

Mengurangi kelelahan bermedia sosial dengan pesan pengingat di masa pandemi COVID-19 = Reducing social media fatigue by using reminder notification during COVID-19

Sitti Shaqylla Shyahnaz, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20525415&lokasi=lokal>

Abstrak

Penggunaan media sosial semakin meningkat sejak masa pandemi COVID-19 yang terjadi mulai tahun 2020 hingga sekarang. Penggunaan media sosial yang berlebihan memiliki dampak buruk terhadap psikologis individu, salah satunya adalah kelelahan bermedia sosial (social media fatigue). Studi survei baseline (n=288) menemukan bahwa terdapat 83 orang yang kelelahan bermedia sosialnya berada pada kategori “Tinggi” dan 26 orang termasuk dalam kategori “Sangat Tinggi”, di mana 54% dari partisipan yang tingkat kelelahannya “Tinggi” dan “Sangat Tinggi” menggunakan media sosial sekiiatr 6 hingga 12 jam per hari dan 27% menggunakan media sosial lebih dari 12 jam. Riset ini bertujuan untuk membuat desain intervensi dengan pendekatan nudge dalam bentuk pesan pengingat untuk dapat menurunkan rasa lelah dari bermedia sosial. Studi ini melibatkan 30 partisipan dengan rentang usia 19-29 tahun dengan menggunakan quasi experiment mixed design: within and between subject, dengan keseluruhan proses selama dua minggu. Dalam studi ini, partisipan intervensi diberikan pesan pengingat untuk mengurangi penggunaan media sosial selama tujuh hari berturut-turut. Hasil pengukuran pre-post serta komparasi kelompok intervensi dan kontrol menunjukkan bahwa pendekatan nudge dengan pemberian pesan pengingat terbukti secara signifikan menurunkan social media fatigue kelompok intervensi sebesar 6,03%.

.....The usage of social media has increased ever since the COVID-19 pandemic started. Excessive use of social media has various negative impacts on mental health, including social media fatigue. The baseline survey study (n=288) found that 83 people experienced social media fatigue in the “High” category and 26 people are in the “Very High” category, where 54% of those participants used media social media about 6 to 12 hours per day and 27% use social media more than 12 hours. This research aims to design an intervention with a nudge approach in the form of a reminder message to reduce the fatigue from social media. This study involved 30 participants with an age range of 19-29 years using a quasi-experimental mixed design: within and between subjects, with the entire process taking two weeks. In this study, intervention participants were given reminder messages to reduce their use of social media for seven consecutive days. The results of pre-post measurements and comparison of the intervention and control groups showed that the nudge approach by giving reminder messages was proven to significantly reduce social media fatigue in the intervention group by 6.03%.