



## Persepsi Gen Z terhadap Konten *Self Healing* di Instagram

Santi Halawati<sup>1</sup>, Azizah Nur Kusumawati<sup>2</sup>, Yulinda Cantika<sup>3</sup>, Aryanti Putri L<sup>4</sup>, Kayla Dewika<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Islam Syekh Yusuf

E-mail : [santihalawati54@gmail.com](mailto:santihalawati54@gmail.com)<sup>1</sup>, [azizahnurkusumawati@gmail.com](mailto:azizahnurkusumawati@gmail.com)<sup>2</sup>, [arlenyulinda43@gmail.com](mailto:arlenyulinda43@gmail.com)<sup>3</sup>, [aryantiputri472@gmail.com](mailto:aryantiputri472@gmail.com)<sup>4</sup>, [dewikakayla@gmail.com](mailto:dewikakayla@gmail.com)<sup>5</sup>

### Article Info

#### Article history:

Received November 28, 2025  
Revised November 30, 2025  
Accepted November 03, 2025

#### Keywords:

Generation Z,  
Instagram,  
Self-Healing,  
Mental Health,  
Digital Content.

### ABSTRACT

*This study aims to examine how Generation Z perceives self-healing content spread on the Instagram social media platform. Amidst increasing awareness of the importance of mental health, self-healing content has become an alternative that is often accessed by Gen Z as a form of independent emotional support. This study uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques in the form of in-depth interviews and social media observations. Informants were selected purposively based on the criteria of being 17–25 years old, actively using Instagram, and having accessed self-healing content. The results of the study show that Gen Z has diverse perceptions of self-healing content. Most feel that the content provides positive effects in the form of motivation, calmness, and emotional validation. However, there are also critical perceptions of content that is considered too shallow, misleading, or triggers toxic positivity and new social pressures. The coding process produced several main themes such as "self-reflection", "emotional support", and "critical skepticism". This study concludes that self-healing content can be a means of awareness and emotional support if packaged in an educational, honest, and relevant manner. Therefore, it is important for content creators and social media users to sort and understand content with good literacy to avoid negative impacts.*

*This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.*



### Article Info

#### Article history:

Received November 28, 2025  
Revised November 30, 2025  
Accepted November 03, 2025

#### Kata Kunci:

Generasi Z,  
Instagram,  
Self-Healing,  
Kesehatan Mental,  
Konten Digital.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana persepsi Generasi Z terhadap konten self healing yang tersebar di platform media sosial Instagram. Di tengah meningkatnya kesadaran akan pentingnya kesehatan mental, konten *self-healing* menjadi alternatif yang sering diakses oleh Gen Z sebagai bentuk dukungan emosional mandiri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam dan observasi media sosial. Informan dipilih secara purposive berdasarkan kriteria usia 17–25 tahun, aktif menggunakan Instagram, serta pernah mengakses konten self-healing. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gen Z memiliki persepsi yang beragam terhadap konten self-healing. Sebagian besar merasa bahwa konten tersebut memberikan efek positif berupa motivasi, ketenangan, dan validasi emosional. Namun, terdapat pula persepsi kritis terhadap konten yang dianggap terlalu dangkal, menyesatkan, atau memicu *toxic positivity* dan tekanan sosial baru. Proses pengkodean menghasilkan beberapa tema utama seperti "*self-reflection*", "*emotional support*", dan "*critical skepticism*". Penelitian ini menyimpulkan bahwa konten *self-healing* dapat menjadi sarana



penyadaran dan dukungan emosional jika dikemas secara edukatif, jujur, dan relevan. Oleh karena itu, penting bagi *content creator* dan pengguna media sosial untuk memilah dan memahami konten dengan literasi yang baik guna menghindari dampak negatif.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



**Corresponding Author:**

Santi Halawati  
Universitas Islam Syekh Yusuf  
Email: [santihalawati54@gmail.com](mailto:santihalawati54@gmail.com)

**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi digital telah menciptakan transformasi besar dalam cara manusia berkomunikasi, berekspresi, dan membangun identitas diri. Di Indonesia, fenomena ini paling menonjol pada Generasi Z (Gen Z) kelompok yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 yang tumbuh dalam lingkungan digital dengan konektivitas tinggi. Mereka dikenal sebagai generasi yang multitasking, visual-oriented, dan aktif membangun hubungan sosial melalui media daring (Maulidya & Syahputri, 2023). Salah satu platform yang paling banyak digunakan adalah Instagram, yang kini tidak hanya menjadi sarana berbagi foto dan video, tetapi juga ruang untuk refleksi diri, edukasi kesehatan mental, serta pencarian makna hidup melalui konten bertema *self-healing* (Saepudin & Firdaus, 2024).

Meningkatnya minat terhadap isu kesehatan mental di kalangan Gen Z menjadi fenomena sosial yang menarik. Di tengah tekanan akademik, ekonomi, dan sosial yang kian kompleks, banyak anak muda mencari alternatif pemulihan diri melalui media sosial. Tren ini diperkuat oleh maraknya konten *self-healing* yang menampilkan pesan afirmatif, ilustrasi estetik, maupun narasi pengalaman pribadi yang menenangkan (Syarifah & Nasution, 2021). Konten tersebut memberi ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan emosi, memperoleh validasi, dan mengembangkan kesadaran diri (*self-awareness*). Namun, di balik tren positif tersebut, muncul pula kritik terhadap banalitas makna “healing” yang dipersempit menjadi gaya hidup konsumtif atau bentuk pelarian emosional instan (Achmad & Lubna, 2023).

Secara konseptual, *self-healing* merujuk pada proses penyembuhan diri secara mandiri melalui praktik psikologis dan spiritual seperti afirmasi positif, mindfulness, journaling, serta refleksi diri (Seligman, 2018; Nurjanah & Alfi, 2022). Dalam konteks psikologi positif, pendekatan ini menekankan kemampuan individu untuk memelihara keseimbangan emosional tanpa ketergantungan pada intervensi profesional. Ketika konsep ini diadopsi ke ranah digital, terjadi transformasi makna: *self-healing* menjadi bentuk budaya populer baru yang disebarluaskan melalui konten visual, estetika minimalis, dan narasi personal yang menyentuh (Ramadhani & Pramono, 2021). Instagram menjadi medium utama penyebaran pesan ini karena karakteristiknya yang menonjolkan visualisasi, storytelling singkat, dan interaktivitas tinggi (Fauzia & Nurdin, 2022).

Menurut teori *Uses and Gratifications*, individu menggunakan media sosial untuk memenuhi kebutuhan psikologis seperti mencari informasi, mengekspresikan diri, dan memperoleh dukungan sosial (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973). Bagi Gen Z, Instagram



berfungsi ganda: sebagai ruang ekspresi sekaligus sumber inspirasi dan pelarian dari tekanan kehidupan nyata (Maulidya & Syahputri, 2023). Hal ini terlihat dari meningkatnya konsumsi konten bertema kesehatan mental, di mana *self-healing content* seringkali dianggap sebagai bentuk terapi mikro atau *micro-therapy* sebuah proses refleksi singkat yang memberi rasa tenang dan diterima (Fauzia & Nurdin, 2022). Meski demikian, konsumsi berlebihan terhadap konten afirmatif juga dapat memunculkan fenomena *toxic positivity*, yakni dorongan untuk menekan emosi negatif dan berpura-pura bahagia (Achmad & Lubna, 2023).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Gen Z memiliki persepsi yang beragam terhadap konten *self-healing* di media sosial. Lestari dan Wardhani (2021) menemukan bahwa mayoritas responden menganggap konten tersebut bermanfaat untuk meningkatkan kesadaran emosional dan motivasi diri. Namun, sebagian lain merasa terjebak dalam standar kebahagiaan palsu akibat dominasi narasi “healing” yang dangkal. Sementara itu, penelitian Ramadhani dan Pramono (2021) menekankan pentingnya *authenticity* atau keaslian pesan dalam membangun kepercayaan pengguna terhadap konten digital. Gen Z lebih menghargai konten yang menampilkan kerentanan dan kejujuran dibandingkan unggahan yang terlalu estetik dan terkesan komersial.

Selain itu, penelitian Putri dan Rachman (2020) menunjukkan bahwa eksposur konten yang menampilkan kebahagiaan berlebihan di media sosial dapat memicu perbandingan sosial dan memperburuk kesejahteraan psikologis pengguna. Hal ini diperkuat oleh temuan Puspitasari dan Setiawan (2020) yang mengungkapkan bahwa spiritualitas digital berperan penting dalam menjaga keseimbangan mental di tengah tekanan media sosial. Sementara penelitian terbaru oleh Saepudin dan Firdaus (2024) menyoroti adanya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dan meningkatnya kebutuhan akan literasi digital psikologis, khususnya dalam memilah konten yang edukatif dan aman secara emosional.

Dalam konteks Indonesia, tren *self-healing* di media sosial juga berkaitan erat dengan konstruksi budaya lokal yang menekankan keseimbangan antara aspek batiniah dan sosial. Menurut Sulastri dan Nugroho (2023), praktik *healing* di kalangan Gen Z tidak hanya berorientasi pada ketenangan diri, tetapi juga pada pencarian makna spiritual dan eksistensial yang lebih dalam. Fenomena ini menunjukkan bahwa *self-healing* bukan sekadar tren digital, melainkan bagian dari adaptasi budaya terhadap krisis mental kolektif yang dihadapi generasi muda pasca-pandemi.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas hubungan antara media sosial dan kesehatan mental, studi mengenai persepsi Gen Z terhadap konten *self-healing* di Instagram masih relatif terbatas, terutama dalam konteks kualitatif. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih menyoroti dampak kuantitatif penggunaan media sosial terhadap depresi atau kecemasan (Fauzia & Nurdin, 2022), tanpa menggali makna subjektif yang terbentuk dari interaksi sehari-hari pengguna dengan konten *healing*. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menjawab celah tersebut dengan mengeksplorasi bagaimana Gen Z menafsirkan konten *self-healing* yang mereka konsumsi di Instagram: apakah dianggap sebagai bentuk dukungan emosional yang konstruktif, atau justru menjadi sumber tekanan sosial baru.

Secara akademik, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi digital dan psikologi media dengan memahami dinamika emosi, literasi digital, dan identitas diri di ruang daring. Sementara secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi acuan bagi pembuat konten, edukator, serta penyedia platform media sosial untuk merancang strategi komunikasi yang lebih empatik, autentik, dan berdampak positif bagi kesejahteraan mental generasi muda.



## METODE PENELITIAN

Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini untuk mengkaji persepsi Generasi Z terhadap konten *self-healing* di platform media sosial Instagram. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai persepsi informan, serta observasi media sosial untuk mengamati langsung konten *self-healing* yang tersedia di Instagram. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria berusia 17–25 tahun, aktif menggunakan Instagram, dan pernah mengakses konten *self-healing*. Hasil pengkodean data menghasilkan beberapa tema utama, yaitu *self-reflection*, *emotional support*, dan *critical skepticism*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil wawancara mendalam terhadap lima responden Generasi Z yakni Imas, Siti Suryani, Syahdan, Rafly, dan Dilah menunjukkan bahwa konten *self-healing* di Instagram memiliki pengaruh nyata terhadap pembentukan persepsi, kesejahteraan emosional, dan praktik *self-care* mereka. Mayoritas responden menyatakan bahwa konten yang berisi kutipan afirmatif, narasi pribadi, atau ilustrasi menenangkan memberikan efek psikologis positif. Mereka merasakan adanya ketenangan emosional, peningkatan motivasi, serta validasi terhadap perasaan negatif yang selama ini mereka pendam. Bagi sebagian besar responden, *self-healing content* menjadi ruang reflektif digital yang membantu mereka memahami bahwa kesedihan dan kelelahan adalah bagian alami dari pengalaman manusia, bukan kelemahan yang perlu disembunyikan.

Selain memberikan efek positif, konten *self-healing* juga berperan sebagai sumber pembelajaran emosional. Beberapa responden mengaku mulai menerapkan praktik sederhana seperti *journaling*, meditasi ringan, atau memberikan waktu istirahat bagi diri sendiri setelah terpapar konten bertema penerimaan diri. Dalam hal ini, Instagram berfungsi bukan hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai medium terapi mikro (*micro-therapy*) yang berperan memperkuat kesadaran emosional dan keseimbangan mental. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial berpotensi menjadi saluran informal bagi kesehatan mental jika digunakan secara sadar dan edukatif.

Namun demikian, di balik manfaat yang dirasakan, muncul pula pandangan kritis terhadap bentuk dan penyajian konten tersebut. Beberapa responden menyoroti kecenderungan sebagian besar pembuat konten untuk menonjolkan unsur estetika visual daripada makna reflektif yang mendalam. Mereka berpendapat bahwa tren *healing* yang divisualisasikan melalui liburan ke tempat mewah, nongkrong di kafe estetik, atau aktivitas berbiaya tinggi justru menimbulkan tekanan sosial baru. Fenomena ini memperlihatkan pergeseran makna *self-healing* dari aktivitas penyembuhan batin menjadi ajang performatif yang terjebak dalam logika konsumsi. Akibatnya, bagi sebagian pengguna, alih-alih menjadi sarana pemulihan, konten tersebut justru memunculkan perasaan tidak cukup atau inferioritas karena tidak mampu memenuhi standar kebahagiaan yang ditampilkan di media sosial.

Dari segi dinamika psikologis, konten *self-healing* juga memengaruhi cara berpikir dan kebiasaan merawat diri (*self-care pattern*) pada Gen Z. Sebagai contoh, Imas mengaku bahwa konten afirmatif sederhana seperti kalimat “istirahat juga bagian dari produktivitas” berhasil mengubah cara pandangnya terhadap konsep kerja keras dan produktivitas. Hal ini mengindikasikan bahwa pesan-pesan singkat dengan muatan positif dapat membentuk *cognitive reframing* suatu proses mengubah cara seseorang menilai situasi menjadi lebih



adaptif. Sementara Syahdan dan Dilah mengungkapkan bahwa mereka mulai mampu mengenali emosi seperti sedih, marah, atau cemas tanpa merasa bersalah setelah mengonsumsi konten self-healing secara rutin. Ini menunjukkan bahwa konten digital dapat berfungsi sebagai sarana edukasi emosional yang efektif, meskipun bersifat informal dan non-klinis.

Dari hasil analisis wawancara, ditemukan pula tiga faktor utama yang membentuk persepsi Gen Z terhadap konten self-healing. Pertama adalah aspek visual dan estetika. Gaya visual yang lembut, warna pastel, serta desain minimalis menjadi daya tarik utama bagi audiens muda. Estetika visual yang menyenangkan membantu menciptakan suasana psikologis positif yang membuat pesan mudah diterima dan diingat. Kedua adalah kredibilitas sumber. Responden cenderung lebih percaya kepada pembuat konten yang memiliki latar belakang psikologi atau konseling dibandingkan influencer umum. Keaslian dan kejujuran dalam penyampaian pesan menjadi faktor penting yang menentukan penerimaan pesan. Ketiga adalah kondisi emosional pengguna. Responden yang sedang mengalami tekanan mental lebih mudah terhubung dengan konten afirmatif, sedangkan mereka yang berada dalam kondisi emosional stabil cenderung lebih kritis terhadap isi pesan. Faktor ini menunjukkan bahwa persepsi terhadap konten digital sangat bergantung pada konteks psikologis individu saat mengaksesnya.

Meski demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa konten *self-healing* juga membawa risiko psikologis tertentu. Salah satu yang paling menonjol adalah fenomena *toxic positivity*, yaitu dorongan berlebihan untuk selalu berpikir positif hingga mengabaikan realitas emosional yang negatif. Beberapa responden menyatakan bahwa mereka merasa bersalah ketika merasa sedih karena terlalu sering terpapar kalimat seperti “jangan menyerah, semua akan indah pada waktunya” tanpa konteks yang realistis. Pesan semacam ini, meskipun bermaksud baik, justru dapat memicu represi emosional dan menciptakan tekanan batin baru. Selain itu, terdapat kecenderungan munculnya *social comparison*, di mana pengguna merasa kehidupannya kurang bermakna dibandingkan dengan citra bahagia orang lain di media sosial. Akibatnya, sebagian Gen Z mengalami kelelahan emosional (*emotional fatigue*) akibat terus membandingkan diri dengan standar kebahagiaan digital yang tidak realistis.

Fenomena ini menunjukkan paradoks antara fungsi terapeutik dan risiko patologis media sosial. Di satu sisi, Instagram menyediakan ruang ekspresif yang luas bagi individu untuk menemukan validasi dan dukungan emosional. Namun di sisi lain, algoritma media sosial yang mendorong konten populer dan estetis berpotensi memperkuat tekanan psikologis dengan menampilkan gambaran kebahagiaan yang semu dan terkurasi. Hal ini menegaskan bahwa efektivitas konten self-healing tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada tingkat literasi digital pengguna. Tanpa kemampuan berpikir kritis dan pemahaman psikologis yang baik, pengguna rentan terjebak dalam ilusi kebahagiaan yang dangkal.

Beberapa responden juga menyoroti perlunya pembuat konten menghadirkan materi yang lebih edukatif, empatik, dan berbasis psikologi ilmiah. Mereka menilai penting adanya kolaborasi antara *content creator* dan profesional kesehatan mental agar pesan yang disampaikan tidak hanya menarik secara visual tetapi juga valid secara ilmiah. Upaya ini dinilai mampu meminimalisasi penyebaran informasi keliru sekaligus memperkuat peran media sosial sebagai sarana dukungan psikologis yang aman dan inklusif. Selain itu, peningkatan literasi media digital di kalangan Gen Z menjadi kunci penting dalam menghadapi arus informasi yang masif. Literasi digital tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis menggunakan media, tetapi juga kemampuan menilai kredibilitas sumber, memahami konteks psikologis pesan, dan membedakan antara inspirasi serta manipulasi emosional.



Dari temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa konten *self-healing* di Instagram berfungsi ganda: sebagai medium ekspresi dan edukasi emosional di satu sisi, sekaligus sebagai sumber tekanan sosial di sisi lain. Konten yang disampaikan dengan empati dan kejujuran terbukti membantu pengguna mengenali emosi serta memperkuat kesadaran diri, sedangkan konten yang berlebihan dalam estetika dan afirmasi justru menimbulkan beban psikologis. Oleh karena itu, diperlukan keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan tanggung jawab sosial dalam produksi konten digital. Selain itu, peran lembaga pendidikan dan profesional kesehatan mental sangat penting untuk mengarahkan generasi muda agar memanfaatkan media sosial secara sehat, kritis, dan produktif.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Generasi Z memiliki persepsi yang beragam terhadap konten *self-healing* di Instagram. Sebagian besar responden menilai konten tersebut memberikan dukungan emosional yang positif karena mampu menumbuhkan rasa dipahami, memotivasi diri, serta meningkatkan penerimaan terhadap kondisi emosional pribadi. Kutipan afirmatif, ilustrasi menenangkan, dan narasi pengalaman pribadi terbukti berfungsi sebagai media refleksi dan penguatan diri yang efektif. Namun, sebagian responden juga bersikap kritis terhadap tren *self-healing* yang dianggap terlalu estetis dan dangkal sehingga berpotensi menimbulkan *toxic positivity*, tekanan sosial, dan penyebaran informasi yang kurang valid. Hasil analisis menunjukkan tiga tema utama, yaitu *self-reflection* sebagai pemantik introspeksi, *emotional support* sebagai sumber ketenangan emosional, dan *critical skepticism* sebagai bentuk kesadaran terhadap manipulasi makna dalam konten digital. Dengan demikian, peran Instagram sebagai media *self-healing* bersifat ambivalen dapat menjadi sarana penyembuhan psikologis atau justru pemicu tekanan baru, bergantung pada literasi dan konteks konsumsi penggunaannya.

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi digital dan psikologi media dengan menyoroti dinamika persepsi Gen Z terhadap konten bertema kesehatan mental. Dari sisi empiris, penelitian ini memberikan gambaran mendalam mengenai pengalaman subjektif pengguna dalam mengonsumsi konten *self-healing*, sedangkan secara praktis dapat menjadi acuan bagi pembuat konten, pendidik, dan pengelola platform untuk merancang pesan yang lebih autentik, edukatif, dan bertanggung jawab. Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar *content creator* menghadirkan konten *self-healing* yang realistis dan tidak hanya berfokus pada estetika, serta menghindari penyebaran *toxic positivity* dengan memvalidasi emosi negatif secara jujur. Pengguna media sosial diharapkan meningkatkan literasi digital agar dapat menyeleksi informasi secara kritis dan menggunakan Instagram secara sadar untuk mendukung keseimbangan emosional, bukan sekadar ajang perbandingan sosial. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur dampak psikologis secara lebih objektif serta meninjau platform lain seperti TikTok dan YouTube, dengan mempertimbangkan variabel budaya, gender, dan kelas sosial dalam memahami fenomena *digital healing* di kalangan generasi muda.

## DAFTAR PUSTAKA

Achmad, Z. A., & Lubna, P. N. C. (2023). *Toxic positivity content uploads on Instagram in encouraging the growth of hustle culture Gen Z. JOSAR (Journal of Students Academic Research)*, 8(1), 72–89. <https://doi.org/10.35457/josar.v9i1.2730>



- Anderson, M., & Jiang, J. (2023). *Teens, social media, and mental health*. Pew Research Center. <https://pewrsr.ch/4II0k4x>
- Elihu Katz, J., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). *Uses and gratifications research*. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Fauzia, R., & Nurdin, F. (2022). *Micro-therapy di media sosial: Studi tentang efektivitas konten self-healing Instagram*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 6(3), 201–213.
- Lestari, A., & Wardhani, D. (2021). *Pengaruh paparan konten self-healing terhadap kesehatan mental Generasi Z*. *Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental*, 9(2), 55–69.
- Maulidya, A., & Syahputri, N. (2023). *Eksistensi Generasi Z dalam ruang digital: Studi perilaku pengguna Instagram*. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 15(2), 112–126.
- Milton Anguyo, M. A., Masete, J., & Dlamini, H. (2025). *The impact of social media on adolescent mental health*. *Scholars Journal of Applied Medical Sciences*, 13(5), 1141–1144. <https://doi.org/10.36347/sjams.2025.v13i05.022>
- Nurjanah, R., & Alfi, S. (2022). *Peran psikologi positif dalam proses self-healing remaja*. *Jurnal Psikologi Aplikatif*, 7(1), 44–59.
- Puspitasari, E., & Setiawan, I. (2020). *Spiritualitas digital dan tren healing di kalangan anak muda Indonesia*. *Jurnal Sosioteknologi*, 19(3), 145–158.
- Putri, M. D., & Rachman, A. (2020). *Perbandingan sosial dan kesehatan mental di era Instagram*. *Jurnal Psikologi Komunikasi*, 8(1), 24–38.
- Ramadhani, S., & Pramono, Y. (2021). *Autentisitas dan self-presentation Gen Z dalam konten healing di Instagram*. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 13(2), 87–98.
- Saepudin, I., & Firdaus, M. (2024). *Makna self-healing dalam budaya digital di kalangan Generasi Z*. *Jurnal Psikologi Sosial Indonesia*, 9(1), 33–47.
- Sulastri, N., & Nugroho, R. (2023). *Konstruksi makna healing di kalangan Gen Z pasca pandemi COVID-19*. *Jurnal Komunikasi dan Budaya Digital*, 5(2), 178–192.
- Turner, A. (2015). *Generation Z: Technology and social interest*. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113. <https://muse.jhu.edu/article/586631>