



Penggunaan Media Sosial dan Perilaku Berbagi Pengetahuan: Mediasi Termoderasi oleh Niat Berbagi Pengetahuan dan Kelelahan Emosional

Zahra Anandi Rosida¹, Kris Brantas Abiprayu²

¹*Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Semarang, Negara

Informasi

Artikel

History of article:

Accepted July 2025

Approved September 2025

Published September 2025

Kata Kunci:

*Social Media Use,
Knowledge Sharing
Behavior, Knowledge
Sharing Intention,
Emotional Exhaustion*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh penggunaan media sosial terkait kerja dan sosial terhadap perilaku berbagi pengetahuan: peran niat berbagi pengetahuan sebagai variabel mediator dan kelelahan emosional sebagai variabel moderator pada mahasiswa dengan menggunakan *Self Determination Theory*. Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa yang masih tercatat aktif hingga periode penelitian ini dilakukan (Mei 2025) dengan pendekatan kuantitatif dengan sampel yang digunakan 145 responden yang dilakukan dengan menggunakan metode SEM-PLS menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa PMSTK berpengaruh signifikan terhadap PBP, PMSTS berpengaruh signifikan terhadap PBP, NBP terbukti memediasi hubungan antara PMSTK terhadap PBP, NBP terbukti memediasi hubungan antara PMSTS terhadap PBP, KE memperlemah hubungan antara PMSTK terhadap NBP, serta KE memperlemah hubungan antara PMSTS terhadap NBP, NBP dan KE memiliki peran mediasi yang memperlemah hubungan antara PMSTK terhadap PBP, NBP dan KE memiliki peran mediasi yang memperlemah hubungan antara PMSTS terhadap PBP.

PENDAHULUAN

Dalam era digital yang terus berkembang, pengetahuan telah menjadi salah satu sumber daya paling berharga bagi organisasi dan individu. Serta menjadi aset strategis dalam berbagai sektor, termasuk pendidikan tinggi (Curado & Bontis, 2006; Ode & Ayavoo, 2019). Dalam konteks pendidikan, mahasiswa sebagai bagian dari generasi Z sangat aktif menggunakan teknologi, khususnya media sosial untuk berbagi informasi, berdiskusi, dan berkolaborasi dalam kegiatan akademik (Al-rahmi & Zeki, 2016; J. S. Lin & Zhang, 2022).

Berbagi pengetahuan merupakan salah satu bentuk interaksi sosial yang memainkan peran penting dalam menciptakan kolaborasi, inovasi, dan pengembangan kapasitas individu (Dwivedi et al., 2017; Rivera et al., 2020). Meskipun media sosial telah membuka akses luas untuk berbagi informasi, belum semua penggunaannya menghasilkan perilaku berbagi pengetahuan yang optimal. Salah satu tantangan utama dalam berbagi pengetahuan melalui media sosial adalah faktor internal seperti motivasi, serta tekanan psikologis seperti kelelahan emosional (Gilani et al., 2020; Zhao, 2024).

Media sosial memiliki dua orientasi utama, yaitu orientasi kerja (*work-related use*) dan orientasi sosial (*social-related use*) (Gonzalez et al., 2013). Penggunaan media sosial untuk tujuan kerja dalam mencakup kolaborasi dalam proyek, pertukaran dokumen, hingga komunikasi profesional (Chen & Wei, 2019; Zhao, 2024). Sebaliknya, penggunaan untuk tujuan sosial lebih menekankan aspek hubungan interpersonal, hiburan, atau interaksi personal nonformal (Leftheriotis & Giannakos, 2014).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial terkait kerja dan sosial dapat memengaruhi perilaku berbagi pengetahuan melalui niat berbagi pengetahuan sebagai mediator, dan kelelahan emosional sebagai faktor yang memperlemah hubungan tersebut (Kim et al., 2023; Zhao, 2024). Dalam lingkungan akademik, fenomena ini relevan untuk dikaji karena mahasiswa seringkali mengalami tekanan akademik yang berdampak pada kesejahteraan emosional mereka, yang pada akhirnya memengaruhi keterlibatan mereka dalam aktivitas berbagi pengetahuan (Masek et al., 2022; Maslach et al., 2001).

Dari sisi teoritis, penelitian ini merujuk pada *Self-Determination Theory* (SDT), yang menjelaskan bahwa motivasi berbagi pengetahuan dapat tumbuh ketika kebutuhan dasar psikologis seperti otonomi, kompetensi, dan keterhubungan terpenuhi (Ryan & Deci, 2020). Namun, kelelahan emosional dapat mengganggu pemenuhan kebutuhan ini, sehingga menurunkan motivasi intrinsik seseorang untuk berbagi informasi (Parayitam, S., Usman, S. A., Namasivaayam, R. R., & Naina, 2024).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan responden sebanyak 145 mahasiswa aktif. Data dikumpulkan secara daring dan dianalisis menggunakan Structural Equation Modeling (SEM) dengan software SmartPLS 4.0. Hasil analisis menunjukkan bahwa PMSTK berpengaruh positif terhadap PBP, PMSTS berpengaruh terhadap PBP, NBP terbukti menjadi mediator, sementara KE terbukti menjadi moderator yang memperlemah antara PMSTK terhadap NBP serta PMSTS terhadap NBP.

Penelitian ini memiliki hal-hal yang menarik untuk diteliti, yaitu: mengkaji hubungan antara PMSTK dan PMSTS terhadap PBP dalam konteks mahasiswa, menempatkan NBP sebagai variabel mediator yang menjembatani pengaruh penggunaan media sosial terhadap perilaku berbagi pengetahuan, serta mengeksplorasi kelelahan emosional sebagai variabel moderator yang memperlemah pengaruh niat berbagi pengetahuan yang dipicu oleh media sosial.

Pengembangan Hipotesis

Hubungan Antara Dua atau Lebih Variabel

Penggunaan media sosial terkait kerja (PMSTK) memberikan peluang yang lebih besar bagi individu untuk berbagi pengetahuan secara efektif. Media sosial digunakan sebagai sarana mengakses informasi, bertukar dokumen, serta berdiskusi tanpa dibatasi oleh waktu dan tempat. PMSTK dapat meningkatkan produktivitas hingga 20% - 25% (Yaqub & Al-Sabban, 2023). Selain itu, (Demircioglu, 2018) menegaskan bahwa kebutuhan akan otonomi dan motivasi internal yang terpenuhi melalui media sosial turut mendorong individu untuk berbagi informasi. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1a: Penggunaan media sosial terkait kerja (PMSTK) berpengaruh signifikan terhadap perilaku berbagi pengetahuan (PBP).

Penggunaan media sosial terkait sosial (PMSTS) berperan penting dalam mendorong individu untuk berbagi pengetahuan. Interaksi informal di platform seperti WhatsApp, Facebook, Instagram dan TikTok dapat memfasilitasi perilaku berbagi pengetahuan. Eid & Al-jabri, (2016), mengungkapkan bahwa hubungan sosial yang terbentuk di media sosial memicu kepercayaan dan dukungan emosional, yang menjadi dasar utama bagi individu untuk berbagi pengetahuan secara sukarela. (Kwahk & Park, 2016), menyoroti konsep *tertius inguens orientation*, yaitu kecenderungan seseorang untuk menghubungkan orang-orang yang sebelumnya tidak saling mengenal, dapat meningkatkan aktivitas berbagi pengetahuan di media sosial, jika merasakan adanya timbal balik dan ikatan sosial yang kuat. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1b: Penggunaan media sosial terkait kerja (PMSTK) berpengaruh signifikan terhadap perilaku berbagi pengetahuan (PBP).

Penggunaan media sosial terkait kerja (PMSTK) memberikan akses yang luas terhadap berbagai sumber informasi dan memfasilitasi kolaborasi lintas waktu dan tempat. Kondisi ini berkontribusi pada terbentuknya niat berbagi pengetahuan (NBP), *Self-Determination Theory* (SDT) menjelaskan sebagai hasil dari terpenuhinya keutuhan psikologis individu, yaitu otonomi, kompetensi, dan keterhubungan sosial. Individu yang merasa bebas dalam menyampaikan informasi, percaya diri atas kemampuan yang dimiliki, serta merasa terhubung dengan rekan kerja, cenderung memiliki dorongan intrinsik untuk berbagi pengetahuan (Zhao, 2024). Niat dapat muncul ketika individu memiliki sikap positif terhadap aktivitas berbagi pengetahuan serta percaya pada kemampuan dirinya untuk melakukannya. Selain itu, lingkungan atau budaya yang menghargai praktik berbagi pengetahuan juga berperan penting dalam membentuk niat berbagi pengetahuan (Eni et al., 2025). Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H2a: Niat berbagi pengetahuan (NBP) memediasi hubungan antara penggunaan media sosial terkait kerja (PMSTK) terhadap perilaku berbagi pengetahuan (PBP).

Media sosial yang digunakan untuk menjalin hubungan sosial mampu menumbuhkan niat berbagi pengetahuan melalui terciptanya rasa nyaman, kepercayaan, dan keterikatan emosional. Pada Educational Virtual Community menunjukkan bahwa keterlibatan dalam komunitas digital yang positif mampu membentuk rasa memiliki secara psikologis, yang pada akhirnya meningkatkan niat untuk berbagi pengetahuan (Wu, Shi- Jian;Liu, Guo-Xin;Liu, Xin-Min;Zhou, 2017). Ketika individu merasa kebutuhan otonomi, kompetensi dan keterkaitannya terpenuhi melalui interaksi sosial di media sosial, maka niat berbagi pengetahuan akan muncul dan menjadi perantara penting terhadap perilaku berbagi pengetahuan (Zhao, 2024). Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H2b: Niat berbagi pengetahuan (NBP) memediasi hubungan antara penggunaan media sosial terkait sosial (PMSTS) terhadap perilaku berbagi pengetahuan (PBP).

Kelelahan emosional merupakan kondisi psikologis yang muncul akibat stress berkepanjangan, jenuh, kehilangan kendali karena tekanan kerja melalui media sosial, niat berbagi pengetahuan cenderung menurun. Berdasarkan *Self-Determination Theory* (SDT), kelelahan emosional mencerminkan tidak terpenuhinya kebutuhan otonomi dan kompetensi, yang pada akhirnya dapat menurunkan motivasi intrinsik individu. Kelelahan emosional yang tinggi mengurangi rasa percaya diri dan kendali atas tindakan, yang berdampak pada niat berbagi pengetahuan, bahkan saat individu aktif menggunakan media sosial untuk keperluan kerja (Zhao, 2024). Meskipun media sosial kerja memberikan peluang besar dalam meningkatkan niat berbagi, dampak negatif seperti stress digital dan kejenuhan dapat menghambat dorongan niat berbagi pengetahuan. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H3a: Kelelahan emosional (KE) memperlemah hubungan penggunaan media

sosial terkait kerja (PMSTK) terhadap niat berbagi pengetahuan (NBP).

Kelelahan terhadap media sosial merupakan reaksi psikologis yang ditandai dengan rasa bosan, menurunnya minat, serta kecenderungan untuk menarik diri dari aktivitas sosial daring. Ketika individu mengalami kelelahan emosional akibat interaksi sosial yang berlebihan, mereka cenderung menurunkan intensitas keterlibatan sosial, termasuk dalam hal berbagi pengetahuan. Kondisi ini mengurangi energi psikologis yang diperlukan untuk menunjukkan kontribusi dalam komunitas, dan menjalin interaksi secara digital (Yen, 2022). Individu yang mengalami kelelahan emosional cenderung menghindari komunikasi sosial, meskipun sebelumnya aktif menggunakan media sosial untuk membangun hubungan sosial (Zhao, 2024). Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

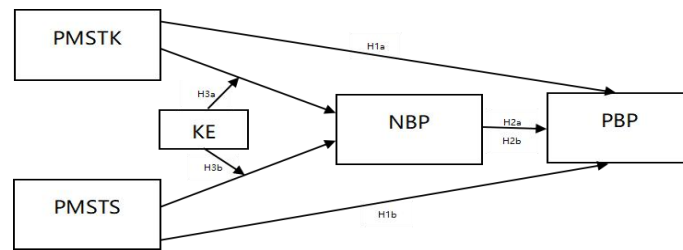
H3b: Kelelahan emosional (KE) memperlemah hubungan penggunaan media sosial terkait sosial (PMSTS) terhadap niat berbagi pengetahuan (NBP).

Penggunaan media sosial terkait kerja (PMSTK) mampu meningkatkan pertukaran informasi, memperkuat kolaborasi sehingga dapat mendorong munculnya niat berbagi pengetahuan (NBP), yang selanjutnya menjadi pendorong utama dalam membentuk perilaku berbagi pengetahuan (PBP). Berdasarkan *Self-Determination Theory* (SDT), media sosial dalam konteks kerja berbepran dalam memenuhi tiga kebutuhan psikologis dasar individu: otonomi, kompetensi, dan keterkaitan sosial, yang menjadi dasar bagi tumbuhnya niat untuk berbagi. Namun kelelahan emosional mencerminkan ketidakmampuan individu untuk mengelola energi psikologisnya akibat tidak terpenuhinya kebutuhan dasar psikologis dalam lingkungan kerja (Zhao, 2024). Temuan ini didukung oleh He et al., (2024), menunjukkan bahwa penggunaan media sosial untuk tujuan kerja dapat memperkuat rasa kepercayaan dan timbal balik, yang pada akhirnya mendorong terbentuknya niat untuk berbagi pengetahuan. Hal ini pada akhirnya mendorong munculnya perilaku berbagi pengetahuan. Namun, dalam kondisi kelelahan emosional, individu cenderung kehilangan energi psikologis dan niat untuk terlibat dalam aktivitas berbagi pengetahuan. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H4a: Niat Berbagi Pengetahuan (NBP) dan Kelelahan Emosional (KE) memiliki peran mediasi yang memperlemah hubungan antara penggunaan media sosial terkait kerja (PMSTK) dan perilaku berbagi pengetahuan (PBP)

Media sosial yang digunakan untuk membangun hubungan sosial (PMSTS) memainkan peran penting dalam menciptakan rasa keterhubungan emosional antar individu. Interaksi sosial ini dapat mendorong terbentuknya niat berbagi pengetahuan (NBP) sebagai bentuk kontribusi dan pemeliharaan hubungan interpersonal. Namun, jika penggunaan media sosial bersifat berlebihan atau tidak terkendali, individu dapat mengalami kelelahan emosional (KE) yang ditandai dengan kejenuhan, kelelahan mental, dan penarikan diri dari aktivitas sosial digital. Kondisi ini menurunkan energi dan empati yang dibutuhkan untuk terlibat dalam aktivitas berbagi pengetahuan, bahwa jika individu sebelumnya memiliki niat untuk berbagi (Solikatun et al., 2021; Zhao, 2024). Dengan demikian, hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H4b: Niat Berbagi Pengetahuan (NBP) dan Kelelahan Emosional (KE) memiliki peran mediasi yang memperlemah hubungan antara penggunaan media sosial terkait sosial (PMSTS) dan perilaku berbagi pengetahuan (PBP)



Gambar 1. Model Penelitian

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 145 dengan menggunakan rumus (Hair et al., 2018). Teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan G-Form yang memiliki kriteria mahasiswa masih tercatat aktif sampai periode penelitian ini dilakukan (Mei 2025) dan aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Pada penelitian ini analisis data yang dilakukan dengan menggunakan metode SEM-PLS menggunakan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengumpulkan data dari 145 mahasiswa sebagai sampel. Memiliki kriteria responden mencakup jenis kelamin, tahun angkatan, durasi penggunaan media sosial (per hari), platform aktif media sosial, platform media sosial untuk berbagi pengetahuan, jumlah pengikut (followers), dan IPK. Berikut disajikan tabel karakteristik responden:

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Keterangan	Jumlah	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	43	29,7%
	Perempuan	102	70,3%
Tahun Angkatan	2019	3	2,10%
	2020	6	4,20%
	2021	88	61%
	2022	17	11,7%
	2023	18	12%
	2024	13	9%
Durasi Penggunaan Media Sosial	1 jam	3	2%
	2 jam	7	5%
	3 jam	7	5%
	4 jam	11	8%
	5 jam	23	16%
	6 jam	13	9%
	7 jam	9	6%
	8 jam	19	13%
	9 jam	5	3%
	10 jam	19	13%

	11 jam	1	1%
	12 jam	10	7%
	15 jam	6	4%
	16 jam	2	1%
	18 jam	2	1%
	20 jam	4	3%
	24 jam	4	3%
Platform Aktif Media Sosial	WhatssApp	128	88,3%
	Instagram	127	87,6%
	TikTok	112	77,2%
	Twitter/X	49	33,8%
	Facebook	20	13,8%
Platform Media Sosial untuk Berbagi Pengetahuan	WhatssApp	126	86,9%
	Google Docs	62	42,8%
Platform Media Sosial untuk Berbagi Pengetahuan	Instagram	86	59,3%
	Telegram	32	22,1%
Jumlah Pengikut (Followers)	347	1	1%
	361	1	1%
	400	4	3%
	405	1	1%
	412	1	1%
	431	2	1%
	438	1	1%
	446	1	1%
	459	1	1%
	470	1	1%
	484	1	1%
	500	6	4%
	511	1	1%
	530	1	1%
	539	1	1%
	542	1	1%
	550	3	2%
	640	1	1%
	650	1	1%
	651	1	1%
	660	1	1%
	670	1	1%
	700	2	1%
	704	1	1%
	720	2	1%
	776	1	1%
	783	1	1%

	789	1	1%
	800	3	2%
	805	1	1%
	817	1	1%
	833	1	1%
	845	1	1%
	855	1	1%
	872	1	1%
	900	3	2%
	951	1	1%
	964	1	1%
Jumlah Pengikut (Followers)	987	1	1%
	998	5	3%
	999	2	1%
	1000	25	17%
	1005	2	1%
	1006	1	1%
	1015	3	2%
	1064	2	1%
	1068	2	1%
	1144	4	3%
	1160	3	2%
	1176	2	1%
	1182	1	1%
	1200	4	3%
	1300	6	4%
	1301	1	1%
	1305	3	2%
	1420	5	3%
	1474	1	1%
	1500	10	7%
	1578	1	1%
	1800	3	2%
	3100	1	1%
	4045	1	1%
IPK	2,35	1	1%
	2,95	1	1%
	2,98	1	1%
	3,20	8	6%
	3,30	2	1%
	3,40	2	1%
	3,44	1	1%
	3,46	1	1%
	3,48	3	2%
	3,50	15	10%

3,55	2	1%
3,56	3	2%
3,60	10	7%
3,65	6	4%
3,67	5	3%
3,68	2	1%
3,70	15	10%
3,75	8	6%
3,78	4	3%
3,80	18	12%
3,81	1	1%
3,82	5	3%
3,85	8	6%
3,86	3	2%
3,87	2	1%
3,90	4	3%
3,93	2	1%
3,95	1	1%
4,00	11	8%

Sumber: Data yang diolah (2025)

Validitas dan Reliabilitas dievaluasi dimana semua konstruk memenuhi nilai yaitu outer loading > 0.70, AVE > 0.50, dan composite reliability > 0.70. Namun, dalam proses analisis awal, terdapat beberapa indikator yang dihapus karena tidak memenuhi nilai yang ditetapkan (loading factor < 0,7). Indikator-indikator yang dihapus tersebut terdiri dari satu indikator pada variabel PMSTK, dua indikator pada variabel PMSTS, dan tiga indikator pada PBP. Penghapusan ini dilakukan untuk memastikan bahwa hanya indikator-indikator yang valid dan reliabel saja yang digunakan dalam pengukuran masing-masing konstruk dalam model penelitian. Hasil dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Outer Loading	Cross Loading	AVE	CR	Keterangan
PMSTK 2	0.737	0.737	0.744	0.757	Valid & Reliabel
PMSTK 3	0.791	0.791			
PMSTK 4	0.745	0.745			
PMSTK 5	0.771	0.771			
PMSTS 1	0.764	0.764	0.685	0.769	Valid & Reliabel
PMSTS 3	0.772	0.772			
PMSTS 5	0.781	0.781			
PMSTS 6	0.754	0.754			
KE 1	0.756	0.756	0.590	1.062	Valid &
KE 2	0.940	0.940			Reliabel

KE 3	0.882	0.882			
NBP 1	0.830	0.830	0.580	0.888	Valid & Reliabel
NBP 2	0.787	0.787			
NBP 3	0.820	0.820			
NBP 4	0.868	0.868			
NBP 5	0.830	0.830			
PBP 1	0.728	0.728	0.590	0.838	Valid & Reliabel
PBP 3	0.843	0.843			
PBP 4	0.798	0.798			
PBP 6	0.746	0.746			
PBP 7	0.720	0.720			

Sumber: Data yang diolah (2025)

Setelah memastikan akurasi dan reliabilitas pengukuran konsep, Langkah selanjutnya melibatkan evaluasi komprehensif terhadap hasil model structural. Tabel 3 menunjukkan R^2 , dimana NBP (Z) sebesar 41% ($R^2 = 0.410$), dan PBP (Y) 52.2% ($R^2 = 0.522$).

Tabel 3. R-Square

Variabel	R-Square
NBP (Z)	0.410
PBP (Y)	0.522

Source: Data yang diolah (2025)

Tabel 4 menyajikan F^2 . PMSTK (X1) dan PMSTS (X2) memiliki pengaruh yang lemah terhadap PBP (Y) ($F^2 = 0.032$; 0.037). KE (M) memiliki pengaruh yang lemah antara PMSTK (X1) dan PMSTS (X2) terhadap NBP (Z) ($F^2 = 0.022$; 0.030). Sementara NBP (Z) memiliki pengaruh yang kuat terhadap PBP (Y) ($F^2 = 0.305$).

Tabel 4. F-Square

Variabel	F^2	Keterangan
PMSTK (X1) – PBP (Y)	0.032	Lemah
PMSTS (X2) – PBP (Y)	0.037	Lemah
KE (M) x PMSTK (X1) – NBP (Z)	0.022	Lemah
KE (M) x PMSTS (X2) – NBP (Z)	0.030	Lemah
NBP (Z) – PBP (Y)	0.305	Kuat

Sumber: Data yang diolah (2025)

Tabel 5 menyajikan F^2 . Dimana NBP (Z) sebesar 0.379 dan PBP (Y) sebesar 0.372 lebih besar dari 0 yang berarti menunjukkan relevansi prediktif. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel

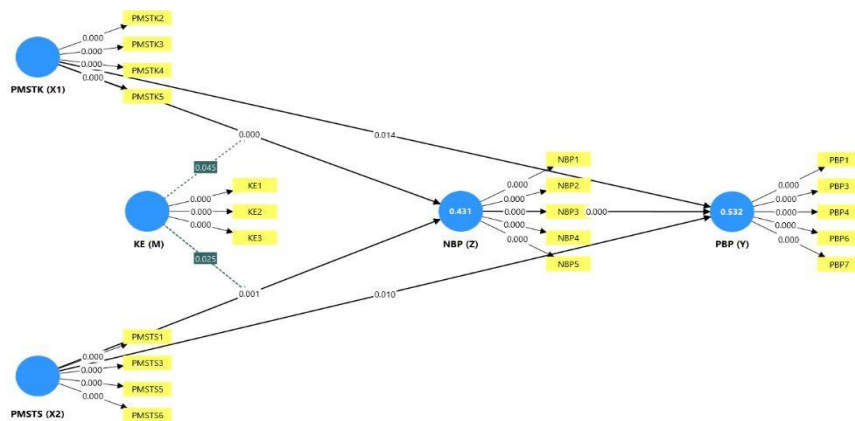
independent berkontribusi signifikan dalam memperdiksi PBP.

Tabel 5. Q-Square

Variabel	Q ² Predict
NBP (Z)	0.379
PBP (Y)	0.372

Sumber: Data yang diolah (2025)

Gambar 2. Hasil Model Analisis



Tabel 6. Ringkasan Hasil Hipotesis

Hipotesis	Hubungan	Original	Hipotesis	Hubungan	Original
H1	PMSTK (X1) – PBP	0.176	2.196	0.014	Diterima
H2	PMSTS (X2) – PBP (Y)	0.181	2.343	0.010	Diterima
H3	PMSTK (X1) – NBP (Z) – PBP (Y)	0.199	3.534	0.000	Diterima
H4	PMSTS (X2) – NBP (Z) – PBP (Y)	0.126	2.823	0.002	Diterima
H5	KE (M) x PMSTK (X1) – NBP (Z)	0.153	1.694	0.045	Diterima
H6	KE (M) x PMSTS (X2) – NBP (Z)	0.181	1.962	0.045	Diterima

H7	KE (M) x PMSTK (X1) – NBP (Z) – PBP (Y)	0.074	1.672	0.047	Diterima
H8	KE (M) x PMSTK (X1) – NBP (Z) – PBP (Y)	0.088	1.825	0.034	Diterima

Sumber: Data yang diolah (2025)

Hipotesis pertama menguji pengaruh PMSTK terhadap PBP dimana nilai original sampel 0,176 dengan nilai *t-statistics* 2,196 lebih besar dari *t-table* (1,65) dan nilai *p-value* sebesar 0,014 lebih kecil dari tingkat signifikan (0,05), mendukung H1. Temuan ini sejalan dengan Dwi et al., 2024; Yaquub & Al-Sabban, 2023; Zhang et al., 2023; Zhao, (2024), yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial terkait kerja (PMSTK) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku berbagi pengetahuan (PBP). Media sosial memfasilitasi interaksi antar individu dan rekan kerja, membuka akses informasi, serta mendorong kolaborasi pengetahuan. Berdasarkan *Self-Determination Theory* (SDT), media sosial juga mendukung kebutuhan akan otonomi, karena pengguna memiliki kebebasan dalam menentukan waktu dan cara berbagi. Ketika kontribusi mereka dihargai atau mendapat pengakuan, motivasi untuk terus berbagi pengetahuan pun meningkat.

Hipotesis kedua menguji pengaruh PMSTS terhadap PBP dimana nilai original sampel 0,181 dengan nilai *t-statistics* 2,343 lebih besar dari *t-table* (1,65) dan nilai *p-value* sebesar 0,10 lebih kecil dari tingkat signifikan (0,05), mendukung H2. Temuan ini sejalan dengan Eid & Al-jabri, 2016; Jasmine et al., 2024; Kwahk & Park, 2016; Zhang et al., 2023; Zhao, (2024), yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial untuk tujuan sosial (PMSTS) dapat mendorong perilaku berbagi pengetahuan (PBP). Interaksi dan diskusi informal melalui platform seperti WhatsApp menciptakan rasa keterhubungan, kenyamanan, dan kepercayaan antar pengguna, yang memfasilitasi proses berbagi pengetahuan di lingkungan pendidikan tinggi. Selain itu, keterikatan sosial yang kuat di media sosial serta tanggapan positif dari teman sebaya atau organisasi meningkatkan kepuasan diri, yang menjadi pendorong intrinsik bagi individu untuk terus berbagi pengetahuan.

Hipotesis ketiga menguji apakah NBP dapat memediasi pengaruh PMSTK terhadap PBP. Berdasarkan path coefficient, efek mediasi NBP pada pengaruh PMSTK terhadap PBP nilai original sampel 0,199 dengan nilai *t-statistics* 3,534 lebih besar dari *t-table* (1,65) dan nilai *p-value* sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikan (0,05), mendukung H3. Temuan ini sejalan dengan Eni et al., 2025; H. Lin, (2007), yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial terkait kerja (PMSTK) dapat meningkatkan rasa otonomi dan memenuhi kebutuhan psikologis dasar seperti kebebasan, kompetensi, dan koneksi sosial, sehingga mendorong terbentuknya niat berbagi pengetahuan (NBP). NBP yang dipengaruhi oleh motivasi intrinsik dan ekstrinsik—termasuk harapan akan imbalan dan manfaat timbal balik—berperan penting dalam memediasi hubungan antara PMSTK dan perilaku berbagi pengetahuan (PBP). Dengan demikian, lingkungan yang mendukung dan menghargai praktik berbagi pengetahuan memperkuat pengaruh PMSTK terhadap PBP melalui peran krusial NBP sebagai mediator.

Hipotesis keempat menguji apakah NBP dapat memediasi pengaruh PMSTS terhadap PBP. Berdasarkan path coefficient, efek media NBP pada pengaruh PMSTS terhadap PBP nilai original sampel 0,126 dengan nilai *t-statistics* 2,823 lebih besar dari *t-table* (1,65) dan nilai *p-value* sebesar 0,002 lebih kecil dari tingkat signifikan (0,05), mendukung H4. Temuan ini sejalan dengan Wu, Shi-Jian; Liu, Guo-Xin; Liu, Xin-Min; Zhou, 2017; Zhao, (2024). yang menunjukkan bahwa interaksi sosial melalui media sosial dapat menciptakan rasa nyaman, saling percaya, dan keterhubungan emosional, yang pada akhirnya mendorong niat individu untuk berbagi pengetahuan. Berdasarkan *Self-Determination Theory* (SDT), ketika kebutuhan psikologis dasar seperti otonomi,

kompetensi, dan keterhubungan terpenuhi, individu akan lebih termotivasi secara intrinsik untuk berbagi.

Hipotesis kelima menguji apakah KE dapat memoderasi pengaruh PMSTK terhadap PBP. Berdasarkan path coefficient, efek moderasi KE pada pengaruh PMSTK terhadap NBP nilai original sampel 0,153 dengan nilai *t-statistics* 1,694 lebih besar dari *t-table* (1,65) dan nilai *p-value* sebesar 0,045 lebih kecil dari tingkat signifikan (0,05), mendukung H5. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagai besar responden mengalami kelelahan emosional. Hal ini sejalan dengan Lewig & Dollard, 2010; Zhao, (2024), yang menyatakan bahwa kelelahan emosional sebagai akibat dari tekanan kerja yang berlebihan dan berkepanjangan dapat mengurangi energi psikologis individu untuk terlibat dalam aktivitas berbagi pengetahuan. Meskipun media sosial digunakan secara aktif, kelelahan emosional tetap dapat menurunkan niat berbagi pengetahuan (NBP). Penjelasan ini juga didukung oleh *Self-Determination Theory* (SDT), yang menyatakan bahwa kelelahan emosional mencerminkan tidak terpenuhinya kebutuhan psikologis seperti otonomi dan kompetensi, sehingga individu kehilangan motivasi intrinsik untuk berbagi.

Hipotesis keenam menguji apakah KE dapat memoderasi pengaruh PMSTS terhadap PBP. Berdasarkan path coefficient, efek moderasi KE pada pengaruh PMSTK terhadap NBP nilai original sampel 0,181 dengan nilai *t-statistics* 1.962 lebih besar dari *t-table* (1,65) dan nilai *p-value* sebesar 0,045 lebih kecil dari tingkat signifikan (0,05), mendukung H6. Ketika mahasiswa mengalami tingkat kelelahan yang tinggi, pengaruh PMSTS terhadap NBP menjadi kurang efektif. Meskipun mahasiswa aktif berinteraksi di media sosial seperti menjaga hubungan, berdiskusi ringan, kondisi emosional yang lelah dapat menurunkan motivasi mereka untuk terlibat lebih jauh dalam aktivitas berbagi pengetahuan. Temuan ini sejalan dengan Maslach et al., 2001; Yen, 2022; Zhao, (2024), yang menyatakan bahwa kelelahan emosional dapat menurunkan energi psikis dan melemahkan motivasi individu untuk terlibat dalam interaksi sosial, termasuk dalam berbagi pengetahuan. Individu yang mengalami kelelahan cenderung menarik diri, kehilangan dorongan intrinsik, dan mengalami penurunan kesejahteraan subjektif, sehingga meskipun memiliki akses terhadap media sosial, niat untuk berbagi pengetahuan menjadi berkurang. Kondisi ini juga diperkuat oleh *Self-Determination Theory* (SDT), yang menekankan bahwa terganggunya pemenuhan kebutuhan psikologis dasar akibat kelelahan emosional dapat melemahkan motivasi intrinsik mahasiswa untuk berbagi pengetahuan.

Hipotesis ketujuh menguji apakah NBP dan KE dapat memediasi yang dimoderasi dalam hubungan terhadap PMSTK dan PBP. Berdasarkan path coefficient, NBP dan KE dapat memediasi yang dimoderasi dalam hubungan terhadap PMSTK dan PBP dengan nilai original sampel 0,074 dengan nilai *t-statistics* 1,672 lebih besar dari *t-table* (1,65) dan nilai *p-value* sebesar 0,047 lebih kecil dari tingkat signifikan (0,05), mendukung H7. seseorang mengalami kelelahan emosional yang tinggi, hubungan antara PMSTK dan NBP menjadi lemah, yang pada akhirnya juga mengurangi kecenderungan individu untuk berbagi pengetahuan. Hal ini terjadi karena individu yang mengalami tekanan emosional cenderung kehilangan energi, dan motivasi, termasuk melalui media sosial. Hal ini sejalan dengan He et al., 2024; Zhao, (2024), yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial terkait kerja (PMSTK) tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga berperan strategis dalam memperkuat kolaborasi, membangun kepercayaan, serta menciptakan budaya timbal balik di lingkungan kerja. PMSTK mendorong niat berbagi pengetahuan (NBP) karena memungkinkan interaksi yang cepat dan personal, yang membuat individu merasa lebih terhubung. Namun, kelelahan emosional (KE) dapat memperlemah hubungan ini, karena individu yang kelelahan cenderung kehilangan motivasi untuk berbagi, sehingga meskipun memiliki akses dan niat, perilaku berbagi pengetahuan (PBP) tidak berlangsung optimal.

Hipotesis kedelapan menguji apakah NBP dan KE dapat memediasi yang dimoderasi dalam hubungan terhadap PMSTS dan PBP. Berdasarkan path coefficient, NBP dan KE dapat memediasi yang dimoderasi dalam hubungan terhadap PMSTK dan PBP dengan nilai original sampel 0,088 dengan nilai *t-statistics* 1,825 lebih besar dari *t-table* (1,65) dan nilai *p-value* sebesar 0,034 lebih kecil dari

tingkat signifikan (0,05), mendukung H8. Meskipun seseorang memiliki niat yang tinggi untuk berbagi pengetahuan sebagai hasil dari interaksi sosial di media sosial, kelelahan emosional yang dirasakan dapat menghambat dari niat tersebut ke dalam tindakan nyata berbagi pengetahuan. Hal ini terjadi karena kelelahan emosional menurunkan energi psikologis dan motivasi individu, sehingga cenderung menarik diri dari aktivitas sosial seperti berbagi pengetahuan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Zhao, (2024) KE berperan sebagai variabel moderasi yang memperlemah hubungan antara PMSTS dan NBP. Berdasarkan *Self-Determination Theory* (SDT), KE menghambat terpenuhinya kebutuhan psikologis dasar seperti otonomi, kompetensi, dan keterkaitan, sehingga menurunkan motivasi intrinsik dalam diri individu untuk berbagi pengetahuan. Akibatnya, niat untuk berbagi pengetahuan menjadi rendah dan perilaku berbagi pengetahuan pun ikut menurun.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa penggunaan media sosial untuk kepentingan kerja (PMSTK) maupun sosial (PMSTS) memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku berbagi pengetahuan (PBP) pada mahasiswa. Niat berbagi pengetahuan (NBP) berperan sebagai variabel mediasi yang memperkuat hubungan antara penggunaan media sosial dan perilaku berbagi pengetahuan, sedangkan kelelahan emosional (KE) berfungsi sebagai variabel moderasi yang memperlemah hubungan tersebut. Dengan demikian, meskipun media sosial dapat menjadi sarana yang efektif dalam mendorong perilaku berbagi pengetahuan, kelelahan emosional dapat mengurangi dampak positif dari penggunaan media sosial tersebut.

Berdasarkan temuan tersebut, mahasiswa disarankan untuk memanfaatkan media sosial secara optimal guna mendukung kegiatan akademik, memperkuat interaksi sosial yang konstruktif, serta meningkatkan kolaborasi dan pertukaran informasi. Selain itu, penting bagi mahasiswa untuk menjaga kesejahteraan emosional agar tidak menghambat niat maupun perilaku berbagi pengetahuan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggali lebih dalam faktor-faktor lain yang memengaruhi perilaku berbagi pengetahuan, seperti budaya organisasi, efikasi diri, dan tipe kepribadian, serta mempertimbangkan penggunaan metode campuran untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa hormat dan rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada Rektor, Dekan, Koordinator Prodi, dosen pembimbing, serta seluruh dosen Program Studi Manajemen FEB UNNES atas ilmu, bimbingan, dan kesempatan yang telah diberikan. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada keluarga tercinta, kerabat, atas doa dan dukungan yang menjadi sumber kekuatan bagi penulis selama menjalani penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-rahmi, W. M., & Zeki, A. M. (2016). A Model of Using Social Media for Collaborative Learning to Enhance Learners' Performance on Learning. *Journal of King Saud University Computer and Information Sciences*, 11. <https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2016.09.002>
- Chen, X., & Wei, S. (2019). *Enterprise Social Media Use and Overload: A Curvilinear Relationship*. 34(1), 22–38. <https://doi.org/10.1177/0268396218802728>
- Curado, C., & Bontis, N. (2006). *The Knowledge-Based View of the Firm and Its Theoretical Precursor*. 3(4), 367–381.
- Demircioglu, M. A. (2018). Examining the Effects of Social Media Use on Job Satisfaction in the Australian Public Service: Testing Self-Determination Theory. *Public Performance and Management Review*, 41(2), 300–327. <https://doi.org/10.1080/15309576.2017.1400991>
- Dwi, G., Rochayanti, I., & Emilisa, N. (2024). *Peran Media Sosial dan Knowledge Sharing dalam Meningkatkan Employee Creativity pada Generasi Z*. 8(3), 2759–2773.
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Tajvidi, M., Lal, B., Sahu, G. P., & Gupta, A. (2017). *Exploring*

- the Role of Social Media in e-Government*. 13(3), 97–106. <https://doi.org/10.1145/3047273.3047374>
- Eid, M. I. M., & Al-jabri, I. M. (2016). Social Networking , Knowledge Sharing , and Student Learning : The Case of University Students. *Computers & Education*, 99, 14–27. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.04.007>
- Eni, L. N., Saha, S., Hossain, M. A., & Rahaman, M. M. (2025). Investigating the linkage between knowledge sharing attitude, self-efficacy, and behavior in Bangladeshi information technology sector: Knowledge sharing intention as a mediator. *Heliyon*, 11(1), e41399. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e41399>
- Gilani, U., Arsyad, D. T., Ahmed, F., & Malik, D. B. (2020). *Role of Trust and Emotional Exhaustion in Relationship between Social Network and Knowledge Sharing Behavior: A Moderates Mediation Model*. 11(12), 1428–1439.
- Gonzalez, E. S., Riemenschneider, C., Leidner, D. E., & Koch, H. (2013). *The Impact of Internal Social Media Usage on Organizational Socialization and Commitment*. 1–18.
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). Multivariate Data Analysis (Eighth Edition). In *Gedrag & Organisatie* (Vol. 19, Issue 3). <https://doi.org/10.5117/2006.019.003.007>
- He, M., Yuan, Z., & She, W. (2024). *Sharing or Hiding ? Exploring the Influence of Social Cognition and Emotion on Employee Knowledge Behaviors within Enterprise Social Media*.
- Jasmine, V. J., Basrowi, & Khaeruman. (2024). *The Role of Social Media Platforms in Enhancing Employee Creativity Through Knowledge Sharing Among Generation Z*. 18, 206– 217.
- Kim, J., Jung, S., Choi, H., & Kim, J. (2023). *Antecedents influencing SNS addiction and exhaustion (fatigue syndrome): focusing on six countries focusing on six countries*. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2136531>
- Kwahk, K., & Park, D. (2016). The Effects of Network Sharing on Knowledge-Sharing Activities and Job Performance in Enterprise Social Media Environments. *Computers in Human Behavior*, 55, 826–839. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.044>
- Leftheriotis, I., & Giannakos, M. N. (2014). Using Social Media for Work : Losing Your Time or Improving Your Work ? *Computers in Human Behavior*, 31, 134–142. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.016>
- Lewig, K. A., & Dollard, M. F. (2010). *Emotional Dissonance , Emotional Exhaustion and Job Satisfaction in Call Centre Workers*. 0643. <https://doi.org/10.1080/13594320344000200>
- Lin, H. (2007). *Effects of extrinsic and intrinsic motivation on employee knowledge sharing intentions*. 33(2), 135–149. <https://doi.org/10.1177/0165551506068174>
- Lin, J. S., & Zhang, J. (2022). Adoption of AI-driven personalization in digital news platforms : An integrative model of technology acceptance and perceived contingency. *Technology in Society*, 69(March), 101965. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101965>
- Masek, A., Paimin@Abdul Halim, A. N., Hashim, S., Abdullah, N. S., & Wan Muda, W. H. N. (2022). The Role of Knowledge, Emotion, and Intention in Influencing Students' Behaviors During COVID-19 Pandemic. *SAGE Open*, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221089954>
- Maslach, C., Schaufeli, W. B., & Leiter, M. P. (2001). Job Brunout. *Annual Review of Psychology*, 397–422.
- Ode, E., & Ayavoo, R. (2019). The Mediating Role of Knowledge Application in the Relationship Between Knowledge Management Practices and Firm Innovation. *Suma de Negocios*, 5(3), 210–218. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.08.002>
- Parayitam, S., Usman, S. A., Namasivaayam, R. R., & Naina, M. S. (2024). *Knowledge management and emotional exhaustion as moderators in the relationship between role conflict and organizational performance : evidence from India*. 2024. <https://doi.org/10.1108/JKM-03-2020-0184>
- Rivera, A. E., Rodríguez-Aceves, L., & Mojarro-Duran, B. I. (2020). Enabling Knowledge Sharing Through Psychological Safety in Inter-Organisational Arrangements. *Journal of Knowledge Management*, 25(5), 1170–1193. <https://doi.org/10.1108/JKM-04-2020-0241>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self- determination theory perspective : Definitions , theory , practices , and future directions. *Contemporary Educational Psychology*, xxxx, 101860. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2020.101860>

- Solikatun, Setyawan, D., & Sugiyarmasto. (2021). *Faktor Pembentuk Niat Berbagi Pengetahuan Kesehatan di Media Sosial*. 257–274.
- Wu, Shi-Jian;Liu, Guo-Xin;Liu, Xin-Min;Zhou, H.-B. (2017). *How to Promote Knowledge Sharing among EVC Members ? — Based on Interactive Perspective of Modified TAM Model*. 8223(579), 6313–6323. <https://doi.org/10.12973/eurasia.2017.01066a>
- Yaqub, M. Z., & Al-Sabban, A. S. (2023). Knowledge Sharing through Social Media Platforms in the Silicon Age. *Sustainability (Switzerland)*, 15(8). <https://doi.org/10.3390/su15086765>
- Yen, C. (2022). *Exploring member 's knowledge sharing intention in online health communities : The effect of social support and overload*. 1–14. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0265628>
- Zhang, H., Wang, M., & Chen, A. (2023). *behavioral sciences Empirical Investigation of How Social Media Usage Enhances Employee Creativity : The Role of Knowledge Management Behavior*.
- Zhao, G. (2024). Acta Psychologica Emotional exhaustion weakens the relationship between social media use and knowledge sharing behavior. *Acta Psychologica*, 250(December 2023), 104496. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104496>
- Al-rahmi, W. M., & Zeki, A. M. (2016). A Model of Using Social Media for Collaborative Learning to Enhance Learners ' Performance on Learning. *Journal of King Saud University - Computer and Information Sciences*, 11. <https://doi.org/10.1016/j.jksuci.2016.09.002>
- Chen, X., & Wei, S. (2019). *Enterprise Social Media Use and Overload: A Curvilinear Relationship*. 34(1), 22–38. <https://doi.org/10.1177/0268396218802728>
- Curado, C., & Bontis, N. (2006). *The Knowledge-Based View of the Firm and Its Theoretical Precursor*. 3(4), 367–381.
- Demircioglu, M. A. (2018). Examining the Effects of Social Media Use on Job Satisfaction in the Australian Public Service: Testing Self-Determination Theory. *Public Performance and Management Review*, 41(2), 300–327. <https://doi.org/10.1080/15309576.2017.1400991>
- Dwi, G., Rochayanti, I., & Emilisa, N. (2024). *Peran Media Sosial dan Knowledge Sharing dalam Meningkatkan Employee Creativity pada Generasi Z*. 8(3), 2759–2773.
- Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., Tajvidi, M., Lal, B., Sahu, G. P., & Gupta, A. (2017). *Exploring the Role of Social Media in e-Government*. 13(3), 97–106. <https://doi.org/10.1145/3047273.3047374>
- Eid, M. I. M., & Al-jabri, I. M. (2016). Social Networking , Knowledge Sharing , and Student Learning : The Case of University Students. *Computers & Education*, 99, 14–27. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.04.007>
- Eni, L. N., Saha, S., Hossain, M. A., & Rahaman, M. M. (2025). Investigating the linkage between knowledge sharing attitude, self-efficacy, and behavior in Bangladeshi information technology sector: Knowledge sharing intention as a mediator. *Heliyon*, 11(1), e41399. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e41399>
- Gilani, U., Arsyad, D. T., Ahmed, F., & Malik, D. B. (2020). *Role of Trust and Emotional Exhaustion in Relationship between Social Network and Knowledge Sharing Behavior: A Moderates Mediation Model*. 11(12), 1428–1439.
- Gonzalez, E. S., Riemenschneider, C., Leidner, D. E., & Koch, H. (2013). *The Impact of Internal Social Media Usage on Organizational Socialization and Commitment*. 1–18.
- Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis (Eighth Edition)*. In *Gedrag & Organisatie* (Vol. 19, Issue 3). <https://doi.org/10.5117/2006.019.003.007>
- He, M., Yuan, Z., & She, W. (2024). *Sharing or Hiding ? Exploring the Influence of Social Cognition and Emotion on Employee Knowledge Behaviors within Enterprise Social Media*.
- Jasmine, V. J., Basrowi, & Khaeruman. (2024). *The Role of Social Media Platforms in Enhancing Employee Creativity Through Knowledge Sharing Among Generation Z*. 18, 206– 217.
- Kim, J., Jung, S., Choi, H., & Kim, J. (2023). *Antecedents influencing SNS addiction and exhaustion (fatigue syndrome) : focusing on six countries focusing on six countries*. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2136531>
- Kwahk, K., & Park, D. (2016). The Effects of Network Sharing on Knowledge-Sharing Activities and Job Performance in Enterprise Social Media Environments. *Computers in Human Behavior*, 55, 826–839. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.044>
- Leftheriotis, I., & Giannakos, M. N. (2014). Using Social Media for Work : Losing Your Time or Improving Your Work ? *Computers in Human Behavior*, 31, 134–142.

- <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.016>
- Lewig, K. A., & Dollard, M. F. (2010). *Emotional Dissonance , Emotional Exhaustion and Job Satisfaction in Call Centre Workers*. 0643. <https://doi.org/10.1080/13594320344000200>
- Lin, H. (2007). *Effects of extrinsic and intrinsic motivation on employee knowledge sharing intentions*. 33(2), 135–149. <https://doi.org/10.1177/0165551506068174>
- Lin, J. S., & Zhang, J. (2022). Adoption of AI-driven personalization in digital news platforms : An integrative model of technology acceptance and perceived contingency. *Technology in Society*, 69(March), 101965. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101965>
- Masek, A., Paimin@Abdul Halim, A. N., Hashim, S., Abdullah, N. S., & Wan Muda, W. H. N. (2022). The Role of Knowledge, Emotion, and Intention in Influencing Students' Behaviors During COVID-19 Pandemic. *SAGE Open*, 12(2). <https://doi.org/10.1177/21582440221089954>
- Maslach, C., Schaufeli, W. B., & Leiter, M. P. (2001). Job Brunout. *Annual Review of Psychology*, 397–422.
- Ode, E., & Ayavoo, R. (2019). The Mediating Role of Knowledge Application in the Relationship Between Knowledge Management Practices and Firm Innovation. *Suma de Negocios*, 5(3), 210–218. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2019.08.002>
- Parayitam, S., Usman, S. A., Namasivaayam, R. R., & Naina, M. S. (2024). *Knowledge management and emotional exhaustion as moderators in the relationship between role conflict and organizational performance : evidence from India*. 2024. <https://doi.org/10.1108/JKM-03-2020-0184>
- Rivera, A. E., Rodríguez-Aceves, L., & Mojarro-Duran, B. I. (2020). Enabling Knowledge Sharing Through Psychological Safety in Inter-Organisational Arrangements. *Journal of Knowledge Management*, 25(5), 1170–1193. <https://doi.org/10.1108/JKM-04-2020-0241>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2020). Intrinsic and extrinsic motivation from a self- determination theory perspective : Definitions , theory , practices , and future directions. *Contemporary Educational Psychology*, 101860. <https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2020.101860>
- Solikatun, Setyawan, D., & Sugiyarmasto. (2021). *Faktor Pembentuk Niat Berbagi Pengetahuan Kesehatan di Media Sosial*. 257–274.
- Wu, Shi-Jian;Liu, Guo-Xin;Liu, Xin-Min;Zhou, H.-B. (2017). *How to Promote Knowledge Sharing among EVC Members ? — Based on Interactive Perspective of Modified TAM Model*. 8223(579), 6313–6323. <https://doi.org/10.12973/eurasia.2017.01066a>
- Yaqub, M. Z., & Al-Sabban, A. S. (2023). Knowledge Sharing through Social Media Platforms in the Silicon Age. *Sustainability (Switzerland)*, 15(8). <https://doi.org/10.3390/su15086765>
- Yen, C. (2022). *Exploring member 's knowledge sharing intention in online health communities : The effects of social support and overload*. 1–14. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0265628>
- Zhang, H., Wang, M., & Chen, A. (2023). *behavioral sciences Empirical Investigation of How Social Media Usage Enhances Employee Creativity : The Role of Knowledge Management Behavior*.
- Zhao, G. (2024). Acta Psychologica Emotional exhaustion weakens the relationship between social media use and knowledge sharing behavior. *Acta Psychologica*, 250(December 2023), 104496. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024>