



SELF-COMPASSION BAGI SANDWICH GENERATION: PROGRAM PSIKOEDUKASI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

**Alfo Yanuar¹, Antonia Gita Amanta², Mentari Puteri³,
Rayini Dahesihsari⁴ dan Clara R. P. Ajisukmo⁵**

¹Magister Psikologi Profesi Bidang Kekhususan Psikologi Klinis, Unika Atma Jaya
Email: alfo.202000040004@student.atmajaya.ac.id

²Magister Psikologi Profesi Bidang Kekhususan Psikologi Klinis, Unika Atma Jaya
Email: antonia.202000040033@student.atmajaya.ac.id

³Magister Psikologi Profesi Bidang Kekhususan Psikologi Pendidikan, Unika Atma Jaya
Email: mentari.202000040035@student.atmajaya.ac.id

⁴Fakultas Psikologi, Unika Atma Jaya
Email: ray.dahesihsari@atmajaya.ac.id

⁵Fakultas Psikologi, Unika Atma Jaya
Email: clara.as@atmajaya.ac.id

ABSTRACT

Sandwich generation refers to people of any age group who are "sandwiched" between caring for their children and their aging parents. Many of them are also struggling to fulfill their work requirements at the same time. Often, this situation leads to decreased mental health. Recent evidence suggests that self-compassion may act as a protective factor against stress and self-criticism. Hence, this community service project aims to provide information about self-compassion for sandwich generation in handling their dual roles and measure the effectiveness of a psychoeducational program in raising awareness of sandwich generation on the importance of self-compassion. A preliminary interview conducted with 7 participants shows that sandwich generations tend to evaluate their dual roles negatively. An online psychoeducational program was carried out by using Instagram through @bersamaruangrasa account. Infographics containing practical information about self-compassion were uploaded in three days. The results show that 27.87% of followers like the infographics, 10.92% leave comments, and 48.63% share the infographics through their accounts. It can be concluded that this psychoeducational activity effectively increases the awareness of sandwich generation on the importance of self-compassion. That promotes the positive well-being of some individuals who participated in psychoeducational.

Keywords: *instagram, sandwich generation, self-compassion, social media, psychoeducation*

ABSTRAK

Generasi sandwich merujuk pada orang-orang dari segala kelompok usia yang terhimpit di antara tanggung jawab untuk merawat anak-anak sekaligus orang tua mereka yang telah lanjut usia. Pada saat yang sama, banyak dari mereka juga berjuang untuk memenuhi tuntutan pekerjaan. Situasi ini seringkali berdampak pada penurunan kesehatan mental. Bukti-bukti terbaru menunjukkan bahwa self-compassion dapat berfungsi sebagai faktor protektif terhadap stres dan self-criticism. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini pun ditujukan untuk memberikan informasi terkait self-compassion bagi generasi sandwich, serta mengukur efektivitas program psikoedukasi yang ditujukan untuk meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya self-compassion. Hasil wawancara awal dengan 7 partisipan menunjukkan bahwa generasi sandwich cenderung menilai peran ganda mereka secara negatif. Program psikoedukasi daring pun dilakukan dengan menggunakan Instagram melalui akun @bersamaruangrasa. Infografis yang memuat informasi praktis seputar self-compassion diunggah dalam periode tiga hari. Hasil menunjukkan bahwa 27.8% pengikut menyukai konten, 10.92% memberikan komentar, dan 48.63% pengikut membagikan konten tersebut melalui akun mereka masing-masing. Dari hasil tersebut dan berdasarkan informasi yang didapatkan dari beberapa individu, dapat disimpulkan bahwa kegiatan psikoedukasi ini efektif dan bermanfaat untuk meningkatkan kesadaran sandwich generation akan pentingnya self-compassion dan membantu mereka meningkatkan kesejahteraan mental yang positif.

Kata kunci: *generasi sandwich, instagram, media sosial, psikoedukasi, self-compassion*

1. PENDAHULUAN

DeRigne dan Ferante (2012) mendefinisikan generasi *sandwich* sebagai generasi yang terhimpit (*sandwiched and squeezed*) di antara dua generasi, dan mempunyai dua peran sekaligus, yaitu sebagai orang tua dari anak-anak mereka dan anak dari orang tua yang menggantungkan kehidupan lanjut usianya kepada mereka. Data dari Badan Pusat Statistik (2020) menunjukkan jumlah rumah

tangga yang dihuni lansia bertambah, dari 25,75 persen pada tahun 2019 menjadi 28,48 persen pada tahun 2020. Generasi *sandwich* diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dasar mereka sendiri, anak-anak mereka dan orang tua mereka (Neal & Hammer, 2008; DeRigne & Ferante, 2012; Kusumaningrum, 2018; Husain, Wilodati & Sartika, 2021).

Menurut Suh (2016) istilah "*sandwich*" tidak hanya menunjukkan keterhimpitan di antara dua generasi, tetapi juga merujuk pada situasi seseorang dihadapkan pada situasi untuk mendampingi serta merawat anak dan/atau orang tua yang sakit atau mengalami disabilitas. Dalam situasi terhimpit di antara dua generasi anak dan orang tua, generasi *sandwich* juga dituntut untuk bisa mengatur penyelesaian tugas mereka di tempat kerja (DeRigne & Ferante, 2012). Situasi seringkali menjadi sulit dan mengakibatkan mereka harus memutuskan untuk tidak bekerja demi merawat anak-anak dan orang tua (Suh, 2016). Situasi terhimpit pada generasi *sandwich* menjadikan mereka rentan terhadap berbagai konflik. Selain itu tekanan perkawinan sangat merugikan kesehatan mental mereka (Riley & Bowen, 2005; Neal & Hammer, 2008; Syafina, 2019).

Penelitian Archer, Reiboldt, Claver dan Fay (2021) melaporkan bahwa pada situasi pandemi Covid-19 generasi *sandwich*—yang harus bekerja dari rumah sekaligus harus merawat anak dan orang tua mereka, mengalami beban yang lebih besar dibandingkan sebelum masa pandemi. Artikel yang ditulis Aria (2020) yang berjudul "*Nasib Generasi Sandwich, Terjepit Beban di Tengah Penurunan Pendapatan*", menunjukkan bahwa generasi *sandwich* yang memiliki beban ganda untuk menyokong kehidupan orang tua dan anak-anaknya harus pandai mengatur keuangannya pada masa pandemi.

Generasi *sandwich* memiliki tingkat stres lebih tinggi karena dituntut untuk menyeimbangkan peran dalam perawatan anak dan juga orang tua mereka (Tashandra, 2011). Tingkat stres yang dialami generasi *sandwich* tidak hanya mempengaruhi relasi personal terhadap pasangan, anak dan keluarga, namun juga mempengaruhi kesejahteraan diri sendiri. Masalah kesehatan mental yang dialami oleh generasi *sandwich* meliputi kelelahan fisik dan mental, gangguan tidur, perasaan bersalah, merasa khawatir terus menerus, kehilangan minat terhadap aktivitas yang disenanginya, hingga kecemasan dan depresi.

Menurut Neff (2011), ketika seseorang berada pada masa sulit, maka *self-compassion* yang merupakan perilaku menyayangi diri sendiri dilakukan dengan cara memahami diri, dan secara aktif memberikan rasa nyaman, dapat melindungi diri untuk menjaga kesehatan mental tetap positif. *Self-compassion* juga melindungi individu dari *self-criticism* tanpa perlu memandang diri sebagai orang yang lebih baik dari orang lain. Individu yang melakukan *self-criticism* biasanya mengalami perasaan-perasaan seperti tidak berharga, inferior, gagal, dan bersalah (Neff & Knox, 2017). Dari penelitian Kim dan Ko (2018) juga dilaporkan bahwa *self-compassion* mempengaruhi kepuasan diri terhadap kehidupan yang dijalani yang mengarah terhadap perkembangan kesehatan mental yang sehat dan positif. Oleh karena itu, intervensi yang terkait dengan kesadaran akan pentingnya *self-compassion* bagi kesehatan mental dan kesejahteraan psikologis menjadi penting (Kim & Ko, 2018; Murfield, Moyle, O'Donovan & Ware, 2020; Chrisinger dkk, 2021).

Kemajuan informasi dan teknologi, serta kebijakan pemerintah yang diberlakukan selama masa pandemi Covid-19 – yaitu pembatasan sosial dan untuk tetap di rumah saja telah mengubah gaya hidup masyarakat dalam memperoleh informasi. Masyarakat beralih ke sumber informasi daring, baik dari *platform* berita maupun media sosial. Kecenderungan peralihan ini menjadikan media sosial sebagai sarana yang dapat menyediakan wawasan di waktu yang sama (*real time*) mengenai pemahaman publik terhadap isu-isu terkini (Vijay, Field, Gollnow, & Jones, 2021). Media sosial



juga dijadikan wadah psikoedukasi yang sangat potensial (Alonzo & Popescu, 2021; Lam & Woo, 2020). Pada aplikasi media sosial Instagram, kolom komentar (*comments*) menyediakan masukan mengenai penerimaan audiens terhadap konten yang diunggah. Komentar (negatif maupun positif) merupakan salah satu hal penting yang perlu dipertimbangkan dalam strategi pengembangan konten yang diunggah di media sosial (Shahbaznezhad, Dolan, & Tripathi, 2018).

Studi yang dilakukan oleh Talbot, Thériault dan French (2016) menunjukkan bahwa *self-compassion* dapat ditingkatkan melalui pelatihan-pelatihan dalam psikoedukasi yang memanfaatkan laman (*website*) di internet. Psikoedukasi yang berisikan pelatihan *self-compassion* yang terstruktur dan berbasis internet dapat dimungkinkan bagi mereka yang tidak dapat mengakses layanan psikologis secara konvensional atau tatap muka. Hal ini terbukti karena perubahan yang terbukti signifikan dalam proses pelatihan *self-compassion* melalui website. Perubahan yang dimaksudkan adalah meningkatnya belas kasih diri dan menurunnya rasa malu pada diri sendiri yang sebelumnya membuat diri merasa tidak berharga serta sulit untuk menjalani perannya (Talbot, Thériault dan French, 2016). Demikian pula halnya dengan Alonzo dan Popescu (2021) yang menyatakan bahwa media sosial berpotensi sebagai cara efektif untuk mengkampanyekan kesehatan mental dan kesejahteraan psikologis karena dapat menjangkau audiens atau sasaran secara lebih luas dalam waktu yang singkat. Pelatihan ini dapat dikatakan mampu meraih audiens yang tidak dapat mengakses terhadap konten yang bersangkutan.

Dari uraian di atas, dipandang penting untuk melakukan kegiatan psikoedukasi mengenai *self-compassion* kepada generasi *sandwich*. Melalui psikoedukasi ini, diharapkan generasi *sandwich* dapat menambah pengetahuan mengenai *self-compassion* dan menyadari pentingnya *self-compassion*, sehingga dalam jangka panjang mereka dapat meningkatkan kesejahteraan psikologis dan membangun kesehatan mental yang positif. Psikoedukasi ini akan memanfaatkan media sosial karena dapat menjangkau sasaran dengan lebih luas pada waktu yang singkat.

2. METODE PELAKSANAAN PKM

Psikoedukasi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan meningkatkan kesadaran kelompok generasi *sandwich* tentang pentingnya *self-compassion* sebagai cara untuk menjaga kesejahteraan psikologis dan kesehatan mental mereka. Sebelum psikoedukasi diberikan, terlebih dahulu dilakukan analisis kebutuhan melalui wawancara kepada 7 orang partisipan yang merupakan generasi *sandwich*. Ketujuh partisipan tersebut berusia antara 30 hingga 54 tahun, yang dikategorikan sebagai generasi X dan Generasi Y atau Milenial. Ketujuh partisipan tinggal bersama orang tua atau mertua yang berusia antara 58 sampai dengan 83 tahun dan dikategorikan sebagai generasi *traditionalist/silent* dan generasi *baby boomers*.

Materi utama yang diberikan dalam psikoedukasi berlandaskan pada teori *self-compassion* dari Neff (2011), yaitu pemaparan kendala-kendala yang dialami, tiga komponen utama dalam *self-compassion* yaitu *self-kindness*, *common humanity*, dan *mindfulness*, serta panduan praktis untuk melakukan *self-compassion*. Materi psikoedukasi disampaikan melalui infografis karena infografis dapat mendorong audiens untuk lebih aktif berinteraksi dengan memberikan komentar dan membagikan konten (Wang et al, 2019). Selain itu infografis juga merupakan cara yang baik untuk membantu proses belajar selama kualitas dan desain infografis dinilai baik (Featherstone, 2014). Infografis dibuat dengan komposisi tulisan, gambar yang nyaman untuk dilihat agar mudah dipahami (Naparini & Saad, 2017). Setiap infografis yang diunggah, menggunakan strategi *Communication Accommodation Theory* (CAT) untuk mengekspresikan nilai, sikap dan intensi yang hendak disampaikan melalui konten agar dapat diterima oleh audiens yang beragam. CAT berfokus pada akomodasi bahasa, gaya komunikasi, motivasi, konsekuensi, relasional, dan sosial

yang diberikan oleh komunikator (Zhang & Giles, 2018). Strategi CAT yang digunakan dalam pelaksanaan psikoedukasi ini adalah *approximation*, *interpretability*, *discourse management* dan *interpersonal control*.

Pada strategi *approximation*, materi psikoedukasi disesuaikan dengan karakteristik generasi *sandwich*, yaitu informasi seputar generasi *sandwich* dan tantangan yang dihadapi. Strategi *interpretability* dilakukan melalui penggunaan bahasa pada infografis yang sederhana dan mudah dimengerti. Strategi *discourse management* dilakukan dengan memilih topik pada infografis yang berkaitan dengan pengalaman nyata dan memberikan kesempatan pada audiens untuk menyampaikan pendapat melalui kolom komentar. Strategi *interpersonal control* digunakan untuk menyetarakan kedua pihak yang berkomunikasi. Infografis yang dirancang menggunakan kalimat persuasi guna mengenal dan belajar bersama mengenai generasi *sandwich* dan penerapan *self-compassion* dalam kehidupan sehari-hari tanpa kesan menggurui.

Psikoedukasi mengenai *self-compassion* dilaksanakan melalui media sosial Instagram. Instagram dipilih karena merupakan media sosial yang mampu menjangkau audiens lebih banyak dibandingkan media sosial lainnya (Lam & Woo, 2020; Alanzo & Popescu, 2021). Infografis diunggah melalui akun @bersamaruangrasa dan diunggah sebanyak 3 kali dalam periode 26 Juni 2021 hingga 30 Juni 2021. Untuk mengukur efektivitas psikoedukasi dilakukan penghitungan jumlah *like(s)*, *shared*, *saved* dan konten komentar yang diberikan oleh para pengguna Instagram. Tabel di bawah ini menunjukkan jadwal pelaksanaan psikoedukasi *self-compassion*.

Untuk mengukur efektivitas psikoedukasi yang diberikan melalui media sosial Instagram, dilakukan penghitungan berdasarkan jumlah reaksi pengguna Instagram. Jumlah reaksi *like(s)* berarti pengguna media sosial Instagram menyukai dan tertarik dengan psikoedukasi yang diberikan. Komentar (*comments*) yang diberikan oleh pengguna media sosial Instagram menunjukkan reaksi subjektif yang terhadap konten psikoedukasi. Jumlah reaksi *saved* menunjukkan bahwa pengguna media sosial Instagram memandang informasi yang diberikan penting dan layak untuk disimpan untuk kemungkinan dibaca ulang pada lain waktu. Sementara itu, jumlah reaksi *shared* mengindikasikan bahwa konten psikoedukasi bermanfaat dan layak untuk dibagikan ke orang lain. Jadwal pengunggahan konten psikoedukasi dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1

Jadwal Pengunggahan Konten Psikoedukasi

<i>Materi</i>	<i>Keterangan</i>	<i>Tanggal Posting</i>
3 Generasi 1 Atap Permasalahan/kendala umum yang dihadapi oleh generasi <i>sandwich</i>	<i>Post 1</i>	26 Juni 2021
Sajak Seorang Sandwich Pengenalan konsep <i>self-compassion</i> dan pentingnya <i>self-compassion</i> bagi generasi <i>sandwich</i>	<i>Post 2</i>	27 Juni 2021
Cara Praktis Mengasihi Diri Sendiri Tips praktis untuk generasi <i>sandwich</i> dalam menerapkan <i>self-compassion</i>	<i>Post 3</i>	29 Juni 2021

Infografis yang diunggah di media sosial Instagram dapat dilihat pada Gambar 1 s.d Gambar 3.

Gambar 1
3 Generasi 1 Atap



Gambar 2
Sajak Seorang Sandwich



Gambar 3
Cara Praktis Mengasihi Diri Sendiri



3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil asesmen terhadap kebutuhan yang dilakukan pada generasi *sandwich*, ditunjukkan bahwa ada kebutuhan untuk pemaparan mengenai *self-compassion* kepada generasi *sandwich* sebagai langkah awal untuk memiliki evaluasi diri yang positif. Hasil asesmen kebutuhan terkait *self-compassion* pada generasi *sandwich* juga menunjukkan bahwa generasi *sandwich* mengalami perasaan tidak berharga, rendah diri, gagal dan bersalah.

“Kalau pas lagi masak siomay buat jualan, anakku kan kusuruh bersihin tapi dia males. Akhirnya mamaku yang bersihin, tapi kalau gitu jadinya kan mama ga menghargai aku sebagai orang tua, dan aku jadinya berpikir ga bisa mendidik anak dengan baik.” — (Partisipan D)

Tabel 2 menunjukkan hasil dari psikoedukasi mengenai *self-compassion* yang dilaksanakan melalui media sosial *Instagram* dan diunggah selama 3 hari. Data pada tabel menunjukkan bahwa unggahan pertama menuai reaksi *likes*, *comments*, *saved* dan *shared* paling banyak dibandingkan unggahan kedua dan ketiga. Penurunan reaksi terhadap konten unggahan kedua dan ketiga dapat

disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, jadwal pengunggahan konten kedua dilakukan pada hari Minggu tanggal 26 Juni 2021. Menurut Arens (2021), keterlibatan yang paling rendah oleh para pengguna media sosial, termasuk penggunaan Instagram adalah pada hari Minggu dibandingkan hari-hari lainnya. Oleh karena itu, unggahan yang dilakukan pada hari Minggu kurang mendapat perhatian dan respons dari para pengguna media sosial Instagram. Faktor kedua, pada saat dilakukan pengunggahan infografis *self-compassion* ke Instagram, tren berita COVID-19 dan penerbitan aturan baru dari Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Mikro sedang meningkat dan menjadi *trending topic* pada periode 26 Juni 2021 hingga 29 Juni 2021 (“Aturan Baru PPKM Mikro di Jakarta”, 2021). Tingginya minat audiens pada konten yang memuat berita ini dapat berdampak negatif terhadap keterlibatan audiens pada konten-konten lainnya, termasuk infografis mengenai *self-compassion* ini.

Tabel 2
Reaksi Audiens Terhadap Psikoedukasi Self-Compassion

Tanggapan	Unggahan 1		Unggahan 2		Unggahan 3		Total
	Jumlah reaksi	%	Jumlah reaksi	%	Jumlah reaksi	%	
<i>Likes</i>	62	40,26	53	34,42	39	25,32	154
<i>Comments</i>	17	85	2	10	1	5	20
<i>Saved</i>	12	60	4	20	4	20	20
<i>Shared</i>	37	41,57	36	40,45	16	17,98	89
<i>Total Reactions</i>	128	45,23	95	33,57	60	21,20	283

Jumlah *like* yang ada di setiap unggahan menunjukkan minat *audiens* terhadap topik yang dibahas (Jang, Han, & Lee, 2015). Minat yang ditunjukkan dapat berasal dari refleksi atau pengalaman yang sama dengan informasi yang diberikan dalam unggahan. Kemudian hal ini dapat membantu mengarahkan *audiens* untuk sadar mengenai *self-compassion* dalam keluarga khususnya generasi *sandwich*. Seluruh *comments* yang diberikan audiens di unggahan mengenai *self-compassion* untuk generasi *sandwich* mengindikasikan sentimen yang positif. *Audiens* menyatakan bahwa konten yang dibuat merefleksikan pengalaman nyata yang mereka alami di kehidupan sehari-hari sebagai bagian generasi *sandwich*. Bagi *audiens* yang tidak tergolong sebagai generasi *sandwich*, informasi yang diberikan juga dinilai menarik dan memberikan wawasan baru. Efektifitas psikoedukasi mengenai *self-compassion* melalui media sosial Instagram juga dilihat dari jumlah *comments* yang diberikan oleh para *followers* akun @bersamaruangrasa. Dari komentar yang diberikan ditunjukkan bahwa konten psikoedukasi yang diunggah mencerminkan pengalaman nyata dari pengguna media sosial Instagram.

“When I saw the title, felt like it was written for ME! Jadi ‘cucu’ dan ‘anak’ dan ‘pribadi sendiri’ dalam sandwich generation’s house gak selalu mudah, reasonsnya akurat dipost-an ini, namun satu yang menyatukan semuanya: rasa kasih dan sayang. Emang sih ribet kalo ada mereka, tapi kalo ga ada, nangis juga hahahaha”
- @fulviaasiregar

This is so true!!!! Setiap orang punya peranannya, bebanny, tanggung jawabnya, keasikannya sendiri. Be kind to each other, to yourself alsooo - @eljez

Huhuhu 😊❤ benerbener pas banget sama perasaan kita sekarang ini 😊 - @ericabets

Selain itu, beberapa reaksi menunjukkan bahwa konten psikoedukasi yang diberikan menarik, karena baru pertama kali mendengar mengenai generasi *sandwich* dan *self-compassion*.

“aku baru denger tgg sandwich generation, thankyou atas informasinyaaaa” - @selalu.ler

Konten psikoedukasi juga dirasakan bermanfaat bagi diri mereka, baik pada masa kini maupun sebagai antisipasi di masa depan. Konten psikoedukasi juga dipandang sebagai informasi yang membentuk pemahaman baru bahwa *self-compassion* tidak sama dengan egois.



“infonya sangat berguna, mungkin untuk jadi tipe asertif ga gampang yaa terlebih aku anaknya agak ego hehehe tpi akan kucoba” - @preylyprey
Wuaahh sangat informaatif. Aku jadi lebih memahami mengenai sandwich generation dan pentingnya evaluasi positif terhadap keluarga. Ditunggu informasi selanjutnya – @chtrinael
Wahh mamaku harus tau nihh ♡ - @sibilinaangelia
wowww aku baru tauu, akan aku share ke tanteku karena posisinya pas dengan beliau. thankyou minn 😊 - @prsnv

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Psikoedukasi mengenai *self-compassion* yang ditujukan untuk generasi *sandwich* melalui media sosial Instagram dengan akun @bersamaruangrasa dipandang cukup efektif untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran generasi *sandwich* tentang *self-compassion*. Hal ini ditunjukkan dengan capaian jumlah pengikut (*followers*) di akun @bersamaruangrasa dalam menanggapi konten dengan memberikan *like(s)*, *comments*, *saved* dan *shared*. Dimana jumlah pengikut berada di *range* usia 25-35 tahun dan terdapat beberapa pengikut yang dilihat lebih jauh responnya terkait perannya sebagai generasi *sandwich* dan infografis yang ada. Hasil psikoedukasi mengenai *self-compassion* yang ditujukan untuk generasi *sandwich* yang telah dilakukan dipandang cukup efektif, karena topik yang dipilih sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, dengan strategi *Communication Accommodation Theory (CAT)* yang digunakan dalam menyusun infografis yang diunggah di Instagram, psikoedukasi yang telah dilaksanakan menjadi lebih menarik, tidak dirasa menggurui dan memenuhi kebutuhan generasi *sandwich*.

Guna memperoleh respons yang tinggi dari para *followers* Instagram, maka yang harus menjadi pertimbangan adalah waktu pengunggahan konten psikoedukasi. Untuk menarik minat dan memperoleh *followers* yang lebih banyak, maka psikoedukasi melalui media sosial juga harus mempertimbangkan *trending topic* yang sedang marak beredar di media sosial.

Untuk meningkatkan manfaat psikoedukasi *self-compassion* melalui media sosial Instagram perlu dipertimbangkan beberapa hal berikut.

1. Merancang program lanjutan yang bisa membantu partisipan menerapkan *self-compassion* dalam kehidupan sehari-hari yang sesuai dengan situasi nyata yang aktual dan kontekstual. Misalnya dihubungkan dengan tantangan yang dihadapi pada masa pandemic Covid-19.
2. Mempertimbangkan berbagai aspek yang kemungkinan dapat mempengaruhi efektifitas psikoedukasi, termasuk di dalamnya adalah waktu pengunggahan konten psikoedukasi, tren tajuk berita yang mendominasi media sosial dalam beberapa hari terakhir ketika membuat jadwal pengunggahan konten psikoedukasi ke media sosial.
3. Pemanfaatan lebih banyak fitur yang tersedia di Instagram untuk menaikkan tingkat *engagement* audiens terhadap konten, seperti stiker, *poll*, *quiz*, dan yang terbaru adalah *reels*.
4. Melakukan kolaborasi dengan akun Instagram dari komunitas lain atau figur publik yang memiliki perhatian yang sama terhadap isu yang dihadapi generasi *sandwich*.
5. Pertimbangan untuk menggunakan fitur promosi berbayar yang terintegrasi antara Instagram dan Facebook untuk menyebarkan konten secara lebih luas.

Ucapan Terima Kasih (Acknowledgement)

Terima kasih kepada seluruh partisipan wawancara dan audiens di Instagram @bersamaruangrasa yang telah memberikan dukungan bagi pelaksanaan psikoedukasi ini.

REFERENSI

Alonzo, D., & Popescu, M. (2021). Utilizing social media platforms to promote mental health awareness and help seeking in underserved communities during the COVID-19 pandemic. *Journal of Education and Health Promotion*, 10(1), 156. DOI: 10.4103/jehp.jehp_21_21

- Archer, J., Reiboldt, W., Claver, M., & Fay, J. (2021). Caregiving in quarantine: Evaluating the impact of the Covid-19 pandemic on adult child informal caregivers of a parent. *Gerontology and Geriatric Medicine*, 7, 1-7. <https://doi.org/10.1177/2333721421990150>
- Arens, E. (2021, September 20). *The best times to post on social media in 2021*. Sprout Social. Diakses dari <https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-social-media/>
- Aria, P. (2020) Nasib generasi sandwich. Terjepit beban di tengah penurunan pendapatan generasi sandwich dengan tanggungan orang tua sekaligus anak harus pintar-pintar mengatur keuangan keluarga. <https://katadata.co.id/pingitaria/berita/5f2160236bcce/nasib-generasi-sandwich-terjepit-beban-di-tengah-penurunan-pendapatan>
- Badan Pusat Statistik (2020) *Statistik Penduduk Lanjut Usia 2020*. Jakarta: Badan Pusat Statistik
- Chrisinger, B. W., Rich, T., Lounsbury, D., Peng, K., Zhang, J., Heaney, C. A., Lu, Y., & Hsing, A. W. (2021). Coping with the COVID-19 pandemic: Contemplative practice behaviors are associated with better mental health outcomes and compliance with shelter-in-place orders in a prospective cohort study. *Preventive Medicine Reports*, 23, 101451. <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2021.101451>
- DeRigne, L & Ferrante, S. (2012). The sandwich generation: A review of the literature. *Florida public health review*, 9 (12), 95-104. <https://digitalcommons.unf.edu/fphr/vol9/iss1/12>
- Featherstone, R. (2014). Visual research data: An infographics primer. *Journal of the Canadian Health Libraries Association / Journal de l'Association Des Bibliothèques de La Santé Du Canada*, 35(3), 147. doi:10.5596/c14-031
- Husain, S.A., Wilodati, W. & Sartika, R. (2021). Sandwich Parenting: Pola Asuh Keluarga Abad 21. *Sosietas Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 11 (8). 1002-1014.
- Jang, J.Y., Han, K., & Lee, D. (2015). No reciprocity in “Liking” photos: Analyzing like activities in instagram. <https://doi.org/10.1145/2700171.2791043>
DOI: <https://doi.org/10.17509/sosietas.v11i1.36095>
- Kim, C. & Ko, H. (2018) The impact of self-compassion on mental health, sleep, quality of life and life satisfaction among older adults. *Geriatric Nursing*, 39 (6), 623-628. <https://doi.org/10.1016/j.gerinurse.2018.06.005>
- Kusumaningrum, F.A. (2018). Generasi sandwich: Beban pengasuhan dan dukungan sosial pada wanita bekerja. *Psikologika, Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 23 (2), 109-120. DOI:10.20885/Psikologika.Vol 23.Iss2.Art3
- Lam, N. H., & Woo, B. K. (2020). Efficacy of Instagram in promoting psychoeducation in the Chinese-speaking population. *Health Equity*, 4(1), 114-116.
- Murfield, J., Moyle, W., O'Donovan, A., & Ware, R. S. (2020). The role of self-compassion, dispositional mindfulness, and emotion regulation in the psychological health of family carers of older adults. *Clinical Gerontologist*, 1-13. <https://doi.org/10.1080/07317115.2020.1846650>
- Naparin, H., & Saad, A. (2017). Infographics in education: Review on infographics design. *The International Journal of Multimedia & Its Applications (IJMA)*, 9(4), 15-24. DOI: 10.5121/ijma.2017.9602
- Neal, M.B. & Hammer, L.B. (2008) Working couples caring for children and aging parents. *Journal of Marriage and Family* <https://doi.org/10.1111/j.1741-3737.2008.00502.x>
- Neff, K. (2011). *Self-Compassion: The proven power of being kind to yourself* (1st ed.). William Morrow.
- Neff, K. D., & Knox, M. C. (2017). Self-compassion. *Encyclopedia of Personality and Individual Differences*, 1–8. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28099-8_1159-1
- Riley, L. D., & Bowen, C. P. (2005). The sandwich generation: Challenges and coping strategies of multigenerational families. *The Family Journal: Counseling and Therapy for Couples and Families*, 13, 52-58. <http://dx.doi.org/10.1177/1066480704270099>



- Shahbaznezhad, H., Dolan, R., & Tripathi, A. K. (2018). The power of Facebook and Instagram fans: An exploration of fan comments and their effect on social media content strategy. *Digital Transformation: Challenges and Opportunities*, 109–117. doi:10.1007/978-3-319-99936-4_10
- Suh, J. (2016). Measuring the “sandwich”: Care for children and adults in the American Time Use Survey 2003–2012. *Journal of Family and Economic Issues*, 37(2), 197-211. <https://doi.org/10.1007/s10834-016-9483-6>
- Syafina, D.C. (2019) Beratnya Hidup Menjadi Generasi Sandwich. Diakses dari <https://tirto.id/beratnya-hidup-menjadi-generasi-sandwich-eon>.
- Talbot, F., Thériault, J., & French, D. (2016). Self-Compassion: Evaluation of a Psychoeducational Website. *Behavioural and Cognitive Psychotherapy*, 45, 198 - 203. DOI:10.1017/S1352465816000230
- Tashandra, N. (2021) "Generasi Sandwich Rentan Alami Masalah Kesehatan Mental, Ini Sebabnya", <https://lifestyle.kompas.com/read/2021/08/18/085701120/generasi-sandwich-rentan-alami-masalah-kesehatan-mental-ini-sebabnya?page=all>.
- Aturan baru PPKM Mikro di Jakarta. (2021, June 24). Diakses dari <https://news.detik.com/berita/d-5617898/6-aturan-baru-ppkm-mikro-di-jakarta-saat-corona-makin-merajalela>
- Vijay, V., Field, C. R., Gollnow, F., & Jones, K. K. (2021). Using internet search data to understand information seeking behavior for health and conservation topics during the COVID-19 pandemic. *Biological Conservation*, 257, 109078.
- Wang, Z., Wang, S., Farinella, M., Murray-Rust, D., Henry Riche, N., & Bach, B. (2019, Mei). Comparing effectiveness and engagement of data comics and infographics. Dalam *Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1-12).
- Zhang, Y. B., & Giles, H. (2018). Communication accommodation theory. *The International Encyclopedia of Intercultural Communication*, 95-108