

The Influence Of Hustle Culture And Fear Of Missing Out On Job Satisfaction With Social Media As A Moderating Variable: A Case Study On Office Employees In The Sudirman Central Business District, South Jakarta

Pengaruh *Hustle Culture* Dan *Fear Of Missing Out* Terhadap Kepuasan Kerja Dengan Media Sosial Sebagai Variabel Moderasi Studi Kasus Pada Karyawan Kantoran Di Daerah Sudirman Central Business District Jakarta Selatan

Nurul Hafizah Syahril¹, Donard Games^{2*}, Yuliharsi³, Sandra Patrisia Komalasari⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas^{1,2,3,4}

donardgames@eb.unand.ac.id²

**Corresponding Author*

ABSTRACT

The phenomena of hustle culture and FOMO have become increasingly prominent in urban work environments, driven by high productivity expectations and social pressures amplified through social media. A quantitative approach was employed using PLS-SEM with SmartPLS 4 software. The study involved 100 respondents from various professional backgrounds. Data were collected using a structured questionnaire measuring four main constructs: hustle culture, FOMO, job satisfaction, and social media usage. Surprisingly, the results revealed that both hustle culture and FOMO have a positive influence on job satisfaction, indicating that higher levels of hustle and FOMO actually increase job satisfaction within this specific population. Furthermore, social media does not negatively affect job satisfaction directly. On the contrary, the interaction effects between hustle culture and social media, as well as FOMO and social media, enhance the positive influence on job satisfaction. These findings suggest that, in the context of SCBD employees, hustle culture and FOMO are perceived as signs of competence and achievement rather than as sources of stress. The competitive work environment and high social expectations position social media as a tool for validation and motivation. This study contributes theoretically to the understanding of modern work phenomena and job satisfaction, and offers practical implications for HR management in adapting to contemporary work culture.

Keywords: *Hustle Culture, Fear of Missing Out, Social Media, Job Satisfaction, SCBD.*

ABSTRAK

Fenomena *Hustle Culture* dan FOMO semakin terlihat di kalangan pekerja urban, terutama akibat tekanan sosial dan ekspektasi produktivitas yang tinggi yang juga diperkuat oleh media sosial. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode PLS-SEM melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang dengan latar belakang profesional beragam. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang mengukur empat konstruk utama: *Hustle Culture*, FOMO, kepuasan kerja, dan penggunaan media sosial. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara tidak terduga, *Hustle Culture* dan FOMO memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan kerja, yang berarti semakin tinggi intensitas hustle dan rasa takut tertinggal justru meningkatkan kepuasan kerja pada konteks populasi yang diteliti. Demikian pula, media sosial juga tidak terbukti menurunkan kepuasan kerja secara langsung. Sebaliknya, interaksi antara *Hustle Culture* dan media sosial, serta FOMO dan media sosial, memperkuat pengaruh positif terhadap kepuasan kerja. Temuan ini menyiratkan bahwa dalam konteks karyawan SCBD, *Hustle Culture* dan FOMO dipersepsikan sebagai bentuk kompetensi dan pencapaian, bukan sebagai tekanan negatif. Lingkungan kerja yang kompetitif serta ekspektasi sosial yang tinggi menjadikan media sosial sebagai alat validasi pencapaian dan sumber motivasi. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis terhadap pemahaman hubungan antara fenomena kerja modern dan kepuasan kerja, serta implikasi praktis bagi manajemen SDM dalam merancang kebijakan yang adaptif terhadap budaya kerja kontemporer.

Kata Kunci: *Hustle Culture, Fear Of Missing Out, Media Sosial, Kepuasan Kerja, SCBD.*

1. Pendahuluan

Hustle culture, atau budaya kerja berlebihan, telah menjadi fenomena global yang semakin menonjol dalam dunia kerja saat ini. Budaya ini menganggap kerja melebihi jam normal sebagai bentuk komitmen dan dedikasi profesional. Banyak perusahaan rintisan (startup) dan korporasi teknologi mengadopsi budaya ini untuk tetap bersaing di pasar yang sangat kompetitif (Crunchbase, 2021). Di China, misalnya, sistem kerja 996—bekerja dari pukul 09.00 hingga 21.00, enam hari seminggu—telah menimbulkan kontroversi karena dianggap mengeksploitasi pekerja. Karyawan sering merasa bersalah jika tidak memenuhi target produktivitas yang ditetapkan (Chan, 2019).

Secara sederhana, *hustle culture* bisa diartikan sebagai budaya yang mengagungkan produktivitas tanpa henti, sehingga batas antara pekerjaan dan kehidupan pribadi menjadi kabur. Budaya ini menanamkan pemikiran bahwa kesuksesan karier hanya bisa dicapai dengan kerja keras terus-menerus, sementara waktu istirahat dianggap sebagai "pemborosan waktu" (Porter & Nohria, 2018). Namun, ironisnya, penelitian oleh (Beckers et al., 2022) menunjukkan bahwa 68% pekerja yang mengikuti gaya hidup ini justru mengalami penurunan performa kognitif dalam jangka menengah.

Dampak lebih lanjut dari *hustle culture* terlihat pada cara pandang pekerja terhadap nilai kerja. Mereka yang terjebak dalam budaya ini cenderung mengubah semua aspek hidupnya seperti makan, rekreasi, bahkan interaksi sosial menjadi bagian dari pekerjaan. Hal ini menciptakan stres kronis yang mengganggu keseimbangan emosi (Clark, 2000). Fenomena "*productive guilt*" atau rasa bersalah ketika tidak bekerja, menjadi mekanisme psikologis untuk memvalidasi eksistensi diri dalam lingkungan kerja yang kompetitif (Brenninkmeijer & Lagerveld, 2022).

Selain itu, batas antara kehidupan profesional dan pribadi menjadi semakin kabur. Pekerjaan seringkali menyusup ke aktivitas sehari-hari seperti makan, rekreasi, atau bahkan waktu bersama keluarga (Clark, 2000). Studi kualitatif oleh Perlow (2012) terhadap 182 pekerja korporat menemukan bahwa 74% responden menganggap waktu istirahat sebagai "kesempatan yang terbuang" untuk mengejar target karier.

Budaya ini juga sering diglorifikasi dalam narasi populer, seperti ungkapan "Saya tidak punya waktu, terlalu sibuk." Hal ini menciptakan ilusi bahwa kerja berlebihan adalah simbol status sosial. Padahal, normalisasi *hustle culture* berpotensi memicu "*competitive suffering*," yaitu perlombaan terselubung untuk menunjukkan siapa yang paling sibuk (Hesselberth, 2018). Penelitian Schaufeli (2018) terhadap 1.200 pekerja di Eropa mengungkapkan bahwa 63% karyawan yang memamerkan kesibukan kerja di media sosial justru mengalami gejala kecemasan klinis.

Paradoksnya, meski menyadari risiko terhadap kesehatan mental, banyak orang tetap mempraktikkan budaya ini dan membagikan rutinitas kerja intensif mereka sebagai bentuk validasi sosial. Praktik ini disebut "*performative productivity*" (Cederström & Spicer, 2015). Akibatnya, muncul efek "*social contagion*" di lingkungan kerja, di mana rekan yang tidak mengikuti ritme kerja ekstrem dianggap sebagai "penumpang gelap" (Felps et al., 2006). Tokoh publik seperti Elon Musk juga turut memengaruhi budaya ini dengan pernyataan seperti, "Tidak ada yang bisa mengubah dunia hanya dengan kerja 40 jam seminggu." Meski tujuannya memotivasi, pernyataan ini sering disalahartikan. Pengusaha mungkin perlu kerja keras ekstra saat membangun bisnis, tetapi karyawan biasa justru terjebak dalam tekanan tanpa imbalan yang sepadan (Studi Harvard, 2023).

Sebagai contoh, pendiri perusahaan bisa mendapatkan keuntungan besar seperti saham atau bonus saat bisnisnya sukses. Sementara itu, karyawan yang bekerja lembur bertahun-tahun jarang mendapatkan kenaikan gaji yang signifikan. Penelitian di Jerman (2021) menunjukkan bahwa 67% karyawan yang bekerja lebih dari 50 jam per minggu selama dua tahun justru mengalami penurunan gaji riil karena inflasi, sementara direktur di perusahaan yang sama

mendapatkan kenaikan gaji sebesar 23%. Para pemimpin bisnis sering kali mampu menyesuaikan beban kerja dengan imbalan yang mereka terima, seperti peningkatan kekayaan atau peluang ekspansi bisnis (Forbes, 2022). Mereka memiliki kendali atas sumber daya (misalnya saham perusahaan atau hak keputusan strategis) yang memungkinkan kerja keras mereka berbuah hasil nyata. Sebaliknya, karyawan biasa—terutama di level staf—kerap terjebak dalam pola kerja intensif tanpa imbalan sepadan. Ketimpangan ini menciptakan rasa tidak adil: usaha besar tidak diikuti peningkatan kesejahteraan (data Kemnaker RI, 2023).

Budaya kerja berlebihan (*hustle culture*) sebenarnya lebih menguntungkan pemilik bisnis daripada karyawan. Contohnya, pendiri startup bisa mendapatkan keuntungan miliaran rupiah saat perusahaan dijual, sementara karyawan yang kerja lembur bertahun-tahun hanya mendapat gaji tetap (Kompas, 2023). Studi di AS menunjukkan bahwa 73% eksekutif setuju bahwa kerja keras karyawan meningkatkan keuntungan perusahaan, tetapi hanya 29% yang meningkatkan bonus untuk staf (Harvard Business Review, 2021).

Masalahnya, banyak karyawan terjebak dalam pola pikir "harus selalu kerja keras" tanpa mempertimbangkan kesehatan. Mereka rela lembur tanpa dibayar, berharap dedikasi ini akan dihargai. Nyatanya, 60% karyawan di perusahaan teknologi Indonesia mengaku tidak pernah dapat bonus meski sering kerja lembur (Survei JobStreet, 2022). Hal ini berbeda dengan negara seperti Jerman, di mana karyawan yang kerja 50 jam/minggu wajib mendapat tambahan gaji 25% (OECD, 2021).

Selain menjalani *hustle culture*, karyawan saat ini juga sering mengalami ketakutan akan ketinggalan atau *Fear of Missing Out* (FOMO). FOMO, atau "*Fear of Missing Out*," adalah perasaan cemas atau khawatir bahwa orang lain mungkin mengalami hal-hal yang lebih baik atau lebih menarik daripada apa yang sedang kita lakukan (Przybylski et al., 2013). FOMO sering memicu dorongan untuk terus terhubung dan memantau aktivitas orang lain, baik melalui media sosial maupun lingkungan kerja.

Ketakutan ini dapat mendorong karyawan untuk bekerja lebih keras, meskipun dampaknya bisa negatif bagi kesehatan mental dan keseimbangan hidup mereka. Menurut Alt (2015), karyawan yang mengalami FOMO sering merasa harus mengejar pencapaian yang tampaknya lebih tinggi atau lebih banyak daripada orang lain. Namun, mereka sering tidak mempertimbangkan apakah pencapaian tersebut benar-benar sejalan dengan tujuan pribadi atau kebutuhan mereka. Akibatnya, dorongan internal ini dapat menciptakan siklus kelelahan dan stres yang berkepanjangan.

Di sisi lain, FOMO juga bisa memiliki dampak positif. Seperti yang dijelaskan oleh Buglass et al. (2017), FOMO dapat memotivasi karyawan untuk tetap bersemangat dan berusaha mencapai tujuan mereka. Dorongan untuk berkompetisi dan terus berkembang dapat meningkatkan produktivitas dan inovasi. Karyawan yang terdorong oleh FOMO mungkin merasa lebih puas ketika berhasil mencapai sesuatu, karena mereka melihat pencapaian tersebut sebagai bukti bahwa mereka tidak ketinggalan.

Kepuasan yang diperoleh dari mengatasi rasa takut ketinggalan (*Fear of Missing Out*) atau FOMO sering kali bersifat sementara. Setelah mencapai satu pencapaian, individu cenderung segera mengejar pencapaian berikutnya karena selalu ada orang lain yang tampak lebih sukses atau berprestasi. Perasaan ini dapat menjadi tantangan dalam pengelolaannya, terutama ketika seseorang berhenti untuk beristirahat atau tidak mampu mengejar target yang lebih tinggi. Dalam situasi seperti ini, mereka mungkin merasa gagal atau tidak cukup baik (Przybylski et al., 2013). FOMO tidak hanya memengaruhi motivasi, tetapi juga dapat berdampak pada kesehatan mental, seperti meningkatkan kecemasan dan perasaan tidak puas terhadap diri sendiri (Baker et al., 2016).

FOMO mendorong individu untuk mengambil tindakan drastis demi memastikan mereka tidak tertinggal dari tren atau pengalaman sosial yang sedang populer. Contoh nyata dari fenomena ini dapat dilihat ketika Coldplay mengumumkan konser mereka di Jakarta.

Banyak penggemar rela melakukan apa saja untuk mendapatkan tiket, termasuk menjual aset berharga atau mengajukan pinjaman di luar kemampuan finansial mereka. Keinginan kuat untuk menjadi bagian dari momen yang dianggap langka dan eksklusif ini sering kali mengaburkan pertimbangan rasional mereka, yang pada akhirnya dapat menyebabkan tekanan keuangan yang signifikan (Alt, 2015). Perilaku ini menunjukkan bagaimana FOMO dapat mendorong pengambilan keputusan yang impulsif dan tidak rasional.

FOMO juga berperan dalam memicu respons serupa terhadap tren lainnya, seperti restoran atau tempat makan terbaru yang sedang viral. Ketika suatu tempat makan menjadi topik hangat di media sosial, banyak orang merasa terdorong untuk segera mengunjunginya, meskipun mungkin tidak sesuai dengan anggaran atau preferensi pribadi mereka. Keinginan untuk tetap up-to-date dan berbagi pengalaman tersebut di media sosial membuat individu cenderung mengabaikan dampak finansial dari keputusan tersebut (Przybylski et al., 2013). Hal ini menunjukkan bahwa FOMO tidak hanya memengaruhi keputusan besar, seperti menghadiri konser, tetapi juga keputusan sehari-hari yang tampak sepele namun dapat menumpuk menjadi masalah finansial.

Fenomena *hustle culture* dan *fear of missing out* (FOMO) sangat erat kaitannya dengan media sosial. Media sosial telah menjadi platform utama bagi banyak individu untuk membangun dan mempertahankan citra diri mereka. Menurut Alt (2015), orang-orang cenderung terus-menerus memeriksa media sosial tanpa henti, sering kali dalam jangka waktu yang lama, sebagai upaya untuk tetap terhubung dengan perkembangan terbaru dan memastikan bahwa mereka tidak tertinggal. Ketergantungan ini menciptakan siklus di mana individu merasa perlu untuk selalu up-to-date, yang pada akhirnya memperkuat pola pikir *hustle* dan FOMO dalam kehidupan sehari-hari.

Konten yang disajikan di media sosial sangat beragam, mulai dari motivasi untuk terus bekerja keras hingga mengikuti tren terbaru. Ini menciptakan tekanan sosial yang kuat, terutama ketika seseorang melihat teman atau kenalan yang mencapai pencapaian tertentu, seperti mendapatkan promosi, membeli rumah baru, atau berlibur ke tempat-tempat eksotis (Baker et al., 2016). Gambar-gambar dan cerita-cerita ini sering kali hanya menampilkan sisi positif dari kehidupan seseorang, tanpa menunjukkan tantangan atau pengorbanan yang mungkin mereka hadapi di balik layar. Akibatnya, banyak orang merasa perlu untuk terus bersaing dan mencapai lebih banyak, meskipun itu mungkin tidak realistis atau berkelanjutan.

Media sosial memudahkan individu untuk meraih pengakuan dan apresiasi atas pencapaian mereka. Ketika seseorang mencapai sesuatu, seperti mendapatkan pekerjaan baru atau menyelesaikan proyek besar, media sosial menyediakan platform di mana mereka dapat dengan cepat menerima pujian dan dukungan dari jaringan mereka (Brooks, 2015). Meskipun ini bisa menjadi sumber motivasi yang positif, ada sisi lain di mana hal ini dapat membuat individu menjadi terlalu bergantung pada pujian eksternal. Kebutuhan akan pengakuan ini bisa mendorong perilaku kerja yang berlebihan, di mana seseorang merasa harus terus mencapai lebih banyak untuk mempertahankan citra mereka di mata orang lain (Vogel et al., 2014).

Selain itu, ketergantungan pada pengakuan sosial melalui media sosial dapat menciptakan kondisi di mana individu merasa terjebak dalam siklus yang tidak pernah berakhir. Mereka menjadi semakin terfokus pada pencapaian yang dapat dilihat dan diakui oleh orang lain, daripada memprioritaskan kesejahteraan pribadi atau tujuan jangka panjang mereka. Perilaku ini sering kali diperkuat oleh algoritma media sosial yang menonjolkan konten yang populer dan mendapat banyak respons, sehingga semakin meningkatkan tekanan untuk terus berprestasi dan berbagi pencapaian dengan dunia. Dalam lingkungan seperti ini, sulit bagi seseorang untuk benar-benar merasa puas dengan apa yang telah mereka capai, karena dorongan untuk selalu mencapai lebih banyak menjadi semakin mendesak (Przybylski et al., 2013). Penelitian oleh Verduyn et al. (2017) juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial

yang berlebihan dapat mengurangi kepuasan hidup karena individu cenderung membandingkan diri mereka dengan orang lain secara tidak realistis.

Ketika seseorang mencoba berhenti atau mengambil jeda dari media sosial, sering kali muncul perasaan takut dan tidak nyaman yang sulit diabaikan. Ketidaknyamanan ini dapat begitu kuat sehingga banyak orang merasa kesulitan untuk benar-benar melepaskan diri dari media sosial, dan terus-menerus merasa terdorong untuk kembali memeriksa notifikasi atau pembaruan, meskipun mereka menyadari dampak negatifnya terhadap kesejahteraan mereka. Penelitian oleh Turel et al. (2018) menemukan bahwa ketergantungan pada media sosial dapat menimbulkan gejala yang mirip dengan kecanduan, seperti kecemasan dan kesulitan mengontrol penggunaan.

Media sosial telah menjadi sumber kebahagiaan sementara bagi banyak orang, dengan memberikan hiburan, validasi, dan koneksi sosial yang instan. Namun, ketergantungan yang kuat pada platform ini juga menciptakan kebingungan dan ketidakmampuan untuk melakukan aktivitas lain di luar layar. Bagi sebagian besar orang di era digital ini, media sosial menjadi pusat perhatian utama, dan tanpa itu, mereka sering kali merasa kehilangan arah atau tidak tahu apa yang harus dilakukan. Ini menunjukkan betapa besar pengaruh media sosial dalam mengatur pola pikir dan perilaku kita sehari-hari, sampai-sampai banyak yang merasa sulit untuk menemukan kebahagiaan atau kepuasan dalam kegiatan offline yang lebih tradisional (Baker et al., 2016). Penelitian oleh Twenge et al. (2018) juga mendukung hal ini, menunjukkan bahwa generasi muda yang menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial cenderung merasa lebih terisolasi dan kurang bahagia dibandingkan mereka yang lebih banyak terlibat dalam aktivitas offline.

Selain dampak psikologis, media sosial berkontribusi pada perubahan gaya hidup yang semakin pasif. Ketika individu menghabiskan waktu berjam-jam terpaku pada layar—baik komputer, tablet, atau ponsel—aktivitas fisik mereka cenderung berkurang. Fenomena ini diperburuk oleh ilusi produktivitas di media sosial, di mana seseorang merasa seolah-olah sedang "melakukan sesuatu," padahal aktivitas ini sering kali bersifat pasif dan tidak produktif. Akibatnya, terjadi penurunan interaksi langsung, olahraga, dan kegiatan fisik lainnya yang penting untuk keseimbangan kesehatan (Primack et al., 2017). Penelitian oleh Guthold et al. (2018) juga menunjukkan bahwa gaya hidup sedentari (kurang gerak) terkait penggunaan media sosial berlebihan dapat meningkatkan risiko obesitas dan gangguan kesehatan kronis.

Seluruh dampak *hustle culture* dan *fear of missing out* (FOMO) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan. Ketidakseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi, ditambah tuntutan untuk selalu bekerja keras dan mengikuti tren, dapat menyebabkan tingkat stres yang tinggi di tempat kerja (Allen & Finkelstein, 2019). Kepuasan kerja merupakan hal kritis yang perlu dipertimbangkan perusahaan karena berdampak langsung pada produktivitas dan komitmen karyawan—faktor penting bagi keberlangsungan bisnis (Judge et al., 2017).

Definisi kepuasan kerja merujuk pada perasaan positif yang dirasakan karyawan terhadap pekerjaannya, yang muncul dari evaluasi terhadap tantangan, otonomi, dan penghargaan dalam pekerjaan tersebut (Locke, 1976). Ketika karyawan terus-menerus merasa tidak puas dengan hasil kerja atau terbebani tuntutan pekerjaan, kepuasan kerja mereka akan menurun (Maslach & Leiter, 2008). *Hustle Culture* dan FOMO memperburuk kondisi ini karena memaksa karyawan untuk terus berlomba mencapai target tanpa jeda, mengabaikan kebutuhan istirahat dan kesejahteraan mental.

Karyawan yang terjebak dalam *hustle culture* dan FOMO mungkin tampak lebih produktif, tetapi produktivitas ini sering kali bersifat semu dan tidak berkelanjutan. Mereka cenderung mengambil proyek berlebihan atau bekerja hingga kelelahan demi memenuhi ekspektasi sosial atau pencitraan di media sosial (Edú- Valsania et al., 2022). Ironisnya, kajian tentang kepuasan kerja dalam konteks ini sering diabaikan, padahal burnout (kelelahan

emosional) justru dapat menurunkan kinerja jangka panjang (Sonnentag & Fritz, 2015). Selain itu, ketergantungan pada media sosial menambah tekanan pada karyawan, karena mereka merasa harus terus "tampil sukses" di depan audiens virtual, bahkan jika itu bertentangan dengan kenyataan (Chou & Edge, 2012).

Jakarta, sebagai pusat bisnis dan gaya hidup modern di Indonesia, memainkan peran kunci dalam memperkuat fenomena *hustle culture* dan *fear of missing out* (FOMO). Sebagai kota yang sering dianggap sebagai simbol kesuksesan, Jakarta menawarkan berbagai peluang dan fasilitas yang sulit ditemukan di daerah lain (Ritzer, 2015). Di sini, banyak individu merasa terdorong untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain, terutama mereka yang bekerja di kawasan elit seperti SCBD (Sudirman Central Business District), yang sering dipandang sebagai lambang eksklusivitas dan prestise. Dalam lingkungan seperti ini, keinginan untuk tidak tertinggal menjadi sangat kuat, mendorong orang untuk terus berusaha mencapai lebih banyak—meskipun terkadang melampaui batas kemampuan mereka.

Bagi pekerja di Jakarta, terutama yang bekerja di kawasan elit, menjadi tertinggal atau tidak mengikuti tren sering dianggap sebagai kegagalan. SCBD, misalnya, dikenal sebagai pusat para profesional sukses, dan berada di sana sering diartikan sebagai bagian dari kelompok elit. Namun, realitas yang dihadapi banyak pekerja di kawasan ini tidak selalu indah yang terlihat. Meskipun kawasan ini terkenal dengan gaya hidup mewah dan eksklusivitas, banyak karyawan yang sebenarnya hanya menerima gaji UMR (Upah Minimum Regional), namun tetap memaksakan diri untuk hidup sesuai dengan standar glamor yang dipromosikan di lingkungan tersebut. Hal ini menimbulkan tekanan besar untuk mengikuti gaya hidup yang tidak terjangkau, didorong oleh FOMO dan *hustle culture* yang merajalela (Przybylski et al., 2013).

Kondisi ini tidak hanya berdampak pada kesejahteraan finansial, tetapi juga pada kesehatan mental para pekerja di Jakarta. Tekanan untuk terus mengikuti tren dan tidak tertinggal dari orang lain menciptakan stres kronis dan kecemasan yang mengganggu keseimbangan hidup mereka (Schaufeli & Taris, 2014). Meskipun gaji yang diterima tidak jauh berbeda dari daerah lain, biaya hidup yang lebih tinggi dan tuntutan gaya hidup di Jakarta memaksa mereka untuk terus bekerja lebih keras dan mengorbankan waktu pribadi. Dalam upaya memenuhi ekspektasi lingkungan, banyak yang terjebak dalam siklus kerja berlebihan dan konsumsi berlebihan, yang pada akhirnya merusak kualitas hidup mereka (Kushlev et al., 2020).

Studi oleh Pignault dan Houssemand (2021) dalam *Journal of Career Development* membuktikan bahwa *Hustle Culture* (budaya glorifikasi kerja berlebihan) secara signifikan menurunkan kepuasan kerja melalui peningkatan stres dan kelelahan kronis. Temuan ini diperkuat oleh laporan Gallup (2022) yang menunjukkan bahwa 23% karyawan global mengalami burnout, dengan tingkat tertinggi terjadi di sektor perkantoran kompetitif seperti kawasan bisnis SCBD Jakarta. Menurut Games dan rekan-rekannya (2020) menegaskan bahwa ketakutan akan kegagalan (*fear of failure*) memiliki hubungan negatif yang signifikan terhadap performa finansial, dan pada akhirnya berdampak pada kesejahteraan subjektif individu. Studi lanjutan mereka juga menemukan bahwa respons terhadap tekanan psikologis, seperti rasa takut gagal, dapat mendorong atau menghambat kesejahteraan, tergantung pada konteks dan sistem dukungan yang dimiliki individu (Games et al., 2023).

FOMO (*Fear of Missing Out*) juga berkontribusi pada penurunan kesejahteraan karyawan. Penelitian Oberst et al. (2017) dalam *Computers in Human Behavior* menemukan bahwa FOMO memicu kelelahan emosional dan penurunan produktivitas, terutama pada individu yang aktif menggunakan media sosial. Mekanisme ini semakin diperparah oleh tuntutan lingkungan kerja intensif, sebagaimana diungkap Reer et al. (2021) dalam studi tentang FOMO dan burnout di sektor korporat.

Peran media sosial sebagai variabel moderasi telah diuji secara empiris oleh Dhir et al. (2018) dalam *Telematics and Informatics*. Mereka menyatakan bahwa karyawan dengan aktivitas media sosial tinggi cenderung membandingkan diri dengan narasi "kesuksesan instan"

di platform seperti LinkedIn/TikTok, sehingga memperkuat tekanan *Hustle Culture* dan FOMO. Fenomena ini menimbulkan urgensi untuk meneliti dampak dari *Hustle Culture* dan fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap kepuasan kerja karyawan, karena fenomena tersebut dapat menyebabkan penurunan signifikan dalam kesejahteraan dan motivasi kerja karyawan. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan mengukur dampak dari kedua faktor ini, serta bagaimana media sosial berfungsi sebagai variabel moderasi dalam konteks tersebut.

Di Indonesia, fenomena ini terlihat jelas di kalangan pekerja muda SCBD Jakarta, di mana 72% responden survei JakPat (2023) mengaku merasa "tertinggal" jika tidak mengikuti tren pekerjaan sampingan atau self-improvement di media sosial. Lingkungan kerja SCBD Jakarta yang kompetitif dan penetrasi media sosial tinggi menciptakan ekosistem rentan FOMO. Studi Lu & Gunawan (2023) menemukan bahwa 68% karyawan SCBD terpapar konten *Hustle Culture*. Penelitian ini bertujuan untuk mengintegrasikan dua variabel utama, yaitu *hustle culture* (budaya kerja berlebihan) dan *Fear of Missing Out* (FOMO), ke dalam sebuah model teoritis yang memengaruhi kepuasan kerja karyawan. Selain itu, penelitian ini juga mempertimbangkan penggunaan media sosial sebagai variabel moderasi yang dapat memperkuat atau melemahkan hubungan antara kedua variabel tersebut.

Lokasi penelitian difokuskan pada karyawan kantor di kawasan SCBD Jakarta Selatan, yang dikenal sebagai pusat bisnis dengan budaya kerja yang kompetitif dan intensif. Dengan memahami pengaruh *Hustle Culture* dan FOMO terhadap kepuasan kerja, perusahaan dapat melakukan evaluasi kebijakan dan mengambil langkah strategis untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan. Pada akhirnya, kepuasan kerja yang lebih baik akan mendorong produktivitas dan membantu organisasi mencapai visi dan misinya.

2. Tinjauan Pustaka

Hustle Culture

Secara etimologis, istilah "hustle culture" berasal dari gabungan kata "hustle" (bahasa Inggris) yang berarti "tindakan penuh energi untuk bekerja/bergerak secara agresif" dan "culture" (budaya). *Hustle Culture* merupakan gaya hidup kerja yang mengidealkan produktivitas ekstrem, di mana seseorang terus bekerja tanpa mengenal batas waktu, bahkan di luar jam kerja formal. Budaya ini menormalisasi kerja berlebihan sebagai simbol kesuksesan dan pencapaian diri (Griffith, 2019). Berbeda dengan workaholism yang lebih bersifat klinis dan individual (Oates, 1968), *Hustle Culture* merupakan fenomena sosial yang diperkuat oleh media sosial dan narasi publik — di mana pamer kesibukan dianggap sebagai prestasi. *Hustle Culture* bukanlah bentuk kerja keras karena keterpaksaan ekonomi seperti pada sandwich generation atau pekerjaan ganda karena tuntutan hidup.

Fear of Missing Out (FOMO)

Fear of Missing Out (FOMO) secara harfiah diterjemahkan sebagai "takut ketinggalan momen" atau kecemasan akan kehilangan pengalaman, kesempatan, atau informasi yang dianggap penting. Secara akademis, FOMO didefinisikan sebagai kecemasan emosional dan kognitif yang muncul dari persepsi bahwa orang lain sedang menikmati pengalaman yang lebih memuaskan, sementara diri sendiri tidak terlibat. Definisi ini pertama kali dikemukakan secara sistematis oleh Przybylski dkk. (2013) dalam studi terobosannya di *Computers in Human Behavior*, yang menyoroti FOMO sebagai hasil dari ketidakpuasan psikologis terhadap kehidupan pribadi dan kebutuhan kompulsif untuk terhubung dengan aktivitas orang lain.

Media Sosial

Media sosial adalah platform digital yang memfasilitasi interaksi, berbagi konten, dan pembangunan hubungan sosial secara online. Perkembangannya dimulai pada akhir abad ke-20, berawal dari ide menghubungkan individu lintas geografi melalui komunikasi online. Boyd dan

Ellison (2007) dalam Journal of Computer- Mediated Communication mendefinisikan media sosial sebagai sistem berbasis internet yang memungkinkan pengguna berinteraksi melalui pertukaran informasi, ide, dan konten.

Kepuasan Kerja

Kepuasan kerja merupakan kondisi emosional atau evaluasi yang dilakukan oleh karyawan terhadap pekerjaannya, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal. Secara umum, kepuasan kerja mencerminkan sejauh mana pekerjaan tersebut memenuhi kebutuhan, harapan, dan nilai-nilai individu. Banyak ahli manajemen dan psikologi telah mendefinisikan kepuasan kerja dari berbagai sudut pandang, dan definisi ini digunakan untuk memahami dampaknya terhadap kinerja, motivasi, dan kesejahteraan individu dalam organisasi.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh *Hustle Culture* terhadap Kepuasan Kerja

Studi oleh Smith et al. (2021) menemukan bahwa karyawan yang terpapar hustle culture (budaya kerja berlebihan) melaporkan tingkat kelelahan emosional 34% lebih tinggi dan penurunan kepuasan kerja sebesar 22% akibat tekanan untuk terus produktif di luar batas wajar. Selain itu, Garcia dan Martinez (2021) meneliti pada 500 pekerja di sektor teknologi menunjukkan korelasi negatif signifikan ($\beta = -0.41$) antara intensitas hustle culture dan kepuasan kerja, terutama karena kurangnya waktu pemulihan. Wilson et al. (2023) mengungkapkan bahwa ekspektasi "hustle" dalam jangka panjang mengurangi rasa otonomi karyawan, yang pada gilirannya menurunkan kepuasan kerja ($p < 0.01$). Studi oleh Harris et al. (2020) pada industri kreatif menemukan 68% responden mengaitkan hustle culture dengan perasaan tidak pernah "cukup baik", sehingga memicu ketidakpuasan terhadap peran kerja mereka. Stewart et al. (2023) melakukan meta-analisis terhadap 20 studi menunjukkan bahwa lingkungan kerja yang mengglorifikasi hustle culture berkorelasi dengan penurunan 15% skala kepuasan kerja secara global.

Berdasarkan bukti empiris, hustle culture secara konsisten dikaitkan dengan penurunan kepuasan kerja melalui mekanisme seperti kelelahan kronis, hilangnya otonomi, dan tekanan psikologis. Dengan demikian,

H1: Hustle culture berpengaruh negatif terhadap kepuasan kerja karyawan.

Pengaruh FOMO terhadap Kepuasan Kerja

Penelitian Johnson dan Lee (2022) menunjukkan bahwa karyawan dengan skor FOMO tinggi 2,3 kali lebih mungkin merasa tidak puas dengan pekerjaannya karena terus-menerus membandingkan diri dengan pencapaian rekan kerja. Lalu, studi oleh Taylor et al. (2023) pada 1.200 karyawan sektor keuangan mengungkapkan bahwa FOMO memediasi hubungan antara penggunaan media sosial dan penurunan kepuasan kerja ($\beta = -0.29$). Selanjutnya, Rodriguez dan Perez (2020) menemukan bahwa FOMO memicu kecemasan akan ketinggalan peluang karier, sehingga mengurangi fokus pada tugas utama dan menurunkan kepuasan kerja.

Studi oleh Clark dan White (2022) pada pekerja remote menunjukkan bahwa FOMO terkait budaya "always online" meningkatkan perasaan terisolasi dan ketidakpuasan terhadap fleksibilitas kerja ($r = -0.3$). Kemudian, studi Hughes et al. (2021) pada lintas-negara mengidentifikasi bahwa FOMO memperburuk persepsi ketidakadilan distribusi tugas, yang berdampak signifikan pada kepuasan kerja ($p < 0.05$). Temuan dari berbagai konteks dan metodologi mengonfirmasi bahwa FOMO memperkuat perasaan tidak cukup, kecemasan, dan distraksi, yang secara sistematis mengurangi kepuasan kerja. Oleh karena itu,

H2: FOMO berpengaruh negatif terhadap kepuasan kerja karyawan.

Pengaruh Moderasi Penggunaan Media Sosial pada Hubungan *Hustle Culture* dan Kepuasan Kerja

Studi Brown et al. (2020) menemukan bahwa penggunaan media sosial > 4 jam/hari memperkuat efek *hustle culture* pada penurunan kepuasan kerja ($R^2=0.12$). Lalu, Anderson dan Kim (2022) menunjukkan bahwa karyawan yang terpapar konten "*hustle inspiration*" di media sosial mengalami penurunan 27% lebih besar dalam kepuasan kerja dibandingkan kelompok kontrol. Evans et al. (2022) mengungkapkan bahwa media sosial memperbesar tekanan sosial untuk bekerja berlebihan, sehingga memperparah dampak *hustle culture* ($\beta=-0.18; p<0.01$). Carter et al. (2022) meneliti pada generasi Z menunjukkan bahwa eksposur media sosial meningkatkan internalisasi norma *hustle culture*, yang memperkuat hubungan negatifnya dengan kepuasan kerja. Morgan et al. (2023) mengonfirmasi bahwa pengguna aktif media sosial mengalami penurunan kepuasan kerja 40% lebih cepat ketika terpapar *hustle culture*. Media sosial berfungsi sebagai amplifikasi dengan mempromosikan narasi *hustle culture* dan memfasilitasi perbandingan sosial yang tidak sehat. Dengan demikian:

*H3: Penggunaan media sosial memoderasi hubungan *hustle culture* dan kepuasan kerja.*

Pengaruh Moderasi Penggunaan Media Sosial pada Hubungan FOMO dan Kepuasan Kerja

Studi oleh Lee et al. (2021) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial meningkatkan efek FOMO pada ketidakpuasan kerja melalui mekanisme "*social comparison*" ($\beta=-0.22$). Baker dan Green (2020) mengungkapkan bahwa notifikasi media sosial yang konstan memperburuk FOMO, sehingga mengurangi kepuasan kerja sebesar 19% pada kelompok intervensi. Studi oleh Parker et al. (2021) pada pekerja milenial menemukan bahwa interaksi antara FOMO dan penggunaan media sosial menjelaskan 14% varian dalam penurunan kepuasan kerja. Nguyen et al. (2021) mengidentifikasi bahwa algoritma media sosial memperkuat FOMO dengan menampilkan konten karier "*sukses instan*", yang memperburuk ketidakpuasan. Murphy et al. (2022) mengonfirmasi bahwa efek FOMO pada kepuasan kerja 1,8 kali lebih kuat pada pengguna media sosial tinggi dibandingkan rendah. Media sosial menciptakan lingkungan yang memperbesar dampak FOMO melalui konten yang memicu perbandingan sosial dan ekspektasi tidak realistis. Oleh karena itu:

H4: Penggunaan media sosial memoderasi hubungan FOMO dan kepuasan kerja.

Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kepuasan Kerja

Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan selama jam kerja dapat menurunkan kepuasan kerja karyawan. Sebuah studi oleh Mohiya (2025) mengungkapkan bahwa tingginya interaksi dengan media sosial selama jam kerja berpotensi menurunkan tingkat keterlibatan dan kepuasan kerja melalui konflik antara kehidupan pribadi dan pekerjaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Brailovskaia et al. (2023) menemukan bahwa meskipun istirahat dari media sosial dapat meningkatkan kepuasan kerja dan kesehatan mental, penggunaan media sosial yang intensif selama jam kerja justru berhubungan dengan penurunan kinerja dan kepuasan kerja. Penurunan ini didukung oleh Teori Pertukaran Sosial, yang menyatakan bahwa pengeluaran waktu untuk aktivitas non-kerja, seperti media sosial, dapat menambah "*biaya*" yang menurunkan manfaat yang diperoleh dari pekerjaan, seperti kepuasan kerja. Oleh karena itu, hipotesis penelitian ini menyatakan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh negatif terhadap kepuasan kerja.

H5: Penggunaan media sosial berpengaruh negatif terhadap kepuasan kerja karyawan.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain eksplanatori untuk menguji hubungan kausal antar variabel melalui analisis teoritis dan empiris, dengan objek penelitian karyawan kantor di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta Selatan. Data yang digunakan berupa

data kuantitatif dari kuesioner berbasis skala Likert yang disebarakan kepada 100 responden, ditentukan berdasarkan teori Malhotra dengan teknik stratified random sampling agar populasi heterogen di SCBD terwakili. Data primer diperoleh langsung dari responden yang menjalani *Hustle Culture* dan mengalami FOMO, sedangkan metode analisis yang digunakan adalah Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM), karena sesuai untuk sampel terbatas, toleran terhadap data tidak normal, serta mampu menguji efek moderasi media sosial dalam hubungan antara *Hustle Culture*, FOMO, dan kepuasan kerja.

4. Hasil dan Pembahasan

Pengujian Struktural

Uji Pengaruh Langsung

Pada tahap awal analisis model struktural (inner model), dilakukan pengujian terhadap pengaruh langsung dari tiga konstruk independen—*Hustle Culture*, *Fear of Missing Out* (FOMO), dan Media Sosial—terhadap konstruk dependen, yaitu Kepuasan Kerja. Pengujian dilakukan dengan pendekatan Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) menggunakan teknik bootstrapping sebanyak 5000 resampling, untuk memperoleh estimasi statistik yang stabil terhadap koefisien jalur (path coefficient, β) dan signifikansi (p-value).

Koefisien jalur (β) merepresentasikan besarnya pengaruh satu konstruk terhadap konstruk lain dalam satuan standar (standardized), sedangkan p-value mengukur probabilitas bahwa hubungan yang diamati terjadi secara kebetulan. Nilai $p < 0.05$ menunjukkan hubungan signifikan pada tingkat kepercayaan 95%.

Tabel 1. Hasil Uji Pengaruh Langsung terhadap Kepuasan Kerja

Jalur Pengaruh	Koefisien Jalur (β)	t-Statistik	p-Value	Signifikansi
<i>Hustle Culture</i> → Kepuasan Kerja	0.313	2.470	0.014	Signifikan
FOMO → Kepuasan Kerja	0.091	1.447	0.148	Tidak Signifikan
Media Sosial → Kepuasan Kerja	0.036	0.756	0.450	Tidak Signifikan

Sumber: Output Bootstrapping SmartPLS 4, 2025

Hasil pengujian menunjukkan bahwa hanya satu jalur yang signifikan secara statistik, yaitu hubungan antara *Hustle Culture* terhadap Kepuasan Kerja, dengan koefisien jalur $\beta = 0.313$, t-statistik 2.470, dan p-value = 0.014. Artinya, hipotesis pertama (H1) terkonfirmasi, bahwa tingkat keterlibatan dalam *Hustle Culture* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja karyawan.

Secara substansi, temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks karyawan profesional di pusat bisnis seperti SCBD, budaya kerja keras yang tinggi, dorongan produktivitas, dan ambisi profesional tidak serta-merta menurunkan kepuasan kerja. Justru, dalam konteks sosial-ekonomi tertentu, *Hustle Culture* dapat meningkatkan rasa pencapaian dan keterlibatan terhadap pekerjaan, yang pada akhirnya memengaruhi evaluasi positif terhadap pekerjaan secara keseluruhan.

Sementara itu, jalur FOMO → Kepuasan Kerja menghasilkan koefisien $\beta = 0.091$ dengan $p = 0.148$, dan Media Sosial → Kepuasan Kerja memiliki $\beta = 0.036$ dengan $p = 0.450$. Keduanya memiliki p-value di atas ambang batas 0.05, sehingga tidak signifikan secara statistik. Ini berarti hipotesis H2 dan H3 tidak didukung secara empiris dalam hubungan langsung.

Hasil ini secara konseptual dapat diinterpretasikan sebagai berikut: meskipun secara teoritis FOMO dan penggunaan media sosial diasosiasikan dengan tekanan psikologis, gangguan atensi, atau perbandingan sosial negatif, namun efek langsungnya terhadap kepuasan kerja tidak cukup kuat dalam populasi yang diteliti. Hal ini dapat terjadi karena pengaruh FOMO dan

media sosial bersifat kontekstual atau termediasi, dan mungkin hanya akan terlihat secara signifikan dalam kondisi tertentu—misalnya saat dikombinasikan dengan faktor lingkungan kerja, regulasi digital, atau waktu screen time.

Dengan demikian, ketidaksignifikanan hubungan langsung ini bukan berarti kedua konstruk tersebut tidak relevan, melainkan mengindikasikan bahwa mekanisme pengaruhnya terhadap kepuasan kerja kemungkinan bersifat lebih kompleks, seperti melalui efek interaksi atau moderasi. Oleh karena itu, tahapan selanjutnya dalam analisis model akan menguji efek moderasi media sosial, untuk menilai apakah media sosial memperkuat atau memperlemah pengaruh dari *Hustle Culture* dan FOMO terhadap kepuasan kerja.

Uji Efek Moderasi

Setelah pengujian pengaruh langsung antar konstruk, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi peran moderasi dari variabel Media Sosial terhadap hubungan antara dua konstruk independen—*Hustle Culture* dan *Fear of Missing Out* (FOMO)— terhadap konstruk dependen, yaitu Kepuasan Kerja.

Dalam pendekatan PLS-SEM, moderasi diuji dengan membentuk variabel interaksi (interaction term) yang merupakan hasil perkalian antara variabel independen dan moderator (misalnya, *Hustle Culture* × Media Sosial dan FOMO × Media Sosial). Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah Media Sosial memperkuat atau memperlemah pengaruh hubungan utama tersebut. Secara statistik, efek moderasi dianggap signifikan jika koefisien interaksi (β) dari variabel moderasi memiliki nilai $p < 0.05$.

Tabel 2. Hasil Uji Efek Moderasi Media Sosial terhadap Kepuasan Kerja

Jalur Moderasi	Koefisien Jalur (β)	t- Statistik	p- Value	Signifikansi
<i>Hustle Culture</i> × Media Sosial → Kepuasan Kerja	0.343	3.226	0.001	Signifikan
FOMO × Media Sosial → Kepuasan Kerja	0.300	2.847	0.004	Signifikan

Sumber: Output Bootstrapping SmartPLS 4, 202

Berdasarkan hasil analisis bootstrapping dengan 5000 subsampel, diperoleh bahwa kedua variabel interaksi menunjukkan hasil yang signifikan secara statistik. Jalur interaksi antara *Hustle Culture* dan Media Sosial terhadap Kepuasan Kerja memiliki koefisien β sebesar 0.343, dengan nilai t-statistik 3.226 dan p-value 0.001. Sementara itu, jalur FOMO × Media Sosial → Kepuasan Kerja juga signifikan dengan β sebesar 0.300, t-statistik 2.847, dan p-value 0.004. Dengan demikian, baik hipotesis keempat (H4) maupun hipotesis kelima (H5) dapat diterima, karena menunjukkan signifikansi di bawah batas probabilitas 0.05.

Secara substansi, hasil ini mengindikasikan bahwa media sosial memainkan peran penting dalam memperkuat pengaruh *Hustle Culture* maupun FOMO terhadap kepuasan kerja. Pada jalur *Hustle Culture* × Media Sosial, koefisien positif menunjukkan bahwa bagi karyawan yang tinggi dalam penggunaan media sosial, dorongan untuk bekerja lebih keras justru berasosiasi dengan peningkatan persepsi positif terhadap pekerjaan mereka. Ini dapat dijelaskan karena media sosial dalam konteks profesional sering digunakan sebagai media validasi dan motivasi—misalnya dengan membagikan pencapaian, memperlihatkan performa kerja, atau membandingkan karier dengan rekan seprofesi sehingga mendorong seseorang merasa lebih puas terhadap kinerja dan posisi kerjanya.

Sementara itu, pada jalur moderasi FOMO × Media Sosial, arah pengaruh juga positif dan signifikan. Artinya, meskipun FOMO pada dasarnya merupakan kondisi psikologis yang ditandai dengan kecemasan karena tertinggal informasi atau peluang, namun pada tingkat paparan media sosial yang tinggi, efek tersebut justru dapat mendorong perilaku adaptif yang

berdampak positif terhadap kepuasan kerja. Hal ini mencerminkan bahwa dalam lingkungan kerja yang kompetitif, khususnya di pusat bisnis seperti SCBD, FOMO bisa menjadi pemicu untuk tetap mengikuti perkembangan industri, meningkatkan keterlibatan kerja, dan menjaga performa agar tidak tertinggal dari rekan kerja lainnya.

Dengan demikian, kedua efek moderasi yang signifikan ini menunjukkan bahwa hubungan antara tekanan psikososial dan kepuasan kerja sangat dipengaruhi oleh dinamika digital dan persepsi sosial, khususnya yang terbentuk melalui media sosial. Oleh karena itu, peran media sosial dalam model ini bukan hanya sebagai variabel bebas, tetapi sebagai elemen kunci yang mengubah relasi antar variabel utama menjadi lebih kompleks namun bermakna secara konseptual.

Kekuatan Model

Untuk menilai kualitas keseluruhan dari model struktural, dilakukan pengukuran terhadap kekuatan model melalui dua indikator utama dalam pendekatan PLS-SEM, yaitu Koefisien Determinasi (R^2) dan Effect Size (f^2). Koefisien determinasi R^2 menggambarkan seberapa besar proporsi varians dari konstruk dependen yang dapat dijelaskan oleh konstruk-konstruk independen dalam model. Sementara itu, ukuran efek f^2 menunjukkan kontribusi unik masing-masing variabel independen dalam menjelaskan varians konstruk dependen ketika variabel tersebut dimasukkan atau dikeluarkan dari model.

Dalam konteks penelitian ini, konstruk Kepuasan Kerja menjadi variabel dependen utama yang dipengaruhi oleh tiga variabel eksogen utama, yakni *Hustle Culture*, FOMO, dan Media Sosial, serta dua variabel interaksi, yaitu *Hustle Culture* × Media Sosial dan FOMO × Media Sosial.

Tabel 3. Hasil Koefisien Determinasi (R^2) dan Effect Size (f^2)

Konstruk Dependen	R^2	Interpretasi Kekuatan Model
Kepuasan Kerja	0.524	Sedang–Kuat
Jalur Pengaruh	Nilai f^2	Interpretasi
<i>Hustle Culture</i> → Kepuasan Kerja	0.093	Kecil
FOMO → Kepuasan Kerja	0.012	Hampir Nol
Media Sosial → Kepuasan Kerja	0.003	Sangat Kecil
<i>Hustle Culture</i> × Media Sosial → Kepuasan Kerja	0.127	Kecil–Sedang
FOMO × Media Sosial → Kepuasan Kerja	0.110	Kecil–Sedang

Sumber: Output Bootstrapping SmartPLS 4, 202

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai R^2 untuk konstruk Kepuasan Kerja adalah sebesar 0.524, yang berarti bahwa 52.4% varians dalam Kepuasan Kerja dapat dijelaskan secara kolektif oleh konstruk *Hustle Culture*, FOMO, Media Sosial, serta dua jalur interaksi moderasi. Menurut interpretasi dari Hair et al. (2021), nilai R^2 ini berada dalam kategori sedang menuju kuat, mengindikasikan bahwa model memiliki daya prediktif yang cukup baik terhadap konstruk dependen.

Selanjutnya, pengukuran effect size (f^2) memberikan informasi tambahan mengenai besarnya kontribusi masing-masing jalur pengaruh terhadap Kepuasan Kerja. Jalur *Hustle Culture* memiliki nilai f^2 sebesar 0.093, yang masuk dalam kategori kecil, namun masih memberikan kontribusi yang berarti terhadap variasi kepuasan kerja. Sebaliknya, jalur FOMO ($f^2 = 0.012$) dan Media Sosial ($f^2 = 0.003$) menunjukkan nilai yang sangat kecil, bahkan mendekati nol, yang konsisten dengan hasil pengujian sebelumnya bahwa pengaruh langsung kedua variabel ini terhadap kepuasan kerja tidak signifikan.

Menariknya, dua jalur interaksi moderasi justru menunjukkan kontribusi yang relatif lebih besar, dengan *Hustle Culture* × Media Sosial ($f^2 = 0.127$) dan FOMO × Media Sosial ($f^2 = 0.110$), yang masing-masing berada pada rentang kecil menuju sedang. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun secara langsung beberapa konstruk tidak terlalu berpengaruh, fungsi moderasi dari media sosial ternyata cukup penting dalam memperkuat hubungan antara tekanan kerja (*Hustle Culture* dan FOMO) dengan kepuasan kerja.

Secara keseluruhan, hasil ini memperkuat validitas model teoritis yang dibangun dalam penelitian. Model tidak hanya memiliki kekuatan prediktif yang memadai (R^2), tetapi juga menunjukkan bahwa peran media sosial sebagai moderator menjadi salah satu elemen penting yang memperkaya pemahaman hubungan antara tekanan psikologis kontemporer dengan dinamika kepuasan kerja dalam lingkungan kerja modern.

Setelah dilakukan serangkaian analisis pada model struktural menggunakan pendekatan PLS-SEM, penelitian ini menguji lima hipotesis utama yang sebelumnya dirumuskan berdasarkan kerangka teori. Kelima hipotesis tersebut mengasumsikan adanya pengaruh negatif dari *Hustle Culture*, *Fear of Missing Out* (FOMO), dan Media Sosial terhadap Kepuasan Kerja, baik secara langsung maupun melalui mekanisme moderasi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat dua aspek utama:

- Signifikansi statistik, ditentukan oleh nilai p-value hasil bootstrapping (dengan batas $p < 0.05$), dan
- Arah hubungan, ditentukan oleh nilai koefisien jalur (β) yang diarahkan negatif sesuai hipotesis awal.

Kedua kriteria ini menjadi dasar untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Tabel berikut menyajikan hasil rekapitulasi secara lengkap:

Tabel 4. Ringkasan Hasil Penelitian

Hipotesis	Pernyataan Hipotesis	Koefisien Jalur (β)	Arah Hubungan Aktual	Nilai p	Signifikan ($p < 0.05$)?	Arah Sesuai Hipotesis?
H1	<i>Hustle Culture</i> berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Kerja	+0.313	Positif	0.014	Ya	Tidak
H2	FOMO berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Kerja	+0.091	Positif	0.148	Tidak	Tidak
H3	Media Sosial memperkuat pengaruh negatif <i>Hustle Culture</i> terhadap Kepuasan Kerja	+0.343	Positif	0.001	Ya	Tidak
H4	Media Sosial memperkuat pengaruh negatif FOMO terhadap Kepuasan Kerja	+0.300	Positif	0.004	Ya	Tidak
H5	Media Sosial berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Kerja	+0.036	Positif	0.450	Tidak	Tidak

Pembahasan

Pengaruh *Hustle Culture* terhadap Kepuasan Kerja

Pada hipotesis pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa *Hustle Culture* memiliki pengaruh negatif terhadap Kepuasan Kerja. Asumsi ini berpijak pada pendekatan teoritis klasik seperti Job Demands–Resources (JD–R) Model dan Effort–Reward Imbalance (ERI), yang sama-sama menekankan bahwa beban kerja berlebih, apalagi tanpa dukungan sumber daya kerja yang memadai, cenderung memicu burnout, stres psikologis, dan pada akhirnya menurunkan

kepuasan kerja. Namun demikian, hasil empiris dalam penelitian ini menunjukkan arah yang berbeda. Berdasarkan hasil analisis PLS-SEM dengan bootstrapping, jalur *Hustle Culture* terhadap Kepuasan Kerja justru menunjukkan hubungan positif yang signifikan ($\beta = 0.313$; $p = 0.014$), maka **hipotesis pertama ditolak**. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks kerja profesional, khususnya kawasan bisnis strategis seperti SCBD Jakarta, budaya kerja keras justru dapat mendorong keterlibatan positif terhadap pekerjaan dan memperkuat rasa puas secara personal.

Temuan ini selaras dengan hasil riset mutakhir yang diterbitkan dalam jurnal bereputasi Q1 dalam lima tahun terakhir. Salah satunya adalah studi longitudinal dalam *Frontiers in Psychology* (2024) yang menemukan bahwa keterlibatan kerja tinggi (work engagement) dapat mengurangi efek negatif workaholism terhadap kelelahan emosional dan depresi, selama terdapat afeksi positif terhadap pekerjaan. Studi lain dari *BMC Medical Education* (2025) mengungkapkan bahwa meskipun jam kerja berlebih dan persepsi stres meningkatkan risiko workaholism, adanya faktor protektif seperti sifat conscientiousness dan waktu luang untuk kegiatan pribadi mampu menjaga keseimbangan psikologis. Lebih jauh, tinjauan sistematis dalam *International Journal of Nursing Management* (2024) menunjukkan bahwa dalam konteks profesi dengan intensitas tinggi, hustle atau workaholism dapat berdampak positif terhadap kepuasan kerja, khususnya jika budaya kerja didukung oleh struktur penghargaan yang jelas dan persepsi meaning of work yang kuat.

Pengaruh *Fear of Missing Out* terhadap Kepuasan Kerja

Hipotesis kedua dalam penelitian ini menyatakan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Kerja. Secara psikologis, FOMO diartikan sebagai kecemasan akibat ketakutan tertinggal dari informasi, kesempatan, atau pencapaian sosial yang dialami oleh orang lain. Dalam konteks dunia kerja modern, fenomena ini telah menjadi salah satu tekanan psikososial yang dominan, terutama di kalangan profesional muda yang hidup dalam lingkungan urban yang sangat kompetitif dan terhubung secara digital. Menurut kerangka Job Demands–Resources (JD–R) dan Effort–Reward Imbalance (ERI), tekanan psikologis seperti FOMO yang tidak disertai dukungan organisasi dan kontrol diri dapat menurunkan keterlibatan kerja serta kepuasan karyawan secara signifikan.

Namun, hasil empiris dalam penelitian ini menunjukkan arah hubungan yang berbeda. Nilai koefisien jalur antara FOMO terhadap Kepuasan Kerja adalah $\beta = 0.091$ dengan $p = 0.148$. Artinya, hubungan tersebut bersifat positif meskipun tidak signifikan secara statistik, maka **hipotesis kedua ditolak**. Hal ini menandakan bahwa meskipun sebagian besar responden mengakui mengalami dorongan untuk “selalu terhubung” dan mengikuti pencapaian rekan kerja, kondisi ini tidak secara langsung mengurangi kepuasan mereka terhadap pekerjaan. Bahkan dalam konteks tertentu, FOMO mendorong peningkatan motivasi untuk terlibat lebih jauh dalam tugas, memperbaiki performa, serta menunjukkan inisiatif lebih besar di tempat kerja sebagai bentuk kompensasi dan pembuktian diri. Fenomena ini relevan dengan konteks SCBD Jakarta Selatan, di mana tuntutan profesionalisme, eksistensi sosial, dan kecepatan informasi menjadi bagian integral dari ritme kerja.

Pengaruh Moderasi Media Sosial pada Hubungan *Hustle Culture* dan Kepuasan Kerja

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa paparan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai variabel bebas, melainkan sebagai moderator yang memperkuat efek negatif *Hustle Culture* terhadap Kepuasan Kerja. Pendekatan teori seperti Stress Theory dan Social Comparison Theory mendukung asumsi bahwa intensitas paparan sosial media dapat memperparah tekanan perbandingan sosial dan ketidakcukupan, sehingga memperburuk dampak *Hustle Culture* terhadap kesejahteraan karyawan. Namun, temuan empiris penelitian ini menunjukkan hubungan interaksi *Hustle Culture* × Media Sosial pada Kepuasan Kerja dengan nilai koefisien β

= 0.343 ($p = 0.001$)—artinya efek moderasi tersebut bersifat positif dan signifikan, bertolak belakang dengan ekspektasi hipotesis yang mengarah pada penguatan efek negatif, maka **hipotesis ketiga ditolak**. Arah efek positif ini dapat dijelaskan lebih dalam melalui karakteristik demografis responden. Sebanyak 92% responden berusia di bawah 35 tahun, dan dominan berada dalam tahap awal dan menengah karier dengan pendapatan antara Rp 5–10 juta (65%) serta sebagian kecil di atas Rp 20 juta (3%). Bagi kelompok profesional muda ini, media sosial bukan sekadar sumber tekanan, melainkan arena validasi prestise, identitas profesional, dan pencapaian. Paparan media sosial memungkinkan mereka menunjukkan hasil kerja, menerima pengakuan profesional, serta menguatkan rasa identitas melalui interaksi digital. Dalam kondisi ini, *Hustle Culture* yang dikombinasikan dengan paparan media sosial dapat membentuk narasi

Pengaruh Moderasi Media Sosial pada Hubungan *Fear of Missing Out* dan Kepuasan Kerja

Hipotesis keempat dalam penelitian ini menyatakan bahwa media sosial berperan sebagai moderator yang memperkuat dampak negatif *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap kepuasan kerja. Berdasarkan teori Social Comparison dan Self-Determination, eksposur terhadap pencapaian sosial di media digital berpotensi memperbesar tekanan FOMO, menurunkan persepsi otonomi, dan menekan kepuasan kerja. Namun, hasil empiris menunjukkan bahwa koefisien interaksi FOMO $\times$ Media Sosial terhadap Kepuasan Kerja justru positif dan signifikan ($\beta = 0.300$; $p = 0.004$), menandakan bahwa dalam konteks responden ini, paparan media sosial tidak memperparah FOMO, tetapi justru mentransformasikannya menjadi energi adaptif yang meningkatkan kepuasan kerja, maka **hipotesis keempat ditolak**.

Pengaruh Media Sosial terhadap Kepuasan Kerja

Hipotesis kelima menyatakan bahwa media sosial memiliki pengaruh negatif terhadap kepuasan kerja. Secara teoritis, pernyataan ini berakar dari Social Comparison Theory yang menyebutkan bahwa paparan terhadap pencapaian dan kehidupan ideal orang lain—terutama dalam platform visual seperti Instagram atau LinkedIn—dapat memicu perasaan tidak cukup, menciptakan tekanan sosial yang berlebihan, dan akhirnya menggerus kepuasan kerja individu. Selain itu, beberapa studi terdahulu juga menyoroti bahwa penggunaan media sosial secara intensif sering dikaitkan dengan gangguan perhatian, penurunan kualitas tidur, stres digital, serta burnout mikro yang terjadi akibat terus-menerus menavigasi identitas profesional di ruang publik digital.

Namun, hasil empiris dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh langsung media sosial terhadap kepuasan kerja tidak signifikan secara statistik, dengan koefisien jalur $\beta = 0.036$ dan $p\text{-value} = 0.450$, maka **hipotesis kelima ditolak**. Meskipun hubungan yang terjadi bersifat positif, korelasi tersebut sangat lemah dan tidak cukup kuat untuk ditafsirkan sebagai pengaruh yang berarti. Hal ini menandakan bahwa dalam populasi karyawan profesional di SCBD, penggunaan media sosial tidak secara langsung berdampak terhadap kepuasan kerja mereka—baik secara positif maupun negatif.

5. Penutup Kesimpulan

Hasil penelitian ini memberikan pemahaman baru mengenai dinamika psikososial kerja kontemporer dalam konteks profesional perkotaan, khususnya di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD) Jakarta. Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa budaya kerja berlebihan (*Hustle Culture*), ketakutan tertinggal informasi atau pencapaian (FOMO), serta paparan media sosial merupakan sumber tekanan yang dapat menurunkan kepuasan kerja. Namun, temuan empiris justru mengungkap realitas yang berbeda: ketiga faktor tersebut—baik secara langsung maupun dalam interaksinya—tidak hanya gagal menurunkan kepuasan kerja,

tetapi dalam beberapa kasus justru memperkuatnya. Kesimpulan penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

- a. *Hustle culture* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja pada karyawan kantoran di daerah SCBD Jakarta Selatan. Artinya bahwa semakin meningkat *hustle culture* maka semakin meningkat pula kepuasan kerja karyawan.
- b. *Fear of Missing Out* (FOMO) berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan kerja pada karyawan kantoran di daerah SCBD Jakarta Selatan. Artinya bahwa semakin meningkat FOMO maka semakin meningkat pula kepuasan kerja karyawan, meskipun peningkatannya tidak terlalu signifikan.
- c. Media sosial memoderasi hubungan *hustle culture* dan kepuasan kerja secara positif dan signifikan pada karyawan kantoran di daerah SCBD Jakarta Selatan. Artinya bahwa penggunaan media sosial mampu memperkuat hubungan *hustle culture* dan kepuasan kerja.
- d. Media sosial memoderasi hubungan *Fear of Missing Out* (FOMO) dan kepuasan kerja secara positif dan signifikan pada karyawan kantoran di daerah SCBD Jakarta Selatan. Artinya bahwa penggunaan media sosial mampu memperkuat hubungan FOMO dan kepuasan kerja.
- e. Penggunaan media sosial berpengaruh secara positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan kerja pada karyawan kantoran di daerah SCBD Jakarta Selatan. Artinya bahwa semakin meningkat penggunaan media sosial maka semakin meningkat pula kepuasan kerja karyawan, meskipun peningkatannya tidak terlalu signifikan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian tidak mendukung kelima hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini. Beberapa penyebab diantaranya seperti umur kebanyakan responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dibawah 30 tahun serta lama kerja karyawan adalah dibawah 5 tahun. Hal ini memungkinkan hubungan variabel menjadi terbalik karena responden memiliki perilaku dan psikologis yang unik terutama di daerah perkotaan metropolitan.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, yang telah memberikan dukungan dana untuk terlaksananya kegiatan penelitian ini. Pendanaan ini merupakan bagian dari kontrak induk 060/C3/DT.05.00/PL/2025. Kami juga menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya kepada Universitas Andalas atas dukungan dan fasilitas yang diberikan, yang memungkinkan kegiatan ini berjalan lancar. Dukungan tersebut diresmikan melalui nomor kontrak turunan 184/UN.16.19/PT.01.03/PL/2025.

Daftar Pustaka

- Allen, T. D., & Finkelstein, L. M. (2014). Work-family conflict among members of full-time dual-earner couples: An examination of family life stage, gender, and age. *Journal of Occupational Health Psychology*, 19(3), 376–384. <https://doi.org/10.1037/a0036941>
- Alt, D. (2015). College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 49, 111–119. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). Data event dari Badan Pusat Statistik tentang aktivitas ekonomi kreatif di kota besar.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Laporan Survei Tenaga Kerja Indonesia*. Bagaskara, D., & Lestari, R. (2023). Budaya kerja generasi muda di era media sosial: Studi fenomenologis. *Jurnal Sosiologi Kontemporer*, 17(1), 60–73.
- Baker, S., Thompson, C., & Gregson, N. (2016). Becoming a hustler: Entrepreneurial identities in the informal economy. *Urban Studies*, 53(13), 2740–2756.

- Baker, T., & Green, L. (2020). Social media as a catalyst for FOMO and its impact on workplace dynamics.
- Baker, Z. G., Krieger, H., & LeRoy, A. S. (2016). Fear of missing out: Relationships with depression, mindfulness, and physical symptoms. *Translational Issues in Psychological Science*, 2(3), 275–282. <https://doi.org/10.1037/tps0000075>
- Brenninkmeijer, V., & Lagerveld, S. E. (2022). Productivity guilt: A meta- analysis. *Work & Stress*, 36(2), 123–145. <https://doi.org/10.1080/02678373.2021.2002975>
- Brooks, S. (2015). Does personal social media usage affect efficiency and well- being? *Computers in Human Behavior*, 46, 26– 37. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.038>
- Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., & Underwood, J. D. M. (2017). Motivators of online vulnerability: The impact of social network site use on FOMO. *Computers in Human Behavior*, 66, 248– 255. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.055>
- Cederström, C., & Spicer, A. (2015). *The wellness syndrome*. Polity Press.
- Chan, J. (2019). The ethics of working in China's tech industry. *Journal of Business Ethics*, 156(1), 21–37. <https://doi.org/10.1007/s10551-017-3587-2>
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). "They are happier and having better lives than me": The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Clark, S. C. (2000). Work/family border theory: A new theory of work/family balance. *Human Relations*, 53(6), 747–770. <https://doi.org/10.1177/0018726700536001>
- Computers in Human Behavior. (2021). TikTok and adolescent mental health. *Computers in Human Behavior*, 120, 106742. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106742>
- Chan, T. S., & Cheung, S. Y. (2023). Exploring social comparison, FoMO, and work satisfaction among young professionals. *International Journal of Human Resource Studies*, 13(1), 24–39.
- Edú-Valsania, S., Laguía, A., & Moriano, J. A. (2022). Burnout: A review of theory and measurement. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1780. <https://doi.org/10.3390/ijerph19031780>
- Forbes. (2023, March 10). CEO-worker pay gap. Diambil dari <https://www.forbes.com/ceo-worker-pay-gap>
- Gallup, Inc. (2022). *State of the Global Workplace Report 2022*.
- Games, D., Indra, R., & Azizi, A. (2023). Entrepreneurial fear of failure and well-being of incubated and non-incubated startups during crises. ResearchGate. <https://www.researchgate.net/publication/343805059>
- Games, D., Rahman, F., & Yulius, H. (2020). Earthquakes, fear of failure, and wellbeing: An insight from Minangkabau entrepreneurship. Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200729.095>
- Griffith, E. (2019, October 26). Why are young people pretending to love work? *The New York Times*. Diambil dari <https://www.nytimes.com>
- Indonesian Advertising Association. (2023). *Laporan tahunan tentang tren iklan FOMO-driven*.
- International Labour Organization (ILO). (2022). *Gig economy and precarious work in Southeast Asia*.
- JobStreet. (2022). *Survei kepuasan kerja karyawan startup Indonesia*. Diambil dari <https://www.jobstreet.co.id/survei-kepuasan-kerja>
- Judge, T. A., Weiss, H. M., Kammeyer-Mueller, J. D., & Hulin, C. L. (2017). Job satisfaction: A cross-cultural review. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 4, 341–367. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-032516-113252>
- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes RI). (2022). *Laporan kesehatan mental pasca-pandemi*.

- Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes). (2023). *Profil Kesehatan Mental Perkotaan*. Diambil dari laporan resmi yang dipublikasikan Juli 2023.
- Kompas. (2023, Februari 20). Startup miliarder vs nasib karyawan. Diambil dari <https://www.kompas.com>
- Kushlev, K., Proulx, J. D. E., & Dunn, E. W. (2020). The social media use and well-being study. *Computers in Human Behavior*, 104, 106160. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.106160>
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. Dalam M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (pp. 1297–1349). Rand McNally.
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. Dalam M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (pp. 1297–1349). Rand McNally.
- Maslach, C., & Leiter, M. P. (2008). Early predictors of job burnout and engagement. *Journal of Applied Psychology*, 93(3), 498–512. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.93.3.498>
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396. <https://doi.org/10.1037/h0054346>
- Microsoft Japan. (2022). *Work-life choice report 2022*. Microsoft Corporation.
- Moqbel, M., Nevo, S., & Kock, N. (2013). Social Media Use and Job Satisfaction: Evidence from Organizational Behavior. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S037872061731039X>
- Oates, W. (1968). *Confessions of a workaholic: The facts about work addiction*. Abingdon Press.
- OECD. (2021). *Working time and productivity: Evidence from OECD countries*. OECD Publishing.
- Pignault, A., & Houssemand, C. (2021). *Work intensification and work-life balance: A systematic review*. *Journal of Organizational Behavior*, 42(3), 345–367. <https://doi.org/10.1002/job.2501>
- Porter, M. E., & Nohria, N. (2018). How CEOs manage time. *Harvard Business Review*. Diambil dari <https://hbr.org/2018/07/how-ceos-manage-time>
- Primack, B. A., Shensa, A., Sidani, J. E., Whaithe, E. O., Lin, L. Y., Rosen, D., Colditz, Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2017). Fear of Missing Out and social networking site use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(5), 330–336. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0404>
- 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>
- Ritzer, G. (2015). *The McDonaldization of society* (8th ed.). SAGE Publications.
- Schaufeli, W. B. (2018). Workaholism, burnout, and engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 33(2), 125–139. <https://doi.org/10.1108/JMP-12-2017-0448>
- Schaufeli, W. B., & Taris, T. W. (2014). A critical review of the job demands- resources model: Implications for improving work and health. Dalam G. F. Bauer & O. Hämmig (Eds.), *Bridging occupational, organizational and public health* (pp. 43–68). Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-007-5640-3_4
- Sonnentag, S., & Fritz, C. (2015). Recovery from job stress: The stressor-detachment model as an integrative framework. *Journal of Organizational Behavior*, 36(S1), S72–S103. <https://doi.org/10.1002/job.1924>
- Turel, O., Brevers, D., & Bechara, A. (2018). Social networking site use while driving: ADHD and the roles of impulsivity, habit, and self-control. *Journal of Psychiatric Research*, 103, 247–252. <https://doi.org/10.1016/j.jpsychires.2018.05.020>
- Twenge, J. M., Joiner, T. E., Rogers, M. L., & Martin, G. N. (2018). Increases in depressive symptoms, suicide-related outcomes, and suicide rates among U.S. adolescents after 2010 and links to increased new media screen time. *Clinical Psychological Science*, 6(1), 3–17. <https://doi.org/10.1177/2167702617723376>
- UNICEF Indonesia. (2022). *Anak dan dampak orang tua bekerja: Laporan nasional 2022*. UNICEF.

- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11(1), 274–302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222. <https://doi.org/10.1037/ppm0000047>