

HUBUNGAN ANTARA *SOCIAL COMPARISON* DENGAN *QUARTER LIFE-CRISIS* PADA DEWASA AWAL PENGGUNA INSTAGRAM DI KOTA MEDAN

Eliana Purba¹, Hotpascaman Simbolon²

^{1,2}Fakultas Psikologi, Universitas HKBP Nommensen Medan, Indonesia

Corresponden E-mail; eliana.purba@student.uhn.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara social comparison dengan quarter-life crisis pada dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Sampel penelitian diperoleh menggunakan teknik incidental sampling dengan melibatkan dewasa awal berusia 18–29 tahun yang merupakan pengguna aktif Instagram di Kota Medan. Data dikumpulkan menggunakan skala Social Comparison dan skala Quarter-Life Crisis. Berdasarkan hasil uji normalitas, data penelitian tidak berdistribusi normal sehingga analisis dilakukan menggunakan uji korelasi Spearman's rho. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara social comparison dengan quarter-life crisis pada dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,724 dan nilai signifikansi 0,000 ($p < 0,05$). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan individu melakukan social comparison, maka semakin tinggi pula tingkat quarter-life crisis yang dialami. Sebaliknya, semakin rendah social comparison, maka semakin rendah pula tingkat quarter-life crisis. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa perilaku membandingkan diri di media sosial memiliki keterkaitan dengan kondisi psikologis dewasa awal, sehingga penggunaan Instagram secara bijaksana serta kemampuan menerima dan menghargai diri sendiri perlu terus ditingkatkan untuk meminimalkan risiko terjadinya quarter-life crisis.

Kata kunci : Social Comparison, Quarter-Life Crisis, Dewasa Awal, Instagram.

Abstract

This study aimed to examine the relationship between social comparison and quarter-life crisis among emerging adults who use Instagram in Medan City. This research employed a quantitative approach with a correlational design. The sample was selected using an incidental sampling technique and consisted of emerging adults aged 18–29 years who were active Instagram users in Medan City. Data were collected using the Social Comparison Scale and the Quarter-Life Crisis Scale. Based on the normality test, the data were not normally distributed; therefore, the hypothesis was tested using Spearman's rho correlation analysis. The results revealed a positive and significant relationship between social comparison and quarter-life crisis among emerging adult Instagram users in Medan City, with a correlation coefficient of 0.724 and a significance value of 0.000 ($p < 0.05$). These findings indicate that the higher the tendency of individuals to engage in social comparison, the higher their level of quarter-life crisis. Conversely, lower levels of social comparison were associated with lower levels of quarter-life crisis. This study suggests that self-comparison behavior on social media is closely related to the psychological condition of emerging adults. Therefore, the wise use of Instagram and the ability to develop self-acceptance and self-appreciation are important to minimize the risk of experiencing a quarter-life crisis.

Keywords: Social Comparison, Quarter-Life Crisis, Emerging Adults, Instagram.

PENDAHULUAN

Di era digital yang semakin maju, perkembangan media sosial telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia, mulai dari cara berinteraksi, membangun identitas

diri, hingga mengelola dan menyebarkan informasi. Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga wadah ekspresi diri, ruang membangun jejaring sosial, serta media untuk memperoleh berbagai informasi dengan cepat. Menurut Sulistianti & Sugiarta (2022) bahwa media sosial merupakan hal yang wajib dimiliki oleh seseorang pada masa ini.

Tidak dapat dipungkiri pada saat ini setiap orang memiliki akun di media sosial yang sedang menjadi trend, karena akun di media sosial tersebut dapat menjadi identitas dari penggunanya (Gulo dkk. 2023). Menurut laporan Data Reportal Global Digital Insights (2024), terdapat 5,35 miliar pengguna media sosial di seluruh dunia, atau setara 66,2% dari total populasi global (Annur, 2024).

Berdasarkan data tahun 2024 dari Databoks Katadata, jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191 juta orang atau sekitar 73,7% dari total populasi, dengan 167 juta diantaranya merupakan pengguna aktif. Tingginya penetrasi internet yang mencapai 93,4% atau setara dengan 242 juta pengguna turut mendorong masifnya penggunaan media sosial di berbagai lapisan masyarakat. Platform yang paling banyak digunakan meliputi YouTube dengan 139 juta pengguna, Instagram sebanyak 122 juta pengguna, Facebook 118 juta pengguna, WhatsApp 116 juta pengguna, serta TikTok dengan 89 juta pengguna. Dari sisi demografi, pengguna media sosial didominasi oleh kelompok usia 18–34 tahun sebesar 54,1%, dengan proporsi pengguna perempuan sedikit lebih tinggi dibandingkan laki-laki. Rata-rata durasi penggunaan media sosial masyarakat Indonesia mencapai 3 jam 14 menit per hari, dan sebanyak 81% pengguna mengaksesnya setiap hari.

Aktivitas yang paling sering dilakukan meliputi berbagi foto dan video, berkomunikasi, mencari informasi dan berita, menikmati hiburan, hingga melakukan transaksi belanja daring. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi elemen yang sangat berpengaruh dalam membentuk pola perilaku dan gaya hidup masyarakat Indonesia (Pangabea, 2024). Penelitian Mir et al., (2020) mengungkapkan bahwa individu akan mengalami gangguan kesehatan mental jika intensitas penggunaan media sosial ≥ 2 -4 jam perhari. Hal senada juga disampaikan Sampasa-Kanyinga dan Lewis (2015) bahwa individu yang mengakses situs media sosial ≥ 2 jam pada setiap hari akan memiliki resiko yang lebih buruk terhadap kesehatan mental.

Instagram adalah aplikasi yang paling populer di kalangan anak muda masa kini dibandingkan dengan platform lainnya (Mulyani et al., 2018). Instagram adalah aplikasi seluler berbasis internet yang memungkinkan para penggunanya untuk membagikan foto kepada orang lain, dengan konsep utama yang menitikberatkan pada konten visual atau gambar (Febrianth & Supriyadi, 2020). Menurut Azis & Salam (2018) platform Instagram secara tidak langsung memiliki dampak yang kurang baik bagi penggunanya, seperti timbulnya krisis kepercayaan diri, persaingan dalam gaya hidup, timbulnya rasa cemas atau takut tentang masa depan, perubahan dalam hidup sehingga mengalami ketidak stabilan, dan dihadapkan dengan terlalu banyak opsi yang tersedia sehingga menimbulkan rasa panik dan khawatir. Sebagai platform berbasis visual, Instagram mendorong penggunanya untuk memperlihatkan sisi terbaik dari kehidupan mereka, seperti keberhasilan, aktivitas menarik, maupun momen bahagia bersama teman dan keluarga. Paparan terhadap berbagai informasi tersebut dapat memengaruhi cara individu menilai dirinya sendiri dan memunculkan anggapan bahwa orang lain lebih unggul, yang pada akhirnya berpotensi menimbulkan emosi negatif seperti stres dan depresi (Hwang, 2019).

Kelompok usia 18–29 tahun berada pada tahap dewasa awal. Menurut Hurlock (2003), masa dewasa awal berlangsung pada rentang usia 18–40 tahun dan ditandai dengan berbagai perubahan fisik maupun psikologis menuju kematangan. Oleh karena itu, individu berusia 18–29 tahun termasuk dalam fase dewasa awal yang sedang menghadapi berbagai tugas perkembangan dan proses penyesuaian diri.

Dungo (2018) juga menyebutkan bahwa dewasa awal merupakan salah satu pengguna Instagram terbanyak, pada usia dewasa awal menggunakan Instagram untuk mempertahankan hubungan serta attachment dengan teman dan pasangan. Selain itu dewasa awal menggunakan Instagram untuk self presentation serta like-seeking behaviour. Instagram berperan sebagai media komunikasi bagi remaja dan dewasa awal untuk mengungkapkan identitas diri membangun relasi sosial dan mengeksplorasi ketertarikan personal (Dhiman, 2024) adalah satu tahap perkembangan manusia adalah menjadi Dewasa. Dalam kajian ilmu psikologi perkembangan tahap dewasa juga dibagi menjadi tiga tahapan yaitu dewasa awal, dewasa menengah dan dewasa akhir (Herawati & Hidayat, 2020:).

Individu pada tahap dewasa awal cenderung rentan mengalami stres disebabkan ketidaksesuaian antara ekspektasi peran dan kewajiban dengan realitas yang dihadapi, sehingga memunculkan quarter-life crisis. Fenomena ini mencakup gejala seperti ketidakpastian emosional, sulitnya memutuskan berdasarkan fakta, serta kebingungan menentukan arah masa depan Huwae & Sallata (2023). Saat individu melewati tahap perkembangannya tanpa mampu menanggapi masalah yang dihadapi secara efektif, diperkirakan akan mereka akan mengalami berbagai gangguan psikologis, merasa tidak pasti dan bingung, serta mengalami krisis emosional yang dikenal sebagai quarter life crisis (Atwood & Scholtz, 2008).

Pada tahun 2017, LinkedIn sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pencarian kerja bekerja sama dengan lembaga sensus Censuswide melakukan survei daring terhadap 6.014 responden berusia 25–33 tahun yang berasal dari Amerika Serikat, Inggris, India, dan Australia. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa sekitar 75% responden pernah mengalami quarter-life crisis dengan rata-rata usia kejadian pada usia 27 tahun. Selain itu, sebanyak 60% responden menyatakan bahwa kecemasan yang muncul pada fase quarter-life crisis disebabkan oleh masalah pekerjaan atau karier, sementara 48% lainnya mengaku bahwa perasaan tersebut muncul karena mereka sering membandingkan diri dengan teman-teman yang dianggap telah lebih sukses (LinkedIn, 2017).

Sementara itu, di Indonesia survei juga pernah dilakukan pada tahun 2020 oleh media berita daring GenSINDO terhadap responden berusia 18–25 tahun, yang sebagian besar (95%) merupakan mahasiswa dan sisanya adalah pekerja. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa para responden mengalami quarter-life crisis yang dipicu oleh kecemasan terkait masa depan, terutama mengenai karier, pendidikan, dan pasangan hidup. Perasaan cemas ini juga dipengaruhi oleh kecenderungan untuk membandingkan diri dengan teman atau orang di sekitar yang dianggap telah lebih berhasil (SINDO, 2020). Sejalan dengan temuan tersebut, penelitian Herawati & Hidayat (2020) yang dilakukan pada dewasa awal di Pekanbaru menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengalami gejala quarter-life crisis dalam kategori sedang hingga tinggi. Gejala yang paling dominan meliputi kecemasan terhadap masa depan, ketidakpastian karier, serta tekanan

sosial dari lingkungan sekitar. Temuan ini memperlihatkan bahwa fenomena quarter-life crisis juga terjadi pada konteks masyarakat di wilayah Sumatera, bukan hanya di kota-kota besar di Pulau Jawa.

Penggunaan Instagram di Medan tidak hanya bersifat rekreasional, tetapi juga digunakan sebagai media informasi dan interaksi sosial oleh berbagai komunitas lokal, termasuk melalui akun-akun dengan komunitas besar yang menyebarkan informasi lokal dan gaya hidup sehari-hari, sehingga memperlihatkan tingginya keterlibatan masyarakat dalam platform ini (Misra & Andayani, 2024; Putra et al., 2023). Fenomena ini membuat Medan menjadi konteks yang tepat untuk mengkaji hubungan antara social comparison dan kondisi psikologis dewasa awal. Pemilihan fokus pada pengguna Instagram di Medan juga didorong oleh fakta bahwa Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling populer di kalangan generasi dewasa awal.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran penting dalam membentuk persepsi diri dan interaksi sosial di kalangan generasi muda, serta sering menjadi platform utama bagi individu dalam mengekspresikan identitas, pencapaian, dan aspirasi hidup mereka (Ramadhani, 2025). Adanya konten yang sering kali berupa representasi pencapaian akademik, pekerjaan, gaya hidup, dan relasi sosial memungkinkan terjadinya perbandingan sosial (social comparison) yang intens. Hal ini sesuai dengan Social Comparison Festinger (1954), yang menyatakan bahwa individu secara alami mengevaluasi dirinya dengan membandingkan dirinya dengan orang lain ketika standar objektif tidak tersedia. Dalam konteks Instagram, perbandingan ini cenderung bersifat upward comparison, yaitu membandingkan diri dengan individu yang dianggap memiliki pencapaian lebih tinggi, yang berpotensi menimbulkan evaluasi diri negatif, kecemasan, dan tekanan emosional.

Gibbons and Buunks mengatakan bahwa perbandingan sosial muncul dalam dua sisi yang berbeda, yaitu upward comparison dan downward comparison. Upward comparison adalah dimana individu membandingkan dirinya dengan orang lain yang lebih baik dari dirinya. Sedangkan downward comparison adalah individu membandingkan dirinya dengan orang lain yang lebih buruk dari dirinya (Buunk & Gibbons, 2005). Kondisi ini sejalan dengan aspek quarter-life crisis menurut Robbins & Wilner (2001), seperti anxious feeling, negative self-assessment, self-doubt in making decisions, dan perasaan terjebak. Dengan demikian, social comparison berpotensi menjadi faktor psikologis yang memperkuat munculnya quarter-life crisis, khususnya ketika individu secara terus-menerus membandingkan pencapaian pribadi dengan standar keberhasilan yang ditampilkan di media sosial.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Fuad (FUAD, 2023), penelitian tersebut menjelaskan salah satu faktor yang memperburuk pengalaman quarter life crisis bagi usia 20-30 tahun adalah tekanan dari ekspektasi sosial yang semakin tinggi, terutama yang dibentuk melalui media sosial. Perilaku social comparison sering terjadi di media sosial, di mana orang mudah membandingkan diri mereka dengan orang lain yang terlihat lebih baik atau lebih buruk. Instagram, yang fokus pada gambar, mendorong penggunaanya untuk memamerkan sisi positif dari hidup mereka, seperti pencapaian dan kesenangan, yang dapat mempengaruhi cara seseorang melihat dirinya sendiri. Akibatnya, hal ini sering memicu perasaan negatif, seperti depresi dan stres, karena mereka merasa orang lain lebih sukses.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti hubungan antara social
JIPSI (Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial) Vol 5 No. 1 April 2026| 637

comparison dan quarter-life crisis pada dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain melalui media sosial, khususnya Instagram, berkaitan dengan munculnya krisis perkembangan pada fase dewasa awal. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian psikologi perkembangan dan psikologi sosial, serta menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kesadaran dewasa awal terhadap dampak psikologis penggunaan media sosial terhadap kesejahteraan dan perkembangan diri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan desain non-eksperimental korelasional. Yaitu metode penelitian yang memanfaatkan Analisis statistik untuk menganalisis data. Menurut Sugiyono (2013). Metode penelitian kuantitatif adalah jenis pendekatan penelitian yang diterapkan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan instrumen dan analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik untuk menguji hipotesis. Sedangkan pendekatan korelasional bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih tanpa memberikan perlakuan terhadap variabel penelitian (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini, subjek yang digunakan adalah dewasa awal di Kota Medan yang aktif menggunakan Instagram. Subjek dalam penelitian ini adalah individu berusia 18–29 tahun, Laki-laki dan Perempuan yang berdomisili di Kota Medan dan aktif menggunakan Instagram 2 jam/ perhari.

Populasi merupakan keseluruhan subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini adalah individu dewasa awal yang menggunakan Instagram 2 jam/perhari dan berdomisili di Kota Medan. Dalam penelitian ini rentang usia ditetapkan 18-29 tahun dengan pertimbangan bahwa usia 18-29 tahun merupakan masa transisi menuju dewasa awal dan telah aktif menggunakan media sosial.

Berdasarkan data kependudukan Kota Medan tahun 2024 (BPSMedan, 2025) jumlah penduduk Kota Medan adalah 2.486.283 jiwa. Adapun jumlah penduduk dalam rentang usia 18–29 tahun diperkirakan sebagai berikut: Usia 18–19 tahun = 136.300 jiwa, Usia 20–24 tahun = 218.540 jiwa, Usia 25–29 tahun = 204.660 jiwa, Total estimasi populasi usia 18–29 tahun adalah 559.500 jiwa. Dengan demikian, populasi dalam penelitian ini berjumlah 559.500 individu.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Purposive sampling dipilih karena peneliti menetapkan kriteria tertentu yang harus dipenuhi oleh responden sesuai dengan tujuan penelitian. Selain itu, peneliti tidak memiliki daftar lengkap seluruh dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan sehingga probability sampling tidak memungkinkan untuk dilakukan.

Adapun kriteria responden dalam penelitian ini adalah :

1. Individu yang berusia 18–29 tahun
2. Berdomisili di Kota Medan
3. Laki-Laki dan Perempuan
4. Menggunakan Instagram 2 jam/perhari

Dengan demikian, sampel yang diperoleh diharapkan dapat merepresentasikan

karakteristik populasi yang diteliti.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik angket (kuesioner). Menurut Azwar (2008), skala psikologis merupakan metode pengumpulan data yang memanfaatkan konsep psikologi untuk merepresentasikan aspek-aspek tertentu dari kepribadian individu. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data mengenai Social comparison dengan quarter life crisis pada dewasa awal pengguna Instagram di Medan. Kuesioner disusun dalam bentuk skala Likert dan diberikan kepada responden secara langsung kepada dewasa awal pengguna Instagram di kota Medan yang menjadi sampel penelitian. Penggunaan angket dipilih karena mampu mengumpulkan data secara efisien dalam jumlah responden yang besar serta sesuai untuk mengukur variabel psikologis, yaitu social comparison dan quarter life crisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan 349 Dewasa awal yang menggunakan Instagram di Kota Medan baik pada laki-laki dan perempuan dengan rentang usia 18-29 tahun. Pelaksanaan penelitian dilakukan secara online melalui google form dari tanggal 23 Juni 2026 sampai 10 Juli 2026. Melalui skala yang disebarkan oleh peneliti kepada subjek penelitian, maka telah diperoleh gambaran subjek penelitian berdasarkan jenis kelamin, usia, domisili, agama, status, pendidikan terakhir, Apakah memiliki tujuan atau cita-cita yang ingin dicapai dalam 5 tahun ke depan, Apakah mengikuti Khursus untuk meningkatkan kemampuan, dan Berapa lama Rata-rata menggunakan Instagram Perhari. Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui sampel berjenis kelamin laki-laki berjumlah 133 orang (38,1%) dan sampel berjenis kelamin perempuan berjumlah 216 orang (61,8%). Oleh karena itu total subjek penelitian sebanyak 349 orang pengguna Instagram di Kota Medan.

Tabel 1. Penyebaran Subjek berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	133	38,1 %
Perempuan	216	61,8%
Total	349	100%

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa sampel penelitian yang berusia 18 tahun berjumlah 13 orang (3,7%), usia 19 tahun berjumlah 22 orang (6,3%), usia 20 tahun berjumlah 32 orang (9,1%), usia 21 tahun berjumlah 44 orang (12,6%), usia 22 tahun berjumlah 104 orang (29,7%), usia 23 tahun berjumlah 54 orang (15,4%), usia 24 tahun berjumlah 18 orang (5,2%), usia 25 tahun berjumlah 16 orang (4,5%), usia 26 tahun berjumlah 11 orang (3,1%), usia 27 tahun berjumlah 19 orang (5,4%), usia 28 tahun berjumlah 4 orang (1,1%), dan usia 29 tahun berjumlah 12 orang (3,4%). Dari total jumlah subjek yaitu sebanyak 349 Dewasa awal pengguna Instagram di kota Medan.

Tabel 2. Penyebaran Subyek berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
18	13	3,7 %
19	22	6,3%
20	32	9,1%
21	44	12,6%
22	104	29,7%
23	54	15,4%
24	18	6,8%

25	16	4,5%
26	11	38,3%
27	19	5,4%
28	4	1,1%
29	12	3,4%
Total	349	100%

Berdasarkan Tabel 3, dapat dilihat bahwa sampel penelitian yang berdomisili di Kecamatan Medan Amplas berjumlah 40 orang (11,4%), Medan Area berjumlah 34 orang (9,7%), Medan Barat berjumlah 17 orang (4,8%), Medan Baru berjumlah 13 orang (3,7%), Medan Belawan berjumlah 17 orang (4,8%), Medan Deli berjumlah 23 orang (6,5%), Medan Denai berjumlah 8 orang (2,2%), Medan Helvetia berjumlah 9 orang (2,5%), Medan Johor berjumlah 10 orang (2,8%), Medan Kota berjumlah 39 orang (11,1%), Medan Labuhan berjumlah 8 orang (2,2%), Medan Maimun berjumlah 15 orang (4,2%), Medan Marelan berjumlah 10 orang (2,8%), Medan Perjuangan berjumlah 30 orang (8,5%), Medan Petisah berjumlah 7 orang (2,0%), Medan Polonia berjumlah 15 orang (4,2%), Medan Selayang berjumlah 10 orang (2,8%), Medan Sunggal berjumlah 11 orang (3,1%), Medan Tembung berjumlah 10 orang (2,8%), Medan Timur berjumlah 16 orang (4,5%), dan Medan Tuntungan berjumlah 7 orang (2,0%), sehingga total keseluruhan responden dalam penelitian ini berjumlah 349 orang Dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan.

Tabel 3. Penyebaran Subyek Berdasarkan Domisili

Domisili	Frekuensi	Persentase
Medan Amplas	40	11,4 %
Medan Area	34	9,7%
Medan Barat	17	4,8%
Medan Baru	13	3,7%
Medan Belawan	17	4,8%
Medan Deli	23	6,5%
Medan Denai	8	2,2%
Medan Helvetia	9	2,5%
Medan Johor	10	2,8%
Medan Kota	39	11,1%
Medan Labuhan	8	2,2%
Medan Maimun	15	4,2%
Medan Marelan	10	2,8%
Medan Perjuangan	30	8,5%
Medan Petisah	7	2%
Medan Polonia	15	4,2%
Medan Selayang	10	2,8%
Medan Sunggal	11	3,1%
Medan Tembung	10	2,8%
Medan Timur	16	4,5%
Medan Tuntungan	7	2%
Total	349	100%

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa sampel penelitian yang beragama Islam berjumlah 158 orang (45,2%), beragama Protestan berjumlah 154 orang (44,1%), beragama Katolik berjumlah 26 orang (7,4%), beragama Buddha berjumlah 5 orang (1,4%), beragama Hindu berjumlah 5 orang (1,4%), dan beragama Konghucu berjumlah 1 orang (0,2%), sehingga total keseluruhan responden dalam penelitian ini berjumlah 349 orang Dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan.

Tabel 4. Penyebaran Subyek Berdasarkan Agama

Agama	Frekuensi	Persentase
Islam	158	45,2%
Protestan	154	44,1%
Khatolik	26	7,4%
Buddha	5	1,4%
Hinddu	5	1,4%
Konghucu	1	0,2%
Total	349	100%

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat bahwa sampel penelitian dengan status pendidikan terakhir SMA/SMK berjumlah 244 orang (69,9%), status pendidikan terkahir D3 berjumlah 11 orang (3,1%), status pendidikan terkahir S1 berjumlah 93 orang (26,6%), dan status pendidikan terakhir S2 berjumlah 1 orang (0,2%), sehingga total keseluruhan responden dalam penelitian ini berjumlah 349 orang Dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan.

Tabel 5. Penyebaran Subyek Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
SMA/SMK	244	69,9%
D3	11	3,1%
S1	93	26,6%
S2	1	0,2%
Total	349	100%

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa sampel penelitian dengan status sebagai mahasiswa berjumlah 208 orang (59,5%), responden yang bekerja berjumlah 118 orang (33,8%), dan responden yang belum bekerja berjumlah 23 orang (6,5%), sehingga total keseluruhan responden dalam penelitian ini berjumlah 349 orang Dewasa awal pengguna Instagram.

Tabel 6. Penyebaran Subyek Berdasarkan Status

Status	Frekuensi	Persentase
Mahasiswa	208	59,5%
Bekerja	118	33,8%
Belum Bekerja	23	6,5%
Total	349	100%

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa sampel penelitian yang menjawab ya memiliki tujuan atau cita-cita yang ingin dicapai dalam lima tahun ke depan berjumlah 326 orang (93,4%), sedangkan sampel penelitian yang menjawab tidak memiliki tujuan atau cita-cita yang ingin dicapai dalam lima tahun ke depan berjumlah 23 orang (6,6%), sehingga total keseluruhan responden dalam penelitian ini berjumlah 349 orang Dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan.

Tabel 7. Penyebaran Subyek Berdasarkan Mengikuti Khursus untuk Meningkatkan Kemampuan

Apakah memiliki tujuan atau cita-cita yang ingin dicapai dalam 5 tahun ke depan	Frekuensi	Persentase
Ya	326	93,4%
Tidak	23	6,6%
Total	349	100%

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa sampel penelitian yang menjawab Ya, mengikuti kursus untuk meningkatkan kemampuan berjumlah 180 orang (51,5%), sedangkan sampel penelitian yang menjawab Tidak, tidak mengikuti kursus untuk meningkatkan kemampuan berjumlah 169 orang (48,5%), sehingga total keseluruhan responden dalam penelitian ini berjumlah 349 orang Dewasa awal di Kota Medan.

Tabel 8. Penyebaran Subyek Berdasarkan Mengikuti Khursus Untuk Meningkatkan Kemampuan

Apakah mengikuti Khursus untuk meningkatkan kemampuan,	Frekuensi	Persentase
Ya	180	51,5%
Tidak	169	48,5%
Total	349	100%

Berdasarkan Tabel 9 dapat dilihat bahwa sampel penelitian yang menggunakan Instagram kurang dari 1 jam per hari berjumlah 87 orang (24,9%), menggunakan Instagram selama 1–2 jam per hari berjumlah 91 orang (26,1%), dan menggunakan Instagram lebih dari 2 jam per hari berjumlah 171 orang (48,9%), sehingga total keseluruhan responden dalam penelitian ini berjumlah 349 orang Dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan.

Tabel 9. Penyebaran Subyek Berdasarkan Lama Rata-rata Menggunakan Instagram

Lama Rata-rata Menggunakan Instagram Perhari	Frekuensi	Persentase
< 1 Jam	87	24,9%
>2 Jam	171	48,9%
1-2 Jam	91	26,1%
Total	349	100%

Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat variabel Social Comparison dan Quarter Life terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov dengan bantuan SPSS 22 for Windows. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$), maka data dinyatakan terdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($p < 0,05$), maka data dinyatakan tidak terdistribusi normal. Hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Tabel Uji Normalitas

Variabel	Sig. (2-tailed)	Keterangan
<i>Social Comparison</i>	0,003	Berdistribusi tidak normal
<i>Quarter Life Crisis</i>	0,001	

Berdasarkan Tabel 10, hasil uji normalitas menunjukkan bahwa variabel *Social Comparison* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,003, sedangkan variabel *Quarter Life Crisis* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001. Kedua nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($p < 0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada kedua variabel penelitian tidak berdistribusi normal. Oleh karena itu, asumsi normalitas tidak terpenuhi. Dengan demikian, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis statistik nonparametrik, yaitu korelasi Spearman's rho

Uji Linearitas

Berikut ini adalah hasil uji linearitas dari kedua variabel penelitian yang dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 11. Hasil Uji Linearitas
ANOVA Tabel**

Variabel	Sig. Deviation from Linearity	Keterangan
<i>Social Comparison*Quarter Life Crisis</i>	0,269	Linear

Berdasarkan Tabel 11, diperoleh nilai signifikansi Deviation from Linearity sebesar 0,269. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($0,269 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel *Social Comparison* dan *Quarter Life Crisis* bersifat linear. Meskipun demikian, berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa data tidak berdistribusi normal, sehingga pengujian hipotesis dalam penelitian ini tetap menggunakan analisis statistik nonparametrik, yaitu korelasi Spearman's rho.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis penelitian diterima atau ditolak. Hipotesis dalam penelitian ini adalah "terdapat hubungan antara *Social Comparison* dengan *Quarter Life Crisis* pada dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan." Berdasarkan hasil uji normalitas, diketahui bahwa data penelitian tidak berdistribusi normal. Oleh karena itu, pengujian hipotesis dilakukan menggunakan teknik analisis korelasi Spearman's rho, yang merupakan salah satu teknik analisis statistik nonparametrik. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah, kekuatan, dan signifikansi hubungan antara variabel *Social Comparison* dan *Quarter Life Crisis*. Adapun hasil uji korelasi Spearman's rho dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Uji Hipotesis

Variabel	Spearman's rho	Sig	Keterangan
<i>Social Comparison dengan Quarter Life Crisis</i>	0,724	0,000	Hipotesis diterima

Berdasarkan Tabel 12, hasil uji korelasi Spearman's rho menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,724 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dengan demikian, terdapat hubungan positif yang signifikan antara Social Comparison dengan Quarter Life Crisis pada dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan. Nilai koefisien korelasi sebesar 0,724 menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel berada pada kategori kuat. Arah hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi Social Comparison pada dewasa awal pengguna Instagram, maka semakin tinggi pula tingkat Quarter Life Crisis yang dialami. Sebaliknya, semakin rendah Social Comparison, maka semakin rendah pula tingkat Quarter Life Crisis yang dialami.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara social comparison dengan quarter-life crisis pada dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan. Hasil analisis data menggunakan uji korelasi Spearman's rho menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar 0,724 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) dalam penelitian ini diterima, sedangkan hipotesis nol (H_0) ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara social comparison dengan quarter-life crisis, dengan kekuatan hubungan yang berada pada kategori kuat. Arah hubungan yang positif ini menunjukkan pola yang konsisten: semakin tinggi kecenderungan individu melakukan social comparison melalui Instagram, semakin tinggi pula tingkat quarter-life crisis yang dialami, dan sebaliknya.

Temuan ini sejalan dengan hipotesis yang diajukan di awal penelitian, yaitu adanya hubungan positif antara social comparison dengan quarter-life crisis. Hasil ini memperkuat teori Social Comparison dari Festinger (1954), yang menjelaskan bahwa individu memiliki dorongan untuk mengevaluasi dirinya melalui perbandingan dengan orang lain, terutama ketika tidak tersedia standar objektif untuk menilai kemampuan maupun pencapaian diri. Dalam konteks Instagram, proses ini menjadi semakin mudah terjadi karena individu terus-menerus terpapar informasi mengenai kehidupan, pencapaian, dan gaya hidup orang lain. Paparan tersebut cenderung mengarah pada upward comparison membandingkan diri dengan individu yang dianggap lebih unggul (Buunk & Gibbons, 2005) yang apabila terjadi berulang dapat memicu evaluasi diri negatif. Kondisi ini selaras dengan karakteristik quarter-life crisis menurut Robbins dan Wilner (2001), yaitu kecemasan terhadap masa depan, penilaian negatif terhadap diri, keraguan dalam pengambilan keputusan, serta perasaan terjebak menghadapi tuntutan hidup.

Hasil penelitian ini juga memperkuat temuan terdahulu. Maharani dan Merida (2025) pada pengguna Instagram Generasi Z menemukan bahwa semakin tinggi kecenderungan perbandingan sosial terkait pencapaian, gaya hidup, dan penampilan, semakin tinggi pula kecemasan dan kebingungan arah hidup yang menjadi ciri quarter-life crisis. Sejalan dengan itu, Argasiam, Adinda, dan Putri (2023) menemukan hubungan positif signifikan antara social comparison dan quarter-life crisis pada dewasa muda, di mana kesenjangan yang dirasakan antara kondisi diri dan standar keberhasilan orang lain berkontribusi terhadap tekanan psikologis. Konsistensi temuan ini

menunjukkan bahwa hipotesis penelitian bukan hanya terbukti secara statistik, tetapi juga memiliki dukungan teoritis dan empiris yang kuat.

Kekuatan hubungan yang tergolong tinggi dalam penelitian ini turut dijelaskan oleh karakteristik khas populasi yang diteliti.

Pertama, mayoritas responden (59,5%) berstatus mahasiswa, kelompok yang secara perkembangan berada pada masa transisi penuh tuntutan: menyelesaikan pendidikan, mempersiapkan karier, mencapai kemandirian finansial, sekaligus menentukan arah hidup pascakuliah. Nash dan Murray (2010) menyebut *educational challenges* dan *work life* sebagai sumber utama *quarter-life crisis*, sehingga populasi mahasiswa secara alami lebih rentan terhadap tekanan ini dibanding kelompok dewasa awal yang sudah mapan secara karier.

Kedua, hampir separuh responden (48,9%) menggunakan Instagram lebih dari dua jam per hari. Durasi penggunaan yang tinggi ini memperbesar intensitas paparan terhadap konten pencapaian dan gaya hidup orang lain, sehingga memperkuat peluang terjadinya perbandingan sosial. Appel, Gerlach, dan Crusius (2016) menjelaskan bahwa intensitas penggunaan media sosial berkaitan langsung dengan meningkatnya kecenderungan perbandingan sosial, rasa iri, dan evaluasi diri negatif. Kombinasi antara fase perkembangan (mahasiswa) dan pola penggunaan Instagram yang intensif inilah yang menjadi ciri khas populasi penelitian dan turut menjelaskan mengapa hubungan antara kedua variabel tampil begitu kuat.

Hasil kategorisasi menunjukkan bahwa hampir seluruh subjek berada pada kategori tinggi baik pada aspek *ability comparison* (99,4%) maupun *opinion comparison* (98,6%). Artinya, pengguna Instagram tidak hanya membandingkan kemampuan, pencapaian, dan keberhasilan pribadi (*ability comparison*), tetapi juga membandingkan pendapat, pilihan hidup, gaya hidup, dan standar sosial yang ditampilkan pengguna lain (*opinion comparison*). Dominasi kedua aspek ini konsisten dengan sifat Instagram sebagai platform visual yang menonjolkan pencapaian dan gaya hidup "ideal", sehingga mendorong *upward social comparison* pada kedua dimensi sekaligus (Vogel dkk., 2014).

Seluruh aspek *quarter-life crisis* *anxious feeling*, *hopeless*, *pressured*, *stuck in a difficult situation*, *negative self-assessment*, *self-doubt in making decisions*, dan *worried about interpersonal relationships* berada pada kategori tinggi. Pola ini menunjukkan bahwa tekanan yang dialami dewasa awal pengguna Instagram di Medan tidak terbatas pada satu dimensi (misalnya kecemasan masa depan saja), melainkan menyebar merata ke seluruh aspek kehidupan: penilaian diri, pengambilan keputusan, hingga hubungan interpersonal.

Oleh karena itu, secara teoritis kecenderungan *ability comparison* yang tinggi dapat berkaitan dengan munculnya berbagai gejala *quarter life crisis*, seperti perasaan tertekan (*pressured*), penilaian diri negatif (*negative self-assessment*), serta keraguan dalam mengambil keputusan (*self-doubt in making decisions*). Sementara itu, *opinion comparison* menunjukkan kecenderungan individu membandingkan gaya hidup, nilai, dan pilihan hidupnya dengan pengguna lain di Instagram. Menurut Appel, Gerlach, dan Crusius (2016), paparan terhadap kehidupan ideal yang ditampilkan di media sosial dapat meningkatkan kecenderungan individu merasa tertinggal dari orang lain, sehingga memunculkan kecemasan, ketidakpuasan terhadap kehidupan, serta menurunkan kesejahteraan psikologis. Dengan demikian, secara teoritis tingginya *opinion comparison* dapat berkaitan dengan munculnya *anxious feeling*, *hopeless*, *stuck in a difficult*

situation, dan *worried about interpersonal relationships* sebagai bagian dari *quarter life crisis*.

Hal ini juga tercermin pada data deskriptif skor total: variabel *social comparison* memiliki mean empirik 53,1, lebih tinggi dari mean hipotetik 47,5, dengan mayoritas subjek berada pada kategori sedang (63,3%) dan tinggi (31,2%). Variabel *quarter-life crisis* memiliki mean empirik 75,3, lebih tinggi dari mean hipotetik 72,5, dengan mayoritas subjek juga berada pada kategori sedang (53,9%) dan tinggi (27,5%). Kesamaan pola kedua variabel sama-sama berada di atas rata-rata hipotetik dan didominasi kategori sedang-tinggi memperkuat bukti empiris bahwa hipotesis penelitian, yaitu hubungan positif antara *social comparison* dan *quarter-life crisis*, terbukti konsisten baik pada level skor total maupun pada level masing-masing aspek.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam menginterpretasikan hasil penelitian.

Pertama, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional dan pengumpulan data dilakukan pada satu waktu (*cross-sectional*). Oleh karena itu, hasil penelitian hanya menunjukkan adanya hubungan antara *social comparison* dengan *quarter-life crisis* pada dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan, namun belum dapat menjelaskan hubungan sebab-akibat di antara kedua variabel tersebut. Dengan demikian, tidak dapat dipastikan apakah *social comparison* menjadi penyebab munculnya *quarter-life crisis*, atau justru individu yang mengalami *quarter-life crisis* lebih terdorong untuk melakukan *social comparison* melalui media sosial.

Kedua, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *incidental sampling*, sehingga responden dipilih berdasarkan kemudahan peneliti dalam menjangkau subjek yang memenuhi kriteria penelitian. Teknik ini menyebabkan hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan kepada seluruh populasi dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan maupun di wilayah lain. Selain itu, karakteristik responden dalam penelitian ini juga belum sepenuhnya seimbang, karena sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan dan berstatus sebagai mahasiswa. Kondisi tersebut memungkinkan hasil penelitian lebih merepresentasikan pengalaman kelompok responden tersebut dibandingkan kelompok dewasa awal dengan karakteristik yang berbeda.

Ketiga, seluruh data penelitian diperoleh melalui metode *self-report* menggunakan kuesioner yang diisi secara mandiri oleh responden melalui media daring. Metode ini memiliki potensi menimbulkan *social desirability bias*, yaitu kecenderungan responden memberikan jawaban yang dianggap baik atau sesuai dengan harapan sosial dibandingkan menggambarkan kondisi yang sebenarnya. Selain itu, peneliti tidak dapat mengontrol situasi maupun kondisi ketika responden mengisi kuesioner, sehingga kemungkinan adanya gangguan atau kurangnya kesungguhan dalam menjawab tidak dapat dihindari.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai hubungan antara *social comparison* dengan *quarter-life crisis* pada dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara kedua variabel tersebut. Hasil analisis menunjukkan bahwa semakin tinggi kecenderungan individu melakukan *social comparison* melalui Instagram, maka semakin tinggi pula tingkat *quarter-life crisis* yang dialami. Sebaliknya,

semakin rendah kecenderungan individu membandingkan dirinya dengan orang lain, maka semakin rendah pula tingkat *quarter-life crisis* yang dirasakan. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan adanya hubungan antara *social comparison* dengan *quarter-life crisis* pada dewasa awal pengguna Instagram di Kota Medan dinyatakan diterima.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *social comparison* pada responden cenderung berada pada kategori sedang hingga tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar dewasa awal masih sering membandingkan kemampuan, pencapaian, pendapat, maupun kondisi kehidupan mereka dengan orang lain yang ditampilkan melalui Instagram. Di sisi lain, tingkat *quarter-life crisis* responden juga berada pada kategori sedang hingga tinggi, yang ditandai dengan munculnya perasaan cemas terhadap masa depan, kebingungan dalam menentukan arah hidup, tekanan dalam menghadapi tuntutan kehidupan, keraguan dalam mengambil keputusan, penilaian diri yang negatif, serta kekhawatiran terhadap hubungan interpersonal. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa penggunaan Instagram dapat menjadi salah satu media yang mendorong individu untuk melakukan perbandingan sosial secara terus-menerus sehingga berhubungan dengan meningkatnya pengalaman *quarter-life crisis*.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan gambaran bahwa perilaku *social comparison* memiliki keterkaitan yang kuat dengan kondisi psikologis dewasa awal. Temuan ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi dewasa awal agar lebih bijaksana dalam menggunakan media sosial, lebih berfokus pada proses perkembangan diri dibandingkan membandingkan pencapaian dengan orang lain, serta meningkatkan penerimaan diri agar mampu menghadapi berbagai tuntutan perkembangan pada masa dewasa awal secara lebih positif. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji faktor-faktor lain yang berhubungan dengan *quarter-life crisis*, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai upaya pencegahan dan penanganan fenomena tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2024). *Individu Pengguna Internet Global Tembus 5,35 Miliar pada Januari 2024*. Databoks.Katadata.Co.IdTehnologi-Telekomunikasi.
<https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/131ee92c794e906/individu-pengguna-internet-global-tembus-535-miliar-pada-januari-2024>
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). *The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. Current Opinion in Psychology*, 9, 44–49.
<https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.006>
- Argasiam, B., Adinda, S., & Putri, P. (2023). ANALITIKA Jurnal Magister Psikologi UMA Quarter Life of Crisis pada Kelompok Milenial ditinjau dari Perbandingan Sosial dan Resiliensi Quarter Life of Crisis in the Millennial Group in terms of Social Comparison and Resilience. *Jurnal Magister Psikologi UMA*, 15(2), 2502–4590. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/analitika>
- Atwood, J. D., & Scholtz, C. (2008). The quarter-life time period: An age of indulgence, crisis or both? *Contemporary Family Therapy*, 30(4), 233–250. <https://doi.org/10.1007/s10591-008-9066-2>
- Azis, A. R., & Salam, P. A. (2018). Keefektifan layanan informasi berbasis instagram untuk

meningkatkan kepercayaan diri siswa. *TERAPUTIK: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 1(3), 183. <https://doi.org/10.26539/1363>

Blease, C. R. (2015). Too many “friends,” too few “likes”? Evolutionary psychology and “facebook depression.” *Review of General Psychology*, 19(1), 1–13. <https://doi.org/10.1037/gpr0000030>

BPSMedan. (2025). *Jumlah Penduduk Kota Medan Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa)*, 2024. Badan Pusat Statistik Kota Medan. <https://medankota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTAyZlI=/jumlah-penduduk-kota-medanmenurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>

Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. (2005). *Social comparison orientation : a new perspective on those who do and those who don ' t compare with others*. 15–32.

DataReportal. (2024). *Digital 2024: Global overview report*. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>

Dungo, L. (2018). *Instagram use in emerging adults*. <https://ir.lib.uwo.ca/psychK uht/69>

Febrianth, A. N. A., & Supriyadi. (2020). Apakah Perbandingan Sosial Dalam Menggunakan Instagram Berperan Terhadap Kebahagiaan Remaja ? *Jurnal Psikologi Ilmiah*, 12(2), 126–137.

Febriyanti, R., Taibe, P., & Hazairin Zubair, A. G. (2023). Envy Sebagai Mediator pada Peran Social Comparison terhadap Quarterlife Crisis pada Mahasiswa di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(1), 28–35. <https://doi.org/10.56326/jpk.v3i1.2000>

Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>

Fuad, S. A. (2023). *Pengaruh social comparison terhadap quarter-life crisis pada emerging adulthood pengguna Instagram* (Skripsi Sarjana, Universitas Sumatera Utara). Repositori Institusi Universitas Sumatera Utara. <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/8485>

Gibbons, F. X., & Buunk, B. P. (1999). *Individual Differences in Social Comparison : Development of a Scale of Social Comparison Orientation*. 76(1), 129–142.

Gulo, M. S., Ambarita, T. F. A., Psikologi, F., Hkbp, U., & Medan, N. (2023). Perbedaan Self-Disclosure , pada Dewasa Awal Pengguna Media Sosial “ Instagram ” Ditinjau Berdasarkan Jenis Kelamin pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. *Journal Of Social Science Research*, 3, 9294–9307.

Hafarinto, B., Rahmayati, S., Laurensia, S., Faulin, D., Alrefi, A., & Minarsi, M. (2024). Pemahaman Terhadap Quarter Life Crisis Yang Terjadi Dimasa Perkembangan Dewasa Awal: Suatu Kajian Literatur. *Journal of Society Counseling*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.59388/josc.v2i1.431>

Herawati, I., & Hidayat, A. (2020). Quarterlife Crisis Pada Masa Dewasa Awal di Pekanbaru. *Journal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi*, 5(2), 145–156. <https://doi.org/10.33367/psi.v5i2.1036>

Hurlock, E. B. (2003). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*.

Huwae, A., & Sallata, J. (2023). Resiliensi dan Quarter Life-Qrisis Pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, Vol.2, No.(5), 1–22. <http://bajangjournal.com/index.php/J>

Hwang, H. S. (2019). Mengapa Perbandingan Sosial di Instagram. *KSII TRANSACTIONS ON INTERNET AND INFORMATION SYSTEMS*, 13(3), 1626–1638.

Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The Effects of Instagram Use, Social Comparison, and Self-Esteem on JIPSI (Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial) Vol 5 No. 1 April 2026| 648

Social Anxiety: A Survey Study in Singapore. *Social Media and Society*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2056305120912488>

Maharani, P. K. G. K., & Merida, S. C. (2025). Social Comparison and Quarter-Life Crisis in Generation Z: A Study of Instagram Users. *Developmental and Clinical Psychology*, 6(1), 28–39. <https://doi.org/10.15294/dcp.v6i1.31974>

Memoderasi Pengaruh Harga Diri terhadap Perilaku Adiksi pada Instagram di Kalangan Remaja. *Seminar Nasional PascaSarjana Di Universitas Gadjah Mada, 2013*, 39–48.

Mir, E., Novas, C., & Seymour, M. (2020). Social media and adolescents' and young adults' mental health. <https://www.center4research.org/social-media-affects-mental-health/>

Mulyani, I., Mikarsa, H. L., & Puspitawati, I. (2018). Apakah Jenis Kelamin

NapoleonCat. (2024a). *Instagram users in Indonesia*. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/>

Nash, R. J., & Murray, M. C. (2010). *Helping College Students Find Purpose*. 203–212.

Pangabeian, A. daniel. (2024). *Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat Indonesia Tahun 2024*. RADIO REPUBLIK INDONESIA. [https://rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024#:~:text=Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat,: 242 juta pengguna \(93%2C4%25 dari populasi\)](https://rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024#:~:text=Ini Data Statistik Penggunaan Media Sosial Masyarakat,: 242 juta pengguna (93%2C4%25 dari populasi))

Robbins, A., & Wilner, A. (2001). Quarterlife crisis : the unique challenges of life in your twenties. In *Penguin Putnam*. <http://www.amazon.com/dp/1585421065>

Robinson, O. C., & Wright, G. R. T. (2013). The prevalence, types and perceived outcomes of crisis episodes in early adulthood and midlife: A structured retrospective-autobiographical study. *International Journal of Behavioral Development*, 37(5), 407–416. <https://doi.org/10.1177/0165025413492464>

Rochim, D. F. (2025). Pengaruh hope dan social comparison terhadap quarter-life crisis pada dewasa awal. *Cognicia*, 13(1), 23–29. <https://doi.org/10.22219/cognicia.v13i1.39858>

Rosyiddin, A. A. A., & Afandi, N. A. (2023). Quarter-Life Crisis in Generation Z Adults. *Proceedings of International Conference on Psychology, Mental Health, Religion, and Spirituality*, 1(1), 34–40. <https://doi.org/10.29080/pmhrs.v1i1.1135>

Sampasa-Kanyinga, H., & Lewis, R. F. (2015). Frequent Use of Social Networking Sites is Associated with Poor Psychological Functioning among Children and Adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18(7), 380–385. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0055>

Santoso, M. R., & Aryono, M. M. (2024). *Is gratitude linked to life satisfaction in early adulthood?* Psikostudia: Jurnal Psikologi, 13(1). <https://doi.org/10.30872/psikostudia.v13i1.11080>

SINDO, K. (2020). *Survei: 5 Hal Paling Dicemaskan saat Quarter Life Crisis*. SindoNews. <https://lifestyle.sindonews.com/read/14429/700/survei-5-hal-paling-dicemaskan-saat-quarter-life-crisis-1588370747?showpage=all>

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D. Bandung: Alfabeta. In *Bandung: Alfabeta*.

Sulistianti, R. A., & Sugiarta, N. (2022). *Konstruksi Sosial Konsumen Online Shop Di Media Sosial Tiktok (Studi Fenomenologi Tentang Konstruksi Sosial Konsumen Generasi Z Pada Online Shop*

Smilegoddess Di Media Sosial Tiktok). 6(1), 3456–3466.

- Vahmi, N. I., & Elrisfa Magistarina. (2025). The contribution of social comparison to quarter life crisis in final year students at Padang State University. *In Trend : International Journal of Trends in Global Psychological Science and Education*, 2(2), 114–121. <https://doi.org/10.62260/intrend.v2i2.399>
- Verduyn, P., Gugushvili, N., Massar, K., Täht, K., & Kross, E. (2020). *Social comparison on social networking sites. Current Opinion in Psychology*, 36, 32–37. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.04.002>
- 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>
- Wahyuni, F., Adinda, S., Putri, P., Rheny, I., & Permitasari, A. (2025). The influence of social comparison on quarter life crisis mediated by psychological well-being in emerging adults Pengaruh perbandingan sosial terhadap krisis seperempat abad dengan dimediasi variabel kesejahteraan psikologis pada dewasa awal. *Jurnal Psikologi Tabularasa*, 20(2), 252–265. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jpt/index>