

Budaya healing sebagai praktik konsumsi simbolik pada generasi Z di kalangan mahasiswa

Tenri Assa 

Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Makassar

tenrihey31@gmail.com

Abstract

The practice of *healing* among Generation Z students has undergone a fundamental shift in meaning, evolving from what was originally a form of psychological recovery into a practice of symbolic consumption performed through digital media. This phenomenon is relevant for academic inquiry as it occupies the intersection of mental health, personal identity, and contemporary consumer culture. This study seeks to analyze how students at the Faculty of Social Sciences, Universitas Negeri Makassar interpret and carry out the culture of *healing* in their daily lives. A descriptive qualitative method was applied through in-depth interviews with six active students as informants. Data analysis drew upon three theoretical frameworks: Pierre Bourdieu's symbolic consumption, Guy Debord's society of the spectacle, and Zygmunt Bauman's liquid identity. Findings indicate that *healing* now serves as a medium for identity formation, a social status marker, and a space for digital validation, rather than merely mental recuperation. The commodification of mental health within this phenomenon risks eroding the true essence of healing.

Abstrak

Praktik healing di kalangan mahasiswa Generasi Z kini telah mengalami pergeseran makna yang mendasar, dari yang semula merupakan upaya pemulihan psikologis berubah menjadi praktik konsumsi simbolik yang dipertontonkan secara digital. Fenomena ini relevan untuk dikaji karena berada di persimpangan antara isu kesehatan mental, identitas diri, dan budaya konsumtif masa kini. Penelitian ini berupaya menganalisis cara mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Makassar dalam memaknai serta menjalankan budaya healing di kehidupan sehari-hari. Metode yang diterapkan adalah kualitatif deskriptif dengan wawancara mendalam kepada enam mahasiswa aktif sebagai informan. Analisis data merujuk pada tiga kerangka teori, yaitu konsumsi simbolik Pierre Bourdieu, masyarakat tontonan Guy Debord, dan identitas cair Zygmunt Bauman. Temuan menunjukkan bahwa healing kini berfungsi sebagai medium pembentuk identitas, penanda status sosial, dan ruang validasi digital, bukan lagi sekadar pemulihan mental. Komodifikasi kesehatan mental dalam fenomena ini berpotensi menggerus makna healing yang hakiki.

Keywords

Healing; konsumsi simbolik; Generasi Z; mahasiswa; identitas digital

1. Pendahuluan

Kesehatan mental generasi muda saat ini telah menjelma menjadi salah satu persoalan paling mendesak dalam lanskap kehidupan sosial kontemporer. World Health Organization (Organization, 2022) melaporkan bahwa satu dari tujuh remaja dan dewasa muda di seluruh penjuru dunia teridentifikasi mengalami gangguan mental, dengan kecemasan dan depresi sebagai dua kondisi yang paling kerap dijumpai. Laporan yang sama turut menegaskan bahwa sebagian besar gangguan mental yang dialami orang dewasa sesungguhnya telah berakar sejak fase remaja, namun sayangnya luput dari deteksi dini dan tidak memperoleh penanganan yang semestinya.

Di Indonesia, isu ini semakin memperoleh perhatian yang serius, khususnya pasca pandemi COVID-19 yang terbukti memperparah kondisi psikologis para mahasiswa akibat meningkatnya beban akademik, berlanjutnya isolasi sosial, serta bayang-bayang ketidakpastian masa depan yang terus membayangi (Indonesia, 2021). Survei kesehatan jiwa nasional yang telah dilakukan mengungkapkan bahwa prevalensi gangguan mental emosional pada penduduk berusia 15 tahun ke atas telah mencapai angka yang patut diwaspadai, dengan kelompok usia mahasiswa tercatat sebagai salah satu segmen populasi yang paling rentan terhadap kondisi tersebut. Di tengah realitas yang demikian, tumbuh dan berkembang dengan pesat sebuah fenomena kultural yang khas dan lekat dengan kehidupan anak muda Indonesia, yaitu budaya *healing* – sebuah istilah yang seakan merangkum kerinduan kolektif akan jeda sejenak, proses pemulihan diri, dan kedamaian batin di tengah arus tekanan kehidupan yang tak pernah benar-benar berhenti.

Dalam perspektif klinis, *healing* didefinisikan sebagai proses pemulihan psikologis yang bersifat terstruktur dan sistematis, meliputi kemampuan menerima pengalaman-pengalaman yang menyakitkan, pengelolaan emosi secara sehat, serta upaya membangun kembali kesejahteraan mental secara bertahap (Herman, 2015). Proses tersebut pada dasarnya menuntut tersedianya waktu yang cukup, ruang untuk melakukan refleksi diri secara mendalam, dan dalam berbagai situasi juga memerlukan keterlibatan tenaga profesional sebagai pendamping. Namun demikian, dalam realitas keseharian Generasi Z – generasi yang rentang kelahirannya berada antara tahun 1997 hingga 2012 – istilah ini telah mengalami pergeseran makna yang cukup dramatis dan tidak bisa diabaikan begitu saja.

Healing kini jauh lebih sering digunakan sebagai label yang menempel pada beragam aktivitas yang bercorak konsumtif: mulai dari mengunjungi kafe-kafe bernuansa estetik, melakukan perjalanan singkat ke destinasi wisata yang sedang naik daun, membeli produk-produk yang dicitrakan mampu menghadirkan kebahagiaan, hingga sekadar menghabiskan waktu di lokasi yang fotogenik dan dinilai layak untuk diunggah ke media sosial. Pergeseran semantik semacam ini sesungguhnya bukan perkara remeh yang bisa dikesampingkan sebagai sekadar persoalan pilihan diksi. Fenomena tersebut mencerminkan sebuah transformasi yang jauh lebih mendasar dalam cara Generasi Z membangun identitas diri, mengelola citra yang ingin ditampilkan di hadapan publik digital, serta memaknai kesejahteraan dalam bingkai budaya konsumtif yang sangat diwarnai oleh dinamika media sosial (Twenge, 2017).

Ketika pemulihan psikologis dikemas ulang dan direpresentasikan sebagai sebuah gaya hidup yang dapat dikonsumsi sekaligus dipamerkan kepada khalayak, muncullah pertanyaan kritis yang mendesak untuk dijawab: sesungguhnya apa yang tengah berlangsung di balik tren *healing* yang kian marak ini?

Generasi Z merupakan generasi pertama dalam sejarah yang tumbuh dan berkembang sepenuhnya di dalam ekosistem digital. Sejak usia yang sangat belia, mereka telah terbiasa dan akrab dengan kehadiran internet, perangkat *smartphone*, serta berbagai platform media sosial yang terus bertransformasi dari waktu ke waktu. Bagi kelompok generasi ini, media sosial tidak sekadar berfungsi sebagai sarana komunikasi semata – ia menjelma menjadi panggung utama tempat identitas

dibentuk dan ditampilkan, sebuah ruang di mana eksistensi sosial seseorang dikonfirmasi dan terus-menerus dinegosiasikan dalam keseharian. (Statistik & Center, 2023) mencatat bahwa lebih dari 87% anak muda Indonesia yang berusia antara 16 hingga 30 tahun mengakses media sosial setiap harinya dengan rata-rata durasi yang melampaui empat jam. Angka tersebut bukan sekadar cerminan statistik penggunaan teknologi biasa – ia merepresentasikan betapa dalamnya media sosial telah meresap dan berakar dalam irama kehidupan sehari-hari Generasi Z, termasuk dalam cara mereka memahami sekaligus mengekspresikan berbagai kebutuhan psikologis yang mereka rasakan.

Intensitas keterhubungan digital yang sedemikian tinggi ini pada akhirnya turut membentuk cara mereka merespons tekanan sosial, merancang citra diri yang ingin diproyeksikan, serta menyusun narasi kehidupan yang hendak ditampilkan kepada khalayak luas. Ketika seorang mahasiswa mengunggah foto di sebuah kafe bernuansa estetik disertai keterangan seperti *"lagi healing"* atau *"me time dulu"*, ia tidak semata-mata sedang mengomunikasikan kondisi emosional yang tengah dialaminya – ia secara aktif dan terkalkulasi sedang membangun serta menampilkan versi dirinya yang dikehendaki kepada audiens digital yang jumlahnya bisa mencapai ratusan hingga ribuan orang sekaligus. Di titik inilah *healing* mengalami transformasi yang mendasar: dari sebuah kebutuhan psikologis yang sifatnya personal dan intim, berubah menjadi praktik sosial yang sarat muatan simbolik dan penuh dengan kalkulasi identitas.

Beban yang harus ditanggung oleh Generasi Z terbilang khas sekaligus berlapis-lapis. Di samping tekanan akademik yang bersifat konvensional – seperti tumpukan tugas, serangkaian ujian, proses penyelesaian skripsi, serta tuntutan untuk terus berprestasi – mereka juga harus menghadapi tekanan sosial yang dimediasi oleh teknologi secara *real-time* dan tanpa jeda. Perbandingan sosial yang berlangsung tanpa henti melalui unggahan Instagram dan TikTok milik teman-teman sebaya, kecemasan akibat *fear of missing out* (FOMO) yang perlahan menggerogoti rasa syukur dan kepuasan terhadap kehidupan sendiri, serta paparan yang tak pernah berhenti terhadap standar kehidupan ideal yang dikonstruksi oleh algoritma media sosial – kesemuanya secara kolektif berkontribusi pada penumpukan tekanan psikologis yang tidak sedikit (Twenge et al., 2021).

Dalam konteks inilah *healing* hadir sebagai respons yang terkesan wajar, mudah dijangkau, dan relevan – sebuah tawaran solusi yang dipromosikan oleh industri, mendapat legitimasi dari komunitas sebaya, dan dinarasikan ulang oleh masing-masing individu sebagai kebutuhan yang sah untuk dipenuhi. Namun justru karena itulah fenomena ini menuntut pengkajian yang lebih kritis dan tidak berhenti pada permukaan. Ketika jawaban atas tekanan psikologis dibungkus dalam bentuk konsumsi yang sekaligus dapat dipamerkan kepada khalayak, terbuka kemungkinan besar bahwa yang sesungguhnya sedang berlangsung bukanlah proses pemulihan yang autentik, melainkan sebuah lingkaran semu di mana media sosial secara bersamaan menciptakan tekanan, menawarkan solusi, sekaligus mengonsumsi solusi itu sendiri.

Dalam ranah sosiologi budaya, fenomena ini sangat tepat untuk dibaca dan dianalisis melalui kacamata teori konsumsi simbolik. (Bourdieu, 1984) dalam karyanya *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* menegaskan bahwa setiap tindakan konsumsi tidak pernah hadir dalam kondisi netral – ia senantiasa mengandung muatan makna sosial yang erat kaitannya dengan status, selera, dan perbedaan posisi seseorang di dalam ruang sosial. Pilihan-pilihan konsumsi yang dibuat seseorang merupakan ekspresi dari *habitus*, yakni seperangkat disposisi yang terbentuk melalui akumulasi pengalaman sosial dan yang pada gilirannya turut mereproduksi posisi sosial tersebut secara berkesinambungan. Memilih kafe *specialty coffee* ketimbang warung kopi biasa, memilih destinasi wisata yang terkesan "tersembunyi" dan belum terjamah keramaian, atau memilih menulis jurnal menggunakan *stationery* premium alih-alih buku tulis biasa – semua pilihan tersebut tidak semata-mata mencerminkan preferensi personal, melainkan sekaligus berfungsi sebagai penanda sosial yang secara tidak langsung mengomunikasikan posisi dan afiliasi seseorang dalam lanskap budaya yang lebih luas.

Di sisi lain, (Debord, 1967) dalam *The Society of the Spectacle* mengingatkan tentang kondisi masyarakat di mana pengalaman yang autentik perlahan tergeser dan digantikan oleh representasinya semata – sebuah kondisi yang kini terasa semakin nyata dan relevan, terutama ketika proses pemulihan psikologis yang pada hakikatnya sangat personal justru ditransformasikan menjadi sebuah tontonan yang diproduksi, dikurasi, dan dikonsumsi secara terbuka di berbagai platform digital. (Bauman, 2000) melengkapi kerangka pemikiran ini dengan gagasannya tentang identitas cair: dalam konteks modernitas kontemporer, identitas bukanlah sesuatu yang bersifat *given* atau sudah tertentu sejak awal, melainkan sesuatu yang senantiasa dikonstruksi dan dinegosiasikan secara terus-menerus melalui berbagai praktik sosial – dan konsumsi, termasuk di dalamnya praktik *healing*, telah menjelma menjadi salah satu medium utama dalam proyek konstruksi identitas tersebut.

Pada tingkatan yang lebih mikro, (Goffman, 1959) melalui teori dramaturgisnya menawarkan perspektif tambahan yang tidak kalah relevan: kehidupan sosial pada dasarnya adalah sebuah pertunjukan di mana setiap individu secara sadar mengelola dan mengendalikan kesan yang ingin mereka proyeksikan kepada orang-orang di sekitarnya. Di era media sosial seperti saat ini, panggung dramaturgi tersebut mengalami perluasan yang luar biasa – ia menjadi jauh lebih luas jangkauannya, jauh lebih permanen jejaknya, dan jauh lebih terukur dampaknya. Setiap konten yang diunggah pada dasarnya adalah sebuah arsip penampilan diri yang dapat diakses, dinilai, dan dibandingkan oleh siapa saja dan kapan saja tanpa batasan waktu maupun ruang.

Dalam konteks yang demikian, unggahan bertema *healing* bukanlah sekadar ekspresi diri yang lahir secara spontan dan tanpa pertimbangan. Ia merupakan hasil dari serangkaian kalkulasi yang matang tentang bagaimana seseorang ingin dicitrakan di mata publik digital – sebagai individu yang mampu mengelola tekanan dan stres dengan cara yang estetik dan berselera tinggi, yang memiliki kepekaan terhadap hal-hal yang bernilai, serta yang cukup memiliki kesadaran diri untuk menjadikan kesehatan mental sebagai prioritas dalam hidupnya. Konstruksi identitas semacam inilah yang memiliki nilai sosial yang tinggi dan sangat diapresiasi di kalangan Generasi Z pada masa kini.

Meskipun kajian yang membahas kesehatan mental Generasi Z maupun perilaku konsumsi di ruang digital terus mengalami perkembangan yang pesat, penelitian yang secara khusus dan mendalam menelaah *healing* sebagai sebuah praktik konsumsi simbolik dalam konteks kehidupan mahasiswa Indonesia masih sangat minim ketersediaannya. Sebagian besar studi yang telah ada cenderung mendekati fenomena ini semata-mata dari sudut pandang psikologi klinis, tanpa memberikan perhatian yang memadai terhadap dimensi sosiologis maupun kulturalnya yang sesungguhnya tidak kalah penting (Handayani & Sari, 2022). Kajian-kajian yang menyoroti gaya hidup digital mahasiswa pun seringkali terjebak pada pendekatan ekonomi-pemasaran yang bersifat permukaan, sehingga mengabaikan kompleksitas makna sosial yang justru sangat kaya dan layak untuk digali secara lebih mendalam.

Lebih jauh dari itu, penelitian yang mengambil konteks lokal – khususnya yang berlokasi di luar Pulau Jawa – masih sangat langka ditemukan, padahal dinamika sosial-budaya yang berkembang di berbagai penjuru wilayah Indonesia sudah tentu memiliki kekhasan dan keunikannya tersendiri yang tidak dapat diabaikan atau disamaratakan begitu saja. Celah-celah inilah yang kemudian menjadi titik tolak sekaligus landasan rasionalisasi mengapa penelitian ini dipandang penting, mendesak, dan memiliki urgensi yang kuat untuk segera dilaksanakan.

Dengan menjadikan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar sebagai subjek kajian, penelitian ini dirancang untuk menganalisis secara mendalam tiga hal utama: pertama, bagaimana budaya *healing* dimaknai dan dijalankan sebagai sebuah bentuk konsumsi simbolik dalam rutinitas kehidupan sehari-hari mahasiswa; kedua, bagaimana platform media sosial memainkan perannya sebagai arena validasi sekaligus ruang amplifikasi identitas dalam praktik

tersebut; dan ketiga, apa saja implikasi kritis yang ditimbulkan oleh proses komodifikasi kesehatan mental yang menyertai dan melingkupi fenomena *healing culture* di kalangan Generasi Z.

Penelitian ini tidak semata-mata hadir untuk mendokumentasikan sebuah tren budaya yang tengah ramai diperbincangkan di berbagai lapisan masyarakat. Lebih dari itu, penelitian ini berupaya memberikan sumbangan analitis yang lebih substansial dan bermakna terhadap pemahaman mengenai keterkaitan antara identitas diri, praktik konsumsi, dan kesehatan mental Generasi Z di Indonesia – khususnya dalam bingkai sosial-budaya Kota Makassar yang memiliki dinamika, karakteristik, dan kekhasan kontekstualnya tersendiri yang tidak dapat diabaikan begitu saja.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa mahasiswa ilmu sosial memiliki kedekatan reflektif dengan isu-isu sosial-budaya kontemporer, sehingga diharapkan mampu memberikan narasi yang kaya, kritis, dan mendalam terkait fenomena yang dikaji. Subjek penelitian ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni pemilihan informan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Moleong, 2021). Kriteria informan yang ditetapkan meliputi: mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar, berusia 18–24 tahun, merupakan pengguna aktif minimal satu platform media sosial, dan pernah menggunakan istilah *healing* serta melakukan aktivitas yang mereka kategorikan sebagai *healing* dalam keseharian mereka. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh sebanyak 6 informan yang terdiri dari 4 mahasiswi dan 2 mahasiswa dari berbagai angkatan dan program studi dalam lingkup Fakultas Ilmu Sosial. Jumlah ini dipandang memadai dalam konteks penelitian kualitatif yang mengutamakan kedalaman dan kekayaan data daripada keluasan representasi statistik (Lincoln & Guba, 1985)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) dengan panduan wawancara yang bersifat semi-terstruktur. Wawancara mendalam dipilih karena teknik ini memungkinkan peneliti untuk menggali pemahaman, pengalaman, dan pandangan informan secara lebih leluasa, terbuka, dan fleksibel, sambil tetap terarah pada fokus penelitian (Denzin & Lincoln, 2018). Setiap sesi wawancara berlangsung selama kurang lebih 45 hingga 60 menit per informan dan dilakukan secara langsung di lingkungan kampus Universitas Negeri Makassar. Panduan wawancara mencakup pertanyaan-pertanyaan seputar: pemahaman dan definisi personal informan tentang *healing*; aktivitas konkret yang mereka lakukan ketika merasa membutuhkan *healing*; pertimbangan dan motivasi dalam mendokumentasikan serta berbagi pengalaman *healing* di media sosial; serta pandangan mereka tentang hubungan antara *healing*, konsumsi, dan pembentukan identitas diri di ruang digital. Selain wawancara, dilakukan pula observasi sederhana terhadap konten media sosial informan yang bersifat publik dan telah mendapat persetujuan eksplisit dari informan yang bersangkutan. Data dari observasi ini berfungsi sebagai bahan triangulasi untuk memperkuat dan memverifikasi temuan yang diperoleh dari wawancara.

Teknik analisis data yang digunakan mengikuti model analisis interaktif yang dikembangkan oleh (M. B. Miles et al., 2014) yang terdiri atas empat tahapan yang dilakukan secara berulang dan iteratif. Tahap pertama adalah pengumpulan data, di mana seluruh hasil wawancara direkam, ditranskrip secara verbatim, dan dicatat secara sistematis. Tahap kedua adalah reduksi data, yakni proses memilah, memfokuskan, dan menyederhanakan data mentah yang telah terkumpul untuk menyisakan hanya data yang benar-benar relevan dengan pertanyaan penelitian. Tahap ketiga adalah penyajian data, di mana data yang telah direduksi disusun dalam bentuk narasi deskriptif-analitis yang sistematis dan mudah dipahami. Tahap keempat adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, yakni proses merumuskan interpretasi akhir yang didasarkan pada keseluruhan data dan terus diverifikasi sepanjang proses analisis berlangsung. Seluruh proses analisis ini dilakukan

dengan terus merujuk pada kerangka teoritis yang telah ditetapkan—konsumsi simbolik Bourdieu, masyarakat tontonan Debord, dan identitas cair Bauman—untuk memastikan koherensi antara data empiris dan interpretasi konseptual yang dihasilkan. Keabsahan data dijamin melalui teknik triangulasi sumber, yakni membandingkan dan mengecek ulang informasi yang diperoleh dari satu informan dengan informan lainnya, serta triangulasi teknik dengan membandingkan hasil wawancara dengan temuan observasi konten media sosial (Sugiyono, 2020)

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Pemaknaan Healing di Kalangan Mahasiswa Generasi Z

Temuan pertama yang muncul dari hasil wawancara mendalam terhadap enam informan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar menunjukkan bahwa seluruh informan memiliki pemahaman tentang *healing* yang secara substansial berbeda dari makna klinisnya. Tidak satu pun informan yang secara spontan mengaitkan *healing* dengan proses pemulihan psikologis yang terstruktur atau intervensi profesional. Sebaliknya, *healing* dipahami sebagai serangkaian aktivitas yang memberikan kesenangan sesaat, jeda dari rutinitas akademik yang melelahkan, atau distraksi sementara dari berbagai tekanan yang mereka hadapi sehari-hari. Pemahaman ini sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh (Twenge, 2017), bahwa Generasi Z cenderung mendefinisikan kesejahteraan mental dalam kerangka yang lebih pragmatis dan berorientasi pada pengalaman langsung yang dapat dirasakan segera, alih-alih proses pemulihan jangka panjang yang membutuhkan kesabaran dan ketekunan.

Aktivitas yang paling sering disebut informan sebagai wujud konkret dari *healing* mencakup mengunjungi kafe estetik di sekitar Makassar, jalan-jalan singkat ke tempat-tempat menarik, menonton film atau serial favorit, berbelanja barang yang sudah lama diinginkan, serta sekadar menghabiskan waktu sendirian di luar kamar kos tanpa beban tugas. Yang menarik dan patut dicermati adalah kenyataan bahwa hampir semua aktivitas tersebut memiliki komponen estetik yang kuat—artinya, aktivitas itu dianggap lebih bermakna dan lebih "berhasil" apabila menghasilkan konten visual yang layak untuk didokumentasikan dan dibagikan di media sosial. Salah satu informan perempuan, mahasiswi semester lima yang akrab disapa Dian, mengungkapkan pandangannya secara terbuka: "*Healing itu buat aku pergi ke tempat yang tenang, bisa minum kopi santai, sambil foto-foto sedikit. Kalau nggak ada fotonya, kayak kurang lengkap gitu.*" Pernyataan ini secara gamblang menunjukkan bagaimana standar keberhasilan *healing* tidak lagi semata-mata diukur dari ketenangan batin yang dirasakan, melainkan juga dari kualitas representasi visualnya di ruang digital. Fenomena ini mencerminkan apa yang oleh Debord (1967) disebut sebagai logika masyarakat tontonan, di mana pengalaman yang autentik perlahan digeser dan disubordinasikan oleh citra yang merepresentasikannya. *Healing* tidak lagi sepenuhnya menjadi milik diri sendiri—ia membutuhkan kehadiran audiens untuk merasa sempurna dan lengkap.

Pergeseran pemaknaan ini juga dapat dipahami melalui kerangka (Bauman, 2007) tentang konsumerisme kontemporer, di mana kebutuhan untuk mengonsumsi dan sekaligus menampilkan konsumsi tersebut telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari cara seseorang mengonstruksi dan memvalidasi identitasnya di hadapan orang lain. Dalam konteks mahasiswa Generasi Z di Makassar, *healing* telah berevolusi dari sebuah kebutuhan psikologis yang personal menjadi sebuah gaya hidup yang harus dijalani sekaligus dikomunikasikan secara konsisten kepada publik digital—sebuah transformasi yang memiliki implikasi sosial dan psikologis yang jauh lebih kompleks dari yang tampak di permukaan.

3.2. Healing sebagai Konsumsi Simbolik dan Penanda Status Sosial

Temuan kedua yang muncul dari analisis data wawancara berkaitan dengan fungsi *healing* sebagai kapital budaya dan penanda status sosial dalam kehidupan kampus. Para informan, baik secara sadar maupun tidak, ternyata menggunakan

pilihan aktivitas *healing* mereka sebagai instrumen untuk mengklaim posisi sosial tertentu sekaligus membedakan diri dari kelompok yang dianggap tidak memiliki selera yang cukup baik atau yang dianggap sekadar mengikuti arus tren semata. Temuan ini sangat resonan dengan argumen sentral (Bourdieu, 1984) bahwa konsumsi pada dasarnya adalah arena di mana perbedaan sosial direproduksi, dikomunikasikan, dan dilegitimasi melalui mekanisme selera dan distinktif budaya.

Di antara para informan, terdapat hierarki tidak tertulis namun diakui bersama mengenai aktivitas *healing* yang dianggap lebih bernilai dan lebih mencerminkan selera yang baik. Pergi ke kafe dengan konsep yang unik dan tidak terlalu ramai dianggap jauh lebih bernilai dibandingkan sekadar nongkrong di mal atau gerai kopi franchise yang sudah ada di mana-mana. Mencari destinasi wisata yang belum banyak diketahui orang dinilai lebih *sophisticated* dan lebih autentik dibandingkan mengunjungi tempat wisata yang sudah terlalu mainstream dan penuh sesak pengunjung. Rian, seorang informan laki-laki mahasiswa semester tujuh, mengungkapkan pandangannya dengan sangat lugas: "*Kalau healing cuma ke mall itu kayak kurang niat. Aku lebih suka cari tempat yang agak tersembunyi, yang vibes-nya beda. Bukan soal harganya, tapi soal selernya.*" Apa yang Rian sebut sebagai "soal selera" adalah persis mekanisme distinktif yang dianalisis secara mendalam oleh (Bourdieu, 1984)—perbedaan selera dikonstruksi dan dilegitimasi bukan melalui argumen finansial atau kekayaan materi, melainkan melalui klaim atas kesadaran estetik, orisinalitas pengalaman, dan kedalaman apresiasi budaya.

Mekanisme serupa juga tampak dalam cara informan mengonsumsi konten *healing* yang diunggah oleh orang lain di media sosial. Mereka yang memposisikan diri sebagai pelaku *healing* yang "lebih autentik" cenderung lebih selektif dan lebih kritis dalam mengikuti serta membagikan konten—lebih menyukai konten yang tampak *curated*, reflektif, dan penuh pertimbangan estetis, daripada konten yang terkesan berlebihan atau terlalu transparan dalam mencari perhatian dan validasi publik. Paradoks yang menarik muncul di sini: selektivitas yang diklaim sebagai bentuk autentisitas ini sendiri sejatinya adalah bentuk pengelolaan kesan (*impression management*) yang sangat disadari dan terkalkulasi dengan baik (Goffman, 1959). Dengan kata lain, bahkan upaya untuk tampil "tidak berlebihan" pun merupakan bagian dari strategi penampilan diri yang tidak bisa lepas dari logika konsumsi simbolik. Dari perspektif (Bourdieu, 1984), fenomena ini adalah contoh yang sangat jelas tentang bagaimana kapital budaya dioperasikan dalam arena sosial sehari-hari—mahasiswa yang memiliki akses ke pengalaman *healing* yang lebih *refined* dapat mengonversi kapital budaya tersebut menjadi modal sosial yang diakui dan diapresiasi oleh komunitas sebayanya.

3.3. Peran Media Sosial sebagai Arena Validasi Identitas

Temuan ketiga sekaligus yang paling kompleks dan berlapis dari penelitian ini adalah peran media sosial yang sangat sentral dan tidak dapat dipisahkan dari praktik *healing* itu sendiri. Seluruh informan mengakui bahwa mendokumentasikan dan berbagi pengalaman *healing* di platform digital—terutama Instagram dan TikTok—merupakan bagian integral dari praktik tersebut, bukan sekadar pelengkap atau bonus yang bersifat opsional. Pengakuan ini mengonfirmasi tesis Hargittai dan (Hargittai & Marwick, 2016) bahwa Generasi Z telah mengembangkan orientasi audiensial yang sangat kuat dalam hampir semua aspek kehidupan mereka—mereka tidak hanya menjalani pengalaman, tetapi secara bersamaan dan terus-menerus membayangkan bagaimana pengalaman tersebut akan terlihat, dinilai, dan direspons oleh orang lain di ruang digital.

Pada tahap awal wawancara, sebagian informan menyatakan bahwa mereka berbagi pengalaman *healing* di media sosial semata-mata karena ingin "mengabadikan kenangan" atau "menginspirasi teman-teman". Namun ketika digali lebih mendalam melalui pertanyaan lanjutan yang lebih spesifik, hampir semua informan mengakui bahwa respons dari audiens digital—berupa *likes*, komentar positif, atau sekadar jumlah penonton pada fitur *Stories*—memiliki pengaruh yang cukup

signifikan terhadap cara mereka mengevaluasi dan memaknai pengalaman *healing* tersebut secara keseluruhan. Sinta, mahasiswi semester tiga yang menjadi salah satu informan, bercerita dengan jujur dan reflektif: "*Kalau foto healing-ku dapat banyak yang suka, rasanya senang, kayak orang lain ikut merasakan. Tapi kalau sepi, kadang bikin mikir, 'kurang bagus ya tempatnya?' Padahal tempatnya sama aja.*" Pengakuan Sinta ini mengungkap sebuah mekanisme psikologis yang sangat penting untuk dipahami: pandangan dan penilaian audiens digital telah terinternalisasi sedemikian rupa hingga memengaruhi cara seseorang mengevaluasi pengalamannya sendiri secara personal. Validasi eksternal dari ruang digital tidak lagi sekadar menjadi bonus yang menyenangkan—ia telah bertransformasi menjadi semacam ukuran keberhasilan yang menentukan apakah sebuah pengalaman *healing* dianggap bermakna atau tidak.

Fenomena ini adalah wujud nyata dari apa yang (Goffman, 1959) sebut sebagai *impression management* dalam versi yang diperkuat dan diperluas oleh teknologi digital: individu secara terus-menerus mengelola penampilan diri mereka berdasarkan bayangan tentang bagaimana diri mereka terlihat di mata audiens yang ada di balik layar. (Debord, 1967) pun telah mengantisipasi kondisi semacam ini ketika ia menulis tentang masyarakat di mana kehidupan diorganisasikan di sekitar produksi dan konsumsi tontonan. Yang lebih menarik lagi, di antara informan terdapat beberapa orang yang menunjukkan kesadaran kritis yang cukup tajam terhadap dinamika ini. Mereka mengakui tekanan untuk selalu mendokumentasikan setiap aspek *healing*, namun secara aktif berusaha melawannya dengan sengaja tidak memposting sebagian pengalaman mereka, atau memilih untuk hanya berbagi dalam lingkaran pertemanan yang lebih terbatas dan intim. Namun—dan ini adalah paradoks yang sangat menarik—sikap "tidak posting" atau "lebih selektif dalam berbagi" ini sendiri kemudian menjadi bagian dari identitas yang mereka konstruksi dan tampilkan: sebagai orang yang lebih autentik, lebih matang, dan lebih bijak dibandingkan mereka yang mendokumentasikan segalanya tanpa filter. Ini menunjukkan bahwa dalam ekosistem media sosial yang telah meresap ke seluruh aspek kehidupan, hampir tidak ada posisi yang benar-benar bebas dari logika performativitas dan pengelolaan kesan.

3.4. Paradoks Healing: Ketika Pemulihan Justru Menciptakan Tekanan Baru

Temuan keempat yang muncul dari penelitian ini adalah sebuah paradoks yang sangat menarik sekaligus mengkhawatirkan: praktik *healing* yang pada dasarnya dimaksudkan untuk mengurangi stres dan kecemasan justru sering kali menciptakan sumber tekanan baru yang tidak kalah beratnya. Hampir separuh dari informan menceritakan pengalaman di mana persiapan, pelaksanaan, dan terutama pendokumentasian *healing* ternyata jauh lebih melelahkan secara mental dibandingkan kondisi psikologis mereka sebelum memutuskan untuk *healing*. Paradoks ini menggambarkan kontradiksi fundamental yang tersembunyi di balik logika *healing* sebagai konsumsi simbolik yang harus ditampilkan secara publik.

Bagas, mahasiswa semester sembilan yang menjadi salah satu informan, menceritakan pengalamannya dengan sangat jujur dan gamblang: "*Pernah aku pergi ke pantai niat healing, tapi malah stres sendiri karena pengen foto yang bagus, cuacanya nggak mendukung, tempatnya rame. Akhirnya pulang lebih capek. Mana tugasnya numpuk lagi.*" Kisah yang diceritakan Bagas ini mengilustrasikan dengan sangat tepat apa yang bisa kita sebut sebagai paradoks produktivitas *healing*: upaya untuk memulihkan diri justru terbebani secara berlebihan oleh tuntutan untuk menghasilkan representasi visual yang memenuhi standar estetika tertentu yang dianggap layak untuk dikonsumsi publik digital. Logika konsumsi simbolik telah merasuki proses pemulihan begitu dalam hingga menggerogoti dan menghancurkan tujuan dasarnya. (Han, 2015) dalam *The Burnout Society* menyebut kondisi semacam ini sebagai gejala dari *achievement society*—masyarakat prestasi di mana individu tidak hanya bersaing dalam ranah kerja produktif dan akademis, tetapi juga dalam segala dimensi kehidupan termasuk cara mereka beristirahat, bersantai, dan memulihkan diri dari kelelahan.

Temuan ini juga sangat sejalan dengan hasil penelitian (Twenge et al., 2021) yang menemukan bahwa penggunaan media sosial—baik yang bersifat pasif seperti *scrolling* tanpa henti maupun yang bersifat aktif seperti memposting konten dan kemudian menunggu dengan penuh kecemasan respons yang masuk—berkorelasi secara signifikan dengan peningkatan tingkat kecemasan pada kelompok usia muda. Dalam konteks spesifik *healing culture*, kedua moda penggunaan media sosial tersebut terjadi secara bersamaan dan saling memperkuat satu sama lain: seseorang mengonsumsi konten *healing* milik orang lain yang secara otomatis memicu mekanisme perbandingan sosial, sementara pada saat yang bersamaan ia juga memproduksi konten *healing*-nya sendiri yang memicu kecemasan tersendiri terkait kualitas konten dan jumlah validasi yang akan diterima. Fenomena lain yang muncul dalam temuan ini adalah apa yang oleh informan sendiri disebut sebagai "healing competition"—sebuah perasaan tidak nyaman dan tidak puas ketika melihat orang lain melakukan *healing* di tempat yang lebih menarik atau dengan cara yang lebih estetik. Beberapa informan mengakui dengan terus terang bahwa melihat unggahan *healing* teman-teman di media sosial justru memotivasi mereka untuk merencanakan sesi *healing* berikutnya dengan lebih baik dan lebih terencana—bukan didorong oleh kebutuhan psikologis yang nyata, melainkan oleh keinginan untuk menghasilkan konten yang setara atau bahkan melampaui konten milik orang lain.

3.5. Implikasi Kritis: Komodifikasi Kesehatan Mental dalam Budaya Konsumtif

Temuan kelima sekaligus yang paling penting dari perspektif analitis adalah dimensi kritis yang berkaitan dengan komodifikasi kesehatan mental dalam konteks budaya konsumtif kontemporer. Seluruh temuan yang telah dipaparkan sebelumnya perlu dibaca dalam kerangka yang lebih luas ini untuk memahami implikasi sosial dan kulturalnya secara menyeluruh. (S. Miles, 2021) menunjukkan bahwa industri *wellness* global telah berkembang menjadi pasar raksasa yang terus tumbuh dengan pesat, di mana narasi kesehatan mental dimanfaatkan secara sistematis oleh berbagai aktor industri untuk melegitimasi dan mendorong konsumsi produk serta pengalaman tertentu. Di Indonesia, fenomena ini tercermin secara nyata dalam menjamurnya berbagai bisnis yang dengan cerdas memanfaatkan narasi pemulihan mental—dari kafe-kafe dengan konsep *healing corner* yang instagrammable, *retreat* meditasi berbayar, hingga berbagai produk *stationery* dan *journaling* premium yang dipasarkan dengan klaim *self-care*.

Komodifikasi ini menciptakan sebuah sirkulus yang secara logis sangat bermasalah namun secara kultural sangat sulit dilawan: kapitalisme menciptakan dan memelihara kondisi-kondisi yang memicu stres dan kecemasan—tekanan akademik, persaingan sosial, ketidakpastian masa depan, dan paparan konstan terhadap standar kehidupan ideal—lalu pada saat yang bersamaan menawarkan produk dan pengalaman konsumsi sebagai solusi atas kondisi tersebut, sementara media sosial berfungsi sebagai mesin narasi yang paling efektif untuk melegitimasi konsumsi sebagai jalan menuju pemulihan yang sah (Han, 2015). Prameswari dan (Prameswari & Nugroho, 2023) mencatat bagaimana industri *wellness* secara cerdas memanfaatkan bahasa kesehatan mental untuk membingkai ulang konsumsi hedonis sebagai tindakan perawatan diri yang bertanggung jawab—sehingga menghabiskan uang di restoran mahal, membeli produk kecantikan premium, atau berlibur ke destinasi mewah pun dapat diklaim sebagai *healing* yang tidak hanya sah tetapi bahkan dianjurkan demi menjaga kesehatan mental.

Temuan penelitian ini mengidentifikasi setidaknya tiga risiko utama yang ditimbulkan oleh komodifikasi kesehatan mental dalam konteks *healing culture* di kalangan mahasiswa. Pertama adalah risiko trivialisasi: ketika *healing* menjadi label yang ditempelkan pada segala bentuk konsumsi hedonis, makna aslinya sebagai proses pemulihan psikologis yang serius dan berkelanjutan mengalami dilusi yang signifikan. Mahasiswa yang sesungguhnya membutuhkan bantuan profesional berisiko merasa bahwa kebutuhannya sudah terpenuhi oleh sesi kunjungan ke kafe atau perjalanan singkat ke pantai, sehingga menunda atau bahkan sama sekali mengabaikan intervensi yang lebih substantif dan tepat sasaran. Kedua adalah masalah aksesibilitas yang sangat mendasar: budaya *healing* yang dikonstruksi di sekitar konsumsi produk dan

pengalaman berbayar secara implisit dan sistematis mengecualikan mahasiswa-mahasiswa yang tidak memiliki kapital ekonomi yang memadai untuk berpartisipasi. *Healing* dengan demikian menjadi sebuah *privilege*—hak istimewa yang hanya bisa dinikmati oleh mereka yang mampu membeli "pengalaman pemulihan" yang layak untuk dipamerkan di media sosial, sementara mereka yang paling rentan secara psikologis justru seringkali memiliki akses paling terbatas. Ketiga adalah risiko kontraproduktivitas psikologis: orientasi *healing* yang berorientasi ke luar—untuk dikomunikasikan, dikurasi, dan divalidasi oleh audiens digital—bertentangan secara fundamental dengan kondisi yang sesungguhnya diperlukan dalam proses pemulihan yang efektif. Pemulihan yang autentik membutuhkan keheningan, kesendirian yang bermakna, dan refleksi internal yang mendalam—kualitas-kualitas yang sangat sulit dicapai ketika seseorang terus-menerus terdistraksi oleh kalkulasi tentang bagaimana pengalamannya akan terlihat dan dinilai oleh orang lain. (Cederström & Spicer, 2015) bahkan berargumen lebih jauh bahwa *wellness culture* kontemporer secara keseluruhan lebih sering berfungsi sebagai mekanisme kontrol sosial kapitalisme yang memindahkan tanggung jawab atas kesejahteraan dari struktur sosial ke individu, daripada sebagai upaya yang sungguh-sungguh dan sistematis untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara kolektif.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa budaya *healing* di kalangan mahasiswa Generasi Z Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar telah mengalami transformasi makna yang sangat signifikan—dari proses pemulihan psikologis yang personal dan internal menjadi praktik konsumsi simbolik yang berorientasi pada penampilan identitas di ruang digital. Melalui wawancara mendalam terhadap enam informan, ditemukan bahwa *healing* tidak lagi berfungsi semata-mata sebagai mekanisme koping atas tekanan akademik dan sosial, melainkan secara bersamaan menjalankan fungsi yang jauh lebih kompleks: sebagai medium pembentukan identitas, penanda status sosial dan kapital budaya, arena validasi eksistensi melalui platform media sosial, sekaligus ruang kompetisi simbolik antar sesama mahasiswa. Platform media sosial terbukti memainkan peran yang tidak dapat dipisahkan dari praktik *healing* itu sendiri, di mana validasi digital berupa *likes* dan komentar telah terinternalisasi sebagai ukuran keberhasilan sebuah pengalaman *healing*—sebuah kondisi yang secara paradoks justru melahirkan sumber tekanan baru alih-alih memberikan pemulihan yang sesungguhnya. Hierarki selera yang beroperasi di antara informan mencerminkan bekerjanya logika kapital budaya Bourdieu secara nyata dalam kehidupan kampus, di mana pilihan aktivitas *healing* yang lebih *refined* dan estetis digunakan sebagai instrumen pembeda posisi sosial yang halus namun efektif. Lebih jauh, komodifikasi kesehatan mental yang menyertai fenomena ini terbukti membawa tiga risiko utama yang tidak bisa diabaikan: trivialisasi makna *healing* yang sesungguhnya, eksklusi berbasis kapital ekonomi yang menciptakan ketimpangan akses terhadap pemulihan, serta kontraproduktivitas psikologis akibat orientasi *healing* yang terlalu berorientasi ke luar untuk dikonsumsi publik digital. Temuan-temuan ini menegaskan bahwa fenomena *healing culture* perlu dipahami tidak hanya sebagai ekspresi kebutuhan psikologis generasi muda, tetapi juga sebagai produk dari relasi yang kompleks antara kapitalisme konsumtif, teknologi digital, dan dinamika pembentukan identitas Generasi Z—sebuah realitas yang menuntut respons kritis dari institusi pendidikan, pemerhati kesehatan mental, maupun mahasiswa itu sendiri agar praktik *healing* dapat kembali pada fungsinya yang paling mendasar sebagai ruang pemulihan yang autentik dan bermakna.

Daftar Pustaka

- Bauman, Z. (2000). *Liquid modernity*. Polity Press.
- Bauman, Z. (2007). *Consuming life*. Polity Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.

- Cederström, C., & Spicer, A. (2015a). *The Wellness Syndrome*. Polity Press.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. SAGE Publications.
- Debord, G. (1967a). *The society of the spectacle*. Black & Red.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018a). *The SAGE handbook of qualitative research*. SAGE Publications.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Doubleday.
- Handayani, R., & Sari, M. (2022). Perilaku Digital dan Kesehatan Mental Mahasiswa Generasi Z di Era Media Sosial. *Jurnal Psikologi Sosial*, 20(2), 115–128.
- Hargittai, E., & Marwick, A. (2016a). What can I really do? Explaining the privacy paradox with online apathy. *International Journal of Communication*, 10, 3737–3757.
- Herman, J. L. (2015). *Trauma and recovery: The aftermath of violence*. Basic Books.
- Indonesia, K. K. R. (2021). *Laporan Survei Kesehatan Jiwa Nasional Pasca Pandemi COVID-19*. Kementerian Kesehatan RI.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. SAGE Publications.
- Miles, S. (2021). *The political economy of wellness: Capitalism, health and identity*. Routledge.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Organization, W. H. (2022). *World Mental Health Report: Transforming Mental Health for All*. World Health Organization.
- Prameswari, A., & Nugroho, B. (2023). Wellness culture dan komodifikasi narasi perawatan diri di media sosial Indonesia. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 17(2), 213–234
- Statistik, B. P., & Center, A. R. (2023). *Survei Generasi Z dan Media Digital Indonesia 2023*. BPS.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy*. Atria Books.
- Twenge, J. M., Haidt, J., Blake, A. B., McAllister, C., Lowe, H., & le Roy, A. (2021). Worldwide increases in adolescent loneliness. *Journal of Adolescence*, 93, 257–269.
- Twenge, J. M., Haidt, J., Joiner, T. E., & Campbell, W. K. (2021). Underlying Links Between Social Media Use and Mental Health Among Adolescents. *Journal of Adolescence*, 89, 45–58.