



Post Holiday Blues: Studi Komunikasi Terhadap Gejala Psikologis Pasca Libur Panjang

Fahmy Fotaleno

Universitas Bina Sarana Informatika

Abstrak: Fenomena *Post Holiday Blues* (PHB), yaitu perasaan tidak nyaman yang muncul setelah menjalani libur panjang, menjadi isu yang signifikan dalam konteks psikologis dan komunikasi. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis PHB melalui perspektif ilmu komunikasi dengan menggunakan pendekatan Teori Kognisi Sosial (Social Cognitive Theory) dan Teori Interaksi Simbolik (Symbolic Interactionism). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menelaah berbagai artikel berita serta pernyataan para ahli yang relevan. Fokus utama terletak pada bagaimana individu memaknai pengalaman liburan dan bagaimana simbol serta interaksi sosial memengaruhi respons emosional terhadap kembalinya rutinitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PHB tidak hanya dipicu oleh kelelahan fisik, tetapi juga oleh ekspektasi sosial yang tinggi terhadap momen liburan, kontras yang tajam antara suasana liburan dan kenyataan kerja, serta kurangnya strategi komunikasi yang efektif dalam menghadapi peralihan tersebut. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi interpersonal dan pemahaman simbolik berperan penting dalam mengelola emosi pasca-liburan. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi komunikasi dalam masyarakat, khususnya dalam membantu individu mengantisipasi dan mengelola stres setelah liburan. Studi ini diharapkan dapat menjadi pijakan awal dalam memperluas kajian komunikasi terkait kesehatan mental di era modern

Kata Kunci: *Post Holiday Blues*, Komunikasi Interpersonal, Ekspektasi Sosial, Teori Kognisi Sosial, Interaksi Simbolik

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v5i2.2773>

*Correspondence: Fahmy Fotaleno

Email: fahmy.fae@bsi.ac.id

Received: 23-10-2025

Accepted: 23-11-2025

Published: 23-12-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: The phenomenon of *Post Holiday Blues* (PHB), characterized by feelings of discomfort following a long holiday, has become a significant concern within the psychological and communication contexts. This article aims to analyze PHB from a communication science perspective using the Social Cognitive Theory and Symbolic Interactionism. Employing a descriptive qualitative method, the study examines news articles and expert statements to explore how individuals interpret holiday experiences and how interpersonal communication and social symbols shape psychological responses upon returning to routine. The findings indicate that PHB is influenced not only by physical fatigue but also by heightened social expectations surrounding holidays, the stark contrast between leisure and post-holiday realities, and the lack of effective communication strategies in managing emotional transitions. The study highlights the role of interpersonal communication and symbolic meaning in influencing one's emotional state after a holiday. Furthermore, the research emphasizes the need to strengthen communication literacy in society to better anticipate and cope with post-holiday stress. This study is expected to serve as a foundational reference for further research on the intersection of communication and mental health in contemporary contexts.

Keywords: *Post-Holiday Blues, Interpersonal Communication, Social Expectations, Social Cognitive Theory, Symbolic Interactionism*

Pendahuluan

Libur panjang, seperti momen Idul Fitri, sering dimaknai sebagai waktu untuk berkumpul bersama keluarga, beristirahat dari rutinitas pekerjaan, serta sebagai momen untuk mengisi ulang energi emosional. Namun, setelah masa libur usai, tidak sedikit individu mengalami gejala emosional negatif seperti suasana hati yang muram, kecemasan, hingga kehilangan motivasi untuk kembali menjalani aktivitas sehari-hari. Fenomena ini dikenal sebagai *Post Holiday Blues* (PHB), yaitu kondisi psikologis yang muncul pasca-liburan dan dapat berdampak buruk pada semangat kerja, produktivitas, serta kualitas komunikasi interpersonal, baik di lingkungan kerja maupun sosial (Zhao et al, 2021). Studi oleh (Zhang et al, 2009) mengungkapkan bahwa perubahan suasana dari lingkungan liburan yang relaks menuju rutinitas kerja yang menuntut dapat memicu stres emosional dan penurunan performa kerja. Beberapa pekerja di Jakarta merasa bahwa waktu libur terlalu singkat, kenangan bersama keluarga begitu membekas, dan transisi kembali ke rutinitas terasa berat. Untuk memahami fenomena ini secara lebih komprehensif, pendekatan komunikasi menjadi penting, khususnya melalui perspektif Teori Kognisi Sosial (Bandura, 2001) dan Teori Interaksi Simbolik (Mead & Strauss, 1934) serta pemahaman terhadap komunikasi interpersonal sebagai strategi *coping*.

Teori Kognisi Sosial menjelaskan bahwa perilaku manusia terbentuk melalui interaksi antara kognisi (pikiran dan persepsi), lingkungan sosial, dan pengalaman sebelumnya (Bandura, 2001). Dalam konteks PHB, individu yang terbiasa dengan suasana liburan yang menyenangkan akan membentuk ekspektasi positif terhadap liburan sebagai momen pelepasan stres. Ketika ekspektasi tersebut tidak terpenuhi dalam kenyataan kerja, maka terjadi ketidaksesuaian kognitif yang dapat memicu stres psikologis. Temuan serupa dikemukakan oleh (Alabi, 2024) yang menyebutkan bahwa ketidaksesuaian ekspektasi pasca-liburan dapat berdampak signifikan terhadap kesejahteraan psikologis individu.

Sementara itu, Teori Interaksi Simbolik menyatakan bahwa makna dan simbol dalam kehidupan sosial memengaruhi cara individu bertindak dan merespons situasi (Blumer, 1986). Dalam hal ini, liburan dimaknai sebagai simbol kebebasan, kehangatan, dan kebahagiaan makna yang diperkuat oleh media sosial yang cenderung menampilkan narasi ideal tentang liburan. Ketika kembali ke dunia kerja yang penuh tekanan, simbol-simbol tersebut seolah sirna, memicu perasaan kehilangan dan kekosongan emosional. Penelitian oleh (Wijoyo & Banowo, 2023) menunjukkan bahwa simbolisasi kebahagiaan dalam media sosial berdampak pada persepsi dan ekspektasi emosional individu terhadap momen tertentu, termasuk liburan.

Dalam menghadapi PHB, komunikasi interpersonal menjadi penting sebagai mekanisme *coping*. Komunikasi berperan tidak hanya sebagai sarana penyampaian pesan, melainkan juga sebagai media terapeutik dalam membantu individu mengelola emosi. Seperti dijelaskan oleh psikolog Tika Bisono dalam artikel yang sama, berbagi cerita liburan kepada orang-orang terdekat dapat menjadi cara efektif untuk melepaskan tekanan emosional dan mempercepat proses adaptasi. Studi oleh Choi et al. (2021) juga menunjukkan bahwa dukungan sosial melalui komunikasi interpersonal dapat mempercepat pemulihan emosional setelah masa stres. Dengan menggabungkan ketiga

pendekatan tersebut—kognisi sosial, interaksi simbolik, dan komunikasi interpersonal sebagai strategi coping—penelitian ini bertujuan untuk memahami secara lebih mendalam bagaimana *Post Holiday Blues* terbentuk, dialami, dan dapat dikelola melalui proses komunikasi.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami dan menggambarkan fenomena *Post Holiday Blues* (PHB) secara mendalam dari perspektif komunikasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis isi (content analysis) terhadap artikel-artikel populer yang membahas fenomena PHB di Indonesia, khususnya yang memuat pandangan para ahli psikologi dan pengalaman individu yang mengalami kondisi tersebut.

Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi artikel daring dari media massa yang relevan, dengan fokus pada kutipan-kutipan dari psikolog dan narasi pengalaman pribadi yang menggambarkan gejala, penyebab, serta respon terhadap PHB. Pemilihan sumber dilakukan secara purposif, yakni berdasarkan keterkaitan konten dengan topik penelitian dan kelayakan informasinya.

Selanjutnya, data dianalisis dengan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi dan mengelompokkan tema-tema utama yang muncul dari teks. Tahapan analisis meliputi membaca dan menelaah seluruh konten artikel, mengidentifikasi unit makna, mengkategorikan unit-unit tersebut ke dalam tema besar, seperti: (1) penyebab munculnya PHB, (2) makna simbolik dari liburan, (3) strategi komunikasi dalam menghadapi PHB, dan (4) dampak sosial dari fenomena ini. Hasil analisis diinterpretasikan secara mendalam dengan merujuk pada kerangka teori kognisi sosial, teori interaksi simbolik, serta konsep komunikasi interpersonal sebagai mekanisme *coping*, guna memahami dinamika psikologis dan komunikasi dalam konteks PHB.

Hasil dan Pembahasan

Sumber dan Pemicu *Post Holiday Blues* (PHB)

Post Holiday Blues (PHB) merupakan gangguan emosional yang muncul pasca-liburan, ditandai dengan perasaan sedih, cemas, kehilangan semangat, bahkan kesepian. Kondisi ini biasanya muncul karena transisi dari suasana liburan yang menyenangkan menuju rutinitas yang menuntut. Psikolog Tika Bisono menjelaskan bahwa PHB umumnya bersifat sementara dan dapat mereda dalam beberapa hari. Namun, pada kasus ekstrem, kondisi ini bisa berlangsung lebih lama dan memengaruhi keseharian seseorang secara signifikan. Salah satu pemicu utama PHB adalah ketidaksesuaian antara ekspektasi liburan yang ideal dan realita yang dihadapi setelah liburan berakhir. Ekspektasi terhadap liburan yang sempurna, keharusan menghadiri berbagai acara sosial, serta tekanan konsumtif saat musim liburan dapat menimbulkan stres tambahan (Zhang et al, 2009) (Zhao et al, 2021). Selain itu, memori masa lalu yang tidak menyenangkan atau perasaan kehilangan terhadap orang yang sudah tiada juga bisa muncul kembali selama momen liburan, memperburuk kondisi emosional individu (Hernandez, 2022)

Media sosial juga berperan dalam membentuk ekspektasi yang tidak realistis terhadap momen liburan. Narasi yang ditampilkan sering kali memperlihatkan liburan sebagai momen ideal yang harus dipenuhi dengan kebahagiaan, kemewahan, dan keharmonisan (Santoso et al, 2025). Studi oleh (Sakdiah, 2023) menunjukkan bahwa eksposur media sosial terhadap konten liburan meningkatkan tekanan psikologis individu karena perbandingan sosial yang tidak sehat. Hal ini senada dengan temuan dari (Meier & Schäfer, 2018) yang menyatakan bahwa *social comparison* berbasis media digital meningkatkan risiko munculnya gangguan suasana hati pasca-liburan. Dari perspektif teori kognisi sosial, pengalaman menyenangkan selama liburan dapat membentuk skema berpikir dan ekspektasi bahwa liburan adalah satu-satunya pelarian dari tekanan hidup. Ketika realitas kerja dan tanggung jawab datang kembali, terjadilah ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan yang memicu distress psikologis (Bandura, 2001). Hal ini diperparah oleh lemahnya keterampilan komunikasi interpersonal dalam mengekspresikan emosi secara sehat. Oleh karena itu, berbagi cerita liburan kepada orang-orang terdekat atau melihat kembali kenangan positif dari liburan merupakan bentuk *coping mechanism* yang efektif untuk mempercepat pemulihan dari PHB (Madia & Lutz, 2004). Dengan demikian, pemicu PHB bersifat multidimensional, mulai dari tekanan sosial, ekspektasi emosional, hingga simbolisasi budaya tentang makna liburan. Pemahaman yang lebih dalam terhadap faktor-faktor ini menjadi penting agar individu dapat lebih siap secara mental dalam menghadapi transisi dari masa liburan ke rutinitas, terutama dengan memanfaatkan komunikasi interpersonal sebagai alat pemulihan emosional.

Ekspektasi Sosial dan Realitas Pascaliburan

Liburan sering kali dikonstruksikan sebagai momen ideal untuk melepaskan diri dari tekanan pekerjaan, menjalin kembali kedekatan dengan keluarga, dan mengisi ulang energi emosional. Narasi tentang liburan sebagai waktu yang sempurna tidak hanya berasal dari pengalaman pribadi, melainkan juga diperkuat oleh konstruksi budaya dan sosial. Dalam budaya populer, liburan kerap diasosiasikan dengan kebebasan, kebahagiaan, dan pemulihan total dari kelelahan fisik dan mental (Li et al, 2023). Ekspektasi ini semakin diperkuat oleh media sosial, di mana individu menampilkan momen-momen liburan yang tampak menyenangkan, harmonis, dan mewah. Unggahan foto dan video yang dikurasi menciptakan standar yang tidak realistis mengenai bagaimana liburan seharusnya berlangsung. Studi oleh (Levitt, 1966) menunjukkan bahwa eksposur terhadap konten liburan di media sosial memicu perbandingan sosial (*social comparison*), yang kemudian berkontribusi pada penurunan kepuasan hidup dan peningkatan kecemasan, khususnya ketika liburan pribadi tidak sesuai dengan standar sosial tersebut.

Ketika individu kembali ke rutinitas kerja dan mendapati bahwa realita tidak seindah ekspektasi yang telah dibangun, muncul disonansi kognitif, yaitu konflik antara harapan dan kenyataan yang dapat menimbulkan tekanan psikologis (Festiger, 1957). Dalam kerangka Teori Kognisi Sosial oleh Albert Bandura, dijelaskan bahwa perilaku dan emosi individu sangat dipengaruhi oleh pengalaman sosial, lingkungan simbolik, serta penguatan dari media (Bandura, 2001). Ketika ekspektasi yang terbentuk dari pengalaman dan simbol

sosial tidak terpenuhi, individu mengalami ketidakpuasan emosional yang dapat berkembang menjadi gejala *Post Holiday Blues* (PHB). Dalam konteks Indonesia, penelitian oleh (Athalia & Kurniawan, 2025) menunjukkan bahwa budaya kolektif turut memengaruhi ekspektasi terhadap liburan, terutama dalam hal membangun momen kebersamaan dengan keluarga besar. Ketika momen tersebut tidak berjalan sesuai rencana atau berakhir terlalu cepat, muncul perasaan gagal memenuhi norma sosial, yang memperburuk kondisi psikologis setelah liburan. Dengan demikian, tekanan psikologis pascaliburan tidak semata-mata berasal dari pekerjaan yang menumpuk, tetapi juga dari ekspektasi sosial dan simbolisasi budaya yang berlebihan terhadap makna liburan. Untuk itu, penting bagi individu untuk mengembangkan kesadaran kritis terhadap realita yang dihadapi dan membangun ekspektasi yang lebih adaptif, sekaligus memanfaatkan komunikasi interpersonal sebagai strategi pemulihan emosional.

Fungsi Komunikasi dalam Pemulihan Emosi

Komunikasi interpersonal memegang peran penting dalam proses pemulihan emosional pascaliburan, khususnya dalam menghadapi *Post Holiday Blues* (PHB). Aktivitas seperti menceritakan pengalaman liburan, melihat kembali foto atau video kenangan, hingga berbagi cerita dengan orang-orang terdekat menjadi sarana dalam menyesuaikan diri kembali dengan rutinitas. Dalam konteks ini, komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian pesan, tetapi juga sebagai mekanisme regulasi emosi dan penguatan jejaring sosial (Zhang et al, 2021). Psikolog klinis Toetik Septriasih menyebutkan bahwa dalam manajemen stres, hal ini berkaitan dengan prinsip *flight*, yaitu kecenderungan individu melarikan diri dari tekanan dengan mengambil waktu libur. Namun, jika liburan dilakukan sebagai bentuk penghindaran dari tanggung jawab, maka efek yang ditimbulkan justru kontraproduktif. Ketika liburan selesai, individu kembali dihadapkan pada beban yang sempat diabaikan, sehingga menyebabkan stres yang lebih tinggi daripada sebelum liburan (Saifuddin, 2024). Bahkan, pengalaman liburan yang tidak menyenangkan seperti kehabisan dana, kehilangan barang, atau terganggunya pola tidur juga dapat memicu ketidakstabilan emosi.

Tika Bisono menambahkan bahwa salah satu pemicu PHB adalah perjalanan pulang yang melelahkan, baik melalui perjalanan darat maupun udara. Persiapan logistik serta transisi dari zona santai menuju zona tekanan menyebabkan *emotional crash*, terutama bila individu tidak memiliki sistem pendukung emosional yang memadai. Di sinilah fungsi komunikasi interpersonal menjadi krusial, karena percakapan yang suportif dapat menjadi outlet untuk melepaskan emosi negatif dan mempercepat proses adaptasi (Arifin, 2022). Dari perspektif teori interaksi simbolik, liburan bukan sekadar aktivitas, melainkan simbol dari kebebasan dan relaksasi. Ketika simbol ini hilang, komunikasi antarpribadi menjadi alat untuk mengolah makna kehilangan tersebut. Komunikasi yang hangat, validasi emosi, dan interaksi empatik mampu membentuk *coping mechanism* yang sehat dan meningkatkan ketahanan emosional individu pascaliburan (Agustin et al, 2023). Dengan demikian, komunikasi interpersonal memiliki fungsi ganda dalam konteks PHB: sebagai terapi emosional dan sebagai jembatan transisi psikologis dari fase liburan ke fase rutinitas. Oleh

karena itu, keterampilan komunikasi yang baik perlu dikembangkan sebagai bagian dari literasi kesehatan mental yang berkelanjutan.

Makna Sosial Liburan dalam Budaya Populer

Dalam budaya populer, liburan tidak sekadar dianggap sebagai waktu bebas dari pekerjaan, melainkan menjadi simbol kuat kebebasan, kehangatan keluarga, dan pemulihan emosional. Liburan sering diletakkan pada puncak makna dalam kehidupan modern, di mana keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan dianggap dapat sepenuhnya dipulihkan (Schwarzer & Knoll, 2007).

Simbolisme tersebut diperkuat oleh media sosial, yang menampilkan narasi “liburan ideal” melalui konten visual estetik, momen kebersamaan yang harmonis, dan aktivitas menyenangkan yang terkurasi secara publik. Penelitian oleh (Agustin et al, 2023) menyatakan bahwa paparan terhadap konten liburan seperti ini dapat menciptakan persepsi kolektif bahwa liburan harus memenuhi ekspektasi tertentu agar dianggap sukses. Dominasi narasi tersebut mendorong individu untuk menstandarkan pengalaman liburan berdasarkan citra yang dilihat di media sosial (*social comparison*). Namun, ketika individu tidak dapat memenuhi ekspektasi tersebut karena keterbatasan waktu, kondisi ekonomi, atau pengalaman yang tidak sesuai harapan terdapat perasaan gagal secara personal yang berkembang menjadi tekanan sosial dan emosional. Penelitian (Ajisuksmo, 2024) menyoroti bahwa representasi liburan dalam media sosial sering kali membentuk ekspektasi emosional yang tidak realistis, sehingga ketika realita tidak sesuai, individu merasa tertinggal dan kehilangan makna (kekosongan emosional). Fenomena ini kemudian memicu *Post Holiday Blues* (PHB), di mana individu mengalami penurunan motivasi, rasa hampa, dan disonansi antara harapan dengan realita (Andriese, 2025).

Dari perspektif Teori Interaksi Simbolik, makna liburan berkembang melalui proses sosial simbolisasi. Liburan menjadi simbol kebebasan emosional dan relasi positif. Ketika makna simbolik tersebut tidak terealisasi dalam pengalaman individu, maka muncul ketidakpuasan simbolik yang memperburuk kondisi emosional (Bandura, 2001; Blumer, 1986). (Priem & Solomon, 2015) menemukan bahwa simbol-simbol sosial yang tidak tercapai dalam realitas individu dapat meningkatkan ketidakpuasan emosional selama transisi pascaliburan. Dengan demikian, makna sosial liburan yang dibangun melalui budaya populer dan media sosial membawa ekspektasi tinggi yang tidak realistis. Ketika harapan ini tidak tercapai, dampaknya melampaui aspek fisik, tetapi menyentuh dimensi psikologis dan simbolik yang bermakna. Pemahaman mengenai makna simbolik ini penting dalam membantu individu mengelola ekspektasi dan membangun kebugaran emosional pasca-liburan.

Simpulan

Fenomena *Post Holiday Blues* (PHB) mencerminkan kompleksitas dinamika psikologis dan sosial yang tidak dapat dipisahkan dari konteks budaya populer. PHB bukan sekadar kondisi emosional pasca-liburan, tetapi juga merupakan manifestasi dari ekspektasi sosial yang dikonstruksi melalui media dan interaksi simbolik terhadap makna liburan. Ketika standar sosial mengenai “liburan ideal” tidak terpenuhi, individu cenderung mengalami tekanan emosional yang memengaruhi kesejahteraan mental mereka.

Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan literasi komunikasi, baik dalam memahami narasi budaya populer maupun dalam membangun strategi komunikasi interpersonal yang sehat. Masyarakat perlu memiliki kesadaran untuk menetapkan ekspektasi yang realistis terhadap liburan, menumbuhkan makna kebahagiaan yang lebih inklusif, dan memperkuat jejaring dukungan emosional dalam lingkungan sosialnya.

Penelitian ini menyarankan perlunya pendekatan baru dalam melihat PHB, terutama dengan melibatkan perspektif fenomenologi atau komunikasi kesehatan mental, agar pemahaman terhadap fenomena ini lebih komprehensif dan aplikatif dalam konteks keseharian.

Daftar Pustaka

- Agustin, M. R. A., Rahimia, N., Hasyim, M. M., Rosetia, J. ramadina, & Kurniawati, M. F. (2023). Pola Komunikasi Interpersonal Keluarga Dalam Pemulihan Kesehatan Mental Penyintas Covid-19 Tahun 2020. *EKSPRESI DAN PERSEPSI: JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 6(1), 32–40. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.4498>
- Ajisuksmo, C. R. P. (2024). *Psikologi Keluarga Bahagia Menjalani Hidup Sendiri*. Pohon Cahaya.
- Alabi, T. A. (2024). “I Thought I Was Coming to Paradise”: Expectation–Reality Discrepancy among Nigerian Migrants. *South African Review of Sociology*, 54(2), 233–254. <https://doi.org/10.1080/21528586.2024.2382952>
- Andriese, M. A. (2025). *Representasi Problematika Kesehatan Mental Generasi Z dalam Lirik Lagu Pada Album “Lagipula Hidup Akan Berakhir” Karya Hindia* [Thesis, Universitas Islam Indonesia]. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/55892>
- Arifin, S. (2022). Peran Komunikasi Antarpribadi Dalam Proses Pemulihan Trauma: Pada Remaja Korban Bencana. *Perspektif*, 1(5), Article 5. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i5.185>
- Athalia, N. D., & Kurniawan, F. (2025). *Peran Media Sosial Sebagai Media Distribusi Nilai dan Norma | JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*. 8(7). <https://jiip.stkipyapisdmpu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/8461>
- Bandura, A. (2001). Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 1–26. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1>
- Blumer, H. (1986). *Symbolic interactionism: Perspective and method*. Univ of California Press. [https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=HVuognZFfofC&oi=fnd&pg=PA1&q=Blumer,+H.+\(1969\).+Symbolic+interactionism:+Perspective+and+method.+University+of+California+Press&ots=4pTeL3ER8u&sig=8RGeT4qh0Kt5P3M5qliJt5Jau5c](https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=HVuognZFfofC&oi=fnd&pg=PA1&q=Blumer,+H.+(1969).+Symbolic+interactionism:+Perspective+and+method.+University+of+California+Press&ots=4pTeL3ER8u&sig=8RGeT4qh0Kt5P3M5qliJt5Jau5c)
- Festiger, L. (1957). A theory of cognitive dissonance. *Row, Peterson, New York*.

- Hernandez, D. (2022). *An Evaluation of Gratitude and Psychological Capital*. The Chicago School of Professional Psychology. <https://search.proquest.com/openview/f37c7efeb67f10ac3a6f62e3b0e19cf2/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y>
- Levitt, E. E. (1966). Psychotherapy research and the expectation-reality discrepancy. *Psychotherapy: Theory, Research & Practice*, 3(4), 163–166. <https://doi.org/10.1037/h0087922>
- Li, X., Lin, D., & Zhang, J. (2023). Expectation-Reality Discrepancy and Quality of Life Assessments of Chinese Migrants. Dalam *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research* (hlm. 2299–2305). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-17299-1_3950
- Madia, B. P., & Lutz, C. J. (2004). Perceived Similarity, Expectation-Reality Discrepancies, and Mentors' Expressed Intention to Remain in Big Brothers/Big Sisters Programs. *Journal of Applied Social Psychology*, 34(3), 598–623. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2004.tb02562.x>
- Mead, G. H., & Strauss, A. L. (1934). *The social psychology of george herbert mead*. <https://libarch.nmu.org.ua/bitstream/handle/GenofondUA/11733/6e55c449fb766403f38c7e58148ebfa2.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Meier, A., & Schäfer, S. (2018). The Positive Side of Social Comparison on Social Network Sites: How Envy Can Drive Inspiration on Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(7), 411–417. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0708>
- Priem, J. S., & Solomon, D. H. (2015). Emotional Support and Physiological Stress Recovery: The Role of Support Matching, Adequacy, and Invisibility. *Communication Monographs*, 82(1), 88–112. <https://doi.org/10.1080/03637751.2014.971416>
- Saifuddin, M. F. (2024). *Strategi Coping Stress Pegawai Divisi Pelayanan (Studi Fenomenologi Pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Dhaha Kota Kediri)* [Undergraduate, IAIN Kediri]. https://doi.org/10/933418419_BAB6%26daftar%20pustaka.pdf
- Sakdiah, H. (2023). *Pengaruh presentasi diri, social comparison, dan syukur terhadap subjective well being pada pengguna media sosial tiktok* [bachelorThesis, Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/81618>
- Santoso, B., Pratiwi, T., Damayanti, E., & Manurung, A. S. (2025). Representasi Kehidupan Ideal dan Tekanan Sosial di Instagram: Terhadap Strategi Pencitraan Diri Dikalangan Anak Muda. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(12), Article 12. <https://ojs.daarulhuda.or.id/index.php/Socius/article/view/1858>
- Schwarzer, R., & Knoll, N. (2007). Functional roles of social support within the stress and coping process: A theoretical and empirical overview. *International Journal of Psychology*, 42(4), 243–252. <https://doi.org/10.1080/00207590701396641>
- Wijoyo, E. R., & Banowo, E. (2023). Representasi Kebahagiaan Pada Pengguna Instagram Dalam Bentuk Narsisme. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1), Article 1.

-
- Zhang, J., Li, X., Fang, X., & Xiong, Q. (2009). Discrimination experience and quality of life among rural-to-urban migrants in China: The mediation effect of expectation–reality discrepancy. *Quality of Life Research*, 18(3), 291–300. <https://doi.org/10.1007/s11136-009-9454-6>
- Zhang, X., Huang, P., Li, B., Xu, W., Li, W., & Zhou, B. (2021). The influence of interpersonal relationships on school adaptation among Chinese university students during COVID-19 control period: Multiple mediating roles of social support and resilience. *Journal of Affective Disorders*, 285, 97–104. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2021.02.040>
- Zhao, X., Guo, H., Cai, G., & Bandyopadhyay, S. (2021). The Role of Expectation–Reality Discrepancy in Service Contracts. *Production and Operations Management*, 30(11), 4160–4175. <https://doi.org/10.1111/poms.13514>