



Sanitas: Journal of Health, Medical, and Psychological Studies

Vol 1 No 1 Agustus 2025, Hal 20-39

ISSN: XXXX-XXXX (Print) ISSN: XXXX-XXXX (Electronic)

Open Access: <https://scriptaintelektual.com/sanitas/index>

Fenomena *Healing* dan *Self-Love* di Media Sosial Instagram: Tinjauan Psikologis pada Tren Budaya Populer

Nila Vinca Risma Trisna^{1*}

¹ Universitas Diponegoro, Indonesia

email: nila.vinca@gmail.com

Article Info :

Received:

13-7-2025

Revised:

30-7-2025

Accepted:

16-8-2025

Abstract

This study aims to analyze the phenomenon of *healing* and *self-love* on Instagram as psychological expressions within digital popular culture. The research is grounded in the rising use of mental health-related hashtags such as #healing and #selflove, which have been used over 51 million and 130 million times respectively in 2025. Using a qualitative approach with *content analysis*, the study examines public Instagram posts containing these hashtags. A *thematic content analysis* was conducted to identify the psychological meanings and cultural representations embedded in the content. The findings indicate that *healing* and *self-love* trends reflect a paradigm shift from clinical approaches toward more open social expressions of well-being. Drawing on Kristin Neff's *Self-Compassion* theory and Martin Seligman's *Positive Psychology*, these trends embody values of *mindfulness*, *self-kindness*, and *resilience* that contribute to users' psychological well-being. However, the phenomenon also shows ambivalence, as it often turns into consumptive and performative behavior. Therefore, balance between self-reflection and social responsibility is needed to maintain authentic healing practices.

Keywords : *Healing, Self-Love, Psikologi Positif, Self-Compassion, Budaya Digital.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis fenomena *healing* dan *self-love* di media sosial Instagram sebagai bentuk ekspresi psikologis dalam budaya populer digital. Latar belakang penelitian didasari meningkatnya penggunaan tagar bertema kesehatan mental seperti #healing dan #selflove yang masing-masing telah digunakan lebih dari 51 juta dan 130 juta kali pada tahun 2025. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *content analysis*, penelitian ini menelaah unggahan publik di Instagram yang memuat kedua tagar tersebut. Analisis dilakukan dengan *thematic content analysis* untuk mengidentifikasi makna psikologis dan representasi budaya yang terkandung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tren *healing* dan *self-love* mencerminkan pergeseran paradigma dari pendekatan klinis menuju ekspresi sosial yang lebih terbuka. Berdasarkan teori *Self-Compassion* dari Kristin Neff dan *Positive Psychology* dari Martin Seligman, tren ini memuat nilai *mindfulness*, *self-kindness*, dan *resilience* yang berkontribusi pada kesejahteraan psikologis. Namun, fenomena ini juga bersifat ambivalen karena cenderung menjadi perilaku konsumtif dan performatif. Diperlukan keseimbangan antara refleksi diri dan tanggung jawab sosial agar praktik tersebut tetap bermakna autentik.

Kata Kunci: *Healing, Self-Love, Psikologi Positif, Self-Compassion, Budaya Digital.*



©2022 Authors.. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

PENDAHULUAN

Media sosial kini menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia modern. Berdasarkan DataReportal per awal 2025, jumlah pengguna Instagram di Indonesia mencapai sekitar 103 juta orang, dengan 85,3% pengguna berusia 16–64 tahun aktif mengakses platform ini (DetikInet, 2025). Rata-rata waktu penggunaan mencapai 16 jam 10 menit per bulan (Pantau, 2024), menunjukkan keterikatan yang kuat terhadap platform visual tersebut. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi foto dan video, tetapi juga sebagai arena sosial di mana pengguna mengekspresikan identitas, emosi, serta pandangan hidup mereka. Dengan basis pengguna yang masif dan partisipasi aktif lintas usia, Instagram menjadi representasi penting dari budaya digital kontemporer di Indonesia.

Remaja menjadi kelompok demografis paling aktif dalam penggunaan media sosial, khususnya Instagram. Laporan NapoleonCat (2024) menunjukkan bahwa 32,9% pengguna Instagram di Indonesia

berada pada rentang usia 18–24 tahun, sedangkan 39,8% berusia 25–34 tahun. Meskipun demikian, kelompok usia 10–17 tahun yang tergolong remaja juga memiliki partisipasi signifikan dalam penggunaan platform ini (NTBSatu, 2024). Keterlibatan aktif remaja di media sosial menjadikan mereka kelompok yang sangat terpengaruh oleh dinamika budaya digital, termasuk tren terkait kesehatan mental dan ekspresi diri. Fenomena ini memperlihatkan bahwa media sosial bukan hanya sarana hiburan, tetapi juga ruang psikologis tempat remaja membentuk citra diri dan mengelola tekanan emosional.

Masalah kesehatan mental remaja di Indonesia menunjukkan tingkat prevalensi yang tinggi dan perlu mendapatkan perhatian serius. Survei Indonesia-National Adolescent Mental Health Survey (I-NAMHS) tahun 2022 mengungkap bahwa 34,9% remaja berusia 10–17 tahun mengalami satu atau lebih masalah kesehatan mental, dengan 5,5% di antaranya memenuhi kriteria diagnostik gangguan mental dalam 12 bulan terakhir (UGM, 2022). Di sisi lain, BPJS Kesehatan mencatat sebanyak 18,9 juta kasus terkait kesehatan mental telah ditangani dalam periode 2020–2024 dengan pengeluaran sekitar Rp 6,77 triliun (APSN, 2025). Data tersebut menunjukkan tingginya kebutuhan dukungan psikologis di tengah keterbatasan akses layanan profesional. Akibatnya, banyak remaja mencari bentuk ekspresi dan penyembuhan alternatif melalui media sosial.

Menurut data INSG (2025), masyarakat Indonesia rata-rata menghabiskan waktu 3 jam 14 menit per hari di media sosial, dengan 76% pengguna mengikuti minimal satu *influencer*. Angka tersebut menandakan tingginya tingkat paparan terhadap konten digital, termasuk konten bertema kesehatan mental, gaya hidup, dan motivasi diri. Dalam konteks ini, platform seperti Instagram tidak hanya menjadi media komunikasi, tetapi juga sumber informasi dan validasi sosial yang memengaruhi perilaku psikologis pengguna. Tren ini menunjukkan bahwa batas antara kehidupan pribadi dan ruang publik digital semakin kabur. Dengan demikian, pola interaksi digital turut membentuk cara individu memandang kesehatan mental dan kesejahteraan emosional mereka.

Jenis gangguan mental yang paling umum ditemukan di kalangan remaja meliputi gangguan kecemasan (3,7%), depresi mayor (1,0%), gangguan perilaku (0,9%), PTSD dan ADHD masing-masing 0,5% (KompasTV, 2022). Meski prevalensinya tinggi, hanya 2,6% remaja yang mengalami masalah kesehatan mental dalam 12 bulan terakhir yang mengakses layanan konseling atau dukungan profesional (JurnalBengkulu, 2025). Data ini menunjukkan kesenjangan signifikan antara kebutuhan psikologis dan akses terhadap layanan formal. Dalam situasi tersebut, media sosial dapat berfungsi sebagai saluran informal bagi individu untuk mencari dukungan emosional dan memvalidasi pengalaman mereka. Hal ini membuka ruang bagi munculnya fenomena *healing* dan *self-love* sebagai bentuk ekspresi diri dan upaya pemulihan non-klinis.

Fenomena budaya populer seperti *healing* dan *self-love* di Instagram berkembang pesat sebagai respons terhadap meningkatnya kesadaran akan pentingnya kesehatan mental (Rarame, 2025). Istilah-istilah ini sering digunakan dalam unggahan foto, video, maupun caption sebagai representasi kebutuhan emosional untuk beristirahat, memulihkan diri, dan memberi afirmasi positif. Praktik tersebut memberikan alternatif bagi remaja dan pengguna muda yang belum menjangkau layanan psikologis formal (Nurdiana, 2024). Namun, fenomena ini menimbulkan pertanyaan kritis mengenai apakah *healing* dan *self-love* benar-benar merefleksikan pemahaman psikologis yang sehat atau sekadar menjadi simbol gaya hidup populer. Pergeseran makna tersebut menunjukkan kompleksitas antara nilai psikologis dan komodifikasi budaya digital.

Media sosial memainkan peran ganda dalam membentuk kesejahteraan psikologis individu. Di satu sisi, ia menyediakan ruang refleksi dan dukungan sosial melalui representasi positif tentang perawatan diri; di sisi lain, ia dapat memperkuat tekanan sosial melalui mekanisme *social comparison* dan pencarian validasi eksternal. Ketika konsep *healing* dan *self-love* direduksi menjadi estetika visual tanpa makna mendalam, muncul risiko penyederhanaan masalah emosional yang kompleks. Akibatnya, perilaku konsumtif dan performatif dapat menggantikan refleksi diri yang sejati. Hal ini menandakan perlunya pendekatan kritis terhadap cara individu dan komunitas digital memahami kesejahteraan psikologis mereka.

Instagram sebagai platform berbasis visual memungkinkan penggabungan elemen gambar, teks, dan video yang memperkuat representasi identitas dan emosi (Sari, 2025). Kombinasi tersebut menjadikan Instagram arena yang subur bagi munculnya tren budaya populer, termasuk *healing* dan *self-love*, yang kini berfungsi sebagai bahasa baru kesejahteraan psikologis di dunia digital. Dengan jumlah pengguna yang masif dan intensitas penggunaan tinggi, platform ini berpotensi membentuk

norma sosial tentang cara “sehat” secara emosional di ruang daring. Fenomena ini memperlihatkan bahwa praktik psikologis tidak lagi terbatas pada ruang klinis, tetapi juga termanifestasi dalam ekspresi publik yang terbuka. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk meninjau fenomena *healing* dan *self-love* sebagai bentuk representasi psikologis dalam budaya populer digital di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (*content analysis*) (Susanto et al., 2022), yang bertujuan memahami makna dan representasi psikologis di balik fenomena *healing* dan *self-love* dalam budaya digital. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian tidak terletak pada pengukuran kuantitatif, melainkan pada penafsiran makna simbolik dan nilai-nilai psikologis yang terkandung dalam konten Instagram, seperti penerimaan diri, keseimbangan emosional, dan strategi *coping* terhadap stres. Objek penelitian mencakup unggahan publik di Instagram yang memuat tagar *#healing*, *#selflove*, *#mentalhealth*, dan *#selfcare*, baik berupa *caption*, gambar, maupun video yang relevan dengan tema penelitian. Sumber data terdiri atas data primer berupa konten digital dari Instagram yang dikumpulkan melalui fitur pencarian tagar, serta data sekunder yang meliputi buku, artikel ilmiah, laporan psikologi populer, dan berita daring yang membahas fenomena serupa. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik dokumentasi, yaitu mengidentifikasi, mencatat, dan menyeleksi unggahan publik periode 2024–2025, termasuk elemen visual, teks, *likes*, *comments*, dan nada pesan, dengan memastikan hanya konten relevan yang dianalisis.

Analisis data dilakukan melalui analisis isi kualitatif tematik (*thematic content analysis*) yang mengacu pada model Miles dan Huberman (1994), meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi, peneliti menyeleksi dan mengelompokkan konten berdasarkan tema utama seperti *healing*, *self-love*, dan *mental health*, serta menghapus konten yang tidak relevan. Tahap penyajian data dilakukan dengan menyusun hasil temuan dalam bentuk tabel atau matriks tematik yang mencerminkan kategori seperti emosi positif, motivasi diri, *spiritual healing*, dan *self-acceptance*. Selanjutnya, tahap penarikan kesimpulan difokuskan pada penafsiran konstruksi makna *healing* dan *self-love* sebagai representasi psikologis dalam budaya populer digital. Hasil analisis dibandingkan dengan teori *Self-Compassion* dari Kristin Neff dan *Positive Psychology* dari Martin Seligman untuk mengidentifikasi nilai-nilai seperti *mindfulness*, *self-kindness*, dan *resilience* yang menonjol dalam konten digital tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena *Healing* dan *Self-Love* di Media Sosial Instagram

Fenomena *healing* dan *self-love* di media sosial, khususnya Instagram, mengalami peningkatan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Penggunaan kedua tagar ini menunjukkan tren budaya populer digital yang mengaitkan kesehatan mental dengan ekspresi diri dan kesejahteraan emosional. Tagar digunakan tidak hanya sebagai sarana kategorisasi konten, tetapi juga sebagai representasi simbolik dari cara individu memahami proses penyembuhan dan penerimaan diri di ruang digital. Analisis popularitas tagar menjadi langkah awal untuk memetakan sejauh mana isu psikologis seperti *self-compassion* dan *positive wellbeing* diartikulasikan dalam budaya media sosial. Tabel berikut menyajikan data mengenai tingkat popularitas tagar bertema kesehatan mental di Instagram pada tahun 2025 yang menjadi dasar analisis fenomena ini:

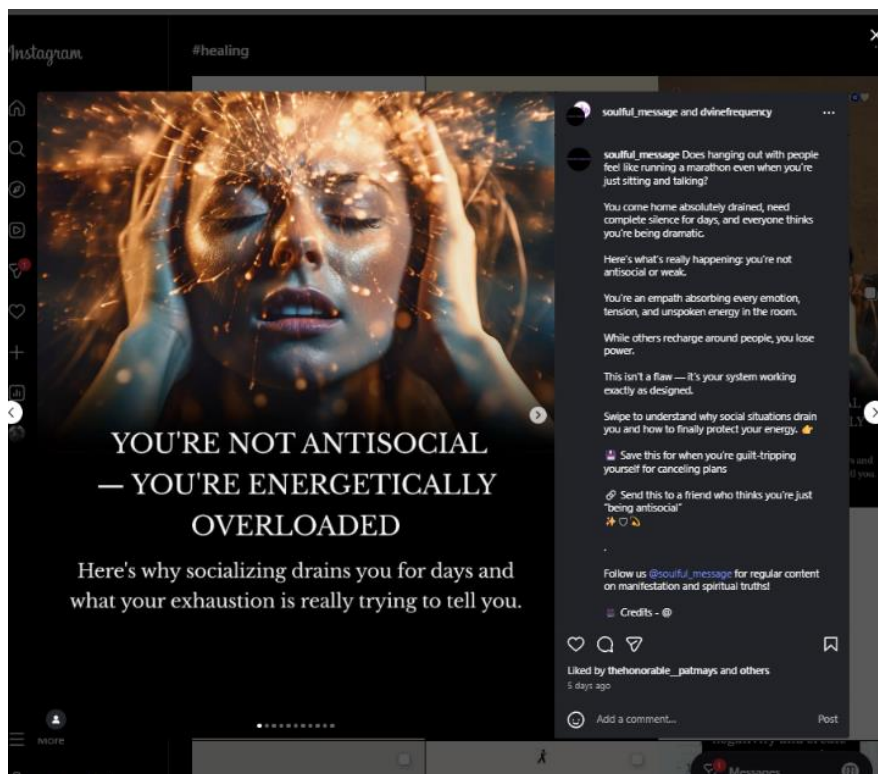
Tabel 1. Popularitas Tagar Bertema Kesehatan Mental di Instagram (2025)

No	Tagar	Jumlah Postingan (2025)	Sumber Data	Posisi dalam Tagar Terkait	Keterangan
1	#healing	51.000.000+	Best-Hashtags (2025)	Terkait dengan #selflove, #selfcare, #mentalhealth	Menggambarkan aktivitas pemulihan diri dan rehat emosional
2	#selflove	130.000.000+	Iqhashtags (2025), Best-	Terkait dengan #healing,	Melambangkan penerimaan diri dan

Hashtags (2025)	#selfcare, #mentalhealth	kesejahteraan psikologis
Sumber: Best-Hashtags, (2025), Iqhashtags, (2025)		

Tagar #healing di Instagram menunjukkan popularitas yang sangat tinggi. Berdasarkan situs Best-Hashtags, hingga tahun 2025 tagar #healing telah digunakan dalam lebih dari 51 juta postingan di Instagram (Best-Hashtags, 2025). Tagar #selflove juga sangat sering digunakan dan muncul sebagai related hashtag pada tagar-tagar populer lain seperti #healing, #selfcare, dan #mentalhealth. Dalam data dari platform iqhashtags dan Best-Hashtags, #selflove tercatat memiliki lebih dari 130 juta postingan sebagai hashtag terpisah dan sebagai bagian dari tagar terkait (Iqhashtags, 2025).

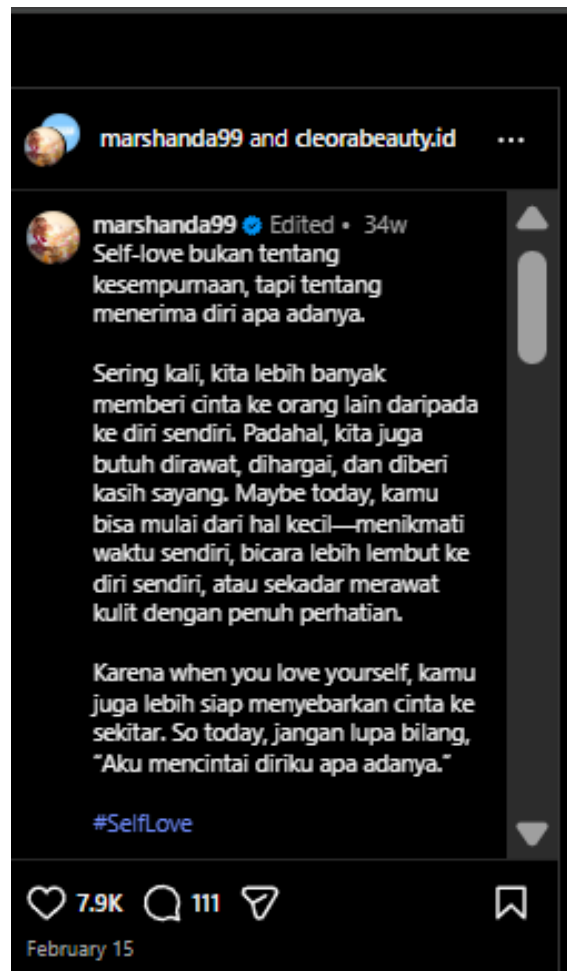
Dari segi tren tahunan, ada indikasi bahwa penggunaan #healing melonjak sejak masa pandemi Covid-19. Penggunaan kata “healing” menjadi populer di media sosial Indonesia pada akhir tahun 2021 hingga 2022, termasuk dalam pencarian Google yang meningkat drastis hingga 500% dibandingkan periode yang sama tahun sebelumnya (Halijah, 2023).



Gambar 1. Postingan Instagram dengan Tagar #healing
Sumber: Instagram, <https://www.instagram.com/p/DPoIWD8iD8/>

Gambar dan teks di atas merepresentasikan ketegangan mental dan beban energi **emosional**, yang secara simbolis menggambarkan *emotional burnout* atau *energetic overload*. Teks utama pada gambar berbunyi “YOU'RE NOT ANTISOCIAL — YOU'RE ENERGETICALLY OVERLOADED” “Here's why socializing drains you for days and what your exhaustion is really trying to tell you”. Pesan ini mengandung narasi psiko-edukatif yang menormalkan kelelahan sosial, serta menggeser label negatif (antisosial) menjadi bentuk *self-understanding* (*energetically overloaded*).

Konten ini menggambarkan upaya pengguna media sosial untuk mengganti narasi patologis menjadi afirmatif, yang merupakan ciri khas tren *healing* di platform seperti Instagram. Postingan tersebut sejalan dengan tren *healing culture* di media sosial, di mana individu mencari validasi dan pemahaman emosional melalui bahasa yang menenangkan. Tagar #healing yang digunakan menandakan bahwa konten ini termasuk dalam ekosistem digital yang mendorong refleksi diri, pemulihan energi, dan keseimbangan mental.

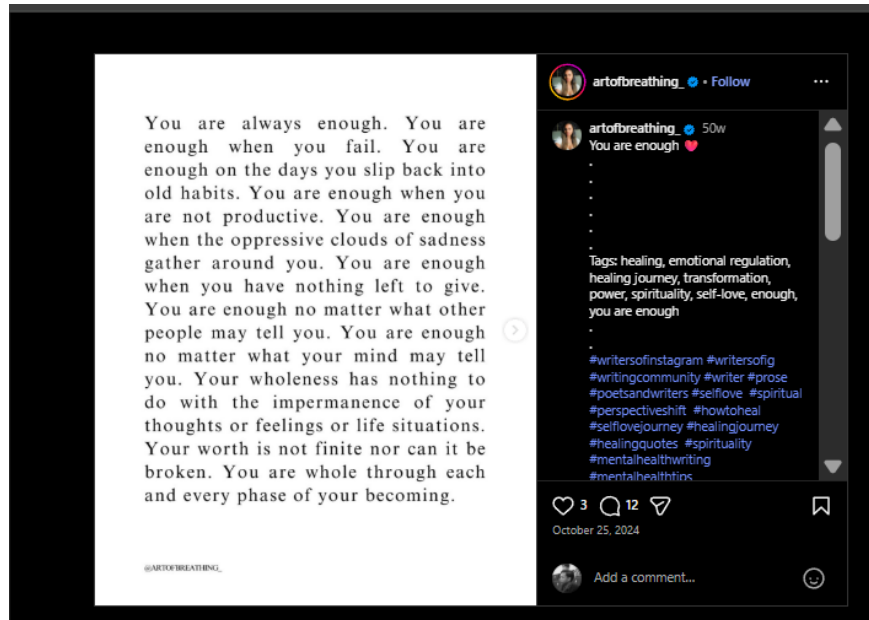


Gambar 2. Postingan Instagram dengan Tagar #selflove

Sumber: Instagram, <https://www.instagram.com/p/DGFJE4CSCuY/>

Konten Instagram pada unggahan tersebut berasal dari akun @marshanda99, yang membahas konsep *self-love* atau mencintai diri sendiri. Dalam unggahan itu, Marshanda menulis bahwa *self-love* bukanlah tentang kesempurnaan, melainkan tentang menerima diri apa adanya. Ia menyoroti kebiasaan banyak orang yang lebih sering memberi cinta kepada orang lain daripada kepada diri sendiri. Padahal, seseorang juga perlu merawat, menghargai, dan menyayangi dirinya sendiri. Isi pesan tersebut menekankan pentingnya perhatian terhadap kesehatan emosional dan mental dengan cara yang sederhana misalnya meluangkan waktu untuk diri sendiri, berbicara lembut kepada diri sendiri, dan menghargai diri tanpa syarat. Di akhir, ia menulis bahwa ketika seseorang mencintai dirinya sendiri, ia juga lebih mampu menyebarkan cinta kepada orang lain.

Jika dikaitkan dengan fenomena penggunaan tagar #SelfLove di media sosial, unggahan ini dapat dikategorikan sebagai representasi narasi positif tentang kesadaran diri dan kesehatan mental. Pesan yang disampaikan mencerminkan pergeseran budaya digital, di mana pengguna media sosial menggunakan platform seperti Instagram bukan hanya untuk berbagi foto, tetapi juga untuk menyampaikan pesan reflektif dan inspiratif terkait kesejahteraan psikologis.



Gambar 3. Postingan Instagram dengan Tagar #healing dan #selflove

Sumber: Instagram, <https://www.instagram.com/p/DBhCCsmSvQN/>

Konten Instagram dari akun @artofbreathing_ di atas berisi kutipan reflektif yang menegaskan pesan afirmatif: “*You are always enough.*” Tulisan tersebut menyampaikan bahwa seseorang tetap berharga dan cukup (*enough*) meskipun sedang gagal, tidak produktif, sedih, atau kehilangan semangat. Nilai diri seseorang tidak bergantung pada pencapaian, keadaan emosional, atau penilaian orang lain, melainkan berasal dari keutuhan dan keberadaannya sebagai manusia. Kutipan ini juga menolak pandangan perfeksionistik yang sering muncul di media sosial, menggantinya dengan pandangan yang lebih empatik dan humanistik. Pesan ini memperkuat narasi tentang penerimaan diri tanpa syarat, yang merupakan inti dari gerakan *self-love* dan *healing* di dunia digital.

Konten ini dapat diinterpretasikan sebagai contoh diskursus afirmasi diri (*self-affirmation discourse*). Unggahan seperti ini berfungsi sebagai bentuk *coping mechanism* psikologis kolektif, di mana pengguna media sosial mengekspresikan dan meneguhkan nilai diri melalui bahasa yang menenangkan dan inklusif.

Tinjauan Psikologis terhadap Tren Budaya Populer *Healing* dan *Self Love* di Instagram

Fenomena *healing* dan *self-love* di media sosial, khususnya di Instagram, menunjukkan pergeseran budaya dalam cara individu memahami dan mengelola kesehatan mental. Dari yang semula bersifat privat dan klinis, kini wacana pemulihan diri menjadi bagian dari ekspresi sosial yang terbuka dan terhubung secara digital. Di muka sudah ditampilkan data pada tahun 2025 tagar #healing telah digunakan lebih dari 51 juta kali dan #selflove lebih dari 130 juta kali di Instagram, menandakan tingginya tingkat partisipasi publik dalam diskursus mengenai kesejahteraan psikologis. Fenomena ini tidak hanya menggambarkan tren digital, melainkan mencerminkan kebutuhan kolektif manusia modern untuk menemukan makna, keseimbangan emosional, dan penerimaan diri di tengah tekanan sosial dan performativitas dunia maya (Sukmana, et al., 2025).

Dari perspektif psikologi positif sebagaimana dikemukakan oleh Martin Seligman, individu yang mencari *healing* dan mempraktikkan *self-love* tengah berupaya menuju kondisi *well-being* (Usman, 2017). Seligman menjelaskan bahwa kebahagiaan sejati (*authentic happiness*) tidak sekadar berasal dari emosi positif, tetapi juga dari keterlibatan (*engagement*), makna (*meaning*), hubungan positif (*positive relationships*), pencapaian (*achievement*), dan vitalitas hidup (*perseverance*). Dalam media sosial, narasi-narasi bertema *self-love* dan *healing* menjadi sarana untuk menumbuhkan dimensi-dimensi tersebut, terutama makna dan hubungan positif, melalui bentuk komunikasi empatik dan reflektif antar pengguna.

Konten Instagram seperti yang diunggah oleh akun @soulful_message menggambarkan kelelahan emosional (*emotional burnout*) dan menawarkan reinterpretasi atas stigma sosial terhadap

kepekaan emosional. Narasi “*You’re not antisocial — you’re energetically overloaded*” mencerminkan bentuk penerimaan terhadap kondisi psikologis yang kompleks tanpa menghakimi diri. Dari sudut pandang *Self-Compassion Theory* yang dikembangkan oleh Kristin Neff dalam Rozikan & Adisti, (2024), pesan ini merepresentasikan salah satu komponen utama *self-compassion*, yaitu *mindfulness*, kesadaran terhadap penderitaan tanpa menolak atau membesar-besarkannya. Individu yang berlatih *self-compassion* mampu mengakui rasa lelah atau stres sebagai bagian dari pengalaman manusiawi, bukan sebagai kelemahan personal.

Narasi tersebut juga memperlihatkan dimensi kedua dari *self-compassion*, yaitu *common humanity*, atau kesadaran bahwa penderitaan adalah pengalaman universal. Di media sosial, bentuk kesadaran ini diwujudkan melalui komunitas digital yang saling berbagi pengalaman tentang *burnout*, kesepian, dan proses pemulihan diri. Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media ekspresi, tetapi juga sebagai ruang sosial baru bagi individu untuk membangun empati kolektif terhadap pengalaman emosional bersama.

Konten lain seperti unggahan @marshanda99 menekankan konsep *self-love* sebagai penerimaan diri tanpa syarat. Pesan “*Self-love bukan tentang kesempurnaan, tapi tentang menerima diri apa adanya*” sejalan dengan komponen ketiga *self-compassion*, yakni *self-kindness*, kemampuan untuk memperlakukan diri sendiri dengan kelembutan dan kebaikan ketika menghadapi kegagalan atau kekurangan. Dalam perspektif psikologi positif, perilaku semacam ini meningkatkan kesejahteraan emosional dan menurunkan risiko depresi karena menggeser pola pikir dari kritik diri menuju pengertian diri (Karinda, 2020).

Fenomena ini menunjukkan pergeseran paradigma dari budaya perfeksionistik menuju budaya empatik, di mana individu lebih menekankan pada penerimaan diri daripada pencapaian eksternal. Dalam konteks budaya populer, pesan semacam ini berfungsi sebagai bentuk *resilience narrative*, narasi ketahanan psikologis yang membantu individu menavigasi tekanan sosial yang semakin tinggi di era digital. Dengan menyebarkan pesan *self-acceptance*, pengguna media sosial secara tidak langsung membangun ekosistem emosional yang lebih suportif dan terapeutik.

Unggahan @artofbreathing_ yang menulis “*You are always enough*” menjadi representasi kuat dari *positive affirmation culture*, yaitu praktik afirmasi diri yang berfungsi menanamkan nilai-nilai positif ke dalam kesadaran. Dari perspektif Seligman, praktik ini dapat dikaitkan dengan dimensi *positive emotion* dan *meaning* dalam model PERMA, di mana emosi positif bukan hanya hasil, tetapi juga sarana untuk meningkatkan kesejahteraan. Afirmasi semacam ini melatih otak untuk menginternalisasi pandangan yang lebih sehat terhadap diri sendiri, sehingga memperkuat ketahanan psikologis atau *psychological resilience* (Paduli, 2025).

Namun, fenomena ini juga menunjukkan ambivalensi psikologis. Di satu sisi, wacana *self-love* meningkatkan kesadaran terhadap kesehatan mental, di sisi lain, ia dapat berubah menjadi bentuk baru dari tekanan sosial yaitu keharusan untuk selalu bahagia dan “*healed*”. Dalam hal ini, pendekatan *mindful self-compassion* dari Neff menjadi penting, karena menekankan keseimbangan antara menerima emosi negatif dan mengupayakan pertumbuhan tanpa paksaan (Amaliyah, & Budiono, 2024). Praktik *mindfulness* memungkinkan individu untuk hadir secara sadar dalam pengalaman emosionalnya tanpa menilai atau menekan.

Fenomena ini juga muncul polemik dari sudut pandang sosiokultural. Budaya digital sering mengubah *healing* dan *self-love* menjadi komoditas gaya hidup. Praktik “merawat diri” atau *self-care* tidak lagi sebatas refleksi batin, tetapi dikaitkan dengan konsumsi produk seperti spa, liburan, atau pembelian barang yang diklaim mendukung *mental wellness*. Fenomena ini dikenal sebagai “*commodified self-care*”, di mana penyembuhan diri direduksi menjadi aktivitas konsumtif (Martínez-Jiménez, 2023). Dalam psikologi sosial, hal ini disebut *symbolic consumption* tindakan membeli untuk membangun identitas dan citra diri, bukan karena kebutuhan aktual.

Self-love culture di Instagram bisa melahirkan paradoks, di satu sisi mengajarkan penerimaan diri, di sisi lain memperkuat nilai-nilai kapitalistik yang mengukur “pemulihan” melalui kemampuan membeli atau tampil bahagia. Tagar seperti #treatyourself atau #healingtime jika dikaitkan dengan konten belanja, traveling, dan konsumsi makanan mahal, maka akan menegaskan hubungan antara *healing* dan konsumsi sebagai bentuk validasi sosial. Ini menyisakan pertanyaan psikologis apakah seseorang benar-benar sedang “sembuh”, atau sekadar mengisi kekosongan emosional dengan perilaku konsumtif.

Dari perspektif Neff, fenomena ini dapat dibaca sebagai hilangnya elemen *mindfulness* dalam *self-compassion* (Soetikno, et al., 2021). *Mindfulness* menuntut kesadaran jernih terhadap motivasi di balik tindakan, apakah perawatan diri dilakukan sebagai bentuk kasih sayang sejati atau sekadar pelarian dari ketidaknyamanan emosional. Ketika *self-love* menjadi alat pelarian, ia tidak lagi menyembuhkan, melainkan memperpanjang siklus ketidakpuasan diri.

Healing culture di media sosial juga dapat menumbuhkan apa yang disebut “*toxic self-acceptance*”, yaitu penerimaan diri yang ekstrem hingga menolak segala bentuk kritik dan tanggung jawab. Individu barangkali menolak introspeksi dengan dalih “aku mencintai diriku apa adanya”, padahal perilaku tersebut justru menghambat perkembangan psikologis. Dari kacamata psikologi positif, kesejahteraan sejati menuntut keseimbangan antara penerimaan dan transformasi diri (*acceptance and change*). *Self-compassion* seharusnya tidak meniadakan kesadaran moral atau etika kerja, tetapi mendorong pertumbuhan dengan dasar kasih sayang, bukan penolakan terhadap realitas.

Secara budaya, *self-love* dan *healing* juga dapat memperkuat nilai individualistik dalam masyarakat modern. Seligman menjelaskan bahwa *well-being* tidak hanya bersumber dari diri sendiri, tetapi juga dari hubungan dan kontribusi sosial (Puspita, et al., 2023). Namun narasi populer di Instagram sering kali menekankan isolasi emosional, seolah kesejahteraan hanya bisa dicapai dengan “memilih diri sendiri” dan “tidak peduli pada ekspektasi orang lain”. Individu bisa kehilangan makna sosial dan menjadi terperangkap dalam *hyperindividualism* yang dapat berujung pada kesepian eksistensial (Huang, et al., 2010).

Fenomena ini juga berkaitan dengan *performative healing*, yakni praktik menampilkan proses penyembuhan diri secara publik untuk mendapatkan validasi sosial. Dalam jangka panjang, ini dapat menciptakan tekanan psikologis baru, individu merasa harus “terlihat sembuh”, “terlihat tenang”, dan “terlihat bahagia”, sehingga makna otentik dari pemulihan diri menjadi kabur. Menurut Seligman, kebahagiaan autentik tidak dapat diperoleh dari pengakuan eksternal, melainkan dari konsistensi antara nilai internal dan tindakan nyata (Fikri, et al., 2024).

Meskipun *healing* dan *self-love* berakar pada teori psikologi positif dan *self-compassion*, dalam praktik budaya populer keduanya dapat mengalami distorsi makna. Di satu sisi, tren ini membantu masyarakat menumbuhkan kesadaran emosional; di sisi lain, ia berpotensi menormalisasi perilaku tidak produktif, konsumtif, dan narsistik yang dibungkus dalam bahasa kesehatan mental.

Pendekatan yang lebih seimbang diperlukan untuk mengembalikan esensi psikologis *healing* dan *self-love*. Berdasarkan teori Neff, keseimbangan tersebut dicapai melalui *mindful awareness* dan *common humanity*, kesadaran bahwa mencintai diri berarti juga bertanggung jawab terhadap pertumbuhan diri dan koneksi sosial. Dalam *Positive Psychology*, kesejahteraan tidak hanya diukur dari ketenangan batin, tetapi juga dari kemampuan berkontribusi secara positif dalam kehidupan nyata.

Self-love dan *healing* di media sosial Instagram merupakan cermin dari dinamika psikologis masyarakat modern yang sedang mencari makna dan keseimbangan emosional di tengah budaya kompetitif. Namun agar tren ini benar-benar konstruktif, ia harus ditopang oleh refleksi mendalam dan kesadaran kritis, bukan sekadar estetika emosional yang dikomodifikasi. Dengan landasan teori *self-compassion* dan *positive psychology*, masyarakat digital perlu memahami bahwa mencintai diri tidak berarti berhenti berproses, melainkan tumbuh dengan belas kasih, tanpa kehilangan arah terhadap tanggung jawab dan makna hidup.

KESIMPULAN

Fenomena *healing* dan *self-love* di media sosial, khususnya Instagram, merepresentasikan perubahan paradigma dalam cara individu memahami kesehatan mental di era digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua istilah tersebut tidak sekadar tren populer, tetapi juga menjadi bentuk ekspresi psikologis dan sosial masyarakat modern dalam menghadapi tekanan emosional dan kebutuhan akan validasi diri. Dengan mengacu pada teori *Self-Compassion* dari Kristin Neff dan *Positive Psychology* dari Martin Seligman, konten bertema *healing* dan *self-love* terbukti mengandung nilai-nilai psikologis seperti *self-kindness*, *mindfulness*, *resilience*, dan pencarian *meaning*. Praktik reflektif semacam ini berpotensi meningkatkan kesejahteraan emosional dan kesadaran diri kolektif, terutama di kalangan pengguna muda yang menjadikan media sosial sebagai ruang terapi sosial dan ekspresi kesejahteraan mental.

Namun juga adanya sisi ambivalen dari tren tersebut. Praktik *self-love* dan *healing* di media sosial berpotensi mengalami komodifikasi menjadi gaya hidup konsumtif dan performatif yang menormalisasi

kemalasan serta menggeser makna sejati penerimaan diri. Fenomena ini menunjukkan bahwa konsep penyembuhan diri sering kali disederhanakan menjadi aktivitas konsumsi atau pembenaran untuk tidak berproses. Pendekatan yang lebih seimbang diperlukan agar *self-love* tidak berhenti pada narasi estetis semata, melainkan menjadi praktik reflektif yang berlandaskan kesadaran, tanggung jawab, dan pertumbuhan diri. Dengan integrasi nilai-nilai *self-compassion* dan *positive psychology*, budaya *healing* dan *self-love* dapat diarahkan sebagai sarana aktualisasi diri yang otentik, membangun kesejahteraan psikologis yang sejati, serta memperkuat hubungan sosial yang bermakna di tengah masyarakat digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Amaliyah, R., & Budiono, V. D. (2024). Eksplorasi self-compassion pada remaja akhir dalam perspektif psikologi. *Journal of Psychology Today*, 2(1), 33-38.
- APSN. (2025). "Indonesia sees alarming rise in teen mental health cases, BPJS data shows", tersedia di <https://www.asia-pacific-solidarity.net/news/2025-09-17/indonesia-sees-alarming-rise-teen-mental-health-cases-bpjs-data-shows.html>, diakses pada 15 Oktober 2025.
- Best-Hashtags. (2025). "Best #healing hashtags", tersedia di <https://best-hashtags.com/hashtag/healing/>, diakses pada 15 Oktober 2025.
- DataBoks. (2023). "Not a Psychologist, Most Indonesian Citizens Maintain Mental Health This Way", tersedia di <https://databoks.katadata.co.id/en/consumer-services/statistics/bf21a94a5a381f6/not-a-psychologist-most-indonesian-citizens-maintain-mental-health-this-way>, diakses pada 15 Oktober 2025.
- DetikInet. (2025). "Daftar Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Terbaru, Siapa yang Paling Banyak?", tersedia di <https://inet.detik.com/cyberlife/d-7854501/daftar-jumlah-pengguna-media-sosial-indonesia-terbaru-siapa-yang-paling-banyak>, diakses pada 15 Oktober 2025.
- Fikri, M. M., Anshory, A. M. A., Marjuki, I., & Ananda, R. H. (2024). Authentic happiness in Raissa Almira's Romance Poetry: A positive psychology study Martin Seligman's Perspective. *Jurnal Kata: Penelitian tentang Ilmu Bahasa dan Sastra*, 8(1).
- Halijah, N. (2023). Tren Healing di Instagram: Penyembuhan Kekinian di Kalangan Mahasiswa. *Emik*, 6(2), 234-252. <https://doi.org/10.46918/emik.v6i2.2091>.
- Huang, J. J., Huang, M. Y., & Syu, F. K. (2010). Liberated anomie in generation next: Hyperindividualism, extreme consumerism, and social isolationism. *Fooyin Journal of Health Sciences*, 2(2), 41-47. [https://doi.org/10.1016/S1877-8607\(10\)60013-6](https://doi.org/10.1016/S1877-8607(10)60013-6).
- Huberman, M., & Miles, M. (1994). Manejo de datos y métodos de análisis. *The Sage handbook of qualitative research*, 428-444.
- INSG. (2025). "The Real Statistics Behind Influencer Marketing in Indonesia (2025 Analysis)", tersedia di <https://www.insg.co/influencer-marketing-indonesia/>, diakses pada 15 Oktober 2025.
- Instagram, tersedia di <https://www.instagram.com/p/DBhCCsmSvQN/>, diakses pada 15 Oktober 2025
- Instagram, tersedia di <https://www.instagram.com/p/DGFJE4CSCuY/>, diakses pada 15 Oktober 2025
- Instagram, tersedia di <https://www.instagram.com/p/DPoIWD8iD8/>, diakses pada 15 Oktober 2025.
- Iqhashtags. (2025). "Top Hashtags for #healing Enthusiasts", tersedia di <https://iqhashtags.com/hashtags/hashtag/healing>, diakses pada 15 Oktober 2025.
- JurnalBengkulu. (2025). "Kesehatan Mental Remaja Indonesia: Darurat yang Tak Boleh Diabaikan", tersedia di <https://www.jurnalbengkulu.com/kesehatan-mental-remaja-indonesia-darurat-yang-tak-boleh-diabaikan/>, diakses pada 15 Oktober 2025.
- Karinda, F. B. (2020). Belas Kasih Diri (Self Compassion) Pada Mahasiswa. *Cognicia*, 8(2), 234-252.
- KompasTV. (2022). "Riset: 15,5 Juta Pemuda-Pemudi Indonesia Miliki Masalah Kesehatan Mental dalam Setahun Terakhir", tersedia di <https://www.kompas.tv/nasional/342494/riset-15-5-juta-pemuda-pemudi-indonesia-miliki-masalah-kesehatan-mental-dalam-setahun-terakhir>, diakses pada 15 Oktober 2025.
- Martínez-Jiménez, L. (2023). Postfeminist neoliberalization of self-care: a critical discourse analysis of its representation in Vogue, Cosmopolitan and Elle. *Feminist Media Studies*, 23(6), 2814-2830. <https://doi.org/10.1080/14680777.2022.2093936>.
- NTBSatu. (2024). "Inilah Data Jumlah dan Kelompok Usia yang Terbanyak Pengguna Instagram di Indonesia", tersedia di <https://ntbsatu.com/2024/03/23/inilah-data-jumlah-dan-kelompok-usia-yang-terbanyak-pengguna-instagram-di-indonesia.html>, diakses pada 15 Oktober 2025.
- Nurdiana, R. (2024). *Self Healing: Meraih Kembali Kebahagiaan setelah Keterpurukan*. Laksana.

- Paduli, G. (2025). *Sustainable Well-Being & Clinical Resilience: Psikologi Positif untuk Krisis Mental*. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.
- Pantau. (2024). "Data Pengguna Media Sosial di Indonesia 2024", tersedia di <https://www.pantau.com/teknologi-sains/242835/data-pengguna-media-sosial-di-indonesia-2024>, diakses pada 15 Oktober 2025.
- Puspita, S. M., Meiyuntariningsih, T., & Aristawati, A. R. (2023). Optimisme menghadapi masa pensiun: Bagaimana peranan psychological well being?. *INNER: Journal of Psychological Research*, 3(1), 77-87.
- Raramé, A. O. (2025). Representasi Perempuan dalam Media Sosial: Analisis Konstruksi Gender Pada Akun Tiktok@ Feminioyou. *Commed Jurnal Komunikasi dan Media*, 10(1).
- Rozikan, M., & Adisti, A. R. (2024). Penguatan Konseling Sufistik Dalam Meningkatkan Self-Compassion Pada Maha Santri. *PD Abkin Jatim Open Journal System*, 4(1), 75-85. <https://doi.org/10.1234/pdabkin.v4i1.176>.
- Sari, R. M. (2025). *Aplikasi Media Sosial*. Payakumbuh: Serasi Media Teknologi.
- Soetikno, N., Jashar, A. A. Z., & Hainer, L. H. R. (2021). Bab 14 Kekuatan Self-Compassion dalam Menurunkan Amarah. Jakarta: LPPI Untar (Untar Press), 292. https://lintar.untar.ac.id/repository/penelitian/bukti%20penelitian_10717001_1A150224181315.pdf#page=302.
- Sukmana, O., Sulistyaningsih, T., Damanik, F. H. S., Wahyudi, F. D., Ras, A., Astari, F., ... & Fauziyah, N. K. (2025). *Sosiologi Digital: Transformasi Sosial di Era Teknologi*. Star Digital Publishing.
- Susanto, C., Leonora, H., & Meiden, C. (2022). Content Analysis Method: Analisis Prinsip Isi dan Prinsip Kualitas Laporan Keberlanjutan. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 619-627.
- UGM. (2022). "Hasil Survei I-NAMHS: Satu dari Tiga Remaja Indonesia Memiliki Masalah Kesehatan Mental", tersedia di <https://ugm.ac.id/id/berita/23086-hasil-survei-i-namhs-satu-dari-tiga-remaja-indonesia-memiliki-masalah-kesehatan-mental/>, diakses pada 15 Oktober 2025.
- Usman, J. (2017). Konsep kebahagiaan martin seligman. *Rausyan Fikr: Jurnal Ilmu Studi Ushuluddin Dan Filsafat*, 13(2), 359-374. <https://doi.org/10.24239/rsy.v13i2.270>.