenomena *fomo* media sosial dan *phubbing* dengan lebih memperhatikan dan memusatkan penelitian pada sektor industri di perusahaan dan usia tiap karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, J. P., Buff, C. L., & Burr, S. A. (2016). Social Media and the Fear of Missing Out: Scale Development and Assessment. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(1), 33–44.
- Aisafitri, L., & Yusriyah, K. (2021). KECANDUAN MEDIA SOSIAL (FoMO) PADA GENERASI MILENIAL. *Jurnal Audience*, 4(01), 86–106.
- Al-Menayes, J. (2016). The Fear of Missing out Scale: Validation of the Arabic Version and Correlation with Social Media Addiction. *International Journal of Applied Psychology*, 6(2), 41–46.
- Bento, M., Martinez, L. M., & Martinez, L. F. (2018). Brand engagement and search for brands on social media: Comparing Generations X and Y in Portugal. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 43(January 2017), 234–241.
- Capilla Garrido, E., Issa, T., Gutiérrez Esteban, P., & Cubo Delgado, S. (2021). A descriptive literature review of phubbing behaviors. *Heliyon*, 7(5).
- Cheever, N. A., Rosen, L. D., Carrier, L. M., & Chavez, A. (2014). Out of sight is not out of mind: The impact of restricting wireless mobile device use on anxiety levels among low, moderate and high users. *Computers in Human Behavior*, 37, 290–297.
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2016). How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*, 63, 9–18.
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2018). The effects of “phubbing” on social interaction. *Journal of Applied Social Psychology*, 48(6), 304–316.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). Business Research Methods 12th Edition. In *Business Research Methods*.
- Davie, N., & Hilber, T. (2017). Nomophobia: Is smartphone addiction a genuine risk for mobile learning? *Proceedings of the 13th International Conference on Mobile Learning 2017, ML 2017, 2016*, 100–104.
- Giuseppe Riva. (2016). *The psychology of social networking: personal experience in online communities*.
- Hamdi, M., Indarti, N., Manik, H. F. G. G., & Lukito-Budi, A. S. (2022). Monkey see, monkey do? Examining the effect of entrepreneurial orientation and knowledge sharing on new venture creation for Gen Y and Gen Z. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- Holmgren, H. G., & Coyne, S. M. (2017). Can’t stop scrolling!: pathological use of social networking sites in emerging adulthood. *Addiction Research and Theory*, 25(5), 375–382.
- Karatepe, O. M., Kim, T. T., & Lee, G. (2019). Is political skill really an antidote in the workplace incivility-emotional exhaustion and outcome relationship in the hotel industry? *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 40(June), 40–49.
- Lavelle, K., Todd, C., & Campbell, M. (2008). Do postage stamps versus pre-paid

- envelopes increase responses to patient mail surveys? A randomised controlled trial. *BMC Health Services Research*, 8, 1–5.
- Logan, T. R. (2016). Influence of Teamwork Behaviors on Workplace Incivility as it Applies to Nurses. *Creighton Journal of Interdisciplinary Leadership*, 2(1), 47.
- Megeirhi, H. A., Ribeiro, M. A., & Woosnam, K. M. (2020). Job search behavior explained through perceived tolerance for workplace incivility, cynicism and income level: A moderated mediation model. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44(April), 88–97.
- Pancani, L., Preti, E., & Riva, P. (2020). The Psychology of Smartphone: The Development of the Smartphone Impact Scale (SIS). *Assessment*, 27(6), 1176–1197.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., Dehaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848.
- Rozgonjuk, D., Sindermann, C., Elhai, J. D., & Montag, C. (2020). Fear of Missing Out (FoMO) and social media's impact on daily-life and productivity at work: Do WhatsApp, Facebook, Instagram, and Snapchat Use Disorders mediate that association? *Addictive Behaviors*, 110(May), 106487.
- Subandowo, M. (2017). Peradaban dan Produktivitas dalam Perspektif Bonus Demografi serta Generasi Y dan Z. *SOSIOHUMANIKA: Jurnal Pendidikan Sains Sosial Dan Kemanusiaan*, 10(2), 191–208.
- Sultan, A. J. (2021). Fear of missing out and self-disclosure on social media: the paradox of tie strength and social media addiction among young users. *Young Consumers*, 22(4), 555–577.
- Tandon, A., Dhir, A., Islam, N., Talwar, S., & Mäntymäki, M. (2021). Psychological and behavioral outcomes of social media-induced fear of missing out at the workplace. *Journal of Business Research*, 136(April), 186–197.
- Tandon, A., Dhir, A., Talwar, S., Kaur, P., & Mäntymäki, M. (2022). Social media induced fear of missing out (FoMO) and phubbing: Behavioural, relational and psychological outcomes. *Technological Forecasting and Social Change*, 174(September 2021).
- Ugur, N. G., & Koc, T. (2015). Time for Digital Detox: Misuse of Mobile Technology and Phubbing. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1022–1031.
- van Rooij, A. J., Lo Coco, G., De Marez, L., Franchina, V., & Abeeel, M. Vanden. (2018). Fear of missing out as a predictor of problematic social media use and phubbing behavior among flemish adolescents. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 15(10).
- Zhitomirsky-Geffet, M., & Blau, M. (2016). Cross-generational analysis of predictive factors of addictive behavior in smartphone usage. *Computers in Human Behavior*, 64, 682–693.