

## KELELAHAN DIGITAL DI ERA MEDIA SOSIAL: STUDI TENTANG KELEBIHAN INFORMASI, KECEMASAN, DAN *FEAR OF MISSING OUT (FOMO)*

Faustin Venus Wijaya<sup>1</sup>, Febbi Afrelia Gobai<sup>2</sup>, Ariell Goldina Suciawan<sup>3</sup>, Mel Biondy<sup>4</sup>, Elia Ardyan<sup>5</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra Makassar, Indonesia<sup>12345</sup>

[fvenuswijaya@student.ciputra.ac.id](mailto:fvenuswijaya@student.ciputra.ac.id); [fafrelia@student.ciputra.ac.id](mailto:fafrelia@student.ciputra.ac.id); [agoldina@student.ciputra.ac.id](mailto:agoldina@student.ciputra.ac.id);  
[mbiondy01@student.ciputra.ac.id](mailto:mbiondy01@student.ciputra.ac.id); [elia.ardyan@ciputra.ac.id](mailto:elia.ardyan@ciputra.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kelebihan informasi (*information overload*) dan kecemasan (*anxiety*) terhadap *fear of missing out (FOMO)* dan kelelahan media sosial (*social media fatigue*). Penelitian dilakukan pada 100 responden yang telah mengalami *FOMO* dan kelelahan media sosial, dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dianalisis menggunakan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS)* melalui perangkat lunak *WarpPLS* versi 8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *information overload* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *FOMO* dan kelelahan media sosial, sementara *anxiety* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *FOMO*, tetapi tidak signifikan terhadap kelelahan media sosial. Selain itu, *FOMO* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kelelahan media sosial. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis dengan memperkuat literatur mengenai peran *FOMO* sebagai mediator dalam hubungan antara *information overload* dan *social media fatigue*, serta menggarisbawahi kompleksitas pengaruh kecemasan dalam pengalaman pengguna media sosial. Secara praktis, hasil ini relevan bagi pengelola platform media sosial untuk mengembangkan strategi yang mengurangi dampak negatif dari *FOMO* dan kelelahan media sosial, seperti desain platform yang lebih sehat dan edukasi pengguna mengenai manajemen waktu di media sosial. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada ukuran sampel yang terbatas dan desain *cross-sectional*, sehingga direkomendasikan penelitian lanjutan dengan populasi yang lebih beragam dan pendekatan longitudinal untuk memperkuat generalisasi dan analisis hubungan sebab-akibat.

**Kata Kunci:** *Overload informasi, kecemasan, Fear of Missing Out (FOMO), kelelahan media sosial*

### PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi alat penting untuk pemasaran dan promosi, menawarkan peluang yang belum pernah ada sebelumnya bagi bisnis untuk terhubung dengan calon pelanggan (Sajid, 2015). Media sosial telah melampaui media tradisional dalam hal efektivitas karena efisiensi biaya dan jangkauannya yang lebih luas (Amrita & Mohan, 2016). Konten yang dipromosikan melalui platform media sosial seperti Twitter, Facebook, dan LinkedIn menerima lebih banyak kunjungan situs web dan unduhan teks lengkap dibandingkan dengan yang tidak dipromosikan (Widmer et al., 2019). Untuk berhasil dalam pemasaran media sosial, perusahaan harus mempertahankan kehadiran aktif dan membuat konten yang unik (Shinde et al., 2023). Sangat penting bagi bisnis untuk memilih platform yang tepat berdasarkan target audiens mereka untuk memastikan komunikasi yang efektif. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran media sosial terus berkembang pesat, perusahaan harus menyesuaikan strategi mereka agar tetap kompetitif di lanskap digital (Amrita & Mohan, 2016; Sajid, 2015).

Informasi berupa promosi di media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan seseorang merasa lelah dalam beraktivitas di media sosial (Pang, 2021). Kelelahan media sosial menjadi perhatian yang terus meningkat seiring dengan meningkatnya penggunaan, dengan berbagai faktor yang berkontribusi terhadap fenomena ini. Stres psikologis dan perilaku, seperti kelebihan informasi dan kecanduan jejaring sosial, memiliki dampak terkuat pada kelelahan media sosial (Ou et al., 2023). Anteseden kelelahan meliputi dinamika sosial, masalah konten, perubahan platform, dan kecenderungan pengguna untuk terlibat (Ravindran et al., 2014). Kecenderungan bosan juga dikaitkan dengan kelebihan dan kelelahan media sosial

(Whelan et al., 2020). Meskipun kelelahan, banyak pengguna terus terlibat dengan media sosial karena hasil positif yang dirasakan (Logan et al., 2018). Efek kelelahan berkisar dari pengalaman ringan hingga kasus parah yang menyebabkan penghentian penggunaan (Ravindran et al., 2014). Kelelahan media sosial memiliki efek sedang hingga besar pada penghentian penggunaan, dengan kelelahan yang sebagian memediasi hubungan antara pemicu stres dan penghentian (Ou et al., 2023).

Salah satu faktor yang terkait erat dengan kelelahan media sosial adalah ketakutan kehilangan sesuatu, juga dikenal sebagai *FOMO* (Hattingh et al., 2022; Jabeen et al., 2023; Rahmania et al., 2023). Ketakutan kehilangan sesuatu adalah ketakutan untuk melewatkan peristiwa atau pengalaman yang sedang populer. Faktor utama dari sindrom *FOMO* adalah efek psikologis dan perilaku dari ketakutan tersebut. Bukan hanya takut kehilangan momen penting di media sosial, tetapi juga ada kesengajaan untuk memposting tulisan atau gambar serta menceritakan diri sendiri, terkadang tidak jujur. *FOMO* secara tidak langsung dapat meningkatkan hubungan sosial melalui peningkatan penggunaan media sosial, yang menunjukkan hubungan yang bernuansa dengan kesejahteraan (Roberts & David, 2020). *FOMO* cenderung terjadi ketika individu sering diingatkan tentang pengalaman yang ada melalui perangkat digital dan media sosial, tetapi tidak memiliki sumber daya untuk berpartisipasi dalam semuanya (Hayran et al., 2017).

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi dampak kelebihan informasi (*information overload*) terhadap perilaku pengguna media sosial, seperti peningkatan *fear of missing out* (*FOMO*) dan kelelahan media sosial (Bright & Logan, 2018; Logan et al., 2018), penelitian ini sering kali terfokus pada konteks global atau populasi di wilayah barat. Hal ini meninggalkan celah dalam pemahaman mengenai bagaimana fenomena ini muncul di konteks budaya Asia Tenggara, khususnya di Indonesia. Padahal, Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah pengguna media sosial yang terus meningkat, sehingga penting untuk memahami dinamika unik di wilayah ini. Selain itu, meskipun hubungan antara *FOMO* dan kelelahan media sosial telah didokumentasikan dengan baik (Jabeen et al., 2023; Rahmania et al., 2023), sedikit perhatian diberikan pada peran kecemasan (*anxiety*) sebagai faktor pemicu utama *FOMO* dan kelelahan media sosial. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kecemasan dapat memediasi atau memoderasi efek informasi yang berlebihan terhadap kelelahan pengguna (Chen et al., 2021; Swiatek et al., 2021). Namun, studi yang secara langsung menguji hubungan ini, khususnya dalam konteks pengguna muda di Indonesia, masih sangat terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kelebihan informasi (*information overload*) dan kecemasan (*anxiety*) terhadap *fear of missing out* (*FOMO*) dan kelelahan media sosial (*social media fatigue*).

## KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

### Information Overload

Kelebihan informasi merupakan tantangan yang signifikan bagi pengguna media sosial. Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa pengguna sering kali menerima informasi dengan kecepatan yang melebihi kemampuan pemrosesan kognitif mereka (Gomez-Rodriguez et al., 2014). Kelebihan informasi juga dilihat sebagai adanya kecepatan dan volume informasi yang terlalu banyak (Jackson & Farzaneh, 2012). Kelebihan informasi ini dapat berdampak negatif pada penyebaran informasi dan kerentanan pengguna terhadap penularan sosial (Gomez-Rodriguez et al., 2014), pengambilan keputusan yang tidak tepat, dan penurunan produktivitas (Shahrzadi et al., 2024). Kelebihan informasi sebagai hambatan dalam penggunaan media sosial untuk mengumpulkan informasi (Rao et al., 2017). Menariknya, pengguna Twitter di Jepang yang mengalami kelebihan informasi cenderung mengubah metode pemrosesan tweet mereka daripada mengurangi jumlah teman mereka (Sasaki et al., 2016). Untuk mengatasi tantangan ini, para

peneliti menyarankan untuk mengembangkan perangkat lunak guna membantu pengguna mengelola kelebihan informasi (Rao et al., 2017).

Studi terkini telah mengeksplorasi dampak informasi yang overload dan rasa takut ketinggalan (*FOMO*) pada perilaku konsumen dalam perdagangan streaming langsung. Riset menunjukkan bahwa informasi yang overload dapat memengaruhi keputusan pembelian dengan mempersulit konsumen untuk berpikir secara sistematis (Zhang et al., 2023). *FOMO* telah ditemukan dapat meningkatkan nilai produk yang dipersepsikan dan mendorong tindakan konsumen, khususnya dalam situasi kelangkaan produk (Kao & Huang, 2024). Baik pengaruh sosial informasional maupun normatif memengaruhi *FOMO* secara positif, yang pada gilirannya memengaruhi perilaku pembelian kompulsif (Sun & Bao, 2023). Namun, lebih banyak informasi tidak selalu lebih baik untuk penjualan. Hubungan berbentuk U terbalik terjadi antara jumlah produk yang dipamerkan, waktu tinggal rata-rata audiens, dan penjualan dalam streaming langsung (Zhang et al., 2023). Temuan ini memberikan wawasan berharga bagi pemasar dan pengecer dalam mengembangkan strategi yang efektif untuk perdagangan streaming langsung, menyeimbangkan penyediaan informasi dengan risiko kelebihan informasi.

H1: Semakin tinggi informasi yang overload, maka semakin tinggi perilaku *FOMO*

Penelitian menunjukkan bahwa kelebihan media sosial, khususnya kelebihan informasi dan komunikasi, berkontribusi signifikan terhadap kelelahan media sosial (Lee et al., 2016). Kelelahan ini dapat menyebabkan hasil negatif seperti niat menghindari informasi, stres emosional, dan kecemasan sosial (Dai et al., 2020; Pang, 2021). Hubungan antara kelebihan beban dan kelelahan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti efikasi diri komputer multitasking, yang dapat melemahkan atau memperkuat efeknya tergantung pada jenis kelebihan beban (Islam et al., 2018). Selama pandemi COVID-19, peningkatan ketergantungan pada media sosial untuk dukungan dan informasi telah memperburuk masalah ini, dengan penggunaan kompulsif dan kelebihan informasi memicu kelelahan dan ketegangan psikologis berikutnya (Pang, 2021). Meskipun pengguna mungkin tidak sepenuhnya menjauh dari media sosial karena ketergantungan yang tinggi, mereka dapat mengadopsi strategi penanggulangan seperti penghindaran informasi (Dai et al., 2020). Temuan ini menyoroti interaksi kompleks antara penggunaan media sosial, informasi yang berlebihan, dan kesejahteraan psikologis di dunia kita yang semakin terhubung.

H2: Semakin tinggi informasi yang overload, maka semakin tinggi kelelahan terhadap media sosial

### **Anxiety**

Penelitian terkini telah menyoroti hubungan positif yang signifikan antara penggunaan media sosial dan kecemasan (*anxiety*), khususnya di kalangan orang dewasa yang baru muncul. Sebuah meta-analisis menemukan korelasi kecil namun konsisten antara penggunaan media sosial dan kecemasan sosial (Nan et al., 2024). Hubungan ini lebih kuat dalam penelitian dengan sampel orang dewasa dan pengukuran penggunaan media sosial yang lebih andal. Penelitian lain mengungkapkan bahwa peningkatan waktu yang dihabiskan di media sosial dikaitkan dengan gejala kecemasan disposisional yang lebih tinggi dan kemungkinan yang lebih besar untuk memenuhi kriteria klinis untuk gangguan kecemasan (Vannucci et al., 2017). Lebih jauh, tinjauan sistematis dan meta-analisis mengonfirmasi korelasi positif yang kuat antara kecemasan sosial dan penggunaan media sosial yang bermasalah (Wu et al., 2024). Beberapa faktor mediasi telah diidentifikasi dalam hubungan ini, termasuk perbandingan sosial, modal psikologis yang berkurang, dan ketakutan akan evaluasi negatif (Chen et al., 2023). Temuan ini menggarisbawahi interaksi yang kompleks antara penggunaan media sosial dan kecemasan, yang menunjukkan perlunya penelitian lebih lanjut dan intervensi klinis yang potensial.

Studi terkini telah mengeksplorasi hubungan antara kecemasan, rasa takut ketinggalan (*FOMO*), dan penggunaan media sosial di kalangan remaja dan dewasa muda. *FOMO* telah ditemukan memediasi hubungan antara tingkat keparahan kecemasan dan keterlibatan media sosial (Fitzgerald et al., 2023; Holte & Ferraro, 2020). Sensitivitas kecemasan dan perenungan merupakan prediktor signifikan *FOMO*, dengan sensitivitas kecemasan menawarkan prediksi unik yang lebih kuat (Fitzgerald et al., 2023). Penelitian juga telah mengungkapkan korelasi positif antara *FOMO* dan tekanan psikologis, termasuk depresi dan kecemasan (Sultan Ibrahim et al., 2022). Lebih jauh, *FOMO* memoderasi hubungan antara penggunaan media sosial dan gejala kecemasan pada remaja, dengan peningkatan penggunaan media sosial dikaitkan dengan tingkat kecemasan yang lebih tinggi pada individu dengan kecenderungan *FOMO* tinggi (Einstein et al., 2023). Menariknya, bagi mereka dengan *FoMO* rendah, peningkatan penggunaan media sosial dikaitkan dengan penurunan tingkat kecemasan (Einstein et al., 2023). Temuan ini menyoroti interaksi kompleks antara kecemasan, *FOMO*, dan penggunaan media sosial pada populasi muda.  
H3: Semakin tinggi kecemasan, maka semakin tinggi perilaku *FOMO*.

Studi terkini telah mengeksplorasi hubungan kompleks antara kecemasan, kelelahan media sosial, dan faktor-faktor terkait. Fear of Missing Out (*FOMO*) telah diidentifikasi sebagai mediator antara kecemasan dan kelelahan media sosial, dengan tingkat kecemasan sifat yang lebih tinggi dikaitkan dengan peningkatan kelelahan kognitif, perilaku, dan emosional dalam penggunaan media sosial (Rahmania et al., 2023; Swiatek et al., 2021). Kesepian dan kecemasan yang khusus terjadi pada media sosial juga memainkan peran mediasi dalam perkembangan kelelahan media sosial (Chen et al., 2021). Selain itu, gaya keterikatan, khususnya kecemasan keterikatan, telah dikaitkan dengan kelelahan Facebook, yang dimediasi oleh perbandingan sosial, kecemasan, dan *FOMO* (Alfasi, 2022). Menariknya, kekaguman terhadap moralitas dan sikap positif orang lain dapat meringankan kelelahan media sosial, sementara kekaguman terhadap keterampilan dapat memperburuknya melalui peningkatan kecemasan (Chen et al., 2021). Temuan ini menyoroti pentingnya mempertimbangkan karakteristik pengguna individu dan pemicu stres dalam memahami dan mengatasi kelelahan media sosial.

H4: Semakin tinggi kecemasan, maka semakin tinggi kelelahan media sosial.

### **Fear of Missing Out**

*Fear of Missing Out (FOMO)* telah muncul sebagai prediktor signifikan penggunaan media sosial yang bermasalah di kalangan anak muda. *Fear of Missing Out (FOMO)* adalah perasaan cemas yang muncul ketika seseorang takut kehilangan informasi, pengalaman, atau kesempatan penting, terutama yang terlihat melalui media sosial atau interaksi digital. Ketika mereka membandingkan diri dengan orang lain yang memiliki kehidupan sosial yang lebih baik atau lebih aktif di media sosial, mereka mungkin merasa tidak memadai atau kurang sukses. Ini dapat menyebabkan perasaan tidak bahagia dan kehilangan kepercayaan diri (Sachiyati et al., 2023). Studi telah menunjukkan bahwa *FOMO* berkorelasi positif dengan peningkatan frekuensi penggunaan media sosial dan jumlah platform yang digunakan, khususnya untuk platform yang lebih privat seperti Facebook dan Snapchat (Franchina et al., 2018). Sementara *FOMO* umumnya berdampak negatif pada kesejahteraan, hal itu dapat memiliki efek tidak langsung yang positif pada hubungan sosial melalui peningkatan intensitas media sosial (Roberts & David, 2020). Hubungan antara *FOMO* dan penggunaan media sosial bersifat kompleks, yang berpotensi menyebabkan brand addiction (Arдын & Sanapang, 2023), kecemasan dan pemeriksaan platform media sosial secara terus-menerus (Gokul & C, 2023). Temuan ini menyoroti perlunya memahami peran *FOMO* yang bernuansa

dalam penggunaan media sosial dan implikasinya terhadap kesejahteraan psikologis, khususnya di kalangan populasi yang lebih muda.

### Kelelahan Media Sosial

Kelelahan media sosial adalah fenomena yang berkembang yang ditandai dengan kelelahan dan iritasi yang diakibatkan oleh penggunaan media sosial yang berlebihan (Al-Jallad & Radwan, 2021; Alfasi, 2022). Beberapa faktor berkontribusi terhadap kelelahan media sosial, termasuk kelebihan informasi, masalah privasi, perbandingan sosial, dan rasa takut ketinggalan (Bright et al., 2015). Perbedaan individu, seperti gaya keterikatan dan kejelasan konsep diri, dapat memengaruhi kerentanan terhadap kelelahan media sosial (Alfasi, 2022). Konsekuensi dari kelelahan media sosial termasuk penghentian penggunaan, niat untuk beralih, dan penerapan mekanisme penanggulangan (Al-Jallad & Radwan, 2021). Namun, meskipun mengalami kelelahan, banyak pengguna terus terlibat dengan media sosial karena hasil positif yang dirasakan (Logan et al., 2018). Temuan ini memiliki implikasi untuk model penerimaan teknologi dan strategi keterlibatan audiens daring (Bright et al., 2015). Memahami kelelahan media sosial sangat penting untuk menciptakan pengalaman pengguna yang mengurangi stres terkait dan meningkatkan kesejahteraan mental (Al-Jallad & Radwan, 2021; Alfasi, 2022).

*FOMO* dipicu oleh biaya waktu dan kecemasan, yang secara positif memengaruhi perilaku narsistik dan perbandingan sosial, yang pada gilirannya berkontribusi pada kelelahan (Jabeen et al., 2023). *FOMO* ditemukan memiliki dampak terbesar pada kelelahan media sosial, melampaui faktor periklanan (Bright & Logan, 2018). Studi menunjukkan bahwa individu dengan tingkat gejala obsesif-kompulsif yang lebih tinggi mengalami *FOMO* yang lebih besar, yang mengarah pada penggunaan media sosial kompulsif dan kelelahan (Fontes-Perryman & Spina, 2022). Selain itu, kecemasan sifat dikaitkan dengan peningkatan kelelahan media sosial, dengan *FOMO* bertindak sebagai mediator dalam hubungan ini (Swiatek et al., 2021). Temuan ini menyoroti sifat faktor psikologis, *FOMO*, dan kelelahan media sosial yang saling terkait, yang menekankan perlunya penggunaan media sosial yang seimbang dan kesadaran akan potensi keadaan emosi negatif yang terkait dengan keterlibatan yang berlebihan.

H5: Semakin tinggi perilaku *FOMO*, maka semakin tinggi kelelahan media sosial.

## METODE PENELITIAN

### Profil Responden

Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner online. Terdapat 100 responden di dalam penelitian ini. Mayoritas responden dalam penelitian ini adalah perempuan (68%) dengan laki-laki sebagai minoritas (32%). Sebagian besar responden berusia antara 20-30 tahun (76%), diikuti oleh kelompok usia di bawah 20 tahun (22%) dan hanya sedikit yang berusia di atas 30 tahun (2%). Responden didominasi oleh individu yang berasal dari wilayah Indonesia bagian Timur (85%), sementara sisanya berasal dari Indonesia bagian Barat (15%). Dalam hal pekerjaan, 90% responden merupakan pelajar atau mahasiswa, dengan sisanya tersebar di antara pegawai swasta (5%), wiraswasta (2%), pengangguran (2%), dan pelayanan persekutuan gereja (1%). Data ini menunjukkan bahwa responden terutama terdiri dari generasi muda yang aktif secara akademik, dengan keterwakilan yang signifikan dari wilayah Indonesia bagian Timur, mencerminkan karakteristik demografis yang relevan untuk mendukung tujuan penelitian.

### Pengukuran dan Analisis Data

Ada 4 variabel yang digunakan di dalam penelitian ini, yaitu kelebihan informasi (*information overload*), kecemasan (*anxiety*), *fear of missing out (FOMO)*, dan kelelahan media sosial (*social media*

*fatigue*). Untuk mengukur setiap variabel, peneliti mengembangkan indikator yang diadopsi dari peneliti sebelumnya. Studi ini menggunakan skala 5 untuk mengukur setiap indikator yang dikembangkan, dimana skala 1 menjelaskan sangat tidak setuju sedangkan skala 5 menjelaskan sangat setuju. Tabel 1 menjelaskan tentang indikator/ item pernyataan yang digunakan untuk mengukur setiap variabel.

Tabel 1. Variabel dan Indikator

| Variabel               | Item Pernyataan   | Sumber Referensi                       |
|------------------------|---|--|
| Kelebihan Informasi    | IO1: Saya sering terganggu oleh banyaknya informasi di SM   | Diadaptasi dari Hattingh et al. (2022) |
|                        | IO2: Saya kewalahan dengan banyaknya informasi yang saya proses setiap hari di SM   |  |
|                        | IO3: Rasanya sulit untuk mensintesis terlalu banyak informasi di SM   |  |
| Kecemasan              | ANX1: Saya khawatir tentang apa yang orang lain katakan tentang saya  | Diadaptasi dari Jabeen et al. (2023)   |
|                        | ANX2: Saya khawatir orang lain tidak menyukai saya  |  |
|                        | ANX3: Saya takut orang lain tidak menyukai saya   |  |
|                        | ANX4: Saya khawatir tentang apa yang orang lain pikirkan tentang saya   |  |
|                        | ANX5: Saya merasa orang lain mengolok-olok saya   |  |
| Fear of Missing Out    | FOMO1: Saya takut teman-teman saya memiliki pengalaman yang lebih menyenangkan daripada saya di media sosial                      | Diadaptasi dari Ardyan et al. (2024)   |
|                        | FOMO2: Saya khawatir ketika mengetahui teman-teman saya bersenang-senang tanpa saya di media sosial                               |  |
|                        | FOMO3: Saya merasa cemas ketika saya tidak tahu apa yang sedang dilakukan teman-teman saya di media sosial                        |  |
|                        | FOMO4: Saya merasa terganggu ketika saya kehilangan kesempatan untuk bertemu/berinteraksi dengan teman-teman di media sosial      |  |
|                        | FOMO5: Saya merasa terganggu jika saya tidak mendapatkan informasi terbaru tentang isu-isu yang sedang dibahas di platform daring |  |
| Kelelahan Media Sosial | SMF1: Banyaknya informasi yang tersedia di media sosial membuat saya tegang   | Diadaptasi dari Jabeen et al. (2023)   |
|                        | SMF2: Karena menggunakan media sosial, saya merasa agak lelah secara mental   |  |
|                        | SMF3: Setelah satu sesi menggunakan media sosial, saya merasa sangat lelah.   |  |
|                        | SMF4: Saya merasa sulit untuk rileks setelah terus-menerus menggunakan media sosial.  |  |

---

SMF5: Karena penggunaan media sosial, saya merasa lelah.

---

Untuk menganalisis hubungan antara variabel yang kompleks dan menguji hipotesis yang diajukan, penelitian ini menggunakan teknik *structural equation modeling-partial least squares* (SEM-PLS). SEM-PLS dipilih karena memiliki kemampuan untuk menangani data yang tidak berdistribusi normal dan cocok untuk sampel dengan ukuran sampel yang lebih kecil hingga sedang. Perangkat lunak WarpPLS versi 8 digunakan untuk melakukan analisis data. Perangkat lunak ini dirancang untuk memproses model non-linear dan menawarkan visualisasi hubungan antar variabel. Untuk memulai analisis, validitas dan reliabilitas konstruk diuji. Nilai *average variance extracted* (AVE), yang memenuhi kriteria nilai lebih dari 0,5 (Hair et al., 2022), digunakan untuk menguji validitas konvergen dan validitas diskriminan. Ini dilakukan dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVE terhadap korelasi antar struktur. Untuk mengevaluasi reliabilitas, nilai *composite reliability* (CR) dan *Cronbach's Alpha* digunakan; kedua nilai tersebut harus melebihi 0,7 (Hair et al., 2022) untuk menunjukkan bahwa alat ukur konsisten secara internal.

Untuk memastikan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas, nilai *Full Collinearity Variance Inflation Factor* (VIF) digunakan untuk menguji. Nilai VIF harus kurang dari 3,3 (Hair et al., 2017). Selanjutnya, hubungan antar konstruk laten dinilai melalui pengujian model struktural. Koefisien jalur, juga dikenal sebagai koefisien jalur, digunakan untuk mengevaluasi kekuatan dan arah hubungan antara variabel. Nilai signifikansi, juga dikenal sebagai p-value, digunakan untuk menguji hipotesis, yang dianggap signifikan jika  $p < 0,05$  (Hair et al., 2022; Hair et al., 2017). Selain itu, *adjusted R<sup>2</sup>* yang disesuaikan digunakan untuk mengevaluasi kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabilitas variabel dependen. Selain itu, nilai *relevansi prediktif* ( $Q^2$ ) juga dihitung untuk mengevaluasi kemampuan prediktif model; nilai  $Q^2$  yang lebih besar dari 0 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik.

Nilai koefisien jalur ( $\beta$ ) dan signifikansi statistik untuk setiap hubungan yang diuji digunakan untuk menguji hipotesis. Selain itu, warpPLS versi 8 membuat identifikasi hubungan langsung, tidak langsung, dan mediasi dalam model penelitian lebih mudah. Dibandingkan dengan pendekatan analisis linier tradisional, visualisasi model jalur yang dihasilkan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antar variabel dengan pola non-linear. Metode ini memungkinkan penelitian untuk menginterpretasikan hubungan antar variabel secara statistik untuk mendukung tujuan penelitian dan memastikan validitas dan reliabilitas konstruk.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa semua indikator pada variabel kelebihan informasi, kecemasan, *fear of missing out* (FOMO), dan kelelahan media sosial memiliki *loading factor* di atas 0,5, yang mengindikasikan bahwa setiap indikator mampu merefleksikan konstruk yang diukur secara signifikan. Nilai AVE lebih dari 0,5 pada semua variabel menunjukkan validitas konvergen yang baik. Selain itu, nilai *composite reliability* dan *cronbach alpha* yang melebihi 0,7 pada semua variabel menunjukkan bahwa alat ukur memiliki konsistensi internal yang tinggi, sehingga reliabilitas konstruk terkonfirmasi. Dengan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian layak digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 2. Pengujian Validitas and Reliabilitas

|                            | <i>Mean</i> | <i>StDev</i> | <i>Loading Factor</i> | <i>AVE</i> | <i>Composite Reliability</i> | <i>Cronbach Alpha</i> |
|----------------------------|-------------|--------------|-----------------------|------------|------------------------------|-----------------------|
| Kelebihan informasi        |             |              |                       | 0.775      | 0.912                        | 0.854                 |
| IO1                        | 2.83        | 1.045        | 0.864                 |            |                              |                       |
| IO2                        | 2.76        | 1.036        | 0.908                 |            |                              |                       |
| IO3                        | 2.73        | 1.109        | 0.868                 |            |                              |                       |
| Kecemasan                  |             |              |                       | 0.824      | 0.959                        | 0.946                 |
| AX1                        | 2.33        | 1.248        | 0.912                 |            |                              |                       |
| AX2                        | 2.20        | 1.198        | 0.935                 |            |                              |                       |
| AX3                        | 2.19        | 1.187        | 0.939                 |            |                              |                       |
| AX4                        | 2.57        | 1.121        | 0.953                 |            |                              |                       |
| AX5                        | 2.95        | 1.184        | 0.791                 |            |                              |                       |
| <i>Fear of Missing Out</i> |             |              |                       | 0.604      | 0.880                        | 0.832                 |
| FOMO1                      | 2.93        | 1.335        | 0.884                 |            |                              |                       |
| FOMO2                      | 2.89        | 1.348        | 0.894                 |            |                              |                       |
| FOMO3                      | 2.88        | 1.402        | 0.894                 |            |                              |                       |
| FOMO4                      | 2.90        | 1.330        | 0.601                 |            |                              |                       |
| FOMO5                      | 2.48        | 1.235        | 0.531                 |            |                              |                       |
| Kelelahan Media Sosial     |             |              |                       | 0.733      | 0.932                        | 0.906                 |
| SMF1                       | 2.48        | 1.049        | 0.672                 |            |                              |                       |
| SMF2                       | 2.67        | 1.138        | 0.869                 |            |                              |                       |
| SMF3                       | 2.73        | 1.205        | 0.903                 |            |                              |                       |
| SMF4                       | 2.78        | 1.203        | 0.900                 |            |                              |                       |
| SMF5                       | 2.84        | 1.293        | 0.914                 |            |                              |                       |

Nilai full collinearity vif untuk semua variabel berada di bawah 3.3, menunjukkan tidak adanya masalah multikolinieritas antar variabel dalam model. Nilai  $Q^2$  untuk *FOMO* (0.312) dan kelelahan media sosial (0.450) mengindikasikan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang cukup baik. *Adjusted R<sup>2</sup>* menunjukkan bahwa variabel independen dalam model mampu menjelaskan 29.1% variabilitas pada *FOMO* dan 47.5% variabilitas pada kelelahan media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen lebih berkontribusi dalam menjelaskan kelelahan media sosial dibandingkan *FOMO*, yang menjadi dasar penting untuk menganalisis pengaruh antar variabel dalam model.

Tabel 3. Full Collinearity,  $Q^2$ , dan *Adjusted R<sup>2</sup>*

|                      | Full Collin VIF | $Q^2$ | <i>Adjusted R<sup>2</sup></i> |
|----------------------|-----------------|-------|-------------------------------|
| Information Overload | 1.825           |       |                               |
| Anxiety              | 1.345           |       |                               |
| Fear of Missing Out  | 1.515           | 0.312 | 0.291                         |
| Social Media Fatigue | 1.685           | 0.450 | 0.475                         |

Pengujian hipotesis menunjukkan bahwa empat dari lima hipotesis diterima. Kelebihan informasi terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *FOMO* ( $\beta = 0.346$ ,  $\rho < 0.001$ ) dan kelelahan media sosial ( $\beta = 0.555$ ,  $\rho < 0.001$ ), mengindikasikan bahwa kelebihan informasi dapat meningkatkan *FOMO* dan kelelahan media sosial. Kecemasan juga memiliki pengaruh

signifikan terhadap *FOMO* ( $\beta = 0.306$ ,  $\rho < 0.001$ ), tetapi pengaruhnya terhadap kelelahan media sosial tidak signifikan ( $\beta = 0.104$ ,  $\rho = 0.143$ ). Selain itu, *FOMO* ditemukan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kelelahan media sosial ( $\beta = 0.274$ ,  $\rho = 0.002$ ).

Tabel 4. Pengujian Hipotesis

| Hipotesis  | Hasil                            | Keterangan  |
|--|----------------------------------|-------------|
| H1: Kelebihan Informasi $\rightarrow$ <i>FOMO</i>            | $\beta = 0.346$ ; $\rho < 0.001$ | H1 diterima |
| H2: Kelebihan Informasi $\rightarrow$ Kelelahan Media Sosial | $\beta = 0.555$ ; $\rho < 0.001$ | H2 diterima |
| H3: Kecemasan $\rightarrow$ <i>FOMO</i>                      | $\beta = 0.306$ ; $\rho < 0.001$ | H3 diterima |
| H4: Kecemasan $\rightarrow$ Kelelahan Media Sosial           | $\beta = 0.104$ ; $\rho = 0.143$ | H4 ditolak  |
| H5: <i>FOMO</i> $\rightarrow$ Kelelahan Media Sosial         | $\beta = 0.274$ ; $\rho = 0.002$ | H5 diterima |

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelebihan informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Fear of Missing Out (FOMO)*. Ketika individu terpapar informasi secara berlebihan, mereka cenderung merasa bahwa ada peluang atau informasi yang mungkin mereka lewatkan, yang akhirnya memperkuat perilaku *FOMO* (Przybylski et al., 2013). Dalam konteks digital, kelebihan informasi juga memengaruhi bagaimana individu merespon dan memproses informasi. Informasi yang terlalu banyak atau tidak relevan dapat menyebabkan tekanan emosional, sehingga meningkatkan kecenderungan untuk terus-menerus memantau media sosial guna menghindari kehilangan kesempatan atau pengalaman yang dirasakan berharga (Dhir et al., 2018). Hal ini juga dapat diperparah oleh sifat media sosial yang memungkinkan keterlibatan langsung dengan konten, sehingga memperkuat rasa takut akan kehilangan momen sosial atau tren yang sedang berlangsung (Bright & Logan, 2018).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelebihan informasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kelelahan media sosial. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kelebihan informasi dalam lingkungan digital dapat menyebabkan tekanan kognitif dan emosional, yang akhirnya meningkatkan kelelahan dalam menggunakan media sosial (Valensia & Nugroho, 2019). Kondisi ini muncul karena individu yang terpapar terlalu banyak informasi merasa kewalahan untuk menyaring, memproses, dan memahami semua informasi yang mereka terima, terutama dalam platform media sosial yang terus-menerus menyediakan arus informasi baru (Zhang et al., 2016). Dalam konteks media sosial, overload informasi sering kali diiringi dengan tuntutan untuk terus aktif, terlibat, dan merespons berbagai konten yang tersedia. Hal ini menyebabkan penurunan kepuasan pengguna dan peningkatan kelelahan emosional karena media sosial yang awalnya dianggap sebagai sarana hiburan dan interaksi sosial berubah menjadi sumber tekanan (Bright & Logan, 2018). Fenomena ini juga dapat dijelaskan melalui teori kelebihan kognitif (*cognitive overload theory*), yang menyatakan bahwa ketika kapasitas pemrosesan informasi seseorang terlampaui, individu tersebut cenderung mengalami kelelahan mental dan berusaha mengurangi penggunaan media sosial untuk mengurangi tekanan tersebut (Fan & Smith, 2021).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Anxiety memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *Fear of Missing Out (FOMO)*. Temuan ini mendukung literatur sebelumnya yang menunjukkan bahwa kecemasan, sebagai keadaan emosional yang ditandai dengan perasaan tidak tenang dan khawatir, dapat mendorong seseorang untuk terus-menerus memantau media sosial guna mengurangi ketidakpastian atau rasa takut akan kehilangan informasi penting (Przybylski et al., 2013). Individu yang memiliki tingkat kecemasan tinggi cenderung lebih sensitif terhadap potensi kehilangan kesempatan sosial atau pengalaman yang dianggap berharga, sehingga perilaku *FOMO* menjadi respons alami dalam upaya meredakan

kecemasan tersebut (Stead & Bibby, 2017). *FOMO* juga dapat dilihat sebagai bentuk manifestasi dari kecemasan sosial, di mana individu merasa tekanan untuk tetap "terhubung" secara konstan dalam lingkungan digital. Menurut teori *self-determination*, kebutuhan akan hubungan sosial yang belum terpenuhi dapat memperburuk kecemasan dan memotivasi seseorang untuk terlibat lebih dalam interaksi online meskipun hal tersebut tidak selalu membawa manfaat psikologis. Hal ini menjelaskan mengapa kecemasan memiliki korelasi yang kuat dengan *FOMO*, terutama dalam konteks media sosial yang dirancang untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna melalui notifikasi dan pembaruan waktu nyata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kecemasan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kelelahan media sosial ( $\beta = 0.104$ ,  $p = 0.143$ ). Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun kecemasan berkontribusi terhadap rasa lelah dalam menggunakan media sosial, kontribusi tersebut tidak cukup kuat untuk dianggap signifikan secara statistik. Hasil ini tidak sepenuhnya konsisten dengan literatur yang menyatakan bahwa kecemasan dapat memicu kelelahan mental karena tekanan untuk terus memantau dan berpartisipasi di media sosial (Bright & Logan, 2018). Salah satu kemungkinan penyebab ketidaksignifikanan ini adalah keberadaan faktor-faktor moderasi seperti self-regulation atau dukungan sosial yang membantu individu mengelola efek kecemasan dalam penggunaan media sosial. Secara teoritis, Social Media Fatigue merupakan respons terhadap akumulasi beban psikologis akibat aktivitas online yang berlebihan (Zhang et al., 2016). Namun, hasil ini menunjukkan bahwa efek kecemasan terhadap kelelahan media sosial tidak bersifat langsung. Mungkin saja faktor-faktor lain, seperti kelebihan informasi, intensitas penggunaan media sosial, atau motivasi intrinsik, memiliki pengaruh yang lebih dominan dibandingkan kecemasan. Selain itu, individu dengan tingkat kecemasan yang tinggi mungkin cenderung membatasi penggunaan media sosial sebagai strategi untuk mengurangi tekanan, sehingga mengurangi dampaknya terhadap kelelahan media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out (FOMO)* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kelelahan media sosial. Temuan ini mendukung literatur sebelumnya yang menunjukkan bahwa *FOMO*, sebagai perasaan cemas yang muncul akibat takut kehilangan pengalaman sosial atau informasi penting, dapat meningkatkan tekanan emosional dan kognitif, yang pada akhirnya menyebabkan kelelahan media sosial (Bright & Logan, 2018). Ketika individu mengalami *FOMO*, mereka merasa terdorong untuk terus memantau media sosial, yang sering kali mengarah pada *overexposure* terhadap informasi dan aktivitas digital yang berlebihan. Proses ini secara langsung meningkatkan tingkat kelelahan karena beban psikologis yang terus menerus bertambah (Dhir et al., 2018). Dari perspektif teori self-determination, kebutuhan akan hubungan sosial yang tidak terpenuhi dapat memperburuk *FOMO*, yang pada akhirnya meningkatkan risiko kelelahan media sosial. Media sosial, yang dirancang untuk mendorong keterlibatan dan interaksi, sering kali memicu perasaan *FOMO* melalui notifikasi dan algoritma yang menonjolkan aktivitas orang lain. Individu yang sering terpapar konten ini tidak hanya merasa cemas untuk tetap terhubung tetapi juga merasa terbebani oleh tuntutan sosial yang muncul, sehingga meningkatkan kelelahan. Dengan demikian, hubungan positif dan signifikan antara *FOMO* dan kelelahan media sosial mencerminkan dinamika emosional dan kognitif yang kompleks dalam penggunaan media sosial.

Hasil penelitian ini juga memiliki implikasi manajerial yang penting bagi pengelola platform media sosial, pemasar digital, dan pengguna. Dari sudut pandang manajerial, pengelola platform media sosial harus mempertimbangkan desain platform yang dapat mengurangi dampak negatif dari *FOMO* terhadap kelelahan media sosial. Ini dapat dilakukan dengan menciptakan fitur yang mempromosikan keterlibatan yang sehat, seperti penyaringan konten yang relevan, pengaturan notifikasi yang lebih fleksibel, atau pemberitahuan yang mengurangi tekanan sosial. Bagi pemasar digital, temuan ini menyoroti pentingnya memanfaatkan *FOMO* secara etis. Meskipun *FOMO* sering digunakan sebagai strategi pemasaran untuk

meningkatkan keterlibatan, pemasaran yang berlebihan dapat menyebabkan kelelahan pengguna dan, pada akhirnya, mengurangi loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, pemasar perlu menyeimbangkan strategi berbasis *FOMO* dengan pendekatan yang lebih berpusat pada pengguna, seperti memberikan informasi yang relevan dan membangun hubungan emosional yang positif dengan audiens. Dari sisi pengguna, temuan ini menekankan pentingnya edukasi mengenai manajemen waktu dan konsumsi media sosial. Pelatihan literasi digital dapat membantu individu mengenali gejala awal *FOMO* dan kelelahan media sosial serta mengadopsi strategi coping yang efektif, seperti mengatur batas waktu penggunaan media sosial atau fokus pada aktivitas offline yang bermanfaat. Dengan demikian, temuan ini tidak hanya relevan bagi akademisi dan praktisi tetapi juga bagi individu pengguna media sosial secara umum.

## KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kelebihan informasi dan kecemasan terhadap *fear of missing out (FOMO)* dan kelelahan media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa information overload memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *FOMO* dan kelelahan media sosial, yang mengindikasikan bahwa kelebihan informasi dapat meningkatkan kecemasan sosial sekaligus kelelahan media sosial. Selain itu, anxiety ditemukan memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kelelahan media sosial, sementara pengaruhnya terhadap *FOMO* signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa kecemasan mungkin berperan dalam memicu *FOMO* tetapi tidak secara langsung menyebabkan kelelahan media sosial. Sebaliknya, *FOMO* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kelelahan media sosial, menyoroti peran *FOMO* sebagai salah satu pemicu utama kelelahan media sosial. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan memperkuat pemahaman tentang mekanisme emosional dan kognitif yang memengaruhi pengalaman negatif pengguna media sosial. Secara praktis, temuan ini relevan bagi pengelola platform media sosial dan pemasar digital untuk menciptakan strategi yang dapat mengurangi dampak negatif dari *FOMO* dan kelelahan media sosial pada pengguna.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, sampel penelitian diambil dari populasi terbatas di wilayah tertentu, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya dapat digeneralisasi ke populasi dengan latar belakang budaya, demografi, atau geografis yang berbeda. Kedua, penelitian ini menggunakan desain cross-sectional, yang hanya menangkap hubungan antar variabel pada satu titik waktu. Pendekatan ini tidak memungkinkan analisis hubungan sebab-akibat secara mendalam atau perubahan perilaku pengguna media sosial dari waktu ke waktu. Ketiga, penelitian ini belum mempertimbangkan variabel moderasi atau mediasi yang dapat memengaruhi hubungan antara kelebihan informasi, kecemasan, *FOMO*, dan kelelahan media sosial, seperti self-regulation, dukungan sosial, atau intensitas penggunaan media sosial. Hal ini membatasi kemampuan penelitian untuk mengeksplorasi mekanisme yang lebih kompleks dalam menjelaskan fenomena yang diteliti.

Penelitian di masa depan dapat memperluas cakupan dengan melibatkan populasi yang lebih beragam secara geografis, budaya, dan demografis untuk meningkatkan generalisasi hasil. Selain itu, disarankan untuk menggunakan desain longitudinal agar dapat menganalisis hubungan sebab-akibat dan memahami bagaimana dinamika antar variabel berkembang dari waktu ke waktu. Penelitian lanjutan juga sebaiknya mengeksplorasi variabel moderasi atau mediasi, seperti literasi digital, strategi coping, atau tingkat keterlibatan digital, untuk memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang mekanisme yang memengaruhi *FOMO* dan kelelahan media sosial. Selain itu, pendekatan kualitatif dapat dipertimbangkan untuk melengkapi metode kuantitatif, guna menggali pengalaman subjektif individu dalam menghadapi *FOMO* dan kelelahan media sosial. Dengan demikian, penelitian di masa depan diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan praktis mengenai perilaku pengguna media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Jallad, M. S. Y., & Radwan, A. F. (2021). Exploring social media fatigue among youth in the United Arab Emirates. *Journal of Print and Media Technology Research*, 10(3), 163-178. <https://doi.org/10.14622/JPMTR-2112>
- Alfasi, Y. (2022). Attachment style and social media fatigue: The role of usage-related stressors, self-esteem, and self-concept clarity. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, 16(2). <https://doi.org/10.5817/cp2022-2-2>
- Amrita, S. M., & Mohan, R. (2016, 15-17 Dec. 2016). Application of social media as a marketing promotion tool — A review. 2016 IEEE International Conference on Computational Intelligence and Computing Research (ICIC),
- Ardyan, E., & Sanapang, G. M. (2023). Online Compulsive Buying and Brand Addiction in Indonesia: The Importance of Using Fear of Missing Out and Social Commerce Interactivity. *The Winners*, 24(2), 117-126. <https://doi.org/10.21512/tw.v24i2.10817>
- Ardyan, E., Sanapang, G. M., & Goncalves, M. (2024). When clicking becomes uncontrollable: The moderating role of fear of missing out and perceived enjoyment. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*, 17(2), 187-202. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v17i2.19316>
- Bright, L. F., Kleiser, S. B., & Grau, S. L. (2015). Too much Facebook? An exploratory examination of social media fatigue. *Computers in Human Behavior*, 44, 148-155. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.11.048>
- Bright, L. F., & Logan, K. (2018). Is my fear of missing out (FOMO) causing fatigue? Advertising, social media fatigue, and the implications for consumers and brands. *Internet Research*, 28(5), 1213-1227. <https://doi.org/10.1108/IntR-03-2017-0112>
- Chen, Y., Zhu, Y., & Jiang, Y. (2021). Effects of admiration of others on social media fatigue: Loneliness and anxiety as mediators. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 49(6), 1-10. <https://doi.org/10.2224/sbp.10058>
- Chen, Z., Tian, F., & Wang, C. (2023). Social media usage and anxiety: An overview of intermediary factors. 4th International Conference on Educational Innovation and Philosophical Inquiries, United Kingdom.
- Dai, B., Ali, A., & Wang, H. (2020). Exploring information avoidance intention of social media users: a cognition–affect–conation perspective. *Internet Research*, 30(5), 1455-1478. <https://doi.org/10.1108/INTR-06-2019-0225>
- Dhir, A., Yossatorn, Y., Kaur, P., & Chen, S. (2018). Online social media fatigue and psychological wellbeing—A study of compulsive use, fear of missing out, fatigue, anxiety and depression. *International Journal of Information Management*, 40, 141-152. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012>
- Einstein, D. A., Dabb, C., & Fraser, M. (2023). FoMO, but not self-compassion, moderates the link between social media use and anxiety in adolescence. *Australian Journal of Psychology*, 75(1). <https://doi.org/10.1080/00049530.2023.2217961>
- Fan, J., & Smith, A. P. (2021). Information Overload, Wellbeing and COVID-19: A Survey in China. *Behavioral Sciences*, 11(5). <https://doi.org/10.3390/bs11050062>
- Fitzgerald, H. E., Lubin, R. E., Duncan, T., Hiserodt, M., & Otto, M. W. (2023). Underscoring the F in FoMO: How does anxiety sensitivity contribute to fear of missing out? *Cognitive Behaviour Therapy*, 52(1), 38-46. <https://doi.org/10.1080/16506073.2022.2131619>

- Fontes-Perryman, E., & Spina, R. (2022). Fear of missing out and compulsive social media use as mediators between OCD symptoms and social media fatigue. *Psychology of Popular Media*, 11(2), 173-182. <https://doi.org/10.1037/ppm0000356>
- Franchina, V., Vanden Abeele, M., van Rooij, A. J., Lo Coco, G., & De Marez, L. (2018). Fear of Missing Out as a Predictor of Problematic Social Media Use and Phubbing Behavior among Flemish Adolescents. *Int J Environ Res Public Health*, 15(10). <https://doi.org/10.3390/ijerph15102319>
- Gokul, G., & C, K. (2023). The Impact of Fear of Missing out (Fomo) on Social Media Users of Kerala. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 4(1SE). <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v4.i1SE.2023.459>
- Gomez-Rodriguez, M., Gummadi, K. P., & Scholkopf, B. (2014). Quantifying information overload in social media and Its impact on social contagions. Eighth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media, Ann Arbor, Michigan USA.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publicaion, Inc.
- Hattingh, M., Dhir, A., Ractham, P., Ferraris, A., & Yahiaoui, D. (2022). Factors mediating social media-induced fear of missing out (FoMO) and social media fatigue: A comparative study among Instagram and Snapchat users. *Technological Forecasting and Social Change*, 185. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122099>
- Hayran, C., Anik, L., & Gürhan-Canli, Z. (2017, 2017//). Exploring the Antecedents and Consumer Behavioral Consequences of “Feeling of Missing Out (FOMO)” (Abstract). *Creating Marketing Magic and Innovative Future Marketing Trends*, Cham.
- Holte, A. J., & Ferraro, F. R. (2020). Anxious, bored, and (maybe) missing out: Evaluation of anxiety attachment, boredom proneness, and fear of missing out (FoMO). *Computers in Human Behavior*, 112, 106465. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106465>
- Islam, A. K. M. N., Whelan, E., & Brooks, S. (2018). Social media overload and fatigue: The moderating role of multitasking computer self-efficacy. *AMCIS 2018 Proceedings*, New Orleans, Louisiana, USA.
- Jabeen, F., Tandon, A., Sithipolvanichgul, J., Srivastava, S., & Dhir, A. (2023). Social media-induced fear of missing out (FoMO) and social media fatigue: The role of narcissism, comparison and disclosure. *Journal of Business Research*, 159. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113693>
- Jackson, T. W., & Farzaneh, P. (2012). Theory-based model of factors affecting information overload. *International Journal of Information Management*, 32(6), 523-532. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2012.04.006>
- Kao, C.-Y., & Huang, C. (2024). Investigating the impact of fear of missing out on inaction inertia in live streaming purchase intention. *Aslib Journal of Information Management, ahead-of-print*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/AJIM-01-2024-0030>
- Lee, A. R., Son, S.-M., & Kim, K. K. (2016). Information and communication technology overload and social networking service fatigue: A stress perspective. *Computers in Human Behavior*, 55, 51-61. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.08.011>
- Logan, K., Bright, L. F., & Grau, S. L. (2018). “UNFRIEND ME, PLEASE!”: SOCIAL MEDIA FATIGUE AND THE THEORY OF RATIONAL CHOICE. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 26(4), 357-367. <https://doi.org/10.1080/10696679.2018.1488219>

- Nan, Y., Qin, J., Li, Z., Kim, N. G., Kim, S. S. Y., & Miller, L. C. (2024). Is Social Media Use Related to Social Anxiety? A Meta-Analysis. *Mass Communication and Society*, 27(3), 441-474. <https://doi.org/10.1080/15205436.2024.2321533>
- Ou, M., Zheng, H., Kim, H. K., & Chen, X. (2023). A meta-analysis of social media fatigue: Drivers and a major consequence. *Computers in Human Behavior*, 140, 107597. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107597>
- Pang, H. (2021). How compulsive WeChat use and information overload affect social media fatigue and well-being during the COVID-19 pandemic? A stressor-strain-outcome perspective. *Telematics and Informatics*, 64, 101690. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101690>
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841-1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Rahmania, F. A., Ramadhayanti, J. S., Andini, T. A. D., & Nugraha, S. P. (2023). Fear of Missing Out (FOMO) as a Mediator of Anxiety on Social Media Fatigue in Early Adulthood. *Psymphatic : Jurnal Ilmiah Psikologi*, 10(1), 85-92. <https://doi.org/10.15575/psy.v10i1.20956>
- Rao, R., Plotnick, L., & Hiltz, S. R. (2017). Supporting the use of social media by emergency managers: Software tools to overcome information overload. 50th Hawaii International Conference on System Sciences, Hawaii, USA.
- Ravindran, T., Yeow Kuan, A. C., & Hoe Lian, D. G. (2014). Antecedents and effects of social network fatigue. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65(11), 2306-2320. <https://doi.org/10.1002/asi.23122>
- Roberts, J. A., & David, M. E. (2020). The Social Media Party: Fear of Missing Out (FoMO), Social Media Intensity, Connection, and Well-Being. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 36(4), 386-392. <https://doi.org/10.1080/10447318.2019.1646517>
- Sachiyati, M., Yanuar, D., & Nisa, U. (2023). Fenomena kecanduan media sosial (FOMO) pada remaja kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP USK*, 8(4).
- Sajid, S. I. (2015). Social Media and Its Role in Marketing. *Business and Economics Journal*, 07(01). <https://doi.org/10.4172/2151-6219.1000203>
- Sasaki, Y., Kawai, D., & Kitamura, S. (2016). Unfriend or ignore tweets?: A time series analysis on Japanese Twitter users suffering from information overload. *Computers in Human Behavior*, 64, 914-922. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.07.059>
- Shahrzadi, L., Mansouri, A., Alavi, M., & Shabani, A. (2024). Causes, consequences, and strategies to deal with information overload: A scoping review. *International Journal of Information Management Data Insights*, 4(2). <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2024.100261>
- Shinde, C. S., Sohani, K. V., Rajjade, S. V., Joshi, S. C., Deshpande, S. S., Solanki, R. K., & Kolpyakwar, A. A. (2023). Jarvis Smm : Social Media Marketing. *Iarjset*, 10(6). <https://doi.org/10.17148/iarjset.2023.10634>
- Stead, H., & Bibby, P. A. (2017). Personality, fear of missing out and problematic internet use and their relationship to subjective well-being. *Computers in Human Behavior*, 76, 534-540. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.016>
- Sultan Ibrahim, S. A., Dahlan, A., Nur Wahida Mahmud, P., & Vetrayan, J. (2022). Fear of Missing Out (FoMO) and its relation with Depression and Anxiety among University

- Students. *Environment-Behaviour Proceedings Journal*, 7(20), 233-238. <https://doi.org/10.21834/ebpj.v7i20.3358>
- Sun, Y., & Bao, Z. (2023). Live streaming commerce: a compulsive buying perspective. *Management Decision*, 61(11), 3278-3294. <https://doi.org/10.1108/MD-10-2022-1461>
- Swiatek, A. H., Szczesniak, M., & Bielecka, G. (2021). Trait Anxiety and Social Media Fatigue: Fear of Missing Out as a Mediator. *Psychol Res Behav Manag*, 14, 1499-1507. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S319379>
- Valensia, V., & Nugroho, A. (2019). Information overload, fear of missing out, and privacy concern as factors influencing social networking services fatigue and discontinuous intention: Evidence from indonesian instagram users. the 34th International Business Information Management Association Conference Madrid, Spanyol.
- Vannucci, A., Flannery, K. M., & Ohannessian, C. M. (2017). Social media use and anxiety in emerging adults. *Journal of affective disorders*, 207, 163-166. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2016.08.040>
- Whelan, E., Najmul Islam, A. K. M., & Brooks, S. (2020). Is boredom proneness related to social media overload and fatigue? A stress-strain-outcome approach. *Internet Research*, 30(3), 869-887. <https://doi.org/10.1108/INTR-03-2019-0112>
- Widmer, R. J., Mandrekar, J., Ward, A., Aase, L. A., Lanier, W. L., Timimi, F. K., & Gerber, T. C. (2019). Effect of Promotion via Social Media on Access of Articles in an Academic Medical Journal: A Randomized Controlled Trial. *Academic Medicine*, 94(10). [https://journals.lww.com/academicmedicine/fulltext/2019/10000/effect\\_of\\_promotion\\_via\\_social\\_media\\_on\\_access\\_of.36.aspx](https://journals.lww.com/academicmedicine/fulltext/2019/10000/effect_of_promotion_via_social_media_on_access_of.36.aspx)
- Wu, W., Huang, L., & Yang, F. (2024). Social anxiety and problematic social media use: A systematic review and meta-analysis. *Addictive Behaviors*, 153, 107995. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2024.107995>
- Zhang, G., Cao, J., & Liu, D. (2023). Examining the influence of information overload on consumers' purchase in live streaming: A heuristic-systematic model perspective. *Plos One*, 18(8), e0284466. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0284466>
- Zhang, S., Zhao, L., Lu, Y., & Yang, J. (2016). Do you get tired of socializing? An empirical explanation of discontinuous usage behaviour in social network services. *Information & Management*, 53(7), 904-914. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.im.2016.03.006>