

## PENGEMBANGAN SKALA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *THE DEVELOPMENT OF THE SOCIAL MEDIA USAGE SCALE*

Suwanda Priyadi<sup>1</sup>, Septian Wahyu Rahmanto<sup>2</sup>, Melly Puspitadewi<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Jalan Jenderal Ahmad Yani, Pabelan, Kartasura, Sukoharjo, Indonesia

<sup>1</sup>sp822@ums.ac.id; <sup>2</sup>swr620@ums.ac.id; <sup>3</sup>f100210327@student.ums.ac.id

Diterima tgl. 3 Mei 2026 Direvisi tgl. 19 Juni 2026 Disetujui tgl. 25 Juni 2026

### ABSTRACT

*In the digital landscape that increasingly dominates everyday life, social media has become an important space for social interaction among Indonesian society. However, comprehensive instruments to measure social media usage behavior and its relation to positive and negative affect remain scarce. This study aims to develop a Social Media Usage Scale through a quantitative approach based on psychometric research, employing exploratory factor analysis to identify behavioral dimensions, reliability testing using Cronbach's Alpha and McDonald's Omega, and correlational analysis to examine the relationship with positive and negative affect. A total of 222 undergraduate students ( $M_{age} = 19.2$ ;  $SD_{age} = 0.9$ ) participated. Exploratory factor analysis identified three primary dimensions of social media use: social browsing, content interaction, and active content engagement. Reliability analyses yielded Cronbach's alpha values of 0.80, 0.66, and 0.69, and McDonald's omega values of 0.80, 0.72, and 0.70, respectively. Correlational analyses revealed consistent relationships between the three usage dimensions and indicators of negative affect, with weaker associations observed for positive affect. These findings underscore the importance of emotional digital literacy that balances social engagement with emotion regulation, and highlight the need for adaptive prevention and intervention programs responsive to the emotional dynamics of social media users.*

**Keywords:** Social media usage scale, social browsing, content interaction, active content engagement, reliability.

### ABSTRAK

Dalam lanskap digital yang kian mendominasi kehidupan sehari-hari, media sosial menjadi ruang interaksi sosial penting bagi masyarakat Indonesia, namun instrumen komprehensif untuk mengukur perilaku penggunaan serta kaitannya dengan afek positif dan negatif masih jarang tersedia. Penelitian ini bertujuan mengembangkan Skala Penggunaan Media Sosial dengan pendekatan kuantitatif berbasis riset psikometrik, menggunakan analisis faktor eksploratori untuk mengidentifikasi dimensi perilaku, uji reliabilitas melalui Alfa Cronbach dan Omega McDonald, serta analisis korelasional untuk menilai hubungan dengan afek positif dan negatif. Sebanyak 222 partisipan mahasiswa ( $M_{usia} = 19,2$ ;  $SD_{usia} = 0,9$ ) berpartisipasi dalam penelitian ini. Analisis faktor eksploratori menunjukkan adanya tiga dimensi utama perilaku penggunaan media sosial, penjelajahan sosial, interaksi konten, dan keterlibatan konten aktif. Analisis reliabilitas menunjukkan nilai Alfa Cronbach sebesar 0,80, 0,66, dan 0,69 serta Omega McDonald sebesar 0,80, 0,72, dan 0,70 secara berurutan. Sementara itu, analisis korelasional menunjukkan adanya hubungan yang konsisten antara ketiga faktor penggunaan media sosial dengan sejumlah indikator afek negatif dibandingkan dengan afek positif. Implikasi dari temuan ini adalah perlunya literasi digital emosional yang menekankan keseimbangan antara keterlibatan sosial dan pengelolaan emosi serta program pencegahan dan intervensi yang lebih adaptif terhadap dinamika emosional pengguna media sosial.

**Kata Kunci:** Skala penggunaan media sosial, penjelajahan konten, interaksi konten, keterlibatan konten aktif, reliabilitas.

## 1. PENDAHULUAN

Dalam lanskap digital yang semakin mendominasi kehidupan sehari-hari, media sosial telah menjadi ruang interaksi sosial yang signifikan bagi masyarakat Indonesia. Berdasarkan laporan Digital 2025 terbaru, jumlah pengguna media sosial di Indonesia diperkirakan mencapai

143 juta orang, atau sekitar 50,2% dari total populasi (Maddalena, 2025). Tingginya penetrasi ini tidak hanya mencerminkan perubahan dalam pola komunikasi, tetapi juga menimbulkan berbagai dinamika psikologis yang kompleks. Mulai dari pembentukan identitas diri, regulasi emosi, hingga munculnya fenomena seperti fear of missing out atau FoMO (Christina dkk., 2019), kebutuhan akan validasi atau *self-disclosure* (Fitriyani dkk., 2024), dan perundungan siber (Priyadi, 2022).

Dalam konteks era digital, media sosial tidak lagi berfungsi semata sebagai alat komunikasi, melainkan telah menjadi ruang psikososial yang aktif membentuk dan dipengaruhi oleh proses-proses psikologis individu. Salah satu penelitian menemukan bahwa intensitas penggunaan media sosial berkorelasi signifikan dengan peningkatan stres dan kecemasan, serta penurunan kepuasan hidup (Permana & Limantoro, 2025). Oleh karena itu, penting untuk menelaah secara mendalam dinamika penggunaan media sosial.

Untuk memahami penggunaan media sosial, peneliti umumnya menggunakan dua pendekatan utama (Tuck & Thompson, 2024). Pendekatan pertama, yang paling umum, adalah dengan mengukur durasi waktu yang dihabiskan setiap hari di platform media sosial. Namun, pendekatan ini belum memberikan hasil yang konsisten dalam memprediksi dampak psikologis. Penelitian longitudinal selama delapan tahun yang telah dilakukan terhadap 500 remaja menunjukkan bahwa peningkatan waktu penggunaan media sosial tidak berkorelasi secara signifikan dengan peningkatan gejala depresi atau kecemasan ketika dianalisis pada tingkat intra-individu (Coyne dkk., 2020). Artinya, perubahan dalam durasi penggunaan media sosial seseorang dari waktu ke waktu tidak secara konsisten diikuti oleh perubahan dalam kondisi kesehatan mentalnya. Temuan ini menantang asumsi umum bahwa "semakin lama di media sosial, semakin buruk dampaknya," dan mendorong para peneliti untuk mulai mengeksplorasi ukuran-ukuran lain yang lebih bermakna, seperti kualitas keterlibatan, motivasi penggunaan, atau integrasi media sosial dalam kehidupan sehari-hari, daripada sekadar jumlah waktu yang dihabiskan.

Pendekatan kedua dalam memahami penggunaan media sosial adalah dengan membedakan antara penggunaan pasif dan aktif (Escobar-Viera dkk., 2018). Penggunaan pasif biasanya merujuk pada kegiatan seperti mengamati atau mengonsumsi konten tanpa interaksi langsung, sedangkan penggunaan aktif melibatkan upaya nyata untuk berkomunikasi dan membangun relasi sosial. Banyak penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aktif cenderung berkaitan dengan kesejahteraan psikologis yang lebih tinggi, sementara penggunaan pasif berisiko menimbulkan dampak negatif (Beyens dkk., 2024; Valkenburg, Beyens, dkk., 2022; Valkenburg, van Driel, dkk., 2022). Salah satu alasannya adalah bahwa penggunaan pasif sering memicu perbandingan sosial dan pengelolaan citra diri. Meski begitu, temuan ini tidak sepenuhnya konsisten. Beberapa studi bahkan menemukan bahwa penggunaan aktif juga bisa berdampak buruk, atau tidak menunjukkan pengaruh yang berarti (Valkenburg, van Driel, dkk., 2022).

Ulasan dari penelitian sebelumnya turut menguatkan pandangan ini (Valkenburg, van Driel, dkk., 2022). Hal ini karena menunjukkan hubungan antara tipe penggunaan media sosial dan kesejahteraan psikologis seperti kepuasan hidup atau gejala depresi sangat beragam dan tidak konsisten. Oleh karena itu, banyak peneliti (misalnya Maree, 2017; Rodgers dkk., 2021; Tuck & Thompson, 2024) mendorong adanya pengembangan alat ukur yang lebih spesifik dan nuansa untuk memetakan efek jangka panjang dari berbagai cara penggunaan media sosial (Trifiro & Gerson, 2019).

Salah satu instrumen yang telah digunakan dalam penelitian media sosial adalah Social Networking Time Use Scale (SONTUS), yang dikembangkan untuk mengukur durasi

penggunaan situs jejaring sosial secara umum (Olufadi, 2016). Meskipun telah diadaptasi ke dalam konteks Indonesia (Meuthia dkk., 2023), SONTUS masih berfokus pada aspek kuantitatif berupa waktu penggunaan, tanpa mempertimbangkan dimensi psikologis yang lebih mendalam seperti keterikatan emosional atau integrasi sosial. Dengan demikian, terdapat kebutuhan mendesak untuk mengembangkan alat ukur yang mempertimbangkan perilaku pengguna media sosial, guna memahami secara lebih akurat pengalaman psikologis pengguna media sosial.

Instrumen lain yang tersedia dalam bahasa Indonesia adalah Social Media Use Integration Scale (SMUIS) (Ardelia, 2024), dan telah digunakan dalam berbagai konteks lintas budaya. Skala ini merupakan pengembangan dari Facebook Intensity Scale (FIS), namun tetap memiliki keterbatasan karena sebagian besar butir skalanya masih berakar pada konteks penggunaan Facebook. Studi validasi konteks Afrika Selatan menunjukkan bahwa meskipun SMUIS menunjukkan validitas dan reliabilitas yang memadai dalam konteks Afrika Selatan, penggunaannya masih terbatas pada platform seperti Facebook dan LinkedIn (Maree, 2017). Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai kesesuaian skala tersebut untuk mengukur perilaku penggunaan media sosial yang relatif beragam.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan dapat memengaruhi kesehatan mental, baik melalui peningkatan risiko stres maupun perubahan kualitas hubungan sosial (Bhatiasevi, 2024). Meskipun demikian, instrumen komprehensif yang mampu mengukur perilaku penggunaan media sosial serta kaitannya dengan afek positif dan negatif masih terbatas. Kesenjangan ini menegaskan perlunya kerangka pemikiran yang sistematis untuk menghubungkan perilaku penggunaan media sosial dengan dimensi afek, sehingga arah penelitian menjadi lebih terstruktur dan tujuan pengembangan instrumen dapat diperjelas.

Kerangka pemikiran penelitian ini berlandaskan Uses and Gratifications Theory (Katz dkk., 1973), yang menekankan motivasi individu dalam menggunakan media sosial, termasuk kebutuhan akan informasi, hiburan, identitas, dan interaksi sosial. Perspektif ini sejalan dengan temuan penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa gratifikasi dari penggunaan media sosial berpengaruh terhadap kualitas hubungan sosial dan kesejahteraan psikologis pengguna (Bhatiasevi, 2024). Selain itu, penelitian ini juga mengacu pada teori afek yang menjelaskan dimensi positif dan negatif dari pengalaman emosional (Brdar, 2023). Integrasi kedua kerangka teori ini memberikan landasan konseptual yang kuat untuk memahami bagaimana perilaku penggunaan media sosial berhubungan dengan kesejahteraan emosional, sekaligus memperjelas arah pengembangan instrumen psikometrik yang relevan.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan Skala Penggunaan Media Sosial yang mempertimbangkan aspek psikologis yang relevan untuk semua media sosial dan memenuhi kriteria properti psikometris yang baik. Skala ini diharapkan mampu mengukur perilaku penggunaan media sosial yang khas, khususnya pada pengguna internet Indonesia. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan alat ukur psikologis yang lebih kontekstual dan aplikatif dalam studi media sosial.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain pengembangan skala untuk mengukur penggunaan media sosial. Desain pengembangan skala yang dilakukan merujuk pada prosedur pengembangan skala sebagaimana diuraikan oleh Furr (2011), yang membagi proses pengembangan skala ke dalam empat tahapan utama. Pertama, peneliti merumuskan secara jelas konstruk psikologis yang ingin diukur serta konteks penggunaannya.

Dalam konteks ini, konstruk yang dimaksud adalah penggunaan media sosial. Penggunaan media sosial dioperasionalkan sebagai frekuensi penggunaan media sosial, baik secara pasif maupun secara aktif (Trifiro & Gerson, 2019; Valkenburg, van Driel, dkk., 2022; Verduyn dkk., 2017). Penggunaan aktif berarti individu secara langsung terlibat dalam produksi atau distribusi konten. Sementara itu, penggunaan pasif berarti individu hanya mengonsumsi konten tanpa memberikan kontribusi atau interaksi berarti.

Kedua, peneliti memilih format respons yang sesuai dan menyusun kumpulan butir awal. Tahap ini melibatkan penulisan butir skala berdasarkan definisi konseptual konstruk, serta pertimbangan linguistik dan kultural agar relevan dengan populasi Indonesia. Dalam tahap pengembangan butir skala, peneliti terlebih dahulu melakukan identifikasi terhadap aktivitas utama yang lazim dilakukan pengguna media sosial. Aktivitas tersebut mencakup melihat postingan, menyimpan postingan, mencari informasi, menyukai postingan, mengomentari postingan, membagikan postingan, membuat postingan, mengirim pesan, serta mengikuti akun. Setiap aktivitas kemudian diformulasikan menjadi pernyataan yang jelas, sederhana, dan mudah dipahami oleh partisipan. Misalnya, pernyataan “Memberikan komentar di media sosial” atau “Mengikuti akun orang lain di media sosial” disusun untuk merefleksikan pengalaman nyata pengguna. Dalam proses formulasi, peneliti memperhatikan aspek linguistik dengan menggunakan bahasa yang netral dan tidak bias, serta mempertimbangkan konteks budaya lokal agar pernyataan relevan dengan populasi sasaran. Dengan demikian, respons partisipan diharapkan benar-benar mencerminkan kebiasaan mereka dalam menggunakan media sosial.

Setiap pernyataan dijawab menggunakan skala frekuensi lima kategori, yaitu “tidak pernah,” “sekali,” “sesekali,” “beberapa kali,” dan “berkali-kali.” Format respons ini dipilih untuk menangkap variasi intensitas aktivitas pengguna secara lebih akurat, sekaligus menjaga konsistensi pengukuran dalam keseluruhan skala. Sebelum merespons, partisipan diberikan petunjuk pengisian skala sebagai berikut: *Dalam satu minggu terakhir, seberapa sering Anda melakukan aktivitas berikut di media sosial? Silahkan berikan jawaban dengan memilih salah satu pilihan yang sesuai.*

Langkah ketiga adalah pengumpulan data menggunakan metode survei kuantitatif dari responden yang merepresentasikan populasi target, yaitu pengguna media sosial di Indonesia. Total 222 mahasiswa ( $M_{usia} = 19,2$ ;  $SD_{usia} = 0,9$ ) berpartisipasi dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel menggunakan *volunteer sampling* dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif di media sosial dan kesesuaian dengan karakteristik demografis. Data dikumpulkan melalui Google Forms yang memuat butir skala. Penelitian ini sudah mendapatkan Surat Kelaikan Etik dari Komisi Etik Penelitian Kesehatan (KEPK) Fakultas Kedokteran UMS dengan nomor 6109/B.2/KEPK-FKUMS/I/2026.

Data yang diperoleh pada tahap ini menjadi dasar untuk tahap keempat, yaitu pemeriksaan properti psikometrik skala. Analisis dilakukan untuk mengevaluasi struktur faktor, reliabilitas struktur internal, dan hubungannya dengan skor Skala Afek Positif dan Negatif (Liu dkk., 2020; Navarrete dkk., 2025; Thompson, 2007). Skala Afek Positif dan Negatif dipilih karena menjadi salah satu instrumen validasi dalam pengembangan skala penggunaan media sosial (misalnya Niu dkk., 2025). Dengan mengikuti tahapan ini secara sistematis, diharapkan skala yang dikembangkan memiliki kualitas psikometrik yang memadai dan relevansi kontekstual yang tinggi. Oleh karena itu, prosedur ini dipilih sebagai kerangka kerja dalam pengembangan Skala Penggunaan Media Sosial.

Teknik analisis data yang digunakan untuk memeriksa struktur faktor yang mendasari dari kumpulan butir yang telah disusun adalah analisis faktor berbasis eksplorasi. Teknik ini adalah metode standar yang digunakan dalam validasi konstruk skala psikologis (lihat Maree, 2017;

Niu dkk., 2025; Rodgers dkk., 2021). Selanjutnya, analisis reliabilitas menggunakan formula Alfa Cronbach akan diterapkan untuk setiap faktor hasil eksplorasi guna menilai konsistensi antarbutir dalam satu konstruk (Peeters & Harpe, 2020). Terakhir, analisis korelasi Pearson dengan taraf signifikansi 5% ( $p < 0,05$ ) digunakan untuk melihat hubungan antara faktor Skala Penggunaan Media Sosial dengan Afek Positif dan Negatif. Seluruh proses analisis dilakukan menggunakan perangkat lunak Jamovi, yang mendukung visualisasi hasil dan pemrosesan statistik secara intuitif (The jamovi project, 2025).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1 menunjukkan persebaran skor butir Skala Penggunaan Media Sosial. Hasil analisis menunjukkan bahwa butir skala “Melihat unggahan (teks, audio, video atau foto) di media sosial” memiliki nilai rerata tertinggi ( $M = 4,51$ ). Hal ini menunjukkan bahwa butir skala tersebut adalah aktivitas yang relatif sering dilakukan oleh pengguna di media sosial. Sementara itu, butir skala “Melakukan siaran langsung di media sosial” memiliki nilai rerata terendah ( $M = 1,77$ ). Hal ini menunjukkan bahwa butir skala tersebut adalah aktivitas yang relatif jarang dilakukan oleh pengguna di media sosial.

Dalam konteks butir skala model Likert, tidak terdapat jawaban benar atau salah, melainkan respons ordinal. Oleh karena itu, indeks kesulitan butir dapat dipahami secara konseptual sebagai indeks penerimaan butir (*item endorsability index*) (Meyer, 2014). Indeks penerimaan butir yang lebih tinggi menunjukkan bahwa lebih banyak partisipan memberikan respons pada kategori “Setuju” atau “Berkali-kali.” Dengan kata lain, butir tersebut lebih mungkin diterima secara positif oleh partisipan. Semakin tinggi penerimaan butir, semakin rendah tingkat “kesulitan” butir tersebut. Implikasinya, butir dengan rerata tinggi seperti “Melihat unggahan” dapat dikategorikan sebagai butir dengan penerimaan butir tinggi, sehingga relatif mudah direspons positif. Sebaliknya, butir dengan rerata rendah seperti “Melakukan siaran langsung” memiliki penerimaan butir rendah, sehingga lebih jarang diterima dan secara konseptual dianggap lebih “sulit” untuk direspons positif.

Tabel 1. Statistik Deskriptif Butir Skala Penggunaan Media Sosial

Butir Pernyataan	<i>N</i>	<i>M</i>	<i>Mdn</i>	<i>SD</i>	Min	Max
Melihat unggahan (teks, audio, video atau foto) di media sosial	222	4,51	5	0,75	1	5
Menyukai unggahan (teks, audio, video atau foto) di media sosial	222	3,94	4	1,01	1	5
Memberikan komentar di media sosial	222	1,78	2	0,86	1	5
Membagikan ulang unggahan (teks, audio, video atau foto) di media sosial	222	3,33	3	1,19	1	5
Menyimpan unggahan (teks, audio, video atau foto) di media sosial	222	2,83	3	1,14	1	5
Membuat unggahan (teks, audio, video atau foto) di media sosial	222	2,74	3	1,17	1	5
Melakukan pencarian terhadap akun atau unggahan di media sosial	222	3,41	3	1,06	1	5
Mengirim pesan (teks, audio, video atau foto) melalui media sosial	222	4,30	5	0,99	1	5
Mengikuti akun orang lain di media sosial	222	3,18	3	1,04	1	5
Melihat profil akun orang lain di media sosial	222	3,15	3	1,16	1	5
Membaca kolom komentar di media sosial	222	4,21	4	0,90	1	5
Mengatur profil akun di media sosial	222	2,96	3	1,16	1	5
Melakukan siaran langsung di media sosial	222	1,77	1	1,07	1	5
Menonton siaran langsung di media sosial	222	2,42	2	1,19	1	5

Keterangan. *N* = Jumlah sampel. *M* = rerata (*mean*). *Mdn* = Median. *SD* = simpangan baku (*standard deviation*). Min = nilai minimum. Max = nilai maksimum.

Sumber: Data Primer Tahun 2026

Selanjutnya, hasil uji Bartlett’s Test of Sphericity menunjukkan nilai yang signifikan ( $p < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa korelasi antarvariabel cukup kuat untuk dilakukan analisis faktor eksploratori. Uji Kaiser–Meyer–Olkin (KMO) menghasilkan nilai sebesar 0,85 yang menegaskan bahwa data memiliki kecukupan sampel untuk analisis faktor. Analisis faktor eksploratori kemudian diterapkan dengan metode estimasi *minimum residual*, ekstraksi melalui

*parallel analysis*, serta rotasi *oblimin*. Pemilihan rotasi jenis *oblique* ini dimaksudkan untuk mengakomodasi kemungkinan adanya korelasi empiris yang tinggi antarfaktor yang terbentuk.

**Tabel 2.** Muatan Faktor Butir Skala Penggunaan Media Sosial

Butir Pernyataan	F1	F2	F3	Uniqueness
Melihat unggahan (teks, audio, video atau foto) di media sosial		0.35		0.70
Menyukai unggahan (teks, audio, video atau foto) di media sosial		0.81		0.34
Memberikan komentar di media sosial			0.39	0.62
Membagikan ulang unggahan (teks, audio, video atau foto) di media sosial		0.56		0.57
Menyimpan unggahan (teks, audio, video atau foto) di media sosial				0.73
Membuat unggahan (teks, audio, video atau foto) di media sosial	0.33			0.58
Melakukan pencarian terhadap akun atau unggahan di media sosial	0.63			0.43
Mengirim pesan (teks, audio, video atau foto) melalui media sosial	0.44			0.66
Mengikuti akun orang lain di media sosial	0.51			0.68
Melihat profil akun orang lain di media sosial	0.77			0.48
Membaca kolom komentar di media sosial	0.44			0.66
Mengatur profil akun di media sosial	0.58			0.65
Melakukan siaran langsung di media sosial			0.84	0.31
Menonton siaran langsung di media sosial			0.58	0.57
Eigenvalue	4,25	0,81	0,41	
Proportion Variance	0,19	0,14	0,10	
Cumulative Variance	0,19	0,33	0,43	

*Keterangan.* Hanya muatan faktor > 0,25 yang ditampilkan.

Sumber: Data Primer Tahun 2026

Pendekatan yang sering digunakan dalam interpretasi muatan faktor adalah dengan menekankan pada muatan tertinggi setiap butir, sambil memastikan tidak ada butir yang memuat signifikan pada faktor lain (Priyadi & Rikardi, 2025). Jika nilai muatan faktor tertinggi dari suatu butir melebihi ambang batas yang telah ditentukan sebelumnya, maka butir tersebut dipertahankan dalam kumpulan butir skala. Adapun kriteria muatan faktor yang digunakan pada penelitian ini adalah minimal 0,3 (Finch, 2024). Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap butir memiliki kontribusi yang jelas terhadap satu faktor utama.

Analisis faktor eksploratori menunjukkan adanya tiga dimensi utama perilaku penggunaan media sosial (Tabel 2). Faktor pertama, penjelajahan sosial (*social browsing*), mencakup aktivitas membuat unggahan, melakukan pencarian akun atau unggahan, mengirim pesan, mengikuti akun, melihat profil, membaca komentar, dan mengatur profil. Dimensi ini menggambarkan eksplorasi sosial dan pengelolaan identitas digital. Literatur terbaru menegaskan bahwa penjelajahan sosial berhubungan dengan kesejahteraan psikologis remaja, di mana aktivitas eksploratif dapat berdampak positif maupun negatif tergantung konteks (Valkenburg, Beyens, dkk., 2022). Faktor ini memiliki korelasi butir-total berkisar 0,47 hingga 0,66 dengan reliabilitas Alfa Cronbach sebesar 0,80 dan Omega McDonald sebesar 0,80.

**Tabel 3.** Korelasi Butir-Total dan Reliabilitas Faktor 1

Butir Pernyataan	Korelasi Butir-Total
Membuat unggahan (teks, audio, video atau foto) di media sosial	0.50
Melakukan pencarian terhadap akun atau unggahan di media sosial	0.66
Mengirim pesan (teks, audio, video atau foto) melalui media sosial	0.47
Mengikuti akun orang lain di media sosial	0.49
Melihat profil akun orang lain di media sosial	0.60
Membaca kolom komentar di media sosial	0.48
Mengatur profil akun di media sosial	0.49
Alfa Cronbach = 0,80	
Omega McDonald = 0,80	

Sumber: Data Primer Tahun 2026

Faktor kedua adalah interaksi konten (*content interaction*), terdiri atas perilaku melihat unggahan, menyukai unggahan, dan membagikan ulang unggahan. Faktor ini merepresentasikan

keterlibatan langsung dengan konten orang lain. Studi mutakhir menunjukkan bahwa interaksi berperan penting dalam membangun keterhubungan sosial dan memperkuat gratifikasi yang dicari pengguna, terutama pada generasi muda yang lebih aktif dalam produksi dan konsumsi konten (Charmaraman dkk., 2025). Faktor ini memiliki korelasi butir-total berkisar 0,38 hingga 0,63 dengan reliabilitas Alfa Cronbach sebesar 0,66 dan Omega McDonald sebesar 0,72.

**Tabel 4.** Korelasi Butir-Total dan Reliabilitas Faktor 2

<b>Butir Pernyataan</b>	<b>Korelasi Butir-Total</b>
Melihat unggahan (teks, audio, video atau foto) di media sosial	0.38
Menyukai unggahan (teks, audio, video atau foto) di media sosial	0.63
Membagikan ulang unggahan (teks, audio, video atau foto) di media sosial	0.45
Alfa Cronbach = 0,66	
Omega McDonald = 0,72	

Sumber: Data Primer Tahun 2026

Faktor ketiga, keterlibatan konten aktif (*active content engagement*), ditandai oleh aktivitas melakukan siaran langsung dan menonton siaran langsung. Faktor ini mencerminkan partisipasi sinkron dalam produksi dan konsumsi konten secara langsung. Literatur terbaru menekankan bahwa siaran langsung (*live streaming*) meningkatkan rasa kehadiran sosial dan interaktivitas, serta menjadi salah satu bentuk keterlibatan konten yang paling intens di era media sosial (Hilvert-Bruce dkk., 2018). Faktor ini memiliki korelasi butir-total berkisar 0,43 hingga 0,57 dengan reliabilitas Alfa Cronbach sebesar 0,69 dan Omega MCDonal sebesar 0,70.

**Tabel 5.** Korelasi Butir-Total dan Reliabilitas Faktor 1

<b>Butir Pernyataan</b>	<b>Korelasi Butir-Total</b>
Memberikan komentar di media sosial	0.43
Melakukan siaran langsung di media sosial	0.57
Menonton siaran langsung di media sosial	0.54
Alfa Cronbach = 0,69	
Omega McDonald = 0,70	

Sumber: Data Primer Tahun 2026

Analisis korelasi dengan skor Skala Afek Positif dan Negatif memberikan bukti empiris mengenai salah satu bukti validitas konstruk instrumen penggunaan media sosial. Perkembangan teori validitas berujung pada adopsi satu kerangka teori terpadu di mana validitas dipandang sebagai konsep tunggal (*unitary*) (Peeters & Harpe, 2020). Dalam kerangka ini, validitas tidak lagi dipisahkan menjadi berbagai “jenis” (seperti validitas isi, kriteria, atau konstruk), melainkan dipahami sebagai validitas konstruk yang diperkuat oleh beragam sumber bukti. Dengan demikian, setiap bentuk bukti—baik berupa kesesuaian isi, hubungan empiris, maupun proses respon—berfungsi sebagai komponen pendukung yang bersama-sama memperkuat argumen validitas dalam satu kerangka konstruk yang menyeluruh.

Analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan yang konsisten antara ketiga faktor penggunaan media sosial dengan sejumlah indikator afek. Faktor 1 (penjelajahan sosial) memiliki korelasi positif ( $r = 0,60$ ) sedang dengan Faktor 2 (interaksi konten) dan korelasi positif ( $r = 0,40$ ) yang lebih rendah dengan Faktor 3 (keterlibatan konten aktif). Hal ini menegaskan bahwa aktivitas eksplorasi sosial cenderung berjalan beriringan dengan keterlibatan konten, baik dalam bentuk interaksi pasif maupun aktif. Sementara itu, penjelajahan sosial berkorelasi positif dengan emosi negatif seperti sedih ( $r = 0,17$ ), bermusuhan ( $r = 0,24$ ), serta malu ( $r = 0,15$ ). Korelasi ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas eksplorasi sosial, semakin besar kemungkinan individu mengalami afek negatif, sejalan dengan temuan Valkenburg dkk. (2022) yang menyoroti ambivalensi penjelajahan sosial terhadap kesejahteraan psikologis.

**Tabel 6.** Matriks Korelasi Skala Penggunaan Media Sosial dan Skala Afek Positif dan Negatif

<i>Variabel</i>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1. Faktor 1	—												
2. Faktor 2	0,60*	—											
3. Faktor 3	0,40*	0,35*	—										
4. Sedih	0,17*	0,22*	0,11	—									
5. Bermusuhan	0,24*	0,17*	0,31*	0,17*	—								
6. Malu	0,15*	0,20*	0,06	0,35*	0,08	—							
7. Gugup	0,11	0,20*	0,05	0,41*	0,17*	0,54*	—						
8. Takut	0,18*	0,17*	0,06	0,46*	0,14*	0,49*	0,57*	—					
9. Waspada	0,09	0,08	0,05	0,23*	0,14*	0,17*	0,24*	0,25*	—				
10. Terinspirasi	0,06	0,01	-0,03	0,04	-0,25*	-0,02	-0,05	0,08	0,16*	—			
11. Perhatian	0,08	0,11	0,01	0,16*	-0,15*	0,04	0,05	0,05	0,13	0,32*	—		
12. Aktif	0,24*	0,08	0,24*	-0,04	-0,11	-0,14*	-0,18*	-0,18*	0,05	0,31*	0,29*	—	
13. Bertekad	0,02	-0,06	-0,02	-0,02	-0,22*	-0,08	-0,10	-0,09	0,19*	0,44*	0,35*	0,40*	—

*Keterangan.* Analisis menggunakan korelasi Pearson. \*  $p < 0,05$ .

Sumber: Data Primer Tahun 2026

Faktor 2 (interaksi konten) juga menunjukkan korelasi positif dengan afek negatif, misalnya sedih ( $r = 0,22$ ) dan gugup ( $r = 0,20$ ), namun lebih lemah dibandingkan penjelajahan sosial. Sementara itu, keterlibatan konten aktif memiliki korelasi yang lebih kuat dengan afek negatif tertentu, seperti bermusuhan ( $r = 0,31$ ). Studi terbaru menunjukkan bahwa interaksi konten dapat memperkuat rasa kebersamaan dan dukungan sosial, namun juga memicu perbandingan sosial ke atas serta penggunaan strategi regulasi emosi yang maladaptif, yang pada akhirnya berkorelasi dengan depresi, kecemasan, dan kemarahan (Castillo-Gualda dkk., 2026). Sebaliknya, korelasi dengan afek positif seperti terinspirasi ( $r = -0,03$  hingga  $0,06$ ) dan bertekad ( $r = -0,02$  hingga  $0,02$ ) relatif lemah, menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam konteks ini lebih terkait dengan afek negatif dibandingkan afek positif. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa media sosial adalah ruang ambivalen, dapat memperkuat keterhubungan, tetapi juga meningkatkan risiko pengalaman emosional negatif.

Identifikasi tiga faktor utama penggunaan media sosial (penjelajahan sosial, interaksi konten, dan keterlibatan konten aktif) menunjukkan perlunya literasi digital emosional. Program literasi digital tidak hanya berfokus pada keamanan informasi, tetapi juga pada kemampuan pengguna untuk mengenali dan mengelola dampak emosional dari aktivitas daring. Literasi digital berfungsi sebagai faktor promotif bagi kesejahteraan, memberikan hasil yang bermanfaat di berbagai bidang kehidupan sekaligus melindungi anak muda dari dampak buruk yang timbul akibat pengalaman risiko daring (Vissenberg dkk., 2022). Misalnya, pengguna perlu dilatih untuk memahami bagaimana eksplorasi sosial dapat memicu perbandingan sosial yang berlebihan, bagaimana interaksi konten dapat memperkuat keterhubungan sekaligus membuka risiko paparan komentar negatif, serta bagaimana keterlibatan konten aktif dapat menimbulkan intensitas emosional yang tinggi.

Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi intervensi kebijakan pendidikan dan kesehatan mental. Institusi pendidikan dapat mengintegrasikan modul literasi media sosial yang menekankan keseimbangan antara keterlibatan digital dan regulasi emosi. Intervensi yang membekali remaja dengan strategi konkret untuk keterlibatan yang lebih sehat dengan media sosial telah menunjukkan potensi lebih besar dalam meningkatkan kesejahteraan jangka panjang (Nagata dkk., 2025). Sementara itu, kebijakan kesehatan mental dapat memanfaatkan temuan ini untuk mengembangkan program pencegahan yang menargetkan kelompok rentan, seperti remaja dan mahasiswa, yang lebih sering terpapar dinamika emosional di media sosial.

Meskipun demikian, penelitian lanjutan perlu menggunakan pendekatan analisis faktor konfirmatori (Alfiyani dkk., 2023; Dahlan dkk., 2024; Ridha dkk., 2023; Susiloadi dkk., 2023), serta mengkaji faktor moderasi dan mediasi yang memengaruhi hubungan antara penggunaan

media sosial dan kesejahteraan psikologis. Dukungan sosial, regulasi emosi, serta konteks budaya dapat menjadi variabel penting yang menjelaskan mengapa dampak media sosial berbeda antar individu dan kelompok. Selain itu, pendekatan longitudinal akan memberikan pemahaman lebih mendalam mengenai bagaimana pola penggunaan media sosial dan afek berkembang dari waktu ke waktu.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan bahwa media sosial merupakan ruang ambivalen. Di satu sisi, media sosial berfungsi memperkuat keterhubungan sosial dan mendukung ekspresi diri. Di sisi lain, media sosial juga meningkatkan risiko munculnya pengalaman emosional negatif. Karena itu, strategi praktis dan kebijakan yang menekankan keseimbangan antara keterlibatan digital dan kesehatan emosional menjadi krusial dalam masyarakat modern yang semakin bergantung pada media sosial.

#### 4. PENUTUP

Penelitian ini mengidentifikasi tiga dimensi utama perilaku penggunaan media sosial, yaitu penjelajahan sosial, interaksi konten, dan keterlibatan konten aktif. Korelasi dengan skor afek positif dan negatif memperlihatkan bahwa ketiga faktor lebih banyak berhubungan dengan afek negatif dibandingkan afek positif, menegaskan sifat ambivalen media sosial sebagai ruang yang dapat memperkuat keterhubungan sekaligus meningkatkan kerentanan emosional. Penelitian lanjutan disarankan untuk menguji model pengukuran menggunakan metode analisis faktor konfirmasi, mengkaji faktor moderasi seperti dukungan sosial, regulasi emosi, dan konteks budaya, serta menggunakan pendekatan longitudinal untuk memahami perkembangan dampak media sosial terhadap kesejahteraan psikologis dari waktu ke waktu. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial merupakan fenomena psikososial yang kompleks. Media sosial membuka peluang besar bagi keterhubungan sosial dan ekspresi diri. Namun, pada saat yang sama, media sosial juga menghadirkan tantangan signifikan terhadap kesehatan emosional. Temuan ini menekankan perlunya pendekatan yang seimbang dalam memahami dan mengelola dinamika penggunaan media sosial.

#### Ucapan Terimakasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Majelis Diktilitbang PP Muhammadiyah atas dukungan pendanaan penelitian melalui RisetMu *Batch IX* tahun 2025 berdasarkan nomor kontrak 0259.404/I.3/D/2025.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyani, L., Setiyadi, N. A., Yakob, A., Mulyono, D., Rohmat, R., & Rizqi, M. F. (2023). An analysis of community satisfaction index on health service quality: CFA and Gap analysis. *Jurnal Berita Ilmu Keperawatan*, *16*(2), 193–202. <https://doi.org/10.23917/bik.v16i2.2369>
- Ardelia, V. (2024). Adaptation and validation of Social Media Use Integration Scale in Indonesian context: An exploratory and confirmatory factor analysis. *Jurnal Psikologi*, *23*(1), 61–70. <https://doi.org/10.14710/jp.23.1.61-70>
- Beyens, I., Pouwels, J. L., van Driel, I. I., Keijsers, L., & Valkenburg, P. M. (2024). Social media use and adolescents' well-being: Developing a typology of person-specific effect patterns. *Communication Research*, *51*(6), 691–716. <https://doi.org/10.1177/00936502211038196>
- Bhatiasevi, V. (2024). The uses and gratifications of social media and their impact on social relationships and psychological well-being. *Frontiers in Psychiatry*, *15*. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2024.1260565>
- Brdar, I. (2023). Positive and Negative Affect Schedule (PANAS). Dalam *Encyclopedia of*

- Quality of Life and Well-Being Research* (hlm. 5310–5313). Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-17299-1\\_2212](https://doi.org/10.1007/978-3-031-17299-1_2212)
- Castillo-Gualda, R., Rathje, S., & Ramos-Cejudo, J. (2026). Social comparison and maladaptive emotion regulation are associated with poorer mental health in social media users. *Scientific Reports*, *16*(1), 9479. <https://doi.org/10.1038/s41598-026-40371-3>
- Charmaraman, L., Nesi, J., Schueller, S. M., Choukas-Bradley, S., Hernandez, J. M., & Davis, K. (2025). Youth digital wellbeing and social connectedness. Dalam D. A. Christakis & L. Hale (Ed.), *Handbook of Children and Screens: Digital Media, Development, and Well-Being from Birth Through Adolescence* (hlm. 223–229). Springer Nature Switzerland. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-69362-5\\_31](https://doi.org/10.1007/978-3-031-69362-5_31)
- Christina, R., Yuniardi, M. S., & Prabowo, A. (2019). Hubungan tingkat neurotisme dengan fear of missing out (FoMO) pada remaja pengguna aktif media sosial. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, *4*(2), Article 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.23917/indigenous.v4i2.8024>
- Coyne, S. M., Rogers, A. A., Zurcher, J. D., Stockdale, L., & Booth, M. (2020). Does time spent using social media impact mental health?: An eight year longitudinal study. *Computers in Human Behavior*, *104*, 106160. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106160>
- Dahlan, B. S. S., Othman, A., Ibrahim, M. B. B., & Shohib, M. W. (2024). Validating a model of organizational culture for Pesantren in South Sumatra: A Structural equation modeling approach. *Iseedu: Journal of Islamic Educational Thoughts and Practices*, *8*(2), 144–159. <https://doi.org/10.23917/iseedu.v8i2.8455>
- Escobar-Viera, C. G., Shensa, A., Bowman, N. D., Sidani, J. E., Knight, J., James, A. E., & Primack, B. A. (2018). Passive and active social media use and depressive symptoms among United States adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, *21*(7), 437–443. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0668>
- Finch, W. H. (2024). Comparison of methods for addressing outliers in exploratory factor analysis and impact on accuracy of determining the number of factors. *Stats*, *7*(3), 842–862. <https://doi.org/10.3390/stats7030051>
- Fitriyani, E., Jannah, P. M., Cucuani, H., & Priyadi, S. (2024). Pengaruh malu dan religiusitas terhadap self-disclosure di media sosial melalui self-control pada Muslim di Pekanbaru. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*, *5*(2), 185–194. <https://doi.org/10.24014/pib.v5i2.25423>
- Furr, R. M. (2011). *Scale construction and psychometrics for social and personality psychology*. SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446287866>
- Hilvert-Bruce, Z., Neill, J. T., Sjöblom, M., & Hamari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior*, *84*, 58–67. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.02.013>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, *37*(4), 509–523.
- Liu, J.-D., You, R.-H., Liu, H., & Chung, P.-K. (2020). Chinese version of the international positive and negative affect schedule short form: Factor structure and measurement invariance. *Health and Quality of Life Outcomes*, *18*(1), 285. <https://doi.org/10.1186/s12955-020-01526-6>
- Maddalena, S. (2025, Februari 5). Digital 2025: Indonesia. *We Are Social Indonesia*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/>
- Maree, T. (2017). The Social Media Use Integration Scale: Toward reliability and validity. *International Journal of Human-Computer Interaction*, *33*(12), 963–972. <https://doi.org/10.1080/10447318.2017.1301041>
- Meuthia, C. T., Nila, S., Suryobroto, B., & Widayati, K. A. (2023). Social networking sites and empathy among adolescents in Indonesia. *HAYATI Journal of Biosciences*, *30*(6), Article 6. <https://doi.org/10.4308/hjb.30.6.1092-1099>
- Meyer, J. P. (2014). *Applied measurement with jMetrik*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203115190>
- Nagata, J. M., Hur, J. O., Talebloo, J., Lee, S., Choi, W. W., Kim, S. J., Lavender, J. M., &

- Moreno, M. A. (2025). Problematic social media use interventions for mental health outcomes in adolescents. *Current Psychiatry Reports*, 27(9), 491–499. <https://doi.org/10.1007/s11920-025-01619-3>
- Navarrete, J., Rodríguez-Freire, C., Campos, D., García-Campayo, J., Fernández-Félix, B. M., Moix, J., Sandín, B., Luciano, J. V., & Feliu-Soler, A. (2025). The International Positive and Negative Affect Schedule Short Form (I-PANAS-SF): Dimensionality, factorial invariance, reliability, and utility for discriminating depression and anxiety caseness in a large Spanish sample. *European Journal of Psychological Assessment*. <https://doi.org/10.1027/1015-5759/a000932>
- Niu, X., Verduyn, P., Gaskin, J., Scherr, S., McDonnell, D., & Wang, J.-L. (2025). The development and validation of the extended active-passive social media use scale. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 19(3). <https://doi.org/10.5817/CP2025-3-1>
- Olufadi, Y. (2016). Social networking time use scale (SONTUS): A new instrument for measuring the time spent on the social networking sites. *Telematics and Informatics*, 33(2), 452–471. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.11.002>
- Peeters, M. J., & Harpe, S. E. (2020). Updating conceptions of validity and reliability. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 16(8), 1127–1130. <https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2019.11.017>
- Permana, B. P. A., & Limantoro, A. H. (2025). Analisis pengaruh media sosial terhadap kesejahteraan mental dengan menggunakan regresi dan korelasi. *IT-Explore: Jurnal Penerapan Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 4(1), 44–52. <https://doi.org/10.24246/itexplore.v4i1.2025.pp44-52>
- Priyadi, S. (2022). Perundungan siber di kalangan mahasiswa: Hubungan antara pengalaman menjadi korban dan pelaku eksklusif. *Salus Cultura: Jurnal Pembangunan Manusia Dan Kebudayaan*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.55480/saluscultura.v2i2.52>
- Priyadi, S., & Rikardi, A. A. (2025). Pengembangan awal Skala Keyakinan Teori Konspirasi Cina di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Psikologi Candrajiwa*, 10(1), 68–78. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.20961/jip.v10i1.106378>
- Ridha, A. R., Kumaidi, K., & Waston, W. (2023). Theoretical construct and development of wasatiyah measurement instruments. *Profetika: Jurnal Studi Islam*, 24(01), 137–148. <https://doi.org/10.23917/profetika.v24i01.1730>
- Rodgers, R. F., Mclean, S. A., Gordon, C. S., Slater, A., Marques, M. D., Jarman, H. K., & Paxton, S. J. (2021). Development and validation of the Motivations for Social Media Use Scale (MSMU) among adolescents. *Adolescent Research Review*, 6(4), 425–435. <https://doi.org/10.1007/s40894-020-00139-w>
- Susiloadi, P., Renanita, T., & Julaibib, J. (2023). Predicting M-Payment Adoption Intention in Indonesia: Integrating Technology Acceptance Model and Psychological Factors. *Indigenous: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(3), 352–367. <https://doi.org/10.23917/indigenous.v8i3.2586>
- The jamovi project. (2025). *Jamovi* (Versi 2.6) [Perangkat lunak]. <https://www.jamovi.org>
- Thompson, E. R. (2007). Development and Validation of an Internationally Reliable Short-Form of the Positive and Negative Affect Schedule (PANAS). *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 38(2), 227–242. <https://doi.org/10.1177/0022022106297301>
- Trifiro, B. M., & Gerson, J. (2019). Social media usage patterns: Research note regarding the lack of universal validated measures for active and passive use. *Social Media + Society*, 5(2), 2056305119848743. <https://doi.org/10.1177/2056305119848743>
- Tuck, A. B., & Thompson, R. J. (2024). The Social Media Use Scale: Development and validation. *Assessment*, 31(3), 617–636. <https://doi.org/10.1177/10731911231173080>
- Valkenburg, P. M., Beyens, I., Pouwels, J. L., van Driel, I. I., & Keijsers, L. (2022). Social media browsing and adolescent well-being: Challenging the “passive social media use hypothesis.” *Journal of Computer-Mediated Communication*, 27(1), zmab015. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmab015>
- Valkenburg, P. M., van Driel, I. I., & Beyens, I. (2022). The associations of active and passive

- social media use with well-being: A critical scoping review. *New Media & Society*, 24(2), 530–549. <https://doi.org/10.1177/14614448211065425>
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274–302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>
- Vissenberg, J., d'Haenens, L., & Livingstone, S. (2022). Digital literacy and online resilience as facilitators of young people's well-being?: A systematic review. *European Psychologist*, 27(2), 76–85. <https://doi.org/10.1027/1016-9040/a000478>