

Hubungan antara *Social Relationship Satisfaction* dengan *Digital Social Interaction Preference* pada Dewasa Awal

Najwa Salvabillah Putri Rahdiansyah¹, Erik Saut H. Hutahaean², Ferdy Muzzamil³

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

ARTICLE INFO

Article history:

Received 15 June 2026

Revised 20 June 2026

Accepted 24 June 2026

Available online 23 June 2026

Keywords:

digital social interaction preference; social relationship satisfaction; dewasa awal; interaksi sosial digital; kepuasan hubungan sosial

Keywords :

digital social interaction preference; social relationship satisfaction; early adulthood; digital social interaction; social relationship satisfaction



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

Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between social relationship satisfaction and digital social interaction preference in early adulthood. The development of digital technology encourages individuals to use digital media as a means of social interaction, but high preference for digital social interaction does not necessarily lead to high social relationship satisfaction. This study employed a quantitative method with a correlational design. A total of 172 early adult respondents (aged 18–25 years) were obtained through purposive sampling. The instruments used were the Preference for Online Social Interaction (POSI) scale and the Relationship Assessment Scale (RAS). Data analysis used Kendall's Tau-b correlation test because the data was not normally distributed. The results showed a correlation coefficient of 0.158 with a significance value of 0.003 ($p < 0.05$), indicating a positive and significant but very weak relationship between the two variables. The majority of respondents had a high level of digital social interaction preference (73.3%), while the majority had low social relationship satisfaction (57.6%). These findings indicate that digital media can support social interaction, but is not the primary determinant of social relationship satisfaction in early adulthood.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara social relationship satisfaction dengan digital social interaction preference pada dewasa awal. Berkembangnya teknologi digital mendorong individu memanfaatkan media digital sebagai sarana interaksi sosial, namun tingginya preferensi interaksi sosial digital tidak pasti diikuti dengan tingginya kepuasan hubungan sosial. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan desain korelasional. Sebanyak 172 responden dewasa awal (usia 18–25 tahun) diperoleh melalui teknik purposive sampling. Instrumen yang digunakan adalah skala Preference for Online Social Interaction (POSI) dan Relationship Assessment Scale (RAS). Analisis data menggunakan uji korelasi Kendall's Tau-b karena data tidak berdistribusi normal. Hasil menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,158 dengan nilai signifikansi 0,003 ($p < 0,05$), yang berarti terdapat hubungan positif dan signifikan namun sangat lemah antara kedua variabel. Mayoritas responden memiliki tingkat digital social interaction preference yang tinggi (73,3%), tetapi mayoritas memiliki social relationship satisfaction yang rendah (57,6%). Temuan ini mengindikasikan bahwa media digital dapat menopang interaksi sosial, namun bukan faktor penentu utama kepuasan hubungan sosial pada dewasa awal.

PENDAHULUAN

Fenomena *Social Interaction Shift* yang terjadi pada dewasa awal mencerminkan perubahan pola interaksi sosial dari tatap muka menuju interaksi jarak jauh, sebagai dampak dari meningkatnya penggunaan media sosial dalam kehidupan sehari-hari (Baruah, 2025). Media sosial menyediakan sarana komunikasi yang lebih mudah, terutama bagi individu dengan kepribadian *introvert*, sehingga komunikasi tidak lagi mensyaratkan tatap muka melainkan dapat dilakukan melalui platform online (Laksana Novianto Yudha & Fadhilah Ahda, 2021).

Data dari Kemp, (2024) menunjukkan bahwa 93% individu berusia 18–34 tahun merupakan pengguna media sosial aktif, dengan lebih dari 80% menggunakannya untuk

berkomunikasi dan membangun relasi sosial. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, (2023) mencatat tingkat keterhubungan digital dewasa awal mencapai 99%, dengan 89% menjadikan media sosial sebagai sarana komunikasi utama. Rata-rata penggunaan media sosial pada kelompok dewasa awal melebihi 3 jam per hari (Brooke Auxier & Anderson, 2021).

Individu yang lebih memilih interaksi digital cenderung memiliki tingkat kepuasan hubungan sosial yang lebih rendah dibanding mereka yang aktif berinteraksi tatap muka (Nowland et al, 2018). Hal ini terjadi karena interaksi digital memiliki keterbatasan dalam menyampaikan isyarat nonverbal, seperti ekspresi wajah, kontak mata, dan bahasa tubuh, yang berperan penting dalam membangun kedekatan interpersonal (Sherman et al, 2016).

Penelitian terdahulu dari Song & Jiang, (2017), Junwen & Jian Raymond, (2023), Vauclair et al, (2023), Sullivan et al., (2020), serta Ren, (2025) menunjukkan adanya hubungan antara preferensi interaksi digital dan kepuasan hubungan sosial, namun sebagian besar bersifat umum dan belum secara khusus menguji kedua variabel tersebut secara terintegrasi pada kelompok dewasa awal. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara *social relationship satisfaction* dan *digital social interaction preference* pada dewasa awal.

TINJAUAN PUSTAKA

Digital Social Interaction Preference

Digital social interaction preference adalah kecenderungan individu untuk memilih interaksi sosial secara digital daripada tatap muka dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Song & Jiang, (2017), preferensi ini muncul karena komunikasi digital dianggap lebih nyaman dan praktis. Valkenburg & Peter, (2017) menjelaskan bahwa preferensi ini berkaitan dengan penggunaan media sosial sebagai sarana utama memenuhi kebutuhan sosial, meliputi kebutuhan afiliasi, dukungan sosial, dan koneksi interpersonal.

Nowland et al., (2018) menggambarkan *digital social interaction preference* sebagai bentuk kompensasi sosial bagi individu yang mengalami keterbatasan dalam interaksi langsung. Nesi et al, (2018) menambahkan bahwa preferensi ini diperkuat oleh kebutuhan akan fleksibilitas waktu dan kemudahan komunikasi digital. Dimensi *digital social interaction preference* mencakup kenyamanan dalam interaksi online, persepsi efektivitas komunikasi digital, kecenderungan memilih interaksi online, serta kemampuan mengontrol komunikasi (Song & Jiang, 2017).

Social Relationship Satisfaction

Social relationship satisfaction merupakan tingkat kepuasan individu terhadap kualitas hubungan interpersonal yang dimiliki. Holt-Lunstad et al, (2017) mendefinisikannya melalui adanya dukungan emosional dan perasaan terhubung dengan orang lain dalam lingkungan sosial. Amati et al, (2018) menyatakan bahwa *social relationship satisfaction* adalah evaluasi individu terhadap kualitas hubungan interpersonal yang mencakup kedekatan emosional, kenyamanan, dan keterbukaan dalam berinteraksi.

Langheit & Poulin, (2024) menjelaskan bahwa *social relationship satisfaction* melibatkan kepercayaan, kedekatan emosional, serta kepuasan dalam komunikasi interpersonal. Dimensi kepuasan ini mencakup kedekatan emosional, dukungan sosial, kualitas interaksi, serta kepercayaan dalam hubungan (Langheit & Poulin, 2024).

Hubungan antar Variabel dan Hipotesis

Song & Jiang, (2017) menyatakan bahwa individu yang kurang puas dengan hubungan interpersonal secara langsung memiliki preferensi lebih tinggi terhadap interaksi online. Namun, studi dari Ren, (2025) menemukan bahwa interaksi langsung berkontribusi jauh lebih besar terhadap kepuasan hubungan dan kesejahteraan dibanding interaksi digital.

Berdasarkan tinjauan teoritis dan empiris tersebut, hipotesis penelitian ini adalah: terdapat hubungan antara *social relationship satisfaction* dengan *digital social interaction preference* pada dewasa awal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Populasi adalah individu dewasa awal berusia 18–25 tahun. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* melalui *purposive sampling* dengan kriteria: individu berusia 18–25 tahun, aktif menggunakan media sosial lebih dari 3 jam per hari, serta memiliki pengalaman menjalin hubungan sosial baik secara langsung maupun digital.

Ukuran sampel ditentukan menggunakan aplikasi GPower dengan analisis *correlation: bivariate normal model* (*effect size* $r = 0,30$; $\alpha = 0,05$; power $1-\beta = 0,80$; *two-tailed*), menghasilkan sampel minimal 84 responden. Untuk mengantisipasi data tidak valid, target sampel ditetapkan 100 responden. Penelitian berhasil memperoleh 172 responden.

Instrumen penelitian terdiri dari dua skala. Pertama, skala *Digital Social Interaction Preference* mengacu pada *Preference for Online Social Interaction* (POSI) yang dikembangkan (Caplan, 2010), terdiri dari 20 aitem valid (rentang validitas 0,407–0,719; *Cronbach's Alpha* = 0,871). Kedua, skala *Social Relationship Satisfaction* mengacu pada *Relationship Assessment Scale* (RAS) yang dikembangkan (Hendrick, 1988), terdiri dari 20 aitem valid (rentang validitas 0,407–0,675; *Cronbach's Alpha* = 0,853). Kedua skala menggunakan format Likert 5 poin.

Pengumpulan data dilaksanakan pada 5–11 Juni 2026 melalui Google Form yang disebarkan via WhatsApp dan Instagram. Analisis data menggunakan uji korelasi *Kendall's Tau-b* melalui JASP versi 0.96.0.0, karena data tidak memenuhi asumsi normalitas berdasarkan uji *Shapiro-Wilk* ($p < 0,001$).

HASIL

Profil Responden

Penelitian melibatkan 172 responden yang terdiri dari 106 perempuan (61,6%) dan 66 laki-laki (38,4%). Sebagian besar responden menggunakan media sosial selama 2–4 jam per hari (40,1%), diikuti 5–7 jam (32,6%), lebih dari 7 jam (22,1%), dan kurang dari 2 jam (5,2%). Platform media sosial yang paling sering digunakan adalah WhatsApp (69,8%), Instagram (26,2%), X/Twitter (2,3%), dan Discord (1,7%).

Tabel 1. Profil Responden Penelitian

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	66	38,4
	Perempuan	106	61,6
Durasi Penggunaan Media Sosial/Hari	< 2 Jam	9	5,2
	2–4 Jam	69	40,1
	5–7 Jam	56	32,6
	> 7 Jam	38	22,1
Media Sosial Utama	WhatsApp	120	69,8
	Instagram	45	26,2

	X/Twitter	4	2,3
	Discord	3	1,7

Uji Asumsi dan Deskriptif Statistik

Uji normalitas *Shapiro-Wilk* menghasilkan nilai signifikansi $p < 0,001$ untuk kedua variabel, menunjukkan data tidak berdistribusi normal, sehingga digunakan statistik nonparametrik. Uji linearitas menunjukkan hubungan linear antara kedua variabel ($p < 0,001$).

Berdasarkan analisis deskriptif, variabel *digital social interaction preference* memiliki mean 45,924 dan standar deviasi 9,900, sementara *social relationship satisfaction* memiliki mean 51,081 dan standar deviasi 9,746. Laki-laki menunjukkan rata-rata *digital social interaction preference* yang sedikit lebih tinggi ($M = 47,26$) dibanding perempuan ($M = 45,09$), sedangkan perempuan memiliki rata-rata *social relationship satisfaction* yang lebih tinggi ($M = 51,74$) dibanding laki-laki ($M = 50,03$).

Kategorisasi Variabel

Kategorisasi data menggunakan pendekatan *confidence interval* dengan nilai t-tabel = 1,974 ($\alpha = 0,05$, $n = 172$). Untuk variabel *digital social interaction preference*, batas bawah = 44,43 dan batas atas = 47,41. Hasil kategorisasi menunjukkan 73,3% responden (126 orang) berada pada kategori tinggi, mengindikasikan sebagian besar dewasa awal cenderung memilih media digital sebagai sarana utama interaksi sosial.

Untuk variabel *social relationship satisfaction*, batas bawah = 49,61 dan batas atas = 52,55. Mayoritas responden (57,6%, 99 orang) berada pada kategori rendah, menunjukkan sebagian besar belum merasakan kepuasan optimal dalam hubungan sosialnya.

Tabel 2. Kategorisasi Variabel Penelitian

Variabel	Kategori	Frekuensi	Persentase (%)
<i>Digital Social Interaction Preference</i>	Rendah	23	13,4
	Sedang	23	13,4
	Tinggi	126	73,3
<i>Social Relationship Satisfaction</i>	Rendah	99	57,6
	Sedang	35	20,3
	Tinggi	38	22,1

Uji Hipotesis

Hasil uji korelasi *Kendall's Tau-b* menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,158 dengan nilai signifikansi $p = 0,003$ ($p < 0,05$). Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima: terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara *digital social interaction preference* dan *social relationship satisfaction*.

Tabel 3. Hasil Uji Korelasi Kendall's Tau-b

Variabel	Kendall's Tau-b	p-value
<i>Digital Social Interaction Preference – Social Relationship Satisfaction</i>	0,158**	0,003

Keterangan: ** Signifikan pada taraf 0,01 (two-tailed)

PEMBAHASAN

Nilai koefisien korelasi 0,158 berada pada rentang 0,00–0,199, tergolong dalam kategori hubungan sangat rendah. Meskipun secara statistik signifikan, kontribusi antarvariabel relatif kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa kepuasan hubungan sosial pada dewasa awal lebih banyak ditentukan oleh kualitas hubungan interpersonal daripada media yang digunakan untuk berinteraksi (Johnson et al., 2022).

Temuan kategorisasi menunjukkan paradoks: mayoritas responden memiliki preferensi interaksi digital yang tinggi, namun mayoritas memiliki kepuasan hubungan sosial yang rendah. Kondisi ini menggambarkan kesenjangan antara kuantitas komunikasi dan kualitas hubungan. Media digital memungkinkan individu lebih sering berkomunikasi, tetapi frekuensi tinggi tidak selalu menghasilkan hubungan yang lebih erat dan memuaskan (Beukeboom & Pollmann, 2021).

Holtzman et al, (2021) menemukan bahwa komunikasi digital melalui pesan teks dapat membantu mempertahankan kualitas hubungan interpersonal. Pollmann et al, (2021) juga menunjukkan bahwa komunikasi digital yang dilakukan secara positif dapat meningkatkan pemahaman interpersonal. Namun, temuan ini memperkuat argumen bahwa media digital lebih berperan sebagai sarana pelengkap, bukan pengganti interaksi tatap muka, dalam membangun kepuasan hubungan sosial.

Komunikasi digital memiliki keterbatasan dalam menyampaikan isyarat nonverbal yang berperan penting dalam membangun hubungan interpersonal (Nesi et al., 2018). Akibatnya, tingginya preferensi terhadap interaksi sosial digital tidak otomatis meningkatkan kepuasan hubungan sosial yang dirasakan individu.

SIMPULAN

Terdapat hubungan positif dan signifikan antara *digital social interaction preference* dan *social relationship satisfaction* pada dewasa awal ($\tau = 0,158$; $p = 0,003$), namun kekuatan hubungan sangat rendah. Mayoritas dewasa awal memiliki tingkat preferensi interaksi digital yang tinggi (73,3%), tetapi mayoritas memiliki kepuasan hubungan sosial yang rendah (57,6%). Temuan ini menunjukkan bahwa media digital dapat berfungsi sebagai sarana penunjang interaksi sosial, namun bukan faktor penentu utama kepuasan hubungan sosial. Kepuasan hubungan sosial lebih banyak dipengaruhi oleh kualitas hubungan interpersonal, dukungan sosial, kedekatan emosional, dan kualitas komunikasi.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji variabel-variabel lain seperti dukungan sosial, *social connectedness*, *loneliness*, dan kualitas komunikasi interpersonal, serta menggunakan metode *longitudinal* atau *mixed methods* untuk memperoleh pemahaman lebih mendalam.

REFERENSI

- Amati, Viviana, Meggiolaro, Silvia, Rivellini, Giulia, & Zaccarin, Susanna. (2018). Social relations and life satisfaction: the role of friends. *Genus*, 74(1). <https://doi.org/10.1186/s41118-018-0032-z>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2023). SURVEI PENETRASI & PERILAKU INTERNET. *Statistik Daerah Kecamatan Kartasura Tahun, II*(1), 17–18.
- Baruah, Anganabha. (2025). The Impact of Computer-Mediated Communication on Relationships and Social Interactions. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 41(18), 11245–11251. <https://doi.org/10.1080/10447318.2024.2442755>
- Beukeboom, Camiel J., & Pollmann, Monique. (2021). Computers in Human Behavior Partner phubbing : Why using your phone during interactions with your partner can be detrimental for your relationship. *Computers in Human Behavior*, 124(June), 106932. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106932>

- Brooke Auxier & Anderson. (2021). Social Media Use in 2021. *Pew Research Center*, (April), 1–6. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/internet/2021/04/07/social-media-use-in-2021/>
- Caplan, Scott E. (2010). Theory and measurement of generalized problematic Internet use: A two-step approach. *Computers in Human Behavior*, 26(5), 1089–1097. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2010.03.012>
- Hendrick, Susan S. (1988). Linked references are available on JSTOR for this article. *Academy of Management Review*, 65(1), 386–408.
- Holt-Lunstad, Julianne, Smith, Timothy B., & Layton, J. Bradley. (2017). Social relationships and mortality risk: A meta-analytic review. *PLoS Medicine*, 7(7), 1–50. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000316>
- Holtzman, Susan, Kushlev, Kostadin, Wozny, Alisha, & Godard, Rebecca. (2021). *Long-distance texting: Text messaging is linked with higher relationship satisfaction in long-distance relationships*. 38(12), 3543–3565. <https://doi.org/10.1177/02654075211043296>
- Johnson, Matthew D., Lavner, Justin A., Mund, Marcus, Zemp, Martina, Stanley, Scott M., Neyer, Franz J., Impett, Emily A., Rhoades, Galena K., Bodenmann, Guy, Weidmann, Rebekka, Bühler, Janina Larissa, Burriss, Robert Philip, Wünsche, Jenna, & Grob, Alexander. (2022). *Within-Couple Associations Between Communication and Relationship Satisfaction Over Time*. <https://doi.org/10.1177/01461672211016920>
- Junwen, Hu, & Jian Raymond, Rui. (2023). The Relationship Between Preference for Online Social Interaction and Affective Well-Being via Compulsive Dating App Use: The Moderating Role of Algorithmic Beliefs. *Cyberpsychology*, 17(4). <https://doi.org/10.5817/CP2023-4-2>
- Kemp, S. (2024). Meltwater. Digital 2024 Global Overview Report. In *Data Reportal*.
- Laksana Novianto Yudha, & Fadhilah Ahda. (2021). Computer-mediated communication and interpersonal communication in social media Twitter among adolescents. *Journal of Social Studies (JSS)*, 17(1), 65–78. <https://doi.org/10.21831/jss.v17i1>.
- Langheit, Stéphanie, & Poulin, François. (2024). Links Between Best-Friendship Quality and Well-Being From Early Emerging Adulthood to Early Established Adulthood. *Emerging Adulthood*, 12(4), 539–552. <https://doi.org/10.1177/21676968241248877>
- Nesi, Jacqueline, Choukas-Bradley, Sophia, & Prinstein, Mitchell J. (2018). Transformation of Adolescent Peer Relations in the Social Media Context: Part 1—A Theoretical Framework and Application to Dyadic Peer Relationships. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 21(3), 267–294. <https://doi.org/10.1007/s10567-018-0261-x>.Transformation
- Nowland, Rebecca, Necka, Elizabeth A., & Cacioppo, John T. (2018). Loneliness and Social Internet Use: Pathways to Reconnection in a Digital World? *Perspectives on Psychological Science*, 13(1), 70–87. <https://doi.org/10.1177/1745691617713052>
- Pollmann, Monique M. H., Norman, Tyler J., & Crockett, Erin E. (2021). Computers in Human Behavior Reports A daily-diary study on the effects of face-to-face communication , texting , and their interplay on understanding and relationship satisfaction. *Computers in Human Behavior Reports*, 3(January), 100088. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100088>
- Ren, Chloe Siyi. (2025). The Impact of In-Person and Online Social Interaction on Happiness: An Empirical Study on Social Connectivity and Well-Being. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 89(1), 112–117. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/2025.23015>
- Sherman, Lauren E., Payton, Ashley A., Hernandez, Leanna M., Greenfield, Patricia M., & Dapretto, Mirella. (2016). The Power of the Like in Adolescence: Effects of Peer Influence on Neural and Behavioral Responses to Social Media. *Psychological Science*, 27(7), 1027–1035. <https://doi.org/10.1177/0956797616645673>
- Song, Jiang, & Jiang, Junfeng. (2017). *Preference for Online Social Interaction: a Research on the Potential Influencing Factors*. (Mcei), 164–167. <https://doi.org/10.2991/mcei-15.2015.44>
- Sullivan, Kieran T., Riedstra, Jessica, Arellano, Brenda, Cardillo, Bonnie, Kalach, Vanessa, & Ram, Amrita. (2020). Online communication and dating relationships: Effects of decreasing online communication on feelings of closeness and relationship satisfaction. *Journal of Social and Personal Relationships*, 37(8–9), 2409–2418. <https://doi.org/10.1177/0265407520924707>

- Valkenburg, Patti M., & Peter, Jochen. (2017). The differential susceptibility to media effects model. *Journal of Communication*, 63(2), 221–243. <https://doi.org/10.1111/jcom.12024>
- Vauclair, Christin Melanie, Rudnev, Maksim, Hofhuis, Joep, & Liu, James H. (2023). Instant Messaging and Relationship Satisfaction Across Different Ages and Cultures. *Cyberpsychology*, 17(3). <https://doi.org/10.5817/CP2023-3-8>