PESHUM : Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora
Vol.4, No.5, Agustus 2025

Adaptasi Instrumen *Identity Bubble Reinforcement Scale* (IBRS) dalam Versi Bahasa Indonesia

Deava Oktaviani Hidayat[1], Sherly Nur Aliyah[2], Devi Lusiria[3]
[1]Fakultas Psikologi dan Kesehatan, Universitas Negeri Padang
E-mail: deavaoktavia@gmail.com[1], sherlynuraliyah17@gmail.com[2], devilusiria@fpk.unp.ac.id[3]

Article History:
Received: 19 Juli 2025
Revised: 28 Juli 2025
Accepted: 30 Juli 2025

Keywords: *Exploratory Factor Analysis (EFA), Confirmatory Factor Analysis (CFA), social media, personal identity.*

Abstract: *Media sosial adalah jejaring sosial, yaitu platform daring yang memungkinkan setiap individu membuat halaman pribadi, terhubung dengan orang lain, serta berbagi informasi, pengalaman, dan berinteraksi secara dinamis. Media sosial tidak hanya mempermudah akses informasi dan hiburan, tetapi juga menyediakan ruang bagi individu untuk merepresentasikan dirinya, berkomunikasi, bekerja sama, dan membangun hubungan sosial secara virtual. IBRS adalah skala yang mengukur kecenderungan individu untuk memperkuat identitas diri melalui interaksi di media sosial. Tujuan dari rangkaian penelitian ini adalah mengadaptasi dan menerjemahkan alat ukur Identity Bubble Reinforcement Scala (IBRS) yang dikembangkan oleh Kaakinen, Sirola, Savolainen, dan Oksanen (2018) ke dalam versi bahasa Indonesia. Partisipan adalah pengguna social media aktif di Indonesia (n=302) yang berusia 15-25 tahun, Dari hasil analisis menggunakan Exploratory Factor Analisis (EFA) didapatkan uji asumsi Kaiser Meyer Olkin (KMO) Test dan Bartlett's Test, didapatkan nilai overall MSA sebesar 0,809 dan nilai Bartlett's sebesar <0.001 (p <0.05). Berdasarkan scree plot terdapat tiga faktor atau dimensi dalam instrumen. Sedangkan analisis menggunakan Confirmatory Factor Analysis (CFA) menunjukkan bahwa nilai fit p-value=<0.001, RMSEA=0.102 (CFI=0.979, TLI=0.969, NNFI=0.969, SRMR=0.054, dan GFI=0.90). Hasil ini juga menunjukkan bahwa model telah memenuhi kriteria kecocokan model yang ideal, meskipun terdapat beberapa nilai parameter yang belum terpenuhi.*

PENDAHULUAN

Pada era digital saat ini, fenomena media sosial sangat signifikan dalam kehidupan mayarakat luas (Gugule & Masra, 2022). Kaplan dan Haenlein (2010), menjelaskan bahwa media sosial merupakan sekumpulan aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas prinsip dan teknologi Web 2.0. Hal ini memungkinkan pengguna untuk menciptakan serta membagikan konten yang

dihasilkan sendiri (*user-generated content*) (Aviarni et al., 2020). Salah satu bentuk dari media sosial adalah jejaring sosial, yaitu platform daring yang memungkinkan setiap individu membuat halaman pribadi, terhubung dengan orang lain, serta berbagi informasi, pengalaman, dan berinteraksi secara dinamis. Di Indonesia, penggunaan media sosial menunjukkan tren yang terus meningkat (Machyudi & Susri, 2020).

Data dari Kemp (2025) menunjukkan bahwa tercatat 143 juta orang pengguna media sosial pada tahun 2025 di Indonesia. Jumlah ini setara dengan 50,2 persen dari total populasi. Data ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh penduduk Indonesia telah mengakses dan memanfaatkan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Dari aspek demografi, pengguna laki-laki mendominasi dengan proporsi sekitar 54,0 persen, sedangkan pengguna perempuan mencapai 46,7 persen. Di mana penggunaan sosial media ini tidak hanya terbatas pada orang dewasa, tetapi juga anak-anak (Fauzia et al., 2023). Beberapa platform media sosial yang paling banyak digunakan antara lain YouTube, Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, Messenger, Snapchat, dan Twitter (Kemp, 2025).

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan terhadap pola komunikasi dan interaksi sosial masyarakat. Internet kini menjadi ruang digital yang bersifat kultural, di mana media sosial berperan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, menjalin relasi, mengekspresikan diri secara bebas tanpa terikat oleh batasan geografis dan waktu dan menjadikan teknologi informasi sebagai sarana yang tidak dapat di pisahkan kehidupan modern (Allioui & Mourdi 2023; Sakti & Yulianto, 2018). Media sosial tidak hanya mempermudah akses informasi dan hiburan, tetapi juga menyediakan ruang bagi individu untuk merepresentasikan dirinya, berkomunikasi, bekerja sama, dan membangun hubungan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015; Santie & Mesra, 2022). Meski menawarkan berbagai peluang, media sosial juga menimbulkan tantangan serius bagi perkembangan psikologis serta kesehatan mental penggunanya (Sukendro et al., 2022)

Menurut Klap, identitas mencakup seluruh aspek dalam diri seseorang yang mampu merepresentasikan dirinya secara sah dan dapat dipercaya, seperti status, nama, kepribadian, serta latar belakang kehidupannya (Berger, 2010). Identitas diri juga mencerminkan kesadaran individu dalam memahami dan menempatkan dirinya sebagai pribadi yang unik, yang memiliki keyakinan, nilai, serta peran yang relatif stabil dalam kehidupan sosial (Papalia, 2009). Goffman (2002) membandingkan kehidupan sosial dengan sebuah pertunjukan teater, di mana setiap individu memainkan peran di hadapan audiens. Dalam konteks media sosial, individu menjadi "aktor" yang berusaha memperoleh pengakuan dan validasi dari lingkungan sosialnya. Individu cenderung terdorong untuk menampilkan versi terbaik dari diri mereka, sehingga memunculkan kebutuhan untuk mengenakan "topeng" dalam proses pembentukan identitas. Individu seolah mengenakan "topeng" untuk membentuk identitas baru yang tidak mencerminkan kehidupan sebenarnya. Dalam beberapa kasus, individu bahkan sengaja mengubah identitas mereka secara drastis, misalnya dengan menggunakan akun palsu, identitas fiktif, atau memiliki lebih dari satu akun (Prasetya et al., 2022). Melalui topeng ini, mereka dapat menyesuaikan citra diri yang ditampilkan sesuai dengan persepsi yang ingin dibentuk di mata orang lain (Hanandha dan Kurniawan, 2023).

Media sosial memberikan ruang bagi individu untuk membentuk identitas daring dengan menonjolkan aspek-aspek tertentu dari kehidupan mereka. Pemilihan elemen-elemen ini sering kali menghasilkan citra diri yang lebih positif atau ideal daripada kondisi nyata sehari-hari. Di sisi lain, media sosial juga menjadi sarana untuk mengekspresikan diri secara terbuka. Namun, ketika tindakan individu tampil mencolok dan menjadi konsumsi publik, hal tersebut bisa terjadi secara disengaja maupun tidak disengaja (Wuriyanti & Febriana, 2022). Erikson menegaskan bahwa keberhasilan individu dalam membentuk identitas dapat dilihat dari kemampuannya dalam

memahami kelebihan dan kekurangan dirinya, serta dalam menyesuaikan diri dengan keberagaman individu lain di lingkungan sosialnya (Desmita, 2006).

Media sosial berperan penting dalam membentuk pola interaksi manusia sekaligus konstruksi identitas sosial di ranah digital (Mesra et al., 2023). Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa era digital memiliki pengaruh signifikan terhadap perubahan identitas sosial remaja di Indonesia (Sari et al. 2019). Temuan mereka mengungkap bahwa keterlibatan aktif remaja dalam penggunaan media sosial tidak hanya membentuk identitas pribadi mereka, tetapi juga memperluas cakupan identitas sosial yang mereka miliki. Di sisi lain, studi oleh Kusumawardhani dan Kusumawardhani (2018) fenomena ini memicu munculnya konflik identitas sosial akibat interaksi yang terjadi di dunia maya. Penelitian oleh Wijayanti dan Kusumawardhani (2018) mempertegas bahwa dinamika interaksi sosial yang berlangsung di media sosial dapat mendorong terjadinya transformasi identitas. Interaksi tersebut memungkinkan individu mengalami pergeseran atau perubahan dalam cara mereka memandang dan membentuk identitas dirinya di tengah lingkungan digital. Di tengah kemajuan teknologi digital yang pesat, transformasi identitas sosial menjadi isu yang semakin signifikan untuk dikaji secara ilmiah (Mesra et al., 2023). Perubahan cara individu membentuk dan merepresentasikan dirinya di ruang publik kini tidak dapat dipisahkan dari kehadiran media sosial. Di Indonesia, fenomena ini menjadi semakin penting untuk ditelaah mengingat tingginya tingkat penetrasi internet, dengan pengguna media sosial yang terus meningkat dari berbagai kelompok usia. Remaja dan dewasa muda menjadi kelompok yang paling aktif dan rentan terhadap pengaruh media sosial dalam proses pembentukan identitas diri.

Dalam konteks digital, pembentukan identitas semakin dipengaruhi oleh dinamika interaksi di media sosial. Identitas diri tidak hanya dibentuk oleh preferensi pribadi, tetapi juga oleh pengaruh komunitas digital yang memberi tekanan sosial terselubung (Rahmawati, 2022). Menurut kerangka kerja *Identity Bubble Reinforcement Scale* (IBRS) yang dikemukakan oleh Kaakinen, Sirola, Savolainen, dan Oksanen (2018), IBRS adalah skala yang mengukur kecenderungan individu untuk memperkuat identitas diri melalui interaksi di media sosial. Media sosial memungkinkan perluasan jaringan komunikasi dan interaksi sosial yang dapat memperkuat validasi identitas diri individu. Penggunaan media sosial yang berorientasi pada identitas ini berpotensi menimbulkan fenomena "gelembung identitas" (*identity bubble*), yang terdiri atas tiga elemen utama: identifikasi dengan kelompok sosial daring (identifikasi sosial), kecenderungan untuk berinteraksi dengan individu yang memiliki kesamaan pandangan (homofili), serta ketergantungan terhadap informasi yang sejalan dengan pandangan pribadi (bias informasi). Ketiga elemen ini saling berinteraksi dan berkontribusi terhadap terbentuknya ruang sosial virtual yang homogen, sekaligus memperkuat konstruksi identitas secara selektif.

Perkembangan media sosial memungkinkan terbentuknya lingkungan interaksi yang memperkuat identitas sosial, maka penting untuk mengembangkan alat ukur ini untuk melihat sejauh mana identitas individu dalam media sosial. Pada penelitian sebelumnya telah dilakukan penelitian untuk mengukur identitas individu di media sosial, seperti *Identity Bubble Reinforcement Scala* (IBRS) (Kaakinen et al., 2018) yang merupakan bentuk pengembangan dari *Identity Bubble reinforcement Model* (IBRM) (Keipi et al., 2017). Di mana hasil pada penelitian tersebut menunjukkan bahwa individu yang cenderung lebih aktif di media sosial, lebih bergantung pada informasi dari kelompok sejenis, dan lebih rentan terhadap penguatan identitas sosial melalui interaksi daring. Namun, hingga saat ini, belum terdapat versi IBRS yang telah diadaptasi ke dalam konteks budaya Indonesia. Padahal, karakteristik pengguna media sosial Indonesia yang sangat aktif dan beragam secara sosial-budaya menuntut adanya alat ukur yang valid dan reliabel dalam konteks lokal. Dengan demikian, penting untuk melakukan proses adaptasi dan validasi instrumen IBRS agar dapat digunakan dalam penelitian. Tujuan dari rangkaian penelitian ini adalah

mengadaptasi dan menerjemakan alat ukur *Identity Bubble Reinforcement Scala* (IBRS) yang dilakukan oleh Kaakinen, Sirola, Savolainen, dan Oksanen (2018). Penelitian ini menggunakan pengujian realibilitas dan validitas. Reliabilitas diuji dengan konsisten internal dan validitas diuji dengan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Penelitian sebelumnya menunjukan bahwa individu yang memiliki kecenderungan tinggi terhadap gelembung identitas online adalah pengguna media sosial aktif dan komplusif.

METODE PENELITIAN

Partisipan

Subjek dalam penelitian ini berjumlah 306 orang yang merupakan generasi muda dengan rentang usia 15-25 tahun. Berdasarkan jenis kelamin, subjek terdiri dari 84 orang laki-laki dan 222 orang perempuan (M=21.05 dan SD=2.02). Adapun uraian data demografi subjek adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Data Demografi Subjek

Kategori	Frekuensi (N=306)	Persentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	84	28%
Perempuan	222	72%
Usia		
15 Tahun	7	2.29%
16 Tahun	5	1.63%
17 Tahun	8	2.62%
18 Tahun	13	4.25%
19 Tahun	16	5.23%
20 Tahun	44	14,38%
21 Tahun	77	25.16%
22 Tahun	80	26.14%
23 Tahun	30	9.80%
24 Tahun	14	4.58%
25 Tahun	12	3.92%

Instrumen

Alat ukur yang diadaptasi dalam penelitian ini adalah *Identity Bubble Reinforcement Scale* (IBRS) yang dikembangkan oleh Kaakinen, Sirola, Savolainen, dan Oksanen (2018). Instrumen ini terdiri dari 9 aitem yang mewakili 3 dimensi utama, yaitu *social indentification, homophily*, dan *information bias*. Di mana masing-masing dimensi memiliki 3 aitem. Instrumen ini memiliki nilai reliabilitas sebesar 0.92. Nilai ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai >0.70 (Ramdani et al., 2023). Reliabilitas ini adalah sejauh mana hasil dari sebuah pengukuran dapat dipercaya untuk digunakan (Ramadhan et al., 2024). Adapun respons dari skala ini berupa skala likert dengan rentang nilai 1 (sangat tidak setuju) hingga 10 (sangat setuju).

Prosedur

Adapun prosedur dari adaptasi alat ukur ini adalah sebagai berikut.

Tahap 1: Pre-kondisi. Pada tahap ini, peneliti melakukan pencarian alat ukur yang akan

diadaptasi yang kemudian dilakukan korespondensi melalui surel yang dikirimkan kepada Prof. Atte Oksanen guna mendapatkan izin untuk adaptasi alat ukur IBRS-9 ke dalam versi bahasa Indonesia.

Tahap 2: Penerjemahan alat ukur. Alat ukur IBRS-9 ini sebelumnya masih dalam versi bahasa Inggris, sehingga dilakukan proses penerjemahan menjadi bahasa Indonesia. Penerjemahan ini dilakukan dengan menerjemahkan setiap aitem ke dalam bahasa Indonesia yang dilakukan oleh 3 orang penerjemah .

Tahap 3: Peninjauan hasil terjemahan. Hasil terjemahan ini kemudian dilakukan *expert judgement* untuk menilai apakah aitem-aitem terjemahan sudah sesuai atau tidak dengan konteks budaya di Indonesia. Tahap ini juga berguna untuk menilai kejelasan aitem dan apakah aitem dapat dipahami.

Tahap 4: Sintesis hasil terjemahan. Setelah dilakukannya proses penerjemahan dan evaluasi melalui *expert judgement*, aitem-aitem kemudian dirumuskan dan dilakukan *backward translation* dari bahasa Indonesia ke bahasa Inggris untuk meninjau kembali kesesuaian aitem dengan versi asli.

Tahap 5: Peninjauan hasil terjemahan. Hasil sintesis kemudian dilakukan kembali peninjauan. Setelah peninjauan dilakukan, peneliti kemudian merumuskan kelmbali aitem-aitem yang ada.

Tahap 6: Uji coba. Aitem-aitem yang sudah diterjemahkan dan dirumuskan kemudian disusun dan disebar kepada partisipan yang memenuhi kriteria. Uji coba ini dilakukan melalui google form dengan jumlah 306 partisipan yang merupakan generasi muda berusia 15-25 tahun. Adapun jawaban dari skala ini berbentuk skala likert dari rentang 1 (sangat tidak setuju) hingga 10 (sangat setuju).

Tahap 7: Analisis hasil. Peneliti melakukan analisis terhadap hasil data yang telah terkumpul pada tahap uji coba. Adapun analisis yang digunakan yaitu *Exploratoty Factor Analysis* (EFA) dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) dengan bantuan *software* JASP 0.19.3.0 *for* Windows. EFA dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui jumlah faktor yang digunakan dalam menyusun konstrak yang diukur. Sedangkan, analisis CFA dilakukan untuk melihat ketepatan model dari skala yang diuji (Hair et al., 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor pada instrumen *Identity Bubble Reinforcement Scale* (IBRS) dengan menggunakan pendekatan *Exploratoty Factor Analysis* (EFA) dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Instrumen ini mengukur gelembung identitas yang tercermin melalui aspek *social identification*, *homophily*, dan *information bias.* Proses adaptasi ini dilakukan melalui tahapan yang terstuktur, mulai dari penerjemahan, penyesuaian konteks ke dalam budaya Indonesia, dan uji validitas konstruk melalui pendekatan *Exploratoty Factor Analysis* (EFA) dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA).

Exploratory Factor Analysis (EFA)

Berdasarkan analisis faktor eksploratori yang telah dilakukan menggunakan bantuan *software* JASP 0.19.3.0 didapatkan hasil dengan uraian sebagai berikut.

Tabel 2. Uji Kaiser Meyer Olkin (KMO) Test

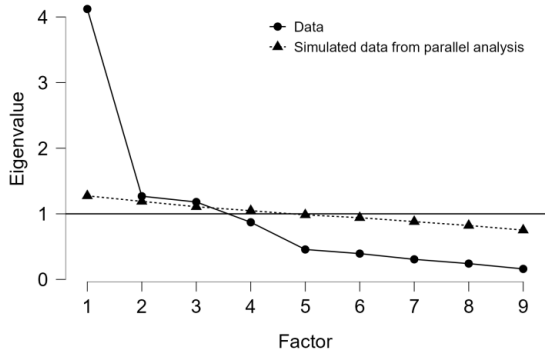
Kaiser-Meyer-Olkin Test

	MSA
Overall MSA	0.809
A1	0.811
A2	0.836
A3	0.863
A4	0.754
A5	0.723
A6	0.903
A7	0.798
A8	0.822
A9	0.890

Tabel 3. Uji Bartlett's Test

Bartlett's Test		
X^2	**df**	**p**
1345.336	36.000	< .001

Dari hasil uji asumsi menggunakan *Kaiser Meyer Olkin* (KMO) *Test* dan *Bartlett's Test*, didapatkan nilai *overall* MSA sebesar 0,809 dan nilai Bartlett's sebesar <0.001 (p <0.05). Melalui hasil ini dapat diketahui bahwa *Kaiser Meyer Olkin* (KMO) *Test* dikategorikan sangat baik, karena nilai *overall* MSA yang didapatkan >0.80. Hal ini menyatakan sampel yang digunakan mencukupi untuk dianalisis secara faktorial. Sedangkan, berdasarkan uji *Bartlett's Test* yang didapatkan diketahui bahwa adanya korelasi yang signifikan di antara aitem-aitem pada instrumen yang digunakan. Hal ini dikarenakan nilai p yang didapatkan pada uji Bartlett adalah <0.001 yang <0.05.



Gambar 1. Scree Plot

Berdasarkan *scree plot* dari hasil analisis, diketahui bahwa terdapat tiga faktor pada instrumen. Di mana titik infleksi terjadi setelah tiga faktor. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa terdapat tiga faktor atau dimensi dalam instrumen ini. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kaakinen, Sirola, Savolainen, dan Oksanen (2018) yang menunjukkan di mana terdapat tiga faktor dalam instrumen *Identity Bubble Reinforcement Scale* (IBRS).

Tabel 4. Muatan Faktor

Factor Loadings				
Aitem	**Factor 1**	**Factor 2**	**Factor 3**	**Uniqueness**
A1	0.838			0.205
A2	0.774			0.271
A3	0.753			0.335
A4		0.833		0.193
A5		0.895		0.139
A6		0.516		0.555
A7			0.751	0.389
A8			0.728	0.390
A9			0.263	0.901

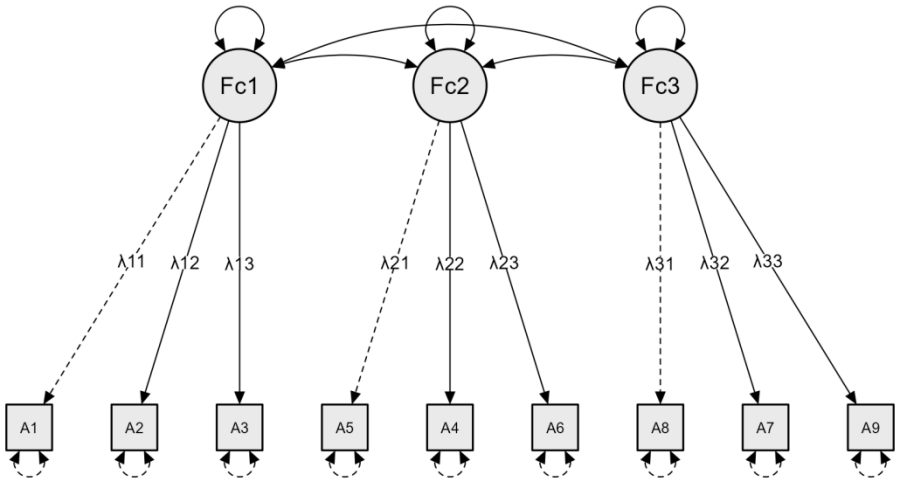
Dari tabel di atas diketahui bahwa terdapat tiga faktor pada instrumen *Identity Bubble Reinforcement Scale* (IBRS). Di mana hasil ini didapatkan melalui proses rotasi dengan menggunakan metode *varimax* dan metode *factoring maximum likehood*. Pada faktor pertama terdiri dari 3 aitem, yang terdiri dari aitem 1 dengan nilai statistik 0.838, aitem 2 dengan nilai 0.774, dan aitem 3 dengan nilai 0.753. Pada faktor kedua, terdapat sebanyak 3 aitem, yang terdiri dari aitem 4 dengan nilai statistik 833, aitem 5 dengan nilai 0.895, dan aitem 6 dengan nilai 0.516. Serta pada faktor 3 yang juga terdiri dari 3 aitem, yaitu aitem 7 dengan nilai 0.751, aitem 8 dengan nilai 0.728, dan aitem 9 dengan nilai statistik 0.263.

***Confirmatory Factor Analysis* (CFA)**

Setelah proses analisis *Exploratoty Factor Analysis* (EFA) selesai dilakukan, kemudian dilakukan analisis dengan menggunakan pendekatan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Berdasarkan hasil analisis faktor konfirmatori yang telah dilakukan didapatkan hasil dengan uraian sebagai berikut.

Tabel 5. Nilai Fit Indikator

Index	**Value**	**Kriteria**	**Keterangan**
Chi-square	<0.001	>0.05	Tidak fit
Comparative Fit Index (CFI)	0.979	>0.90	Fit
Tucker-Lewis Index (TLI)	0.969	>0.90	Fit
Bentler-Bonett Non-normed Fit Index (NNFI)	0.969	>0.90	Fit
Root mean square error of approximation (RMSEA)	0.102	<0.08	Tidak fit
Standardized root mean square residual (SRMR)	0.054	<0.08	Fit
Goodness of fit index (GFI)	0.996	>0.90	Fit



Gambar 2. Model Plot

Dari output di atas dapat diketahui bahwa secara umum model pengukuran instrumen *Identity Bubble Reinforcement Scale* (IBRS) telah fit. Hal ini didasarkan pada nilai parameter fit *p-value* dari CFI, TLI, NNFI, SRMR, dan GFI yang sudah sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Di mana nilai *Comparative Fit Index* (CFI) dengan nilai sebesar 0.979 yang sesuai dengan kriteria >0.90. Nilai pada indeks *Tucker-Lewis Index* (TLI) juga telah menunjukkan kesesuaian dengan kriteria dengan nilai 0.969 yang >0.90. Indeks *Bentler-Bonett Non-normed Fit Index* (NNFI) menunjukkan hal yang serupa di mana nilai yang diperoleh sesuai dengan kriteria >0.90 yaitu 0.969. Hal yang sama juga terjadi pada *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) yang mendapatkan nilai sebesar 0.054 dan sesuai dengan kriteria, yaitu <0.08. Selain itu, parameter *Goodness of Fit Index* (GFI) juga menunjukkan hasil serupa dengan nilai sebesar 0.996 yang sesuai dengan kriteria >0.90.

Pada model ini juga masih ditemukannya beberapa indeks yang belum fit, yaitu *p-value* dari *chi-square* memperoleh nilai <0.001 yang tidak sesuai dengan kriteria yaitu >0.05. Sehingga, nilai ini tidak fit. Selain itu, nilai *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA) sebesar 0.102 juga lebih besar dari pada kriteria <0.08 yang menandakan tidak fitnya data. Namun, hal ini masih dapat diabaikan karena data hanya tidak fit pada dua indeks saja, sedangkan pada 5 indeks lainnya menunjukkan bahwa data telah fit atau sesuai. Hasil ini juga menunjukkan bahwa model telah memenuhi kriteria kecocokan model yang ideal, meskipun terdapat beberapa nilai parameter yang belum terpenuhi.

Tabel 5. Muatan Faktor

Factor loadings			
Factor	**Indicator**	**Estimate**	**p**
Factor 1	A1	1.000	
	A2	0.964	< .001
	A3	0.900	< .001
Factor 2	A5	1.000	
	A4	1.122	< .001
	A6	0.712	< .001

Factor 3	A8	1.000	
	A7	0.901	< .001
	A9	0.432	< .001

Dari tabel di atas dapat terlihat bahwa 8 dari 9 aitem menunjukkan nilai *estimate* yang sesuai kriteria, yaitu >0.50. Pada faktor 1, aitem pada faktor 1 terletak pada rentang 0.900-1.000 yang pada aitem A1 memperoleh nilai sebesar 1.000 yang menunjukkan bahwa aitem ini merupakan aitem yang sangat representatif dalam mengukur faktor 1. Pada faktor 2, nilai *estimate* dengan rentang 0.712-1.122 yang pada aitem A4 diperoleh nilai sebesar 1.122 yang menunjukkan bahwa aitem ini merupakan aitem yang sangat representatif dalam mengukur faktor 2. Sedangkan pada faktor 3, nilai *estimate* terletak pada rentang 0.432-1.000. Hal ini menunjukkan bahwa aitem A8 merupakan aitem yang sangat merepresentasikan faktor 3 dengan nilai *estimate* 1.000. Adapun aitem yang tidak sesuai dengan kriteria ini adalah aitem A9. Di mana nilai muatan faktor pada aitem itu <0.5, yaitu sebesar 0.432. Sehingga, aitem ini dapat dipertimbangakan untuk direvisi atau dihilangkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa instrumen *Identity Bubble Reinforcement Scale* (IBRS) versi bahasa Indonesia terdiri dari tiga faktor sesuai dengan hasil yang didapatkan berdasarkan analisis dengan metode *Exploratoty Factor Analysis* (EFA). Sedangkan, pada hasil analisis dengan menggunakan pendekatan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) terlihat bahwa model pengukuran dari instrumen ini sudah dapat dikategorikan memenuhi nilai fit indikator, seperti nilai *p-value* dari CFI, TLI, NNFI, SRMR, dan GFI. Walaupun, masih terdapat beberapa fit indikator yang telah terpenuhi, seperti pada nilai *p-value* dari *chi-square dan* RMSEA. Oleh karena itu, instrumen ini sudah dapat dikatakan fit secara Confirmatory Factor Analysis (CFA) karena sebagian besar kriteria indikator fit telah terpenuhi. Penelitian selanjutnya dapat melakukan perbaikan atau revisi terhadap aitem dengan muatan faktor rendah untuk meningkatkan keakuratan instrumen.

DAFTAR REFERENSI

Allioui, H., & Mourdi, Y. (2023). Exploring the Full Potentials of IoT for Better Financial Growth and Stability: A Comprehensive Survey. *Sensors, 23*(19).

Aviarni, Arsyad, M., & Supiyah, R. (2020). Dampak Penggunaan Media Sosial Dalam Interaksi Sosial Mahasiswa. *Gemeinschaft: Jurnal Masyarakat Pesisir Dan Perdesaan*, *2*(2), 130–137.

Berger, A. A. (2015). *Pengantar semiotika: Tanda-tanda dalam kebudayaan kontemporer.* Yogyakarta: Tiara Wacana.

Desmita. (2006). *Psikologi Perkembangan.* PT. Remaja Rosdakarya.

Fauzia, S., Istirohmah, A. N., Lestari, P., & Azizah, M. N. (2023). Dampak penggunaan media sosial terhadap prestasi belajar peserta didik. *Jurnal BELAINDIKA (Pembelajaran Dan Inovasi Pendidikan)*, *5*(1), 21-27.

Gugule, H., & Mesra, R. (2022). Analisis Sosiologis Terhadap Video Viral Tiktok tentang Penegakan Hukum di Indonesia. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya, 8*(3), 1071.

Goffman, E. (2002). *The presentation of self in everyday life.* Garden City, NY, 259.

Hanandha, T. S. (2023). Hubungan antara Body Image dengan Self-Presentation di Media Sosial Instagram pada Remaja Putri. *BRKM*.

Kaakinen, M., Sirola, A., Savolainen, I., & Oksanen, A. (2018). Shared identity and shared information in social media: Development and validation of the identity bubble. *Media Psychology, 23*(1). 25-51.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons, 53*(1), 59-68.

Keipi, T., Näsi, M., Oksanen, A., & Räsänen, P. (2016). *Online hate and harmful content: Cross-national perspectives*. New York: Taylor & Francis.

Kemp, S. (2025). *Digital 2025.* Indonesia.

Kusumawardhani, A., & Kusumawardhani, R. (2018). Konflik identitas sosial pada pengguna media sosial. *Jurnal Psikologi, 45*(2), 139-150.

Mesra, R., Anton, E., Monica, S., & Iskandar, A. C. S. (2023). Pelatihan Penggunaan Aplikasi Mendeley dan Turnitin Guna Meningkatkan Kompetensi Guru dalam Membuat Karya Tulis Ilmiah di SMA Negeri 1 Tondano. *Abdi Masyarakat, 5*(1), 56–67.

Machyudi, A. H., & Susri, A. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional FIS UNIVED, 7*(2), 13–23.

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial.* Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Papalia, D. E. (2009). *Human Development*. Salemba Humaika.

Prasetya, A., Retnasary, M., & Azhar, D. A. (2022). Pola perilaku bermedia sosial netizen Indonesia menyikapi pemberitaan viral di media sosial. *Journal of Digital Communication and Design (JDCODE), 1*(1), 1-12.

Rahmawati, F. (2022). Pengaruh media sosial terhadap pembentukan identitas diri remaja di era digital. *Jurnal Komunikasi dan Budaya, 4*(2), 110–121.

Ramdani, D., Supriatna, E., & Yuliani, W. (2023). Validitas dan reliabilitas angket kematangan emosi. *FOKUS: Kajian Bimbingan dan Konseling dalam Pendidikan, 6*(3), 232-238.

Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan media sosial instagram dalam pembentukan identitas diri remaja. *Interaksi Online, 6*(4), 490-501.

Santie, Y. D., & Mesra, R. (2022). Manajemen Kelas Dosen Pendidikan Sosiologi Unima dalam Meningkatkan Semangat Belajar Mahasiswa pada Pembelajaran Online. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya, 8*(3), 1039-1046.

Sari, D. K., Kusumawardhani, A., & Kusumawardhani, R. (2019). Transformasi identitas sosial remaja dalam era digital. Jurnal Psikologi, 46(1), 1-12.

Sukendro, G. G., Pandrianto, N., Oktavianti, R., & Sari, W. P. (2022). *Komunikasi anak muda untuk perubahan sosial*. Gramedia Pustaka Utama.

Wijayanti, R. D., & Kusumawardhani, A. (2018). Transformasi identitas sosial pada interaksi sosial dalam era digital. *Jurnal Psikologi, 45*(1), 1-12.

Wuriyanti, O., & Febriana, P. (2022). Problematika Penggunaan New Media (Whatsapp) di Kalangan Lansia sebagai Media Bertukar Pesan di Era Digital. *Jurnal Komunikasi, 16*(2), 161–175.