



Dampak Konten Bertema Psikologi Dalam Media Sosial TikTok Terhadap Fenomena *Self Diagnose* Pada Generasi Z

Elisa Febriana¹, Ulfa Amalia²

¹⁻² Universitas Teknologi Yogyakarta, Indonesia

Alamat: Jl. Siliwangi Jl. Jombor Lor, Mlati Krajan, Sendangadi, Kec. Mlati, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55284

Korespondensi penulis: elisa5201211016@student.uty.ac.id

Abstract. *The rapid advancement of technology in the era of globalization has been accompanied by the emergence of various social media, one of which is TikTok social media. TikTok is a social platform focused on music videos that was first introduced in September 2016. Currently, 76% of TikTok users are dominated by generation Z. All types of video content on TikTok include psychology-themed content, which can lead to the phenomenon of self-diagnosis after viewing the content. The purpose of this study is to determine the impact of psychology-themed content in TikTok social media on generation Z. This research uses a qualitative descriptive approach method. The results of this study indicate that the phenomenon of self-diagnosis has an impact experienced by the subject, such as the subject experiencing interference in carrying out daily activities, the subject will search for additional information related to the symptoms experienced through digital media, the subject feels that his energy has decreased, the subject experiences a decrease in mood, and is easily emotional. In addition, in this study, researchers found that the phenomenon of self-diagnosis has a positive impact, namely the subject after doing self-diagnosis feels more empathetic with other individuals. The findings of this study are expected to not only enrich the academic literature, but can provide insight for generation Z to be more selective in choosing psychology-themed content, so as not to create a tendency to self-diagnose.*

Keywords: *TikTok Social Media, Self Diagnose, Generation Z.*

Abstrak. Kemajuan teknologi yang pesat di era globalisasi telah disertai dengan munculnya berbagai media sosial, salah satunya media sosial TikTok. TikTok adalah platform sosial yang berfokus pada video musik yang pertama kali diperkenalkan pada bulan September 2016. Saat ini tercatat 76% pengguna TikTok didominasi oleh generasi Z. Segala jenis konten video yang ada di TikTok termasuk konten bertema psikologi, yang dapat memunculkan fenomena *self diagnose* setelah melihat konten tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dampak konten bertema psikologi dalam media sosial TikTok pada generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena *self diagnose* memunculkan dampak yang dialami oleh subjek, seperti subjek mengalami gangguan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, subjek akan melakukan pencarian informasi tambahan terkait gejala yang dialami melalui media digital, subjek merasa energinya telah mengalami penurunan, subjek mengalami penurunan suasana hati, dan mudah emosi. Selain itu, dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa fenomena *self diagnose* memunculkan dampak positif yaitu subjek setelah melakukan *self diagnose* merasa lebih berempati dengan individu lain. Temuan dari penelitian ini diharapkan tidak hanya memperkaya literatur akademik, tetapi dapat memberikan wawasan bagi generasi Z untuk lebih selektif dalam memilih konten bertema psikologi, agar tidak memunculkan kecenderungan untuk melakukan *self diagnose*.

Kata kunci: Media Sosial TikTok, *Self Diagnose*, Generasi Z.

1. LATAR BELAKANG

Kemajuan teknologi yang pesat di era globalisasi diiringi dengan munculnya inovasi-inovasi baru, seperti munculnya media sosial dengan variasi baru dan fungsi yang berbeda. Kemajuan teknologi informasi semakin meningkatkan keingintahuan Masyarakat untuk bereksperimen dengan berbagai jenis media sosial. Adapun aplikasi media sosial yang saat ini digemari yaitu media sosial Tiktok. TikTok adalah platform sosial yang didedikasikan untuk

video musik dan pertama kali diluncurkan pada September 2016 (Aji, 2018). Aplikasi ini memiliki berbagai pilihan fitur yang mempermudah penggunaannya untuk beraktivitas, seperti pilihan musik, stiker, efek, filter, timer, dan fungsi pengubah suara (Sasongko, 2019). Karena karakteristik TikTok yang belum pernah dimiliki oleh media sosial lainnya, TikTok sangat digemari oleh generasi Z.

Generasi Z atau gen Z atau yang biasa disebut juga sebagai *centennials*, merupakan generasi yang lahir pada tahun 1997-2012, tepatnya setelah generasi *millennium* atau generasi Y (Sekar Arum et al., 2023). Saat ini, tercatat 76% Gen Z menggunakan TikTok, angka ini melampaui 71% pengguna YouTube yang merupakan platform konten video (YPulse, 2023). Banyaknya konten video yang ada di TikTok seringkali dijumpai konten yang bertema psikologis, dapat memunculkan fenomena *self diagnose*. TikTok merupakan salah satu tempat pembuatan video terbesar, hal ini berkorelasi dengan meningkatnya jumlah *self diagnose* yang dialami saat ini (Harwood, 2022). Maraknya penyebaran konten bertema psikologis dapat memicu munculnya fenomena *self diagnose*, dimana seorang individu menyimpulkan tentang kondisi psikologisnya sendiri dengan berbekal informasi yang didapatkan dari internet yang sumbernya tidak kredibel (Meizara et al., 2022).

Self diagnose merupakan langkah dimana seseorang mengamati tanda-tanda dan gejala dalam tubuh mereka sendiri, dengan menentukan penyakit atau ketidaknormalan tanpa melibatkan konsultasi medis. *Self diagnose* membuat seseorang mengalami kecemasan secara berlebih, orang yang memiliki gangguan kecemasan bisa bersikap tidak lazim misal seperti panik dan takut tanpa alasan, terhadap objek atau situasi kehidupan serta melakukan tindakan berulang-ulang tanpa dapat dikendalikan (Maskanah et al., 2022). Bahaya dari melakukan *self diagnose* akan berpengaruh terhadap kesehatan mental. Kemungkinan risiko buruk dari *self diagnose* meliputi diagnosis yang salah, penanganan yang tidak tepat, bahkan memperburuk kondisi kesehatan mental yang sudah ada sebelumnya. Penelitian ini penting dilakukan karena dari banyaknya muatan konten psikologi di media sosial TikTok memunculkan kecenderungan generasi Z untuk melakukan *self diagnose*, yang dapat memunculkan dampak yang akan ditimbulkan dari *self diagnose*. Maka, tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini untuk mengetahui dampak konten bertema psikologi dalam media sosial TikTok pada generasi Z.

2. KAJIAN TEORITIS

Menurut White dan Horvitz (Maskanah et al., 2022) *self diagnose* adalah upaya memutuskan bahwa diri sedang mengidap suatu penyakit berdasarkan informasi yang

diketahui. Ungkapan yang lain sebagaimana yang disampaikan Borghouts (Nugraha, 2023) Diagnosis mandiri atau self-diagnosis adalah upaya untuk memutuskan bahwa seseorang menderita suatu penyakit atau gangguan berdasarkan informasi yang tersedia tentang pengetahuan yang berkaitan dengan pengalaman yang dirasakan. Menurut Nareza (Sadida, 2021) terdapat beberapa dampak buruk yang mungkin akan muncul setelah melakukan *self diagnose*, seperti salah *diagnosis*, salah penanganan, serta memicu gangguan kesehatan yang lebih parah. Selain itu, perilaku *self diagnose* memiliki hal positif seperti mendapatkan informasi guna sebagai pembelajaran (Aaiz Ahmed & Stephen S, 2017).

Perbincangan mengenai psikologi semakin meningkat, berbagai kegiatan mengangkat tema psikologi, segala jenis konten apapun yang menyertakan kata kunci “menurut psikologi” sangat diminati di platform media digital (NurulAzizah, 2023). Salah satu yang kerap dibahas yaitu ciri-ciri seseorang memiliki masalah kesehatan mental, informasi seperti itu dapat membuat seseorang akan melakukan *self diagnose*, sehingga dengan banyaknya konten di media sosial terutama mengenai psikologi, diharapkan dapat lebih bijak memilih konten mana yang benar, agar dapat menghindari konten-konten pemicu *self diagnose* (Berindra, 2023).

Menurut Tapscott (Tasem Sumarni, Siti Nursanti, 2022) generasi Z adalah generasi keempat yang lahir pada tahun 1997 sampai dengan 2012, sedangkan tiga generasi sebelumnya adalah Baby Boom yang muncul pada tahun 1946 sampai dengan 1964, kemudian terbentuk generasi X sekitar tahun 1965 sampai dengan 1976, dan disusul generasi Y yang muncul pada tahun 1977 sampai dengan 1996, generasi Z yang pada tahun 2024 saat ini berusia 12-27 tahun. Pichler (Rahmah & Khasanah, 2023) menyatakan bahwa generasi Z sebagai komunitas yang sangat piawai dan akrab dengan teknologi yang sudah mutakhir, tentu sudah tidak asing lagi dengan media sosial. Ungkapan yang lain sebagaimana yang disampaikan Utomo & Probosini (Kasmantoni & Putra, 2023) generasi Z disebut generasi *influencer* yang dikatakan sebagai warga asli dari era digitalisasi seperti sekarang ini.

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini yaitu Annury et al., (2022) yang berjudul “Dampak *Self Diagnose* Pada Kondisi *Mental Health* Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya”. Persamaan pada penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah objek formal yaitu *self diagnose* dan hasil penelitian untuk mengetahui bagaimana *self diagnose* dapat menimbulkan dampak pada individu, serta metode yang digunakan penelitian ini adalah kualitatif. Perbedaan pada subjek penelitian yaitu mahasiswa sedangkan penelitian ini yaitu generasi Z.

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini yaitu Aaiz Ahmed & Stephen S (2017) yang berjudul “Self-Diagnosis in Psychology Students”. Persamaan pada penelitian terdahulu

dengan penelitian ini adalah objek formal yaitu *self diagnose* serta metode yang digunakan penelitian ini adalah kualitatif. Perbedaan pada subjek penelitian yaitu mahasiswa psikologi India sedangkan penelitian ini yaitu generasi Z. Sedangkan hasil penelitian juga berbeda yaitu bagaimana faktor distal dan faktor proklasimal dari pengetahuan klinis menyebabkan mahasiswa melakukan *self diagnose*, sedangkan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana dampak yang ditimbulkan setelah melakukan *self diagnose*.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, untuk melihat bagaimana dampak fenomena *self diagnose* pada generasi Z, kemudian dijadikan kesimpulan berupa deskriptif secara rinci berdasarkan pada data yang sudah dikumpulkan. Penentuan subjek pada penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memudahkan peneliti dalam pengambilan sampel sumber data sesuai dengan kebutuhan penelitian. Subjek dalam penelitian ini adalah generasi Z usia 12-27 tahun, aktif sebagai pengguna TikTok, dan pernah melakukan *self diagnose* setelah melihat konten bertema psikologi di media sosial TikTok.

Metode pengumpulan data pada penelitian kualitatif dilakukan secara *natural setting* (kondisi alamiah). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu wawancara dan dokumentasi. Teknik wawancara pada penelitian ini menggunakan percakapan yang berlangsung secara terarah atau terpimpin dimana pertanyaan yang diajukan telah ditentukan oleh peneliti, untuk mendapatkan sejumlah informasi yang berhubungan dengan permasalahan yang sedang diteliti, serta teknik dokumentasi pada penelitian ini terkait dengan bukti-bukti konten yang bertema psikologi. Instrument penelitian yang digunakan dalam penelitian kualitatif yaitu instrument utamanya peneliti itu sendiri atau *human instrument*, namun setelah permasalahan sudah difokuskan peneliti, kemudian membutuhkan instrument tambahan seperti pedoman wawancara untuk membantu memperoleh data yang mendalam dan akurat. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis, interpretasi data dan triangulasi sumber, kemudian ditarik kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

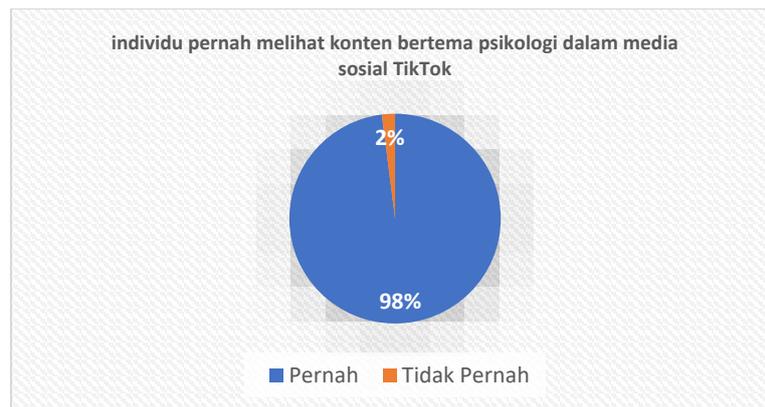
Penelitian ini mulai dilaksanakan pada bulan April 2024 dengan menyebarkan kuesioner dengan menggunakan Google Form ke 133 responden dikalangan generasi Z. Kuesioner tersebut bertujuan untuk mengetahui gambaran awal bagaimana konten bertema

psikologi dapat memunculkan kecenderungan seseorang melakukan *self diagnose* dikalangan generasi Z. Berdasarkan hasil kuesioner tersebut, lalu akan dilakukan wawancara dengan 5 subjek. Kemudian setelah mendapatkan gambaran individu yang dijadikan narasumber, pada bulan Mei 2024 peneliti mulai melakukan wawancara untuk pengambilan data. Pada penelitian ini terdapat dua lokasi yaitu di Yogyakarta dan Jawa Timur. Adapun pelaksanaan wawancara berada dikediaman subjek di daerah Yogyakarta, tepatnya di Bantul bagian selatan yaitu desa Jamprit kecamatan Pundong, desa Paker kecamatan Mulyodadi, desa Kiringan kecamatan Bambanglipuro, dan daerah Gunung Kidul tepatnya di desa Grogol 1 kecamatan Karangmojo, serta di dilakukan melalui *google meet*, karena kendala geografis sehingga peneliti tidak bisa menemui subjek secara langsung, dikarenakan subjek berada di daerah Blitar, Jawa Timur.

Hasil Analisis Data Kuesioner

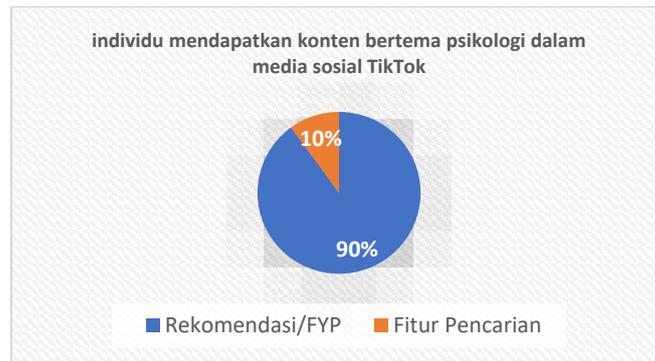
Berikut deskripsi hasil kuesioner yang telah diperoleh:

1. Gambaran Individu Pernah Melihat Konten Bertema Psikologi Dalam Media Sosial TikTok



Dalam gambar diagram *Pie Chart* diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa 98% adalah responden yang pernah melihat konten bertema psikologi dalam media sosial TikTok, sedangkan 2% adalah responden yang tidak pernah melihat konten bertema psikologi di TikTok.

2. Gambaran Individu Mendapatkan Konten Bertema Psikologi dalam Media Sosial TikTok



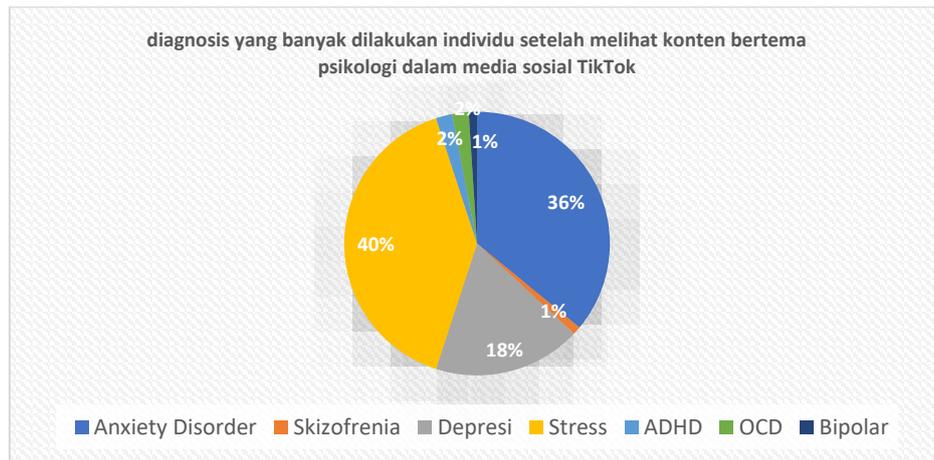
Dalam gambar diagram *Pie Chart* diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa 90% adalah responden mendapatkan konten bertema psikologi melalui rekomendasi/fyp di TikTok, sedangkan 10% adalah responden yang mendapatkan konten bertema psikologi melalui fitur pencarian di TikTok.

3. Gambaran Individu Pernah Melakukan *Self Diagnose* Setelah Melihat Konten Dalam Media Sosial TikTok



Dalam gambar diagram *Pie Chart* diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa 89% adalah responden yang pernah melakukan *self diagnose* setelah melihat konten bertema psikologi di TikTok, sedangkan 11% responden tidak pernah melakukan *self diagnose* setelah melihat konten bertema psikologi di TikTok.

4. Gambaran Diagnosis Yang Banyak Dilakukan Individu Setelah Melihat Konten Bertema Psikologi Dalam Media Sosial TikTok



Dalam gambar diagram *Pie Chart* diagram lingkaran di atas, menunjukkan bahwa 40% responden mendiagnosis dirinya Stress, 36% responden mendiagnosis dirinya *Anxiety Disorder*, 18% responden mendiagnosis dirinya Depresi, 2% responden mendiagnosis dirinya OCD, 2% responden mendiagnosis dirinya ADHD, 1% responden mendiagnosis dirinya Skizofrenia, serta 1% responden mendiagnosis dirinya Bipolar.

Hasil Analisis Data Wawancara

Berikut hasil wawancara ke lima subjek, berdasarkan komponen dari topik *self diagnose* menurut Aaiz Ahmed & Stephen S, (2017) yaitu penyebab *self diagnose*, metode *self diagnose*, efek *self diagnose*, kematangan akademik.

1. Penyebab *Self Diagnose*

Berdasarkan wawancara dengan subjek terkait cara mereka mendapatkan konten bertema psikologi di TikTok, menunjukkan bahwa semua subjek mendapatkan konten tersebut melalui rekomendasi atau "For You Page" (FYP) TikTok. Terkait dengan pengalaman *self diagnose* setelah melihat konten bertema psikologi di TikTok, dua subjek menunjukkan bahwa diagnosis yang mereka alami yaitu *stress*, dua subjek mendiagnosis diri mereka mengalami gangguan kecemasan, dan satu subjek mendiagnosis dirinya mengalami *skizofrenia*. Namun, semua subjek jarang melakukan *self diagnose*, hanya beberapa kali saja. Adapun jenis konten TikTok yang membuat subjek untuk melakukan *self diagnose* adalah video yang menyebutkan ciri-ciri tertentu atau langsung menyebutkan gangguan psikologi.

2. Metode *Self Diagnose*

Berdasarkan wawancara dengan subjek terkait respons mereka terhadap informasi yang didapatkan, satu subjek merespons dengan menjadikan informasi tersebut sebagai kontrol diri, dua subjek merespons dengan mencari informasi lebih lanjut terkait gejala yang dialami, dan satu subjek menjadikan informasi tersebut sebagai penambah wawasan. Mengenai apakah subjek akan bertanya kepada orang terdekat terkait gejala yang dialami, dua subjek biasanya

berbagi cerita dengan teman, sementara tiga subjek tidak bertanya maupun berbagi dengan siapapun karena mereka merasa hanya diri mereka sendiri yang merasakan gejala tersebut, sehingga tidak perlu bertanya kepada orang lain. Terkait pencarian informasi lebih lanjut mengenai gejala yang dialami, empat subjek menyatakan bahwa akan mencari informasi tambahan melalui media online, sedangkan satu subjek tidak mencari informasi lebih lanjut.

3. Efek *Self Diagnose*

Berdasarkan wawancara dengan subjek, menunjukkan bahwa satu subjek merasa tidak fokus dalam melakukan aktivitas sehari-hari, sementara empat subjek lainnya tidak mengalami gangguan dalam aktivitas sehari-hari. Terkait kekhawatiran terhadap gejala yang dialami, satu subjek merasa khawatir, sementara empat subjek lainnya hanya merasa gejala tersebut mengganggu pikiran mereka. Dalam hal perubahan sikap, satu subjek melaporkan adanya perubahan, seperti menjadi tidak fokus, sedangkan empat subjek lainnya tidak mengalami perubahan sikap. Mengenai pengaruh emosional, dua subjek merasa *self-diagnose* mempengaruhi kondisi emosional mereka, seperti mood yang buruk dan mudah emosi, sedangkan tiga subjek lainnya tidak merasakan dampak emosional. Tiga subjek melaporkan perubahan kebiasaan, seperti kesulitan tidur atau insomnia, setelah melakukan *self diagnose*, sementara dua subjek lainnya tidak merasakan perubahan dalam kebiasaan sehari-hari. Selanjutnya terkait pengaruh terhadap kegiatan sehari-hari, dua subjek merasa *self diagnose* mempengaruhi kegiatan mereka, meskipun masih mampu beraktivitas, sedangkan tiga subjek lainnya tidak merasakan dampak terhadap kegiatan sehari-hari. Dua subjek merasakan efek positif dari *self diagnose*, seperti menjadi lebih peduli pada diri sendiri dan sebagai pengingat, sementara tiga subjek lainnya merasakan manfaat berupa tambahan pengetahuan mengenai gejala psikologis yang dialami. Seluruh subjek menunjukkan bahwa adanya manfaat interpersonal setelah melakukan *self diagnose*, yaitu menjadi lebih peduli terhadap orang-orang di sekitar mereka.

4. Kematangan Akademik

Berdasarkan wawancara dengan subjek terkait pengalaman mereka dalam melakukan tes psikologi secara *online*, menunjukkan bahwa semua subjek pernah melakukan tes psikologi *online*, termasuk melalui *website* seperti halodoc. Namun, terkait percaya terhadap hasil tes tersebut, seluruh subjek menyatakan bahwa mereka tidak terlalu percaya dengan hasil tes psikologi yang telah dilakukan.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, peneliti menemukan beberapa hal yang mengidentifikasi bahwa media sosial TikTok, akan menimbulkan kecenderungan generasi

Z akan mengalami *self diagnose*. *Self diagnose* yang ditemukan pada riset ini bahwa subjek mengalami beberapa dampak. Dampak yang dirasakan oleh subjek yaitu dua dari ke lima subjek mengalami gangguan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari setelah melakukan *self diagnose*. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan Meizara et al., (2022) bahwa salah satu efek *self diagnose* yaitu *affective effects* dimana *self diagnose* akan menyebabkan seseorang mengalami tekanan fisik dan emosional. Ungkapan yang lain sebagaimana dijelaskan oleh Maskanah et al., (2022) bahwa setelah melakukan *self diagnose* akan memunculkan dampak yang dirasakan yaitu merasa terganggu dalam menjalankan aktivitas sehari-hari karena meyakini kebenaran hasil *self diagnose* yang telah dilakukan.

Selain itu, empat dari lima subjek setelah melakukan *self diagnose*, subjek akan melakukan pencarian informasi tambahan terkait gejala yang dialami melalui media digital. Hal tersebut sesuai dengan riset yang dilakukan oleh Gumara et al., (2023) bahwa *self diagnose* membuat kita mengetahui sebuah penyakit hanya berdasarkan pengetahuan yang dimiliki atau setelah membaca informasi yang berkaitan dengan keluhan tersebut di *internet*. Seperti disampaikan oleh Annury et al., (2022) bahwa informasi tentang kesehatan mental yang ada di media sosial hanya boleh digunakan sebagai pengetahuan dan gambaran umum saja. Selanjutnya, dua dari lima subjek merasa energinya telah mengalami penurunan, merasa mengalami penurunan suasana hati, dan mudah emosi setelah melakukan *self diagnose*. Hal tersebut sejalan dengan Sadida, (2021) bahwa *self diagnose* memiliki beberapa dampak buruk yang dapat terjadi. Selain itu, sesuai dengan riset yang dilakukan oleh Aaiz Ahmed & Stephen S, (2017) yang menjelaskan terkait bahwa setelah melakukan *self diagnose*, seseorang akan mengalami emosionalnya.

Kemudian, dua dari lima subjek akan bertanya atau sharing dengan teman terkait gejala yang dialami. Hal tersebut sesuai dengan riset yang dilakukan oleh Rizkika et al., (2023) bahwa seseorang akan mencocokkan gejala gangguan psikologi yang dirasakan dengan apa yang ditemukan dari berbagai sumber, baik dari internet, buku, orang lain, teman, atau keluarga maupun pengalaman pribadi. Selain itu, sesuai dengan riset dari Annury et al., (2022) bahwa mencocokkan *self diagnose* yang dilakukan berdasarkan suatu berita atau informasi dari internet, media sosial, teman, keluarga maupun pengalaman dari masa lalu. Kemudian, terdapat seluruh subjek merasakan bahwa setelah melakukan *self diagnose*, subjek menjadi lebih berempati dengan individu lain. Hal tersebut sesuai dengan riset yang dilakukan oleh Rizkika et al., (2023) bahwa *self diagnose* dapat membuat seseorang lebih berempati satu sama lain yang menjadi alasan mereka saling memberikan semangat dan dukungan. Seperti disampaikan oleh Meizara et al., (2022) bahwa melakukan *self diagnose* yaitu dapat membuat seseorang lebih

berempati satu sama lain yang menjadi alasan mereka saling memberikan semangat dan dukungan.

Terdapat seluruh subjek ketika melakukan tes psikologi secara *online*, subjek tidak terlalu percaya dengan hasil yang diperoleh. Hal tersebut sesuai dengan riset yang dilakukan oleh Aaiz Ahmed & Stephen S, (2017) bahwa penolakan untuk menerima hasil tes psikologi online, seseorang akan terlindungi dari efek yang lebih menyedihkan dari *self diagnose* yang mereka lakukan. Sebagaimana yang dikatakan Annury et al., (2022) bahwa memang banyaknya situs online yang menyediakan tes kesehatan mental. Terdapat empat dari lima subjek setelah melakukan *self diagnose*, tidak berpengaruh pada dirinya. Hal tersebut juga sesuai dengan riset yang dilakukan oleh Aaiz Ahmed & Stephen S, (2017) bahwa setelah melakukan *self diagnose*, mereka tidak merasa tertekan dengan gejala yang mereka rasakan, melainkan memilih untuk melihatnya secara biasa saja.

Terkait dengan fenomena *self diagnose* pada penelitian ini menemukan bahwa satu dari lima subjek merasa jika *self diagnose* ini sangat berpengaruh terhadap dirinya, sehingga membuat subjek untuk melakukan konsultasi dengan psikolog. Hal tersebut sesuai dengan riset yang dilakukan oleh Annury et al., (2022) bahwa untuk dapat mendiagnosa lebih lanjut terkait *self diagnose* hanya boleh dilakukan oleh tenaga yang memang ahli pada bidangnya seperti psikolog dan psikiater. Seperti disampaikan oleh Arjadi dan Persada (Maskanah et al., 2022) bahwa *self diagnose* memiliki dampak buruk bagi kesehatan mental, sehingga seseorang harus menindaklanjuti hasil *self diagnose* kepada psikolog untuk mendapatkan penanganan yang tepat.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang diperoleh yaitu menunjukkan bahwa fenomena *self diagnose* memunculkan dampak yang dialami oleh subjek, seperti subjek mengalami gangguan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, subjek akan melakukan pencarian informasi tambahan terkait gejala yang dialami melalui media digital, subjek merasa energinya telah mengalami penurunan, subjek mengalami penurunan suasana hati, dan mudah emosi. Selain itu, dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa fenomena *self diagnose* memunculkan dampak positif yaitu subjek setelah melakukan *self diagnose* merasa lebih berempati dengan individu lain. Penelitian ini berkontribusi pada bidang Bimbingan dan Konseling dengan memberikan wawasan mengenai bagaimana konten bertema psikologi di media sosial TikTok dapat mempengaruhi kecenderungan individu untuk

melakukan *self diagnose*, terutama pada generasi Z. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat membantu konselor dalam memahami bagaimana dampak fenomena *self diagnose* yang terjadi di kalangan generasi Z, penelitian ini juga tidak hanya memperkaya literatur akademik di bidang Bimbingan dan Konseling, tetapi dapat memberikan solusi praktis dan inovatif untuk mendukung kesehatan mental generasi Z di era digital.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, masih terdapat kekurangan dan keterbatasan, namun diharapkan penelitian yang telah dilakukan ini dapat memberikan manfaat. Berikut rekomendasi yang dibuat oleh peneliti Bagi generasi Z dapat lebih selektif dalam memilih konten bertema psikologi, agar tidak memunculkan kecenderungan untuk melakukan *self diagnose*, sehingga dapat meminimalisir dampak yang akan muncul setelah melakukan *self diagnose*. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada sampel penelitian yaitu lima orang, sehingga data yang diperoleh terkait dampak konten bertema psikologi dalam media sosial TikTok terhadap fenomena *self diagnose* pada generasi Z masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya, serta pada objek penelitian hanya difokuskan pada media sosial TikTok, yang mana merupakan salah satu dari sekian banyak media sosial lainnya yang juga terdapat konten bertema psikologi. Maka, bagi peneliti selanjutnya untuk dapat memperluas sampel penelitian dan objek penelitian, agar memberikan pemahaman lebih mendalam terkait dampak konten bertema psikologi terhadap fenomena *self diagnose* pada generasi Z.

UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji dan Syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya. Berkat karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Dampak Konten Bertema Psikologi Dalam Media Sosial TikTok terhadap Fenomena *Self diagnose* pada Generasi Z”. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu persyaratan meraih gelar Sarjana Pendidikan pada Program Studi Bimbingan dan Konseling Universitas Teknologi Yogyakarta. Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dari berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam penulisan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan optimal. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan ucapan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Aaiz, A., & Stephen, S. (2017). Self-diagnosis in psychology students. *International Journal of Indian Psychology*, 4(2). <https://doi.org/10.25215/0402.035>
- Aji, W. N. (2018). Aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia. *Universitas Widya Dharma Klaten*, 431, 136.
- Annury, U. A., Yuliana, F., Aufara, V., Suhadi, Z., Sekar, C., & Karlina, A. (2022). Dampak self diagnose pada kondisi mental health mahasiswa Universitas Negeri Surabaya. 481–486.
- Berindra, M. S. (2023). Bijak mendiagnosis diri sendiri. *Kompas*. <https://www.kompas.id/baca/muda/2023/06/10/bijak-mendiagnosa-diri-sendiri>
- Gumara, A., Muthmainah, B., & Prameswari, A. S. (2023). Kecemasan pada mahasiswa pengguna TikTok yang melakukan self diagnose. 1(1), 69–80.
- Harwood, E. (2022). TikTok, identity struggles and mental health issues: How are the youth of today coping? 1–9.
- Humaida, R., Munastiwi, E., Irbah, A. N., & Fauziah, N. (2022). Strategi mengembangkan rasa percaya diri pada anak usia dini. *Kindergarten: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini Indonesia*, 1(2), 1–15.
- Kasmantoni, K., & Putra, P. P. (2023). Analisis perspektif kritis generasi Z terhadap wacana pada media sosial. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 6(3), 681–696. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v6i3.698>
- Maskanah, I., Psikologi, P. S., Islam, U., Sunan, N., & Djati, G. (2022). Fenomena self-diagnosis di era pandemi COVID-19 dan dampaknya terhadap kesehatan mental the phenomenon of self-diagnosis in the era of the COVID-19 pandemic and its impact on mental health. 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.15575/jops.v1i1.17467>
- Meizara, E., Dewi, P., Sari, R., Lestari, D. R., Nurfath, M., & Ma, M. (2022). Psikoedukasi self diagnose: Kenali gangguan anda sebelum menjudge diri sendiri. *Pengabd*, 3(1), 19–26.
- Nugraha, M. T. A. Y. P. H. S. A. N. A. F. (2023). Diagnose of mental illness using forward chaining and certainty factor. 20(2), 63–70.
- NurulAzizah, N. (2023). Bijaklah dalam mengakses konten berbau psikologi. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/nasywaazizah/6462dcc55479c370714630d2/bijaklah-dalam-mengakses-konten-berbau-psikologi>
- Rahmah, F. A., & Khasanah, I. (2023). Kreativitas generasi Z menggunakan bahasa prokem dalam berkomunikasi pada aplikasi TikTok. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 6(3), 827–840. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v6i3.675>
- Rizkika, E., Fitriana, D., Sa'adati, T. I., & Afandi, A. (2023). Proceeding the 2nd international seminar of multicultural psychology (ISMP 2nd) Faculty of Psychology Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya analysis of self-diagnosis rates in the early adult age range. 2023, 313–318.

- Sadida, S. (2021). Fenomena self-diagnosis kesehatan mental remaja generasi Z di media sosial. 7–33.
- Sasongko, Y. A. T. (2019). Video pendek jadi lebih menarik dengan fitur TikTok ini. Detik. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4788614/video-pendek-jadi-lebih-menarik-dengan-fitur-tiktok-ini>
- Sekar Arum, L., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik generasi Z dan kesiapannya dalam menghadapi bonus demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Sumarni, T. S., & Nursanti, S. (2022). Intensitas pengguna media sosial Instagram terhadap minat fotografi generasi Z Indonesia. 16(10), 7639–7646.
- YPulse. (2023). Gen Z is officially using TikTok more than any other social media platform. YPulse. <https://www.ypulse.com/article/2023/06/05/gen-z-is-officially-using-tiktok-more-than-any-other-social-media-platform>