



## FOMO DAN MEDIA SOSIAL: DAMPAK PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP KESEHATAN MENTAL DAN KEUANGAN DARI PERSPEKTIF ISLAM

Ian Alfian

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

*Ialfian722@gmail.com*

### ABSTRAK

Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) semakin menjadi perhatian di era digital, terutama di kalangan generasi muda yang aktif di media sosial. Penelitian ini menganalisis dampak FoMO terhadap perilaku konsumtif dan implikasinya terhadap kesehatan mental serta keuangan individu dari perspektif Islam. Menggunakan pendekatan kualitatif, hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berkontribusi dalam pembentukan FoMO, yang memicu perilaku membeli impulsif dan ketidakpuasan hidup. FoMO berdampak negatif pada kesehatan mental, meningkatkan kecemasan dan stres, serta mengganggu stabilitas keuangan. Melalui Maqashid Syariah, penelitian ini menekankan pentingnya menjaga jiwa (*Hifz an-Nafs*) dan harta (*Hifz al-Mal*) dalam mengelola perilaku konsumtif. Nilai-nilai Islam seperti kesederhanaan, syukur, dan pengendalian diri dapat membantu individu mengatasi kecenderungan konsumtif yang merugikan. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang hubungan antara FOMO, media sosial, dan perilaku konsumtif, serta menekankan pentingnya prinsip-prinsip Islam dalam menjaga kesejahteraan individu secara menyeluruh.

**Kata Kunci:** FOMO, Media Sosial, Perilaku Konsumtif, Perspektif Islam

### ABSTRACT

The phenomenon of Fear of Missing Out (FoMO) is increasingly becoming a concern in the digital era, especially among the younger generation who are active on social media. This study analyzes the impact of FoMO on consumptive behavior and its implications for individual mental health and finances from an Islamic perspective. Using a qualitative approach, the results show that social media contributes to the formation of FoMO, which triggers impulse buying behavior and life dissatisfaction. FoMO negatively impacts mental health, increases anxiety and stress, and disrupts financial stability. Through Maqashid Sharia, this study emphasizes the importance of preserving the soul (*Hifz an-Nafs*) and wealth (*Hifz al-Mal*) in managing consumptive behavior. Islamic values such as simplicity, gratitude, and self-control can help individuals overcome harmful consumptive tendencies. The findings are expected to provide insight into the relationship between FOMO, social media, and consumptive behavior, as well as emphasize the importance of Islamic principles in maintaining overall individual well-being.

**Keywords:** FOMO, Social Media, Consumptive Behavior, Islamic Perspective

### PENDAHULUAN

Di era digital yang ditandai dengan kemajuan teknologi dan penetrasi internet yang luas, fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) menjadi semakin relevan dan mencolok, khususnya di kalangan generasi muda. FOMO mengacu pada perasaan cemas dan khawatir yang dialami individu akibat keyakinan bahwa orang lain mungkin mengalami pengalaman yang lebih memuaskan atau menyenangkan, sehingga mereka merasa terpinggirkan (Ivantchev & Ivantcheva, 2024). Fenomena ini sering kali diperparah oleh media sosial, yang berfungsi sebagai platform untuk berbagi momen kehidupan, tren, dan aktivitas sosial. Penelitian oleh (Dahmiri, Bhayangkari, & Patricia, 2023) menunjukkan bahwa isyarat kelangkaan yang dipromosikan di media sosial dapat berkontribusi positif terhadap FOMO dan perilaku pembelian impulsif, khususnya dalam

konteks produk fashion dan kosmetik Islami. Penemuan ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga berfungsi sebagai pendorong utama dalam pengambilan keputusan konsumtif yang tidak rasional, mendorong individu untuk berbelanja demi memenuhi kebutuhan emosional, bukan kebutuhan nyata.

Dampak FOMO ini terlihat jelas pada penggemar Kpop, seperti yang dijelaskan dalam penelitian oleh (Apolo & Kurniawati, 2023). Di kalangan remaja penggemar Kpop, FOMO memicu perilaku konsumtif yang tinggi, di mana individu cenderung membeli merchandise bukan hanya untuk kepuasan pribadi, tetapi untuk merasakan keterhubungan dengan komunitas mereka. Hal ini menciptakan siklus konsumsi yang berlebihan, di mana pembelian dilakukan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang mendasar, melainkan didorong oleh keinginan untuk tidak ketinggalan. Pengalaman ini dapat memicu kecemasan, perasaan tidak puas, dan ketidakstabilan keuangan, karena individu cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk produk yang sebenarnya tidak diperlukan.

Selain itu, penelitian oleh (Hussain, Raja, Haider, Ishaq, & Talpur, 2023) menekankan bahwa FOMO tidak hanya berkaitan dengan perilaku konsumtif, tetapi juga berhubungan dengan masalah kesehatan mental seperti kecemasan dan depresi. Studi ini menemukan bahwa FOMO memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap perilaku membeli kompulsif, di mana individu yang mengalami kecemasan sosial dan materialisme lebih cenderung terjebak dalam siklus pembelian impulsif. Fenomena ini menunjukkan bahwa ketika individu merasa tertekan untuk memenuhi ekspektasi sosial yang dibangun oleh media sosial, mereka lebih mungkin mengambil keputusan keuangan yang tidak rasional. Dalam hal ini, peran moderasi *mindfulness* dapat membantu individu mengelola dampak negatif FOMO, dengan meningkatkan kesadaran dan kontrol diri dalam pengambilan keputusan konsumtif.

Dari perspektif Islam, prinsip-prinsip Maqashid Syariah menawarkan kerangka penting untuk memahami dampak perilaku konsumtif yang dipicu oleh FOMO. Konsep *Hifz an-Nafs* (menjaga jiwa) dan *Hifz al-Mal* (menjaga harta) sangat relevan dalam konteks ini. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Al-Kholis & Ardiansyah, 2023), dijelaskan bahwa transaksi yang dipengaruhi oleh FOMO sering kali mengabaikan nilai-nilai keikhlasan yang seharusnya dijunjung dalam syariah. Perilaku konsumtif yang tidak terarah dan tidak rasional bertentangan dengan prinsip menjaga harta dan jiwa dalam Islam, yang mendorong individu untuk berbelanja dengan bijak dan bertanggung jawab.

Fenomena FOMO yang dipicu oleh media sosial menimbulkan tantangan bagi individu Muslim dalam mengelola perilaku konsumtif mereka. Hal ini semakin diperparah oleh pengaruh budaya konsumerisme yang semakin meningkat di kalangan generasi muda. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang hubungan antara FOMO, media sosial, dan dampaknya terhadap kesehatan mental dan keuangan, individu dapat lebih sadar akan dampak negatif yang mungkin ditimbulkan (Rahmah, Fitriani, Nopitasari, & Sania, 2024).

Seiring dengan itu, penting untuk menggali lebih dalam mengenai solusi yang dapat diadopsi dari perspektif Islam, terutama dalam menerapkan prinsip-prinsip maqashid syariah untuk membantu individu mengelola FOMO dan perilaku konsumtif secara lebih sehat dan berkelanjutan. Dengan memanfaatkan

nilai-nilai seperti kesederhanaan, syukur, dan pengendalian diri, individu diharapkan dapat membangun pola konsumsi yang lebih bertanggung jawab, yang tidak hanya menjaga kesejahteraan finansial, tetapi juga kesehatan mental dalam menghadapi tekanan sosial yang dihadirkan oleh media sosial (Harahap, Soemitra, & Nawawi, 2023).

Dengan demikian, studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pemahaman tentang dampak FOMO dan media sosial dalam konteks perilaku konsumtif, serta menyoroti pentingnya pendekatan yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam untuk menjaga kesejahteraan individu secara menyeluruh.

## **TINJAUAN TEORITIK**

### ***FEAR OF MISSING OUT (FOMO)***

*Fear of Missing Out (FOMO)* adalah istilah yang menggambarkan perasaan cemas atau takut yang dialami seseorang akibat keyakinan bahwa mereka kehilangan pengalaman, tren, atau kesempatan yang dianggap penting dan dinikmati oleh orang lain (Ahmad Musadik & Abdul Ghani Azmi, 2019). FOMO biasanya muncul ketika seseorang merasa bahwa orang lain menjalani kehidupan yang lebih menyenangkan, sukses, atau memuaskan, sementara mereka sendiri tertinggal. Istilah ini pertama kali populer di kalangan pengguna media sosial, di mana orang sering kali melihat postingan tentang pencapaian, liburan, atau momen spesial yang dialami oleh orang lain, yang memicu rasa kurang puas dengan kehidupan mereka sendiri. Dalam konteks ini, FOMO menciptakan dorongan untuk terus memantau apa yang sedang dilakukan orang lain agar tidak merasa tertinggal, yang pada akhirnya memperkuat kecanduan terhadap media sosial (Dewi & Gorda, 2022).

Secara psikologis, FOMO dapat menyebabkan perasaan cemas, tidak aman, dan stres berkepanjangan. Orang yang mengalami FOMO cenderung merasa tertekan oleh apa yang mereka lihat di media sosial, karena mereka merasa tidak mampu mengikuti atau memenuhi standar yang ditetapkan oleh lingkungan sosialnya. Hal ini dapat memicu perasaan rendah diri dan ketidakpuasan terhadap kehidupan pribadi. Dari sudut pandang sosiologis, FOMO mendorong individu untuk berperilaku konsumtif, di mana mereka cenderung membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan atau mengikuti gaya hidup tertentu hanya untuk menyesuaikan diri dengan tren sosial dan mendapatkan pengakuan dari orang lain. Pengaruh FOMO dalam perilaku konsumsi ini sering kali tidak rasional dan lebih didorong oleh kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan ekspektasi sosial daripada kebutuhan nyata (Sari & Rahmawati, 2021). Pada akhirnya, FOMO tidak hanya mempengaruhi hubungan sosial, tetapi juga menimbulkan tekanan finansial dan membentuk pola konsumsi yang tidak sehat di masyarakat modern.

### **PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENDORONG FOMO**

Media sosial memainkan peran yang signifikan dalam mendorong fenomena *Fear of Missing Out (FOMO)*, dengan kemampuan untuk mempercepat penyebaran tren, gaya hidup, dan informasi (Putri, 2023). Platform seperti Instagram, Facebook, Tik Tok, dan Twitter memungkinkan pengguna untuk berbagi

momen-momen penting dalam hidup mereka secara real-time, yang sering kali dipresentasikan dengan cara yang glamor dan menarik. Ketika pengguna melihat postingan teman atau influencer yang menjalani kehidupan yang tampak sempurna, mereka cenderung merasa tertekan untuk ikut serta dalam pengalaman serupa agar tidak ketinggalan (Ivantchev & Ivantcheva, 2024). Selain itu, media sosial menciptakan ruang di mana konten viral dapat menyebar dengan sangat cepat, membuat pengguna merasa terdesak untuk mengikuti tren terbaru agar tetap relevan di lingkungan sosial mereka.

Algoritma yang diterapkan pada platform media sosial juga memperkuat perasaan "ketinggalan" dan tekanan sosial ini. Algoritma dirancang untuk menampilkan konten yang paling menarik dan relevan bagi pengguna, sehingga pengguna sering kali hanya melihat sisi terbaik dari kehidupan orang lain (Sari R., 2021). Hal ini menciptakan ilusi bahwa semua orang mengalami momen-momen luar biasa, sementara mereka sendiri mungkin tidak. Dengan demikian, pengguna merasa terpaksa untuk terus memperbarui diri, memantau apa yang dilakukan orang lain, dan mengikuti tren yang sedang populer. Tekanan untuk selalu terlibat dan tidak "tertinggal" ini semakin meningkatkan perasaan cemas yang dialami oleh individu, dan pada gilirannya, memicu perilaku konsumtif yang berlebihan, di mana mereka merasa perlu untuk membeli barang atau pengalaman hanya untuk memenuhi harapan sosial yang diciptakan oleh konten media sosial (Sari & Wijaya, 2020). Fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai pendorong utama dalam pembentukan perilaku sosial dan konsumsi di era digital.

## **PERILAKU KONSUMTIF AKIBAT FOMO**

Perilaku konsumtif yang diakibatkan oleh *Fear of Missing Out* (FOMO) menjadi semakin umum di kalangan individu, terutama dalam konteks pembelian barang-barang yang kurang bermanfaat (Aydin, 2020). FOMO mendorong individu untuk merasa bahwa mereka harus membeli produk atau mengikuti tren tertentu agar tidak ketinggalan atau kehilangan kesempatan untuk menjadi bagian dari sesuatu yang lebih besar. Ketika seseorang melihat teman atau influencer mereka memposting tentang barang-barang baru, pengalaman unik, atau gaya hidup yang menarik, mereka sering kali merasa tertekan untuk melakukan hal yang sama, meskipun barang atau pengalaman tersebut mungkin tidak memenuhi kebutuhan nyata mereka. Akibatnya, keputusan konsumsi yang diambil sering kali didorong oleh emosi dan tekanan sosial, bukan oleh kebutuhan atau pertimbangan rasional (Rahmah, Fitriani, Nopitasari, & Sania, 2024).

Hal ini menciptakan hubungan yang erat antara FOMO dan perilaku konsumtif yang tidak rasional, di mana individu cenderung mengeluarkan uang untuk barang-barang yang tidak bermanfaat, hanya untuk memenuhi harapan sosial dan mempertahankan citra diri mereka di mata orang lain (Santoso, Widyasari, & Soliha, *Scientific Journal of Asian Business and Economics*). Dalam banyak kasus, pembelian ini bersifat impulsif dan didorong oleh keinginan untuk segera merasakan kebahagiaan atau pengakuan yang tampaknya dimiliki oleh orang lain. Perilaku ini dapat mengarah pada pemborosan, utang, dan ketidakpuasan yang lebih besar, karena individu sering kali merasa kecewa setelah menyadari bahwa barang yang dibeli tidak membawa kepuasan yang mereka harapkan. Dengan demikian, FOMO tidak hanya memengaruhi

bagaimana orang berbelanja, tetapi juga mengubah cara pandang mereka terhadap nilai dan makna dari konsumsi, menjadikannya sebagai sarana untuk mencapai pengakuan sosial daripada sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan dasar atau meningkatkan kualitas hidup.

### **KESEHATAN MENTAL DAN KEUANGAN DALAM ISLAM**

Dalam konteks Islam, konsep *Hifẓ an-Nafs* (menjaga jiwa) memiliki peran penting dalam menjaga kesehatan mental individu, terutama dalam menghadapi berbagai tekanan sosial dan kecemasan yang dapat muncul akibat fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO). Islam mengajarkan bahwa menjaga kesehatan mental adalah bagian integral dari kesejahteraan secara keseluruhan (Zubair & Raquib, 2020). Dalam ajaran Islam, individu dianjurkan untuk menghindari perasaan cemas dan ketidakpuasan diri yang dapat merusak jiwa. Hal ini dapat dicapai melalui praktik spiritual, seperti berdoa, bersyukur, dan menjaga hubungan yang positif dengan orang lain. Dengan cara ini, individu dapat membangun ketenangan batin dan mengurangi tekanan dari tuntutan sosial yang ada, sehingga kesehatan mental mereka tetap terjaga.

Selain itu, konsep *Hifẓ al-Mal* (menjaga harta) dalam Islam juga sangat relevan dalam konteks perilaku konsumtif dan pengelolaan keuangan. Islam mengajarkan pentingnya mengelola harta secara bijaksana dan bertanggung jawab, dengan menekankan larangan terhadap pemborosan atau israf (Toriquddin, 2014). Pemborosan tidak hanya merugikan individu secara finansial, tetapi juga dapat menciptakan tekanan emosional dan kecemasan terkait kondisi keuangan. Dengan mengadopsi prinsip *Hifẓ al-Mal*, individu didorong untuk melakukan pengeluaran yang rasional dan berorientasi pada kebutuhan, bukan keinginan yang didorong oleh tekanan sosial. Konsep ini mengajak individu untuk lebih bersyukur atas apa yang mereka miliki dan menghindari gaya hidup konsumtif yang berlebihan. Dengan demikian, pemahaman dan penerapan konsep *Hifẓ an-Nafs* dan *Hifẓ al-Mal* dalam Islam dapat membantu individu untuk menjaga kesehatan mental dan keuangan mereka, sekaligus menghindari dampak negatif dari perilaku konsumtif yang tidak sehat.

### **MAQASHID SYARIAH SEBAGAI SOLUSI DALAM MENGATASI FOMO**

Maqashid Syariah, atau tujuan hukum Islam, dapat berperan sebagai solusi efektif dalam mengatasi fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO), terutama dalam pengelolaan perilaku konsumtif dan pengurangan kecemasan yang dipicu oleh tekanan sosial. Penerapan maqashid syariah menekankan pada perlunya menjaga kesejahteraan individu dan masyarakat, yang mencakup aspek fisik, mental, dan spiritual (Toriquddin, 2014). Dalam konteks ini, prinsip-prinsip maqashid syariah mendorong individu untuk melakukan pengelolaan perilaku konsumtif yang bijaksana, di mana keputusan membeli barang atau layanan harus didasarkan pada kebutuhan dan manfaat, bukan sekadar keinginan yang dipicu oleh ketakutan untuk tertinggal. Dengan memahami tujuan jangka panjang dari konsumsi yang bijaksana, individu dapat lebih mudah menolak pemborosan dan perilaku impulsif yang sering kali disebabkan oleh FOMO (Zubair & Raquib, 2020).

Nilai-nilai kesederhanaan, syukur, dan keseimbangan antara dunia dan akhirat juga menjadi inti dari maqashid syariah. Islam mengajarkan pentingnya hidup dengan sederhana, yang membantu individu untuk menghindari sifat rakus dan selalu ingin memiliki lebih. Sikap bersyukur atas apa yang dimiliki akan mengurangi perasaan cemas dan ketidakpuasan, serta membantu individu untuk lebih fokus pada kebahagiaan yang bersumber dari hubungan spiritual dan sosial, daripada dari kepemilikan materi. Dengan menempatkan tujuan akhir kehidupan yang lebih tinggi, yaitu kebahagiaan di dunia dan akhirat, maqashid syariah mengajak individu untuk mencari keseimbangan dalam segala aspek kehidupan, termasuk dalam hal konsumsi. Pendekatan ini tidak hanya membantu mengatasi FOMO, tetapi juga memperkuat kesehatan mental dan kesejahteraan finansial individu, menjadikannya lebih siap menghadapi tantangan hidup di era modern (Ali, 2019).

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan individu yang mengalami dampak FOMO, khususnya mereka yang aktif di media sosial. Sementara itu, data sekunder dikumpulkan dari literatur terkait FOMO, perilaku konsumtif, kesehatan mental, serta literatur Islam tentang Maqashid Syariah dan konsep ekonomi Islam. Teknik pengumpulan data dilakukan secara purposif, dan analisis konten media sosial digunakan untuk memetakan bagaimana tren FOMO terbentuk dan menyebar. Dengan menggabungkan wawancara mendalam dan analisis konten, penelitian ini bertujuan memberikan gambaran komprehensif mengenai pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif dan kesehatan mental, serta penerapan nilai-nilai Islam sebagai solusi terhadap dampak negatif FOMO.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN FOMO DAN KONSUMTIVISME**

Media sosial berperan penting dalam meningkatkan *Fear of Missing Out* (FOMO) dan perilaku konsumtif di kalangan individu. Dengan kemampuannya untuk menyebarkan informasi dan tren dengan cepat, media sosial menciptakan lingkungan di mana pengguna terus-menerus terpapar pada berbagai gaya hidup dan produk yang diinginkan orang lain. Sebagai contoh, Siti Aisyah Batubara, seorang responden berusia 34 tahun, menyatakan bahwa meskipun ia merasakan kepuasan dengan mengikuti tren, ia tetap berpegang pada prinsip bahwa pembelian harus didasarkan pada kebutuhan. Siti berpikir ulang sebelum membeli barang mahal yang tidak bermanfaat, menunjukkan bahwa ia memiliki kesadaran akan FOMO tetapi tetap mengutamakan rasionalitas dalam pengelolaan keuangannya.

Di sisi lain, Salisa Amini, 32 tahun, menunjukkan dampak yang lebih signifikan dari FOMO terhadap perilaku konsumtifnya. Ia menyatakan ketertarikan yang tinggi terhadap barang-barang yang sedang tren, seperti smartphone terbaru dari Apple dan boneka labubu yang fenomenal. Salisa mengeluarkan Rp 1.200.000 untuk membeli dua paket boneka labubu, yang menunjukkan bagaimana ia terdorong untuk mengikuti tren tanpa mempertimbangkan kegunaan barang tersebut dalam kehidupan

sehari-hari. Pembelian ini mencerminkan perilaku konsumtif yang didorong oleh tekanan sosial dan keinginan untuk tetap relevan di mata teman-teman dan masyarakat.

Yunanda Ahmad, 39 tahun, juga mengonfirmasi bahwa media sosial memberikan dampak luar biasa dalam kehidupannya. Ia menganggap bahwa melihat promo dan barang-barang branded di media sosial membuatnya terdorong untuk membeli, meskipun harganya mahal. Yunanda percaya bahwa barang branded menawarkan kualitas yang lebih baik dan lebih tahan lama, sehingga ia tidak perlu sering-sering membeli barang yang sama. Ini menunjukkan bahwa meskipun ia merasakan FOMO, ia tetap memiliki pendekatan yang lebih pragmatis terhadap konsumsi, dengan mengedepankan kualitas barang yang dibeli. Wawancara dengan Widji, seorang responden berusia 36 tahun, menunjukkan bahwa fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) telah menjadi bagian integral dari kebiasaan sehari-harinya. Widji mengungkapkan bahwa ia merasa terdorong untuk ikut serta dalam berbagai acara yang sedang viral, seperti festival musik dan konser band atau penyanyi populer. Kecenderungan ini mencerminkan pengaruh kuat dari media sosial, di mana promosi dan pengalaman orang lain dalam menghadiri acara-acara tersebut sering kali terlihat dan disebarkan secara luas.

Widji tidak ragu untuk membayar tiket mahal demi mendapatkan pengalaman menonton konser artis favoritnya, yang menunjukkan bahwa FOMO memicu keinginan untuk tidak merasa ketinggalan dalam menikmati momen-momen yang dianggap "wajib" di kalangan teman sebaya. Hal ini menunjukkan bahwa ia mengaitkan kehadiran di acara-acara tersebut dengan status sosial dan penerimaan dalam kelompoknya. Dengan kata lain, menghadiri konser yang sedang viral bukan hanya sekadar untuk menikmati musik, tetapi juga sebagai cara untuk memperkuat identitas sosial dan mengukuhkan posisi dirinya di mata orang lain.

Dampak dari perilaku ini adalah meningkatnya risiko pengeluaran yang tidak terencana. Meskipun Widji merasa senang dan puas dengan pengalamannya, ia mungkin tidak sepenuhnya menyadari implikasi finansial dari kebiasaannya. Pembelian tiket konser yang mahal dapat mengganggu pengelolaan keuangannya jika tidak diimbangi dengan perencanaan yang baik. Hal ini menunjukkan bahwa FOMO dapat memicu keputusan konsumsi yang impulsif, di mana individu lebih mengutamakan pengalaman sosial dibandingkan dengan pertimbangan keuangan yang lebih rasional.

Secara keseluruhan, hasil wawancara ini menggambarkan bahwa media sosial secara signifikan memperkuat perasaan FOMO di kalangan individu, yang berdampak pada keputusan konsumsi mereka. Meskipun ada variasi dalam respons dan pendekatan terhadap konsumsi, terlihat jelas bahwa FOMO mendorong perilaku konsumtif yang berbeda-beda, mulai dari kesadaran yang tinggi terhadap kebutuhan hingga impulsivitas dalam mengikuti tren.

## **DAMPAK FOMO TERHADAP KESEHATAN MENTAL DAN KEUANGAN**

Dampak *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap kesehatan mental dan keuangan dapat terlihat jelas dalam pengalaman para responden, yang menunjukkan bahwa FOMO sering kali berkontribusi pada tingkat kecemasan, stres, dan perasaan tidak puas dengan kehidupan. Misalnya, Widji, yang merasa perlu untuk menghadiri konser atau festival musik yang sedang viral, mungkin merasakan tekanan untuk terus-menerus

mengikuti tren yang dapat meningkatkan kecemasan jika ia tidak mampu menghadiri acara tersebut. Kecemasan ini dapat bertambah ketika ia membandingkan dirinya dengan teman-teman yang memiliki pengalaman lebih banyak atau lebih beruntung, menyebabkan perasaan rendah diri dan ketidakpuasan terhadap kondisi hidupnya.

Selain itu, FOMO juga berdampak pada perilaku konsumsi yang tidak rasional, di mana responden seperti Salisa Amini mengeluarkan uang untuk barang-barang yang mungkin tidak memiliki manfaat jangka panjang, seperti boneka labubu yang fenomenal. Pembelian impulsif ini sering kali didorong oleh keinginan untuk tidak ketinggalan dari tren yang ada, meskipun barang tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan nyata mereka. Implikasi dari perilaku konsumtif yang tidak terencana ini dapat berujung pada masalah stabilitas keuangan, karena individu dapat menghabiskan dana yang seharusnya digunakan untuk kebutuhan penting lainnya hanya untuk memenuhi dorongan FOMO.

Secara keseluruhan, pengalaman responden menunjukkan bahwa FOMO tidak hanya mempengaruhi keputusan konsumsi mereka, tetapi juga berdampak serius pada kesehatan mental dan keuangan. Kecemasan dan stres yang dihasilkan dari tekanan sosial untuk mengikuti tren dapat menciptakan siklus negatif, di mana individu terus mencari pengalaman yang dapat meningkatkan kepuasan sosial namun pada saat yang sama mengorbankan kesejahteraan finansial dan emosional mereka.

## **TINJAUAN MAQASHID SYARIAH TERHADAP FOMO DAN KONSUMTIVISME**

Temuan penelitian mengenai dampak *Fear of Missing Out* (FOMO) terhadap kesehatan mental dan keuangan individu dapat dianalisis melalui lensa prinsip-prinsip Maqashid Syariah, khususnya *Hifz an-Nafs* (menjaga jiwa) dan *Hifz al-Mal* (menjaga harta). Prinsip *Hifz an-Nafs* menekankan pentingnya menjaga kesehatan mental dan emosional individu. Dalam konteks FOMO, responden seperti Widji mengalami peningkatan kecemasan dan stres akibat tekanan untuk selalu terlibat dalam pengalaman sosial yang sedang viral. Ketidakpuasan hidup yang muncul dari perbandingan sosial dan ketidakmampuan untuk mengikuti tren yang ada menciptakan dampak negatif pada kesehatan mentalnya. Dengan demikian, menjaga jiwa melalui pendekatan yang lebih sehat terhadap media sosial dan perilaku konsumsi adalah penting untuk mengurangi dampak buruk dari FOMO. Maqashid Syariah mengajarkan bahwa individu seharusnya berusaha untuk menghindari situasi yang dapat merusak kesehatan mental, sehingga pendekatan yang lebih sadar terhadap pengaruh media sosial sangat diperlukan.

Di sisi lain, prinsip *Hifz al-Mal* menggarisbawahi pentingnya pengelolaan harta secara bijaksana. Dampak FOMO pada perilaku konsumtif yang tidak rasional, seperti pembelian impulsif barang-barang yang kurang bermanfaat, menunjukkan bahwa individu sering kali mengabaikan aspek ini. Responden seperti Salisa Amini yang menghabiskan uang untuk barang-barang yang tidak diperlukan menunjukkan bahwa mereka mungkin belum menerapkan prinsip *Hifz al-Mal* dalam keputusan finansial mereka. Pemborosan yang terjadi akibat dorongan FOMO dapat mengancam stabilitas keuangan individu, yang bertentangan dengan ajaran Islam tentang pengelolaan harta yang bijak dan bertanggung jawab.

Dengan mengaitkan temuan penelitian ini dengan prinsip-prinsip maqashid syariah, jelas bahwa ada kebutuhan mendesak untuk menerapkan nilai-nilai Islam dalam menghadapi FOMO. Individu perlu diberikan kesadaran tentang pentingnya menjaga kesehatan mental dan mengelola keuangan dengan bijaksana. Ini bisa dicapai melalui edukasi dan pemahaman yang lebih baik mengenai bagaimana media sosial dapat mempengaruhi keputusan konsumsi serta dampak yang ditimbulkannya terhadap kesehatan mental dan stabilitas keuangan. Pendekatan ini tidak hanya akan membantu individu mengatasi FOMO, tetapi juga akan mendukung upaya menjaga jiwa dan harta sesuai dengan prinsip-prinsip maqashid syariah.

Nilai-nilai Islam memiliki peran penting dalam membantu individu mengatasi kecenderungan konsumtif yang dipicu oleh *Fear of Missing Out* (FOMO), terutama melalui penerapan kesederhanaan dan syukur. Kesederhanaan adalah prinsip yang sangat ditekankan dalam Islam, yang mendorong individu untuk hidup dengan tidak berlebihan dan tidak terjebak dalam gaya hidup konsumtif yang berlebihan. Dengan mengadopsi sikap sederhana, individu dapat lebih mudah menilai kebutuhan mereka secara objektif dan membedakan antara barang yang benar-benar bermanfaat dan yang hanya sekadar mengikuti tren. Dalam konteks FOMO, kesederhanaan membantu individu untuk tidak merasa tertekan untuk membeli barang-barang yang tidak diperlukan hanya karena pengaruh lingkungan sosial atau media sosial.

Selain itu, sikap syukur juga merupakan nilai yang mendalam dalam ajaran Islam. Dengan bersyukur atas apa yang dimiliki, individu akan lebih mampu menghargai keberadaan mereka dan merasa puas dengan kondisi yang ada. Rasa syukur ini dapat mengurangi perasaan cemas dan ketidakpuasan yang sering kali muncul akibat perbandingan sosial. Ketika seseorang fokus pada apa yang telah diberikan kepada mereka, mereka cenderung menghindari godaan untuk mengikuti tren yang tidak perlu atau membeli barang yang hanya untuk memenuhi harapan orang lain. Hal ini pada gilirannya dapat membantu menstabilkan perilaku konsumtif dan mendorong pengeluaran yang lebih bijaksana.

Penerapan nilai-nilai Islam seperti kesederhanaan dan syukur tidak hanya bermanfaat dalam mengatasi FOMO, tetapi juga berkontribusi pada kesehatan mental dan keuangan yang lebih baik. Dengan memiliki pola pikir yang lebih positif dan tidak terikat pada materialisme, individu dapat membangun kebahagiaan yang lebih berkelanjutan, bukan hanya berdasarkan kepemilikan barang. Dengan demikian, nilai-nilai Islam menawarkan kerangka yang kuat untuk mengatasi kecenderungan konsumtif yang dipicu oleh FOMO, mendorong individu untuk menjalani hidup yang lebih bermakna dan seimbang, baik secara spiritual maupun finansial.

Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) yang berkembang pesat di era digital saat ini, terutama di kalangan pengguna media sosial, menjadi tantangan serius dalam perilaku konsumtif. Penelitian menunjukkan bahwa FOMO menciptakan dorongan kuat untuk terlibat dalam aktivitas yang sedang viral, seringkali tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya. Sebagai contoh, penelitian oleh Michelle Apolo menunjukkan bahwa penggemar Kpop cenderung membeli merchandise tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan tetapi juga untuk merasakan koneksi sosial, yang menunjukkan bagaimana FOMO mengarahkan mereka pada pembelian impulsif yang berlebihan.

Dari perspektif psikologis, FOMO berkontribusi pada peningkatan kecemasan, stres, dan ketidakpuasan hidup. Responden seperti Siti Aisyah Batubara dan Salisa Amini mengindikasikan bahwa mengikuti tren media sosial memberikan kepuasan, meskipun sering kali mengarah pada pembelian barang yang tidak bermanfaat. Penelitian yang dilakukan oleh Dahmiri menyoroti bahwa religiositas Islam dapat memainkan peran penting dalam menekan pengaruh negatif FOMO. Dengan menekankan nilai-nilai pengendalian diri dan disiplin, individu yang religius cenderung lebih mampu menahan diri dari pembelian impulsif.

Kaitannya dengan Maqashid Syariah juga sangat relevan. Prinsip *Hifz an-Nafs* (menjaga jiwa) dan *Hifz al-Mal* (menjaga harta) menunjukkan bahwa perilaku konsumtif yang didorong oleh FOMO tidak sejalan dengan tujuan syariah. Ketidakpuasan yang timbul akibat tekanan sosial dan kebutuhan untuk berpartisipasi dalam tren dapat merugikan kesehatan mental individu dan stabilitas keuangan mereka. Sebagai contoh, dalam penelitian oleh (Al-Kholis & Ardiansyah, 2023), dijelaskan bahwa jual beli yang dipengaruhi oleh FOMO dianggap tidak sah dari perspektif Imam Syafi'i karena mengabaikan keikhlasan dalam transaksi.

Dengan meningkatnya kesadaran tentang dampak negatif dari FOMO, intervensi berbasis mindfulness, sebagaimana diteliti oleh (Hussain, Raja, Haider, Ishaq, & Talpur, 2023) menunjukkan potensi untuk mengurangi pengaruh negatif FOMO terhadap kesehatan mental dan perilaku konsumtif. Mindfulness dapat membantu individu untuk lebih sadar akan keputusan mereka, sehingga mereka dapat menghindari pengambilan keputusan yang impulsif.

Secara keseluruhan, FOMO yang dipicu oleh media sosial memiliki dampak signifikan pada kesehatan mental dan perilaku konsumtif. Dalam konteks Islam, penting bagi individu untuk menerapkan prinsip-prinsip Maqashid Syariah untuk mengelola sumber daya dengan bijaksana, menjaga keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan spiritual, serta mengurangi dampak negatif dari perilaku konsumtif yang tidak rasional. Dengan demikian, upaya untuk memahami dan mengatasi fenomena FOMO dapat memberikan kontribusi positif terhadap kesehatan mental dan stabilitas keuangan masyarakat.

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari pembahasan di atas menunjukkan bahwa *Fear of Missing Out* (FOMO) memiliki dampak signifikan terhadap kesehatan mental dan perilaku konsumtif individu, terutama dalam konteks kehidupan modern yang dipengaruhi oleh media sosial. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa FOMO dapat menyebabkan kecemasan, stres, dan perasaan tidak puas dengan kehidupan, serta mendorong perilaku konsumtif yang tidak rasional, seperti pembelian barang-barang yang kurang bermanfaat. Dalam hal ini, penerapan prinsip-prinsip Maqashid Syariah, khususnya *Hifz an-Nafs* dan *Hifz al-Mal*, sangat relevan untuk membantu individu mengelola dampak negatif FOMO.

Nilai-nilai Islam, seperti kesederhanaan dan syukur, juga berfungsi sebagai alat yang efektif untuk mengatasi kecenderungan konsumtif yang dipicu oleh FOMO. Dengan mengadopsi sikap sederhana, individu dapat lebih bijaksana dalam pengambilan keputusan konsumsi, sementara sikap syukur membantu mengurangi

perasaan cemas dan ketidakpuasan. Oleh karena itu, integrasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan sehari-hari dapat menjadi solusi yang efektif untuk mengurangi dampak FOMO, mendukung kesehatan mental yang lebih baik, dan mendorong pengelolaan keuangan yang bijaksana. Keseluruhan analisis ini menegaskan pentingnya kesadaran dan edukasi dalam memahami dan mengatasi fenomena FOMO, serta merangkul nilai-nilai yang lebih berkelanjutan dan bermakna dalam hidup.

Dari perspektif Islam, terdapat beberapa solusi untuk mengatasi *Fear of Missing Out* (FOMO) dan dampak negatifnya. Pertama, penerapan prinsip *Hijz an-Nafs* menekankan pentingnya menjaga kesehatan mental melalui praktik ibadah dan membangun komunitas yang positif. Selain itu, kesederhanaan dalam hidup diutamakan untuk menghindari sifat berlebihan dan fokus pada kebutuhan dasar. Sikap syukur juga penting, karena mengembangkan rasa syukur dapat mengurangi kecemasan dan ketidakpuasan. Edukasi tentang dampak media sosial dan FOMO diperlukan untuk meningkatkan kesadaran individu, sedangkan penerapan prinsip *Hijz al-Mal* mendorong pengelolaan keuangan yang bijaksana dengan membuat anggaran dan menghindari pemborosan. Akhirnya, menghindari perbandingan sosial akan membantu individu merasa lebih puas dengan pencapaian pribadi mereka. Dengan menerapkan solusi-solusi ini, individu dapat membangun kehidupan yang lebih seimbang dan bermakna, selaras dengan nilai-nilai Islam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Musadik, S. H., & Abdul Ghani Azmi, I. (2019). Impulse buying behaviour from islamic perspective: A conceptual paper. *In Islamic development management, Springer, Singapore.* , pp. 161-172.
- Ali, A. (2019). *Maqasid al-Syariah: A Primer for Islamic Economics*. Kuala Lumpur: Islamic Book Trust.
- Al-Kholis, M., & Ardiansyah, A. (2023). Legal Analysis of Buying And Selling Caused by *Fear of Missing Out* Based on Imam Syafii's Perspective. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJJSE)* , 556-573. <https://doi.org/10.31538/ijjse>.
- Apolo, M., & Kurniawati, M. (2023). Pengaruh *Fear of Missing Out* (Fomo) terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar Kpop Remaja Akhir pada Produk Merchandise Kpop. *Journal Of Social Science Research* , 3(6), 3847–3858. Retrieved from <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/6424>.
- Aydin, O. (2020). *Understanding the Influence of Social Media on Consumer Behavior.* . New York: Business Expert Press.
- Dahmiri, D., Bhayangkari, S. K., & Patricia, R. S. (2023). Scarcity cues, *Fear of Missing Out*, and impulse buying behavior in fashion product: The role of Islamic religiosity. *SERAMBI: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis Islam* , 67-82 <https://doi.org/10.36407/serambi.v5i2.863>.
- Dewi, N. L., & Gorda, A. A. (2022). The intention of millennials' interest in adopting online lending services (peer to peer lending). *Journal of Accounting and Taxes* , 836-848.
- Hajli, N. (2014). A study of the impact of social media on consumer behavior. *International Journal of Market Research* , 387-405. <https://doi.org/10.2501/IJMR-2014-021>.
- Harahap, M. I., Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2023). Analysis of the effect of *Fear of Missing Out* (FOMO)

- and the use of paylater application on impulse buying behavior (review of Maqashid Syariah). *Jurnal Manajemen dan Bisnis* , pp.67-73 <http://dx.doi.org/10.24123/jmb.v22i2.682>.
- Hussain, S., Raja, A., Haider, A., Ishaq, M. i., & Talpur, Q.-u.-a. (2023). *Fear of Missing Out* and compulsive buying behavior: The moderating role of mindfulness. *Journal of Retailing and Consumer Services* , <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103512>.
- Ivantchev, B., & Ivantcheva, M. (2024). FOMO effect: social media and online traders. *Journal of Management and Financial Sciences* , <https://doi.org/10.33119/JMFS.2023.48.4>.
- Jabeen, F., Tandon, A., Sithipolvanichgul, J., Srivastava, S., & Dhir, A. (2023). Social media-induced *Fear of Missing Out* (FoMO) and social media fatigue: The role of narcissism, comparison and disclosure. *Journal of Business Research* , <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113693>.
- Ningsih, D. R. (2022). "Pengaruh FOMO terhadap kesehatan mental remaja. *Jurnal Psikologi dan Kesehatan Mental* , 112-120. DOI: 10.23917/jpsikologi.v5i2.7843.
- Permana, R. M., Gumelar, E. T., & Saraswati, N. (2023). The Effect Fears of Missing Out (Fomo) on Women Muslims Consumer. *Mimbar: Jurnal Sosial dan Pembangunan* , <https://doi.org/10.29313/mimbar.v39i2.2964>.
- Putri, L. A. (2023). Pengaruh media sosial terhadap FOMO dan perilaku konsumtif". . *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Riau* , 67-73.
- Rahayu, N. W., Fauzan, Dafik, Hepni, Poernomo, D., Mursyidah, I. L., et al. (2024). An Islamic point of view of cryptocurrency investment: Generations z *Fear of Missing Out* (FOMO) and their personal traits as traders. *Edelweiss Applied Science and Technology* , <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i5.1920>.
- Rahmah, B. M., Fitriani, D. N., Nopitasari, D., & Sania, F. N. (2024). APPLICATION OF LOGOTHERAPY IN REDUCING HEDONISTIC BEHAVIOR DUE TO FoMO. *The 2nd International Conference Guidance and Counseling (ICGC)* (hal. <https://proceeding.unesa.ac.id/index.php/icgc/article/view/1337>). Surabaya: Unesa Lidah Wetan Campus.
- Rahman, M. A., & Abdurrahman, M. S. (2021). Kesehatan mental dalam konteks FOMO di era digital. *Jurnal Ilmiah Psikologi dan Sosial* , 30-40.
- Santoso, I. H., Widyasari, S., & Soliha, E. (Scientific Journal of Asian Business and Economics). Fomsumerism: Developing Conformity Consumption Behavior by Utilizing the *Fear of Missing Out* Consumers. *2021* , 159-171.
- Sari, D. K., & Wijaya, R. A. (2020). The effect of social media on consumer buying behavior in the context of FOMO. *Journal of Business Research* , 489-497. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.06.001.
- Sari, R. M., & Rahmawati, H. (2021). Dampak FOMO terhadap perilaku konsumtif di kalangan milenial . *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* , 45-55. DOI: 10.26905/jmk.v9i1.5168.
- Sari, R. (2021). The Effect of Using Paylater ON the impulse buying behavior of e-commerce users in Indonesia. *Journal of Business and Investment Research* , 44-57.

Toriquddin, M. (2014). Maqashid Shari'ah Theory Al-Syatibi's Perspective. *Journal of Sharia and Law* , 33–47.

Zubair, T., & Raquib, D. A. (2020 ). Islamic Perspective on Social Media Technology, Addiction, and Human Values. *Journal of Islamic Thought and Civilization* 10 (2) ,  
<https://doi.org/10.32350/jitc.102.14>.