

POP PSYCHOLOGY DAN SELF-DIAGNOSIS: Tantangan Kekinian Profesi Bimbingan dan Konseling¹

Dr. Hj. Rofiqah, M.Pd CHt.²



The poster for the 'SEMINAR DAN AWARDING ALTROCHAMP 2026' features a red banner at the top with the title in white. Below the banner, the theme 'Over Thingking, Insecure dan Self-Love : Perjalanan Mengenal Diri' is written. Two women are featured: Dr. Hj. Rofiqah, M.Pd, wearing a graduation cap and gown, and Rasendriya Candra Kanti, wearing a blue hijab and uniform. The poster is divided into sections for 'Pemateri' (Speaker), 'Moderator', 'Hari/Tanggal' (Date/Time), 'Tempat' (Location), 'Contact Person', 'Benefit', 'Media Partner', and 'Sponsorship'. The date is Saturday, 13 June 2026, from 07:00 to 00:00. The location is Universitas Negeri Malang. The contact persons are Zahratun Naafis (0852 3010 6599) and Qhayla Shafa (08123 127 4143). The benefit includes an E Certificate and free consumption for the first 15 registrants. The media partner is CERITA.UM, and the sponsor is Aice.

SEMINAR DAN AWARDING ALTROCHAMP 2026

Over Thingking, Insecure dan Self-Love :
Perjalanan Mengenal Diri

Pemateri
Dr. Hj. Rofiqah, M.Pd
Fakultas Psikologi Universitas Islam
Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Moderator
Rasendriya
Candra Kanti

Hari/Tanggal
Sabtu, 13 Juni 2026
Pukul: 07.00 - 00.00

Tempat
Universitas Negeri
Malang

Contact Person
Zahratun Naafis :
0852 3010 6599
Qhayla Shafa :
08123 127 4143

Benefit
E Sertifikat
Ilmu yang Bermanfaat
Free Konsumsi untuk 15 Pendaftar Pertama

Media Partner
CERITA.UM

Sponsorship
Aice

@altrochampiklan | hmd_bk@ipum | hmd@ikip.um | hmd@ikip.um | BK FIP UM | hmdipum@gmail.com

¹ Bacaan pendamping, Seminar dan Awarding Altrochamp 2026, Prodi Bimbingan dan Konseling, Universitas Negeri Malang, 13 Juni 2026.

² Praktisi Konseling dan Hipnoterapi Klinis, Dosen Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Merespon permintaan panitia Seminar dan Awarding Altrochamp 2026, saya tidak mau berspekulasi terhadap judul seminarnya, yaitu: *Overthinking, Insecure dan Self Love: Perjalanan Mengenal Diri*. Jadi saya akan memanfaatkan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) untuk mengelaborasi dan menginvestigasi topik ini berdasarkan informasi yang dapat dicari dan disediakan oleh kecerdasan buatan. Selanjutnya, setelah hasil elaborasi dan investigasi ini tuntas dipahami, kita akan bertanya jawab. Dalam memberikan jawaban, saya akan bersandar pada jati diri, kompetensi, dan dedikasi yang seharusnya dimiliki oleh seorang sarjana dan praktisi bimbingan dan konseling.

Jadi apa yang saya lakukan? Karena saya merasa bahwa judulnya sangat populer, maka pertama saya ajukan pertanyaan apa yang dimaksud dengan *pop psychology*. Selanjutnya, pertanyaan dan jawaban mengalir runtut sebagai berikut.

1. Apa Pop Psychology Itu?

Penyelidikan awal kami langsung mengarah pada definisi fundamental. *Pop psychology* (psikologi populer) adalah istilah untuk konsep, teori, atau saran psikologis yang disederhanakan secara berlebihan (*oversimplified*) demi konsumsi massal melalui media populer.

Ciri utamanya sangat spesifik: ia menawarkan solusi instan untuk masalah mental yang sangat kompleks, sering kali dipopulerkan oleh motivator atau *influencer* tanpa latar belakang klinis yang sah, serta mengambil sebagian kecil kebenaran ilmiah lalu menjadikannya pedoman absolut. Dari sinilah lahir berbagai mitos massal, seperti anggapan keliru bahwa "kebiasaan otomatis terbentuk hanya dalam 21 hari" atau pembagian kaku "Mitos Otak Kiri vs Otak Kanan".

2. Akar Sejarah Komodifikasi

Investigasi kami kemudian melacak dari mana asal-mula populernya genre ini. Di sini kita bersentuhan dengan sebuah fenomena yang disebut **komodifikasi psikologi**. Istilah ini mungkin terdengar asing bagi sebagian Anda yang belum studi lanjut, namun maknanya sangat nyata hari ini. Komodifikasi psikologi artinya **menjadikan istilah, konsep, teori, dan pendekatan psikologi sebagai barang jualan atau barang dagangan dengan motif mencari keuntungan ekonomi**.

Ilmu perilaku yang sejatinya dikembangkan berlandaskan marwah etis dan fungsi altruistik untuk memulihkan kesejahteraan manusia (*well-being*), kini dikemas ulang seperti produk di etalase toko: harus dibuat sekadar menarik, laku keras, dan mendatangkan profit bagi industri digital.

Fenomena komodifikasi ini ternyata diilhami oleh sebuah buku *pop psychology* klasik yang sangat legendaris dan laris di dunia sejak akhir 1960-an, yaitu **"I'm OK, You're OK"** karya **psikiater Thomas A. Harris**. Buku inilah yang memelopori bagaimana teori psikoterapi yang sangat rumit—yaitu **Analisis Transaksional (*Transactional Analysis*)**—bisa dikemas dan "dijual" menjadi bacaan ringan masyarakat awam. Harris menyederhanakan kepribadian manusia ke dalam tiga Status Ego (*Ego States*) yaitu **P-A-C (Parent, Adult, Child)** serta merumuskan Empat Sikap Hidup yang sangat terkenal:

I'm NOT OK, You're OK (kondisi minder bawaan masa kecil)

I'm NOT OK, You're NOT OK (kondisi putus asa)

I'm OK, You're NOT OK (sikap arogan dan dominan)

I'm OK, You're OK (sikap hidup yang paling sehat dan ideal)

Kesuksesan komersial buku Harris inilah yang membuka mata dunia industri bahwa kesehatan mental bisa menjadi komoditas dagang yang sangat menguntungkan. Cetak biru tersebut yang kemudian menginspirasi gelombang penulis modern untuk terus mengkomodifikasi psikologi menjadi industri pengembangan diri (*self-help*) bernilai miliaran dolar. Lahirlah buku-buku populer lain yang akrab di telinga kita hari ini, seperti *The Psychology of Money* karya Morgan Housel, *Thinking, Fast and Slow* karya Daniel Kahneman, hingga *Atomic Habits* karya James Clear.

3. Menelaah Judul Seminar

Berbekal pemahaman sejarah tersebut, saya menguji judul seminar hari ini: *Overthinking, Insecure, dan Self Love*. Apakah ini termasuk *pop psychology*?

Jawabannya: Ya, mutlak.

Istilah-istilah ini adalah kosakata bahasa Inggris yang telah mengalami komodifikasi budaya oleh para *influencer*. Di dalam kampus, kita melihat adanya dilema klasik mahasiswa panitia: mereka menggunakan istilah populer ini sebagai "umpan" strategi pemasaran agar aula seminar penuh. Jika mereka menggunakan istilah asli jurnal ilmiah seperti *Ruminasi*, *Distorsi Kognitif*, atau *Stabilitas Self-Esteem*, kemungkinan besar seminar ini akan sepi peminat.

Namun, sebagai warga kampus --- lebih-lebih program studi bimbingan dan konseling, kita harus sedikit lebih kritis. Ada kesan judul ini agak genit — atau katakanlah terlalu kompromistis dengan budaya populer. Padahal, warga kampus seharusnya tidak semudah menerima dan ikut menggunakan istilah-istilah seperti itu mentah-mentah tanpa sikap kritis atau sensor ilmiah. Di sinilah tugas kita untuk meluruskannya.

Jika mahasiswa ingin menjaga marwah akademis kampus dan tetap menggunakan pisau analisis psikologi klinis yang murni, judul-judul bertema

influencer pada fliyer tersebut dapat diganti dengan padanan istilah ilmiah berikut:

Istilah Populer (Fliyer)	Istilah Ilmiah/Akademis	Alasan & Makna Klinis
<i>Overthinking</i>	Ruminasi (<i>Rumination</i>) atau <i>Worrying</i>	Dalam psikologi klinis, <i>overthinking</i> bukanlah diagnosis resmi. Proses mental yang berpikir berulang-ulang tanpa solusi tentang masa lalu disebut ruminasi, sedangkan kecemasan berlebih tentang masa depan disebut <i>worrying</i> .
<i>Insecure</i>	Instabilitas Harga Diri (<i>Self-Esteem Instability</i>)	<i>Insecure</i> adalah kata sifat umum yang terlalu luas. Secara akademis, kondisi tersebut mengacu pada evaluasi subjektif seseorang terhadap nilai dirinya yang rapuh, rendah, atau mudah goyah akibat faktor eksternal.
<i>Self-Love</i>	<i>Self-Compassion</i> (Welas Diri) atau <i>Self-Acceptance</i>	<i>Self-love</i> sering kali disalahartikan di media sosial sebagai pembenaran atas perilaku egois atau konsumtif (<i>self-reward</i> berlebihan). Istilah ilmiahnya adalah <i>self-compassion</i> (bagaimana seseorang bersikap baik dan memahami diri sendiri saat menghadapi kegagalan atau kesulitan).

4. Bahaya Nyata *Self-Diagnosis*

Investigasi kami berlanjut pada dampak paling beracun dari maraknya tren ini, yaitu mewabahnya *self-diagnosis* di kalangan generasi muda. Mengapa ini berbahaya?

- **Terjadinya *Misdiagnosis* (Salah Diagnosis):** Banyak gejala kesehatan mental yang tumpang tindih dengan kondisi medis fisik.
- **Memicu *Cyberchondria*:** Mengisi *checklist* gejala di internet secara serampangan justru melahirkan kecemasan baru.

- **Pengikisan Makna Klinis (*Label Dilution*):** Penggunaan kata seperti "Gue OCD" atau "Bipolar" secara sembarangan meremehkan penderitaan nyata pasien klinis yang sesungguhnya.

Untuk memperjelas bahaya ini, kecerdasan buatan menyajikan sebuah **Kasus Riil**: Seorang mahasiswi tingkat akhir merasa kelelahan, sulit konsentrasi, dan selalu cemas. Berdasarkan konten *influencer*, ia melakukan *self-diagnosis* bahwa dirinya mengalami "Depresi" dan mencoba melakukan *self-treatment* dengan mengisolasi diri serta membeli suplemen penenang ilegal secara *online*.

Setelah kondisinya kritis dan dibawa ke rumah sakit, hasil laboratorium menunjukkan fakta mengejutkan: ia **tidak depresi**, melainkan menderita **Hipotiroidisme** (kelenjar tiroid kurang aktif). Kasus nyata ini membuktikan bahwa apa yang dikira masalah pikiran akibat *overthinking*, ternyata merupakan gangguan organ biologis yang membutuhkan penanganan medis secepatnya.

5. Good Bye Self-Diagnosis, Welcome Self-Awareness!

Lalu bagaimana solusinya? Kita harus mengedukasi teman-teman dan masyarakat secara umum untuk membangun *Self-Awareness* (kesadaran diri) yang benar dengan prinsip: **mengamati tanpa melabeli**.

Fokuslah pada deskripsi gejala (misal: "*Jantungku berdebar karena besok ujian*"), bukan menempelkan label penyakit ("*Aku kena Anxiety Disorder*").

Gunakan jurnal emosi untuk melacak pola perilaku, batasi algoritma media sosial yang mendikte kesehatan mental, dan pahami rumus klinis **3D** (***Duration, Distress, Dysfunction***) sebagai indikator mutlak kapan seseorang harus pergi ke profesional alih-alih membuka Google.

6. Tantangan Kekinian Profesi Konselor

Biga Anda semua, mahasiswa Bimbingan dan Konseling, fenomena global ini adalah **tantangan kekinian dan medan perang baru** profesi kita. Di era Gen Z dan Alfa, Anda tidak bisa lagi sekadar menjadi konselor yang kaku dan pasif menunggu di ruang konseling dengan buku pedoman diagnostik konvensional.

Anda dituntut memenangi medan perang ini melalui strategi konkret:

- **Kuasai *Science Communication*:** Pelajari cara menerjemahkan bahasa jurnal yang kaku menjadi konten psikoedukasi kreatif yang menarik, agar kebenaran ilmiah bisa bersaing dengan video para *influencer*.
- **Dekonstruksi Jargon Klien:** Di ruang konseling, validasi perasaan klien yang membawa label *self-diagnosis*, namun urai kembali label tersebut menjadi indikator perilaku yang objektif.
- **Bangun Kontra-Narasi Digital:** Masuklah ke tempat mitos itu lahir (media sosial) dan edukasi publik bahwa tes psikologi gratis di internet bukanlah alat diagnosis yang sah.

7. Mari Berdiskusi

Melalui elaborasi dan investigasi bersama kecerdasan buatan ini, kini kita memiliki peta tantangan yang utuh dan jernih mengenai realitas di lapangan. Jadi, setelah landasan berpikir ini tuntas kita pahami bersama, saya mengundang Anda semua untuk memasuki sesi kedua. Mari kita mulai sesi tanya-jawab, dan saya akan menjawab setiap keraguan Anda berdasarkan jati diri, kompetensi, dan dedikasi sejati seorang praktisi Bimbingan dan Konseling.

Silakan, waktu dan layar (barangkali ada yang bergabung melalui saluran zoom atau yang lain) saya persilakan kepada audiens.