

Editorial (83)

"*Making psychology a household word*" telah dikumandangkan oleh Dr. Ronald F. Levant, presiden APA 2005. Ekspresi tersebut ternyata mengundang beberapa pakar untuk mendiseminasikan gagasan-gagasannya ke dalam rangkaian artikel di jurnal *Professional Psychology: Research and Practice* 2006, Vol. 37, No. 2, terbitan April ini.

Carol Goldberg dari Syosset, New York, dalam artikelnya: *How to make psychology a household word through television: A psychologist experience as host and producer of a weekly program*, mengajak penggunaan televisi sebagai sarana ideal melaksanakan konsep tersebut. Sebenarnya gagasannya ini sudah tercetus tahun 2000, mendahului ekspresi Levant. Televisi mampu menyajikan komunikasi multisensoris langsung ke rumah tangga, tanpa dibatasi status ekonomi atau tingkat pendidikan. Televisi mampu mempromosikan psikologi secara terhormat, tanpa sensasionalisme, distorsi, viktimisasi, atau pelanggaran kerahasiaan; selain itu tanpa menggunakan aktor-aktor dan tanpa biaya besar! Slogan yang dikembangkan oleh Carol Goldberg adalah "*Psychologists are the people experts*". Para pemerhati dianjurkan membaca artikel dari psikolog multimedia ini, karena dalam artikel ini dipaparkan pengalamannya selama 5 tahun memproduksi dan mengelola program televisi untuk penduduk padat New York dan sekitarnya.

Penulis lain adalah Mary C. Lamia dari The Wright Institute di Berkeley, dengan judul "*Making psychology a household word-Just for kids*" yang menyelenggarakan *call-in talk show* mingguan (sejak 1999) di stasiun-stasiun Northern California Radio Disney. Melalui forum ini ketika para praremaja terlibat dalam diskusi dengan seorang psikolog, dapat disampaikan bahwa psikolog mengerti benar emosi dan perilaku mereka dan secara empatik merespons pengalaman manusia. Tujuan forum ini adalah mempromosikan kesadaran emosional dan kompetensi sosial pada para praremaja. Yang ditekankan dalam forum ini adalah intervensi *preemptive* yang selama ini kurang dilakukan dibanding intervensi psikologis yang terpusat-masalah. Sasaran pendengarnya adalah usia 8 hingga 13 tahun. Artikel ini pun menarik diperhatikan karena mengungkap pengalaman para ahlinya yang tentu akan menjadi masukan yang berharga untuk dipelajari.

Artikel ke tiga yang terkait "*make psychology a household word*" disampaikan oleh Kate F. Hays dan Karen Katchen, keduanya doktor dalam psikologi dan berpraktik pribadi. Judul artikelnya adalah: "*Reaching out, reaching in: Two examples of public education.*" Dalam artikel tersebut diperkenalkan dua program yang bertujuan memenuhi seruan Levant melalui *community outreach event* dengan berbagai kegiatan dan *psyng team* yang menyiapkan keterampilan mental dan keterampilan praktis serta dukungan pada para olahragawan melalui layanan profesional dengan prinsip, strategi dan teknik psikologi. Dibandingkan dua artikel yang lain, memang populasi sasaran program ini lebih terbatas, namun dengan bantuan media, persepsi masyarakat terhadap contoh-contoh konkret produk psikolog akan mudah dikembangkan, sehingga makin hari akan makin banyak kelompok lain yang memanfaatkan program-program tersebut.

Psikologi sebagai "*household word*" tampaknya juga sudah mendesak di Indonesia, karena dengan terjadinya berbagai malapetaka di berbagai daerah, makin disadari pentingnya ilmu psikologi dipraktikkan dalam upaya memulihkan kesejahteraan mental mereka yang tertimpa musibah.

Penyunting