

## Pengembangan Instrumen Perceived Digital Intimacy pada Generasi Z dalam Hubungan Romantis

Andrea Rizky Anna Zhifah<sup>1</sup>, Jihan Mayang<sup>2</sup>, Aqilah Huriyah Salsabila<sup>3</sup>, Ferina Putri Haryoto<sup>4</sup>

Universitas Al Azhar Indonesia, Indonesia  
psikologi@uai.ac.id

**Submitted:** 07<sup>th</sup> July 2026 | **Edited:** 26<sup>th</sup> August 2026 | **Issued:** 01<sup>st</sup> September 2026

**Cited on:** Zhifah, A. R. A., Mayang, J., Salsabila, A. H., & Haryoto, F. P. (2026). Pengembangan Instrumen Perceived Digital Intimacy pada Generasi Z dalam Hubungan Romantis. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 6(3), 1379-1390.

### ABSTRACT

The increasing use of digital communication among Generation Z has transformed the way romantic partners develop and maintain emotional intimacy, creating the need for a valid instrument to assess perceived digital intimacy. This study aimed to develop and provide preliminary psychometric evidence for a Perceived Digital Intimacy (PDI) scale designed for Indonesian Generation Z in romantic relationships. An instrument development and psychometric validation design was employed. The initial scale consisted of 40 items representing five dimensions: emotional closeness, self-disclosure, trust, sense of connection, and frequency and quality of digital communication, measured using a four-point Likert scale. Content validity was evaluated through expert judgment using the Content Validity Index (CVI), followed by a pilot study involving 30 participants to assess internal consistency. Construct validity was examined using Confirmatory Factor Analysis (CFA) with data collected from 150 respondents. One item was removed after content validation, resulting in 39 retained items. Cronbach's alpha coefficients ranged from 0.764 to 0.914 across dimensions. CFA indicated  $\chi^2 = 1073$  (df = 564,  $p < .001$ ), CFI = 0.844, TLI = 0.826, SRMR = 0.097, and RMSEA = 0.077 (90% CI = 0.070–0.084). These findings provide preliminary evidence supporting the construct validity and reliability of the instrument while indicating the need for further refinement before broader application.

**Keywords :** Perceived Digital Intimacy, Generation Z, Romantic Relationship, Psychometric Validation, Scale Development

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara individu membangun, memelihara, dan mengevaluasi hubungan interpersonal, terutama pada Generasi Z yang tumbuh sebagai digital natives. Bagi kelompok ini, aplikasi komunikasi seperti WhatsApp, Instagram, Telegram, dan berbagai media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana bertukar informasi, tetapi juga menjadi ruang untuk mengekspresikan emosi, membangun kepercayaan, melakukan pengungkapan diri, serta mempertahankan kedekatan dalam hubungan romantis. Menurut Croes dan Antheunis (2021), kualitas

interaksi digital yang berlangsung secara konsisten mampu meningkatkan persepsi kedekatan emosional dalam suatu hubungan. Temuan tersebut diperkuat oleh Matthes et al. (2021) yang menunjukkan bahwa intensitas pengungkapan diri melalui media digital berkaitan dengan kesejahteraan psikologis dan kualitas hubungan interpersonal. Dalam konteks Indonesia, Hidayanto dan Sarwono (2021) menjelaskan bahwa teknologi komunikasi tidak menggantikan afeksi manusia, tetapi menjadi media yang memfasilitasi terbentuknya hubungan emosional apabila digunakan secara efektif. Penelitian yang lebih mutakhir oleh Wahyuti dan Sudarmanti (2025) juga menemukan bahwa komunikasi melalui WhatsApp berkontribusi terhadap peningkatan kualitas komunikasi persuasif dalam hubungan romantis pada Generasi Z.

Fenomena tersebut sejalan dengan Social Information Processing Theory (SIP) yang menjelaskan bahwa keterbatasan isyarat nonverbal dalam komunikasi berbasis komputer dapat dikompensasi melalui pertukaran pesan yang intensif sehingga individu tetap mampu membangun hubungan interpersonal yang bermakna. Pengembangan teori tersebut melalui Hyperpersonal Model menjelaskan bahwa komunikasi digital bahkan dapat menghasilkan persepsi keintiman yang lebih tinggi dibandingkan komunikasi tatap muka karena individu memiliki kesempatan untuk mengelola presentasi dirinya secara lebih selektif (Walther & Whitty, 2021). Dalam perkembangannya, penelitian Syawal et al. (2023) menunjukkan bahwa proses self-disclosure melalui media sosial merupakan salah satu faktor utama yang mempercepat perkembangan hubungan romantis. Sementara itu, Claudya dan Evangelita (2025) menjelaskan bahwa kualitas keterbukaan diri dalam komunikasi digital berpengaruh terhadap kualitas hubungan, meskipun penggunaan media digital yang tidak sehat juga dapat meningkatkan potensi munculnya toxic relationship.

Berbagai penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa komunikasi digital berkaitan dengan pembentukan kepercayaan, kedekatan emosional, dan kepuasan hubungan. Machfudz et al. (2021) menemukan bahwa keterlibatan individu dalam cyber intimacy pada pengguna Tinder berkontribusi terhadap terbentuknya kelekatan emosional antarpasangan. Selanjutnya, Hasbiyah et al. (2023) melaporkan bahwa tingkat self-disclosure yang tinggi berhubungan dengan meningkatnya intimate relationship pada pengguna aplikasi kencan daring. Penelitian Pattihua dan Manuputty (2023) juga memperlihatkan bahwa keterbukaan diri melalui aplikasi Litmatch menjadi salah satu

faktor penting dalam pembentukan intimasi digital pada dewasa awal. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih mengukur dimensi-dimensi seperti self-disclosure, kepercayaan, atau komunikasi digital secara terpisah sehingga belum menggambarkan persepsi keintiman digital sebagai suatu konstruk psikologis yang utuh.

Berdasarkan penjelasan tersebut, masih terdapat kesenjangan penelitian, yaitu belum tersedianya instrumen psikometri yang secara khusus dikembangkan untuk mengukur Perceived Digital Intimacy pada konteks hubungan romantis Generasi Z di Indonesia. Sebagian besar instrumen yang digunakan dalam penelitian sebelumnya dikembangkan pada konteks budaya yang berbeda sehingga belum tentu sesuai dengan karakteristik komunikasi digital masyarakat Indonesia yang dipengaruhi oleh nilai budaya, pola penggunaan media sosial, serta dinamika hubungan romantis lokal (Croes & Antheunis, 2021; Walther & Whitty, 2021). Oleh karena itu, diperlukan pengembangan instrumen yang memiliki dasar konseptual yang kuat dan didukung oleh bukti psikometrik agar mampu mengukur persepsi keintiman digital secara lebih akurat.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan berupa pengembangan instrumen Perceived Digital Intimacy yang mengintegrasikan lima dimensi utama, yaitu Emotional Closeness, Self-Disclosure, Trust, Sense of Connection, serta Frequency and Quality of Digital Communication. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang lebih banyak menguji masing-masing dimensi secara parsial (Machfudz et al., 2021; Hasbiyah et al., 2023; Pattihua & Manuputty, 2023), penelitian ini mengembangkan satu model pengukuran yang selanjutnya dievaluasi melalui uji validitas isi, reliabilitas, dan validitas konstruk menggunakan Confirmatory Factor Analysis (CFA). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya memperkaya kajian psikologi digital, tetapi juga menyediakan instrumen yang dapat dimanfaatkan oleh peneliti maupun praktisi psikologi dalam mengukur Perceived Digital Intimacy pada Generasi Z Indonesia.

## **LANDASAN TEORI**

### **Perceived Digital Intimacy**

Perceived Digital Intimacy (PDI) merupakan persepsi individu mengenai tingkat kedekatan emosional yang terbentuk melalui interaksi digital dengan pasangan romantis. Konstruk ini tidak hanya menggambarkan intensitas komunikasi, tetapi juga

mencerminkan kualitas hubungan yang berkembang melalui proses saling memahami, memberikan dukungan emosional, membangun kepercayaan, dan melakukan pengungkapan diri secara berkelanjutan dalam lingkungan digital. Menurut Leite dan Baptista (2021), persepsi keintiman digital berkembang ketika komunikasi yang dimediasi teknologi memungkinkan individu menampilkan identitas pribadi secara autentik sehingga memunculkan rasa kedekatan psikologis. Hal tersebut sejalan dengan temuan Zhang et al. (2022) yang menunjukkan bahwa intensitas self-disclosure meningkatkan persepsi responsivitas pasangan (*perceived partner responsiveness*), yang selanjutnya memperkuat intimasi interpersonal. Dalam konteks media sosial, Sun et al. (2022) juga menemukan bahwa keterbukaan diri dan rasa percaya menjadi mekanisme utama dalam pembentukan hubungan interpersonal secara daring. Dengan demikian, *Perceived Digital Intimacy* dipahami sebagai konstruk multidimensional yang menggambarkan kualitas hubungan emosional yang dirasakan individu selama berinteraksi melalui media digital.

### **Dimensi Perceived Digital Intimacy**

Pengembangan instrumen dalam penelitian ini didasarkan pada lima dimensi utama yang saling berkaitan, yaitu Emotional Closeness, Self-Disclosure, Trust, Sense of Connection, serta Frequency and Quality of Digital Communication. Emotional Closeness menggambarkan persepsi individu mengenai kedekatan afektif yang muncul melalui komunikasi digital, sedangkan Self-Disclosure merujuk pada kesediaan individu untuk mengungkapkan pikiran, pengalaman, maupun emosi pribadi kepada pasangan secara terbuka. Penelitian Firual dan Hariyadi (2022) menunjukkan bahwa tingkat interpersonal trust dan intimate friendship berkontribusi secara signifikan terhadap keterbukaan diri Generasi Z di media sosial. Temuan tersebut diperkuat oleh Rahmadani dan Ratnasari (2025) yang menjelaskan bahwa hubungan pertemanan yang intim mendorong peningkatan self-disclosure pada pengguna fitur Close Friends Instagram. Selain itu, Widara dan Rinaldi (2025) menemukan bahwa kepercayaan interpersonal menjadi salah satu prediktor utama keterbukaan diri dalam komunikasi digital pada Generasi Z.

Dimensi Trust menggambarkan keyakinan individu bahwa pasangan akan menjaga kerahasiaan informasi, memberikan dukungan emosional, dan menunjukkan respons yang positif selama berinteraksi melalui media digital. Sementara itu, Sense of

Connection merepresentasikan persepsi mengenai keberadaan, perhatian, serta keterhubungan psikologis dengan pasangan meskipun tidak berada pada lokasi yang sama. Kedua dimensi tersebut berkaitan erat dengan Frequency and Quality of Digital Communication, yaitu frekuensi komunikasi yang disertai kualitas interaksi yang responsif, hangat, dan bermakna. Penelitian Leite dan Baptista (2021) menjelaskan bahwa persepsi keintiman lebih dipengaruhi oleh kualitas komunikasi dibandingkan sekadar intensitas interaksi. Senada dengan itu, Zhang et al. (2022) membuktikan bahwa kualitas respons pasangan dalam komunikasi digital memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap pembentukan intimasi dibandingkan saluran komunikasi yang digunakan. Hasil-hasil tersebut menunjukkan bahwa komunikasi digital yang berkualitas memungkinkan individu membangun hubungan emosional yang stabil sekalipun berlangsung melalui media berbasis teknologi.

### **Kerangka Konseptual Penelitian**

Berdasarkan sintesis teori dan hasil penelitian terdahulu, penelitian ini memandang Perceived Digital Intimacy sebagai konstruk laten yang dibentuk oleh lima dimensi utama, yaitu Emotional Closeness, Self-Disclosure, Trust, Sense of Connection, dan Frequency and Quality of Digital Communication. Kelima dimensi tersebut saling melengkapi dalam menggambarkan persepsi individu terhadap kualitas hubungan romantis yang berlangsung melalui komunikasi digital. Oleh karena itu, setiap dimensi diterjemahkan ke dalam sejumlah indikator perilaku yang kemudian dikembangkan menjadi butir pernyataan untuk mengukur konstruk Perceived Digital Intimacy.

### **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan desain pengembangan instrumen (instrument development) dengan pendekatan kuantitatif untuk memperoleh bukti validitas dan reliabilitas awal instrumen Perceived Digital Intimacy pada Generasi Z Indonesia yang sedang atau pernah menjalani hubungan romantis. Pengembangan instrumen dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu penyusunan definisi konseptual berdasarkan Social Information Processing Theory dan Hyperpersonal Model, penurunan indikator ke dalam lima dimensi (Emotional Closeness, Self-Disclosure, Trust, Sense of Connection, serta Frequency and Quality of Digital Communication), penyusunan butir pernyataan, penilaian validitas isi (content validity) melalui expert judgment, uji coba awal (pilot

testing), dan pengujian validitas konstruk menggunakan Confirmatory Factor Analysis (CFA). Validitas isi dievaluasi oleh tiga ahli yang memiliki kompetensi di bidang psikologi, psikometri, dan metodologi penelitian menggunakan Content Validity Index (CVI) pada tingkat item (Item Content Validity Index/I-CVI) dan skala (Scale Content Validity Index/S-CVI). Seluruh butir memperoleh nilai I-CVI  $\geq 0,78$  dan nilai S-CVI sebesar 0,94, sehingga memenuhi kriteria validitas isi yang direkomendasikan oleh Polit dan Beck (2021). Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, satu butir dieliminasi karena memiliki tingkat kesesuaian yang rendah terhadap indikator konstruk, sehingga instrumen yang digunakan pada tahap pengujian terdiri atas 39 butir pernyataan. Uji coba awal melibatkan 30 responden untuk mengevaluasi kejelasan redaksi item dan konsistensi internal menggunakan koefisien Cronbach's alpha sebelum instrumen digunakan pada pengambilan data utama (Boateng et al., 2020).

Pengambilan data utama dilakukan terhadap 150 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria berusia 18–27 tahun, termasuk dalam kategori Generasi Z, menggunakan media komunikasi digital secara aktif, serta sedang atau pernah menjalani hubungan romantis dalam satu tahun terakhir. Jumlah sampel tersebut telah memenuhi rekomendasi minimum untuk analisis CFA pada penelitian pengembangan instrumen dengan kompleksitas model sedang, yaitu berkisar antara 100–200 responden, sehingga masih memadai untuk memperoleh estimasi parameter awal (Kyriazos, 2020; Hair et al., 2022). Data dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistics untuk menguji reliabilitas internal dan IBM SPSS AMOS versi 26 untuk menguji validitas konstruk melalui CFA. Evaluasi model dilakukan menggunakan beberapa indeks goodness of fit, yaitu Chi-square ( $\chi^2$ ), Comparative Fit Index (CFI), Tucker-Lewis Index (TLI), Standardized Root Mean Square Residual (SRMR), dan Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA). Selain itu, evaluasi model juga mempertimbangkan nilai standardized factor loading setiap indikator sebagai bukti validitas konstruk serta konsistensi internal instrumen sebagai dasar penilaian kualitas psikometrik instrumen yang dikembangkan (Brown, 2021; Kline, 2023).

## HASIL PENELITIAN

### Karakteristik Responden

**Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia (N = 150)**

| Usia (tahun) | Frekuensi | Persentase (%) |
|--------------|-----------|----------------|
| 16           | 1         | 0,7            |
| 17           | 6         | 4,0            |
| 18           | 53        | 35,3           |
| 19           | 47        | 31,3           |
| 20           | 9         | 6,0            |
| 21           | 21        | 14,0           |
| 22           | 11        | 7,3            |
| 24           | 2         | 1,3            |
| Total        | 150       | 100,0          |

Sumber : Hasil Penelitian, 2026

Mayoritas responden berada pada rentang usia 18–19 tahun (66,6%), yang menunjukkan bahwa sampel didominasi oleh individu pada fase akhir remaja menuju dewasa awal. Karakteristik ini sesuai dengan sasaran penelitian karena Generasi Z merupakan kelompok yang memiliki intensitas penggunaan media digital tinggi dalam membangun dan mempertahankan hubungan interpersonal. Menurut Vaterlaus et al. (2022), individu pada rentang usia tersebut lebih sering memanfaatkan komunikasi digital sebagai media utama dalam membangun kedekatan emosional dibandingkan generasi sebelumnya. Temuan ini memperkuat relevansi sampel penelitian dalam mengembangkan instrumen Perceived Digital Intimacy.

### Validitas Konstruk melalui Confirmatory Factor Analysis

**Tabel 2. Indeks Kesesuaian Model CFA Skala Perceived Digital Intimacy**

| Indeks       | Nilai       |
|--------------|-------------|
| $\chi^2$     | 1073        |
| df           | 564         |
| p            | <0,001      |
| CFI          | 0,844       |
| TLI          | 0,826       |
| SRMR         | 0,097       |
| RMSEA        | 0,077       |
| RMSEA 90% CI | 0,070–0,084 |

Sumber : Hasil Penelitian, 2026

Hasil Confirmatory Factor Analysis (CFA) menunjukkan bahwa model pengukuran menghasilkan nilai  $\chi^2 = 1073$  (df = 564;  $p < 0,001$ ), dengan CFI = 0,844, TLI = 0,826,

SRMR = 0,097, dan RMSEA = 0,077 (90% CI = 0,070–0,084). Berdasarkan rekomendasi Hair et al. (2022) dan Kline (2023), nilai RMSEA telah memenuhi kategori acceptable fit, sedangkan nilai CFI, TLI, dan SRMR belum mencapai batas yang umumnya direkomendasikan untuk good model fit. Oleh karena itu, hasil ini belum dapat diinterpretasikan sebagai model dengan kesesuaian yang optimal, melainkan memberikan bukti awal (preliminary evidence) bahwa struktur lima dimensi yang dikembangkan telah mampu merepresentasikan konstruk Perceived Digital Intimacy, meskipun masih memerlukan penyempurnaan model pada penelitian selanjutnya.

Temuan tersebut sejalan dengan penelitian Brown (2021) yang menjelaskan bahwa pengembangan instrumen baru sering kali menghasilkan indeks kesesuaian model yang belum optimal pada pengujian awal karena struktur konstruk masih memerlukan evaluasi melalui sampel yang lebih besar dan lebih heterogen. Dengan demikian, hasil CFA dalam penelitian ini lebih tepat dipandang sebagai dasar awal untuk pengembangan instrumen daripada sebagai model final yang telah sepenuhnya memenuhi seluruh kriteria psikometrik.

#### Factor Loading Setiap Dimensi

**Tabel 3. Factor Loading Skala Perceived Digital Intimacy**

| Item | Dimensi             | B      | SE     | z     | p      | $\beta$ (Stand.) |
|------|---------------------|--------|--------|-------|--------|------------------|
| 9    | Emotional Closeness | 0,634  | 0,0583 | 10,88 | <0,001 | 0,779            |
| 10   | Emotional Closeness | 0,503  | 0,0566 | 8,88  | <0,001 | 0,665            |
| 11   | Emotional Closeness | 0,604  | 0,0566 | 10,67 | <0,001 | 0,770            |
| 12   | Emotional Closeness | 0,502  | 0,0767 | 6,55  | <0,001 | 0,525            |
| 13   | Emotional Closeness | 0,595  | 0,0632 | 9,43  | <0,001 | 0,703            |
| 15*  | Emotional Closeness | -0,194 | 0,0707 | -2,74 | 0,006  | -0,229           |
| 16*  | Emotional Closeness | -0,256 | 0,0695 | -3,69 | <0,001 | -0,290           |
| 17   | Self-Disclosure     | 0,601  | 0,0680 | 8,84  | <0,001 | 0,661            |
| 18   | Self-Disclosure     | 0,624  | 0,0631 | 9,90  | <0,001 | 0,718            |
| 19   | Self-Disclosure     | 0,444  | 0,0481 | 9,23  | <0,001 | 0,685            |
| 20   | Self-Disclosure     | 0,722  | 0,0558 | 12,95 | <0,001 | 0,866            |
| 22   | Self-Disclosure     | -0,166 | 0,0734 | -2,26 | 0,024  | -0,184           |

|    |                                                |        |        |       |        |        |
|----|------------------------------------------------|--------|--------|-------|--------|--------|
| 24 | Self-Disclosure                                | 0,409  | 0,0470 | 8,72  | <0,001 | 0,649  |
| 1  | Trust                                          | 0,528  | 0,0536 | 9,84  | <0,001 | 0,717  |
| 2  | Trust                                          | 0,500  | 0,0577 | 8,67  | <0,001 | 0,653  |
| 3  | Trust                                          | 0,677  | 0,0545 | 12,44 | <0,001 | 0,840  |
| 4  | Trust                                          | 0,524  | 0,0540 | 9,69  | <0,001 | 0,709  |
| 5  | Trust                                          | 0,475  | 0,0641 | 7,42  | <0,001 | 0,575  |
| 6  | Trust                                          | 0,547  | 0,0498 | 10,98 | <0,001 | 0,774  |
| 7  | Trust                                          | -0,316 | 0,0700 | -4,51 | <0,001 | -0,372 |
| 8  | Trust                                          | -0,347 | 0,0764 | -4,54 | <0,001 | -0,373 |
| 25 | Sense of Connection                            | 0,486  | 0,0436 | 11,16 | <0,001 | 0,773  |
| 26 | Sense of Connection                            | 0,538  | 0,0490 | 10,97 | <0,001 | 0,764  |
| 27 | Sense of Connection                            | 0,622  | 0,0481 | 12,94 | <0,001 | 0,850  |
| 28 | Sense of Connection                            | 0,430  | 0,0465 | 9,25  | <0,001 | 0,673  |
| 29 | Sense of Connection                            | 0,484  | 0,0480 | 10,09 | <0,001 | 0,720  |
| 30 | Sense of Connection                            | -0,270 | 0,0641 | -4,21 | <0,001 | -0,334 |
| 31 | Sense of Connection                            | -0,417 | 0,0745 | -5,60 | <0,001 | -0,443 |
| 32 | Sense of Connection                            | 0,574  | 0,0502 | 11,44 | <0,001 | 0,786  |
| 33 | Frequency and Quality of Digital Communication | 0,568  | 0,0468 | 12,14 | <0,001 | 0,823  |
| 34 | Frequency and Quality of Digital Communication | 0,509  | 0,0504 | 10,11 | <0,001 | 0,726  |
| 35 | Frequency and Quality of Digital Communication | 0,529  | 0,0507 | 10,44 | <0,001 | 0,743  |
| 36 | Frequency and Quality of Digital Communication | 0,605  | 0,0500 | 12,10 | <0,001 | 0,821  |
| 37 | Frequency and Quality of Digital Communication | 0,512  | 0,0428 | 11,97 | <0,001 | 0,815  |
| 38 | Frequency and Quality of Digital Communication | -0,377 | 0,0640 | -5,89 | <0,001 | -0,445 |
| 39 | Frequency and Quality of Digital Communication | -0,303 | 0,0613 | -4,95 | <0,001 | -0,372 |

Sumber : Hasil Penelitian, 2026

Seluruh indikator pada kelima dimensi menunjukkan factor loading yang signifikan ( $p < 0,05$ ), sehingga setiap butir mampu merepresentasikan konstruk yang diukur sesuai dengan dimensi teoritisnya. Nilai standardized loading berkisar antara 0,525–0,866 pada item positif, yang menunjukkan kontribusi indikator berada pada kategori sedang hingga tinggi. Dimensi Self-Disclosure memiliki indikator dengan nilai loading tertinggi ( $\beta = 0,866$ ), mengindikasikan bahwa keterbukaan diri merupakan salah satu aspek yang paling kuat dalam membentuk persepsi keintiman digital pada Generasi Z. Temuan ini konsisten dengan penelitian Leite dan Baptista (2021) serta Sun et al. (2022) yang menunjukkan bahwa pengungkapan diri melalui media digital merupakan prediktor penting dalam pembentukan kedekatan emosional.

Sebaliknya, beberapa indikator seperti item 7, 8, 15, 16, 22, 30, 31, 38, dan 39 memiliki factor loading bernilai negatif. Nilai tersebut tidak menunjukkan bahwa item tidak valid, melainkan disebabkan oleh penyusunan item dalam bentuk reverse item sehingga arah skornya berlawanan dengan konstruk utama. Setelah dilakukan proses reverse scoring, item-item tersebut tetap memberikan kontribusi signifikan terhadap konstruk laten dan dipertahankan dalam instrumen. Penggunaan reverse item merupakan strategi yang lazim diterapkan dalam pengembangan instrumen psikologi untuk mengurangi kecenderungan responden memberikan jawaban yang seragam (acquiescence bias) serta meningkatkan kualitas pengukuran (Swain et al., 2022). Oleh karena itu, keberadaan loading negatif pada penelitian ini lebih mencerminkan arah pengkodean item daripada kelemahan konstruk yang diukur.

Secara keseluruhan, hasil CFA menunjukkan bahwa kelima dimensi, yaitu Emotional Closeness, Self-Disclosure, Trust, Sense of Connection, serta Frequency and Quality of Digital Communication, berkontribusi dalam membentuk konstruk Perceived Digital Intimacy. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Croes dan Antheunis (2021), Machfudz et al. (2021), serta Matthes et al. (2021) yang menyatakan bahwa keintiman dalam komunikasi digital merupakan hasil interaksi antara kualitas komunikasi, rasa percaya, kedekatan emosional, dan keterbukaan diri. Perbedaan ini mengintegrasikan seluruh aspek tersebut ke dalam satu instrumen psikometri yang secara khusus dikembangkan untuk mengukur Perceived Digital Intimacy pada Generasi Z Indonesia.

## KESIMPULAN

Penelitian ini memberikan bukti psikometrik awal bahwa instrumen Perceived Digital Intimacy yang dikembangkan mampu merepresentasikan keintiman digital sebagai konstruk multidimensional pada Generasi Z, yang mencakup Emotional Closeness, Self-Disclosure, Trust, Sense of Connection, serta Frequency and Quality of Digital Communication. Temuan ini memperkaya kajian psikologi digital dengan menunjukkan bahwa keintiman dalam hubungan romantis berbasis teknologi dibentuk oleh kualitas interaksi psikologis, bukan semata-mata intensitas komunikasi digital. Meskipun demikian, hasil analisis konstruk menunjukkan bahwa model masih memerlukan penyempurnaan agar memperoleh tingkat kesesuaian yang lebih optimal.

Secara praktis, instrumen ini berpotensi digunakan sebagai alat asesmen awal dalam penelitian maupun layanan psikologi untuk mengidentifikasi tingkat keintiman digital pada hubungan romantis Generasi Z. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan sampel yang lebih besar dan beragam serta melengkapi pengujian psikometrik, seperti validitas konvergen, validitas diskriminan, Average Variance Extracted (AVE), Composite Reliability (CR), dan invariansi pengukuran, sehingga instrumen memiliki validitas dan reliabilitas yang lebih kuat untuk digunakan pada berbagai konteks penelitian dan praktik psikologi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aulia, Z., & Dwatra, F. D. (2025). *Kontribusi interpersonal trust dan intimate friendship terhadap self-disclosure Generasi Z pengguna second account Instagram*. TSAQOFAH: Jurnal Penelitian Guru Indonesia, 5(3), 2185-2202.
- Boateng, G. O., Neilands, T. B., Frongillo, E. A., Melgar-Quinonez, H. R., & Young, S. L. (2020). *Best practices for developing and validating scales for health, social, and behavioral research: A primer*. Frontiers in Public Health, 8.
- Brown, T. A. (2021). *Confirmatory factor analysis for applied research* (2nd ed.). Guilford Press.
- Claudia, S., & Evangelita, T. (2025). *Komunikasi pasangan Generasi Z dalam berpacaran: Dari self disclosure menuju toxic relationship*. Jurnal Studi Jurnalistik, 7(2), 11-19.
- Croes, E. A., & Antheunis, M. L. (2021). Perceived intimacy differences of daily online and offline interactions in people's social network. *Societies*, 11(1), 13.
- Firual, A. R., & Hariyadi, S. (2022). *Pengaruh interpersonal trust dan intimate friendship terhadap self-disclosure Generasi Z pengguna Twitter*. Journal of Social and Industrial Psychology, 11(1), 41-50.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2022). *Multivariate data analysis* (9th ed.). Cengage Learning.
- Hasbiyah, D., Lutfi, M., & Setiawan, H. (2023). Pengaruh pengungkapan diri terhadap intimate relationship pada pengguna dating apps Tantan. *Karimah Tauhid*, 2(6), 2459-2487.
- Hidayanto, S., & Sarwono, B. (2021). Can technology replace human affection? *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 558, 181-186.

- Indraswari, R. (2025). Afordansi platform, privasi, dan pola komunikasi antarpribadi: Studi tentang pengalaman romantis Generasi Z di MiChat. *Populis: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 19(2), 229-247.
- Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling* (5th ed.). Guilford Press.
- Kyriazos, T. A. (2020). *Applied psychometrics: Sample size and sample power considerations in factor analysis*. *Psychology*, 11(8), 1208-1230.
- Leite, F. P., & Baptista, P. P. (2021). *Influencers' intimate self-disclosure and its impact on consumers' self-brand connections: Scale development, validation, and application*. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 16(3), 420-437.
- Machfudz, F. S., Boer, K. M., & Wongso, H. (2021). Cyberintimacy involvement on building emotional intimacy in close relationship on Indonesian Tinder users. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 6(2), 209-220.
- Matthes, J., Koban, K., Neureiter, A., & Stevic, A. (2021). Longitudinal relationships among fear of COVID-19, smartphone online self-disclosure, happiness, and psychological well-being: Survey study. *Journal of Medical Internet Research*, 23(9), e28700.
- Pattihua, M., & Manuputty, F. (2023). Intimasi digital dan keterbukaan diri pada dewasa awal: Perspektif sosiokultural dari pengguna Litmatch di Kota Ambon. *Populis: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 17(1), 52-68.
- Polit, D. F., & Beck, C. T. (2021). *Nursing research: Generating and assessing evidence for nursing practice* (11th ed.). Wolters Kluwer.
- Rahmadani, R., & Ratnasari, L. (2025). *The effect of intimate friendship on self-disclosure among Gen Z users of the Close Friend feature on Instagram*. *Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 4(1), 25-32.
- rown, T. A. (2021). *Confirmatory factor analysis for applied research* (2nd ed.). Guilford Press.
- Shepia, D. R., Rohayati, N., & Ibad, C. (2025). *Gen Z confiding: The role of anonymity and loneliness in the self-disclosure among ChatGPT users*. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Konseling*, 11(2).
- Sun, Y., Shao, X., Li, X., Guo, Y., & Nie, K. (2022). *The effect of self-disclosure on mass trust through TikTok: An empirical study of short video streaming application users*. *Frontiers in Psychology*, 13.
- Swain, S. D., Weathers, D., & Niedrich, R. W. (2008). Assessing three sources of misresponse to reversed Likert items. *Journal of marketing research*, 45(1), 116-131.
- Syawal, M. S., Dwiandini, A., Khaerunnisa, D. H., & Irwansyah. (2023). Application of Social Penetration Theory to the development of romantic relationships through social media. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 32520-32534.
- Tulane, S., Vaterlaus, J. M., & Southwick, A. (2025). "I wish I knew more than my 15-year-old": Mother and early adolescent reflections on information communication technologies. *The Social Science Journal*, 62(3), 893-907.
- Wahyuti, T., & Sudarmanti, R. (2025). The influence Of whatsapp usage on persuasive communication in romantic relationships: A study among Indonesian Generation Z. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 11(2), 259-272.
- Walther, J. B., & Whitty, M. T. (2021). Language, psychology, and new new media: The hyperpersonal model of mediated communication at twenty-five years. *Journal of Language and Social Psychology*, 40(1), 120-135.
- Widara, R. H., & Rinaldi. (2025). *Pengaruh interpersonal trust dan social anxiety terhadap self-disclosure pengguna second account Instagram pada Generasi Z di Kota Padang*. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 11(1), 1-15.
- Zhang, Y., Afifi, T. D., Ledbetter, A. M., dan Kim, J. (2022). *An experiment on the effects of self-disclosure on perceived partner responsiveness and intimacy in zero-acquaintance relationships*. *Communication Studies*, 73(3), 305-322.