Al-Kindi: *Jurnal Pendidikan Islam Multidisipliner*
Vol. 02, No. 03 (2026), p. 219 - 233 e-ISSN 3110--3804

Analisis Perilaku Fear of Missing Out (Fomo) pada Gen Z Pengguna Tiktok dan Instagram Perspektif Hadist tentang Qana'ah

***[1]Fadhilah Hanjani Putri, [2]Nasrulloh**
[1,2]Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang, Indonesia
email: *[1]250106220010@student.uin-malang.ac.id

Abstract

The era of modernization and digitalization has brought many changes in people's lives, especially for Generation Z, who grew up in the internet era and have a fairly intense attachment to social media use. With a fairly high intensity, this condition has given rise to a psychological phenomenon commonly called Fear of Missing Out (FOMO) where people tend to have the urge to always monitor social media to stay informed and follow popular trends. The purpose of this study was to analyze FOMO behavior towards Gen Z active social media users, especially on TikTok and Instagram platforms, from the perspective of the hadith about Qana'ah or a sense of sufficiency for what is owned. Researchers used a qualitative method with a phenomenological approach to generate data from experiences and phenomena that occur in the surrounding environment. Participants in this study were active users of TikTok and Instagram social media, especially among Generation Z (Gen Z) to explore the behavior of Fear of Missing Out (FOMO). The results of this study indicate that a large number of active social media users experience this phenomenon with the emergence of social comparisons resulting from the intensity of social media use, from comparing their achievements, appearance, and lifestyle with others. The condition of the phenomena in this environment is very relevant to the concept of the hadith qana'ah which emphasizes the importance of self-control so as not to be trapped in a feeling of dissatisfaction with what one already has.

Keywords: *Fear of Missing Out (FOMO), Social Media, Generation Z, Hadith Perspective, Qana'ah*

Abstrak

Era modernisasi dan digitalisasi telah banyak membawa perubahan dalam kehidupan Masyarakat terutama pada generasi Z yang tumbuh di era internet dan memiliki keterikatan yang cukup intens dalam penggunaan media sosial. Dengan intensitas yang cukup tinggi membuat kondisi ini menimbulkan fenomena psikologis yang biasa disebut Fear of Missing Out (FOMO) yang dimana orang-orang cenderung memiliki dorongan untuk selalu memantau media sosial agar tidak tertinggal informasi dan mengikuti trend yang sedang popular. Tujuan dilakukan penelitian ini untuk menganalisis perilaku FOMO terhadap Gen Z pengguna aktif media sosial terutama pada platform TikTok dan Instagram dalam perspektif hadist tentang Qana'ah atau rasa cukup atas apa yang dimiliki. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk menghasilkan data dari pengalaman dan fenomena yang terjadi di lingkungan sekitar. Partisipan dalam penelitian ini adalah pengguna aktif media sosial TikTok dan Instagram terutama pada generasi Z (Gen Z) untuk menggali perilaku Fear of Missing Out (FOMO). Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa banyaknya jumlah pengguna aktif media sosial yang mengalami fenomena tersebut dengan timbulnya perbandingan sosial yang diakibatkan dengan intensitas penggunaan media sosial, dari membandingkan pencapaian, penampilan

serta gaya hidupnya dengan orang lain. Dengan kondisi fenomena di lingkungan tersebut sangat relevan dengan konsep hadist qana'ah yang menekankan pentingnya pengendalian diri agar tidak terjebak dalam rasa ketidakpuasan dari apa yang sudah dimiliki.
Kata Kunci: *Fear of Missing Out (FOMO), Media Sosial, Generasi Z, Perspektif Hadist, Qana'ah*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi serta media sosial di era modernisasi dan digitalisasi telah membawa perubahan yang cukup besar dalam kehidupan masyarakat, terutama pada generasi Z atau Gen Z yang mencakup individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan dikenal sebagai generasi yang sangat adaptif terhadap teknologi, inovatif, serta memiliki pola pikir yang realistis dalam menghadapi tantangan. Generasi tersebut tumbuh di era internet dan memiliki keterikatan yang kuat terhadap media sosial seperti dengan munculnya aplikasi TikTok dan Instagram menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari Gen Z, serta sebagai sarana komunikasi, hiburan, informasi, dan aktualisasi diri. Intensitas pengguna media sosial Gen Z membuat mereka lebih mudah terpapar trend, gaya hidup, dan aktivitas orang lain yang ditampilkan secara eksplisit. Kondisi ini menyebabkan fenomena psikologis yang disebut dengan Fear of Missing Out (FOMO). Fear of Missing Out adalah perasaan takut kehilangan informasi, pengalaman, atau aktivitas yang dianggap menarik oleh orang lain.

Fenomena ini membentuk serta memengaruhi kehidupan sehari-hari generasi digital native, yaitu individu yang tumbuh bersama perkembangan teknologi diera digital atau era informasi. Fenomena FOMO semakin meningkat seiring berkembangnya platform digital seperti Instagram dan Tiktok. Hal tersebut dibuktikan oleh persentase yang menunjukkan bahwa 45% pengguna aktif platform TikTok dan platform Instagram dengan 55% pengguna. Orang-orang yang mengalami FOMO cenderung memiliki dorongan kuat untuk terus memantau media sosial agar tidak merasa tertinggal dari lingkungan sosialnya. Namun, keterikatan mereka dengan dunia digital juga membawa tantangan sendiri, salah satunya adalah fenomena Fear of Missing Out (FOMO), yang semakin marak terjadi dalam kehidupan sehari-hari mereka. Perilaku FOMO seringkali muncul akibat tingginya intensitas penggunaan TikTok dan Instagram yang menyajikan berbagai konten kehidupan, pencapaian, hiburan, hingga trend viral secara terus-menerus. Akibatnya, berbagai dampak negative, termasuk kecemasan sosial, kurangnya kepuasan diri, gangguan konsentrasi, perilaku konsumtif, hingga menurunnya

Kesehatan mental. Pada Generasi Z, perilaku ini menjadi semakin kompleks karena mereka berada pada fase pencarian identitas diri dan pengakuan sosial di Tengah budaya digital yang kompetitif dibuktikan dengan persentase pengguna aktif media sosial terutama pada platform TikTok dan Instagram yaitu 15% kelahiran tahun 1997-2000 , 11% kelahiran tahun 2006-2012 dan sebanyak 74% kelahiran tahun 2001-2005.

Dalam perspektif Islam, perilaku Fear of Missing Out (FOMO) dapat dikaji melalui konsep Qan'ah, yang berarti merasa cukup atas apa yang dimiliki, serta tidak berlebihan dalam mengejar kenikmatan duniawi, dapat digunakan untuk mempelajari FOMO dalam perspektif Islam. Nilai Qana'ah telah banyak dijelaskan dalam hadist nabi sebagai bagian dari akhlak mulia yang dapat memberikan ketenangan hati dan kebahagiaan hidup. Sikap Qana'ah mengajarkan untuk mengontrol keinginan mereka yang berlebihan dan tidak mudah membandingkan diri dengan orang lain. Individu yang memiliki sifat ini cenderung merasa cukup dengan apa yang telah dimilikinya dan menerima segala bentuk anugerah dari Allah, baik dalam jumlah besar maupun kecil. Dalam konteks Masyarakat Muslim, fenomena FOMO tidak hanya berdampak pada aspek psikologis, tetapi juga pada aspek spiritual. Sering membandingkan diri dengan orang lain dapat menyebabkan iri, tidak bersyukur, dan tidak puas dengan takdir Allah swt. Hal ini menunjukkan lemahnya pemahaman tentang istilah Qana'ah, yang berarti menerima ketentuan Allah dengan Ikhlas dan merasa cukup dengan rezeki yang diberikan. Oleh karena itu, konsep Qana'ah menjadi relevan untuk digunakan sebagai landasan dalam memahami dan mengatasi perilaku FOMO yang ditunjukkan oleh Gen Z di era digitalisasi.

Berdasarkan pada latar belakang ini, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perilaku Fear of Missing Out (FOMO) yang ditunjukkan oleh Gen Z terutama pengguna TikTok dan Instagram dari sudut pandang hadist tentang Qana'ah. Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mengembangkan kajian keislaman kontemporer, khususnya terkait dengan fenomena media sosial dan Kesehatan menta generasi muda di era digital.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologis yang bertujuan menggali secara mendalam makna pengalaman personal subjek penelitian terhadap suatu fenomena. Penelitian kualitatif adalah

penelitian yang menekankan pemahaman alamiah untuk mengetahui tentang peristiwa berdasarkan pengamatan secara mendalam terhadap suatu fenomena tertentu. Menurut Saryono, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan dan menjelaskan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan. Sedangkan yang dimaksud dengan pendekatan fenomenologi adalah pendekatan yang menggambarkan peristiwa kehidupan nyata dari beberapa individu (kelompok) terhadap sebuah fenomena atau konsep yang dapat diamati. Peneliti memilih jenis penelitian fenomenologi dikarenakan ada hal-hal yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari namun tidak dapat disaksikan dengan alat indra. Pengalaman-pengalaman ini digunakan untuk menganalisis peristiwa, memahami maksud dan motif orang, mencapai pemahaman topik, dan mengoordinasikan Tindakan.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam dengan pertanyaan terbuka, observasi penggunaan media sosial, dan kajian dokumen yang mendukung interpretasi makna. Dalam pendekatan fenomenologi, peneliti berusaha menggali struktur kesadaran dan makna-makna pengalaman yang tersembunyi dari pandangan luar. Keabsahan data dicapai melalui triangulasi sumber dan teori. Yaitu dengan mendapatkan data dari sumber dan teori yang berbeda-beda dengan teknik yang sama untuk menguji kredibilitas data. Partisipan dalam penelitian ini adalah pengguna aktif media sosial TikTok dan Instagram terutama pada generasi Z (Gen Z) untuk menggali perilaku Fear of Missing Out (FOMO).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Perilaku Perbandingan Sosial pada Gen Z pengguna TikTok dan Instagram

Semakin berkembangnya aplikasi media sosial seperti TikTok dan Instagram telah menjadikan Masyarakat terutama pada generasi Z (Gen Z) sebagai kelompok yang sangat aktif dalam membangun interaksi dan komunikasi sosial secara digital. Saat ini media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan dan komunikasi saja, akan tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas diri, mendapatkan validitas sosial, sampai tolak ukur pencapaian hidup. Dengan kondisi seperti ini, perilaku perbandingan sosial menjadi semakin intens terjadi di kalangan Gen Z. Menurut teori

perbandingan sosial yang menyatakan bahwa perilaku ini merupakan proses saling memengaruhi dan perilaku saling bersaing dalam interaksi sosial ditimbulkan oleh adanya kebutuhan untuk menilai diri sendiri. Berdasarkan teori perbandingan sosial yang dikemukakan oleh Leon Festinger, manusia memiliki dorongan alami untuk mengevaluasi kemampuan dan pendapat mereka dengan cara membandingkan dirinya dengan orang lain. Banyak individu memiliki kecenderungan untuk mengevaluasi dirinya dengan membandingkan kemampuan, penampilan, sampai kondisi hidupnya dengan orang lain.

Dalam konteks media sosial, proses tersebut terjadi secara lebih intens karena TikTok dan Instagram memungkinkan pengguna melihat berbagai bentuk kehidupan orang lain yang ditampilkan secara visual, menarik, dan seringkali terlihat sempurna. Dari hasil wawancara informasi yang didapatkan dari informan sangat bervariasi, ini dikarenakan beragamnya alasan yang mendorong perilaku untuk aktif menggunakan media sosial terutama pada aplikasi TikTok dan Instagram. Seperti sekedar mencari hiburan dan informasi, pekerjaan yang bergantung dalam media sosial, sampai keinginan mendapatkan validitas sosial. Fenomena perbandingan sosial pada Gen Z muncul ketika individu secara terus-menerus membandingkan dirinya dengan orang lain yang dilihat melalui media sosial. Seperti yang diutarakan oleh salah satu narasumber dengan pertanyaan : "Apakah anda sering memaksakan diri untuk tampil seperti orang lain di media sosial?". Peneliti memperoleh berbagai jawaban seperti "Terkadang sih kak, ngeliat kehidupan orang-orang di media sosial sepertinya sangat seru", "ngeliat pencapaian orang lain di medsos bikin aku terinspirasi sih kak".

Media Sosial terutama pada TikTok dan Instagram dipenuhi dengan banyaknya konten yang menampilkan standar penampilan tertentu melalui influencer maupun content creator. Informan mengaku sering membandingkan penampilan dan gaya hidup mereka dengan orang lain yang dianggap lebih menarik. Paparan konten visual secara teru-menerus menyebabkan sebagian Gen Z merasa kurang puas terhadap penampilannya sendiri. Dengan menggunakan berbagai macam fitur digital seperti filter, edit foto, serta banyaknya trend kecantikan di media sosial semakin memperkuat keinginan untuk terlihat tampil sempurna agar memperoleh validitas sosial

dan pengakuan dari pengguna lain. Di sisi lain, perilaku perbandingan sosial juga terlihat dalam aspek gaya hidup Masyarakat. Informan menyatakan bahwa mereka sering melihat dan mengonsumsi konten mengenai liburan, tempat-tempat yang sedang popular, barang bermerek, makanan viral, serta lifestyle yang terlihat mewah dan menyenangkan. Hal ini dibuktikan dengan jumlah persentase pengguna aktif media sosial dengan 70% pengguna media sosial untuk mencari hiburan dan kesenangan, dan 30% pengguna untuk mencari validitas sosial melalui platform digital.

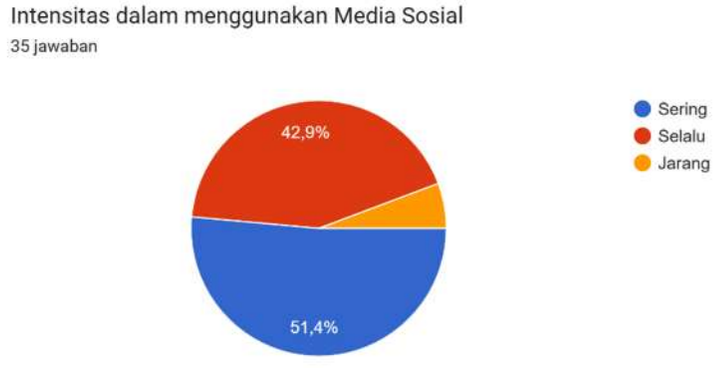
Hasil dari wawancara menyatakan salah satu alasan mereka untuk aktif menggunakan media sosial terutama pada TikTok dan Instagram, yaitu "Saya sering takut ngerasa tertinggal informasi, trend, atau aktivitas yang lagi viral di medsos, jadi saya selalu aktif untuk cek media sosial hampir setiap harinya". Konten-konten tersebut membentuk persepsi mengenai kehidupan ideal yang kemudian menjadi standar sosial baru terutama di kalangan Gen Z. Akibatnya, Sebagian informan merasa kehidupan mereka tidak menarik dibandingkan dengan kehidupan pengguna media sosial lainnya. Perasaan ini mendorong perilaku konsumtif dan keinginan untuk mengikuti trend untuk tetap relevan dalam lingkungan sosial digital. Pendekatan fenomenologi mengatakan bahwa pengalaman membandigkan pencapaian, penampilan, serta gaya hidup tidak hanya terjadi sebagai aktivitas melihat konten media sosial saja, akan tetapi dapat memengaruhi cara seseorang memandang dirinya sendiri. Informan merasakan adanya tekanan sosial untuk selalu tampil baik, menarik, dan Bahagia di media sosial. Selain itu, budaya validasi digital melalui jumlah likes, komentar, viewers, dan followers juga mendorong perilaku perbandingan sosial tersebut. Ketika mereka menerima respons positif dari orang lain melalui media sosial, pengguna merasa lebih dihargai, sementara rendahnya interaksi sering menimbulkan rasa kecewa dan tidak percaya diri.

Fenomena ini menunjukkan bahwa TikTok dan Instagram tidak hanya menjadi sarana hiburan dan komunikasi semata, tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas sosial bagi Gen Z. Perbandingan sosial yang terjadi secara terus-menerus menyebabkan individu lebih fokus pada kehidupan orang ain dibandingkan menghargai dirinya sendiri. Dalam jangka Panjang, kondisi tersebut dapat memunculkan kecemasan sosial, ketidakpastian diri, serta Fear of Missing Out (FOMO), yaitu rasa takut tertinggal pengalaman,

trend, maupun pencapaian yang dimiliki orang lain di media sosial.

2. Analisis Fear of Missing Out (FOMO) menurut Teori Przybylski

Berdasarkan hasil wawancara, informan menunjukkan adanya kecemasan ketika tidak mengikuti trend yang sedang viral di media sosial. Mereka merasa perlu mengetahui informasi terbaru agar tetap dapat mengikuti percakapan dalam lingkungan sosial maupun pertemanan. Informan mengaku sering merasa khawatir apabila terlambat mengetahui trend, lagu viral, berita, maupun tantangan yang sedang ramai dibicarakan di TikTok dan Instagram. Kondisi tersebut mendorong mereka untuk terus membuka media sosial secara berulang agar tidak merasa tertinggal dari pengguna lain. Selain itu, Przybylski dan rekan-rekannya menemukan bahwa FOMO ditandai dengan kecenderungan untuk tidak memperhatikan waktu yang dihabiskan untuk menggunakan media sosial misalnya, mereka cenderung tetap terkoneksi dengan media sosial dalam situasi yang seharusnya pribadi atau diharuskan untuk fokus, seperti saat bangun tidur, makan, atau bahkan berkendara, dan mendorong mereka untuk terus memantau informasi online. Hal ini dapat dibuktikan oleh hasil persentase yaitu 52% pengguna aktif media sosial intens dalam bermain media sosial setiap hari, dan 42% nya dapat membuka media sosial hanya dalam 2 sampai 3 kali dalam sehari, sedangkan hanya terdapat 6% yang jarang untuk membuka media sosial dalam kurung waktu seminggu.



Gambar 1. *Intensitas Menggunakan Media Sosial*

Kecemasan tertinggal trend tersebut kemudian memunculkan ketergantungan terhadap media sosial. Informan cenderung menghabiskan

waktu lebih lama untuk memantau, timeline, story, reels, maupun konten pada halaman For You Page (FYP) atau yang biasa disebut scrolling. Sebagian informan bahkan mengaku secara refleks membuka aplikasi TikTok atau Instagram tanpa tujuan tertentu karena sudah menjadi kebiasaan sehari-hari. Seperti yang diutarakan oleh salah satu narasumber yang menyatakan "reflek aja sih buka media soial karena mau liat-liat story orang lain". Aktivitas tersebut dilakukan untuk memperoleh informasi terbaru sekaligus memastikan diri tetap terhubung dengan aktivitas sosial di dunia digital. Dalam teori Przybylski, kondisi ini berkaitan dengan kebutuhan psikologis individu untuk merasa diterima dan tetap memiliki keterhubungan sosial dengan lingkungan sekitarnya.

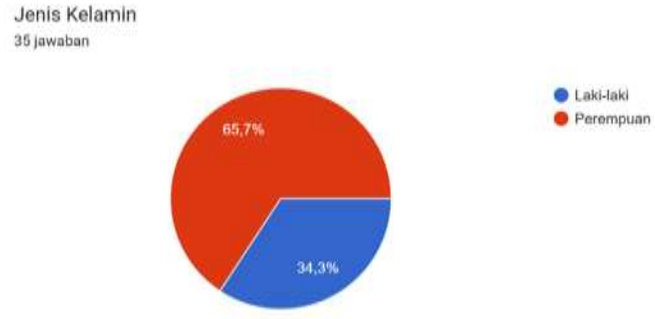
Selain itu, algoritma TikTok dan Instagram juga memiliki pengaruh besar terhadap munculnya perilaku FOMO pada informan. Algoritma media sosial yang dirancang berdasarkan minat dan aktivitas pengguna membuat konten viral muncul secara terus-menerus dan personal. Hal tersebut menyebabkan informan merasa terdorong untuk terus 'scrolling' karena konten yang ditampilkan dianggap menarik, relevan, dan selalu diperbarui. Dengan demikian, pengguna aktif media sosial semakin tertarik menghabiskan waktu untuk menggunakan media sosial dan melihat berbagai konten yang menurut nya sangat menarik. Mayoritas remaja percaya bahwa semakin mereka aktif di media sosial, maka semakin mereka akan dianggap keren dan gaul. Sementara, remaja yang tidak memiliki media sosial biasanya akan dianggap ketinggalan zaman atau tidak gaul. Informan juga mengaku sering kehilangan kesadaran waktu ketika menggunakan TikTok maupun Instagram karena merasa penasaran terhadap konten berikutnya,

Dalam perspektif fenomenologi, pengalaman tersebut menunjukkan bahwa FOMO bukan hanya muncul dari diri individu, tetapi juga dipengaruhi oleh lingkungan digital yang dibentuk melalui algoritma media sosial. TikTok dan Instagram tidak hanya menjadi sarana hiburan dan komunikasi, tetapi juga membentuk pola perilaku sosial pengguna dalam mengikuti trend dan aktivitas orang lain. Berdasarkan teori Przybylski, semakin besar kebutuhan individu untuk tetap terhubung secara sosial, maka semakin tinggi pula kecenderungna mengalami FOMO. Dengan demikian, kecemasan tertinggal trend, ketergantungan media sosial, serta

pengaruh algoritma TikTok dan Instagram saling berkaitan dalam membentuk pengalaman FOMO pda pengguna media sosial.

3. Analisis Qana'ah menurut Imam Al-Ghazali terhadap Perilaku FOMO

Konsep Qana'ah menurut Imam Al-Ghazali sikap menerima segala sesuatu secukupnya, merasa cukup atas apa yang dimiliki, serta mampu mengendalikan keinginan yang berlebihan. Dalam konteks perkembangan media sosial saat ini, nilai Qana'ah menjadi penting sebagai bentuk pengendalian diri terhadap perilaku Fear of Missing Out (FOMO). Media Sosial sering digunakan untuk berbagi aktivitas sosial, momen kehidupan, dan berbagai macam trend, yang dapat meningkatkan fenomena FOMO. Oleh karena itu, seseorang cenderung tertarik untuk mengikuti gaya hidup, fashion, dan kebiasaan sehari-hari yang dibagikan oleh content creator di media sosial. Berdasarkan hasil wawancara, informan mengungkapkan bahwa media sosial sering memunculkan keinginan untuk terus mengikuti trend, gaya hidup, maupun aktivitas yang dilakukan orang lain. Seperti yang diutarakan oleh salah satu narasumber yang menyatakan "terkadang liat lifestyle influencer atau conten creator tuh bikin termotivasi sih, harus glow up, berpenampilan menarik, dan lain-lain". Dalam wawancara tersebut dijelaskan bahwa, konten-konten yang dikonsumsi melalui platform TikTok dan Instagram dapat menimbulkan keinginan menjadi lebih baik dari segi penampilan, fashion, dan juga lifestyle, terutama dari kalangan Perempuan. Konten yang menampilkan pencapaian, hiburan, barang viral, hingga lifestyle yang menimbulkan dorongan untuk selalu ikut serta agar tidak dianggap tertinggal.



Gambar 2. *Diagram Jenis Kelamin*

Hal tersebut dibuktikan dengan persentase yang menunjukkan 66% pengguna aktif media sosial yaitu berjenis kelamin Perempuan, dan 34% laki-laki. Yang dimana konten-konten tersebut banyak membuat ketertarikan dan menimbulkan rasa penasaran yang cukup tinggi untuk kalangan Perempuan. Dalam perspektif Imam Al-Ghazali, kondisi tersebut berkaitan dengan hawa nafsu yang sulit dikendalikan karena individu terus membandingkan dirinya dengan orang lain. Qana'ah hadir sebagai pengendali hawa nafsu digital dengan cara membatasi keinginan yang berlebihan serta menumbuhkan kesadaran bahwa tidak semua hal yang viral harus diikuti. Informan yang mulai menerapkan sikap qana'ah mengaku lebih mampu mengontrol intensitas penggunaan media sosial dan tidak lagi merasa harus selalu mengikuti setiap trend yang muncul. Selain itu, nilai Syukur dan kesederhanaan menjadi bagian penting dalam konsep Qana'ah untuk menghadapi perilaku FOMO. Informan menyadari bahwa rasa tidak puas sering muncul setelah melihat kehidupan orang lain di media sosial yang tampak lebih menarik atau lebih sukses. Namun, ketika individu mulai menanamkan rasa Syukur terhadap kondisi dirinya, kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain menjadi berkurang. Sikap sederhana juga membantu informan untuk lebih selektif dalam mengikuti trend digital dan tidak mudah terpengaruh oleh tekanan sosial di media sosial. Dalam pandangan Imam Al-Ghazali, qana'ah bukan berarti pasrah tanpa usaha, melainkan kemampuan menjaga hati agar tetap merasa cukup dan tidak dikuasai keinginan duniawi yang berlebihan.

Pendekatan fenomenologi dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Qana'ah juga dipahami sebagai bentuk Kesehatan spiritual di tengah derasnya arus informasi digital, Informan yang menerapkan sikap Qana'ah mengaku merasa lebih tenang, tidak mudah cemas ketika tertinggal trend, serta mampu menggunakan media sosial secara lebih bijak. Hal ini dibuktikan oleh persentase yang menunjukkan 66% pengguna aktif media sosial sudah menerapkan sikap Qana'ah, Mereka merasa memiliki control yang lebih baik terhadap diri sendiri dibandingkan sebelumnya ketika selalu terdorong untuk mengikuti aktivitas viral di TikTok dan Instagram. Dalam persepektif Imam Al-Ghazali, kesehatan spiritual tercermin dari hati yang tenang, kemampuan mengendalikan nafsu, serta kedekatan individu dengan nilai-nilai religius. Dengan demikian, Qana'ah tidak hanya menjadi sikap

moral, tetapi juga menjadi Solusi spiritual dalam mengurangi dampak negative FOMO pada pengguna media sosial.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa konsep Qana'ah menurut Imam Al-Ghazali memiliki relevansi dalam menghadapi fenomena FOMO di era digital. Qana'ah berperan sebagai pengendali hawa nafsu digital, menumbuhkan rasa Syukur dan kesederhanaan, serta menciptakan kesehatan spiritual bagi individu. Melalui sikap menerima diri dan merasa cukup atas apa yang dimiliki, individu dapat mengurangi kecemasan sosial akibat media sosial dan membangun hubungan yang lebih sehat dengan dunia digital.

4. Relevansi Hadis tentang Qana'ah di Era Media Sosial

Qana'ah dalam hadist dapat berimplikasi pada pengendalian perilaku Fear of Missing Out (FOMO) karena Qana'ah yang terkandung daam hadist memiliki nilai positif untuk menghindari sikap serakah dan berlebih-lebihan terhadap duniawi, serta mampu menjaga keseimbangan antara kebutuhan material dan spiritual. diantaranya yaitu sebagai berikut :

لَيْسَ الْغِنَى عَنْ كَثْرَةِ الْعَرَضِ وَلَكِنَّ الْغِنَى غِنَى النَّفْسِ

Artinya : "Kekayaan (yang hakiki) bukanlah karena banyaknya harta, melainkan kekayaan adalah kekayaan jiwa (qanaah)." (HR. Bukhari dan Muslim)

Dijelaskan pada hadist berikut bahwa kekayaan sejati bukanlah soal seberapa banyak harta yang dimiliki, melainkan kekayaan sesungguhnya yaitu kelapangan hati. Manusia yang hatinya selalu merasa cukup akan terbebas dari sifat serakah, sehingga ia hidup dalam kedamaian dan terhindar dari keinginan mengejar dunia yang tak ada habisnya. Salah satu ulama menjelaskan bahwa orang yang tidak memiliki sifat qana'ah maka hatinya akan selalu fakir meskipun hartanya berlimpah. Hadist tentang Qana'ah memiliki relevansi yang kuat dalam menghadapi dinamika penggunaan media sosial di era digital. Banyak orang memiliki harta melimpah tetapi hidupnya tidak tenang karena selalu merasa kurang akibat membandingkan dengan kehidupan orang lain. Dalam penelitian ini, metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi digunakan untuk memahami pengalaman subjektif informan dalam menghadapi budaya media sosial yang semakin tinggi. Khususnya dalam perilaku Fear of Missing Out

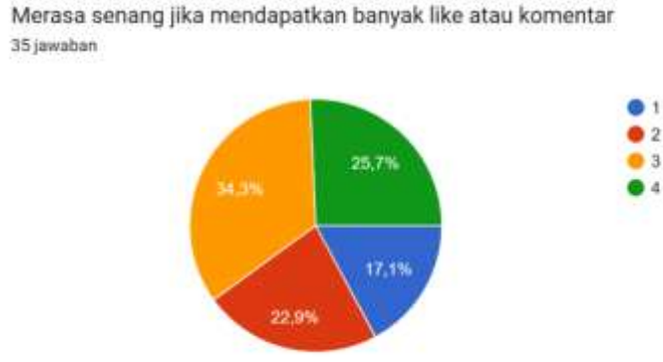
(FOMO), penggunaan teknologi digital, dan pembentukan kesehatan mental berbasis spiritualitas.

Terdapat juga penjelasan lain dalam sebuah Riwayat hadist yang dimana kita dianjurkan untuk melihat kepada oarng yang berada di bawah kita untuk selalu merasa cukup, yaitu sebagai berikut :

انْظُرُوا إِلَى مَنْ أَسْفَلَ مِنْكُمْ وَلاَ تَنْظُرُوا إِلَى مَنْ فَوْقَكُمْ فَهُوَ أَجْدَرُ أَنْ لاَ تَزْدَرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ

Artinya : "Lihatlah kepada orang yang berada di bawah kalian dan janganlah kalian melihat kepada orang yang berada di atas kalian. Hal itu lebih layak agar kalian tidak meremehkan nikmat Allah yang telah dianugerahkan kepada kalian." (HR. Bukhari dan Muslim)

Dalam penjelasan hadist berikut kehidupan Masyarakat sekarang terutama pada generasi Z sering sekali membandingkan dirinya dengan orang lain di media sosial. Ketika melihat kehidupan orang lain, pencapaian, penampilan, serta gaya hidup yang cukup tinggi mereka cenderung terdorong untuk mengikuti gaya hidup tersebut. Berdasarkan hasil wawancara, informan mengungkapkan bahwa media sosial saat ini dipenuhi dengan budaya flexing atau perilaku memamerkan pencapaian, kekayaan, gaya hidup, maupun aktivitas pribadi secara berlebihan ke media sosial. Konten semacam ini banyak ditemukan di TikTok dan Instagram serta sering memunculkan rasa iri, rendah diri, dan keinginan untuk mengikuti standar kehidupan yang ditampilkan pengguna lain. Informan mengaku bahwa budaya flexing mendorong individu untuk mencari validitas sosial melalui jumlah likes, komentar, maupun respons dari pengguna lain. Seperti yang diutarakan oleh salah satu narasumber yang menyatakan "pasti nya seneng dong kalau dapet banyak like atau komentar, berarti foto atau konten yang aku buat dianggap bagus sama mereka".



Gambar 3. *Jumlah Pengguna Media Sosial Yang Merasa Senang*

Hal tersebut dapat dibuktikan dengan persentase sebanyak 60% Gen Z yang merasa senang dan setuju jika mendapatkan banyak like atau komentar di media sosial, dan 40% nya menganggap itu hal yang biasa saja dan tidak menjadi tolak ukur kesenangan dalam menggunakan media sosial. Melalui hadist ini, Rasulullah mengajarkan agar dalam urusan duniawi kita selalu melihat pada orang yang keadaanyya berada di bawah kita untuk selalu bersyukur atas apa yang telah kita miliki.

Terdapat juga penjelasan lain dalam sebuah Riwayat hadist yaitu sebagai berikut :

قَدْ أَفْلَحَ مَنْ هُدِيَ إِلَى الإِسْلاَمِ وَرُزِقَ الْكَفَافَ وَقَنِعَ بِهِ

Artinya : “Sungguh beruntung orang yang diberi petunjuk dalam Islam, diberi rezeki yang cukup, dan qanaah (merasa puas) dengan rezeki tersebut." (HR. Ibnu Majah)

Dijelaskan pula dalam hadist tersebut bahwa hakikat keberuntungan dan kebahagiaan hidup tidak diukur dari seberapa banyak harta yang dimiliki, melainkan dari ketenangan batin. Dalam konteks tersebut, hadist tentang Qana’ah menjadi acuan karena Islam mengajarkan kesederhanaan, rendah hati, dan larangan berlebih-lebihan dalam menunjukkan kenikmatan duniawi. Sikap Qana’ah membantu individu untuk tidak menjadikan media sosial sebagai sarana pamer, melainkan sebagai media yang digunakan secara bijak dan bermanfaat. Selain itu, penelitian ini menunjukkan bahwa Islam tidak menolak perkembangan teknologi, termasuk penggunaan media sosial, tetapi menekankan pentingnya keseimbangan dalam penggunaannya. Informan menyadari bahwa TikTok dan Instagram memiliki manfaat sebagai sarana komunikasi, hiburan, dan penyebaran informasi. Namun, penggunaan yang berlebihan menyebabkan individu kehilangan kontrol terhadap waktu, mudah terdistraksi, dan cenderung terus membandingkan diri dengan orang lain. Dalam perspektif hadis tentang qana’ah, penggunaan teknologi perlu disertai pengendalian diri agar tidak menimbulkan dampak negatif terhadap kehidupan sosial maupun spiritual. Informan yang mulai menerapkan nilai qana’ah mengaku lebih mampu membatasi waktu penggunaan media sosial, lebih selektif terhadap konten yang dikonsumsi, serta tidak mudah terpengaruh oleh tren digital yang bersifat sementara.

Pendekatan fenomenologi dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa nilai qana’ah berperan dalam pembentukan mental sehat berbasis

spiritualitas. Informan mengungkapkan bahwa ketika mereka terlalu fokus pada kehidupan orang lain di media sosial, muncul perasaan cemas, tidak puas terhadap diri sendiri, dan kelelahan mental akibat tekanan sosial digital. Namun, setelah mulai memahami makna qana'ah melalui nilai syukur, kesederhanaan, dan penerimaan diri, mereka merasa lebih tenang dan tidak mudah terpengaruh oleh standar kehidupan di media sosial. Dalam ajaran Islam, kesehatan mental tidak hanya berkaitan dengan kondisi psikologis, tetapi juga ketenangan hati dan kedekatan spiritual dengan Tuhan. Oleh karena itu, hadis tentang qana'ah dipandang relevan sebagai pedoman untuk menjaga stabilitas emosional dan spiritual di tengah derasnya arus informasi digital.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa hadis tentang qana'ah memiliki relevansi yang signifikan di era media sosial. Qana'ah menjadi kritik terhadap perilaku Fear of Missing Out (FOMO) yang mendorong perilaku pamer dan perbandingan sosial, sekaligus mengajarkan pentingnya keseimbangan dalam penggunaan teknologi digital. Selain itu, nilai qana'ah juga berperan dalam membentuk mental sehat berbasis spiritualitas melalui sikap syukur, penerimaan diri, dan pengendalian hawa nafsu. Dengan demikian, qana'ah dapat menjadi solusi spiritual dan sosial dalam menghadapi berbagai tekanan psikologis yang muncul akibat penggunaan media sosial secara berlebihan.

KESIMPULAN

Dengan intensitas pengguna aktif media sosial sebanyak 52% yang membuka media sosial setiap harinya kondisi ini menyebabkan fenomena psikologis yang disebut dengan Fear of Missing Out (FOMO). Fear of Missing Out adalah perasaan takut kehilangan informasi, pengalaman, atau aktivitas yang dianggap menarik oleh orang lain. Namun, saat ini media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan dan komunikasi saja, akan tetapi juga menjadi ruang pembentukan identitas diri, mendapatkan validitas sosial, sampai tolak ukur pencapaian hidup. Hal ini menimbulkan banyaknya perilaku perbandingan sosial di kalangan Gen Z, mereka sering membandingkan pencapaian hidup, penampilan, sampai dengan gaya hidup nya dengan orang lain yang banyak dilihat dari media sosial. Kondisi tersebut mendorong mereka untuk terus membuka media sosial secara berulang agar tidak merasa tertinggal dari pengguna lain.

Dalam perspektif hadist tentang qana'ah, perilaku FOMO bertentangan dengan nilai-nilai kesederhanaan, rasa Syukur, dan juga penerimaan terhadap ketetapan Allah SWT. Hadist tentang qana'ah menekankan pentingnya pengendalian diri agar tidak terjebak dalam rasa ketidakpuasan dari apa yang sudah dimiliki. Qana'ah juga mengajarkan sikap Syukur, dan tidak berlebihan dalam mengejar kesenangan duniawi, dan mampu mengontrol keinginan mereka yang dipengaruhi oleh keadaan sosial mereka. Berdasarkan hasil penelitian, dapat dipahami bahwa hadis tentang qana'ah memiliki relevansi yang signifikan di era media sosial. Dengan demikian, qana'ah dapat menjadi solusi spiritual dan sosial dalam menghadapi berbagai tekanan psikologis yang muncul akibat penggunaan media sosial secara berlebihan.

DAFTAR PUSTAKA

Abdusshomad, A. (2020). Penerapan Sifat Qanaah Dalam Mengendalikan Hawa Nafsu Duniawi. Jurnal Asy-Syukriyyah, 21(1), 21–33.

Aprilia, Rizki, Aat Sriati, and Sri Hendrawati. "Tingkat kecanduan media sosial pada remaja." Journal of Nursing Care 3.1 (2020).

Hammi, Irandha Meiveara Fahrina, and Nanik Kholifah. "Fear of missing out (FOMO) ditinjau dari kesejahteraan psikologis remaja." Jurnal Psikologi: Jurnal Ilmiah Fakultas Psikologi Universitas Yudharta Pasuruan 11.2 (2024): 289-301.

Lianawati, "Perbandingan Sosial," Neliti, April 2015,https://media.neliti.com/media/publications/220337-perbandingan-sosial.pdf

Margaretha, L. (2020). Pengembangan nilai agama dan moral anak usia dini di Kota Bengkulu. Al Kahfi: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini, 2(1), 30–42.

Nasir, Abdul, et al. "Pendekatan fenomenologi dalam penelitian kualitatif." Innovative: Journal Of Social Science Research 3.5 (2023): 4445-4451.

Ramlan, A. Azizah. Pengaruh Kecanduan Media Sosial Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Generasi Z Di Makassar= The Effect of Social Media Addiction on Fear of Missing Out (FoMO) in Generation Z in Makassar. Diss. Universitas Hasanuddin, 2025.

Sakitri, G. (2021). Selamat Datang Gen Z , Sang Penggerak Inovasi. Forum Manajemen Prasetiya Mulya, 35(2), 1–10.

Salsabila, Salwa dkk. "Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) dalam Perilaku Konsumsi Muslim: Analisis Perspektif Pemikiran Al-Ghazali" Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis, Universitas Siliwangi, Indonesia. 2026

Syamsi, M., & Khamim, N. (2022). Pembelajaran nilai-nilai pendidikan karakter pada anak usia dini melalui film animasi di layar televisi dalam persepektif Islam. Atthiflah: Journal of Early Childhood Islamic Education, 9(2), 13–25.

Widiayanti, Gushevinalti, Dionni Ditya Perdana. (2024). Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial Instagram. SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi.