

PSIKOEDUKASI BAHAYA *SELF-DIAGNOSE* DI TIKTOK

Tasha Nurhaliza S.F.^{1*}, Ahmad Ridfah²

^{1, 2}Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Negeri Makassar

tasyalisa61@gmail.com

Abstract

In today's digital era, information about mental health is easily accessible through social media platforms, including TikTok. The rise of psychological content on TikTok—such as discussions about symptoms of mental disorders—has encouraged some users to SelfDiagnose without consulting professionals. This raises concerns as it may lead to misunderstanding and improper handling of psychological conditions. To address this phenomenon, a psychoeducation campaign titled “Beware of Self-Diagnosis on TikTok” was conducted with the aim of increasing public awareness and digital literacy so that individuals can be more critical of mental health information on social media. The psychoeducation was delivered through a digital poster shared on Instagram, containing brief information about the risks of self-diagnosis and the importance of seeking help from professionals. The post received 74 likes, and 31 individuals filled out the evaluation form provided. Survey results showed that the majority of respondents liked the poster, understood its content, and found the information beneficial. This suggests that simple psychoeducational tools like digital posters can be effective in delivering mental health education and preventing the spread of misinformation—especially in the context of social media use like TikTok.

Keyword: *Self-Diagnose , TikTok , Psychoeducation*

Abstrak

Di era digital saat ini, informasi mengenai kesehatan mental dapat dengan mudah diakses melalui media sosial, salah satunya TikTok. Maraknya konten psikologi di TikTok, seperti pembahasan ciri-ciri gangguan mental, mendorong sebagian pengguna melakukan *SelfDiagnose* tanpa konsultasi profesional. Hal ini menimbulkan kekhawatiran karena dapat menyebabkan kesalahan pemahaman dan penanganan terhadap kondisi psikologis. Untuk menjawab fenomena tersebut, dilakukan psikoedukasi bertema “Hati-hati *Self-Diagnose* di TikTok” yang bertujuan meningkatkan kesadaran dan literasi digital masyarakat agar lebih kritis dalam menyikapi informasi kesehatan mental di media sosial. Psikoedukasi dilakukan melalui penyebaran poster digital ke platform media sosial Instagram. Poster tersebut berisi informasi singkat mengenai risiko *Self-Diagnose* serta pentingnya mencari bantuan profesional. Postingan tersebut mendapat 74 likes, dan sebanyak 31 orang mengisi formulir evaluasi yang dibagikan. Hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden menyukai poster,

Article History

Received: Mei 2025

Reviewed: Mei 2025

Published: Mei 2025

Plagirism Checker No 77

DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Liberosis



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

memahami isinya, serta merasa mendapatkan informasi yang bermanfaat. Hal ini menunjukkan bahwa media psikoedukasi sederhana seperti poster digital dapat menjadi sarana efektif dalam menyampaikan edukasi terkait kesehatan mental, sekaligus mencegah penyebaran informasi yang keliru, terutama dalam konteks penggunaan media sosial seperti TikTok

Kata kunci: *Self-Diagnose* , *TikTok* , *Psikoedukasi*

1. Pendahuluan

Di era digital saat ini, masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai konten terkait kesehatan mental di media sosial, salah satunya TikTok. TikTok kini menjadi salah satu platform yang paling populer karena menyajikan beragam konten menarik (Febriana & Amalia, 2024). Media sosial TikTok adalah media yang berupa audio visual, media ini sebuah media sosial yang dapat dilihat juga dapat didengar (Buana & Maharani, 2020) Pada tahun 2025, Indonesia mencatatkan diri sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia, melampaui Amerika Serikat dan Rusia. Data terbaru menunjukkan bahwa pengguna TikTok di Indonesia mencapai 157,6 juta orang, menjadikannya pasar terbesar bagi platform berbagi video pendek tersebut (Natalia, 2025). Namun, kemudahan dalam mengakses informasi ini tidak selalu diimbangi dengan kemampuan untuk memilah secara kritis. Banyak pengguna justru menerima begitu saja informasi yang beredar tanpa memeriksa validitas dan kredibilitas sumbernya, sehingga berisiko memunculkan pemahaman yang keliru (Wijaya dkk, 2024). Konten bertema psikologi memang semakin diminati, khususnya yang menyertakan frasa “menurut psikologi” yang kerap dianggap menarik dan meyakinkan oleh masyarakat pengguna media digital (Azizah, 2023). Salah satu topik yang sering muncul adalah pembahasan mengenai ciri-ciri seseorang yang memiliki masalah kesehatan mental. Ketika masyarakat menyerap informasi seperti ini tanpa pemahaman yang cukup, mereka rentan melakukan *self-diagnose*—mendiagnosis dirinya sendiri berdasarkan konten semata—yang pada akhirnya bisa berdampak negatif (Berindra, 2023). Menurut White dan Horvitz (2009), *self-diagnose* adalah upaya memutuskan bahwa diri sedang mengidap suatu penyakit berdasarkan informasi yang diketahui. Ahmed & Samuel (2017) mengemukakan bahwa *self-diagnose* adalah suatu proses ketika individu melihat ke dalam diri mereka sendiri untuk mencari gejala patologis tanpa mencari nasihat atau konsultasi pada pihak profesional, mengidentifikasi penyakit atau gangguan berdasarkan gejala tersebut. Di sisi lain, meningkatnya jumlah konten mengenai kesehatan mental membawa dampak positif, seperti tumbuhnya kesadaran akan pentingnya menjaga kesehatan psikologis, berkurangnya stigma terhadap isu mental, dan hadirnya dukungan emosional dari komunitas daring. Meski demikian, tantangan serius tetap muncul, terutama terkait maraknya praktik *self-diagnose* akibat penyebaran informasi yang tidak selalu akurat (Ismed, 2024).

Topik utama dalam psikoedukasi berjudul “Hati-hati *Self-Diagnose* di TikTok” adalah pentingnya mencegah perilaku *Self-Diagnose* yang marak terjadi akibat konten media sosial. Psikoedukasi sendiri merupakan proses pemberian pemahaman psikologis kepada individu atau kelompok (Lukens & McFarlane, 2004). Menurut Walsh (2010), psikoedukasi merupakan bentuk intervensi yang bertujuan untuk memberikan edukasi terkait tantangan hidup, memperkuat dukungan sosial, serta mengembangkan keterampilan coping. Upaya ini penting agar masyarakat tidak salah paham maupun salah menangani kondisi kesehatan mental akibat informasi yang tidak akurat dari media seperti TikTok.

2. Metode

a. Pelaksanaan psikoedukasi

Pelaksanaan psikoedukasi dilakukan dengan menyebarkan poster di media sosial yaitu Instagram. Berikut poster yang akan disebar:



Gambar 1. Slide 1



Gambar 2. Slide 2



Gambar 3. Slide 3



Gambar 4. Slide 4



Gambar 5. Slide 5



Gambar 6. Slide 6

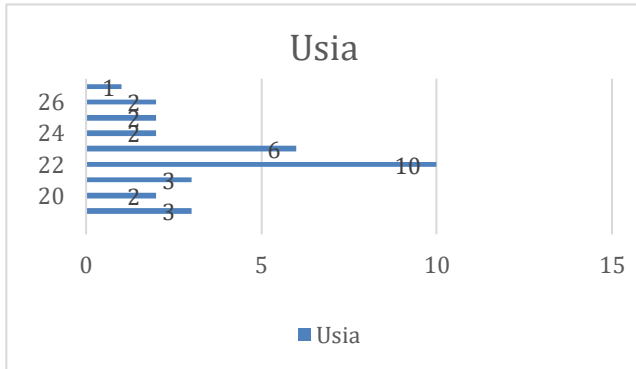
b. Memberikan Google Form kepada setiap orang yang menyukai postingan poster tersebut. Pertanyaan dalam survei mencakup apakah responden menyukai poster, apakah mereka memahami isi poster, bagaimana tanggapan mereka terhadap poster, apakah poster tersebut bermanfaat dan memberikan informasi, serta apakah responden memiliki aplikasi Tiktok. Pilihan jawaban yang tersedia adalah: iya, mungkin, dan tidak. Sebanyak 74 orang yang menyukai dan melihat postingan poster, diberikan google form untuk mengisi survei. Dari 198 orang yang diberikan, hanya 31 responden yang mengisi form survey. Berikut data partisipan survei tersebut:

1. Sebanyak 74 orang menyukai dan melihat postingan poster psikoedukasi kesehatan mental, dan 31 responden mengisi form survei.
2. Presentasi usia dimulai dari usia 19 tahun dengan responden sebesar 3 orang, usia 20 tahun dengan responden sebesar 2 orang, usia 21 tahun dengan responden sebesar 3 orang, usia 22 tahun dengan responden sebesar 10 orang, usia 23 tahun dengan responden sebesar 7 orang, usia 24 tahun dengan responden sebesar 2 orang, usia 25 tahun dengan responden sebesar 2 orang, usia 26 tahun dengan responden sebesar 2 orang, dan usia 27 tahun dengan responden sebesar 1 orang dengan total 31 responden.
3. Jenis kelamin laki-laki sebanyak 29% dan jenis kelamin perempuan sebanyak 71 %
4. Responden terdiri dari suku Bugis sebanyak 12 orang, suku Jawa sebanyak 7 orang, suku Sunda sebanyak 7 orang, suku Makassar sebanyak 5 orang, dan suku Sorowako sebanyak 1 orang dengan total 31 responden.

3. Hasil dan Pembahasan

Presentasi usia dimulai dari usia 19 tahun dengan responden sebesar 3 orang, usia 20 tahun dengan responden sebesar 2 orang, usia 21 tahun dengan responden sebesar 3 orang, usia 22 tahun dengan responden sebesar 10 orang, usia 23 tahun dengan responden sebesar 6 orang, usia 24 tahun dengan responden sebesar 2 orang, usia 25 tahun dengan responden sebesar 2 orang, usia 26 tahun dengan responden sebesar 2 orang, dan usia 27 tahun dengan responden

sebesar 1 orang dengan total 31 responden. Jenis kelamin laki-laki sebanyak 29% dan jenis kelamin perempuan sebanyak 71 %. Responden terdiri dari suku Bugis sebanyak 12 orang, suku Jawa sebanyak 7 orang, suku Sunda sebanyak 7 orang, suku Makassar sebanyak 5 orang, dan suku Sorowako sebanyak 1 orang dengan total 31 responden.



SIMPULAN

Diagram 1. Usia

Jenis Kelamin
31 responses

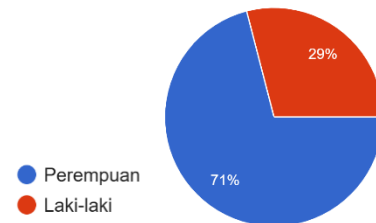


Diagram 2. Jenis Kelamin

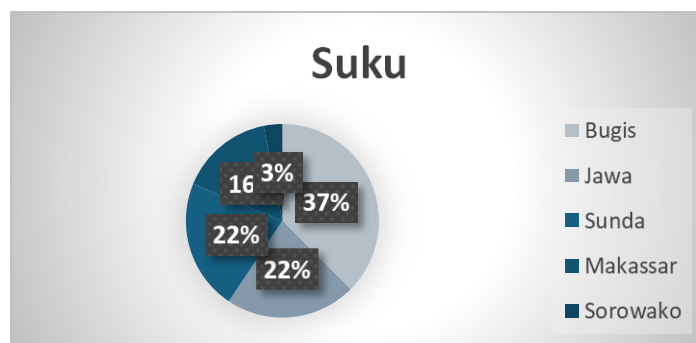


Diagram 3. Suku

Dari 31 responden, seluruh responden (sebanyak 31 orang) menjawab bahwa mereka paham dengan isi poster. Hal ini menunjukkan bahwa isi poster yang telah dibuat dapat dipahami dengan baik oleh seluruh partisipan penelitian. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, seluruh responden (sebanyak 31 orang) menjawab "ya" pada pertanyaan "Apakah poster bermanfaat dan memberikan informasi yang cukup kepada Anda?". Hal ini menunjukkan bahwa seluruh responden menilai poster tersebut bermanfaat dan mampu menyampaikan informasi dengan cukup baik.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner, terlihat bahwa seluruh responden (N = 31) memahami isi poster yang disajikan dan menilai poster tersebut bermanfaat serta mampu menyampaikan informasi dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa poster digital yang digunakan sebagai media edukasi memiliki efektivitas dalam menyampaikan pesan terkait isu kesehatan mental, khususnya mengenai bahaya *self-diagnose* melalui media sosial. Temuan ini menguatkan pernyataan Lukens dan McFarlane (2004) bahwa psikoedukasi mampu meningkatkan pemahaman individu terhadap isu psikologis tertentu. Sejalan dengan pendapat Walsh (2010), psikoedukasi bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berfungsi sebagai intervensi yang dapat membantu individu memahami tantangan hidup secara lebih adaptif.

Temuan ini sejalan dengan *teori Elaboration Likelihood Model (Petty & Cacioppo, 1986)*, yang menyatakan bahwa pesan yang disampaikan secara visual dan menarik dapat meningkatkan pemrosesan informasi melalui jalur pusat (*central route*), terutama jika isi pesan relevan dengan kebutuhan audiens. Dalam konteks ini, poster edukatif memungkinkan responden untuk merenungkan dan memahami bahaya melakukan diagnosis sendiri tanpa bantuan profesional. Lebih lanjut, mayoritas responden memberikan tanggapan positif bahwa poster tersebut informatif, mudah dipahami, serta edukatif. Beberapa tanggapan juga menunjukkan bahwa poster membantu mereka memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai pentingnya diagnosis profesional dalam menangani permasalahan kesehatan mental. Ini menunjukkan bahwa poster tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membuka ruang untuk refleksi pribadi dan koreksi persepsi terhadap kebiasaan yang berisiko, seperti *self-diagnosis*. Namun demikian, terdapat juga beberapa masukan dari responden terkait aspek desain, seperti ukuran font yang terlalu kecil dan tampilan visual yang dianggap kurang menonjol. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas media visual tidak hanya bergantung pada isi, tetapi juga pada aspek estetika dan kenyamanan visual, sebagaimana ditegaskan oleh teori *Multimedia Learning (Mayer, 2001)*, yang menekankan pentingnya integrasi desain visual yang efektif agar pesan dapat diproses secara optimal.

4. Keterbatasan Penelitian

Terdapat beberapa keterbatasan dalam pelaksanaan penelitian ini yang perlu diperhatikan. Pertama, jumlah partisipan yang terbatas ($N = 31$) dan adanya kemungkinan bias karena sebagian responden memiliki kedekatan personal dengan pembuat konten, yang bisa mempengaruhi penilaian mereka secara subjektif. Kedua, karena tidak dilakukan *pre-test* sebelum penyajian poster, maka hasil yang diperoleh bersifat perseptual dan tidak mencerminkan perubahan perilaku atau peningkatan pengetahuan yang dapat diukur secara objektif. Ketiga, keberagaman demografis responden cukup terbatas, terutama dalam hal usia dan latar belakang budaya, sehingga generalisasi hasil perlu dilakukan dengan hati-hati. Secara keseluruhan, poster digital terbukti mampu menjadi media edukatif yang efektif dalam meningkatkan kesadaran tentang bahaya *self-diagnosis*, namun pengembangan lebih lanjut dan evaluasi kuantitatif yang lebih ketat tetap diperlukan agar dapat memberikan dampak yang lebih terukur.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil kegiatan ini, dapat disimpulkan bahwa poster psikoedukasi berjudul “*Hati-hati Self-Diagnose di TikTok*” telah memberikan dampak positif terhadap pemahaman dan pengetahuan responden mengenai pentingnya diagnosis profesional dalam kesehatan mental. Dari total 31 responden, 100% menyatakan bahwa mereka memahami isi poster dan merasa bahwa poster tersebut bermanfaat, informatif, serta mudah dipahami. Sebagian besar responden juga menyampaikan bahwa poster ini berhasil mengedukasi mereka mengenai bahaya *self-diagnosis* dan pentingnya mencari bantuan dari tenaga profesional.

Temuan ini menunjukkan bahwa psikoedukasi melalui media visual seperti poster dapat menjadi sarana efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai isu-isu kesehatan mental, terutama yang sering disalahartikan di media sosial. Namun demikian, terdapat beberapa masukan dari responden terkait ukuran font yang dianggap terlalu kecil dan desain visual yang dinilai masih dapat diperbaiki agar lebih menarik dan komunikatif.

Kegiatan ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, jumlah partisipan yang relatif sedikit (31 orang) membatasi generalisasi hasil. Kedua, tidak dilakukannya *pre-test* menyebabkan data yang diperoleh bersifat perseptual, sehingga tidak dapat menunjukkan adanya perubahan

pengetahuan atau perilaku secara kuantitatif. Ketiga, kemungkinan adanya bias penilaian karena keterkaitan personal antara responden dan pembuat konten perlu menjadi perhatian dalam interpretasi hasil.

Untuk pengembangan ke depan, disarankan agar kegiatan serupa dilengkapi dengan *pre- dan post-test* untuk mengukur efektivitas secara lebih objektif, serta dilakukan pada kelompok yang lebih besar dan beragam. Selain itu, desain visual poster dapat ditingkatkan berdasarkan masukan responden agar pesan yang disampaikan dapat lebih kuat dan menarik.

Sebagai penutup, dapat disimpulkan bahwa literasi digital tentang kesehatan mental sangat penting untuk dibentuk di era informasi yang bebas namun tidak selalu akurat. Psikoedukasi berbasis media digital seperti poster dapat menjadi jembatan awal dalam membantu masyarakat memilah informasi serta mendorong perilaku yang lebih bijak dan sehat dalam menyikapi isu-isu psikologis yang beredar luas di media sosial.

Daftar Referensi

- Ahmed, A., & Samuel, S. (2017). *Self-Diagnosis in Psychology Students. The International Journal of Indian Psychology*, 4(2), 120-139. <https://doi.org/10.25215/0402.035>
- Berindra, M. S. (2023). *Bijak mendiagnosis diri sendiri*. Kompas. <https://www.kompas.id/baca/muda/2023/06/10/bijak-mendiagnosa-diri-sendiri>. diakses pada 13 Mei 2025
- Buana, T., & Maharani, D. (2020). *Penggunaan Aplikasi Tik Tok (Versi Terbaru) dan Kreativitas Anak. Jurnal Inovasi*, 14(1), 1-10.
- Febriana, E., & Amalia, U. (2024). *Dampak Konten Bertema Psikologi dalam Media Sosial TikTok Terhadap Fenomena Self Diagnose pada Generasi Z. Lencana: Jurnal Inovasi Ilmu Pendidikan*, 2(4), 239-250.
- Petty, R.E, and Cacioppo, J.T.1986. *The elaboration likelihood model persuasion. Advancesin Experimental Social Psychology*. 19. 123-246
- Advancesin Experimental Social Psychology. 19. 123-246.
- Ismed, G. H. M. (2024). *Pengaruh Konten Kesehatan Mental Pada Media Sosial Terhadap Kejadian Self-Diagnose Di Tengah Masyarakat. Journal of Religion and Film*, 3(2), 75-84.
- Lukens, E. P., & McFarlane, W. R. (2004). *Psychoeducation as Evidence-Based Practice: Considerations for Practice, Research, and Policy. Brief Treatment and Crisis Intervention* Vol. 4 No. 3, Oxford University Press
- Natalia,T(2025). *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/research/20250126205256-128-606097/makin-kecanduan-warga-ri-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia#:~:text=Menurut%20data%20terbaru%20tentang%20jangkauan,jumlahnya%20mencapai%20157%2C6%20juta>. Diakses tanggal 13 Mei 2025.
- Mayer, R. E. (2001). *Multimedia Learning*. Multimedia Learning, 41.
- Walsh, J. (2010). *Psycheducation in Mental Health*. Chicago: Lyceum Books, Inc.
- Wijaya, R., Ramdan, A. R., Asariningrum, D., Syantifa, R. A. I., & Sarathan, I. (2024). *Fenomena Self Diagnose terhadap Konten Kesehatan Mental di Media Sosial Tiktok: Analisis Wacana Multimodal terhadap Asumsi Masyarakat di Kolom Komentar. JSSH (Jurnal Sains Sosial dan Humaniora)*, 8(2), 125-134.
- White, R. W., & Horvitz, E. (2009). *Cyberchondria: Studies of the escalation of medical concerns in web search. ACM Transactions on Information Systems*, 27(4), 1-37. <https://doi.org/10.1145/1629096.1629101>