

Phubbing dan Adiksi Media Sosial : Tantangan Baru dalam Hubungan Romantis Pada Pasangan Dewasa Awal di Karawang

Fanda Ardellia Sulviani¹, Nita Rohayati², Anggun Pertiwi³

¹Universitas Buana Perjuangan Karawang, ps21.fandasulviani@mhs.ubpkarawang.ac.id

²Universitas Buana Perjuangan Karawang, nitarohayati@ubpkarawang.ac.id

³Universitas Buana Perjuangan Karawang, anggunpertiwi@ubpkarawang.ac.id

Article Info

Article history:

Received Maret, 2026

Revised Maret, 2026

Accepted Maret, 2026

Kata Kunci:

Phubbing; Kecanduan Media Sosial; Hubungan Romantis; Masa Dewasa Awal; Kepuasan Hubungan; Perilaku Digital; Interaksi Pasangan; Karawang

Keywords:

Phubbing; Social Media Addiction; Romantic Relationships; Emerging Adulthood; Relationship Satisfaction; Digital Behavior; Couple Interaction; Karawang

ABSTRAK

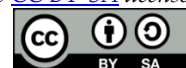
Perkembangan teknologi digital, khususnya penggunaan *smartphone* dan sosial media, telah memengaruhi pola komunikasi pasangan dewasa awal sehingga memunculkan fenomena menurunnya waktu berkualitas, meningkatnya konflik akibat kecemburuan digital, hingga munculnya kesenjangan emosional. Penelitian ini bertujuan melihat pengaruh perilaku *phubbing* dan adiksi media sosial terhadap kepuasan hubungan romantis pada pasangan dewasa awal di Karawang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain asosiatif kausalitas. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Jacob Cohen, sebanyak 204 responden dipilih melalui teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan purposif. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linier berganda melalui *SPSS for Windows*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *phubbing* dan adiksi media sosial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan hubungan romantis. Secara parsial, *phubbing* berpengaruh negatif signifikan, sedangkan adiksi media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan hubungan romantis, sehingga ketiga hipotesis diterima. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,005$ dengan Adjusted R Square sebesar 0,522 mengindikasikan bahwa kedua variabel berkontribusi sebesar 52,2% terhadap kepuasan hubungan romantis, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Kebaruan penelitian terletak pada pengkajian simultan pengaruh *phubbing* dan adiksi media sosial dalam konteks lokal Karawang yang sebelumnya belum banyak diteliti. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman dinamika hubungan interpersonal di era digital, sekaligus menawarkan wawasan praktis bagi pasangan dalam mengelola tantangan ini secara lebih efektif.

ABSTRACT

The development of digital technology, particularly the use of smartphones and social media, has influenced the communication patterns of young adult couples, leading to a decline in quality time, an increase in conflicts due to digital jealousy, and the emergence of emotional gaps. This study aims to examine the influence of phubbing behavior and social media addiction on romantic relationship satisfaction among young adult couples in Karawang. The study employs a quantitative approach with an associative causality design. Based on calculations using Jacob Cohen's formula, 204 respondents were selected through non-probability sampling using a purposive approach. Data analysis was conducted using multiple linear regression analysis via *SPSS for Windows*. The results of the study indicate that phubbing and social media addiction simultaneously have a significant impact on romantic relationship satisfaction. Partially, phubbing has a significant negative impact, while social media addiction has a significant positive impact on romantic

relationship satisfaction, thus accepting all three hypotheses. The significance level of $0.000 < 0.005$ with an Adjusted R Square of 0.522 indicates that both variables contribute 52.2% to romantic relationship satisfaction, while the remainder is influenced by factors outside the scope of this study. The novelty of this study lies in the simultaneous examination of the effects of phubbing and social media addiction in the local context of Karawang, which has not been extensively studied before. These findings are expected to contribute to understanding the dynamics of interpersonal relationships in the digital age, while also offering practical insights for couples in managing these challenges more effectively.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Name: Nita Rohayati, M.Psi., Psikolog

Institution: Universitas Buana Perjuangan Karawang, Jl. HS. Ronggo Waluyo Sinarbaya, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang, Jawa Barat

Email: nitarohayati@ubpkarawang.ac.id

1. PENDAHULUAN

Manusia telah mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang signifikan dari konsepsi hingga kematian. Menurut Papalia, Old dan Feldman (dalam Pratiwi et al., 2022) masa dewasa awal (20-40 tahun) merupakan fase transisi dari remaja ke dewasa yang ditandai oleh perubahan fisik, intelektual, dan sosial. Menurut Erikson (dalam Marsha & Indrijati, 2022), saat masa dewasa awal, tugas perkembangan yang penting ialah menjalin keterkaitan intim yang didasari kepercayaan dan komitmen, baik melalui pacaran maupun pernikahan.

Kepuasan dalam hubungan romantis sangat penting bagi kualitas kehidupan psikososial individu dewasa awal, karena mendukung stabilitas emosional dan membantu keberhasilan dalam transisi ke fase kehidupan selanjutnya (Muhtar & Suminar, 2023). Ketika tujuan yang diinginkan dalam hubungan tercapai, maka kepuasan hubungan akan dirasakan (Chrisnatalia & Ramadhan, 2022). Pasangan yang memiliki kepuasan dalam hubungan romantisnya yang tinggi lebih mampu mengelola konflik dan beradaptasi dengan tantangan hidup (Utami et al., 2022). Sebaliknya, pasangan yang kepuasan hubungan romantisnya rendah dapat memicu konflik dan kecemasan (Orsley & Simanjuntak, 2023). Penelitian di Amerika Serikat menunjukkan bahwa sekitar 90% pasangan mengalami perpisahan akibat komunikasi yang buruk, sedangkan di Indonesia angkanya mencapai 7,4% (Liana & Herdiyanto, 2017). Menurut Sinaga (2025) komunikasi yang buruk dapat menurunkan kepuasan dan menyebabkan perpisahan. Komunikasi yang tidak efektif selama masa pacaran dapat menghambat perkembangan hubungan menuju pernikahan yang sehat. Kondisi ini dapat menimbulkan perasaan saling tidak memahami, serta keraguan untuk melangkah ke jenjang yang lebih serius.

Berdasarkan survei pra-penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada Januari 2025 terhadap 30 pasangan dewasa awal di Karawang menunjukkan bahwa 73% responden tidak merasa puas dalam hubungan romantis mereka. Faktor utama yang memengaruhi ketidakpuasan tersebut meliputi komunikasi yang buruk (56,6%), konflik yang tidak terselesaikan dengan baik (53,3%), serta hubungan yang tidak sesuai dengan harapan (73,4%). Selain itu, wawancara yang dilakukan terhadap lima responden berusia 20-25 tahun mengungkapkan bahwa mereka sering merasa diabaikan, kecewa, dan cemburu ketika pasangan lebih fokus pada *smartphone* atau sosial media saat berinteraksi. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan *smartphone* dan media sosial yang berlebihan dapat menjadi faktor yang berkontribusi terhadap rendahnya kepuasan hubungan romantis.

Seiring berkembangnya teknologi digital, terutama *smartphone* dan media sosial telah mengubah pola komunikasi antar pasangan. Alih-alih memperkuat hubungan, teknologi ini seringkali menjadi sumber gangguan yang mempengaruhi kualitas interaksi antar pasangan (Pakarti et al., 2023). Fenomena seperti menurunnya waktu berkualitas bersama pasangan, meningkatnya konflik akibat kecemburuan digital, hingga kesenjangan emosional menjadi semakin umum ditemui di era digital ini. Salah satu masalah utama yang muncul adalah perilaku *phubbing*. *Phubbing* adalah bentuk perilaku pengabaian pada lingkungan sekitar dengan memusatkan perhatian pada penggunaan *smartphone* (Hura et al., 2021). Tindakan *phubbing* sering terjadi ketika bersama pasangan seperti saat makan bersama, berbicara, atau beraktivitas, dimana hal ini dapat melemahkan ikatan romantisme serta menurunkan kepuasan hubungan (Farkhah et al., 2023). Penelitian yang dilakukan oleh McDaniel dan Coyne (dalam Meilia, 2024) menemukan bahwa 70% dari 143 responden perempuan melaporkan *smartphone* menghambat komunikasi mereka dengan pasangannya. Temuan ini sejalan dengan penelitian Roberts dan David (dalam Jannatuna'im & Fikrie, 2022) yang menunjukkan adanya keterkaitan antara kepuasan hubungan romantis dengan *phubbing*. Individu yang menjadi korban *phubbing* cenderung mengalami penurunan kepuasan hubungan. Pasangan yang menghadapi *phubbing* umumnya merasa diabaikan, kurang dihargai, kualitas interaksinya lebih rendah serta lebih rentan mengalami konflik (Meilia, 2024).

Selain perilaku *phubbing*, adiksi media sosial juga turut menjadi tantangan baru di era digital. Menurut Ames (dalam Ardhini & Tondok, 2023) istilah "adiksi media sosial" merujuk pada penggunaan media sosial yang berlebihan oleh individu yang sangat termotivasi untuk berinteraksi dengannya, menghabiskan waktu yang cukup lama di dalamnya, dan menyebabkan gangguan dalam kehidupan sehari-hari mereka. Laporan *We Are Social* yang diterbitkan pada Februari 2024, menunjukkan bahwa di Indonesia, sebanyak 167 juta penduduk aktif menggunakan media sosial, atau sekitar 60,4% dari total populasi (Riyanto, 2024). Seseorang dapat dikategorikan mengalami kecanduan apabila menggunakan media sosial > 6 jam/hari (Jamaludin et al., 2022).

Kemunculan media sosial membuat perubahan perilaku pada individu yang menjalin hubungan romantis. Pasangan yang memiliki adiksi terhadap media sosial cenderung lebih banyak menghabiskan waktu di dunia digital dibanding dengan pasangannya. Ketergantungan ini tidak hanya mengurangi waktu berkualitas antar pasangan, tetapi juga menciptakan jarak emosional yang sulit dijembatani. Hal ini sejalan dengan penelitian di University of Guelph, Kanada (dalam Uddin, 2021) bahwa adiksi media sosial dapat meningkatkan kecemburuan dan kecurigaan terhadap pasangan yang berisiko mengganggu pernikahan. Di Indonesia, penelitian oleh Utami dan Novianti (2018) menemukan bahwa 53,7% individu yang aktif menggunakan sosial media memiliki tingkat kecemburuan tinggi, terutama mereka yang menggunakan sosial media selama 4–7 jam per hari. Temuan ini mengindikasikan jika adanya korelasi signifikan antara adiksi media sosial dengan penurunan kualitas hubungan romantis. Dimana individu dengan adiksi media sosial mengalihkan perhatian dari pasangan ke dunia digital. Hal ini berdampak pada peningkatan kecemburuan, kecurigaan serta menciptakan perbandingan sosial yang tidak realistis dalam hubungan (Amalia, 2024; Fauzi, 2024).

Meski dampak perilaku *phubbing* dan adiksi media sosial terhadap hubungan romantis telah banyak dibahas dalam berbagai penelitian sebelumnya, kajian yang mengintegrasikan kedua faktor ini secara bersamaan masih jarang dilakukan. Penelitian yang ada umumnya membahas keduanya secara terpisah, sehingga belum memberikan gambaran yang komprehensif mengenai bagaimana *phubbing* dan adiksi media sosial mungkin saling terkait dan berkontribusi terhadap kepuasan hubungan. Padahal, di era digital, penggunaan sosial media yang berlebihan kerap dikaitkan dengan perilaku *phubbing*, meskipun keduanya tidak selalu memiliki hubungan sebab-akibat yang langsung. Selain itu, penelitian kontekstual di daerah seperti Karawang dengan karakteristik sosial dan budaya lokalnya juga masih sangat terbatas.

Karawang sebagai kawasan industri dengan dominasi penduduk usia produktif memiliki dinamika sosial yang menarik, termasuk dalam pola interaksi pasangan dewasa awal. Fenomena penggunaan *smartphone* dan media sosial yang sangat luas dan intens di kalangan dewasa awal

menjadikan topik ini semakin penting untuk diteliti. Berdasarkan latar belakang tersebut, terdapat tiga hipotesis yang diajukan pada penelitian ini, diantaranya:

- a. Ha1 = terdapat pengaruh *phubbing* dan adiksi media sosial terhadap kepuasan hubungan romantis pada pasangan dewasa awal di Karawang.
- b. Ha2 = terdapat pengaruh *phubbing* terhadap kepuasan hubungan romantis pada pasangan dewasa awal di Karawang. Selanjutnya,
- c. Ha3 = terdapat pengaruh terhadap kepuasan hubungan romantis pada pasangan dewasa awal di Karawang.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika hubungan romantis pada pasangan dewasa awal di era digital, khususnya terkait dampak perilaku *phubbing* dan adiksi media sosial, serta menawarkan wawasan praktis untuk mengelola tantangan tersebut secara lebih efektif

2. TINJAUAN PUSTAKA (11 PT)

2.1 Kepuasan Hubungan Romantis

Menurut Horison (dalam Orsley & Simanjuntak, 2023) kepuasan hubungan didefinisikan sebagai derajat seberapa senang dan bahagia yang dirasakan individu terhadap hubungan berpacaran yang menjadi kunci dari keberlangsungan hubungan. Lalu menurut Stinnet et al., (dalam Riza et al., 2022) kepuasan dalam hubungan romantis adalah hasil hubungan interpersonal pasangan yang memiliki hubungan psikologis yang positif dan dukungan emosional yang maksimal sehingga seseorang akan merasa apa yang ia harapkan dari hubungannya terpenuhi dengan baik. Dalam penelitian ini, definisi kepuasan hubungan romantis merujuk kepada teori dari Hendrick (dalam Chrisnatalia & Ramadhan, 2022) yaitu, kepuasan hubungan romantis sebagai perasaan subjektif individu terhadap hubungan dengan pasangannya. Menurut Hendrick (dalam Chrisnatalia & Ramadhan, 2022), kepuasan hubungan romantis mencakup tiga aspek penting, yaitu: (a) cinta (*love*) yang diwujudkan melalui perhatian, komunikasi, dan afeksi; (b) masalah (*problems*) sebagai konflik wajar yang dapat memperkuat hubungan jika diselesaikan dengan baik; dan (c) harapan (*expectations*) sebagai tujuan bersama yang jika terpenuhi akan menimbulkan kepuasan. Menurut Thibaut dan Kelley (dalam Sihombing, 2013), menyebutkan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan dalam hubungan romantis, yaitu imbalan (*reward*), biaya (*cost*), standar perbandingan (*level comparasion*), *partner phubbing* dan adiksi media sosial.

2.2 Phubbing

Menurut Margaretha dan Gina (2023) *phubbing* berasal dari kata "*phone*" dan "*snubbing*" yang berarti "telepon" dan "penghinaan" dengan mengacuhkan lawan bicara dalam proses interaksi sosial dengan membagi perhatiannya pada *smartphone* bukan berbicara pada lawan bicara secara langsung. Hal serupa disampaikan oleh Karadag et al., (2015) *phubbing* adalah praktik memusatkan perhatian pada *smartphone* dan lawan bicara sambil mengabaikan yang terakhir, sehingga mengabaikan komunikasi antarpersonal. Dalam penelitian ini, definisi *phubbing* merujuk pada teori Chotpitayasonondh dan Douglas (dalam Yakub & Mardes, 2023) yaitu suatu kebiasaan di mana seseorang mengabaikan orang lain yang ada di sekitarnya, lebih fokus pada *smartphone* mereka daripada memperhatikan atau berinteraksi dengan lingkungan sekitar. Menurut Chotpitayasonondh dan Douglas (dalam Sarlini, Yakub & Mardes, 2023), perilaku *phubbing* memiliki empat aspek, yaitu: (a) *nomophobia*, yaitu rasa takut berpisah dari ponsel; (b) konflik interpersonal antara diri sendiri dan orang lain; (c) isolasi diri dengan menarik diri dari interaksi sosial melalui penggunaan ponsel; dan (d) *problem acknowledgement* atau pengakuan adanya masalah *phubbing*.

2.3 Adiksi media sosial

Menurut Sahin (dalam Hombokau & Sarajar, 2024), adiksi media sosial merupakan bentuk perilaku individu yang memusatkan perhatian pada media sosial dengan intensitas waktu penggunaan yang berlebihan. Selanjutnya, Griffiths (dalam Suciaty et al., 2024) mengatakan bahwa

adiksi sosial media merupakan perilaku kompulsif terhadap penggunaan sosial media yang mempengaruhi kehidupan penggunanya sehingga merasa tidak nyaman dan sulit untuk mengontrol penggunaannya. Dalam penelitian ini, definisi adiksi media sosial merujuk pada teori Andreassen (dalam Salim et al., 2023) yaitu, adiksi media sosial adalah keterlibatan individu dalam aktivitas *daring* yang didorong oleh motivasi yang tidak terkendali, sehingga menghabiskan waktu dan energi secara berlebihan dan pada akhirnya berdampak negatif terhadap aspek-aspek penting dalam kehidupan lainnya. Menurut Andreassen (dalam Ardinin & Tondok, 2023), terdapat 6 aspek adiksi media sosial yang meliputi: (a) *salience*, yaitu penggunaan media sosial sebagai hal terpenting dalam hidup individu; (b) *mood modification*, yaitu penggunaan media sosial untuk mengubah suasana hati; (c) *tolerance*, yaitu peningkatan durasi penggunaan dari waktu ke waktu; (d) *withdrawal symptoms*, yaitu efek fisik dan psikologis saat penggunaan dikurangi atau dihentikan; (e) *conflict*, yaitu dampak negatif penggunaan media sosial terhadap hubungan, aktivitas, pekerjaan, dan pendidikan; serta (f) *relapse*, yaitu kecenderungan kembali pada pola penggunaan berlebihan dalam jangka panjang

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif desain studi asosiatif kausalitas yang menelaah pengaruh variabel variabel *dependen* (kepuasan hubungan romantis) dan variabel *independen* (*phubbing* dan adiksi media sosial). Pengambilan sampel dengan teknik *non-probability* dengan pendekatan *purposif*. Adapun target populasi penelitian adalah pasangan dewasa awal di Karawang yang berumur 20 - 40 tahun dengan kriteria sedang menjalani hubungan romantis (berpacaran) minimal 6 bulan. Penentuan durasi hubungan ini merujuk pada pendapat Ursila (dalam Orsley & Simanjutak, 2023) yang menyatakan bahwa tingkat komitmen dan keseriusan hubungan mulai terlihat setelah 6 bulan. Kriteria responden lainnya adalah aktif menggunakan *smartphone*, dan mengakses media sosial lebih dari 6 jam per hari. Menurut Andreassen dan Pallesen (Yunfahnur et al., 2022) penggunaan media sosial di atas 6 jam perhari dikategorikan sebagai adiksi. Karena besaran populasi tidak dapat diketahui secara pasti, maka jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Jacob Cohen sehingga diperoleh kebutuhan minimal 204 responden pasangan dewasa awal.

Instrumen alat ukur data dikumpulkan menggunakan skala psikologi dengan metode *online* menggunakan *google form*. Terdapat tiga skala yang digunakan. Skala yang digunakan untuk mengukur seberapa puas orang dalam hubungan romantis adalah "*Relationship Assessment Scale (RAS)*" yang dikembangkan oleh Hendrick (1988) dan diadaptasi serta diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia oleh peneliti. Skala ini berisi 7 item pertanyaan yang terdiri dari 5 item favorable dan 2 item unfavorable. Skala ini disusun berdasarkan 3 aspek yang dikemukakan Hendrick (1988), yaitu *love* (cinta), *problems* (masalah), dan *expectation* (harapan). Setiap item diberi skor dengan model skala likert 1-5 menyesuaikan dengan konteks pertanyaan (*poorly to extremely well, unsatisfied to extremely satisfied, poor to excellent, never to very often, hardly to completely, not much to very much, very few to very many*). Hasil uji validitas aikens'v berkisar antara 0,833 hingga 0,197, menunjukkan bahwa semua item dianggap dapat diandalkan, dan nilai koefisien reliabilitas *alpha cronbach* sebesar 0,884, sehingga skala tersebut dapat digunakan dalam penelitian ini.

Perilaku *phubbing* diukur menggunakan *Generic Scale of Phubbing (GSP)* yang dikembangkan oleh Chotpitayasonondh dan Douglas (2018) dan telah diadaptasi ke Bahasa Indonesia oleh Irofin (2020). Penelitian ini menggunakan versi adaptasi tersebut tanpa perubahan item, namun dilakukan uji keterbacaan dan *try out* untuk memastikan pemahaman responden. Skala ini berisi 15 item pernyataan *favorable*. Semua item di beri skor dengan model skala likert, dengan 1 menunjukkan tidak pernah dan 5 menunjukkan sangat sering. Seluruh item dianggap valid dan reliabel dengan hasil uji validitas aikens'v rentang koefisien nilai 0,750-0,917 dan nilai koefisien reliabilitas *alpha cronbach* 0,950 sehingga skala tersebut dapat digunakan dalam penelitian ini.

Adiksi media sosial diukur menggunakan *Bergen Social Media Addiction Scale (BSMAS)* yang dikembangkan oleh Andreassen et al. (2016) dan telah diterjemahkan ke Bahasa Indonesia oleh

Sumaryati et al. (2024). Penelitian ini menggunakan versi terjemahan tersebut tanpa perubahan item, dengan uji keterbacaan dan *try out* untuk memastikan pemahaman responden. Skala ini berisi 6 item pertanyaan *favorable* sesuai dengan 6 aspek yang dikemukakan oleh Andreassen et al., (2016) yakni *salience, tolerance, mood modification, relapse, withdrawal symptom*, serta *conflict*. Semua item di beri skor dengan model skala likert, dengan 1 menunjukkan sangat jarang dan 5 menunjukkan sangat sering. Hasil uji validitas aikens'v berkisar antara 0,833-0,917, menunjukkan semua item bisa diandalkan dan valid. Nilai koefisien reliabilitas *alpha cronbach* 0,912 sehingga skala terkait bisa dipakai pada penelitian ini.

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan pengujian asumsi terlebih dahulu sebelum uji hipotesis dilakukan yang mencakup uji normalitas dan uji linearitas. Analisis regresi berganda dilakukan untuk pengujian hipotesis yang mencakup uji simultan dan uji parsial. Untuk mengetahui besaran pengaruh variabel X terhadap Y, peneliti melakukan uji koefisien determinasi sebagai teknik analisis data tambahan. Semua pengujian dilakukan menggunakan *software SPSS for windows* versi 25

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Karawang, dengan responden individu dewasa awal usia 20-40 tahun yang berpacaran dan aktif menggunakan *smartphone* serta menggunakan sosial media lebih dari 6 jam/sehari. Pada penelitian ini didapatkan sebanyak 204 responden.

Tabel 1. Data Demografi Responden

Klasifikasi	Kategori	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	46	22%
	Perempuan	158	78%
Rentang Usia	20-25	145	72%
	26-30	46	22%
	31-35	13	6%
Pekerjaan	Pelajar / Mahasiswa	87	43%
	Pegawai / Karyawan	82	40%
	Freelance	35	17%
Lama Menjalिन Hubungan (Berpacaran)	6- 12 bulan	68	34%
	1- 6 tahun	113	55%
	>.6 tahun	23	11%
Durasi Penggunaan Sosial Media	6-12 jam	133	65%
	> 12 jam	71	31%
Total		204	100%

Berdasarkan data demografis, penelitian ini berjumlah 204 responden. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 158 orang (78%), sedangkan responden laki-laki berjumlah 46 orang (22%). Rentang usia sebagian besar responden berada pada usia 20-25 tahun sebanyak 145 orang (72%), usia 26-30 tahun sebanyak 46 orang (22%), dan usia 31-35 tahun sebanyak 13 orang (6%). Berdasarkan jenis pekerjaan, responden terdiri dari pelajar/mahasiswa sebanyak 87 orang (43%), pegawai/karyawan sebanyak 82 orang (40%), serta pekerja *freelance* sebanyak 35 orang (17%). Dari segi lama menjalin hubungan romantis, mayoritas responden telah berhubungan selama 1-6 tahun sebanyak 113 orang (55%), diikuti 6-12 bulan sebanyak 68 orang (34%), dan lebih dari 6 tahun sebanyak 23 orang (11%). Durasi penggunaan media sosial per hari, sebagian besar responden menggunakan media sosial selama 6-12 jam sebanyak 133 orang (65%), diikuti penggunaan lebih dari 12 jam sebanyak 71 orang (31%).

Tabel 2. Uji Normalitas

Kolmogorov-Smirnov^a

	Statistic	Df	Sig.
Unstandardized residual	.055	204	.200

Berdasarkan tabel hasil uji normalitas, hasil uji Kolmogorov-Smirnov memiliki nilai signifikansi sebesar $0.200 \geq 0.05$. Oleh karena itu, analisis parametrik dapat dilanjutkan karena dapat disimpulkan bahwa data tersebut terdistribusi secara normal.

Tabel 3. Uji Linearitas

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y*X ₁	Linearity	49.438	1	49.438	3.821	.044
Y*X ₂	Linearity	1358.744	1	1358.744	220.991	.000

Berdasarkan hasil uji linearitas, *phubbing* terhadap kepuasan hubungan romantis pada pengujian awal tidak memenuhi asumsi linearitas (Sig. = 0,052 > 0,05). Oleh karena itu, dilakukan transformasi logaritmik pada variabel *phubbing*. Hasil pengujian ulang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,044 (< 0,05) sehingga asumsi linearitas terpenuhi. Sementara itu, uji linearitas pada adiksi media sosial terhadap kepuasan hubungan romantis sudah memenuhi asumsi linearitas sejak awal (Sig.= 0,000 < 0.05). Dengan demikian dapat disimpulkan ialah terdapat hubungan yang linear pada kepuasan hubungan romantis (Y), perilaku *phubbing* (X₁) dan adiksi media sosial (X₂)

Tabel 4. Uji Simultan

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1397.955	2	698.978	112.323	.000 ^b
Residual	1250.804	201	6.223		
Total	2648.760	203			

Berlandaskan uji simultan yang sudah dilakukan, didapatkan nilai signifikansi senilai $p = 0.000$ dengan nilai F hitung sebesar 112.323 Karena besar sig. $0.000 < 0,05$ maka hipotesis ketiga diterima, sehingga secara bersama-sama *phubbing* dan adiksi media sosial memiliki pengaruh terhadap kepuasan hubungan romantis pada pasangan dewasa awal di Karawang.

Tabel 5. Uji Parsial

	Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
(Constant)	15.798	1.016		15.544	.000
<i>Phubbing</i>	-.038	.015	-.122	-2.499	.013
Adiksi media sosial	.600	.041	.713	14.550	.000

Berdasarkan hasil perhitungan pada Tabel 5, variabel *phubbing* memiliki nilai signifikansi $0,013 < 0,05$ menunjukkan adanya pengaruh terhadap kepuasan hubungan romantis. Oleh karena itu hipotesis pertama diterima, artinya terdapat pengaruh *phubbing* dengan kepuasan hubungan romantis pada pasangan dewasa awal di Karawang. Selanjutnya, variabel adiksi media sosial memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menunjukkan adanya pengaruh terhadap kepuasan hubungan romantis. Oleh karena itu hipotesis kedua diterima, artinya terdapat pengaruh adiksi media sosial dengan kepuasan hubungan romantis pada pasangan dewasa awal di Karawang.

Bentuk umum persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Y = \alpha + (b_1 \cdot X_1) + (b_2 \cdot X_2)$$

$$Y = 15.798 - 0,038(X_1) + 0,600(X_2)$$

Diketahui bahwa $Y = a$, yaitu nilai constant sebesar 15.798 menyatakan bahwa jika tidak ada penambahan skor *phubbing* ataupun adiksi media sosial maka taraf kepuasan hubungan romantis sebesar 15.798. $b_1 X_1$ yaitu koefisien regresi *phubbing* dengan nilai sebesar -0,038 dan bertanda negatif, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh negatif antara *phubbing* dan kepuasan hubungan romantis. $b_2 X_2$ yaitu koefisien regresi adiksi media sosial dengan nilai sebesar 0,600 dan bertanda positif, menunjukkan adanya pengaruh positif antara adiksi media sosial dan kepuasan hubungan romantis.

Sehingga, setiap penambahan dan peningkatan satuan skor pada variabel *phubbing* maka terjadi penurunan kepuasan hubungan sebesar -0,038. Hal tersebut menandakan bahwa semakin tinggi *phubbing* maka semakin rendah kepuasan hubungan romantis. Sedangkan, pada variabel adiksi media sosial apabila terjadi penambahan dan peningkatan skor maka terjadi kepuasan hubungan meningkat sebesar 0,600. Hal tersebut menandakan bahwa semakin tinggi adiksi media sosial semakin tinggi pula kepuasan hubungan romantis pada pasangan dewasa awal di Karawang.

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.726 ^a	.528	.523	2.49458

Hasil uji koefisien determinasi, menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,523. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *phubbing* dan adiksi media sosial secara bersama-sama dapat berpengaruh sebesar 52,3%, terhadap kepuasan hubungan romantis pada pasangan dewasa awal di Karawang. Selebihnya, 47,7% dipengaruhi oleh variabel lain seperti persepsi terhadap *love language*, empati, keterampilan relasional, dan keterbukaan diri (Olivia & Cahyanti, 2023).

Hasil uji hipotesis pertama (H_{a1}) menunjukkan *phubbing* dan adiksi media sosial berpengaruh terhadap kepuasan hubungan romantis pada pasangan dewasa awal di Karawang. Meskipun arah pengaruh dari masing-masing variabel berbeda *phubbing* berpengaruh negatif sedangkan adiksi media sosial berpengaruh positif, keduanya tetap memberikan kontribusi secara bersama-sama dalam menjelaskan variasi tingkat kepuasan hubungan. Hal ini sejalan dengan Karaman dan Arslan (2024) yang menunjukkan *phubbing* dan adiksi media sosial saling berkaitan dan secara bersama-sama mempengaruhi kualitas hubungan. Perbedaan arah dalam penelitian ini dapat dijelaskan melalui temuan Ni et al., (2025) yang menjelaskan bahwa dampak media sosial terhadap hubungan bergantung pada tujuan dan cara penggunaannya. Ketika media sosial digunakan untuk mempertahankan komunikasi, meningkatkan keterhubungan, dan menunjukkan perhatian, efeknya dapat positif terhadap kepuasan hubungan, meskipun resiko gangguan seperti *phubbing* tetap ada.

Hasil uji hipotesis kedua (H_{a2}), menunjukan bahwa *phubbing* berpengaruh negatif terhadap kepuasan hubungan romantis pada pasangan dewasa awal di Karawang. Arah pengaruh negatif *phubbing* ini bersamaan mengenai temuan oleh Farkhah et al. (2023) yang menyebutkan bahwa *phubbing* dapat melemahkan ikatan romantisme serta menurunkan kepuasan hubungan. Temuan ini juga diperkuat oleh Roberts dan David (dalam Wardhana & Hartini, 2024) yang menemukan bahwa perilaku mengabaikan pasangan karena penggunaan *smartphone* menurunkan kepuasan hubungan individu dewasa di Amerika Serikat. Selanjutnya, Thomas et al. (2022) juga mendukung bahwa *phubbing* menurunkan kualitas interaksi, membuat suasana hati yang buruk, dan meningkatkan konflik. Pasangan yang mengalami *phubbing* cenderung merasa kurang dilibatkan dalam percakapan sehingga komunikasi menjadi tidak berkualitas (Meilia, 2024).

Hasil uji hipotesis ketiga (H_{a3}), adiksi media sosial berpengaruh positif terhadap kepuasan hubungan romantis pada pasangan dewasa awal di Karawang. Hal ini menunjukkan arah yang

bertentangan dengan sejumlah penelitian terdahulu. Beberapa penelitian terdahulu seperti Fauzi (2024), Utami & Novianti (2018), serta Akbar (2023) menekankan bahwa penggunaan sosial media secara berlebihan dapat memicu kecemburuan, menurunkan kepercayaan, hingga meningkatkan konflik dalam hubungan. Penelitian oleh Satici, Kayis, dan Griffiths (dalam Akbar, 2023) juga menunjukkan bahwa adiksi media sosial berkontribusi pada tekanan psikologis seperti depresi, kecemasan, dan stres yang berdampak negatif pada mutu relasi. Hal ini dapat dipahami dengan mempertimbangkan karakteristik responden pada penelitian ini yang mayoritas berada pada rentang usia 20–25 tahun.

Penggunaan media sosial secara intensif kemungkinan tidak serta-merta berdampak negatif terhadap hubungan romantis, melainkan digunakan sebagai media untuk menjaga komunikasi, membangun rasa keterikatan, serta mengekspresikan kasih sayang kepada pasangan. Penelitian yang dilakukan oleh Sa'adatina dan Manalu (2017) terhadap pasangan pengguna media sosial yang berusia 18–25 tahun menunjukkan bahwa media sosial dapat memberikan pengaruh positif terhadap hubungan romantis. Hal ini disebabkan, media sosial menyediakan informasi mengenai aktivitas pasangan serta memungkinkan komunikasi tetap berlangsung tanpa harus bertatap muka secara langsung. Selain itu, pada penelitian oleh Ni et al., (2025) menemukan bahwa penggunaan media sosial juga berpotensi memperkuat komitmen dan kepuasan hubungan ketika dimanfaatkan untuk mempertahankan komunikasi. Menurut Karaman dan Arslan (2024) penggunaan media sosial tidak selalu mengurangi kepuasan hubungan, terutama jika penggunaannya berfungsi untuk memenuhi kebutuhan psikologis dalam konteks hubungan romantis seperti rasa keterhubungan. Pernyataan tersebut memberikan konteks yang relevan untuk memahami arah hubungan positif antara adiksi media sosial dan kepuasan hubungan romantis dalam penelitian ini.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,522, yang mengindikasikan bahwa kedua variabel yaitu, *phubbing* dan adiksi media sosial secara simultan mampu menjelaskan 52,2% variasi kepuasan hubungan romantis, sedangkan 47,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti persepsi terhadap *love language*, empati, keterampilan relasional, dan keterbukaan diri (Olivia & Cahyanti, 2023). Keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah variabel bebas yang digunakan, sehingga faktor-faktor tersebut belum dianalisis secara mendalam. Selain itu, ruang lingkup penelitian hanya mencakup pasangan dewasa awal di Kabupaten Karawang, sehingga penerapan hasil pada kelompok usia atau wilayah berbeda perlu dilakukan dengan kehati-hatian.

Implikasi temuan ini menegaskan pentingnya mengelola penggunaan *smartphone* secara seimbang. Untuk meminimalkan dampak negatif *phubbing*, pasangan dapat menerapkan kebijakan waktu tanpa ponsel pada momen-momen penting dan meningkatkan kualitas komunikasi tatap muka. Sementara itu, adiksi media sosial dalam penelitian ini berpengaruh positif terhadap kepuasan hubungan, sehingga pasangan dewasa awal dapat menggunakan media sosial untuk menjaga komunikasi jarak jauh (mengirim pesan positif, *video call*, *voice note*), berbagi momen positif seperti mengunggah foto bersama dan membagikan aktivitas sehari-hari untuk meningkatkan rasa keterhubungan (*connectedness*) dan membangun *perceived partner responsiveness*, yaitu merespon cepat pesan pasangan di momen-momen penting atau menggunakan media sosial untuk memberikan dukungan publik kepada pasangan. Penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi peran variabel lain seperti tingkat kepercayaan, preferensi *love language*, intensitas komunikasi tatap muka, dan empati guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan hubungan romantis di era digital

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *phubbing* dan adiksi media sosial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan hubungan romantis pada pasangan dewasa awal di Karawang. Selain itu, *phubbing* memberikan pengaruh negatif terhadap kepuasan hubungan romantis. Sementara, adiksi media sosial justru berpengaruh positif terhadap kepuasan hubungan romantis pada pasangan dewasa awal di Karawang. Temuan ini menegaskan pentingnya

memahami dinamika hubungan romantis di era digital, terutama pada individu yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana membangun koneksi emosional dan keterlibatan dalam hubungan.

Implikasi dari hasil penelitian ini, menekankan pentingnya keseimbangan antara keterlibatan digital dan kehadiran emosional secara langsung dalam hubungan. Pasangan dewasa awal diharapkan mampu mengelola penggunaan *smartphone* secara seimbang tanpa mengabaikan kehadiran pasangan melalui perilaku *phubbing*. Perilaku *phubbing* dapat diminimalkan melalui peningkatan kualitas interaksi tatap muka, sedangkan penggunaan media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana menjaga komunikasi, berbagi momen positif, dan meningkatkan rasa keterhubungan. Misalnya dengan mengirim *chat*, *video call*, atau unggahan bersama untuk memperkuat *perceived partner responsiveness*. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya mengkaji dua variabel utama dan dilakukan dalam cakupan wilayah yang terbatas, yaitu Kabupaten Karawang. Maka, hasil penelitian ini belum bisa disamaratakan ke populasi yang lebih beragam atau konteks wilayah lain. Dengan begitu, penelitian lanjutan dianjurkan untuk mengkaji variabel-variabel lain seperti empati, kecemburuan digital, kualitas komunikasi, serta preferensi *love language* guna menghibahkan penglihatan yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dalam hubungan romantis.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M. Z. (2023). Telaah Literatur Dampak Psikologis dari Social Media Addiction. *Buletin Riset Psikologi dan Kesehatan Mental (BRPKM)*. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/129954>
- Amalia, V. A. (2024). *Kontribusi partner phubbing terhadap kepuasan pernikahan warga RT 04 RW 05 Kelurahan Purvorejo di Kota Pasuruan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of addictive behaviors*, 30(2), 252. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/adb0000160>
- Apriyanti, H., Aeni, I. S., Kinaya, R. S., Nabilla, N. H., Laksana, A., & Latief, L. M. (2024). Keterlibatan penggunaan media sosial pada interaksi sosial di kalangan Gen Z. *Sosial Simbiosis: Jurnal Integrasi Ilmu Sosial dan Politik*, 1(4), 229-237. <https://doi.org/10.62383/sosial.v1i4.929>
- Ardhini, A. P. D., & Tondok, M. S. (2023). Adiksi media sosial: Peran Kecenderungan Fear of Missing Out dan Regulasi Diri. *Jurnal Psikologi Talenta*, 9(1), 69-77. <https://ojs.unm.ac.id/talenta/article/view/50839>
- Chotpitayasunondh, V., & Douglas, K. M. (2018). Measuring phone snubbing behavior: Development and validation of the Generic Scale of Phubbing (GSP) and the Generic Scale of Being Phubbed (GSPB). *Computers in human behavior*, 88, 5-17. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.06.020>
- Chrisnatalia, M., & Ramadhan, F. A. E. (2022). Kepuasan hubungan romantis pada wanita dewasa awal yang menjalin hubungan pacaran jarak jauh (studi deskriptif). *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 20(2). <https://jpsikologi.esaunggul.ac.id/index.php/JPSI/article/view/266>
- Farkhah, L., Saptyani, P. M., & Syamsiah, R. I. (2023). Dampak Perilaku Phubbing: Literatur Review. *Jurnal Keperawatan Komplementer Holistic*, 1(2), 1-18. <https://journalhadhe.com/index.php/jkkhc/article/view/12/10>
- Fauzi, A. (2024). Communication and Conflict in Romantic Relationships. *PROPAGANDA*, 4(2), 79-84. <https://doi.org/10.37010/prop.v4i2.1631>
- Hendrick, S. S. (1988). A Generic Measure of Relationship Satisfaction. *Journal of Marriage and the Family*, 50(1), 93. <https://doi.org/10.2307/352430>
- Isrofin, B. (2020). Validasi generic scale of phubbing (GSP) versi bahasa indonesia dengan rasch model. *Nusantara of Research: Jurnal Hasil-hasil Penelitian Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 7(1), 9-18. <https://doi.org/10.29407/nor.v7i1.13883>
- Jamaludin, J., Syarifah, A., & Karyadi, K. (2022). Faktor-Faktor Penyebab Kecanduan Media Sosial Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Kesehatan Uin Syarif Hidayatullah Jakarta. *Edu Dharma Journal: Jurnal penelitian dan pengabdian masyarakat*, 6(2), 138-155. <https://openjournal.wdh.ac.id/index.php/edudharma/article/view/424/330>

- Jannatuna'im, E., & Fikrie, F. (2022). Perilaku phubbing dan kepuasan pernikahan pada pasangan suami istri. *Jurnal Psikologi Perseptual*, 7(1), 13-27. <https://doi.org/10.24176/perseptual.v7i1.6064>
- Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M., ... & Babadağ, B. (2015). Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. *Journal of behavioral addictions*, 4(2), 60-74. <https://doi.org/10.1556/2006.4.2015.005>
- Karaman, H. B., & Arslan, C. (2024). The mediating role of social media addiction and phubbing in basic psychological needs in relationships and relationship satisfaction. *Frontiers in Psychology*, 15, 1291638. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1291638>
- Lai, C. C. W., Brooks, K. R., & Boag, S. (2025). Predicting Subjective Well-Being from Personality: The Effects of Suppression, Confounding, and Mediating Variables. *Journal of Happiness Studies*, 26(3), 1-27.
- Liana, J. A., & Herdiyanto, Y. K. (2017). Hubungan Antara Intensitas Komunikasi Dengan Komitmen Pada Pasangan Yang Menjalani Hubungan Berpacaran. *Jurnal Psikologi Udayana*, 4(1), 84-91. <http://dx.doi.org/10.24843/JPU.2017.v04.i01.p09>
- Manalu, S. R. (2017). Penggunaan Media Sosial dalam Dinamika Hubungan pacaran: Studi terhadap Penggunaan Instagram pada Pasangan Berpacaran. *Interaksi Online*, 5(4), 1-10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/17472/16725>
- Marsha, N. A. (2022). *Pengaruh Gaya Kelekatan Dewasa Terhadap Kepuasan Hubungan Pada dewasa Awal Yang Menjalani Pacaran Jarak Jauh* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga). <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/117178>
- Meilia, R. (2024). Relationship Satisfaction Pada Pasangan yang Mengalami Phubbing. *Jurnal Syntax Fusion*, 4(05), 170-188. <https://doi.org/10.54543/fusion.v4i05.416>
- Muhtar, S. Z., & Suminar, D. R. (2023). Kepuasan Hubungan Ditinjau Dari Gaya Kelekatan Dan Sternberg's Triangular Love Pada Dewasa Awal Yang Menjalani LDR. *Jurnal Syntax Fusion*, 3(04), 415-429. <https://doi.org/10.54543/fusion.v3i04.297>
- Ni, N., Ahrari, S., Zaremohzabieh, Z., Zarean, M., & Roslan, S. (2025). A meta-analytic study of partner phubbing and its antecedents and consequences. *Frontiers in Psychology*, 16, 1561159. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1561159>
- Olivia, B., & Cahyanti, I. Y. (2023). Hubungan Asertivitas dengan Kepuasan Hubungan Romantis pada Mahasiswa di Masa Emerging Adulthood. *PROCEEDING SERIES OF PSYCHOLOGY*, 1(2), 49-55. <https://psikologi.unair.ac.id/proceeding-series-of-psychology/index.php/psp/article/view/56>
- Orsley, A. G., & Simanjuntak, E. J. (2023). Hubungan antara kecemburuan romantis dengan kepuasan hubungan pada emerging adult yang berpacaran. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 14(1), 90-104. <https://doi.org/10.26740/jptt.v14n1.p90-104>
- Pakarti, M. H. A., Fathiah, I., & Ulpah, G. (2023). Dampak Teknologi dan Media Sosial Terhadap Tingkat Perceraian di Era Digital: Studi Kasus pada Pasangan Milenial. *As-Sakinah: Jurnal Hukum Keluarga Islam*, 1(2), 162-174. <https://jurnal.staip.ac.id/index.php/sakinah/article/view/202/99>
- Pratiwi, C., Ratnaningtyas, A., & Adhandayani, A. (2022). Keputusan pembelian produk fashion secara online ditinjau dari motivasi emosional konsumen dewasa awal. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 20(2). <https://jpsikologi.esaunggul.ac.id/index.php/JPSI/article/view/281/99>
- Riyanto, A. D. (2024, Februari 21). *Hootsuite (We Are Social): Data Digital Indonesia 2024*. Andi.link. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>
- Salim, A., Jatnika, R., & Yudiana, W. (2023). Hubungan Fear of Missing out dengan Social Media Addiction pada Pengguna Instagram. *Jurnal Ilmu Siber dan Teknologi Digital*, 2(1), 1-11. <https://doi.org/10.35912/jisted.v2i1.2372>
- Satici, B., Kayis, A. R., & Griffiths, M. D. (2023). Exploring the association between social media addiction and relationship satisfaction: psychological distress as a mediator. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 21(4), 2037-2051. <https://doi.org/10.1007/s11469-021-00658-0>
- Sinaga, D. O. V. (2025, Januari 10). *Alasan umum hubungan kandas dan cara mencegahnya*. Liputan6. <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5874837/alasan-umum-hubungan-kandas-dan-cara-mencegahnya?page=3>
- Sitasari, N. W., Hura, M. S., & Rozali, Y. A. (2021). Pengaruh fear of missing out terhadap perilaku phubbing pada remaja. *Jurnal Psikologi: Media Ilmiah Psikologi*, 19(02). <https://doi.org/10.47007/jpsi.v19i2.191>
- Suciaty, A. I., Riza, W. L., & Aisha, D. (2024). The Influence of Alexithymia on the Tendency of Social Media Addiction in Early Adults in Karawang. *Eduvest-Journal of Universal Studies*, 4(9), 8238-8252. <https://doi.org/10.59188/eduvest.v4i9.1779>

- Sumaryati, I. U., Sirodj, D. A. N., & Gadama, M. (2024). Adaptasi Indonesia Bergen Social Media Addiction Scale. *Jurnal Psikogenesis*, 12(1), 10-18. <https://doi.org/10.24854/jps.v12i1.3994>
- Thomas, T. T., Carnelley, K. B., & Hart, C. M. (2022). Phubbing in romantic relationships and retaliation: A daily diary study. *Computers in Human Behavior*, 137(June), 107398. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107398>
- Uddin, A. M. (2021). Fenomena Dampak Negatif Media Sosial Terhadap Keharmonisan Rumah Tangga: Studi Kasus di Pengadilan Agama Kota Kediri. *Legitima : Jurnal Hukum Keluarga Islam*, 3(2), 126-146. <https://doi.org/10.33367/legitima.v3i2.1538>
- Utami, C., & Murti, H. A. S. (2017). Hubungan antara kelekatan dengan orangtua dan keintiman dalam bepacaran pada dewasa awal. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 22(1), 40-49.
- Utami, M., Noorrizki, R. D., & Putri, I. S. (2022). Partner phubbing dan kepuasan hubungan romantis dating couple pada dewasa muda. *Psychocentrum Review*, 4(3), 268-283. <https://doi.org/10.26539/pcr.431182>
- Utami, R. D., & Novianti, L. E. (2018). Hubungan kecemburuan dengan kualitas hubungan romantis remaja pengguna instagram usia 15-18 tahun yang berpacaran. *Journal of Psychological Science and Profesion (JPSP)*, 2(1), 83-92.
- Wardhana, Z. A. G. (2024). Literature Review: *Romantic Relationship Satisfaction* Pada Individu yang Mengalami Dampak *Phubbing*. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/133655>
- Yakub, E., & Mardes, S. (2023). Analisis perilaku Phubbing dan faktor penyebabnya. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(21), 723-735. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/5497>
- Yunfahnur, S., Farah Dineva, R., & Martina, M. (2022). Adiksi media sosial pada mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Keperawatan*, 6(3). <https://jim.usk.ac.id/FKep/article/view/19910/10352>