

ADAPTASI DAN UJI VALIDITAS KONSTRUK *SOCIAL MEDIA FATIGUE SCALE* DI INDONESIA

Mustika Mauliddiana Sardinawati¹, Primaditha Noorrizyka Putri Hilmana², Sandra Mutiara Sari³, Windy Mutia Pratiwi⁴, Muhammad Arif Saefudin⁵

^{1,2,3,4,5} Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, 40154, Indonesia

Email: mustikamauliddiana@gmail.com,

p-ISSN: 2337-4845

e-ISSN: 2620-7486



Received	Revised	Accepted	Published
6 Januari 2026	10 Februari 2026	21 April 2026	30 April 2026

Abstract

Research examining the construct validity of the Social Media Fatigue Scale (SMFS) in the Indonesian context remains limited. This study aims to test the construct validity of the SMFS based on a three-dimensional structure cognitive, behavioral, and emotional to assess the dimensional consistency of social media fatigue among the adult population in Indonesia. Data were collected from 284 participants aged 18 and older. Data analysis was conducted using confirmatory factor analysis (CFA) with the maximum likelihood approach. The results of the analysis indicate that the SMFS tends to be a valid multidimensional measurement tool for use in the Indonesian context. Model fit indices yielded acceptable results, as indicated by SRMR ($< .08$), CFI ($> .90$), and TLI ($> .90$), although the RMSEA value fell within the acceptable fit category ($< .10$). All items exhibited significant factor loadings on the hypothesized dimensions, thereby supporting the three-factor structure of social media fatigue. Overall, the findings of this study indicate that the Indonesian version of the SMFS possesses adequate construct validity and can be used to measure social media fatigue in the adult population (≥ 18 years) in Indonesia. The availability of a culturally adapted measurement tool with good psychometric properties is expected to support research and psychological interventions related to social media use and psychological well-being.

Keywords: social media fatigue, scale adaptation, confirmatory factor analysis

Abstrak

Penelitian yang menguji validitas konstruk *Social Media Fatigue Scale* (SMFS) dalam konteks Indonesia masih terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk menguji validitas konstruk SMFS berdasarkan struktur tiga dimensi, yaitu kognitif, perilaku, dan emosional, guna melihat konsistensi dimensionalitas *social media fatigue* pada populasi dewasa di Indonesia. Pengumpulan data dilakukan terhadap 284 partisipan berusia 18 tahun ke atas. Analisis data dilakukan menggunakan *confirmatory factor analysis* (CFA) dengan pendekatan *maximum likelihood*. Hasil analisis menunjukkan bahwa SMFS cenderung merupakan alat ukur multidimensional yang layak digunakan dalam konteks Indonesia. Indeks kecocokan model menunjukkan hasil yang dapat diterima, ditunjukkan oleh nilai SRMR ($< .08$), CFI ($> .90$), dan TLI ($> .90$), meskipun nilai RMSEA berada pada kategori *acceptable fit* ($< .10$). Seluruh item memiliki muatan faktor yang signifikan pada dimensi yang dihipotesiskan, sehingga mendukung struktur tiga faktor *social media fatigue*. Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa SMFS versi Indonesia memiliki validitas konstruk yang memadai dan dapat digunakan untuk mengukur *social media fatigue* pada populasi dewasa (≥ 18 tahun) di Indonesia. Ketersediaan alat ukur yang teradaptasi secara budaya dan memiliki properti psikometrik yang baik diharapkan dapat mendukung penelitian dan intervensi psikologis terkait penggunaan media sosial dan kesejahteraan psikologis.

Kata kunci: social media fatigue, adaptasi skala, confirmatory factor analysis

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa tahun terakhir telah mendorong peningkatan penggunaan internet dan media sosial secara signifikan dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial kini tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga menjadi sumber utama dalam memperoleh informasi secara cepat dan luas. Di Indonesia, tren ini terlihat cukup kuat, di mana mahasiswa menjadi salah satu kelompok pengguna aktif yang memanfaatkan media sosial, baik untuk kebutuhan akademik maupun sosial (Zulvi et al., 2025). Dalam praktiknya, media sosial bahkan sering kali menjadi bagian dari rutinitas harian yang sulit dipisahkan dari aktivitas individu.

Di balik berbagai kemudahan tersebut, penggunaan media sosial yang intens juga membawa konsekuensi yang tidak selalu positif. Salah satu fenomena yang mulai banyak dikaji adalah *social media fatigue*, yaitu kondisi kelelahan psikologis yang muncul akibat paparan informasi yang terus-menerus, tuntutan interaksi sosial, serta tekanan emosional selama menggunakan media sosial. Kelelahan ini tidak hanya memengaruhi kenyamanan dalam menggunakan media sosial, tetapi juga dapat berdampak pada aspek lain, seperti menurunnya konsentrasi, munculnya gangguan emosi, hingga berkurangnya fungsi akademik dan kesejahteraan psikologis secara umum (Murniasih, 2023; Putri & Atmoko, 2024). Dengan demikian, fenomena ini tidak dapat dipandang sebagai sekadar kelelahan biasa, melainkan memiliki implikasi yang lebih luas terhadap kehidupan individu.

Gambaran tersebut juga tercermin dalam sejumlah penelitian di Indonesia yang menunjukkan bahwa *social media fatigue* merupakan fenomena yang cukup prevalen di kalangan mahasiswa. Azhari et al., (2024) menemukan bahwa sebagian besar mahasiswa mengalami *social media fatigue* pada tingkat sedang, yang berkaitan dengan durasi penggunaan media sosial yang panjang setiap harinya. Namun demikian, mahasiswa tetap mempertahankan penggunaan media sosial meskipun telah merasakan kelelahan, karena media sosial dipersepsikan sebagai kebutuhan penting dalam menjaga relasi sosial dan mengakses informasi. Kondisi ini mengindikasikan adanya ketegangan antara kebutuhan untuk tetap terhubung dan keterbatasan kapasitas psikologis individu dalam mengelola paparan digital. Temuan serupa juga dilaporkan oleh Zulvi et al., (2025) yang menunjukkan bahwa tingkat *social media fatigue* di kalangan mahasiswa berada pada kategori sedang dan dipengaruhi oleh karakteristik demografis tertentu. Jika dicermati lebih lanjut, temuan tersebut mengarah pada pemahaman bahwa *social media fatigue* tidak hanya merupakan pengalaman individual, tetapi juga berkaitan dengan pola penggunaan media sosial yang telah terinternalisasi dalam konteks sosial dan budaya. Dalam situasi ini, individu tidak hanya merespons kelelahan secara personal, tetapi juga berada dalam sistem yang mendorong keterlibatan digital secara terus-menerus.

Sejauh ini, penelitian yang ada cenderung menempatkan *social media fatigue* sebagai variabel hasil, baik dalam bentuk pengukuran tingkat maupun hubungannya dengan variabel psikologis lain. Pendekatan tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan kajian yang mendalam terhadap aspek pengukuran, khususnya terkait validitas konstruk alat ukur yang digunakan. Padahal, kejelasan struktur konstruk menjadi penting untuk memastikan bahwa dimensi yang diukur benar-benar merepresentasikan pengalaman kelelahan dalam konteks penggunaan media sosial.

Konseptualisasi *social media fatigue* secara komprehensif dikembangkan oleh Zhang et al., (2021) yang mendefinisikan *social media fatigue* sebagai kecenderungan individu untuk menarik diri dari penggunaan media sosial akibat perasaan kewalahan. Konstruk ini dipahami sebagai fenomena multidimensional yang mencakup aspek kognitif, perilaku, dan emosional sehingga memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai pengalaman kelelahan dalam penggunaan media sosial. Pada aspek kognitif, kelelahan berkaitan dengan proses pemrosesan informasi serta perasaan kewalahan akibat *information overload*. Kondisi ini dapat ditandai dengan kesulitan memusatkan perhatian, penurunan kapasitas pemrosesan informasi, serta meningkatnya kebingungan dalam menyaring informasi yang diterima. Aspek perilaku tampak dalam perubahan pola penggunaan media sosial, seperti kecenderungan untuk mengurangi durasi penggunaan, menarik diri dari interaksi digital, atau menghindari keterlibatan lebih lanjut dalam aktivitas media sosial. Adapun aspek emosional mencerminkan munculnya emosi negatif, seperti kejenuhan, frustrasi, dan kecemasan, sebagai respons terhadap paparan media sosial yang berlebihan (Zhang et al., 2021).

Berdasarkan kerangka tersebut, Zhang et al., (2021) mengembangkan *Social Media Fatigue Scale* (SMFS) dengan struktur tiga faktor yang merepresentasikan dimensi kognitif, perilaku, dan emosional. Pengujian terhadap struktur ini di berbagai konteks menunjukkan bahwa model tiga faktor memiliki konsistensi yang relatif baik. Hasil tersebut diperkuat oleh studi lintas budaya yang menunjukkan bahwa struktur yang sama dapat direplikasi, meskipun terdapat variasi pada kekuatan muatan faktor maupun indeks kecocokan model (Świątek et al., 2021). Temuan lintas budaya tersebut semakin diperkaya oleh penelitian adaptasi di beberapa negara. Studi di Polandia menunjukkan bahwa struktur tiga faktor tetap menjadi model yang paling optimal dengan kecocokan model yang baik melalui analisis *confirmatory factor analysis*, serta memiliki validitas konvergen yang memadai (Świątek et al., 2021). Sementara itu, adaptasi di Turki juga menunjukkan bahwa instrumen ini memiliki validitas dan reliabilitas yang baik, baik dari segi konsistensi internal, validitas diskriminan, maupun validitas konkuren (Gökalp et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun struktur konstruk relatif stabil, perbedaan konteks budaya tetap berpotensi memengaruhi interpretasi item dan pola respons individu. Implikasi dari temuan tersebut adalah bahwa penggunaan alat ukur lintas budaya tidak dapat dilepaskan dari kemungkinan adanya perbedaan dalam cara individu memahami item maupun memaknai pengalaman kelelahan. Model pengukuran yang sama dapat menghasilkan tingkat kecocokan yang berbeda ketika diterapkan pada populasi yang berbeda, terutama pada konstruk yang bersifat subjektif seperti *social media fatigue*.

Dalam konteks Indonesia, penelitian yang secara sistematis melakukan adaptasi dan pengujian validitas konstruk *Social Media Fatigue Scale* menggunakan pendekatan *confirmatory factor analysis* masih tergolong terbatas. Sejumlah studi yang ada cenderung berfokus pada pengujian hubungan antarvariabel, seperti peran kelelahan dalam memediasi hubungan antara kecanduan media sosial dan kesehatan mental, tanpa disertai dengan pengujian struktur faktor dari konstruk *social media fatigue* itu sendiri (Putri & Atmoko, 2024). Dengan demikian, aspek psikometri alat ukur, khususnya terkait kesesuaian model pengukuran dan representasi dimensi konstruk dalam konteks budaya Indonesia, belum banyak dikaji secara mendalam.

Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk memastikan bahwa struktur faktor yang digunakan benar-benar sesuai dengan pengalaman pengguna media sosial di Indonesia. Keterkaitan *social media fatigue* dengan berbagai permasalahan kesehatan mental juga semakin menegaskan urgensi tersebut. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kelelahan akibat penggunaan media sosial berperan dalam menjelaskan munculnya depresi, kecemasan, dan stres (Putri & Atmoko, 2024). Oleh karena itu, ketersediaan alat ukur yang valid dan reliabel menjadi penting agar hasil pengukuran dapat digunakan secara akurat, baik dalam penelitian maupun dalam pengembangan intervensi psikologis.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengadaptasi *Social Media Fatigue Scale* ke dalam konteks Indonesia serta menguji validitas konstruk model tiga faktor menggunakan pendekatan *confirmatory factor analysis*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai kesesuaian struktur konstruk *social media fatigue* pada populasi Indonesia, sekaligus memperkaya literatur psikometri terkait pengukuran kelelahan media sosial.

2. Metode Penelitian

Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan *cross-sectional* yang bertujuan untuk mengembangkan dan menguji validitas konstruk alat ukur media *social media fatigue*. Data diperoleh melalui survei menggunakan kuesioner daring untuk disebar ke partisipan pada satu waktu pengukuran yang memenuhi kriteria penelitian.

Sebelum dilakukan penyusunan dalam bentuk pernyataan, instrumen asli terlebih dahulu melalui proses adaptasi bahasa menggunakan teknik *forward-backward translation*. Pada tahap *forward translation*, skala asli diterjemahkan dari bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia oleh penerjemah yang menguasai kedua bahasa. Selanjutnya hasil terjemahan tersebut diterjemahkan kembali ke dalam bahasa Inggris (*backward translation*) oleh penerjemah lain yang independen. Hasil terjemahan balik kemudian dibandingkan dengan versi asli untuk memastikan kesetaraan makna dan menghindari pergeseran konsep.

Pengembangan alat ukur berdasarkan hasil proses tersebut, item kemudian disusun dengan membuat pernyataan-pernyataan berdasarkan kerangka teori *social media fatigue* yang diajukan oleh Zhang et al., (2021). Kerangka teori tersebut terdiri dari tiga aspek utama, yaitu kognitif, perilaku, dan emosional. Skala yang digunakan terdiri dari 15 pernyataan yang masing-masing mewakili ketiga aspek tersebut dan disusun dalam bentuk pernyataan *favorabel*, sehingga skor yang lebih tinggi menunjukkan tingkat *social media fatigue* yang tinggi.

Validitas isi alat ukur ini dinilai oleh empat ahli psikologi dari berbagai lembaga psikologi di Indonesia melalui *expert judgement*. Tingkat kesepakatan para ahli tentang keterkaitan setiap pertanyaan dengan topik yang diukur dianalisis menggunakan koefisien Aiken's V. Soal-soal yang memenuhi standar validitas tetap dipertahankan, sedangkan soal-soal yang dinilai tidak sesuai diperbaiki berdasarkan saran para ahli. Instrumen yang telah direvisi kemudian diujikan kepada masyarakat umum yang memenuhi kriteria. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan *cross-sectional* yang bertujuan untuk mengembangkan dan menguji validitas konstruk alat ukur *social media fatigue*.

Data diperoleh melalui survei menggunakan kuesioner daring untuk disebar ke partisipan pada satu waktu pengukuran yang memenuhi kriteria penelitian yaitu responden yang berusia 18 tahun dan aktif menggunakan media. atau lebih, baik berjenis kelamin laki-laki atau perempuan. Data yang berhasil dikumpulkan dianalisis dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak JASP. Pada tahap awal, analisis dilakukan dengan menghitung statistik deskriptif dan memeriksa kelayakan data untuk dianalisis dengan pendekatan *maximum likelihood*.

Selanjutnya, untuk menguji validitas konstruk alat ukur *social media fatigue* dilakukan melalui tahapan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) (Zhang et al., 2021). Kecocokan model pengukuran dinilai menggunakan beberapa indikator kesesuaian, yaitu *Chi-Square*, *Comparative Fit Index* (CFI), *Tucker-Lewis Index* (TLI), *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA), dan *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR) (Xia & Yang, 2019).

Partisipan

Partisipan dalam pengembangan alat ukur psikologi *social media fatigue* berasal dari populasi pengguna aktif media sosial berusia 18 tahun atau lebih. Penentuan batas usia minimal 18 tahun didasarkan pada pertimbangan bahwa individu pada usia tersebut telah tergolong dewasa secara hukum, sehingga dapat memberikan persetujuan partisipasi secara mandiri. Selain itu, kelompok usia dewasa secara umum merupakan pengguna aktif media sosial dengan berbagai tingkat intensitas, sehingga relevan dengan konstruk *social media fatigue* yang diteliti.

Sampel penelitian terdiri dari 284 partisipan, baik laki-laki maupun perempuan, yang memenuhi kriteria sebagai pengguna aktif media sosial. Sampel diperoleh dari individu yang bersedia mengisi kuesioner yang disebar secara daring. Penyebaran dilakukan kepada populasi dewasa (usia 18 tahun ke atas), sehingga mencakup variasi kelompok usia dalam rentang dewasa.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, khususnya *convenience sampling*, yang dipilih berdasarkan kemudahan akses serta kesediaan individu untuk berpartisipasi dalam penelitian. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara daring melalui berbagai platform media.

Instrumen Penelitian

Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah *social media fatigue*. Secara konseptual, *social media fatigue* didefinisikan sebagai kondisi psikologis yang disebabkan oleh penggunaan media sosial yang berlebihan dan berulang,

yang ditandai oleh perasaan kewalahan, kejenuhan emosional, dan perubahan perilaku terkait dengan penggunaan media sosial (Zhang et al., 2021). Sebelumnya, pengukuran *Social Media Fatigue* (SMF) masih beragam, Bright et al., (2015) merupakan pencetus pertama SMF mengembangkan skala dengan 5 item yang berfokus pada *information overload* dengan reliabilitas yang tinggi, namun tanpa adanya uji validitas. Kemudian, Lin (2015) mengukur SMF dari aspek emosional, seperti ketertarikan dan kepuasan, namun tidak melaporkan psikometriknya. Sementara itu, Zhang et al., (2021) mengembangkan skala 6 item dengan reliabilitas baik, namun terbatas pada konteks platform tertentu. Berdasarkan keterbatasan tersebut, Zhang et al., (2021) mulai meneliti dan mengacu pada studi yang mengembangkan dan memvalidasi skala SMF secara lebih komprehensif. Pengembangan ini dimulai dari wawancara terhadap 30 partisipan, dan menghasilkan 24 item awal, kemudian diuji melalui analisis faktor dan akhirnya diperoleh 15 item final. Dalam penelitian ini, skala tersebut diadaptasi ke dalam bahasa Indonesia untuk menguji validitas konstruk dan kesesuaiannya pada populasi Indonesia. Instrumen ini terdiri dari 15 butir soal yang dibagi menjadi tiga dimensi, yaitu *cognitive fatigue*, *behavioral fatigue*, dan *emotional fatigue*. Setiap butir soal berupa pernyataan yang diisi dengan tujuh pilihan jawaban, yaitu skor 1 sangat tidak setuju, skor 2 tidak setuju, skor 3 kurang setuju, skor 4 netral, skor 5 agak setuju, skor 6 setuju, dan skor 7 sangat setuju. Semakin tinggi skor yang diperoleh, berarti semakin tinggi tingkat kelelahan karena penggunaan media sosial.

Dalam proses adaptasi instrumen, dilakukan *expert judgment* untuk memastikan validitas isi dan kesesuaian budaya. Penilaian dilakukan oleh tiga ahli psikolog, yang mengevaluasi setiap butir berdasarkan kejelasan bahasa, kesesuaian makna dengan konstruk *social media fatigue*, serta relevansi dengan konteks budaya Indonesia. Berdasarkan masukan yang diberikan, beberapa item direvisi untuk meningkatkan kejelasan redaksi tanpa mengubah makna konseptual. Hasil penilaian menunjukkan bahwa seluruh item dinilai layak untuk digunakan pada tahap pengujian selanjutnya.

Tabel 1. Blueprint Instrumen *Social Media Fatigue Scale* (SMFS)

Dimensi	Indikator	Contoh Item	Jumlah Item
<i>Cognitive Fatigue</i>	Kelelahan dalam memproses informasi; perasaan kewalahan akibat informasi berlebih; kesulitan berkonsentrasi saat menggunakan media sosial.	“Saya sering merasa kewalahan karena banyaknya informasi yang tersedia di media sosial”	5
<i>Behavioral Fatigue</i>	Kecenderungan mengurangi frekuensi penggunaan media sosial; perilaku menghindari atau mengurangi penggunaan media sosial.	“Saya selalu tidak punya ide tentang apa yang ingin saya unggah (posting) di media sosial”	5
<i>Emotional Fatigue</i>	Perasaan jenuh; frustrasi; emosi negatif akibat penggunaan media sosial.	“Saya merasa terganggu ketika melihat terlalu banyak informasi yang belum terbaca di media sosial”	5
Total			15

Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah *Social Media Fatigue Scale* (SMFS) valid secara konstruk. Pengujian dilakukan dengan metode *Confirmatory Factor Analysis* (CFA). Alat SMFS dikembangkan berdasarkan kerangka konsep yang ditawarkan oleh Zhang et al., (2021) yang memandang kelelahan media sosial sebagai konsep yang memiliki beberapa aspek, yaitu kognitif, perilaku, dan emosional.

Validitas item diperiksa berdasarkan dua kriteria utama. Tahap pertama, nilai loading faktor setiap item harus lebih dari 0.50, yang artinya item tersebut cukup memberi kontribusi dalam menggambarkan konstruk yang ingin diukur. Tahap kedua, nilai *t* (rasio kritis) pada setiap loading faktor harus lebih besar dari 1,96, yang menunjukkan bahwa item tersebut secara statistik signifikan dalam mengukur faktor yang telah ditentukan (Kline, 2023; Hair et al., 2019).

Setelah mengevaluasi validitas item, kriteria kecocokan model diukur dengan menggunakan beberapa index, yaitu *Root Mean Square Error of Approximation* (RMSEA), *Standardized Root Mean Square Residual* (SRMR), *Comparative Fit Index* (CFI), dan *Tucker-Lewis Index* (TLI). Menurut (Hair et al., 2019; Hu & Bentler, 1999) model

pengukuran dikatakan memiliki kecocokan yang cukup baik jika memenuhi kriteria berikut:

1. Nilai RMSEA mendekati atau kurang dari .08
2. Nilai SRMR mendekati atau kurang dari .08
3. Nilai CFI mendekati atau lebih besar dari .90
4. Nilai TLI mendekati atau lebih besar dari .90

Kriteria tersebut dipilih karena dianggap lebih realistis dan sesuai untuk model psikometri multidimensi, terutama pada instrumen dengan jumlah item yang terbatas (Hair et al., 2019). Xia dan Yang (2019) lebih lanjut menekankan bahwa interpretasi indeks kecocokan model terutama RMSEA, CFI, dan TLI harus mempertimbangkan metode estimasi, karakteristik data, serta kompleksitas model secara keseluruhan.

Selain itu, indeks *chi-square* diketahui sangat sensitif terhadap ukuran sampel, sehingga pada sampel yang relatif besar, model yang sebenarnya memadai tetap dapat menghasilkan nilai yang signifikan (Umar & Nisa, 2020). Oleh karena itu, evaluasi kecocokan model tidak hanya didasarkan pada *chi-square* saja, melainkan perlu mempertimbangkan indeks kecocokan lainnya. Berkenaan dengan RMSEA, nilai yang sedikit melebihi batas konvensional, yakni antara 0.08 hingga 0.10, dikategorikan sebagai *marginal fit* (Kim et al., 2016). Hal ini ditegaskan oleh Hu dan Bentler (1999) yang menyatakan bahwa penilaian *model fit* tidak dapat didasarkan pada satu indeks tunggal saja, melainkan harus menggunakan kombinasi beberapa indeks secara bersamaan seperti CFI atau TLI sebagai indeks inkremental, dikombinasikan dengan SRMR atau RMSEA sebagai indeks *absolute*. Pendekatan ini penting, mengingat masing-masing indeks memiliki sensitivitas yang berbeda terhadap jenis ketidaksesuaian model. RMSEA lebih peka terhadap pola *factor loading* yang tidak sesuai, sementara SRMR lebih sensitif terhadap korelasi antar-faktor yang keliru (Goretzko et al., 2024). Dalam penelitian ini, CFI, TLI, dan SRMR dijadikan indikator utama evaluasi kelayakan model karena ketiga indeks tersebut relatif lebih stabil terhadap ukuran sampel dan kompleksitas model dibandingkan RMSEA sebagai indeks absolut (Hair et al., 2019). Dengan demikian, apabila nilai RMSEA kurang memenuhi ambang batas yang direkomendasikan namun CFI, TLI, dan SRMR tetap berada dalam kisaran yang dapat diterima, model tersebut secara metodologis masih dapat diterima.

Apabila ditemukan ketidaksesuaian pada beberapa indeks *goodness of fit*, evaluasi dilakukan dengan hati-hati tanpa mengubah model dan tanpa dasar teori yang mendukung (Goretzko et al., 2024). Pendekatan ini dilakukan agar struktur konstruk SMFS tetap utuh seperti yang ditetapkan dalam kerangka konseptual awal. Kemudian, uji validitas konstruk dijelaskan berdasarkan masing-masing dimensi *Cognitive, Behavioral, dan Emotional* (Zhang et al., 2021), serta dilanjutkan dengan penilaian terhadap keseluruhan model pengukuran SMFS sesuai hasil analisis CFA.

3. Hasil

Penelitian ini melibatkan 284 responden yang terdiri atas 95 responden laki-laki (33.45%) dan 189 responden perempuan (66.55%). Rentang usia responden dalam penelitian ini berada antara 18 hingga 53 tahun, dengan rata-rata usia sebesar 22,27 dan standar deviasi 4,66. Hasil menunjukkan bahwa meskipun terdapat variasi usia berdasarkan rentangnya, distribusi responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia dewasa awal yang merepresentasikan kelompok pengguna media sosial yang aktif, yaitu usia 20 tahun sebesar 37% dari total responden.

Tabel 2. Hasil Statistik dari Skala *Social Media Fatigue*

Jenis Data	Skor Minimum	Skor Maksimum	Mean	Standar deviasi	Jarak Sebaran
Hipotetik	15	105	60	15	90
Empirik	15	105	63.29	6,50	90

Tabel 3. Deskripsi Validitas Alat Ukur *Social Media Fatigue*

Variabel	N	Data Hipotetik			Data Empirik				
		Mean Min	Skor Max	SD	Mean Min	Max	SD		
<i>Social Media Fatigue</i>	284	60	15	105	15	63.29	15	105	6.50

Keterangan :

- N = Jumlah subjek
- Mean = Rata-rata
- Min = Skor minimal atau terendah
- Max = Skor maksimal atau tertinggi
- SD = Standar deviasi

Social media fatigue dalam penelitian ini diukur dengan *Social Media Fatigue Scale* yang dikembangkan berdasarkan kerangka konseptual oleh Zhang et al., (2021). Instrumen ini disusun sebagai alat ukur multidimensional yang terdiri atas tiga dimensi utama yaitu aspek *Cognitive*, *Behavioral*, dan *Emotional* dengan total 15 item. Ketiga dimensi tersebut selanjutnya diuji dengan analisis *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) agar dapat menilai validitas konstruk pada masing-masing dimensi, sehingga dapat dipastikan bahwa setiap item ini secara signifikan merepresentasikan konstruk yang dihipotesiskan dalam konteks penggunaan media sosial di Indonesia. Adapun hasil analisis kesesuaian model pengukuran secara keseluruhan pada alat ukur *Social Media Fatigue* disajikan pada Tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4. Deskripsi Validitas Alat Ukur *Social Media Fatigue*

<i>Goodness of Fit</i>	<i>Cut off Values</i>	<i>Model Results</i>	<i>Description</i>
p-values	≥ .05	0.001	<i>Not Fit</i>
RMSEA	≤ .08	0.085, 90% CI [.073, .097]	<i>Marginal fit</i>
SRMR	≤ .08	0.066	<i>Fit</i>
CFI	≥ .90	0.923	<i>Fit</i>
TLI	≥ .90	0.907	<i>Fit</i>

Berdasarkan Tabel 4, pada model pengukuran psikologi menggunakan *Social Media Fatigue Scale* menunjukkan bahwa nilai SRMR 0.066 menunjukkan hasil yang baik dan *fit* karena ($\leq .08$). CFI sebesar 0.923, dan TLI sebesar 0.907 juga menunjukkan telah memenuhi kriteria kelayakan model ($\geq .90$). Namun, Nilai p-values sebesar 0.001 dan RMSEA sebesar 0.085, 90% CI [.073, .097] belum memenuhi yang ditetapkan. Nilai p-values sebesar 0.001 menunjukkan hasil yang signifikan ($p < 0.05$), sehingga secara statistik berdasarkan uji *chi-square* model belum memenuhi kriteria *not fit*. Indeks *chi-square* diketahui sangat sensitif terhadap ukuran sampel, sehingga pada sampel yang relatif besar, model yang sebenarnya memadai tetap dapat menghasilkan nilai yang signifikan (Umar & Nisa, 2020). Oleh karena itu perlu mempertimbangkan indeks kecocokan lainnya. Selain itu, nilai RMSEA sedikit berada di atas *cut-off konvensional* (0.085) nilai tersebut berada dalam kategori *marginal fit*, hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh (Kim et al., 2016) yang menyatakan nilai yang sedikit melebihi batas konvensional, yakni antara 0,08 hingga 0,10, dikategorikan sebagai *marginal fit*. Sejalan dengan itu, Maydeu-Olivares et al., (2018) mengemukakan bahwa RMSEA dipengaruhi oleh ukuran serta kompleksitas model, sehingga dalam kondisi tertentu RMSEA dapat menunjukkan nilai yang lebih tinggi meskipun model telah dispesifikasikan dengan baik. RMSEA itu merupakan *unstandardized effect size*, yang tidak dapat diinterpretasikan secara absolut karena maknanya sangat bergantung pada ukuran dan struktur model. Oleh karena itu, nilai RMSEA yang lebih besar atau sedikit melebihi *cut-off konvensional* tidak secara otomatis menunjukkan bahwa model pengukuran tersebut bersifat lebih buruk atau tidak sesuai. Interpretasi RMSEA perlu dilakukan secara komprehensif dengan mempertimbangkan indeks kecocokan lainnya. Dengan demikian, nilai RMSEA sebesar 0.085 dalam penelitian ini masih dapat diterima dan memadai, terutama karena didukung oleh dasar teoritis yang kuat serta indeks kecocokan lainnya yang menunjukkan hasil yang memadai.

Validitas Konstruk Dimensi *Cognitive*

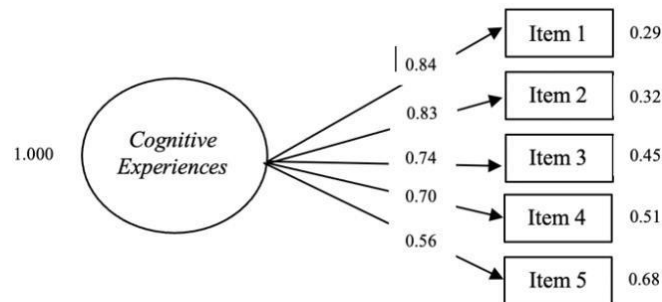
Terdapat lima item yang diuji dalam dimensi ini, hasil analisis faktor awal pada dimensi *cognitive* adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Deskripsi Validitas Konstruk Dimensi *Cognitive*

<i>Goodness of Fit</i>	<i>Cut off Values</i>	<i>Model Results</i>	<i>Description</i>
p-values	≥ .05	0.008	<i>Not Fit</i>
RMSEA	≤ .08	0.087, 90% CI [.040, .137]	<i>Marginal fit</i>
SRMR	≤ .08	0.033	<i>Fit</i>
CFI	≥ .90	0.983	<i>Fit</i>
TLI	≥ .90	0.965	<i>Fit</i>

Berdasarkan hasil dari data diatas, kelima item untuk dimensi *cognitive* dinyatakan sudah sesuai karena nilai CFI sebesar 0.983 dan TLI sebesar 0.965 telah memenuhi kriteria kecocokan model yang baik ($\geq .90$), begitupun dengan nilai SRMR sebesar 0.033 yang menunjukkan kriteria *fit*. Nilai RMSEA sebesar 0.087, 90% CI [.040, .137] sedikit berada di atas *cut-off konvensional* (0.085) maka nilai tersebut berada dalam kategori *marginal fit*. Namun, karena terpenuhinya kriteria SRMR, CFI, dan TLI yang tinggi menunjukkan bahwa model pengukuran pada dimensi *cognitive* ini secara keseluruhan dapat diterima.

Gambar 1. Model Faktor Analisis Faktor Konfirmatori dari Dimensi *Cognitive*



Gambar 1 menunjukkan hasil CFA pada dimensi *cognitive social media* yang terdiri atas lima item sebagai indikator pengukuran. Diagram tersebut menunjukkan bahwa seluruh item memiliki hasil faktor positif terhadap konstruk *cognitive* dengan nilai *factor loading* yang berkisar antara 0.56 sampai 0.84. Seluruh nilai muatan faktor pada dasarnya sudah berada di atas batas minimum yang dapat diterima, sehingga menunjukkan bahwa setiap item secara umum sudah memadai dalam merepresentasikan aspek kelelahan *cognitive* dalam penggunaan media sosial.

Tabel 6. Deskripsi Faktor Loading Dimensi *Cognitive*

Item	Coefficient	Standard Error	Cut off values	t-values	Significance
Item 1	1.000	0.000	≥ 1.96	-	Significant
Item 2	0.947	0.060	≥ 1.96	15.736	Significant
Item 3	0.768	0.055	≥ 1.96	13.991	Significant
Item 4	0.866	0.068	≥ 1.96	12.719	Significant
Item 5	0.636	0.067	≥ 1.96	9.430	Significant

Kesimpulannya, data dalam Tabel 6 membuktikan bahwa seluruh item signifikan untuk mengukur dimensi *cognitive*. Berdasarkan nilai t-value dan koefisien faktor loading yang positif, dapat disimpulkan pula bahwa tidak ada item yang perlu dibuang atau dihilangkan. Dengan demikian, semua item ini dinyatakan valid dan sesuai.

Validitas Konstruk Dimensi *Behavioral*

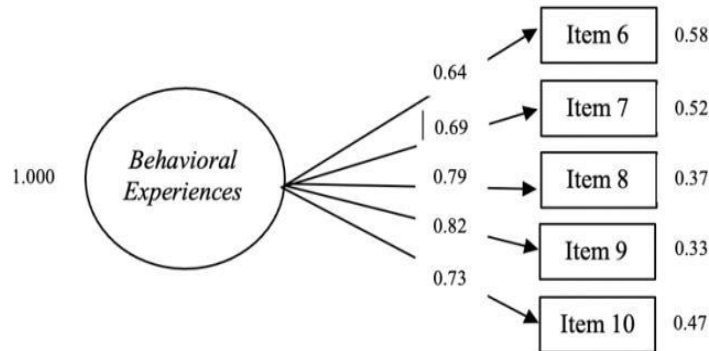
Para peneliti melakukan pengujian terhadap item-item yang termasuk ke dalam dimensi *behavioral*, dan terdapat lima item yang diuji dalam dimensi ini. Hasil analisis faktor dalam dimensi ini adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Deskripsi Validitas Konstruk Dimensi *Behavioral*

Goodness of Fit	Cut off Values	Model Results	Description
p-values	$\geq .05$	0.000	Not Fit
RMSEA	$\leq .08$	0.137, 90% CI [.093, .184]	Not Fit
SRMR	$\leq .08$	0.042	Fit
CFI	$\geq .90$	0.956	Fit
TLI	$\geq .90$	0.911	Fit

Berdasarkan hasil dari data tabel diatas, kelima item untuk dimensi behavioral dinyatakan sudah sesuai karena nilai CFI sebesar 0.956 dan TLI sebesar 0.911 telah memenuhi kriteria kecocokan model yang baik ($\geq .90$). SRMR 0.042 menunjukkan hasil yang baik dan fit karena ($\leq .08$). Sementara itu, nilai RMSEA sebesar 0.137, 90% CI [.093, .184] dan p-value sebesar 0.000 menunjukkan bahwa model belum sepenuhnya memenuhi kriteria absolute yang fit. Meskipun demikian, dengan terpenuhinya kriteria CFI dan TLI yang tinggi dan memadai menunjukkan bahwa model pengukuran pada dimensi behavioral ini masih dapat diterima.

Gambar 2. Model Faktor Analisis Faktor Konfirmatori dari Dimensi Behavioral



Gambar 2 menunjukkan hasil *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) pada dimensi behavioral *social media fatigue* yang terdiri atas lima item sebagai indikator pengukuran. Diagram model tersebut memperlihatkan bahwa seluruh item memiliki hasil faktor yang positif terhadap konstruk *behavioral*, dengan nilai *factor loading* yang berada pada rentang 0.64 sampai 0.82. Dengan item 9 yang menunjukkan muatan faktor tertinggi ($\lambda = 0.82$) dan item 6 memiliki muatan faktor terendah ($\lambda = 0.64$). Seluruh nilai muatan faktor pada dasarnya sudah berada di atas batas minimum yang dapat diterima, sehingga menunjukkan bahwa setiap item secara umum sudah memadai dalam merepresentasikan aspek kelelahan perilaku dari kelelahan dalam penggunaan media sosial.

Tabel 8. Deskripsi Faktor Loading Dimensi Behavioral

Item	Coefficient	Standard Error	Cut off values	t-values	Significance
Item 6	0.777	0.072	≥ 1.96	10.750	Significant
Item 7	0.782	0.070	≥ 1.96	11.170	Significant
Item 8	1.000	0.000	≥ 1.96	–	Significant
Item 9	1.016	0.072	≥ 1.96	14.060	Significant
Item 10	0.887	0.071	≥ 1.96	12.480	Significant

Berdasarkan hasil dari data diatas, seluruh item pada dimensi behavioral memiliki nilai t-value ≥ 1.96 , sehingga dapat dinyatakan signifikan secara statistik. Item 8 digunakan sebagai item referensi dengan koefisien yang ditetapkan sebesar 1.000 untuk keperluan identifikasi model. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kelima item pada dimensi ini mampu mengukur konstruk *behavioral social media fatigue*. Dengan demikian, berdasarkan hasil analisis model faktor konfirmatori dan signifikan parameter item, semua item pada dimensi ini dinyatakan valid dan layak dipertahankan dalam model pengukuran.

Validitas Konstruk Dimensi Emotional

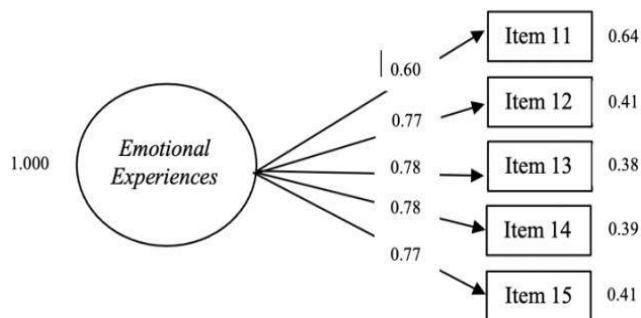
Selanjutnya, dilakukan analisis terhadap item-item yang merepresentasikan dimensi *emotional*, yang terdiri atas lima item. Adapun hasil analisis faktor pada dimensi *emotional* disajikan sebagai berikut:

Tabel 9. Deskripsi Validitas Konstruk Dimensi *Emotional*

<i>Goodness of Fit</i>	<i>Cut off Values</i>	<i>Model Results</i>	<i>Description</i>
p-values	$\geq .05$	0.000	<i>Not Fit</i>
RMSEA	$\leq .06$	0.129, 90% CI [.085, .176]	<i>Not Fit</i>
SRMR	$\leq .08$	0.039	<i>Fit</i>
CFI	$\geq .90$	0.962	<i>Fit</i>
TLI	$\geq .90$	0.924	<i>Fit</i>

Berdasarkan hasil analisis Tabel 9, kelima item pada dimensi *emotional* dinyatakan telah sesuai. Hal ini ditunjukkan oleh nilai CFI sebesar 0.962 dan TLI sebesar 0.924 yang telah memenuhi kriteria kecocokan model yang baik ($\geq .90$), SRMR pada dimensi *emotional* juga telah memenuhi kriteria kecocokan model yang baik dengan hasil 0.039 ($\leq .08$). Sementara itu, nilai RMSEA sebesar = 0.129, 90% CI [.085, .176] dan p-value sebesar 0.008 mengindikasikan bahwa model belum sepenuhnya memenuhi kriteria *absolute fit*. Meskipun begitu, terpenuhinya nilai SRMR, CFI, dan TLI yang tinggi menunjukkan bahwa model pengukuran pada dimensi *emotional* dapat diterima

Gambar 3. Model Faktor Analisis Faktor Konfirmatori dari Dimensi *Emotional*



Dari Gambar 3, seluruh item memiliki faktor loading di atas 0.50, yang menunjukkan bahwa item-item tersebut memiliki kontribusi yang memadai dalam merepresentasikan konstruk *Emotional Experiences*. Item 13 dan 14 menunjukkan muatan faktor loading tertinggi ($\lambda = 0.78$), sehingga menjadi indikator yang paling kuat dalam mengukur dimensi ini. Nilai error variance berada pada rentang 0.38–0.64, yang menunjukkan bahwa seluruh item memiliki kontribusi yang memadai dalam merepresentasikan faktor *Emotional Experiences*.

Tabel 10. Deskripsi Faktor Loading Dimensi *Emotional*

Item	<i>Coefficient</i>	<i>Standard Error</i>	<i>Cut off values</i>	<i>t-values</i>	<i>Significance</i>
Item 11	1.000	0.000	≥ 1.96	-	<i>Significant</i>
Item 12	1.434	0.164	≥ 1.96	8.727	<i>Significant</i>
Item 13	1.586	0.177	≥ 1.96	8.967	<i>Significant</i>
Item 14	1.607	0.179	≥ 1.96	8.961	<i>Significant</i>
Item 15	1.579	0.177	≥ 1.96	8.904	<i>Significant</i>

Berdasarkan tabel tersebut, hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh item pada dimensi *Emotional* memiliki nilai *t* yang melampaui batas *cut-off* serta koefisien *faktor loading* yang bernilai positif. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item secara signifikan merepresentasikan dimensi *Emotional*. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat item yang dieliminasi atau dihapus, dan seluruh item dinyatakan valid untuk dianalisis pada tahap ini.

4. Diskusi

Berdasarkan uji validitas dan reabilitas yang dilakukan pada *Social Media Fatigue Scale* (SMFS) versi Indonesia memiliki struktur faktor yang konsisten dengan tiga dimensi utama: *cognitive*, *behavioral*, dan *emotional*. Hasil *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) pada model keseluruhan menunjukkan bahwa indeks kecocokan model berada pada kategori dapat diterima, dengan nilai SRMR 0.066 yang menunjukkan hasil yang baik dan *fit* karena (≤ 0.08), serta CFI = 0.923 dan TLI = 0.907 yang telah melampaui batas minimal kecocokan model (≥ 0.90). Temuan ini mengindikasikan bahwa struktur tiga faktor SMFS mampu merepresentasikan konstruk *social media fatigue* secara memadai. Terkait nilai p-values sebesar 0.001, hasil ini tidak dijadikan satu-satunya penentu kelayakan model dalam penelitian ini. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa statistik *chi-square* sangat sensitif terhadap besarnya ukuran sampel. Semakin besar sampel, semakin besar pula nilai *chi-square* yang dihasilkan, sehingga model hampir selalu ditolak meskipun ketidaksesuaian yang sesungguhnya sangat kecil (Umar & Nisa, 2020). Oleh karena itu, nilai p-values yang signifikan pada uji *chi-square* tidak serta-merta mengindikasikan bahwa model pengukuran tidak layak, melainkan perlu diinterpretasikan bersama dengan indeks kecocokan lainnya secara komprehensif. Terkait nilai RMSEA = 0,085 yang sedikit berada di atas *cut-off* konvensional, nilai tersebut masih dapat dikategorikan sebagai *marginal fit*. Kim et al., (2016) menyatakan bahwa nilai yang sedikit melebihi batas konvensional, yakni antara 0.08 hingga 0.10, dapat dikategorikan sebagai *marginal fit*. Selain itu, Maydeu-Olivares et al., (2018) juga menjelaskan bahwa RMSEA sensitif terhadap ukuran sampel dan kompleksitas model, sehingga nilai RMSEA yang lebih tinggi tidak selalu mencerminkan spesifikasi model yang buruk. Hal ini juga ditegaskan dalam Hu & Bentler (1999) yang menyatakan bahwa model fit tidak dapat dilihat hanya pada satu indeks saja, tetapi harus dikombinasikan dengan indeks lain secara bersamaan seperti CFI, TLI ataupun di kombinasikan dengan indeks *absolute* seperti SRMR atau RMSEA. Dengan demikian, penelitian ini dapat diterima dan dinilai memadai berdasarkan dukungan kerangka teoritis yang kuat.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Zhang et al., (2021) pada pengembangan awal SMFS yang melaporkan nilai CFI = 0.95, TLI = 0.94, dan RMSEA = 0.061. Selain itu, temuan dalam studi ini juga konsisten dengan hasil validasi lintas budaya yang dilaporkan oleh Świątek et al., (2021) pada SMFS versi Polandia dengan nilai CFI = 0,93, TLI = 0,92, dan RMSEA = 0,078, serta penelitian oleh Gökalp et al., (2024) pada SMFS versi Turki yang menunjukkan nilai CFI = 0,93, TLI = 0,91, dan RMSEA = 0,05. Kesamaan pola kecocokan model ini menunjukkan bahwa SMFS memiliki stabilitas struktur faktor yang baik lintas konteks budaya.

Lebih lanjut, hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh item pada setiap dimensi *cognitive*, *behavioral*, dan *emotional* memiliki muatan *factor loading* di atas batas minimum yang dapat diterima, dengan muatan tertinggi terdapat pada item 1 ($\lambda = 0,84$) dan muatan terendah pada item 11 ($\lambda = 0,60$). Seluruh item juga memiliki nilai *t-value* dan koefisien *factor loading* yang positif, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat item yang perlu dibuang atau dieliminasi.

Dominasi responden ini ada pada kelompok usia dewasa awal dalam penelitian ini juga perlu dipertimbangkan dalam interpretasi hasil. Kelompok usia ini dikenal sebagai pengguna media sosial yang paling aktif, baik untuk kepentingan akademik, sosial, maupun hiburan. Kondisi tersebut dapat meningkatkan kerentanan terhadap *social media fatigue*, terutama ketika tuntutan kognitif, emosional, dan sosial hadir secara bersamaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian di Indonesia yang menunjukkan bahwa *social media fatigue* cukup prevalen pada mahasiswa dan dewasa awal, serta berkaitan dengan durasi dan intensitas penggunaan media sosial (Azhari et al., 2024; Zulvi et al., 2025).

Meskipun penelitian ini berfokus pada pengujian validitas dan reliabilitas instrumen, hasil yang diperoleh tidak terlepas dari konteks penggunaan media sosial oleh partisipan. Literatur menunjukkan bahwa stres akademik dan *information overload* secara teoritis berkaitan dengan *social media fatigue* pada mahasiswa dan dewasa awal. Stres akademik diketahui berkontribusi terhadap meningkatnya kelelahan psikologis dalam penggunaan media sosial (Nurhalizah & Widyastuti, 2023), Sementara itu, *information overload* berkontribusi terhadap meningkatnya kelelahan kognitif dan emosional yang muncul akibat intensitas informasi yang terlalu berlebihan (Sabarky et al., 2025).

Terdapat beberapa keterbatasan pada penelitian ini. Pertama, karakteristik sampel didominasi oleh individu pada tahap dewasa awal, sementara penelitian ini menargetkan populasi dewasa secara keseluruhan. Kondisi tersebut menyebabkan kurang optimalnya representasi kelompok usia dewasa lainnya, sehingga membatasi generalisasi hasil penelitian pada kelompok usia yang berbeda. Selain itu, penelitian ini belum menguji reliabilitas *test-retest*, sehingga kestabilan instrumen dari waktu ke waktu belum dapat dipastikan. Penelitian ini juga belum mempertimbangkan variasi jenis serta intensitas penggunaan platform media sosial, yang berpotensi memengaruhi hasil penelitian secara lebih mendalam.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *Social Media Fatigue Scale* (SMFS) versi Indonesia memiliki struktur faktor yang valid dan konsisten dengan tiga dimensi utama, yaitu *cognitive*, *behavioral*, dan *emotional fatigue*. Hasil analisis menunjukkan bahwa model pengukuran memenuhi kriteria kecocokan yang dapat diterima serta seluruh item memiliki muatan faktor yang memadai, sehingga instrumen ini mampu mengukur konstruk *social media fatigue* secara akurat. Dengan demikian, SMFS versi Indonesia dapat digunakan secara sah untuk keperluan penelitian,

analisis hubungan dengan variabel lain, serta asesmen tingkat kelelahan media sosial pada individu di Indonesia.

6. Referensi

- Azhari, A. A., Purwasetiawatik, T. F., & Saudi, A. N. A. (2024). Gambaran Tingkat Social Media Fatigue Pada Mahasiswa Di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 4(1), 24-30. <https://doi.org/10.56326/jpk.v4i1.2384>
- Bright LF., Kleiser SB., Grau SL. (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>
- Gökalp, A., Fan, C.-W., İnel, Y., & Chen, I.-H. (2024). Social Media Fatigue Scale: Adaptation to Turkish culture, validity and reliability study. *Journal of Social Media Research*, 1(1), 38–46. <https://doi.org/10.29329/jsomer.6>
- Goretzko, D., Siemund, K., & Sterner, P. (2024). Evaluating model fit of measurement models in confirmatory factor analysis. *Educational and Psychological Measurement*, 84(1), 123-144. <https://doi.org/10.1177/00131644231163813>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2019). Multivariate data analysis. (Eight Edition). *Publisher: Annabel Ainscow*.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 6(1), 1–55. <https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
- Kim, H., Ku, B., Kim, J. Y., Park, Y. J., & Park, Y. B. (2016). Confirmatory and exploratory factor analysis for validating the phlegm pattern questionnaire for healthy subjects. *Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine*, 2016(1), 2696019. <https://doi.org/10.1155/2016/2696019>
- Kline, R. B. (2023). Principles and practice of structural equation modeling. (Fifth Edition). *Publisher: The Guilford Press*.
- Lin KM. (2015). Predicting Asian undergraduates' intention to continue using social network services from negative perspectives. *Behaviour & Information Technology*, 34(9), 882–892. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2015.1027736>
- Maydeu-Olivares, A., Shi, D., & Rosseel, Y. (2018). Assessing fit in structural equation models: A Monte Carlo evaluation of RMSEA versus SRMR confidence intervals and tests of close fit. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 25(3), 389–402. <https://doi.org/10.1080/10705511.2017.1389611>
- Murniasih, F. (2023). Sisi Gelap Media Sosial: Mediasi Perbandingan Sosial Pada Hubungan Fear of Missing Out dan Social Media Fatigue. *Jurnal Diversity*, 9(1), 93-103. [10.31289/diversita.v9i1.8899](https://doi.org/10.31289/diversita.v9i1.8899)
- Nurhalizah, A., & Widyastuti, F. (2023). Social Media Fatigue Ditinjau dari Stres Akademik selama Pembelajaran Daring di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Psikologi Integratif*, 11(1), 121. <https://doi.org/10.14421/jpsi.v11i1.2829>
- Putri, A. B., & Atmoko, W. B. (2024). Dampak Kecanduan Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental. *Journal of Health Management Research*, 3, 26-33. <https://doi.org/10.37036/jhmr.v3i1.468>
- Świątek, A. H., Szcześniak, M., Zhang, S., & Borkowska, H. (2021). A preliminary validation of the Polish version of the social media fatigue scale. *Psychology Research and Behavior Management*, 719-729. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S312897>
- Umar, J., & Nisa, Y. F. (2020). Uji validitas konstruk dengan CFA dan pelaporannya. *Jurnal Pengukuran Psikologi dan Pendidikan Indonesia*, 9(2), 1-11. <https://doi.org/10.15408/jp3i.v9i2.16964>
- Xia, Y., & Yang, Y. (2019). RMSEA, CFI, and TLI in structural equation modeling with ordered categorical data: The story they tell depends on the estimation methods. *Behavior research methods*, 51(1), 409-428. <https://doi.org/10.3758/s13428-018-1055-2>
- 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), <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0245464>
- Zulvi, N. A. W., Ifdil, I., Ardi, Z., & Handayani, P. G. (2025). Analisis social media fatigue pada mahasiswa berdasarkan jenis kelamin dan usia. *Jurnal Konseling dan Pendidikan*, 13(1), 38-48

