

Silent Users di Ruang Digital: Pengaruh Social Media Fatigue terhadap Perilaku Lurking pada Remaja Akhir

Amalia Fajar Rahmadini¹, Nila Audini Oktavia²

^{1,2} Fakultas Psikologi dan Kesehatan UIN Sunan Ampel Surabaya

Article Info

Article history:

Received Jun, 2026

Revised Jun, 2026

Accepted Jun, 2026

Kata Kunci:

Social Media Fatigue, Perilaku Lurking, Remaja Akhir, Pengguna Media Sosial, Ruang Digital

Keywords:

Social Media Fatigue, Lurking Behavior, Late Adolescents, Social Media, Digital Space

ABSTRAK

Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan remaja akhir, tetapi intensitas penggunaan yang tinggi dapat memunculkan *social media fatigue* yang berdampak pada perubahan pola partisipasi pengguna di ruang digital. Salah satu bentuk perubahan tersebut adalah perilaku *lurking*, yaitu kecenderungan pengguna untuk mengamati aktivitas di media sosial tanpa berpartisipasi secara aktif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *social media fatigue* terhadap perilaku *lurking* pada remaja akhir pengguna media sosial. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 272 remaja akhir berusia 18–21 tahun yang aktif menggunakan media sosial dalam enam bulan terakhir. Data dikumpulkan menggunakan *Social Media Fatigue Scale* dan skala *lurking behavior*, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan IBM SPSS Statistics 23. Hasil analisis menunjukkan bahwa *social media fatigue* berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku *lurking* ($\beta = 0,719$; $p < 0,001$) dengan kontribusi sebesar 51,7%. Semakin tinggi *social media fatigue* yang dialami remaja akhir, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk melakukan perilaku *lurking*. Temuan ini menunjukkan bahwa kelelahan media sosial berperan penting dalam membentuk pola partisipasi pengguna dan perlu diperhatikan dalam upaya menciptakan pengalaman bermedia sosial yang lebih sehat.

ABSTRACT

Social media has become an integral part of late adolescents' daily lives. However, excessive use may lead to social media fatigue, which can influence users' participation patterns in digital environments. One manifestation of this change is lurking behavior, defined as the tendency to observe activities on social media without actively engaging in interactions. This study aimed to examine the effect of social media fatigue on lurking behavior among late adolescent social media users. A quantitative survey design was employed involving 272 late adolescents aged 18–21 years who had actively used social media within the last six months. Data were collected using the Social Media Fatigue Scale and a lurking behavior scale, and analyzed using simple linear regression with IBM SPSS Statistics 23. The findings revealed that social media fatigue had a positive and significant effect on lurking behavior ($\beta = 0.719$, $p < .001$), explaining 51.7% of the variance in lurking behavior. Conclusion: Higher levels of social media fatigue were associated with a greater tendency to engage in lurking behavior among late adolescents. These findings highlight the important role of social media fatigue in shaping users' participation patterns and suggest the need to promote healthier social media experiences among young users.



Corresponding Author:

Name: Amalia Fajar Rahmadini

Institution: Fakultas Psikologi dan Kesehatan Uin Sunan Ampel Surabaya

Email: amalia.rahmadini@uinsa.ac.id

1. PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern, khususnya pada kelompok usia muda. Kehadiran berbagai platform digital memungkinkan individu untuk berkomunikasi, berbagi informasi, membangun relasi sosial, serta memperoleh hiburan secara cepat dan mudah (Kaplan & Haenlein, 2010). Media sosial juga telah mengubah cara individu berinteraksi dan berpartisipasi dalam aktivitas sosial di ruang digital (Boyd & Ellison, 2007). Perkembangan teknologi digital yang semakin pesat menyebabkan jumlah pengguna media sosial terus meningkat dari tahun ke tahun (DataReportal, 2025). Kondisi tersebut menjadikan media sosial sebagai salah satu lingkungan sosial yang paling aktif digunakan oleh generasi muda.

Remaja akhir merupakan kelompok yang memiliki tingkat keterlibatan tinggi dalam penggunaan media sosial. Pada tahap perkembangan ini, individu cenderung memanfaatkan media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, identitas diri, dan hubungan sosial (Valkenburg & Peter, 2011). Penggunaan media sosial pada kelompok usia muda juga berkaitan dengan kebutuhan untuk mempertahankan koneksi sosial dan memperoleh pengakuan dari lingkungan sekitarnya (Kircaburun et al., 2020). Tingginya frekuensi penggunaan media sosial membuat remaja akhir menjadi kelompok yang rentan terhadap berbagai konsekuensi psikologis akibat aktivitas digital yang berlangsung secara terus-menerus (Dhir et al., 2018).

Meskipun media sosial memberikan berbagai manfaat, penggunaan yang berlebihan dapat menimbulkan pengalaman negatif bagi penggunanya. Salah satu fenomena yang banyak dibahas dalam beberapa tahun terakhir adalah social media fatigue. Bright et al. (2015) menjelaskan bahwa social media fatigue muncul ketika individu merasa kewalahan akibat banyaknya informasi dan interaksi yang harus diproses di media sosial. Dhir et al. (2018) menemukan bahwa paparan konten yang berlebihan dapat memunculkan perasaan jenuh dan kelelahan dalam menggunakan media sosial. Zhang et al. (2021) mendefinisikan social media fatigue sebagai kondisi kelelahan yang mencakup aspek kognitif, emosional, dan perilaku akibat penggunaan media sosial secara intensif.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa social media fatigue memiliki berbagai konsekuensi terhadap perilaku pengguna media sosial. Dhir et al. (2018) menemukan bahwa kelelahan media sosial dapat meningkatkan kecenderungan pengguna untuk mengurangi aktivitas digital. Cao dan Sun (2018) menunjukkan bahwa social media fatigue berhubungan dengan penurunan keterlibatan pengguna dalam aktivitas media sosial. Zhang et al. (2021) juga menjelaskan bahwa individu yang mengalami tingkat kelelahan yang tinggi cenderung menunjukkan penurunan minat untuk berpartisipasi dalam berbagai aktivitas daring. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa social media fatigue berpotensi mengubah pola keterlibatan pengguna dalam lingkungan digital.

Salah satu bentuk perubahan keterlibatan pengguna yang menarik untuk dikaji adalah lurking behavior. Nonnecke dan Preece (2001) mendefinisikan lurking sebagai perilaku individu

yang mengamati aktivitas komunitas daring tanpa berpartisipasi secara aktif. Pengguna yang melakukan lurking tetap membaca informasi dan mengikuti perkembangan komunitas, tetapi tidak memberikan kontribusi berupa komentar, unggahan, maupun respons lainnya (Sun et al., 2014). Dalam konteks media sosial, perilaku lurking ditandai dengan kecenderungan mengonsumsi konten secara pasif tanpa menunjukkan keterlibatan yang terlihat oleh pengguna lain (Nguyen, 2021).

Kajian mengenai lurking behavior telah berkembang dalam berbagai konteks penelitian. Nonnecke dan Preece (2001) menjelaskan bahwa perilaku lurking tidak selalu menunjukkan rendahnya minat pengguna terhadap suatu komunitas. Sun et al. (2014) menemukan bahwa lurking dapat menjadi strategi individu untuk memperoleh informasi tanpa harus terlibat dalam interaksi sosial. Nguyen (2021) mengembangkan model empat dimensi yang menjelaskan bahwa lurking dipengaruhi oleh faktor individual, faktor sosial, faktor organisasi, dan faktor teknologi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa perilaku lurking merupakan fenomena yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan.

Meskipun penelitian mengenai social media fatigue maupun lurking behavior telah berkembang, hubungan antara kedua variabel tersebut masih belum banyak diteliti secara langsung. Sebagian besar penelitian social media fatigue berfokus pada social media avoidance, discontinuance intention, dan pengurangan penggunaan media sosial (Bright et al., 2015; Dhir et al., 2018; Zhang et al., 2021). Di sisi lain, penelitian lurking lebih banyak dilakukan dalam konteks komunitas virtual dan berbagi pengetahuan daring (Nonnecke & Preece, 2001; Sun et al., 2014; Nguyen, 2021). Dengan demikian, masih terdapat keterbatasan penelitian yang menjelaskan bagaimana kelelahan akibat penggunaan media sosial dapat mendorong individu beralih dari pengguna aktif menjadi pengamat pasif dalam ruang digital. Selain itu, penelitian dengan fokus pada remaja akhir pengguna media sosial di Indonesia masih relatif terbatas sehingga membuka peluang untuk dilakukan penelitian lebih lanjut.

Berdasarkan fenomena dan kesenjangan penelitian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh social media fatigue terhadap perilaku lurking pada remaja akhir pengguna media sosial. Penelitian ini penting dilakukan untuk memperluas pemahaman mengenai konsekuensi perilaku dari social media fatigue serta memberikan bukti empiris mengenai perubahan pola partisipasi pengguna dalam lingkungan digital. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai perilaku pengguna media sosial dan memberikan kontribusi terhadap pengembangan penelitian tentang social media fatigue dan lurking behavior pada kelompok remaja akhir.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern, terutama di kalangan generasi muda. Platform seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *TikTok* memungkinkan individu untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan membangun relasi sosial dengan mudah (Kaplan & Haenlein, 2010). Dalam konteks remaja akhir, media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga alat untuk mengekspresikan identitas diri dan membangun koneksi sosial (Valkenburg & Peter, 2011). Namun, penggunaan media sosial yang intensif dapat memunculkan fenomena seperti *social media fatigue*, yaitu kondisi kelelahan akibat paparan informasi dan interaksi yang berlebihan (Bright et al., 2015). Fenomena ini sering kali berdampak pada pola perilaku pengguna,

termasuk kecenderungan untuk mengurangi aktivitas digital atau beralih ke perilaku pasif seperti *lurking* (Dhir et al., 2018).

Social media fatigue didefinisikan sebagai kelelahan kognitif, emosional, dan perilaku yang muncul akibat penggunaan media sosial secara intensif (Zhang et al., 2021). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kelelahan ini dapat memengaruhi keterlibatan pengguna dalam aktivitas daring. Misalnya, individu yang mengalami *social media fatigue* cenderung mengurangi partisipasi aktif mereka di media sosial, seperti berhenti mengunggah konten atau berinteraksi dengan pengguna lain (Cao & Sun, 2018). Sebaliknya, mereka lebih memilih untuk menjadi pengamat pasif (*lurker*), di mana mereka tetap mengonsumsi konten tanpa memberikan kontribusi yang terlihat. Perilaku ini sering kali dipengaruhi oleh kebutuhan untuk tetap mendapatkan informasi tanpa harus terlibat dalam interaksi sosial yang melelahkan (Dhir et al., 2018).

Lurking behavior, atau perilaku mengamati tanpa berpartisipasi aktif, merupakan fenomena yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dalam konteks media sosial, perilaku ini sering kali menjadi strategi untuk memperoleh informasi tanpa harus terlibat dalam interaksi sosial yang intens (Nonnecke & Preece, 2001). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa perilaku *lurking* tidak selalu mencerminkan rendahnya minat terhadap komunitas daring, melainkan dapat menjadi cara untuk menghindari kelelahan akibat interaksi sosial yang berlebihan (Sun et al., 2014). Selain itu, faktor teknologi, seperti desain platform media sosial, juga dapat memengaruhi kecenderungan individu untuk melakukan *lurking* (Nguyen, 2021). Dalam konteks remaja akhir, perilaku ini sering kali muncul sebagai respons terhadap tekanan sosial dan kebutuhan untuk menjaga keseimbangan emosional di tengah aktivitas digital yang padat (Kircaburun et al., 2020).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengkaji pengaruh *Social Media Fatigue* terhadap Perilaku *Lurking* pada remaja akhir pengguna media sosial. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan sesuai dengan tujuan penelitian. Partisipan penelitian berjumlah 272 remaja akhir yang memenuhi dua kriteria utama, yaitu berusia 18–21 tahun dan aktif menggunakan media sosial dalam enam bulan terakhir. Pemilihan kelompok ini didasarkan pada pertimbangan bahwa remaja akhir merupakan salah satu kelompok pengguna media sosial dengan tingkat keterlibatan digital yang tinggi sehingga relevan untuk mengkaji hubungan antara *social media fatigue* dan perilaku *lurking*.

Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan kuesioner yang disebarikan melalui *Google Forms*. Sebelum mengisi kuesioner, responden diberikan informasi mengenai tujuan penelitian, kerahasiaan data, serta sifat partisipasi yang sukarela. Hanya responden yang memenuhi kriteria penelitian yang dapat melanjutkan proses pengisian kuesioner. Seluruh data dikumpulkan dalam satu periode pengambilan data dan kemudian diolah menggunakan IBM SPSS Statistics versi 26.

Variabel *Social Media Fatigue* diukur menggunakan *Social Media Fatigue Scale* (SMFS) yang dikembangkan oleh Zhang et al. (2021). Instrumen ini terdiri atas 15 butir pernyataan yang merepresentasikan tiga dimensi, yaitu *cognitive fatigue*, *behavioral fatigue*, dan *emotional fatigue*. Instrumen asli telah melalui pengujian validitas konstruk menggunakan *Exploratory Factor Analysis* (EFA) dan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) serta memiliki reliabilitas yang baik. Seluruh item

diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Sementara itu, variabel Perilaku *Lurking* diukur menggunakan instrumen yang dikembangkan oleh peneliti berdasarkan model empat dimensi lurking behavior yang dikemukakan oleh Nguyen (2021), yaitu *individual factors*, *social factors*, *organizational factors*, dan *technological factors*. Hasil uji validitas menggunakan *Corrected Item-Total Correlation* menunjukkan bahwa sebanyak 20 item memenuhi kriteria validitas dan digunakan dalam analisis lanjutan. Pengujian reliabilitas menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,906, yang menunjukkan bahwa instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik. Seluruh item juga menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

Analisis data diawali dengan pemeriksaan data, kemudian dilanjutkan dengan pengujian validitas menggunakan *Corrected Item-Total Correlation* dan pengujian reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*. Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, dilakukan analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi variabel penelitian. Selanjutnya, uji normalitas dilakukan menggunakan metode Shapiro-Wilk. Untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh *Social Media Fatigue* terhadap Perilaku *Lurking*, digunakan analisis regresi linear sederhana dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 272 responden yang memenuhi kriteria penelitian, yaitu remaja akhir berusia 18–21 tahun dan aktif menggunakan media sosial dalam enam bulan terakhir. Berdasarkan jenis kelamin, responden laki-laki berjumlah 138 orang (50,7%), sedangkan responden perempuan berjumlah 134 orang (49,3%). Komposisi tersebut menunjukkan distribusi responden yang relatif seimbang antara laki-laki dan perempuan.

Berdasarkan usia, mayoritas responden berusia 19 tahun sebanyak 89 orang (32,7%), diikuti oleh responden berusia 20 tahun sebanyak 78 orang (28,7%), responden berusia 21 tahun sebanyak 61 orang (22,4%), dan responden berusia 18 tahun sebanyak 44 orang (16,2%). Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan berada pada rentang usia transisi menuju dewasa awal yang memiliki tingkat keterlibatan tinggi dalam penggunaan media sosial.

Tabel 1. Profil Responden

Karakteristik	Kategori	Frekuensi (n)	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-Laki	138	50,7 %
	Perempuan	134	49,3 %
	Total	272	100 %
Usia	18 Tahun	44	16,2 %
	19 Tahun	89	32,7 %
	20 Tahun	78	28,7 %
	21 Tahun	61	22,4 %
	Total	272	100 %

Sumber: Data Diolah (2026)

Tabel 2. Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Social Media Fatigue	272	21	75	51,92	13,82

Lurking Behavior	272	25	95	53,36	19,33
------------------	-----	----	----	-------	-------

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 2, Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum mengenai kondisi variabel penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel Social Media Fatigue memiliki skor minimum sebesar 21 dan skor maksimum sebesar 75. Nilai rata-rata ($M = 51,92$) menunjukkan bahwa responden cenderung mengalami tingkat kelelahan media sosial pada kategori sedang hingga tinggi. Sementara itu, nilai standar deviasi sebesar 13,82 menunjukkan adanya variasi respons yang cukup beragam di antara partisipan.

Pada variabel *Lurking Behavior*, skor minimum yang diperoleh adalah 25 dan skor maksimum sebesar 95. Nilai rata-rata ($M = 53,36$) menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan untuk melakukan perilaku *lurking* dalam tingkat sedang. Selain itu, nilai standar deviasi sebesar 19,33 mengindikasikan bahwa perilaku *lurking* pada responden memiliki tingkat keragaman yang relatif tinggi. Dengan demikian, baik *Social Media Fatigue* maupun *Lurking Behavior* menunjukkan variasi yang cukup luas di antara remaja akhir pengguna media sosial yang menjadi partisipan penelitian ini.

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, instrumen penelitian terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan kualitas alat ukur yang digunakan. Validitas item dievaluasi menggunakan *Corrected Item-Total Correlation* (CITC). Suatu item dinyatakan valid apabila memiliki nilai CITC di atas 0,30 (Azwar, 2019; Hair et al., 2019). Sementara itu, reliabilitas instrumen diuji menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan nilai minimum 0,70 sebagai indikator reliabilitas yang memadai (Nunnally & Bernstein, 1994; Hair et al., 2019).

Hasil uji validitas pada variabel *Social Media Fatigue* menunjukkan bahwa seluruh item memenuhi kriteria validitas dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* berkisar antara 0,320 hingga 0,781. Selain itu, hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,918. Nilai tersebut menunjukkan bahwa instrumen *Social Media Fatigue* memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik dan layak digunakan dalam penelitian.

Selanjutnya, hasil uji validitas pada variabel *Lurking Behavior* menunjukkan bahwa seluruh item yang dipertahankan memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* di atas 0,30, dengan rentang nilai antara 0,508 hingga 0,854. Temuan tersebut menunjukkan bahwa seluruh item memenuhi kriteria validitas dan mampu merepresentasikan konstruk yang diukur. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,962 yang mengindikasikan tingkat konsistensi internal yang sangat tinggi. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas sehingga layak digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa model yang digunakan layak untuk menjelaskan pengaruh *Social Media Fatigue* terhadap Perilaku *Lurking*. Berdasarkan hasil uji ANOVA diperoleh nilai F sebesar 288,914 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Selain itu, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,719 menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara *Social Media Fatigue* dan Perilaku *Lurking*. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,517 mengindikasikan bahwa *Social Media Fatigue* mampu menjelaskan 51,7% variasi Perilaku *Lurking*, sedangkan 48,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Sederhana

Variabel	B	Std.Error	Beta	t	Sig.
Constant	14,41	3,17	-	4,53	0,00

Social Media Fatigue	1,00	0,059	0,71	16,99	0,00
----------------------	------	-------	------	-------	------

Sumber: Data Diolah (2026)

Selanjutnya pada tabel 3, Hasil uji koefisien regresi menunjukkan bahwa Social Media Fatigue memiliki nilai koefisien regresi (B) sebesar 1,006 dengan nilai β sebesar 0,719 dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa *Social Media Fatigue* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *Lurking* pada remaja akhir pengguna media sosial. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa *Social Media Fatigue* berpengaruh terhadap Perilaku *Lurking* dapat diterima.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Media Fatigue* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku *Lurking* pada remaja akhir pengguna media sosial. Temuan ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat kelelahan yang dialami individu selama menggunakan media sosial, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menjadi pengguna pasif yang lebih banyak mengamati dibandingkan berpartisipasi secara aktif. Hasil tersebut mendukung penelitian Zhang et al. (2021) yang menjelaskan bahwa kelelahan media sosial dapat memengaruhi perubahan perilaku pengguna dalam berinteraksi di lingkungan digital. Dalam kondisi tertentu, pengguna tidak sepenuhnya meninggalkan media sosial, tetapi mengurangi keterlibatan aktif sebagai respons terhadap tekanan yang dirasakan selama penggunaan media sosial.

Temuan penelitian ini dapat dijelaskan melalui konsep *Social Media Fatigue* yang dikemukakan oleh Zhang et al. (2021). Menurut penelitian tersebut, paparan informasi yang berlebihan, tuntutan untuk selalu terhubung, dan intensitas interaksi yang tinggi dapat menimbulkan kelelahan kognitif, emosional, maupun perilaku. Ketika pengguna mengalami kondisi tersebut, mereka cenderung mengurangi aktivitas yang membutuhkan keterlibatan lebih besar. Hasil serupa juga ditemukan oleh Bright et al. (2015), yang menunjukkan bahwa kelelahan akibat media sosial dapat mendorong pengguna untuk membatasi aktivitas dan interaksi mereka di platform digital.

Hubungan positif antara *Social Media Fatigue* dan Perilaku *Lurking* dapat dijelaskan melalui karakteristik dasar perilaku lurking itu sendiri. Nguyen (2021) menjelaskan bahwa *lurker* bukanlah pengguna yang meninggalkan komunitas atau platform digital, melainkan pengguna yang tetap hadir dan mengonsumsi informasi tanpa memberikan kontribusi yang terlihat. Pada penelitian ini, responden yang mengalami tingkat kelelahan media sosial yang lebih tinggi tetap menggunakan media sosial, tetapi keterlibatan mereka cenderung terbatas pada aktivitas mengamati. Pola tersebut terlihat dari kecenderungan pengguna untuk membaca unggahan, mengikuti diskusi, dan memantau aktivitas pengguna lain tanpa memberikan respons secara aktif. Dengan demikian, lurking dapat dipahami sebagai bentuk partisipasi pasif yang memungkinkan pengguna tetap memperoleh manfaat dari media sosial tanpa harus terlibat dalam interaksi yang lebih intens.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa meningkatnya *Social Media Fatigue* tidak selalu diikuti oleh keinginan untuk meninggalkan media sosial. Sebaliknya, sebagian pengguna memilih mengurangi aktivitas yang dianggap menguras energi, seperti memberikan komentar, menanggapi perdebatan, atau membagikan konten. Pilihan tersebut dapat dipahami sebagai upaya untuk mengurangi beban psikologis yang muncul selama menggunakan media sosial. Ravindran et al. (2014) menemukan bahwa pengguna yang mengalami kelelahan digital cenderung melakukan penarikan diri dari interaksi, tetapi tetap mempertahankan akses terhadap platform yang

digunakan. Kondisi serupa tampak pada penelitian ini. Responden tetap terhubung dengan media sosial, namun memilih posisi yang lebih pasif agar tetap dapat memperoleh informasi tanpa menghadapi tuntutan interaksi yang dirasakan melelahkan.

Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa *Social Media Fatigue* mampu menjelaskan 51,7% variasi Perilaku *Lurking*. Persentase tersebut menunjukkan bahwa kelelahan media sosial memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap kecenderungan pengguna untuk menjadi pengamat pasif. Hasil ini mengindikasikan bahwa pengalaman yang dirasakan selama menggunakan media sosial dapat memengaruhi cara individu berpartisipasi di ruang digital. Ketika penggunaan media sosial mulai menimbulkan kejenuhan, tekanan, atau kelelahan, sebagian pengguna tidak lagi terlibat secara aktif seperti sebelumnya. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa perilaku pengguna tidak hanya dipengaruhi oleh motivasi untuk berinteraksi, tetapi juga oleh pengalaman psikologis yang muncul selama menggunakan media sosial. Dengan kata lain, semakin tinggi tingkat kelelahan yang dirasakan, semakin besar kemungkinan pengguna membatasi keterlibatannya dan beralih pada pola penggunaan yang lebih pasif.

Meskipun demikian, masih terdapat 48,3% variasi Perilaku *Lurking* yang dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa *lurking* merupakan perilaku yang tidak dapat dijelaskan hanya melalui satu faktor. Nonnecke dan Preece (2001) menjelaskan bahwa pengguna dapat memilih menjadi *lurker* karena berbagai alasan, mulai dari keinginan untuk memperoleh informasi, kurangnya kepercayaan diri untuk berpartisipasi, hingga persepsi bahwa kontribusi yang diberikan tidak terlalu diperlukan. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa faktor seperti kecemasan sosial, kebutuhan menjaga privasi, dan ketakutan terhadap penilaian negatif dapat memengaruhi keputusan seseorang untuk tetap diam di lingkungan daring (Amichai-Hamburger et al., 2016). Oleh karena itu, meskipun *Social Media Fatigue* terbukti berperan penting dalam penelitian ini, perilaku *lurking* tetap perlu dipahami sebagai hasil interaksi berbagai faktor psikologis, sosial, dan karakteristik penggunaan media sosial.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman kelelahan saat menggunakan media sosial perlu mendapat perhatian karena berkaitan dengan menurunnya keterlibatan pengguna dalam berbagai aktivitas daring. Ketika pengguna lebih memilih mengamati dibandingkan berpartisipasi, ruang interaksi yang tersedia di media sosial dapat menjadi kurang aktif. Kondisi ini penting untuk diperhatikan, terutama pada kelompok remaja akhir yang menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana utama untuk berkomunikasi, memperoleh informasi, dan membangun relasi sosial. Temuan ini mengisyaratkan bahwa upaya untuk mengurangi kelelahan pengguna, seperti pengelolaan durasi penggunaan media sosial, pengaturan notifikasi, atau peningkatan kesadaran terhadap pola penggunaan digital, berpotensi membantu menjaga kualitas keterlibatan pengguna di platform media sosial. Zhang et al. (2021) juga menekankan bahwa pengalaman penggunaan media sosial yang berlebihan dapat meningkatkan risiko munculnya kelelahan yang berdampak pada perilaku pengguna di ruang digital.

Beberapa keterbatasan perlu diperhatikan dalam menafsirkan hasil penelitian ini. Data diperoleh melalui kuesioner self-report sehingga jawaban yang diberikan responden sangat bergantung pada persepsi dan pengalaman masing-masing individu. Selain itu, penelitian ini menggunakan desain potong lintang (*cross-sectional*) sehingga hubungan yang ditemukan menggambarkan kondisi pada satu periode pengukuran dan belum dapat menjelaskan perubahan perilaku dari waktu ke waktu. Penelitian ini juga hanya melibatkan remaja akhir sehingga hasilnya belum tentu menggambarkan karakteristik pengguna media sosial pada kelompok usia lain. Oleh

karena itu, penelitian selanjutnya dapat melibatkan kelompok usia yang lebih beragam serta mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi perilaku lurking, seperti social anxiety, fear of missing out (FoMO), atau digital well-being. Langkah tersebut dapat membantu memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang mendorong pengguna menjadi silent users di ruang digital.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Social Media Fatigue berpengaruh positif dan signifikan terhadap Perilaku Lurking pada remaja akhir pengguna media sosial. Semakin tinggi tingkat kelelahan yang dialami individu akibat penggunaan media sosial, maka semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk menjadi pengguna pasif yang lebih banyak mengamati dibandingkan berpartisipasi aktif dalam interaksi daring. Temuan ini menunjukkan bahwa *social media fatigue* tidak selalu menyebabkan individu meninggalkan media sosial, tetapi dapat mendorong perubahan pola keterlibatan menjadi lebih pasif sebagai bentuk adaptasi terhadap tekanan digital yang dirasakan. Selain itu, hasil penelitian juga memperlihatkan bahwa *Social Media Fatigue* memberikan kontribusi yang cukup besar dalam menjelaskan perilaku *lurking* pada remaja akhir.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, penelitian menggunakan desain cross-sectional sehingga belum dapat menjelaskan hubungan sebab-akibat secara mendalam. Kedua, data diperoleh melalui kuesioner *self-report* yang memungkinkan munculnya bias subjektivitas responden. Ketiga, penelitian hanya melibatkan remaja akhir pengguna media sosial sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada kelompok usia lain. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain yang dapat memengaruhi perilaku lurking, seperti *fear of missing out* (FoMO), *social anxiety*, *self-esteem*, maupun intensitas penggunaan media sosial tertentu. Selain itu, penggunaan metode longitudinal atau mixed methods juga dapat dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika perilaku pengguna media sosial di ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Amichai-Hamburger, Y., Gazit, T., Bar-Ilan, J., Perez, O., Aharony, N., Bronstein, J., & Dyne, T. S. (2016). Psychological factors behind the lack of participation in online discussions. *Computers in Human Behavior*, 55, 268–277. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.009>
- Azwar, S. (2019). *Reliabilitas dan validitas* (4th ed.). Pustaka Pelajar.
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- 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>
- Cao, X., & Sun, J. (2018). Exploring the effect of overload on the discontinuous intention of social media users: An S-O-R perspective. *Computers in Human Behavior*, 81, 10–18. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.035>
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Global overview report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>
- 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/10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.012>
- Do you get tired of socializing? An empirical explanation of discontinuous usage behaviour in social network services. *Information & Management*, 58(2), 103314. <https://doi.org/10.1016/j.im.2020.103314>
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed.). Sage Publications.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage

Learning.

- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş. B., & Griffiths, M. D. (2020). Uses and gratifications of problematic social media use among university students: A simultaneous examination of the Big Five personality traits, social media platforms, and social media use motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3), 525–547. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9940-6>
- Malik, A., Dhir, A., & Nieminen, M. (2020). Uses and gratifications of digital photo sharing on Facebook. *Telematics and Informatics*, 33(1), 129–138.
- Nguyen, T.-M. (2021). Four-dimensional model: A literature review on reasons behind lurking behavior. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 51(3), 411–426. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-10-2019-0168>
- Nonnecke, B., & Preece, J. (2001). Why lurkers lurk. In *AMCIS 2001 Proceedings* (pp. 1523–1530).
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- 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>
- 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.
- Sun, N., Rau, P. P., & Ma, L. (2014). Understanding lurkers in online communities: A literature review. *Computers in Human Behavior*, 38, 110–117. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.05.022>
- Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health*, 48(2), 121–127. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.08.020>
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362–369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- Zhang, S., Shen, Y., Xin, T., Sun, H., Wang, Y., Zhang, X., & Ren, S. (2021). The development and validation of a social media fatigue scale: From a cognitive-behavioral-emotional perspective. *PLOS ONE*, 16(1), e0245464. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245464>