

Dampak Ketergantungan Konten Flexing pada Fase Quarter Life Crisis Mahasiswa Tingkat Akhir

Rifa Maghfira¹, Miftahul Rozaq^{2*}

^{1,2} Universitas Telkom Bandung, Indonesia

Alamat: Jl. Telekomunikasi. 1, Terusan Buahbatu - Bojongsoang, Telkom University, Sukapura, Kec.

Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40257

*e-mail : miftahulrozaq@telkomuniversity.ac.id

The Impact of Flexing Content Dependence on the Quarter-Life Crisis Phase of Final Year Students

ABSTRACT

Final-year students aged 20 years and over often feel various pressures to achieve a certain level of success or achievement. One of them is the pressure from flexing content that is often presented on social media. Dependence on flexing content can trigger anxiety about the future, which ultimately leads to the emergence of the quarter-life crisis phase. Through its content, social media indirectly influences students, especially in forming a crisis of self-confidence. This research aims to determine the influence of dependency on flexing content on the quarter-life crisis phase of final-year students and to find out how big the influence of dependency on flexing content is on the quarter-life crisis phase of final-year students. The media dependency theory introduced by Rokeach & Defleur (1976) is utilized as the primary foundation for this research. This research uses a quantitative approach with a survey method for 214 Communication Science students class of 2020 at Telkom University, Bandung. The results of this research obtained a significance value of 0.000 < 0.05. The research findings indicate that the dependency on flexing content on social media has a considerable potential to induce anxiety about life direction, leading to the formation of the quarter-life crisis phase. This shows that the dependence on flexing content which includes cognitive, affective, and behavioral aspects influences the quarter-life crisis phase which includes hopes and dreams, educational challenges, religion and spirituality, work life, home, lovers, family, and friends, and identity in final-year students. final Communication Science class of 2020, Telkom University Bandung, with an influence level of 40.7%, and the other 59.3% were influenced by other factors not included in the research. Research implications and suggestions are also discussed.

Keywords: *Flexing Content Dependency; Quarter Life Crisis; Final Year Students*

ABSTRAK

Mahasiswa tingkat akhir yang berusia 20 tahun keatas seringkali merasakan berbagai tekanan untuk mencapai tingkat kesuksesan atau pencapaian tertentu. Salah satunya adalah tekanan dari konten flexing yang sering dihadirkan pada media sosial. Ketergantungan pada konten flexing dapat memicu kecemasan akan masa depan, yang akhirnya berujung pada munculnya fase quarter life crisis. Melalui kontennya, media sosial secara tidak langsung memberikan pengaruh terhadap mahasiswa, terutama dalam pembentukan krisis kepercayaan diri. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ketergantungan konten flexing terhadap fase quarter life crisis mahasiswa tingkat akhir dan mengetahui seberapa besar pengaruh ketergantungan konten flexing terhadap fase quarter life crisis mahasiswa tingkat akhir. Teori ketergantungan media yang diperkenalkan Rokeach & Defleur (1976) digunakan sebagai landasan utama penelitian ini. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kepada 214 mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 Universitas Telkom Bandung. Hasil penelitian ini memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Penelitian ini memperoleh temuan ketergantungan konten flexing di media sosial memiliki potensi cukup tinggi sebagai terjadinya kecemasan tentang arah hidup yang mengarah pada pembentukan fase quarter life crisis. Ini menunjukkan bahwa ketergantungan konten flexing yang meliputi aspek kognitif, afektif dan perilaku berpengaruh terhadap fase quarter life crisis yang meliputi hopes and dream, education challenges, religion and spirituality, work life, home, lovers, family, and friends, dan identity pada mahasiswa tingkat akhir Ilmu Komunikasi angkatan 2020 Universitas Telkom Bandung, dengan tingkat pengaruh sebesar 40,7% dan 59,3% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian. Implikasi dan saran penelitian juga dibahas.

Kata kunci: *Ketergantungan Konten Flexing; Quarter Life Crisis; Mahasiswa Tingkat Akhir.*

LATAR BELAKANG

Di era digital yang semakin terhubung, pengguna dapat secara interaktif melakukan pertukaran pesan secara mudah dan cepat. Pesan yang disampaikan melalui media sosial seringkali menjadi sumber yang signifikan dalam menciptakan dan menyebarkan informasi kepada publik (Alamsyah, 2021). Hal ini mendorong peningkatan jumlah orang yang menggunakan media sosial, dari berbagai usia dan latar belakang. Melansir informasi dari *We Are Social* (2023), ditemukan sebesar 167 juta penduduk Indonesia sebagai pengguna aktif media sosial pada Januari 2023. Persentase penduduk Indonesia yang termasuk dalam statistik ini adalah sekitar 60,4%. Selain itu, penelitian menyebutkan bahwa penduduk Indonesia menghabiskan rata-rata 3 jam 18 menit dalam sehari untuk mengakses media sosial. Hasilnya, Indonesia kini masuk dalam peringkat 10 negara teratas di dunia dalam hal penggunaan media sosial. Terbukti dari temuan penelitian *We Are Social* bahwa masyarakat Indonesia menggunakan media sosial dengan intensitas yang sangat tinggi.

Tingginya intensitas dalam mengakses media sosial membuat individu memiliki ketergantungan terhadap media sosial, ketergantungan ini dapat menyebabkan individu mendapat terpaan konten yang dibagikan oleh komunikator melalui berbagai media yang digunakan (Nurfitrihanah & Ekowati, 2023). Salah satu bentuk konten yang menjadi tren akhir-akhir ini adalah konten *flexing* atau tindakan menyombongkan diri di media sosial (Pakpahan & Yoesgiantoro, 2023). *Flexing* di media sosial merujuk pada tindakan seseorang yang secara eksplisit memamerkan pencapaian, gaya hidup, atau aspek lainnya dari kehidupan mereka dengan tujuan mendapatkan perhatian, pengakuan, dan dukungan dari orang lain (Wijaya & Utami, 2021). Pertumbuhan media sosial telah memfasilitasi kebiasaan melenturkan diri dengan memungkinkan orang untuk berbagi gambar dan video tentang diri mereka yang menunjukkan pencapaian seperti barang mahal, liburan mewah, atau acara penting lainnya.

Seseorang yang memamerkan dirinya di media sosial berusaha menarik perhatian, kekaguman, atau rasa hormat orang lain. Kemunculan konten *flexing* di media sosial, seperti TikTok, Twitter, Facebook, dan Instagram membuat banyak orang meragukan kemampuan diri sendiri karena merasa tidak berhasil atau tidak mencapai standar kesuksesan seperti orang lain yang mereka lihat. Pakpahan & Yoesgiantoro (2023) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa konten *flexing* memberikan pengaruh besar terhadap kehidupan seseorang sehingga menyebabkan terjadinya pergeseran nilai-nilai yang sudah ada dalam masyarakat.

Melalui penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2022) mengungkapkan adanya dua kategori *flexing*, dua kategori *flexing* tersebut adalah, (1) materil, meliputi, *flexing* transaksional untuk memenuhi kebutuhan pribadi, *flexing* terhadap tindakan pemberian sesuatu, *flexing* atas nilai nominal, (2) Non-Materil, yaitu, *flexing* terhadap bentuk privasi atas reaksi tindakan emosional individu. Fenomena *flexing* di media sosial sudah menjadi aktivitas baru dalam masyarakat. Masyarakat biasa hingga publik figur menjadi kalangan yang biasa melakukan *flexing*. Pada dasarnya konten *flexing* dapat memberikan pengaruh positif terhadap individu sebagai sumber informasi dan motivasi diri (Adinda, 2023). Namun disisi lain, hal tersebut tidak sejalan dengan individu yang sedang berada dalam fase ketidakstabilan emosi. Pasalnya Individu yang tengah mengalami ketidakstabilan emosi cenderung merasa cemas dan kemudian membandingkan pencapaian mereka dengan orang lain (Permatasari & Marsa, 2022). Kondisi ini dikenal dengan sebutan *quarter life crisis*.

Robbins & Wilner (2001) pertama kali memperkenalkan istilah *quarter life crisis*. Ungkapan ini menggambarkan krisis emosional yang dialami individu ketika beranjak dari masa remaja hingga dewasa. Individu yang mengalami *quarter life crisis* mungkin menyadari dirinya tidak cukup yakin dan bingung dengan kehidupannya. Individu merasa hidupnya mereka berulang-ulang dan berakhir tanpa perubahan berarti. Fase *quarter life crisis* dapat terjadi kepada siapa saja yang sedang memasuki tahap kedewasaan, yaitu tahap dimana individu memasuki usia antara 20 hingga 30 tahun (Fazira et al., 2022). Menghadapi *quarter life crisis*, individu seringkali merasakan masa sulit yang memunculkan krisis emosional dan kecemasan dalam hidup mereka (Habibie et al., 2019). Adanya tuntutan yang tinggi selama fase *quarter life crisis*, membuat individu cenderung mengalami kecemasan yang berlebihan.

Konten yang memamerkan unsur materil atau biasa dikenal dengan *flexing* dapat berkontribusi pada *quarter life crisis* dengan beberapa cara. Pertama, melihat orang lain memamerkan keberhasilan dan gaya hidup yang tampak sempurna di media sosial dapat menciptakan perasaan tidak puas dengan kehidupan sendiri. Kedua, konten *flexing* dapat menciptakan tekanan sosial untuk mencapai kesuksesan dan gaya hidup yang sama, serta dapat menimbulkan kecemasan dan stress (Fatchurrahmi & Urbayatun, 2022; Permatasari, Marsa, 2022). Menurut Nash & Murray (2010:6) terdapat aspek penyebab dari *quarter life crisis* diantaranya, (1) *hopes and dream, education challenges, religion and spirituality, work life, home, lovers, family, and friends, dan identity*.

Dalam cakupan usia dewasa awal, mahasiswa tingkat akhir termasuk ke dalam kategori usia tersebut dengan rentang usia antara 20 hingga 25 tahun (Fajeri, 2023). Rentang usia ini sesuai dengan tahapan perkembangan yang dikenal sebutan *emerging adulthood*, seperti yang dijelaskan oleh Arnett (2004). Setelah

mencapai tingkat akhir, mahasiswa seringkali dihadapkan pada berbagai kemungkinan, seperti melanjutkan pendidikan lebih lanjut, mencari pekerjaan, menjalin hubungan asmara, dan terlibat dalam kegiatan sosial (Fatchurrahmi & Urbayatun, 2022). Beberapa diantara mereka mungkin merasa bingung dan berusaha mencari alternatif untuk mengatasi rintangan, sebagaimana yang disampaikan oleh Sujudi (2020). Selain itu, mahasiswa tingkat akhir cenderung menghadapi banyak tekanan, salah satunya adalah tekanan yang dihasilkan dari media sosial.

Secara tidak langsung, media sosial memberikan pengaruh terhadap mahasiswa tingkat akhir melalui kontennya yang memperlihatkan kehidupan mewah, serta seringkali pengguna menampilkan pencapaian atau kesuksesan dalam kehidupan pribadinya. Kemampuan suatu media dalam mempengaruhi khalayak sangat besar. Ketika khalayak membaca, melihat, atau mendengar pesan dari media, mereka cenderung memberikan perhatian khusus terhadap isi pesan tersebut (Lestari & Satriani, 2022). Terpapar secara berlebihan oleh pesan-pesan yang menonjolkan pencapaian dan gaya hidup mewah dari orang lain dapat memicu perasaan tidak puas, cemas, dan khawatir mengenai masa depan.

Semakin banyak individu yang mengandalkan media sebagai sumber utama pemenuhan informasi, semakin intens paparan mereka terhadap berbagai jenis konten. Meskipun sebagian besar informasi yang tersedia dapat membawa manfaat, ada resiko lain bahwa intensitas konsumsi media yang tinggi dapat menyebabkan ketidakseimbangan dalam pemahaman realitas dan meningkatkan risiko terjadinya kelelahan informasi. Menurut Horrigan (2002) terdapat dua dimensi yang mendukung terjadinya intensitas yaitu, (1) frekuensi, terkait seberapa sering seseorang melakukan aktivitas tertentu dalam jangka waktu yang ditentukan yang mencerminkan unit waktu khusus seperti harian, mingguan atau bulanan, (2) durasi, terkait berapa lama waktu yang dibutuhkan atau kemampuan seseorang dalam menjalankan suatu aktivitas. Ini diukur dalam unit waktu spesifik, seperti menit atau jam.

Teori ketergantungan (*dependency theory*) yang diperkenalkan oleh Melvin DeFleur dan Sandra Ball-Rokeach pada tahun 1976 menjadi landasan penelitian ini. Gagasan di balik teori ini menggambarkan bagaimana ketergantungan masyarakat terhadap media dapat memberikan pengaruh besar terhadap kehidupan mereka karena media menjadi semakin diperlukan untuk memenuhi berbagai kebutuhan (Musfialdy & Anggraini, 2020). Dalam konteks penelitian ini, teori ketergantungan mencerminkan bagaimana individu yang bergantung pada konten *flexing* di media sosial dapat mempengaruhi psikologis mereka yang kemudian mengarah pada fase *quarter life crisis*. Semakin sering individu memanfaatkan media untuk memenuhi kebutuhannya, semakin besar peran media dalam kehidupan mereka.

Rokeach & Defleur (1976) berpendapat setidaknya terdapat tiga efek dari ketergantungan terhadap media yang dapat dikaitkan dengan konten *flexing*, diantaranya, (1) Kognitif, misalnya ketika individu mengkonsumsi unggahan yang menampilkan konten *flexing* seperti, bukti nominal terhadap pembelian suatu barang mewah mereka mengalami pergeseran dalam pemahaman tentang keberhasilan, kebahagiaan atau bahkan harga diri, (2) Afektif, misalnya melihat gambar atau video yang menampilkan kemewahan dapat memunculkan perasaan ketidakpuasan terhadap kehidupan mereka yang dapat mengubah emosi mereka. (3) Perilaku, misalnya ketika individu terpapar konten pembelian barang mewah, yang menunjukkan bukti transaksi seperti struk belanja atau kartu kredit dengan jumlah besar dapat memicu respon perilaku seperti memberikan suka (*like*) atau tidak suka (*dislike*) pada konten tersebut.

Penelitian sebelumnya telah membahas tentang *Quarter Life Crisis*, pertama oleh Anjayani (2021) tentang *faktor-faktor quarter life crisis* pada mahasiswa tingkat akhir, hasil penelitian menunjukkan bahwa lebih dari separuh mahasiswa menghadapi masalah *quarter life crisis* pada tingkat menengah atau tinggi yang dipengaruhi oleh gambaran kesuksesan teman sebaya yang sering muncul di media sosial. Kemudian penelitian oleh Permatasari & Marsa (2022) tentang dampak media sosial dalam *quarter life crisis* gen z di Indonesia, hasilnya mengungkapkan bahwa kegiatan di media sosial yang berlebihan dapat menciptakan perubahan pada generasi Z mengalami *quarter life crisis*, yang diakibatkan karena individu sering mengkonsumsi konten dengan unsur ekonomi dan materil, sehingga individu merasa cemas terhadap masa depannya. Selain itu, penelitian sebelumnya telah mempelajari bagaimana *quarter life crisis* terjadi pada mahasiswa tingkat akhir. Hasilnya ditemukan bahwa masing-masing individu merasakan masa *quarter life crisis* dengan beragam kesulitan dan mayoritas dari mereka merasakan kecemasan terhadap masa depan yang dipengaruhi oleh media sosial ketika melihat seseorang jauh lebih unggul dibandingkan diri sendiri (Salsabila et al, 2023). Kemudian penelitian oleh Adrian Meier (2022) menunjukkan bahwa media sosial mempengaruhi perbandingan dan kecemburuan dengan orang lain yang dimulai ketika melihat postingan media sosial pengguna lain dan membandingkannya dengan keadaan diri sendiri, sehingga dapat memberikan tingkat kesejahteraan yang rendah bagi individu dan menimbulkan efek kecemasan pada kemampuan diri sendiri.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, penggunaan media sosial dapat menjadi pemicu yang berkontribusi terhadap *quarter life crisis*, terutama pada konten-konten yang memperlihatkan pencapaian seseorang. Namun

apakah konten-konten yang menampilkan pencapaian baik berupa materil maupun non-materil/ *flexing* tersebut berpengaruh terhadap *quarter life crisis* khususnya pada mahasiswa tingkat akhir belum dibahas. Untuk memperluas hasil penelitian sebelumnya, penelitian ini menguji dampak ketergantungan konten *flexing* pada *quarter life crisis* mahasiswa tingkat akhir dimana mahasiswa tingkat akhir seringkali dihadapkan pada berbagai kemungkinan, seperti melanjutkan pendidikan lebih lanjut, mencari pekerjaan, menjalin hubungan asmara dll. Selain itu, dengan berlandaskan pada teori ketergantungan membuat penelitian ini dapat memberikan perspektif baru yang dapat memberikan kontribusi untuk memperluas penelitian selanjutnya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ketergantungan konten *flexing* terhadap fase *quarter life crisis* mahasiswa tingkat akhir, dan mengetahui seberapa besar pengaruh ketergantungan konten *flexing* terhadap fase *quarter life crisis* mahasiswa tingkat akhir. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat signifikansi. Baik signifikansi teoritis untuk menambah pengetahuan dalam perkembangan di bidang Ilmu Komunikasi. Maupun signifikansi praktis untuk memberikan wawasan berharga dan menjadi evaluasi bagi pengguna media untuk mempertimbangkan dampak psikologis dari konten-konten yang terdapat pada unggahan mereka.

METODE

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kuantitatif eksplanatif. Menurut Sugeng (2022:35), tujuan utama penelitian eksplanatif adalah guna memperoleh pemahaman terhadap hubungan kausal antar variabel melalui proses pengujian hipotesis. Oleh karena itu, hipotesis nol penelitian (H0) adalah tidak terdapat pengaruh signifikan antara ketergantungan konten *flexing* terhadap fase *quarter life crisis* mahasiswa tingkat akhir. Selanjutnya, hipotesis alternatif (H1) adalah terdapat pengaruh signifikan antara ketergantungan konten *flexing* terhadap fase *quarter life crisis* mahasiswa tingkat akhir. Terdapat dua variabel yang relevan dengan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, kemudian dijelaskan dalam bentuk tabel berikut ini:

Table 1. Variabel Penelitian (Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

No	Variabel	Indikator	Keterangan
1	Ketergantungan Konten <i>Flexing</i> (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976)	Kognitif	Tindakan memperlihatkan bukti nominal membuat pemahaman baru terhadap konsep keberhasilan
		Afektif	Tindakan mengganggu kesejahteraan emosional seseorang menciptakan perasaan tidak puas terhadap diri sendiri
		Perilaku	Tindakan pemberian sesuatu kepada seseorang dapat menciptakan sikap positif Tindakan menunjukkan bukti transaksi pembelian barang mewah menciptakan perilaku pemberian <i>like</i> atau <i>dislike</i> pada konten tersebut
2	<i>Quarter life crisis</i> (Nash & Murray, 2010:6)	<i>Hopes and Dream</i>	Ragu terhadap keputusan yang diambil Muncul keinginan untuk merancang ulang harapan baru Ragu terhadap jurusan yang dipilih
		<i>Educational Challenges</i>	Apakah telah memperoleh pemahaman yang memadai Apakah jurusan yang dipilih memberikan dukungan untuk perkembangan karir di masa depan
		<i>Religion and Spirituality</i>	Ragu terhadap keyakinan agama yang dianut Merasa bahwa kehadiran Tuhan terasa jauh
		<i>Work life</i>	Mempertimbangkan pekerjaan berdasarkan minat atau penghasilan Keinginan untuk mendapatkan pekerjaan yang tidak menciptakan tekanan berlebihan
		<i>Home, Lover, Family, and Friends</i>	Ragu terhadap hubungan dengan lawan jenis Kesulitan untuk hidup mandiri Kesulitan menemukan teman yang dapat dipercaya
		<i>Identity</i>	Kecemasan dan kebingungan terhadap pilihan hidup Berusaha mempersiapkan masa depan

Mahasiswa Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom Bandung dipilih menjadi populasi pada penelitian ini. Pemilihan ini didasarkan pada hasil pra riset yang dilakukan sebelumnya. Hasilnya, mahasiswa mengaku tidak percaya diri dengan kemampuan diri sendiri ketika melihat seseorang jauh lebih unggul di media sosial dengan presentase 96,7%. Selanjutnya dengan presentase 95,8% mengaku memiliki perasaan tertekan akibat adanya perbandingan dengan pencapaian orang lain. Kemudian dengan presentase 98,1% mengaku memiliki kecemasan terhadap masa depan, dan 95,8% memiliki kekhawatiran terhadap persoalan karir dan hubungan. Dari hasil data tersebut diketahui mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 Universitas Telkom Bandung memiliki ciri-ciri yang mengarah pada *quarter life crisis* berdasarkan frekuensi dan durasi melihat konten *flexing*.

Kemudian, melansir dari laman berita daring Liputan6.com (2019) menyebutkan mahasiswa perguruan tinggi di kota Bandung rentang mengalami depresi hingga bunuh diri. Munculnya kejadian ini dipengaruhi oleh berbagai tuntutan sosial yang dihadapi oleh mahasiswa. Hal ini mengindikasikan adanya permasalahan serius yang dihadapi oleh kalangan mahasiswa di kota Bandung. Merujuk pada hal tersebut, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian lebih lanjut pada mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi angkatan 2020 di Universitas Telkom Bandung. Ini dilakukan sejalan dengan hasil pra riset bahwa mahasiswa Ilmu komunikasi angkatan 2020 Universitas Telkom Bandung memiliki ciri-ciri krisis emosional dan pemilihan angkatan 2020 relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan, pasalnya mahasiswa angkatan 2020 sudah mencapai tingkat akhir dan sedang dihadapkan oleh banyaknya tuntutan sosial. Selanjutnya, Universitas Telkom dipilih untuk mewakili salah satu kampus yang berada di kota Bandung. Sehingga, peneliti benar melihat adanya *quarter life crisis* yang terjadi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 di Universitas Telkom Bandung.

Diketahui populasi mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi angkatan 2020 di Universitas Telkom Bandung adalah 456 mahasiswa. Dalam hal ini, teknik penarikan sampel *non probability* dalam bentuk *purposive sampling* digunakan. Untuk menghasilkan data sesuai dengan kebutuhan penelitian, maka ditetapkan kriteria sampel antara lain, (1) mengalami *quarter life crisis*, (2) menunjukkan tanda-tanda *quarter life crisis*, (3) pernah melihat konten *flexing*, (4) aktif menggunakan media sosial (5) mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 Universitas Telkom Bandung. Selanjutnya, menurut Sudaryana & Agusiady (2022:34) adanya keterbatasan waktu, dana, dan sumber daya manusia dalam populasi yang besar, membuat peneliti tidak dapat melakukan penelitian pada seluruh populasi. Akibatnya, peneliti menggunakan sampel yang terdiri dari sebagian kecil populasi, penentuan sampel ini dapat dilakukan menggunakan rumus slovin. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan rumus slovin untuk mendapatkan hasil yang dianggap dapat mewakili populasi asli tanpa harus mengambil seluruh populasi yang ada (Sugiyono, 2017). Berdasarkan perhitungan, jumlah sampel minimum dari populasi 456 mahasiswa adalah 214 sampel. Melalui tingkat kesalahan 5%.

Yusuf (2014:222) menjelaskan bahwa Skala Likert adalah seperangkat pernyataan, dan meminta responden menilai seberapa setuju atau tidak setujunya mereka terhadap setiap item. Sehingga, penelitian ini menggunakan skala Likert untuk mengukur tanggapan responden terkait setiap pernyataan yang diajukan. Skala Likert dalam penelitian ini dibagi menjadi lima tingkatan, yakni: Setuju (S) (4 poin), Tidak Setuju (TS) (2 poin), Sangat Tidak Setuju (STS) (1 poin), Netral (N) (3 poin), dan Sangat Setuju (SS) (5 poin). Teknik pengumpulan data terdiri dari data primer atau sumber langsung diperoleh melalui survei melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 Universitas Telkom Bandung. Caranya, peneliti membuat kuesioner dalam bentuk *Google Form* dan kemudian dilakukan penyebaran kepada responden melewati *Direct Message* Instagram serta aplikasi *chatting* lainnya seperti Line dan WhatsApp. Sedangkan data sekunder atau sumber tidak langsung diperoleh dari internet, buku, jurnal maupun skripsi penelitian sebelumnya untuk mendapatkan data dan informasi yang diperlukan.

HASIL DAN DISKUSI

HASIL

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara *online* kepada 214 mahasiswa Ilmu Komunikasi, Universitas Telkom Bandung. Hasil pengumpulan data menunjukkan karakteristik responden seperti yang ditunjukkan dalam tabel berikut ini:

Berdasarkan tabel 2. Menunjukkan bahwa mayoritas responden mengisi kuesioner adalah perempuan, rentang usia 22-23 tahun, menggunakan media sosial dengan frekuensi 4-5 kali dalam sehari dan durasi > 3 jam, kemudian instagram menjadi platform media sosial yang paling tinggi menampilkan konten *flexing*, serta menimbulkan perasaan cemas dan khawatir.

Table 2. Karakteristik Responden (Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Jenis Kelamin	Jumlah (n)	Presentase
Laki-laki	73 responden	34,1%
Perempuan	141 responden	65,9%
Usia	Jumlah (n)	Presentase
20-21 tahun	69 responden	32,2%
22-23 tahun	102 responden	47,7%
24-25 tahun	43 responden	20,1%
Frekuensi Penggunaan Media Sosial Dalam Sehari	Jumlah (n)	Presentase
1 kali	5 responden	5,3%
2 - 3 kali	52 responden	24,3%
4 - 5 kali	105 responden	49,1%
> 6 kali	52 responden	24,3%
Durasi Penggunaan Media Sosial Dalam Sehari	Jumlah (n)	Presentase
15 - 30 menit	5 responden	2,3%
30 menit - 1 jam	8 responden	3,7%
1 - 2 jam	6 responden	2,8%
> 3 jam	195 responden	91,1%
Platform Melihat Konten Flexing	Jumlah (n)	Presentase
Instagram	164 responden	76,6%
Facebook	20 responden	9,3%
TikTok	20 responden	9,3%
Twitter	10 responden	4,7%
Perasaan Melihat Seseorang Jauh Lebih Unggul di Media Sosial	Jumlah (n)	Presentase
Cemas dan Khawatir	73 responden	34,1%
Bingung	55 responden	25,7%
Tertekan	45 responden	21%
Merasa tidak puas pada diri sendiri	41 responden	19,2%

Uji Validitas

Hasil uji validitas untuk variabel X “ketergantungan konten *flexing*” menunjukkan bahwa semua indikator dari X1 hingga X5, memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} pada tingkat signifikansi 5%. Ini berarti setiap butir pernyataan memiliki korelasi yang baik dengan variabel yang diukur. Dengan demikian, tidak ada item yang tidak valid dengan jumlah butir valid adalah 5 item. Sehingga dapat dinyatakan apabila instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur ketergantungan konten *flexing* memiliki validitas yang baik. Lebih lengkap lihat tabel 3

Table 3. Uji Validitas Variabel Ketergantungan Konten *Flexing* (Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Kognitif	X1	0.527	0.361	Valid
	X2	0.675	0.361	Valid
Afektif	X3	0.725	0.361	Valid
	X4	0.686	0.361	Valid
Perilaku	X5	0.553	0.361	Valid

Sedangkan hasil uji validitas untuk variabel Y "*quarter life crisis*" menunjukkan bahwa semua indikator dari Y1 hingga Y19, memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} pada tingkat signifikansi 5%.

Table 4. Uji Validitas Variabel *Quarter Life Crisis* (Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Variabel	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
<i>Hopes and Dream</i>	Y1	0.716	0.361	Valid
	Y2	0.906	0.361	Valid
<i>Educational Challenge</i>	Y3	0.732	0.361	Valid
	Y4	0.908	0.361	Valid
	Y5	0.665	0.361	Valid
	Y6	0.716	0.361	Valid
	Y7	0.906	0.361	Valid
<i>Religion and Spirituality</i>	Y8	0.732	0.361	Valid
	Y9	0.908	0.361	Valid
<i>Work Life</i>	Y10	0.665	0.361	Valid
	Y11	0.716	0.361	Valid
	Y12	0.906	0.361	Valid
<i>Home, Lovers, Family, and Friends</i>	Y13	0.716	0.361	Valid
	Y14	0.906	0.361	Valid
	Y15	0.732	0.361	Valid
<i>Identity</i>	Y16	0.908	0.361	Valid
	Y17	0.665	0.361	Valid
	Y18	0.716	0.361	Valid
	Y19	0.9016	0.361	Valid

Dengan demikian, dengan total 19 butir pernyataan secara keseluruhan dinyatakan valid dan dianggap memiliki validitas yang memadai untuk digunakan dalam penelitian ini, Sehingga hal ini menandakan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner memiliki kemampuan untuk mengukur dengan baik terkait dengan *quarter life crisis* pada responden.

Uji Reliabilitas

Hasil nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel X “*ketergantungan konten flexing*” memiliki nilai yang lebih tinggi dari nilai minimum, yakni $0.623 > 0,60$. Ini menandakan bahwa setiap butir pernyataan pada variabel X dinyatakan reliabel atau memiliki keandalan yang baik.

Table 5. Uji Reliabilitas Variabel Ketergantungan Konten *Flexing* (Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.623	5

Selanjutnya, hasil nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel Y “*quarter life crisis*” memiliki nilai yang lebih tinggi dari nilai minimum, yakni $0.967 > 0,60$. Sehingga dapat dikatakan bahwa setiap item pada Variabel Y dinyatakan reliabel atau memiliki konsistensi yang baik.

Table 6. Uji Reliabilitas Variabel *Quarter Life Crisis* (Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.967	19

Uji Normalitas

Uji normalitas penting dilakukan dalam penelitian guna memastikan suatu distribusi data yang diperoleh melalui pengumpulan data memiliki sifat normal yang juga diterima dari suatu populasi normal (Sudaryana & Agusiady, 2022:267). Dalam konteks uji normalitas *one sample kolmogorov smirnov*, hipotesis nol (H_0) menyatakan bahwa distribusi residu adalah normal. Oleh karena itu, jika nilai signifikansi yang dihasilkan $> 0,05$ maka suatu data dikatakan berdistribusi normal dan sebaliknya, jika nilai signifikansi yang dihasilkan $< 0,05$ maka suatu data dikatakan tidak berdistribusi normal (Ningsih & Dukalang, 2019). Berikut adalah hasil uji normalitas pada penelitian ini:

Table 7. Uji Normalitas (Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N			214
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,000000	
	Std. Deviation	8,53738650	
	Absolute	0,082	
Most Extreme Differences	Positive	0,031	
	Negative	-0,082	
Test Statistic			0,082
Asymp. Sig. (2-tailed)			,001 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,108 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	0,100
		Upper Bound	0,116

Data dalam penelitian ini dianggap normal melalui hasil uji normalitas *one sample kolmogorov smirnov*. Artinya, data memenuhi uji normalitas. Hasil menunjukkan signifikansi sebesar 0,108 berarti kedua variabel independen dan dependen memiliki nilai $> 0,05$.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dinilai dengan glejser. Keputusan uji heteroskedastisitas glejser didasarkan pada nilai sig. Nilai $> 0,05$ maka dapat dikatakan data tidak menunjukkan masalah heteroskedastisitas dan nilai $< 0,05$ maka dapat dikatakan data menunjukkan masalah heteroskedastisitas (Ningsih & Dukalang, 2019). Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas glejser:

Table 8. Uji Heteroskedastisitas (Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,080	2,955		2,396	0,017
1 Ketergantungan Konten <i>Flexing</i>	-0,018	0,140	-0,009	0,130	0,897

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas nilai sig. seluruh variabel $> 0,05$, artinya data terbebas dari permasalahan heteroskedastisitas, dan lolos uji heteroskedastisitas.

Uji Statistik Deskriptif

Pada variabel X "ketergantungan konten *flexing*" didukung oleh tiga indikator, yaitu kognitif, afektif, dan perilaku. Untuk mengetahui respons dari responden terhadap indikator variabel X hasilnya ditunjukkan dalam tabel berikut ini:

Table 9. Uji Statistik Deskriptif Variabel Konten *Flexing* (Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

	Descriptive Statistics				
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Kognitif	214	4.00	10.00	8.1916	1.22022
Afektif	214	3.00	10.00	8.2477	1.28530
Perilaku	214	2.00	5.00	4.4439	.69481

Berdasarkan tabel 9. Diketahui variabel "ketergantungan konten *flexing*" dengan jumlah pernyataan 5 item mendapat nilai rata-rata tertinggi sebesar 8,2477 pada indikator afektif. Hal ini membuktikan bahwa responden menunjukkan kecenderungan positif terhadap konten yang menampilkan kesuksesan dapat membuat mereka memiliki perasaan tidak puas terhadap diri sendiri. Sementara itu, nilai rata-rata terkecil sebesar 4,4439 pada indikator perilaku. Hal ini terjadi karena tidak semua konten *flexing* yang memperlihatkan bukti transaksi dalam jumlah besar mendapatkan perilaku tidak menyukai (*dislike*) dari responden. Meskipun begitu, indikator tersebut masih mendapatkan nilai positif dari responden, dibuktikan dari perolehan rata-rata nilai lebih besar dari minimum nilai, yaitu $4,4439 > 2,00$.

Sementara itu, pada variabel Y "*quarter life crisis*" di dukung oleh enam indikator, yaitu *hopes and dream, educational challenge, religion and spirituality, work life, home, lovers, family, and friends, dan identity*. Untuk mengetahui respons dari responden terhadap indikator variabel Y hasilnya ditunjukkan dalam tabel 10.

Berdasarkan tabel 10. Diketahui variabel Y "*quarter life crisis*" mendapat nilai rata-rata tertinggi sebesar 20,7617 pada indikator *educational challenge*. Hal ini membuktikan bahwa responden menunjukkan kecenderungan positif terhadap kekhawatiran terkait permasalahan akademik untuk masa depan. Sementara itu, nilai rata-rata terkecil sebesar 8,1869 pada indikator *hopes and dream*. Meskipun memiliki nilai rata-rata terkecil mayoritas responden cenderung setuju ketika melihat kesuksesan orang lain di media sosial merasa ragu terhadap keputusan yang diambil dan berkeinginan untuk merancang harapan baru. Dapat diamati dari perolehan rata-rata nilai lebih besar dari minimum nilai, yaitu $8,1869 > 5,00$.

Table 10. Uji Statistik Deskriptif Variabel *Quarter Life Crisis* (Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Descriptive Statistics					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Hopes and Dream	214	5.00	10.00	8.1869	1.31535
Educational Challenge	214	14.00	25.00	20.7617	2.97946
Religion and Spirituality	214	3.00	10.00	8.3084	1.35599
Work Life	214	8.00	15.00	12.4907	1.83021
Home, Lovers, Family, and Friends	214	8.00	15.00	12.5000	1.90070
Identity	214	10.00	20.00	16.5187	2.48887

Uji Regresi

Peneliti kemudian menggunakan regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji T untuk mengumpulkan data dan menjawab hipotesis. Dibantu dengan *software* SPSS (versi 29). Inilah hasilnya:

Table 11. Hasil Uji Regresi (Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21,530	4,785		4,500	0,000
Ketergantungan Konten <i>Flexing</i>	2,741	0,227	0,638	12,052	0,000

a. Dependent Variable: *Quarter Life Crisis*

Mengacu pada tabel 11. Diketahui nilai konstanta sebesar 21,530 merepresentasikan nilai *quarter life crisis* ketika semua variabel independen adalah 0. Dengan demikian, nilai *quarter life crisis* yang diperoleh adalah sebesar 1,523. Koefisien regresi variabel ketergantungan konten *flexing* sebesar 2,741, artinya pada saat terjadi kenaikan nilai sebesar 1 pada ketergantungan konten *flexing*, maka *quarter life crisis* menurun sebesar 2,741, beranggapan bahwa nilai variabel independen lain tidak mengalami perubahan. Melalui analisis regresi linear didapatkan persamaan model regresi linear sederhana berikut ini:

$$\text{Ketergantungan Konten Flexing} = 21,530 + 2,741 * \text{Quarter Life Crisis}$$

Berdasarkan persamaan tersebut, nilai *quarter life crisis* diwakili oleh nilai konstanta sebesar 21,530 dan nilai *quarter life crisis* yang timbul adalah 1,523, pada saat seluruh nilai variabel independen bernilai 0. Maka, Koefisien regresi variabel ketergantungan konten *flexing* sebesar 2,741, artinya pada saat terjadi kenaikan nilai sebesar 1 pada ketergantungan konten *flexing*, maka *quarter life crisis* menurun sebesar 2,741, ini beranggapan bahwa nilai variabel independen lain tidak mengalami perubahan.

Uji Koefisien Determinasi

Langkah selanjutnya adalah melakukan uji *R-square* (R^2) untuk mengevaluasi kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013:97). R^2 digunakan sebagai alat untuk mengevaluasi kesesuaian model regresi linear dengan data observasionalnya. Nilai R^2 berkisar antara 0 dan 1, dimana semakin tinggi nilainya, model tersebut semakin baik dalam memberikan kemampuan menjelaskan variasi yang terdapat dalam variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi yang sudah dilakukan pada penelitian ini dapat dicermati pada tabel 12.

Table 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,638 ^a	0,407	0,404	8,557
a. Predictors: (Constant), Ketergantungan Konten <i>Flexing</i>				
b. Dependent Variable: <i>Quarter Life Crisis</i>				

Dengan nilai *R Square* sebesar 0,407 pada Tabel 12, maka variabel independen dalam penelitian ini dapat memberikan kontribusi sebesar 40,7% terhadap variasi variabel dependen. Namun, faktor tambahan yang tidak disertakan dalam penelitian ini adalah sebesar 59,3%.

Uji T

Umumnya uji T digunakan dalam analisis regresi untuk menilai apakah suatu variabel independen memiliki dampak yang signifikan terhadap variabel dependen (Sudaryana & Agusiady, 2022:281). Apabila signifikansi nilai > 0,05, ini sebagai pertanda bahwa variabel dependen tidak dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen. Sebaliknya, signifikansi nilai < 0,05, ini sebagai pertanda bahwa variabel dependen dipengaruhi secara signifikan oleh variabel independen. Berikut adalah hasil uji T yang sudah dilakukan dalam penelitian ini:

Table 13. Hasil Uji Hipotesis (Uji T) (Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21,530	4,785		4,500	0,000
	Ketergantungan Konten <i>Flexing</i>	2,741	0,227	0,638	12,052	0,000

a. Dependent Variable: *Quarter Life Crisis*

Mengacu pada tabel 13. Dapat diketahui hasil analisis data dengan uji T. Hasilnya adalah untuk variabel ketergantungan konten *flexing* terhadap *quarter life crisis* sebesar, nilai T hitungannya adalah 12,052, dengan tingkat signifikansi 0,000 ini artinya tingkat signifikansi < 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa ketergantungan konten *flexing* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *quarter life crisis*. Akibatnya, hipotesis alternatif (H1) diterima dan hipotesis nol (H0) ditolak.

DISKUSI

Variabel independent yakni ketergantungan konten *flexing* pada penelitian ini mengacu pada tiga efek ketergantungan media yang dikemukakan oleh (Ball-Rokeach & DeFleur, 1976). Hasilnya memiliki presentase skor total sebesar 84,21% dan apabila dilihat berdasarkan garis kontinum masuk dalam kategori sangat tinggi. Dari 5 pernyataan, secara keseluruhan tidak ada satupun yang hasilnya berada pada kategori sangat rendah atau rendah. Berikut adalah sub variabel dari ketergantungan konten *flexing*:

Kognitif, sub variabel kognitif pada pernyataan nomor 1 mendapatkan skor total sebesar 87,01%. Artinya, mayoritas dari responden menyatakan dengan respons positif terkait pernyataan dengan indikasi konten yang menampilkan bukti nominal dapat mengubah pemahaman mereka tentang konsep keberhasilan. Kemudian, pernyataan nomor 2 mendapatkan skor total sebesar 78,69%. Artinya, mayoritas dari responden menyatakan dengan respons positif atas pernyataan konten yang menampilkan bukti nominal dapat memperkuat persepsi bahwa keberhasilan seseorang hanya diukur dari aspek materi.

Afektif, sub variabel kognitif pada pernyataan nomor 3 mendapatkan skor total sebesar 85,51%. Artinya, mayoritas dari responden menyatakan dengan respons positif terkait pernyataan konten yang menampilkan kesuksesan dapat membuat mereka merasa tidak puas terhadap diri sendiri. Kemudian, pada pernyataan nomor 4 mendapatkan skor total sebesar 80,56%. Artinya, mayoritas dari responden menyatakan dengan respons

positif atas pernyataan konten yang memperlihatkan pemberian hadiah atau kebaikan kepada orang lain cenderung memiliki sikap positif.

Perilaku, sub variabel perilaku pada pernyataan nomor 5 mendapatkan skor total sebesar 89,25%. Artinya, mayoritas dari responden menyatakan dengan respons positif terkait pernyataan konten yang memperlihatkan bukti transaksi dalam jumlah besar ditandai dengan pemberian *dislike* pada konten tersebut.

Secara keseluruhan, mayoritas responden menunjukkan kecenderungan positif terhadap sub variabel yang dijelaskan. Dengan beberapa aspek yang memperoleh tingkat persetujuan yang sangat tinggi. Hal ini membuktikan bahwa ketergantungan konten *flexing* di media sosial berdampak pada efek kognitif, afektif, dan perilaku. Hasil ini menjelaskan bahwa media memberikan tingkat kebutuhan yang tinggi, disamping itu media juga berkontribusi pada berbagai dampak yang ditimbulkan dari sebagian pengguna (Musfialdy & Anggraini, 2020). Sehingga media terbukti memiliki kekuatan untuk mengubah pola pikir (kognitif), perasaan (afektif), dan tindakan (perilaku). Akibatnya, pengguna media seringkali terjebak dalam ketergantungan yang membuatnya tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga dipengaruhi secara emosional dan tindakan oleh konten yang dilihatnya.

Berdasarkan penjelasan, teori ketergantungan menjadi salah satu teori yang berkembang luas di bidang keilmuan komunikasi. Melalui teori ini dijelaskan bahwa terdapat hubungan interaksi antara sistem sosial, sistem media, dan sejauh mana sistem media menjadi sumber utama dalam memenuhi kebutuhan individu, kemudian dari ketiga interaksi tersebut memberikan pengaruh komunikasi, yakni kognitif, afektif, dan perilaku (Nawi et al., 2020). Penelitian ini membahas ketergantungan konten *flexing* yang dimasukkan dalam konteks kognitif, afektif, dan perilaku yang mana berkaitan erat dengan teori ketergantungan. Teori ketergantungan oleh Rokeach & Defleur (1976) mencatat bahwa sistem media sebagai peran utama dalam memenuhi kebutuhan individu yang hasilnya dapat mempengaruhi komunikasi dalam hal kognitif (pemahaman atau pola pikir), afektif (emosi atau perasaan), dan perilaku (tindakan atau kebiasaan). Oleh karena itu, hasil variabel independen dalam penelitian ini menunjukkan pemahaman terkait konten *flexing* di media sosial dapat mempengaruhi pandangan individu secara kognitif afektif, dan perilaku yang sejalan dengan landasan teori ketergantungan.

Selanjutnya, variabel dependen yakni *quarter life crisis* pada penelitian ini mengacu pada aspek penyebab *quarter life crisis* yang dikemukakan oleh (Nash & Murray, 2010:6). Hasilnya memiliki presentase skor total sebesar 83,64% dan apabila dilihat berdasarkan garis kontinum masuk dalam kategori tinggi. Dari 19 pernyataan, secara keseluruhan tidak ada satupun yang hasilnya berada pada kategori sangat rendah atau rendah. Berikut adalah sub variabel dari *quarter life crisis*:

Hopes and Dream, sub variabel *hopes and dream* pada pernyataan nomor 1 mendapatkan skor total sebesar 82,24%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan setelah melihat kesuksesan orang lain di media sosial saya merasa ragu terhadap keputusan yang saya ambil. Kemudian pernyataan nomor 2 mendapatkan skor total sebesar 82,62%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan setelah melihat kesuksesan orang lain di media sosial saya memiliki keinginan untuk merancang harapan baru.

Educational Challenge, sub variabel *educational challenge* pada pernyataan nomor 3 mendapatkan skor total sebesar 83,64%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan saya merasa ragu terhadap jurusan yang saya pilih saat ini adalah pilihan yang tepat atau tidak. Pada pernyataan nomor 4 mendapatkan skor total sebesar 83,18%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan saya cenderung membandingkan jurusan saya dengan jurusan orang lain. Kemudian, pernyataan nomor 5 mendapatkan skor total sebesar 86,92%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan saya merasa kesulitan memahami materi yang diajarkan dalam jurusan saya. Selanjutnya, pernyataan nomor 6 mendapatkan skor total sebesar 82,34%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan saya merasa tertekan oleh tingginya persaingan di dunia pendidikan. Terakhir, pernyataan nomor 7 mendapatkan skor total sebesar 82,52%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan terkadang, saya mempertanyakan apakah jurusan saya saat ini memberikan cukup peluang untuk masa depan saya

Religion and Spirituality, sub variabel *religion and spirituality* pada pernyataan nomor 8 mendapatkan skor total sebesar 83,93%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan terkadang saya meragukan aspek tertentu dari keyakinan agama yang saya anut. Kemudian, pernyataan nomor 9 mendapatkan skor total sebesar 83,18%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan terkadang saya merasa bahwa kehadiran Tuhan terasa jauh, tetapi pada sisi lain terasa sangat dekat.

Work Life, sub variabel *work life* pada pernyataan nomor 10 mendapatkan skor total sebesar 87,29%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan saya cenderung memilih pekerjaan sesuai minat daripada gaji yang ditawarkan. Kemudian, pernyataan nomor 11 mendapatkan

skor total sebesar 81,96%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan waktu terasa berjalan begitu cepat, namun saya masih belum menentukan karir yang tepat. Selanjutnya, pernyataan nomor 12 mendapatkan skor total sebesar 82,99%. Artinya sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan saya berharap dapat menemukan pekerjaan yang tidak memberikan banyak tekanan.

Home, Lovers, Family, and Friends, sub variabel *home, lovers, family, and friends* pada pernyataan nomor 13 mendapatkan skor total sebesar 83,27%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan saya merasa ragu untuk melakukan komitmen dengan lawan jenis. Pernyataan nomor 14 mendapatkan skor total sebesar 83,36%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan saya cenderung kesulitan untuk menjalankan hidup mandiri dan masih bergantung pada orang tua. Kemudian, pernyataan nomor 15 mendapatkan skor total sebesar 85,42%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan saya cenderung mengalami kesulitan untuk menemukan teman yang benar-benar dapat memahami dan mendukung saya.

Identity, sub variabel *identity* pada pernyataan nomor 16 mendapatkan skor total sebesar 82,71%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan terkadang, melihat kesuksesan orang lain di media sosial membuat saya merasa cemas terhadap pilihan hidup yang saya buat. Pernyataan nomor 17 mendapatkan skor total sebesar 84,77%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan saya merasa khawatir dan bingung saat memikirkan apakah pilihan hidup saya sejalan dengan apa yang dianggap sukses oleh orang lain. Kemudian, pernyataan nomor 18 mendapatkan skor total sebesar 82,52%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan saya termotivasi untuk bekerja keras agar masa depan saya lebih baik. Terakhir, pernyataan nomor 19 mendapatkan skor total sebesar 82,80%. Artinya, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif mengenai pernyataan saya percaya bahwa usaha yang saya lakukan akan membawa dampak positif terhadap masa depan saya.

Secara keseluruhan, sebagian besar responden menunjukkan kecenderungan positif terhadap sub variabel yang dijelaskan. Dengan beberapa aspek yang memperoleh tingkat persetujuan yang sangat tinggi. Hal ini membuktikan bahwa responden secara nyata mengalami *quarter life crisis*. Oleh karena itu, variabel dependen yang diperoleh dalam penelitian ini memberikan temuan berharga. *Quarter life crisis* bukan hanya mitos belaka, melainkan fenomena nyata yang dialami oleh banyak individu, terutama mahasiswa. Sebagaimana yang disebutkan dalam penelitian oleh Habibie et al., (2019) permasalahan *quarter life crisis* lebih banyak dirasakan oleh mahasiswa karena dihadapkan oleh berbagai tuntutan dan persoalan antara kepentingan akademis (*education challenge*), mimpi dan harapan (*hopes and dream*), agama dan spiritualitas (*religion and spirituality*), menjalin hubungan asmara, pertemanan dan keluarga (*Home, Lovers, Family, and Friends*), serta dituntut mencari pekerjaan dan karir untuk memperoleh hidup mandiri (*work life*). Hal ini terkadang menimbulkan ketidakstabilan emosi. Didukung dengan penelitian oleh Duara et al., (2021) disebutkan adanya tuntutan dalam masyarakat membuat individu merasa tidak siap untuk menjalankan peran menjadi orang dewasa, karena itu mereka menginjak masa dewasa sebagai sesuatu yang dipaksakan.

Selain itu, dari setiap butir pernyataan yang diajukan diketahui responden mengalami reaksi emosional seperti kecemasan dan kebingungan terhadap tujuan hidup, memiliki kepercayaan diri yang rendah, takut mengalami kegagalan, serta takut tidak sejalan dengan apa yang dianggap sukses oleh orang lain. Hal tersebut didasari karena penggunaan media sosial yang berlebihan. Pendapat ini dapat dibuktikan dari hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Pramudya et al., (2023) disebutkan penggunaan media sosial yang berlebihan dapat memberikan dampak buruk, terutama ketika melihat konten-konten yang menimbulkan krisis kepercayaan diri, persaingan hidup mewah dan dan tidak mau menerima kenyataan menjadi salah satu dampak terbesar yang dapat membuat individu merasakan *quarter life crisis*.

Terdapat penelitian terdahulu yang membahas persoalan serupa. Penelitian oleh Nurhasanah et al., (2022) membahas tentang tingkat penggunaan media sosial instagram pada kecemasan sosial. Menemukan bahwa ketergantungan pada media sosial instagram dapat memberikan dampak atas terjadinya kecemasan. Artinya, semakin tinggi frekuensi dan durasi penggunaan media instagram menghasilkan perasaan cemas bagi penggunanya. Dalam penelitiannya, teori ketergantungan diposisikan sebagai aspek yang memberikan dorongan individu dalam menggunakan media instagram untuk memenuhi kebutuhannya dan menghasilkan berbagai ketergantungan yang menyebabkan munculnya kecemasan.

Selain itu, melalui penelitian oleh Sarwesti (2023) dikatakan ketergantungan terhadap suatu media dapat muncul saat individu memiliki keterikatan secara kognitif, afektif, bahkan fisik terhadap media tersebut. Sejalan dengan penelitian oleh Li & Lin (2019) dikatakan individu yang memiliki ketergantungan pada *smartphone* dalam mengakses media baru memperlihatkan kecenderungan terhadap perasaan cemas yang tidak terkendali. Penelitiannya menggunakan teori ketergantungan untuk mengeksplorasi dampak ketergantungan *smartphone*

pada tingkat kecemasan. Dalam hal ini, tingginya pengguna media dapat membuat ketergantungan terhadap berbagai konten di suatu media sebagaimana yang dikatakan dalam penelitian oleh Sun & Zhang (2021).

Dengan merujuk pada penelitian sebelumnya yang membahas ketergantungan media, dapat diketahui jika ketergantungan media juga muncul dalam berbagai bentuk dan memiliki dampak serius terhadap kesejahteraan emosional individu. Oleh karena itu, dalam penelitian ini penting untuk menyadari bahwa ketergantungan konten *flexing* di media sosial memiliki dampak pada kesejahteraan emosional individu, terutama dalam konteks *quarter life crisis* yang sering dipicu oleh perasaan cemas, bingung, tidak puas, dan ketidakpastian pada masa mendatang. Sehingga melalui hasil variabel independen dan dependen penelitian ini memperjelas bahwa ketergantungan terhadap media, terutama konten *flexing* tidak hanya menimbulkan kecemasan tetapi juga memperburuk gejala-gejala *quarter life crisis* seperti yang disebutkan.

Selain merujuk pada penelitian terdahulu, menurut teori ketergantungan oleh Rokeach & Defleur (1976) media menyadari kapasitasnya dalam membentuk ikatan ketergantungan dengan khalayak. Ini memperlihatkan bahwa media tidak hanya memberikan informasi, melainkan memiliki kekuatan untuk mempengaruhi emosi dan persepsi individu yang terhubung dengan media. Dengan begitu, melalui hasil yang diperoleh dari penelitian ini terlalu bergantung pada konten *flexing* di media sosial membuat individu mengalami *quarter life crisis*.

Dampak Ketergantungan Konten Flexing pada Fase Quarter Life Crisis Mahasiswa Tingkat Akhir

Media sosial menjadi bagian dari komunikasi massa yang memiliki dampak signifikan pada masyarakat (Tinambunan & Siahaan, 2021). Media sosial menjadi *platform* interaktif dimana individu tidak hanya berperan sebagai penerima pasif, tetapi juga sebagai penghasil dan penyebar informasi. Adanya kemudahan dalam mengakses media sosial memungkinkan individu mendapatkan berbagai informasi tentang kehidupan seseorang di media sosial dan seringkali individu melakukan perbandingan terhadap diri sendiri dengan informasi yang tercermin dalam media sosial (Haris, 2023). Dalam hal ini, media sosial turut memberikan dukungan bagi praktik *flexing*. Seseorang yang memamerkan dirinya di media sosial berusaha menarik perhatian, kekaguman, atau rasa hormat orang lain. Hal ini umumnya dilakukan dengan memakai *caption* dan *hashtag* guna menarik perhatian dan membuatnya lebih terkenal (Sembiring, 2023).

Dengan adanya Konten *flexing* membuat individu memiliki kepercayaan diri yang rendah akibat melihat unggahan terkait pencapaian seseorang di media sosial (Putri & Aprianti, 2023). Konten *flexing* membuat banyak orang ragu dengan kemampuan diri sendiri karena merasa gagal dan tidak cukup sukses seperti apa yang dilihatnya di media sosial (Rahayu, 2022). Hal ini membuat individu memiliki kecemasan yang berlebihan dan mempengaruhi pandangan terhadap diri sendiri. Kecemasan ini menjadi respons terhadap terjadinya *quarter life crisis*. Menurut Robinson & Wright (2013) *quarter life crisis* adalah perubahan emosional yang terjadi pada rentang usia 20 tahun, dimana pada titik ini mereka memiliki perasaan cemas terhadap berbagai kemungkinan yang terjadi pada masa mendatang melalui ketakutan, dan kekhawatiran mengenai kegagalan suatu saat nanti.

Saat memasuki fase *quarter life crisis*, banyak individu merasa ragu tentang arah hidupnya. Individu juga mungkin merasa terbebani oleh harapan sosial dan ekspektasi diri sendiri, serta kesulitan dalam menemukan makna atau tujuan hidup. Selain itu, tekanan dari media sosial juga dapat memperburuk *quarter life crisis*. Sebagaimana yang diungkapkan dalam penelitian oleh Salsabila et al., (2023) dinyatakan bahwa individu yang mengalami *quarter life crisis* bisa terpengaruh dari media sosial saat melihat konten yang menampilkan pencapaian seseorang. Penelitian lain dilakukan oleh Permatasari & Marsa (2022) mengungkapkan bahwa seringnya mengkonsumsi konten dengan unsur ekonomi dan materil dapat membuat individu mengalami *quarter life crisis*. Dalam konteks ini, individu yang rentang mengalami *quarter life crisis* adalah mahasiswa tingkat akhir karena mereka berada pada usia 20-an yang sedang mengalami tahap menuju kedewasaan. Sejalan dengan penelitian oleh Anjayani (2021) diketahui bahwa eksposur terhadap konten media sosial yang menampilkan kesuksesan teman sebaya adalah salah satu penyebab *quarter life crisis* mahasiswa tingkat akhir.

Lebih dari itu, penelitian yang dilakukan oleh Sun & Zhang (2021) mengatakan ketergantungan terhadap konten di suatu media mampu menghasilkan konsekuensi negatif dan berkurangnya kepuasan hidup. Hal tersebut diperkuat dengan hasil temuan dalam penelitian ini, diketahui ketergantungan konten *flexing* dapat mempengaruhi fase *quarter life crisis* mahasiswa tingkat akhir, dibuktikan dengan hasil uji T pada penelitian ini dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, artinya signifikansi nilai yang diperoleh kurang dari 0,05 ($< 0,05$). Sejumlah penelitian terdahulu telah menyoroti hubungan antara interaksi individu dengan media sosial dan pengaruhnya terhadap *quarter life crisis*. Namun, hingga saat ini belum ada yang mengkaji terkait pengaruh ketergantungan konten *flexing* terhadap fase *quarter life crisis* mahasiswa tingkat akhir. Karena itu, temuan penelitian ini dianggap sebagai temuan baru yang berbeda dari temuan penelitian sebelumnya.

Melalui penelitian ini dapat memberikan kepercayaan pada teori ketergantungan yang diusulkan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur. Teori ketergantungan memiliki gagasan ketika individu untuk memenuhi kebutuhannya dan menjadikan ketergantungan terhadap media, membuat media memainkan peran

yang lebih besar dalam kehidupan dan memiliki pengaruh langsung terhadap perkembangan psikologi individu yang terlibat (Effendy, 2003:318). Hasil temuan dari penelitian ini mendukung pendapat tersebut, dimana individu yang bergantung pada media memiliki kecenderungan dengan berbagai konten yang ditampilkan, termasuk diantaranya adalah konten *flexing*. Isi pesan dari konten *flexing* yang disebarakan dari komunikator melalui saluran media akan diterima oleh komunikan sebagai tujuan atau target komunikasi. Hal ini dapat mengubah psikologis individu yang mengarah pada fase *quarter life crisis*.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian terhadap 214 mahasiswa Ilmu Komunikasi - Universitas Telkom Bandung. Dapat ditarik kesimpulan bahwa ketergantungan konten flexing mampu memberikan pengaruh signifikan terhadap fase quarter life crisis mahasiswa tingkat akhir. Dari situ, maka diketahui hipotesis alternatif (H1) disetujui. Ini menandakan bahwa, semakin besar ketergantungan pada konten flexing, semakin besar pula quarter life crisis yang dialami mahasiswa tingkat akhir. Hasil temuan membuktikan bahwa fenomena konten flexing di media sosial memiliki potensi yang cukup tinggi sebagai pemicu terjadinya kecemasan dan ketidakpastian tentang arah hidup, terutama pada mahasiswa tingkat akhir. Oleh karena itu, melalui hasil temuan penelitian ini dapat memperjelas bahwa variabel X “ketergantungan konten flexing” secara nyata mempengaruhi variabel Y “quarter life crisis”. Ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi variabel dependen melalui presentase 40,7% dan 59,3% presentase sisanya didapat dari sumber tambahan yang bukan berasal dari penelitian ini.

SARAN

Berdasarkan hasil temuan dalam penelitian ini, peneliti merekomendasikan agar peneliti selanjutnya mempertimbangkan penggunaan variabel tambahan atau menggunakan variabel mediator untuk memediasi antara ketergantungan konten flexing terhadap fase quarter life crisis, dengan demikian dapat memperoleh temuan yang lebih komprehensif dan menggunakan sampel penelitian tidak hanya pada mahasiswa tingkat akhir, sehingga dapat merepresentasikan hasil temuan yang maksimal. Selain itu, peneliti memberikan saran untuk lebih difokuskan ketergantungan konten flexing pada jenis media tertentu, sehingga mendapatkan penelitian yang lebih mendalam dan spesifik

REFERENSI

- Adinda, K. (2023). Flexing di Instagram: Antara Narsisisme dan Benefit. *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*, 6, 68–90. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>,
- Adrian Meier, B. K. J. (2022). Social comparison and envy on social media: A critical review. *Current Opinion in Psychology*, 45. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101302>
- Alamsyah. (2021). Model Komunikasi Jejaring Sosial dan Media Massa dalam Konteks Pesan Publik. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Pembangunan Daerah*, 9(1), 12–27. <https://doi.org/10.33592/dk.v9i1.1378>
- Anjayani, S. P. N. (2021). Faktor-faktor Quarter Life Crisis (Studi Kuantitatif Deskriptif Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang). *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 3(2), 6.
- Ball-Rokeach, S. J., & Defleur, M. L. (1976). *A Dependency Model of Mass-Media Effects*. Sage Publication, 3(1), 3–21. <https://doi.org/10.1177/009365027600300101>
- Bambang Sudaryana, R. A. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (1st ed.)*. Deepublish.
- Dandy Arie Pramudya, Fathimah Az-Zahra Hayuningrat, Khansa Salsabila Putri Ariyanto, Lubna Salsabila Esrarf, Nisrina Alifah Naia, Sheilla Rahmayanti, Y. N. (2023). Utilization of Social Media as a Quarter Life Crisis Education Media Dandy. *Inovasi Lokal: Keberdayaan Masyarakat Dalam Pembangunan Berkelanjutan*, 1(2), 135–140. <https://doi.org/10.62255/noval.v1i2.24>
- Duara, R., Hugh-Jones, S., & Madill, A. (2021). ‘Forced adulthood’: An aspect of ‘quarterlife crisis’ suffered by young English and Assamese adults. *Qualitative Studies*, 6(1), 11–37. <https://doi.org/10.7146/qs.v6i1.124407>
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (3rd ed.)*. PT. Citra Aditya Bakti.
- Fajeri, S. N. (2023). Gambaran Quarter Life Crisis pada Mahasiswa Tingkat Akhir yang sedang Mengerjakan Skripsi. *Naskah Publikasi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Jember*, 3, 1472–1487.
- Fatchurrahmi, R., & Urbayatun, S. (2022). Peran Kecerdasan Emosi terhadap Quarter Life Crisis pada Mahasiswa Tingkat Akhir. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 13(2). <https://doi.org/10.26740/jptt.v13n2.p102-113>

- Fazira, S. H., Handayani, A., & Lestari, F. W. (2022). Faktor Penyebab Quarter Life Crisis Pada Dewasa Awal. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(2), 1349–1358.
- Ferani Amira Salsabila, Fransiska Harsyanthi, Ira Mustika, Wulan Sari Putri Hidayat, & Yulina Eva Riany. (2023). The Dynamics of Quarter Life Crisis and Coping Strategies for Final Year Undergraduate Students. *Journal of Family Sciences*, 8(1), 123–135. <https://doi.org/10.29244/jfs.v8i1.42751>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS (7th ed.)*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habibie, A., Syakarofath, N. A., & Anwar, Z. (2019). Peran Religiusitas terhadap Quarter-Life Crisis (QLC) pada Mahasiswa. *Gadjah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 5(2), 129. <https://doi.org/10.22146/gamajop.48948>
- Haris, H. M. (2023). Strategi Coping Stress pada Mahasiswa dalam Menghadapi Tugas Akhir. *Jurnal Psikologi Klinis Dan Kesehatan Mental*, 8(2).
- Horrigan, J. B. (2002). New Internet Users : What They Do Online , What They Don ' t , and Implications for the 'Net ' s Future. *Pew Internet and American Life Project.*, 1–27. https://www.pewinternet.org/wp-content/uploads/sites/9/media/Files/Reports/2000/New_User_Report.pdf.pdf
- Lestari, S. T., & Satriani, A. (2022). Model Terpaan Berita Terhadap Tingkat Kecemasan Khalayak. *Bandung Conference Series: Journalism*, 2(2), 151–157. <https://doi.org/10.29313/bcsj.v2i2.4577>
- Li, L., & Lin, T. T. C. (2019). Smartphones at Work: A Qualitative Exploration of Psychological Antecedents and Impacts of Work-Related Smartphone Dependency. *International Journal of Qualitative Methods*, 18, 1–12. <https://doi.org/10.1177/1609406918822240>
- Musfialdy, & Anggraini, I. (2020). Kajian Sejarah Dan Perkembangan Teori Efek Media. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, 8(1), 30–42. <https://doi.org/10.46806/jkb.v8i1.639>
- Nash, R. J., & Murray, M. C. (2010). *Helping College Students Find Purpose*. Jossey-Bass.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53. <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nugraha, A. (2019). Sebagian Mahasiswa Bandung Rentan Depresi dan Bunuh Diri. *Liputan6*. <https://www.liputan6.com/health/read/4129882/sebagian-mahasiswa-bandung-rentan-depresi-dan-bunuh-diri?page=2>
- Nul Widaya Mohamed Nawi, Syed Agil Alsagoff, Mohd Nizam Osman, Z., & Abdullah. (2020). New media use among youth in Malaysia: A media dependency theory perspective. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(9), 836–851.
- Nurfitrihanah, & Ekowati, S. (2023). Pengaruh Terpaan Konten 1% Indonesian Life School Terhadap Pengetahuan Kesehatan Mental. *IKON Jurnal Ilmu Komunikasi*, XXVIII(1), 62.
- Nurhasanah, R., Nursanti, S., & Lubis, F. M. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Kecemasan Sosial Pada Remaja. *NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(10), 3885–3893. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/article/view/8923>
- Pakpahan, R., & Yoesgiantoro, D. (2023). Analisa Pengaruh Flexing Di Media Sosial Terhadap Kehidupan Masyarakat. *Jisicom*, 7(1), 173–178. <https://doi.org/10.52362/jisicom.v7i1.1093>
- Permatasari, Marsa, S. (2022). Dampak Media Sosial Dalam Quarter Life Crisis Gen Z di Indonesia. *Ilmiah Indonesia*, 7(8.5.2017). <https://doi.org/https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i6.7416>
- Putri, A. M., & Aprianti, M. (2023). Quarter-Life Crisis Mahasiswa Tingkat Akhir Pengguna Instagram: Apakah Berbeda Berdasarkan Gender? *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 3(1), 55–61.
- Rahayu, S. (2022). Flexing sebagai komunikasi simbolik pada judul konten "Ah Official YouTube channel ". *Arkana Jurnal Komunikasi Dan Media*, 01(02), 71–80. <https://doi.org/10.62022/arkana.v1i02.3423>
- Robbins, A., & Wilner, A. (2001). *Quarterlife crisis : the unique challenges of life in your twenties*. In Penguin Putnam. 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/https://doi.org/10.1177/0165025413492464>
- Sarwesti, S. (2023). Ketergantungan Individu Terhadap Media Dan Perilaku "Phubbing" Pada Interaksi Tatap Muka. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(2), 188–200. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i2.17>
- Sembiring, C. (2023). Flexing dan Ketergantungan Sosial Media: Bagaimana Platform Digital Memperkuat Budaya Pamer. *Badan Otonom Pers Mahasiswa Wacana*. <https://wacana.org/flexing-dan-ketergantungan-sosial-media-bagaimana-platform-digital-memperkuat-budaya-pamer/>
- Sugeng, B. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif) (1st ed.)*. Deepublish.

- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Sujudi, M. A. (2020). EKSISTENSI FENOMENA QUARTER-LIFE CRISIS PADA MAHASISWA SEMESTER AKHIR UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. 1(3), 82–91.
- Sun, Y., & Zhang, Y. (2021). A review of theories and models applied in studies of social media addiction and implications for future research. *Addictive Behaviors*, 114(October 2020), 106699. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106699>
- Tresia Monica Tinambunan, C. S. (2021). Potensi Pemanfaatan Youtube Dalam Pembelajaran Matematika. *EduMatSains : Jurnal Pendidikan, Matematika Dan Sains*, 6(1), 71–90. <https://doi.org/10.33541/edumatsains.v6i1.2945>
- Widi, S. (2023). Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023. *DataIndonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- Wijaya, D. A. P., & Utami, M. S. (2021). Peran Kepribadian Kesungguhan terhadap Krisis Usia Seperempat Abad pada Emerging Adulthood dengan Dukungan Sosial sebagai Mediator. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 7(2), 143. <https://doi.org/10.22146/gamajop.63924>
- Yusuf, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (4th ed.). Kencana Prenada Media Group.