



ISSN 2527 - 9173



JURNAL ILMU KOMUNIKASI UHO: JURNAL PENELITIAN KAJIAN ILMU KOMUNIKASI DAN INFORMASI

**Jurnal Penelitian Kajian
Ilmu Komunikasi & Informasi**

Laboratorium Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Halu Oleo
Kendari, Indonesia

Editorial Team

Editor In chief

Muh. Najib Husain, Scopus ID : 57245633700, Universitas Halu Oleo, Indonesia

Editor

Sartika Sari Wardanhi Dh Pasha, Universitas Hasanuddin, Indonesia
Sumadi Dilla, S.Sos.M.Si, Halu Oleo University, Kendari, Indonesia
Sutiyanu Fachrudin, S.Sos.M.I.Kom, Halu Oleo University, Kendari, Indonesia
Riza Darma Putra, S.Sos.M.I.Kom, Pancasila University, Jakarta, Indonesia
Hasriany Amin, S.Sos.M.Si, Halu Oleo University, Kendari, Indonesia
Nosakros Arya, S.Sos.M.I.Kom, Hasanuddin University, Makassar, Indonesia
Asrul Jaya, S.Sos.M.Si, Halu Oleo University, Kendari, Indonesia
Ikrima Nufikria, S.Sos.M.Si, Halu Oleo University, Kendari, Indonesia
Fera Tri Susilawaty, ID Scopus 57220056162 Halu Oleo University, Kendari, Indonesia
La Ode Herman. H, ID Scopus 57220048862 Halu Oleo University, Kendari, Indonesia
Faturachman Alputra Sudirman, Scopus ID :57220060988, Universitas Halu Oleo, Indonesia

[REVIEWS](#)

[FOCUS AND SCOPE](#)

[PEER REVIEW PROCESS](#)

[PUBLICATION FREQUENCY](#)

[PUBLICATION ETHICS](#)

[AUTHOR GUIDELINES](#)

[ACCREDITATION](#)



[Link](#)



Table of Contents

Original Research

KELELAHAN MEDIA SOSIAL SELAMA PANDEMI COVID-19 DI KALANGAN SOCIAL MEDIA OFFICER: PEMICU, KONSEKUENSI, DAN KEBIJAKAN

Syahrul Hidayanto, Wa Ode Sitti Nurhaliza

PDF
579-603

SELF CONCEPT OF PEOPLE WITH BIPOLAR THROUGH BIPOLAR SURVIVAL GROUP IN DENPASAR

Putri Ekaresty Haes, Ni Putu Dinda Haryanti

PDF
604-617

STRATEGI PEMANFAATAN WEBSITE DALAM MEMBANGUN BRAND AWARENESS TAMAMART UHAMKA

Nasyifa Nur Januar Putri, Hasna Wafia Mumtazia, Ghilang Mahesa Putra

PDF
618-634

POLA KOMUNIKASI COFFEESHOP BLOGGER DALAM MEMBENTUK PERSONAL BRANDING DI INSTAGRAM

Khalida Azki Maudina, Hanny Hafiar, Centurion Chandratama Priyatna

PDF PDF
635-658

KETIDAKPERCAYAAN MASYARAKAT TERHADAP INFORMASI COVID-19 DI INDONESIA: SEBUAH TINJAUAN LITERATUR SISTEMATIS

Diah Melati Adzani, Indira Irawati

PDF
659-672

KELELAHAN MEDIA SOSIAL SELAMA PANDEMI COVID-19 DI KALANGAN *SOCIAL MEDIA OFFICER*: PEMICU, KONSEKUENSI, DAN KEBIJAKAN

Syahrul Hidayanto¹, Wa Ode Sitti Nurhaliza²

^{1,2} Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

ABSTRAK

Harus diakui, media sosial berperan penting di masa pandemi COVID-19 karena melalui platform ini, banyak orang bertukar cerita tentang pengalaman pribadi dan berbagi sudut pandang ketika harus meminimalkan aktivitas di luar rumah. Meski sebagian orang menganggap mengakses media sosial di masa pandemi COVID-19 membuat mereka tetap waras, tak sedikit juga yang mengalami kelelahan mengakses media sosial, salah satunya adalah *Social Media Officer* (SMO). Pengguna media sosial yang mengalami kelelahan media sosial biasanya mengalami kelelahan mental setelah partisipasi dan interaksi yang berlebihan di berbagai platform media sosial. Dalam hal ini, pekerja digital berada dalam dilema. Di satu sisi ia perlu menjaga kesehatan mentalnya, tetapi di sisi lain, media sosial adalah lingkungan kerja dan sumber mata pencaharian utama mereka. Penelitian ini penting dan sangat relevan bagi akademisi, praktisi media, dan pengguna media sosial pada umumnya. Pendekatan penelitian yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah ini secara mendalam adalah kualitatif, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara semi terstruktur dengan lima SMO yang memiliki pengalaman bekerja lebih dari tiga tahun. Temuan penelitian menguraikan pemicu dan konsekuensi dari kelelahan media sosial selama pandemi COVID-19 di antara SMO. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *information overload*, *self-disclosure*, *privacy concern*, *fear of missing out*, *compulsive use*, dan *social comparison* adalah pemicu terkuat dari kelelahan media sosial dan bahwa kelelahan media sosial berkontribusi terhadap penurunan kinerja di kalangan SMO. Penelitian ini juga menawarkan saran bagi SMO untuk meningkatkan pengalaman kerja mereka.

Kata-kata Kunci: Kelelahan media sosial; *social media officer*; Covid-19; media sosial; kesehatan mental

SOCIAL MEDIA FATIGUE DURING COVID-19 PANDEMIC AMONG SOCIAL MEDIA OFFICERS: TRIGGERS, CONSEQUENCES, AND POLICY

ABSTRACT

It must be admitted that social media plays an essential role during the COVID-19 pandemic because, through this platform, many people exchange stories about personal experiences and share points of view when it comes to minimizing activities outside the home. Although some people think that accessing social media during the COVID-19 pandemic keeps them sane, not a few also experience fatigue from accessing social media, one of which is the Social Media Officer (SMO). Social media users who experience social media exhaustion experience mental exhaustion after excessive participation and interaction on various social media platforms. In this case, digital workers are in a dilemma. On the one hand, he needs to take care of his mental health, but on the other hand, social media is their work environment and primary source of livelihood. This research is essential and highly relevant for academics, media practitioners, and social media users. The research approach used to identify this problem in depth is qualitative, with data collection techniques in semi-structured interviews with five SMOs who have more than three years of work experience. Research findings outline the triggers and consequences of social media burnout during the COVID-19 pandemic among SMOs. This study also shows that information overload, self-disclosure, privacy concerns, fear of missing out, compulsive use, and social comparison are the most potent triggers of social media fatigue. Social media fatigue contributes to decreased performance among SMOs. The study also offers suggestions for SMOs to improve their work experience.

Keywords: *Social media fatigue; social media officer; Covid-19; social media; mental health*

PENDAHULUAN

Sejak Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) mengumumkan *the novel coronavirus disease* 2019 (Covid-19) sebagai pandemi global pada Maret 2020, informasi tentang Covid-19 lantas membanjiri seluruh *platform* media di banyak negara. Frekuensi liputan media yang tidak masuk akal karena terlampau tinggi dilatarbelakangi oleh dampak signifikan yang muncul terhadap kehidupan manusia dan tingkat keparahan Covid-19 dalam skala global. Setiap menitnya, masyarakat mau tidak mau harus mengonsumsi berita terbaru tentang jumlah orang yang dinyatakan sembuh, positif, dan meninggal karena Covid-19. Tidak hanya itu, ada juga informasi dari pemerintah soal penanganan wabah dan juga komentar dari ahli di banyak media (Hong & Kim, 2020).

Pandemi Covid-19 berbeda dengan pandemi yang sebelumnya pernah umat manusia lalui. Saat ini, manusia bisa mengakses informasi secara instan. Informasi tentang Covid-19 yang benar dan salah dengan mudah dan cepat berpindah dari satu negara ke negara lainnya, mulut ke mulut, dan percakapan di media sosial. Di satu sisi, arus perpindahan informasi yang mudah dan cepat ini merupakan sebuah manfaat, namun di sisi lain hal ini menyebabkan banjir informasi yang justru didominasi oleh publik yang tidak terpuaskan dengan informasi Covid-19 ataupun hoaks sehingga berimplikasi negatif karena dapat menenggelamkan data ilmiah penting tentang Covid-19 dari banyak laboratorium di dunia (Valika et al., 2020). Pandemi Covid-19 juga mengharuskan pemerintah membuat kebijakan membatasi kegiatan bekerja di luar rumah. Terbatasnya gerak di dunia nyata memaksa masyarakat memindahkan aktivitas mereka ke dunia maya. Ada sebagian orang yang sudah terbiasa dengan rutinitas kerja yang melibatkan internet, namun sebagian lainnya masih harus beradaptasi. Tak jarang hal ini justru membuat mereka berada didalam tekanan dan mengganggu bekerja menjadi lebih melelahkan (Song & Gao, 2020).

Pertumbuhan digital sangat tinggi sejak awal pandemi Covid-19 hingga memasuki era paruh kedua tahun 2021. Total miliaran manusia berkegiatan di dalam rumah, menjaga jarak sosial, dan mencari cara agar tetap terhubung dengan komunitas, yang berimplikasi membuat pengguna aktif media sosial semakin bertumbuh jika dibandingkan dengan tahun 2019 (Statista Research Department, 2022). Jumlahnya melonjak 13% hanya dalam waktu 12 bulan. TikTok menjadi media sosial paling tinggi peminat dengan penambahan sebesar 38%, disusul Pinterest, Reddit, Facebook, dan Twitter yang pertumbuhannya juga signifikan. Sekarang, tercatat ada 4,48 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia, dan jumlah ini setara dengan hampir 57% dari total populasi dunia (Kemp, 2022).

Meningkatnya jumlah pengguna media sosial di masa pandemi Covid-19 justru semakin menambah daftar masalah. Ada fakta yang mengemuka bahwa media sosial harus bertanggung jawab atas masifnya penyebaran hoaks tentang Covid-19 (Mohammed et al., 2022) dan publik yang mempertanyakan bagaimana *platform* ini mencegah penyebaran hoaks (Allcott & Gentzkow, 2017; Figueira & Oliveira, 2017). Informasi yang terlampau banyak ini seringkali menyulitkan pengguna memisahkan fakta dari fiksi serta rumor yang memang disengaja dan menyesatkan. Hal ini membuat pengguna kesulitan memilah informasi dari banyak sumber pada saat bersamaan (Mohammed et al., 2022). Informasi yang tidak jelas, ambigu, dan tidak akurat yang setiap harinya dibaca oleh pengguna media sosial dan interaksi yang berlebihan diantara pengguna media sosial ini berpotensi menyebabkan kelelahan media sosial dan berdampak buruk pada kesehatan mental.

Kelelahan media sosial dapat terjadi diantara pengguna ketika mereka terlalu berlebihan dalam mengakses situs, membaca konten, dan terlalu sering berpartisipasi dan menjaga koneksi dengan teman di beberapa media sosial (Kwon et al., 2021; C. Lee & Kim, 2016; Technopedia, 2017). Setiap pengguna memiliki level kelelahan yang berbeda-beda mulai dari performa aktivitas yang melambat hingga kondisi kelelahan yang berlebihan dan berpengaruh pada kesehatan mental pengguna (Laura F. Bright et al., 2015; Ravindran et al., 2014; Zhang et al., 2016a). Beberapa pengguna mengalami kelelahan karena sulit mengelola dan memahai fitur privasi di media sosialnya. Sementara itu, pengguna lain merasa terbebani dengan banyaknya informasi yang mereka terima, kecanduan mengakses, sulit beradaptasi dengan fitur yang diperbarui, dan kewalahan berkomunikasi dengan teman dari banyak *platform* media sosial (Dhir et al., 2018; Ravindran et al., 2014). Menurut Laato et al., (2020) di masa pandemi Covid-19, pengguna media sosial yang memiliki motivasi mengakses media sosial karena promosi diri (*self promotion*) dan hiburan, serta memiliki kekurangan regulasi (*self-regulation*) lebih cenderung menyebarkan informasi yang belum diverifikasi. Besarnya volume informasi yang belum diverifikasi tersebut menyebabkan kelelahan media sosial pada banyak pengguna.

Dari sisi pengguna, kelelahan media sosial berdampak negatif pada kesehatan mental sehingga merugikan kesejahteraan psikologis dan fisiologis mereka (Dhir et al., 2018; Lim & Choi, 2015; Pontes, 2017; Shin & Shin, 2016; Sun et al., 2017). Sementara itu, dari sisi *platform* media sosial dan operator layanan komunikasi, kelelahan media sosial dapat membuat pengguna berhenti berlangganan layanan, beralih, atau membatasi aktivitasnya. Ini berarti mereka mendapatkan keuntungan finansial yang lebih sedikit dan dapat merugikan

bisnis mereka (Dhir et al., 2018; Malik et al., 2021a; Oghuma et al., 2016; Shin & Shin, 2016).

Konsep kelelahan yang kompleks dan variabel yang dapat diteliti oleh lintas disiplin membuatnya memiliki banyak definisi (Bener et al., 2017; Brown, 1994; Dawson et al., 2017; Piper et al., 1987; Ricci et al., 2007; Watt et al., 2000; Wolf et al., 2017; Yu et al., 2017). Misalnya dari sudut pandang ilmu kesehatan kerja, kelelahan setiap orang bervariasi maka dari itu bersifat subjektif bergantung dengan orang yang merasakan kelelahan (Piper et al., 1987; Wolf et al., 2017). Kemudian dari ilmu psikologi dan faktor manusia, kelelahan dipandang sebagai penolakan, ketidakmauan atau tidak adanya niat untuk terus terlibat atau mengerjakan tugas yang diberikan kepadanya (Brown, 1994). Sejumlah faktor yang menyebabkan kelelahan diantaranya aktivitas yang tidak pernah berhenti dan berkepanjangan, kurang istirahat, pola tidur yang buruk, serta lingkungan dan sosial ekonomi yang tidak mendukung.

Beberapa tahun terakhir, penelitian interdisipliner tentang kelelahan dalam penggunaan teknologi informasi dan komunikasi mulai bermunculan (Salanova et al., 2013). Beberapa bidang yang diteliti seperti periklanan, komunikasi, ilmu kesehatan, psikologi, dan disiplin ilmu lainnya yang berfokus pada penggunaan media sosial secara umum (R. M. Kowalski et al., 2012; Kwon et al., 2021; O’Keeffe et al., 2011; Tandoc et al., 2015; Woods & Scott, 2016).

Para sarjana juga memiliki minat besar untuk meneliti dampak penggunaan media sosial yang berlebihan pada remaja, kesehatan mental, pemrosesan informasi, dan produktivitas kerja. Namun, penelitian yang fokus pada SMO masih sangat jarang dan jika ditemui hanya berkonsentrasi pada efektivitas organisasi kerja misalnya komunikasi internal antara sesama rekan kerja, anak buah, tim, dan pimpinan perusahaan (Kwon et al., 2021). Untuk itu, penelitian ini dapat mengisi *gap* penelitian tentang pekerja media sosial khususnya yang terkait dengan kelelahan media sosial dan arah kebijakan perusahaan.

Menurut Kwon et al., (2021), sebagai orang yang membuat konten media sosial, menjadi penghubung antara merek dengan konsumen, membangun citra positif merek, dan mengelola isu di media sosial, SMO jelas adalah profesi yang paling sering mengalami kelelahan media sosial. Kelelahan media sosial adalah satu dari sekian banyak resiko yang harus mereka tanggung. Dalam hal ini, SMO berada dalam posisi dilema. Di satu sisi ia perlu menjaga kesehatan mentalnya, namun di sisi lain, media sosial adalah lingkungan kerja dan ladang mata pencaharian utama mereka. Penelitian ini penting dan sangat relevan untuk para

akademisi, praktisi media, dan pengguna media sosial secara umum. Penelitian bertujuan untuk memahami apa saja pemicu dan konsekuensi kelelahan media sosial yang dialami SMO dan kebijakan yang digagas oleh perusahaan tempat mereka bekerja untuk mengatasi kelelahan media sosial.

Beberapa sarjana mendefinisikan kelelahan media sosial sebagai ketidakmampuan seseorang mengelola penggunaan media sosial secara sehat. Kelelahan media sosial berasal dari perasaan lelah yang subjektif dan muncul setelah evaluasi diri dari penggunaan media sosial (Ayyagari et al., 2011; Lee, A. R., Son, S. M., & Kim, 2016; Technopedia, 2017). Pengguna yang mengalami kelelahan media sosial cenderung akan mundur dari media sosial karena sudah sangat terikat dengan situs, otak tidak bisa lagi menampung banyak informasi, khawatir dengan privasi, dan bosan (Laura Frances Bright & Logan, 2018). Menurut Kwon et al., 2021) *social media fatigue* merupakan tantangan yang harus dihadapi saat manusia berkomunikasi menggunakan perangkat teknologi informasi dan komunikasi. Perangkat teknologi informasi dan komunikasi ini mampu menyediakan akses informasi setiap saat dan tidak terbatas, namun dibalik manfaatnya, perangkat ini juga tidak bisa mencegah pengguna untuk tidak mengalami kelelahan.

Sebagian besar penelitian kelelahan media sosial berfokus pada platform Facebook karena dianggap sebagai media sosial yang paling banyak menyebabkan kelelahan media sosial (Berners-Lee et al., 2001; Laura F. Bright et al., 2015; Cramer et al., 2016; E. Lee et al., 2019; Malik et al., 2021b; Ravindran et al., 2014) dan platform media sosial secara umum (Lee, A. R., Son, S. M., & Kim, 2016; Logan et al., 2018; Pontes, 2017; Salo et al., 2017) atau aplikasi pesan instan yang paling populer di dunia seperti WhatsApp (Kaplan & Haenlein, 2010; Miller et al., 2016). Penelitian juga banyak dilakukan di negara maju, di mana pertumbuhan pengguna media sosial sangat cepat dan inovasi teknologi yang lebih mapan (Laura F. Bright et al., 2015; Cramer et al., 2016; Lee, A. R., Son, S. M., & Kim, 2016; Pontes, 2017; Salo et al., 2017; Shin & Shin, 2016). Berdasarkan studi literatur yang telah dilakukan, ditemukan delapan pemicu kelelahan media sosial yaitu *information overload, user confidence, self-disclosure, privacy concern, fear of missing out (FoMO), compulsive use, social comparison*, dan *cyberbullying* (lihat Gambar 1).



Gambar 1. Pemicu Kelelahan Media Sosial (Sumber: Olahan peneliti)

Information Overload and Fatigue

Informasi yang berlebihan dapat dipahami sebagai kondisi yang disebabkan oleh banyaknya informasi yang dikonsumsi di media sosial sehingga menyebabkan perasaan kewalahan karena melebihi kapasitas yang dapat diproses oleh pengguna (Bawden & Robinson, 2020; Eppler & Mengis, 2003; Jacoby et al., 1974). Manusia memiliki kapasitas pemrosesan informasi yang terbatas. Jika informasi yang diterima melebihi kapasitas, maka kinerja dipastikan akan turun (Hunter, 2004). Dampak negatif dari kelebihan informasi yaitu meningkatnya kesalahan dan memunculkan kebingungan atau frustrasi pada seseorang (Laura F. Bright et al., 2015; Zhang et al., 2016b).

User Confidence and fatigue

Menurut Bright et al., (2015), seseorang yang memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi dalam menggunakan media sosial cenderung tidak mengalami kelelahan media sosial. Sebaliknya, pengguna yang memiliki kepercayaan diri yang rendah dalam menggunakan media sosial lebih mungkin untuk mengalami kelelahan. Ketika pengguna memiliki kepercayaan diri yang tinggi, mereka akan memperluas jaringan pertemanan dan berbagi konten dalam jumlah yang banyak. Kedua hal tersebut, dianggap sebagai pengalaman menyenangkan saat mereka menggunakan media sosial. Kepercayaan diri menggunakan media sosial dapat menggambarkan persepsi pengguna tentang kemampuan menggunakan media sosial secara efektif.

Self-Disclosure and fatigue

Seiring dengan tumbuhnya jumlah pengguna media sosial di seluruh dunia, membuat durasi menggunakan media sosial juga meningkat dan kegiatan mengungkapkan diri di media sosial menjadi hal yang normal. Bahkan, banyak dari pengguna yang membagikan cerita pribadi, pengalaman, dan pemikirannya di media sosial agar dapat membina hubungan yang lebih intim dan bermakna (Bazarova & Choi, 2014; Kaplan & Haenlein, 2010; Qiu et al., 2012; Taylor, 1968). Pengguna tidak sungkan untuk mengungkapkan informasi yang bersifat pribadi, rahasia, dan sensitif tanpa menyadari konsekuensi kehilangan kendali atas pengungkapan diri yang mereka lakukan. Banyak literatur yang menghubungkan pengungkapan diri secara daring dengan kecemasan, tekanan mental, dan kelelahan. Pengungkapan informasi pribadi yang sensitif di media sosial juga rentan terhadap adanya *cyberbullying*, pelecehan seksual daring, *sexting*, dan kecanduan mengakses internet (Bazarova & Choi, 2014; Boksem & Tops, 2008; Krasnova et al., 2009; O’Keeffe et al., 2011; Rains et al., 2014; Sheldon & Pecchioni, 2014).

Privacy Concern and fatigue

Media sosial dirancang sebagai sebuah platform untuk pengguna membuat konten secara bebas sesuai dengan minatnya. Keterbukaan informasi yang khas pada media sosial menimbulkan sejumlah resiko terkait privasi dan keamanan pengguna. Misalnya pencurian data pribadi, penyalahgunaan data, peretasan, dan pengawasan oleh orang asing yang tidak diinginkan. Masalah privasi yang dialami sejumlah pengguna media sosial meningkatkan kecemasan terkait kemungkinan bocornya informasi rahasia atau sensitif di dalam jaringan. Beberapa penelitian membuktikan bahwa masalah privasi dapat memengaruhi perilaku, tingkat aktivitas, dan kepercayaan pengguna terhadap sistem kerja media sosial (Krasnova et al., 2009; Malik, 2016; Malik et al., 2016; O’Keeffe et al., 2011; Taddicken, 2013). Meningkatnya jumlah penyebutan masalah privasi data oleh media massa, aturan privasi yang rumit dan membingungkan pengguna, serta munculnya cerita pelanggaran privasi di media sosial secara terus-menerus membuat pengguna merasa tertekan dan hal ini berkontribusi munculnya kelelahan. Masalah privasi juga dapat mengisi ruang kognitif yang dimiliki pengguna sehingga menyebabkan kelelahan. Padahal, ruang kognitif manusia sangat terbatas. Kemudian, ketika pengguna terlalu khawatir dengan privasi data, maka mereka cenderung mengalami kecemasan yang tinggi dan hal ini diterjemahkan sebagai kelelahan media sosial (Boksem & Tops, 2008; Laura F. Bright et al., 2015).

Fear of Missing Out (FoMO) and fatigue

FoMO adalah ketakutan akan informasi yang hilang atau pengalaman yang dialami oleh teman dalam jaringan yang sama (Elhai et al., 2016; Przybylski et al., 2013). Dalam konteks penelitian ini, seseorang yang rentan mengalami FoMo, akan terus aktif di media sosialnya, terhubung, dan mengikuti banyak orang di berbagai media sosial agar tidak kehilangan informasi. Konsekuensi dari FoMO adalah pengguna menjadi tidak bisa terlepas dari ponselnya. Penggunaan ponsel juga biasanya berlebihan. Seseorang yang memiliki masalah dengan FoMO cenderung memiliki keinginan impulsif untuk tetap terhubung dengan media sosial dalam waktu yang tidak tepat, misalnya sebelum dan setelah bangun tidur, saat bekerja, saat rapat dengan rekan kerja atau klien, dan saat mengemudi (Alt, 2015; Hetz et al., 2015; Przybylski et al., 2013). FoMo dapat membuat seseorang tidak puas dalam menjalani hidupnya, mengalami lebih banyak stres, mudah depresi, bisa meningkatkan emosi negatif, perundungan, hingga menyebabkan timbulnya kecemburuan sosial (Beyens et al., 2016; Elhai et al., 2016; Hetz et al., 2015; Przybylski et al., 2013).

Compulsive Use and fatigue

Menurut Hirschman (1992), *compulsive use* adalah kelainan individu dalam mengendalikan konsumsi akan sesuatu sehingga tidak dapat secara rasional mengelola kinerjanya secara rutin. Individu yang kompulsif dalam penggunaan media, dalam hal ini media sosial, dapat mengakibatkan peningkatan kelelahan emosional pengguna, membuat pengguna cemas dan depresi, serta mengganggu interaksi perilaku dan sosial (Elhai et al., 2016; Ho et al., 2014; Lin et al., 2013), Beberapa penelitian lain juga membuktikan bahwa penggunaan media yang tidak terkendali lebih banyak menghasilkan kondisi kognitif yang negatif sehingga memperburuk kesehatan mental penggunanya dan menyebabkan kelelahan media sosial (Brand et al., 2016).

Social Comparison and fatigue

Perbandingan sosial tidak hanya terjadi dalam konteks luring tetapi juga daring. Media sosial berperan menyederhanakan dan mempercepat seluruh proses perbandingan sosial. Jika seseorang terus-menerus terpapar dengan konten temannya di media sosial yang menggambarkan kehidupan menyenangkan dan sejahtera, secara umum hal ini dapat memunculkan sejumlah reaksi psikologis seperti rasa iri, tekanan emosional, rendahnya kepercayaan diri, dan kecemburuan sosial (Feinstein et al., 2013). Kemudian, penelitian lain yang relevan juga menunjukkan bahwa perbandingan sosial di Facebook dan Instagram dapat

memengaruhi kesehatan mental pengguna sehingga memunculkan rasa tidak puas terhadap hidupnya, depresi, dan kelelahan (Kross et al., 2013; Vogel et al., 2015).

Cyberbullying and fatigue

Cyberbullying secara umum didefinisikan sebagai perilaku yang memiliki elemen repetisi, ketidakseimbangan kekuatan, agresi, dan intensi seperti halnya *bullying* dalam konteks luring. *Cyberbullying* memungkinkan pelaku untuk tidak mudah dikenali karena adanya anonimitas. Anonimitas ini membuat pelaku mudah merundung korbannya kapan saja (Oksanen et al., 2020). Menurut Smith et al., (2008) *cyberbullying* dapat terjadi terlepas dari ruang dan waktu dan biasanya lebih mudah dikenali. Meskipun tidak menutup kemungkinan *cyberbullying* juga dilakukan secara berulang, tetapi dalam konteks *bullying* di media sosial, tindakan satu kali dapat menyebabkan kerugian pengguna karena publik langsung terpapar dan dapat mengaksesnya berulang kali (R. Kowalski et al., 2014; Slonje & Smith, 2008). Menurut Sansone & Sansone (2008) *bullying* memiliki hubungan positif dengan kelelahan. Studi lainnya yang dilakukan oleh Cao et al., (2019) juga mendukung argumen bahwa *cyberbullying* memiliki dampak buruk pada pengguna sehingga menyebabkan kelelahan media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivistik dengan pendekatan penelitian yaitu kualitatif. Kriteria informan penelitian adalah individu yang berprofesi sebagai SMO selama lebih dari tiga tahun dan memiliki frekuensi penggunaan media sosial yang tinggi (di atas 8 jam). Seluruh informan memiliki lebih dari satu akun media sosial. Beberapa media sosial yang sering diakses adalah Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, dan TikTok. Tugas semua informan setiap harinya adalah mengelola akun media sosial mulai dari membuat konten, memposting konten, membuat analisis percakapan media sosial, dan berinteraksi dengan pengikut akun. Total informan pada penelitian ini adalah sebanyak lima orang dengan latar belakang yang beragam (lihat Tabel 1).

Tabel 1. Profil Informan

Inisial	Jenis Kelamin	Lama Bekerja	Lama Menggunakan Media Sosial (Hari)
C	Laki-laki	3 tahun	Lebih dari 8 jam sehari
D	Perempuan	6 tahun	Lebih dari 10 jam sehari

F	Perempuan	5 tahun	Lebih dari 8 jam sehari
M	Perempuan	6 tahun	Lebih dari 15 jam sehari
U	Laki-laki	6 tahun	Lebih dari 8 jam sehari

Alat pengumpulan data utama dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur. Wawancara dilakukan secara daring melalui Zoom Meeting dengan durasi maksimal dua jam. Total empat puluh pertanyaan terbuka yang berkaitan dengan tema penelitian telah ditanyakan kepada seluruh informan. Hasil rekaman jawaban semua informan direview terlebih dahulu sebelum diterjemahkan ke dalam bentuk transkrip wawancara. Setelah itu, dilakukan pengodean data dengan tiga tahap yaitu *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. Hasil *selective coding* kemudian dipindahkan ke bagian hasil penelitian. Untuk mencapai saturasi data, selain wawancara, peneliti juga melakukan pengumpulan data tambahan melalui studi pustaka dan observasi partisipatif. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis tematik yang dapat membantu peneliti menangkap pengalaman informan dalam mengakses media sosial untuk kebutuhan kerja dan pribadi yang kemudian disajikan oleh peneliti lewat tema-tema tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis tematik dari olah data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi pustaka terdapat lima tema besar. Kelima tema tersebut akan dijabarkan sebagai berikut:

Beban Kerja SMO Meningkat Disaat Pandemi Covid-19

Menurut informan D, F, M, bekerja disaat pandemi Covid-19 lebih melelahkan daripada sebelum pandemi. Sedangkan, menurut informan C dan U tidak terdapat perbedaan yang signifikan ketika mengelola media sosial baik sebelum pandemi maupun sesudahnya. D, F, M, memiliki alasan yang sama terkait kelelahan mengelola media sosial di saat pandemi. Alasan utama mereka adalah bekerja di masa pandemi tidak memiliki jam kerja yang jelas. Batas jam kerja dan jam istirahat menjadi kabur. Hal ini yang menyebabkan beban kerja tidak sesuai bahkan justru meningkat. D berargumen bahwa aturan bekerja dari rumah justru memperparah keadaan. Selain karena D juga harus berbagi peran sebagai ibu dan istri, ia terkadang mendapatkan permintaan pembuatan konten oleh *client* yang sifatnya mendadak dan tidak relevan dengan *value* yang dimiliki akun media sosial yang ia kelola.

“Jauh beda banget. Selama pandemi rasanya mungkin karna kita full di rumah ya, terus juga pembatasan juga jadi kerasa *crowded*-nya banget. Dari *client* banyak permintaan ini itu udah gitu disaat ada sesuatu yang viral mereka kaya minta “ayo dong naikin ini juga”. Begitu pandemi semua orang jadi fokus pada yang lagi viral. Saya merasa capek kok banyak banget ya apa-apa bikin konten padahal engga relevan kaya gitu ya..” Informan D

“Awal pandemi udah mulai berasa nih (lelah mengakses medsos). Saat pandemi makin berasa efeknya,” Informan F

SMO: “Saat Jam Istirahat Kami Tetap Mengakses Media Sosial,”

Seluruh informan sepakat bahwa jam istirahat orang-orang yang bekerja sebagai SMO adalah tidak jelas. Perkembangan isu di media sosial yang dinamis membuat mereka harus selalu stand by membuka akun media sosial. Menariknya, empat dari lima informan memaknai istirahat sebagai waktu untuk mengakses media sosial yang mereka sukai dan yang berbeda dengan yang mereka kelola sehari-hari. Di media sosial tersebut, mereka biasanya melakukan aktivitas yang menyenangkan seperti menonton video lucu di YouTube, Instagram, atau TikTok. Mereka juga menambahkan, Twitter adalah media sosial paling *toxic* dan tidak sehat. Selain sebagai bentuk *refreshing*, mengakses media sosial yang berbeda (selain Twitter) dapat membuat mereka meminimalisir tekanan dalam bekerja.

“Streaming yang lucu-lucu di YouTube. Kalau YouTube itukan banyak banget ya, tinggal dicari hiburan unik juga keluar apa aja yang penting kaya bisa ketawa gitu,” Informan D

“Kita tetep ngeliat media sosial, cuman bukan untuk tentang pekerjaan sih, nonton TikTok aja gitu, ngeslide-slide, atau gak nonton YouTube, film gitu. Kayanya tetep berada di lingkungan media sosial sih kebanyakan. Cuma gak tentang kerjaan aja, jadinya lebih enak buka medsosnya,” Informan C

“Buka sosmed yang sekiranya gue enak, buka YouTube nonton kaya dengerin apa podcast atau apa. Gak papa sih, kadang kan ada sosial media yang emang gua gak mau banget nih, gue gak mau buka ini, gue mau dengerin ini dulu, tapi masih di sosmed, nonton YouTube yang kita suka,” Informan F

“Gua 1 hari itu full gua gak mikirin kerjaan, gua mainin internet, sosmed, segala macem tapi bukan soal kerjaan,” Informan U

Jika informan D, C, F, dan U memaknai istirahat bekerja sebagai waktu untuk mengakses media sosial yang mereka sukai, informan M justru memaknai istirahat sebagai waktu untuk menonaktifkan ponselnya. M akan memperbanyak aktivitas luring seperti makan makanan yang ia sukai, mengobrol dengan keluarga dan teman dekat, serta memilih untuk

memperpanjang waktu tidur. Menurut M, menjauhkan ponsel saat beristirahat lebih efektif meminimalisir stress ketika bekerja sebagai SMO.

Pemicu Kelelahan Media Sosial di Kalangan SMO

Semua informan mengakui aktivitas mengonsumsi informasi terlalu banyak di media sosial dapat menyebabkan kelelahan media sosial. Informasi yang datang silih berganti dengan lebih banyak *tone* negatif membuat mereka terganggu, bingung, dan kewalahan karena sudah tidak mampu menampung banyaknya informasi. Lonjakan informasi dari media sosial terkait jumlah orang yang meninggal akibat terpapar virus Corona juga menjadi masalah besar bagi beberapa informan.

“Wah itu PR banget sih (informasi) yang datengnya bertubi-tubi gitu karena kan kita perlu mikir gitu apa yang harus kita lakuin. Terus dateng lagi belum selesai dipikirin udah dateng lagi pikiran yang lain gitu, ga fokus jadinya,” Informan C

“Muak, cuman gimana ya, kalau masih terkait kerjaan ya mau gak mau terima aja, cuman kalau udah tahu info ini gue skip, dapet lagi-dapet lagi terima, kalau udah tahu skip, kalau info yang baru, baru gue iniin lagi gitu loh. apa lagi denger yang beberapa hari ini berita duka cita. Itu sih bikin down banget,” Informan F

“Iya si covid itu, gue semenjak covid tinggi angka positifnya kan gue agak menutup info-info tentang si covid, tapi kita gak bisa menutup semua berita tentang si covid, Ketika kita lihat berita itu pasti akan keluar kan karena lagi trend kan itu sih. Stress. Informasi ini aja belum selesai kita cerna. Tapi udah banyak aja informasi yang baru,” Informan M

“Wah stress gue (terlalu banyak dapat informasi). Jadi informasi satu belum kelar, udah ada lagi nih. Gua malah di sosmed udah gak pernah sih gua ngelihat yang kayak gitu. (Informasi soal positif covid) Apalagi di TV ya. gak pernah. Pasti gua skip sih yang kayak gitu-gitu. Soal covid gua pasti skip sekarang. Semakin banyak gua mikirin covid, sebanyak itu juga gua stress mungkin ya. Makanya buang soal berita itu, info-info kayak gitu gua buang.” Informan U

Meskipun tidak dialami oleh seluruh informan, pengungkapan diri di media sosial ternyata juga menjadi pemicu kelelahan media sosial. Seperti yang dialami oleh informan D, F, dan M. D bercerita bahwa pengungkapan diri yang ia lakukan di media sosial pernah berujung pada pelecehan seksual daring. Kejadian tersebut ia alami berkali-kali di Facebook. Ketika D sudah merasa risih dengan pelecehan yang diterima, ia akan segera melakukan blok akun. Sementara, D dan F berusaha untuk membangun citra yang positif di media sosial. Usaha yang mereka lakukan terkadang tidak mendapatkan respon yang baik dari teman-teman mereka di media sosial. Atas respon yang kurang baik tersebut, D dan F menjadi

cemas ketika harus memposting sesuatu di akun mereka, terutama yang berhubungan dengan pengungkapan informasi pribadi.

Pemicu kelelahan media sosial lainnya adalah masalah privasi di media sosial. Adanya penyalahgunaan data, kebocoran data, dan pencurian data di media sosial merupakan wujud kekhawatiran seluruh informan. Rasa khawatir yang terus menerus ini kemudian menjadi beban pikiran dan mengganggu pekerjaan mereka sehari-hari.

“Khawatir banget sih. Karena gua merasa kaya kita berhadapan dengan digital itu kaya ibaratnya telanjang aja gitu. Mungkin mereka tau cuman gak disebar aja kalo gue mikirnya gitu. Ya makanya kemungkinan-kemungkinan kaya gitu yang ga kita inginkan ga gua simpen di digital biasanya,” Informan C

“Ada rasa khawatir soal pemalsuan, pencurian data. Gini loh *privacy* segala macam bisa lah, kayak foto gua tiba-tiba disalahgunakan segala macam, tiba-tiba akun gua dipake segala macam yang bukan buat sewajarnya ya. itu sih yang gua takutin,” Informan U

Kemudian, rasa takut tertinggal informasi terbaru (FOMO) dan penggunaan media sosial yang berlebihan juga menjadi pemicu kelelahan media sosial di kalangan SMO. Kedua pemicu ini saling berkorelasi karena ketika informan mengalami FOMO, maka aktivitas penggunaan media sosial menjadi berlebihan dan menyebabkan kelelahan. Menurut semua informan, SMO yang tidak mengetahui informasi terbaru adalah hal yang memalukan, mengingat mereka seharusnya menjadi orang yang pertama kali tahu isu terkini di media sosial. Agar tidak FOMO, mayoritas informan selalu mengecek media sosial sebelum dan setelah bangun tidur. Bahkan, tidak jarang, mereka tetap membuka media sosial saat sedang meeting, berkumpul dengan keluarga, dan melaksanakan aktivitas fisik.

“Bangun tidur langsung buka medsos. Saat kumpul keluarga dan meeting kantor selalu memegang hp sambil buka medsos,” Informan C

“Kaya ngerasa ih kok gue bego banget ya baru tau masalah itu gitu terus ada juga temen yang kaya ngomong kaya gitu tapi sambil becanda. Di saat mood kita lagi engga bagus biasanya langsung ngedown tuh. Paling cepet dapet informasi itu disaat kita bangun tidur. Sebenarnya sih itu engga bagus banget memang bangun tidur langsung ngecek hp tetapi memang sudah jadi aktivitas sehari-hari makanya yang tadi aku bilang hidup gue udah engga sehat ini. Selama bekerja di dunia sosmed engga ada tuh yang namanya acara keluarga full tanpa hp,” Informan D

Pemicu kelelahan media sosial terakhir yang dialami oleh mayoritas informan adalah perbandingan sosial. Saat menggunakan media sosial, informan D, F, M, dan U pernah membandingkan diri mereka dengan pengguna media sosial lain. Informan D misalnya yang

membandingkan dirinya dengan mantan kekasihnya. Ketika dia melihat postingan mantan kekasihnya mendapatkan kekasih baru yang lebih baik dari D, dia akan sedih dan *mood*-nya akan rusak. Sementara informan M, sering merasa iri ketika teman daringnya mendapatkan *privilege* seperti berlibur ke luar kota dan memposting aktivitas liburannya ke media sosial. Lain halnya dengan informan U yang membandingkan pencapaian karirnya dengan teman-teman daringnya.

Konsekuensi Kelelahan Media Sosial di Kalangan SMO

Beberapa konsekuensi yang diterima oleh informan saat mengalami kelelahan media sosial diantaranya *performance* kerja menurun, mudah marah, stress, tidak fokus, sulit konsentrasi, dan sering terlewat informasi penting.

“Iya, jadi gak fokus, terus juga banyak salahnya, pengen cepet-cepet selesai aja bawaannya. Typo, salah data, salah input data. Terus gampang banget marah jadinya. Misalnya kalo ke orang lain gitu kadang gak ada hubungannya sama kerjaan” Informan C

“Gue merasa banget speed gue itu udah slowres banget terus juga kalau di grup juga ada informasi apa sering kali kaya skip, kebaca-kebaca tapi ntah satu jam atau dua jam kemudian baru keinget oh ya tadikan disuruh ini ya, kaya gitu loh, itu sih,” Informan D

“Paling gak fokus aja sih, jadi males buat megang medsos gitu, jadi gimana ya. Yang harusnya biasanya kaya gitu cepet jadi lambat, jadi susah gitu loh,” Informan F

“Lebih ke lambat sih, misalkan deadline jam 9, tapi gue baru selesai jam 10, jam 11, ngaruh sih,” Informan M

“Itu, gak konsen gua. Udah gak konsen,” Informan U

Kelelahan yang dialami tiap informan pada akhirnya memunculkan berbagai penyakit seperti kepala pusing, nyeri tulang belakang, maag, insomnia, hingga yang terparah yaitu demam tifoid atau yang lebih sering dikenal sebagai tipes.

“Rasa kaya natap layar tuh kaya udah cape banget. Terus pusing biasanya,” Informan C

“Tulang belakangku sering kambuh. Entah karena duduk, posisi nunduk ngeliat layar kaya gitu” Informan D

“Stress, lelah, masuk angin, pusing,” Informan F

“Sakit kepala, susah tidur, pas udah tidur gelisah. Maag iya, kalau udah parah banget tipes,” Informan M

Kebijakan Perusahaan terkait Pengelolaan Media Sosial saat Pandemi Covid-19 Tidak Jelas dan Merugikan SMO

Menurut seluruh informan, kebijakan perusahaan tempat mereka bekerja baik sebelum maupun disaat pandemi Covid-19 tidak jauh berbeda. Informan C misalnya, mengatakan bahwa perusahaan hanya membatasi aktivitas di kantor seperti tidak memperbolehkan untuk melaksanakan meeting atau aktivitas fisik lainnya. Terkait sistem kerja, kantornya menerapkan aturan bekerja dari rumah. Informan D menjelaskan, saat pandemi, perusahaan tempat ia bekerja tidak memiliki aturan terkait waktu kerja. Meskipun pemerintah Indonesia sudah menetapkan aturan bahwa pekerja harian lepas tidak bisa dilakukan secara terus-menerus karena terdapat batas waktu yang mengatur, yaitu maksimal 21 hari dalam satu bulan. Namun faktanya, aturan tersebut tidak berjalan dan cenderung diabaikan. Seluruh informan sepakat bahwa kebijakan perusahaan yang sehat akan membantu meningkatkan *performance* kerja karyawannya. Beberapa kebijakan yang menurut informan seharusnya dijalankan adalah penerapan *shift* kerja, penggajian yang layak, dan penyusunan jumlah anggota tim yang masuk akal dalam sebuah proyek pengelolaan media sosial (minimal sepuluh orang dalam satu tim). Mereka juga mengakui bahwa satu masalah besar yang belum memiliki titik terang dalam industri PR Agency di Indonesia adalah aturan terkait jam bekerja yang menurut semua informan semakin parah saat pandemi Covid-19.

“Terkait jam kerjanya, requestnya, kadang requestnya gak sesuai apa yang ditandangan di kontrak gitu misalnya. Atau waktu requestnya misalnya jam malem atau jam pagi banget gitu, itu bikin stres banget sih,” Informan C

“Adanya kebijakan jam kerja menurut pribadi gua sih sedikit membantu ya. Soalnya kayak kita ini kerja di medsos harusnya 24/7. Kalau ada peraturan itu kadang-kadang oh ya udah lah udah waktunya istirahat nih gitu,” Informan U

“Kalau dihitung jam kerjanya lebih. Apalagi kerja di rumah jadi gak berasa,” Informan D

Studi terdahulu terkait kelelahan dalam menggunakan media sosial di kalangan pengguna aktif mengungkapkan bahwa terdapat delapan pemicu kelelahan yang umumnya ditemukan yaitu *information overload*, *user confidence*, *self-disclosure*, *privacy concern*, *fear of missing out (FoMO)*, *compulsive use*, *social comparison*, dan *cyberbullying* (Laura F. Bright et al., 2015; Cramer et al., 2016; Lee, A. R., Son, S. M., & Kim, 2016; Pontes, 2017; Salo et al., 2017; Shin & Shin, 2016). Semua studi di atas dilakukan jauh sebelum pandemi Covid-19 terjadi dan menyorot pengguna media sosial yang tidak spesifik. Sementara,

penelitian ini memfokuskan pada profesi SMO yang setiap harinya harus mengakses media sosial karena tuntutan pekerjaan. Secara garis besar, dari delapan pemicu, hanya ditemukan enam pemicu terkuat kelelahan media sosial pada SMO yaitu *information overload*, *self-disclosure*, *privacy concern*, *FoMO*, *compulsive use*, dan *social comparison*. Menurut Biocca, F., Owen, C., Tang, A., & Bohil, (2007) memahami pesan yang kompleks dan detail akan lebih sulit jika informasi yang diterima sangat banyak. Saat menerima informasi terlalu banyak, seseorang juga cenderung mengaktifkan filter sensorik sehingga menyebabkan seluruh informasi tidak bisa dipahami secara maksimal (Hill & Moran, 2011). Hal inilah yang menyebabkan SMO sering mengalami kelelahan karena di satu sisi mereka harus *update* dengan informasi terbaru (termasuk jumlah orang meninggal karena Covid-19) namun di sisi lain mereka juga memproses informasi yang diberikan oleh *client*. Seperti yang dijelaskan oleh Hunter (2004) bahwa kapasitas pemrosesan informasi yang dimiliki manusia terbatas. Jika informasi yang diterima melebihi kapasitas, maka kinerja seseorang dipastikan akan turun. Bright (2015) menambahkan bahwa kelebihan mengonsumsi informasi akan menyebabkan dampak negatif yaitu pengguna media sosial rentan melakukan kesalahan, bingung, dan menyebabkan frustrasi.

Studi terdahulu terkait pengguna media sosial mengungkapkan bahwa kegiatan mengungkapkan diri di media sosial jumlahnya meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini didasarkan pada meningkatnya jumlah pengguna media sosial seluruh dunia dan tingginya intensitas penggunaannya. Secara tidak sadar, seseorang yang lebih sering mengungkapkan diri di media sosial lebih rentan mengalami kelelahan media sosial. Pengungkapan diri yang tidak terkontrol akan membuat pengguna menggunakan media sosial secara berlebihan. Selain itu, akan muncul rasa kecemasan, tekanan, dan kelelahan akibat tidak merasa puas dengan pengungkapan diri yang dilakukan (Bazarova & Choi, 2014; Boksem & Tops, 2008; Krasnova et al., 2009; O’Keeffe et al., 2011; Rains et al., 2014; Sheldon & Pecchioni, 2014).

Meskipun secara tingkat kepercayaan diri dalam penggunaan media sosial cukup tinggi (menurut hasil penelitian menyatakan rata-rata di atas 70%), SMO juga mengalami kekhawatiran dalam mengelola data pribadi mereka di media sosial. Sebagian dari mereka dapat menanggung resiko jika pelanggaran privasi data terjadi. Namun, sebagian yang lain belum siap dan menyebabkan kekhawatiran dan kecemasan yang berlebihan. Kekhawatiran dan kecemasan yang terlampaui tinggi ini diterjemahkan oleh Boksem & Tops, (2008) serta Laura F. Bright et al., (2015) sebagai kelelahan media sosial.

FoMO dan penggunaan media sosial secara kompulsif adalah dua pemicu kelelahan media sosial yang banyak dihubungkan dalam riset kelelahan media sosial pada disiplin ilmu komunikasi. Pengguna media sosial yang memiliki masalah dengan FoMO memiliki kecenderungan tetap terhubung dengan media sosial kapan pun dan di mana pun secara tidak teratur (Alt, 2015; Hetz et al., 2015; Przybylski et al., 2013). Menurut Hirschman (1992), kompulsif adalah kelainan dalam mengendalikan konsumsi sesuatu secara tidak rasional. Seseorang yang mengalami kelainan ini juga tidak dapat mengelola kinerja rutinnnya dengan baik. Agar tidak ketinggalan informasi, SMO akan terus terhubung dengan media sosial bahkan di luar jam kerja. Tidak jarang, SMO harus mengorbankan waktu isitrahah mereka agar tidak tertinggal informasi di media sosial. Jika SMO tidak mengetahui informasi terbaru di media sosial, mereka akan dikucilkan oleh sesama rekan SMO yang lain. Tindakan perundungan dari sesama rekan SMO ini yang akhirnya membuat mereka tertekan, depresi, lemah mental, dan mudah marah.

Pemicu kelelahan media sosial pada SMO yang terakhir adalah *social comparison*. Sebagian SMO mencoba untuk menutup-nutupi informasi yang tidak sesuai dengan kenyataan mereka. Hal ini dilakukan agar mereka dianggap sebanding dengan teman-teman daringnya. Mereka membangun citra positif dengan cara memposting *quotes*, video-video lucu, konten ketika sedang berlibur yang dapat menarik perhatian pengikut. Tingginya frekuensi paparan konten yang menggambarkan kemewahan, kehidupan yang menyenangkan, dan sejahtera dapat menyebabkan seseorang terus menerus membandingkan kondisi hidupnya dengan orang lain sehingga muncul rasa ketidakpuasan, depresi, dan kelelahan (Kross et al., 2013; Vogel et al., 2015).

Keenam pemicu kelelahan media sosial ini juga berkontribusi terhadap penurunan kinerja di kalangan SMO. Hasil temuan ini didukung oleh riset yang dilakukan oleh S. B. Lee et al., (2016) dan Zhang et al., (2016) yang juga menyatakan bahwa saat berada pada kondisi kelelahan mengakses media sosial, pengguna rentan mengalami masalah psikologis dan fisik seperti penurunan kepuasan dan produktivitas kinerja.

SIMPULAN

Faktor pemicu kelelahan media sosial di kalangan SMO adalah *information overload*, *self-disclosure*, *privacy concern*, *FoMO*, *compulsive use*, dan *social comparison*. Keenam pemicu kelelahan media sosial ini juga berkontribusi terhadap penurunan kinerja SMO. Kepercayaan diri yang tinggi, pemahaman terkait literasi digital yang cukup, dan penggunaan

fitur di media sosial yang baik membuat faktor *cyberbullying* dan *user confidence* tidak nampak. Kemudian, terkait dengan kebijakan perusahaan terhadap pengelolaan media sosial yang adil di masa pandemi Covid-19 adalah dengan mengupayakan pembagian *shift* kerja, penggajian yang layak, dan penyusunan jumlah anggota tim yang masuk akal dalam sebuah proyek pengelolaan media sosial (minimal sepuluh orang dalam satu tim). Selain itu, SMO rentan mengalami stress dan depresi sehingga dapat mengganggu kesehatan mentalnya dan memperburuk performa kerja. Untuk itu, perusahaan dapat *menyediakan* jasa konsultasi *psikologi* profesional agar kesejahteraan psikologis SMO dapat terpenuhi secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Ayyagari, R., Grover, V., & Purvis, R. (2011). Technostress: Technological Antecedents and Implications. *MIS Quarterly*, 35, 831–858. <https://doi.org/10.2307/41409963>
- Bawden, D., & Robinson, L. (2020). Information Overload: An Overview. In *Oxford Encyclopedia of Political Decision Making*. Oxford University Press.
- Bazarova, N. (Natalie), & Choi, Y. (2014). Self-Disclosure in Social Media: Extending the Functional Approach to Disclosure Motivations and Characteristics on Social Network Sites[An earlier]. *Journal of Communication*, 64. <https://doi.org/10.1111/jcom.12106>
- Bener, A., Özkan, T., Yildirim, E., & Jadaan, K. (2017). The Impact of Aggressive Behaviour, Sleeping, and Fatigue on Road Traffic Crashes as Comparison between Minibus/Van/Pick-up and Commercial Taxi Drivers. *Journal of Traffic and Transportation Engineering*, 5. <https://doi.org/10.17265/2328-2142/2017.01.003>
- Berners-Lee, T., Hendler, J., & Lissila, O. (2001). *The Semantic Web*. <http://sciam.com/article.cfm?articleID=00048144-10D2-1C70-84A9809EC588EF21>
- Beyens, I., Frison, E., & Eggermont, S. (2016). “I don’t want to miss a thing”: Adolescents’ fear of missing out and its relationship to adolescents’ social needs, Facebook use, and Facebook related stress. *Computers in Human Behavior*, 64, 1–8. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.083>
- Biocca, F., Owen, C., Tang, A., & Bohil, C. (2007). Attention, issues in spatial information systems: Directing mobile users’ visual attention using augmented reality. *JOURNAL OF MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS*, 23(4), 163–184.
- Boksem, M. A. S., & Tops, M. (2008). Mental fatigue: costs and benefits. *Brain Research Reviews*, 59(1), 125–139. <https://doi.org/10.1016/j.brainresrev.2008.07.001>
- Brand, M., Young, K. S., Laier, C., Wöfling, K., & Potenza, M. N. (2016). Integrating psychological and neurobiological considerations regarding the development and maintenance of specific Internet-use disorders: An Interaction of Person-Affect-Cognition-Execution (I-PACE) model. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 71, 252–266. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.neubiorev.2016.08.033>
- Bright, Laura 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, Laura Frances, & 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>
- Brown, I. D. (1994). Driver Fatigue. *Human Factors*, 36(2), 298–314. <https://doi.org/10.1177/001872089403600210>
- Buunk, B. P., & Ybema, J. F. (2003). Feeling bad, but satisfied: the effects of upward and downward comparison upon mood and marital satisfaction. *The British Journal of Social Psychology*, 42(Pt 4), 613–628. <https://doi.org/10.1348/014466603322595301>
- Cao, X., Khan, A. N., Zaigham, G. H. K., & Khan, N. A. (2019). The Stimulators of Social

- Media Fatigue Among Students: Role of Moral Disengagement. *Journal of Educational Computing Research*, 57(5), 1083–1107. <https://doi.org/10.1177/0735633118781907>
- Cramer, E., Song, H., & Drent, A. (2016). Social comparison on Facebook: Motivation, affective consequences, self-esteem, and Facebook fatigue. *Computers in Human Behavior*, 64, 736–746. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.07.049>
- Dawson, D., Cleggett, C., Thompson, K., & Thomas, M. J. W. (2017). Fatigue proofing: The role of protective behaviours in mediating fatigue-related risk in a defence aviation environment. *Accident; Analysis and Prevention*, 99(Pt B), 465–468. <https://doi.org/10.1016/j.aap.2015.10.011>
- 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(February), 141–152. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012>
- Elhai, J. D., Levine, J. C., Dvorak, R. D., & Hall, B. J. (2016). Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use. *Computers in Human Behavior*, 63, 509–516. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.079>
- Eppler, M. J., & Mengis, J. (2003). *A framework for information overload research in organizations*.
- Feinstein, B., Hershenberg, R., Bhatia, V., Latack, J., Meuwly, N., & Davila, J. (2013). Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism. *Psychology of Popular Media Culture*, 2, 161–170. <https://doi.org/10.1037/a0033111>
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Figueira, Á., & Oliveira, L. (2017). The current state of fake news: challenges and opportunities. *Procedia Computer Science*, 121, 817–825. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.procs.2017.11.106>
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Hetz, P., Dawson, C., & Cullen, T. (2015). Social Media Use and the Fear of Missing Out (FoMO) While Studying Abroad. *Journal of Research on Technology in Education*, 47, 1–14. <https://doi.org/10.1080/15391523.2015.1080585>
- Hill, R. P., & Moran, N. (2011). Social marketing meets interactive media. *International Journal of Advertising*, 30(5), 815–838. <https://doi.org/10.2501/IJA-30-5-815-838>
- Hirschman, E. C. (1992). The Consciousness of Addiction: Toward a General Theory of Compulsive Consumption. *Journal of Consumer Research*, 19(2), 155–179. <https://doi.org/10.1086/209294>
- Ho, R. C., Zhang, M. W. B., Tsang, T. Y., Toh, A. H., Pan, F., Lu, Y., Cheng, C., Yip, P. S., Lam, L. T., Lai, C.-M., Watanabe, H., & Mak, K.-K. (2014). The association between internet addiction and psychiatric co-morbidity: a meta-analysis. *BMC Psychiatry*, 14, 183. <https://doi.org/10.1186/1471-244X-14-183>
- Hong, H., & Kim, H. J. (2020). Antecedents and Consequences of Information Overload in the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(24). <https://doi.org/10.3390/ijerph17249305>
- Hunter, G. L. (2004). Information Overload: Guidance for Identifying When Information Becomes Detrimental to Sales Force Performance. *The Journal of Personal Selling and Sales Management*, 24(2), 91–100. <http://www.jstor.org/stable/40471977>
- Jacoby, J., Speller, D. E., & Berning, C. K. (1974). Brand Choice Behavior as a Function of Information Load: Replication and Extension. *Journal of Consumer Research*, 1(1), 33–42. <http://www.jstor.org/stable/2488952>

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Kemp, S. (2022). *TikTok Gains 8 New Users Every Second (And Other Mind-Blowing Stats)*. Hootsuite. <https://blog.hootsuite.com/simon-kemp-social-media/>
- Kowalski, R., Giumetti, G., Schroeder, A., & Lattanner, M. (2014). Bullying in the Digital Age: A Critical Review and Meta-Analysis of Cyberbullying Research Among Youth. *Psychological Bulletin*, 140. <https://doi.org/10.1037/a0035618>
- Kowalski, R. M., Limber, S. P., & Agatston, P. W. (2012). Cyberbullying: Bullying in the digital age, 2nd ed. In *Cyberbullying: Bullying in the digital age, 2nd ed.* Wiley Blackwell.
- Krasnova, H., Günther, O., Spiekermann, S., & Koroleva, K. (2009). Privacy concerns and identity in online social networks. *Identity in the Information Society*, 2, 39–63. <https://doi.org/10.1007/s12394-009-0019-1>
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., Shablack, H., Jonides, J., & Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLoS One*, 8(8), e69841. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0069841>
- Kwon, E., English, A. E., & Bright, L. F. (2021). Social Media Never Sleeps: Antecedents and Consequences of Social Media Fatigue among Professional Content Creators. *The Journal of Social Media in Society Fall, 2020(2)*, 150–172.
- Laato, S., Islam, A. K. M. N., Islam, M. N., & Whelan, E. (2020). *Why do People Share Misinformation during the COVID-19 Pandemic?*
- 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/10.1016/j.chb.2015.08.011>
- Lee, C., & Kim, O. (2016). *Predictors of online game addiction among Korean adolescents*. 6359(July). <https://doi.org/10.1080/16066359.2016.1198474>
- Lee, E., Lee, K.-Y., Sung, Y., & Song, Y.-A. (2019). #DeleteFacebook: Antecedents of Facebook Fatigue. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0200>
- Lee, S. B., Lee, S. C., & Suh, Y. H. (2016). Technostress from mobile communication and its impact on quality of life and productivity. *Total Quality Management & Business Excellence*, 27(7–8), 775–790. <https://doi.org/10.1080/14783363.2016.1187998>
- Lim, M. S., & Choi, S. B. (2015). Stress caused by social media network applications and user responses. *Multimedia Tools and Applications*, 76, 17685–17698.
- Lin, S.-C., Tsai, K.-W., Chen, M.-W., & Koo, M. (2013). Association between fatigue and Internet addiction in female hospital nurses. *Journal of Advanced Nursing*, 69(2), 374–383. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2012.06016.x>
- Logan, K., Bright, L., & Grau, S. (2018). “UNFRIEND ME, PLEASE!”: SOCIAL MEDIA FATIGUE AND THE THEORY OF RATIONAL CHOICE. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 26, 357–367. <https://doi.org/10.1080/10696679.2018.1488219>
- Malik, A. (2016). Impact of privacy, trust, and user activity on intentions to share Facebook photos. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 14. <https://doi.org/10.1108/JICES-06-2015-0022>
- Malik, A., Dhir, A., Kaur, P., & Johri, A. (2021a). Correlates of social media fatigue and academic performance decrement: A large cross-sectional study. *Information Technology and People*, 34(2), 557–580. <https://doi.org/10.1108/ITP-06-2019-0289>
- Malik, A., Dhir, A., Kaur, P., & Johri, A. (2021b). Correlates of social media fatigue and academic performance decrement. *Information Technology & People*, 34(2), 557–580. <https://doi.org/10.1108/ITP-06-2019-0289>

- Malik, A., Dhir, A., & Nieminen, M. (2016). Uses and Gratifications of digital photo sharing on Facebook. *Telematics and Informatics*, 33(1), 129–138. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.06.009>
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(4), 357–364.
- Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., Spyer, J., Venkatraman, S., & Wang, X. (2016). *How the World Changed Social Media* (1st ed., Vol. 1). UCL Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctt1g69z35>
- Mohammed, M., Sha'aban, A., Jatau, A. I., Yunusa, I., Isa, A. M., Wada, A. S., Obamiro, K., Zainal, H., & Ibrahim, B. (2022). Assessment of COVID-19 Information Overload Among the General Public. *Journal of Racial and Ethnic Health Disparities*, 9(1), 184–192. <https://doi.org/10.1007/s40615-020-00942-0>
- O’Keeffe, G. S., Clarke-Pearson, K., & Media, C. on C. and. (2011). The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families. *Pediatrics*, 127(4), 800–804. <https://doi.org/10.1542/peds.2011-0054>
- Oghuma, A. P., Libaque-Saenz, C. F., Wong, S. F., & Chang, Y. (2016). An expectation-confirmation model of continuance intention to use mobile instant messaging. *Telematics and Informatics*, 33(1), 34–47. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tele.2015.05.006>
- Oksanen, A., Oksa, R., Savela, N., Kaakinen, M., & Ellonen, N. (2020). Cyberbullying victimization at work: Social media identity bubble approach. *Computers in Human Behavior*, 109, 106363. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106363>
- Piper, B. F., Lindsey, A. M., & Dodd, M. J. (1987). Fatigue mechanisms in cancer patients: developing nursing theory. *Oncology Nursing Forum*, 14(6), 17–23.
- Pontes, H. M. (2017). Investigating the differential effects of social networking site addiction and Internet gaming disorder on psychological health. *Journal of Behavioral Addictions*, 6(4), 601–610. <https://doi.org/10.1556/2006.6.2017.075>
- Przybylski, A., Murayama, K., DeHaan, C., & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29, 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Qiu, L., Lin, H., Leung, A. K., & Tov, W. (2012). Putting Their Best Foot Forward: Emotional Disclosure on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 15, 569–572. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0200>
- Rains, S. A., Brunner, S. R., & Oman, K. (2014). Self-disclosure and new communication technologies: The implications of receiving superficial self-disclosures from friends. *Journal of Social and Personal Relationships*, 33(1), 42–61. <https://doi.org/10.1177/0265407514562561>
- Ravindran, T., Chua, A., & Goh, D. (2014). Antecedents and Effects of Social Network Fatigue. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65. <https://doi.org/10.1002/asi.23122>
- Ricci, J. A., Chee, E., Lorandeanu, A. L., & Berger, J. (2007). Fatigue in the U.S. workforce: prevalence and implications for lost productive work time. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 49(1), 1–10. <https://doi.org/10.1097/01.jom.0000249782.60321.2a>
- Salanova, M., Llorens, S., & Cifre, E. (2013). The dark side of technologies: technostress among users of information and communication technologies. *International Journal of Psychology: Journal International de Psychologie*, 48(3), 422–436. <https://doi.org/10.1080/00207594.2012.680460>
- Salo, M., Pirkkalainen, H., & Koskelainen, T. (2017). *Technostress and Social Networking*

- Services: Uncovering Strains and Their Underlying Stressors.*
https://doi.org/10.1007/978-3-319-64695-4_4
- Sansone, R. A., & Sansone, L. A. (2008). Bully victims: psychological and somatic aftermaths. *Psychiatry (Edgmont (Pa.: Township))*, 5(6), 62–64.
<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/19727287>
- Sheldon, P., & Pecchioni, L. (2014). Comparing Relationships among Self-disclosure, Social Attraction, Predictability and Trust in Exclusive Facebook and Exclusive Face-to-Face Relationships. *American Communication Journal*, 16.
- Shin, J., & Shin, M. (2016). To Be Connected or Not To Be Connected? Mobile Messenger Overload, Fatigue, and Mobile Shunning. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 19(10), 579–586. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0236>
- Slonje, R., & Smith, P. (2008). Cyberbullying: Another main type of bullying? *Scandinavian Journal of Psychology*, 49, 147–154. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9450.2007.00611.x>
- Smith, P., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry, and Allied Disciplines*, 49, 376–385.
<https://doi.org/10.1111/j.1469-7610.2007.01846.x>
- Song, Y., & Gao, J. (2020). Does Telework Stress Employees Out? A Study on Working at Home and Subjective Well-Being for Wage/Salary Workers. *Journal of Happiness Studies*, 21(7), 2649–2668. <https://doi.org/10.1007/s10902-019-00196-6>
- Statista Research Department. (2022). *Social media use during COVID-19 worldwide - statistics & facts*. Statista. <https://www.statista.com/topics/7863/social-media-use-during-coronavirus-covid-19-worldwide/#dossierKeyfigures>
- Sun, Y., Liu, D., Chen, S., Wu, X., Shen, X.-L., & Zhang, X. (2017). Understanding users' switching behavior of mobile instant messaging applications: An empirical study from the perspective of push-pull-mooring framework. *Computers in Human Behavior*, 75, 727–738. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.06.014>
- Taddicken, M. (2013). The 'Privacy Paradox' in the Social Web: The Impact of Privacy Concerns, Individual Characteristics, and the Perceived Social Relevance on Different Forms of Self-Disclosure. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12052>
- Tandoc, E., Ferrucci, P., & Duffy, M. (2015). Facebook use, envy, and depression among college students: Is Facebooking depressing? *Computers in Human Behavior*, 43, 139–146. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.10.053>
- Taylor, D. A. (1968). The Development of Interpersonal Relationships: Social Penetration Processes. *The Journal of Social Psychology*, 75(1), 79–90.
<https://doi.org/10.1080/00224545.1968.9712476>
- Technopedia. (2017). *Social Media Fatigue*. Technopedia. <https://www.techopedia.com/definition/27372/social-media-fatigue>
- Valika, T. S., Maurrasse, S. E., & Reichert, L. (2020). A Second Pandemic? Perspective on Information Overload in the COVID-19 Era. *Otolaryngology - Head and Neck Surgery (United States)*, 163(5), 931–933. <https://doi.org/10.1177/0194599820935850>
- Vogel, E., Rose, J., Okdie, B., Eckles, K., & Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes. *Personality and Individual Differences*, 86, 249–256.
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.06.026>
- Watt, T., Groenvold, M., Bjorner, J. B., Noerholm, V., Rasmussen, N. A., & Bech, P. (2000). Fatigue in the Danish general population. Influence of sociodemographic factors and disease. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 54(11), 827–833.

<https://doi.org/10.1136/jech.54.11.827>

- Wolf, L. A., Perhats, C., Delao, A., & Martinovich, Z. (2017). The Effect of Reported Sleep, Perceived Fatigue, and Sleepiness on Cognitive Performance in a Sample of Emergency Nurses. *The Journal of Nursing Administration*, 47(1), 41–49. <https://doi.org/10.1097/NNA.0000000000000435>
- Woods, H. C., & Scott, H. (2016). #Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51, 41–49. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.05.008>
- Yu, R.-F., Yang, L.-D., & Wu, X. (2017). Risk factors and visual fatigue of baggage X-ray security screeners: a structural equation modelling analysis. *Ergonomics*, 60(5), 680–691. <https://doi.org/10.1080/00140139.2016.1192226>
- Zhang, S., Zhao, L., Lu, Y., & Yang, J. (2016a). Do you get tired of socializing? An empirical explanation of discontinuous usage behaviour in social network services. *Information and Management*, 53(7), 904–914. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.03.006>
- Zhang, S., Zhao, L., Lu, Y., & Yang, J. (2016b). Do you get tired of socializing? An empirical explanation of discontinuous usage behaviour in social network services. *Information & Management*, 53. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.03.006>