

Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Pada Milenial Perspektif Kebutuhan Islam

Tutik Al-Fiyah

UIN Sunan Ampel Surabaya

tutikalfiyah88@gmail.com

Article History

Received : 02/12/2024

Revised : 16/12/2024

Accepted : 03/01/2025

Abstract:

The rapid advancement of technology has made the internet necessary in everyday life. Where social media affects the fulfillment of human needs, one of which is millennials. Human dependence on social media can bring about the phenomenon of Fear of Missing out (FOMO). FOMO is an anxiety about missing out on moments that are busy on social media. The number of social media users needs the author to examine the phenomenon of FOMO from the perspective of Islamic needs. This research uses a qualitative approach with a case study. The case study design is used to reveal contemporary empirical studies in real life, one of which is the phenomenon that occurs. The results showed that FOMO became a familiar thing because social media became one of the most important things for humans to fulfill their needs. In Islam, the concept of needs according to Al-Ghazali, there are three levels of maslahat in maqashid syariah, namely, dharuriyyat, hajjiyyat, and Tahsiniiyat. The three concepts of needs aim to bring Islamic social welfare if human needs or utilities are met. FOMO in excess can make social life collapse and disrupt, if the three concepts of needs in Islam are not fulfilled properly.

Keywords: Fear of Missing Out, Millennials, Islamic Needs Perspective

Abstrak

Kemajuan teknologi yang sangat pesat, menjadikan internet dibutuhkan dalam kehidupan sehari-hari. Dimana media sosial berpengaruh pada pemenuhan kebutuhan manusia, salah satunya milenial. Ketergantungan manusia pada media sosial bisa mendatangkan fenomena Fear of Missing out (FOMO). FOMO sebuah kecemasan akan tertinggal momen yang ramai di media sosial. Banyaknya pengguna media sosial perlu adanya penulis meneliti fenomena FOMO perspektif kebutuhan Islam. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Rancangan studi kasus digunakan untuk mengungkap kajian empiris kontemporer di dalam kehidupan nyata, salah satunya fenomena yang terjadi. Hasil penelitian menunjukkan FOMO menjadi hal yang tidak asing karena media sosial menjadi salah satu hal terpenting manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam Islam konsep kebutuhan menurut Al-Ghazali ada tiga tingkatan maslahat yang berada dalam maqashid syariah yaitu, dharuriyyat, hajjiyyat, dan Tahsiniiyat. Ketiga konsep kebutuhan bertujuan mendatangkan kesejahteraan sosial Islami apabila kebutuhan atau utilitas manusia terpenuhi. FOMO secara berlebih-lebihan dapat menjadikan kehidupan sosial akan runtuh dan terganggu, jika tiga konsep kebutuhan dalam Islam tidak terpenuhi dengan baik.

Kata Kunci: Fear of Missing Out, Milenial, Perspektif Kebutuhan Islam

PENDAHULUAN

Media sosial saat ini menjadi bagian dari aktivitas manusia bahkan menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, mulai dari memenuhi kebutuhan, mencari lapangan pekerjaan, segala informasi bisa kapan saja kita akses melalui media sosial. Adanya teknologi yang maju sangat membantu manusia mengakses semua informasi dan kebutuhan melalui media sosial kapan saja dimana saja. Indonesia sendiri menempati posisi ke-4 Negara pengguna internet terbanyak di dunia, mencapai sebanyak 224,01 juta pengguna.¹ Sebagai warga negara Indonesia

¹<https://nasional.okezone.com/read/2023/05/29/337/2821758/daftar-negara-pengguna-internet-terbanyak-indonesia-nomor-berapa?page=2>

kita harus menggunakan media sosial dengan bijak agar banyak manfaat yang kita dapat dari pada sisi negatifnya. Adanya pengguna media sosial yang banyak serta aplikasi yang menawarkan berbagai fitur juga mempermudah manusia mendapatkan informasi lebih cepat. Salah satu dampak dari terganggunya manusia yang tidak bisa lepas dengan perangkat lunak membuat manusia mengalami fenomena yang namanya Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO).

FOMO merupakan perilaku manusia yang mudah merasa cemas, dan akan terus menerus kepikiran apabila mereka mengetahui bahwa mereka telah melewatkan sebuah berita yang sedang *happening* atau ramai di perbincangkan.² FOMO dapat menjadi tantangan milenial saat ini dalam mengelola keuangannya dan mengatur rasa kecemasan mereka akan pemenuhan antara hal yang di butuhkan atau sebuah keinginan dimana hal itu adalah sesuatu yang lagi viral atau banyak di perbincangkan.³ Adanya teknologi dan informasi yang semakin berkembang, mempermudah siapa saja dan kapan saja untuk mengakses dan mendapatkan informasi lebih cepat dan luas. Semakin mudah manusia dalam mengakses apapun serta mengikuti berita terkini serta peristiwa maupun hal baru maka akan meningkatkan kesadaran akan pengetahuan mereka tentang dunia dan perkembangan terkini.

Aktifitas manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya, hal tersebut ada karena untuk membantu dalam berlangsungnya kehidupan dan karena adanya keinginan yang memunculkan aktivitas untuk memenuhi keinginan tersebut. Dalam kehidupan sehari-hari orang cenderung menyamakan antara kebutuhan (*needs*) dengan keinginan (*wants*). Ketika kebutuhan maupun keinginan terpenuhi akan memunculkan sebuah kepuasan atau sering disebut utilitas, hal tersebut yang dicari oleh manusia yaitu untuk memenuhi sebuah kepuasan, dan kepuasan setiap manusia memiliki tingkat kepuasan masing-masing yang berbeda. Seseorang yang memenuhi suatu yang dianggap sebagai kebutuhan untuk dipenuhi segera, terkadang hal itu adalah suatu keinginan yang bisa saja tertunda karena adanya kebutuhan lain yang lebih prioritas. Maka dari itu antara kebutuhan dan keinginan harus di bedakan. Teori kebutuhan menurut ahli psikologi Abraham Maslow kebutuhan yang paling dasar adalah kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman atau perlindungan, kebutuhan rasa cinta, kebutuhan esteem, kebutuhan aktualisasi diri.⁴ Ketika semua kebutuhan di atas terpenuhi, maka dan hanya maka kebutuhan untuk aktualisasi diri diaktifkan, definisi aktualisasi diri ini ialah suatu keinginan seseorang di dalam menggunakan seluruh kemampuan dirinya untuk kemudian mencapai apapun yang mereka mau serta dapat atau bisa dilakukan. Maslow menggambarkan aktualisasi diri sebagai orang perlu untuk menjadi dan melakukan apa yang orang itu dilakukan.⁵ Pada dasarnya dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan adalah untuk memenuhi sebuah kepuasan atau utilitas, antara kebutuhan dan keinginan memiliki perbedaan yaitu dalam konteks hal yang paling prioritas dibutuhkan yang paling menimbulkan kerusakan maka harus dipenuhi terlebih dahulu yang tidak memberikan dampak kerusakan apabila tidak terpenuhi. Maka dari itu penulis mengangkat judul Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) Pada Milenial Perspektif Kebutuhan Islam.

² Lira Aisafitri and Kiayati Yusriyah, 'Kecanduan Media Sosial (FOMO) Pada Generasi Milenial', *Jurnal Audience*, 4.01 (2021), 86–106 <<https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4249>>.

³ Khoirifa Argisa Putri, 'Fenomena YOLO Dan FOMO Jadi Tantangan Milenial Kelola Keuangan, Ini Tips Dari OJK' <<https://infobanknews.com/phenomena-yolo-dan-fomo-jadi-tantangan-milenial-kelola-keuangan-ini-tips-dari-ojk/>>.

⁴ Onius Wakerkwa, 'Peranan Sumber Daya Manusia Dalam Kabupaten Lanny Jaya', *Jurnal Holistik*, 17, 2016, 1–22.

⁵ Zainur Zainur, 'Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam', *Jurnal An-Nahl*, 7.1 (2020) <<https://doi.org/10.54576/annahl.v7i1.3>>.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif karena peneliti ingin memahami secara mendalam bagaimana fenomena Fear of Missing Out (FOMO) dialami oleh generasi milenial, serta bagaimana mereka memaknai fenomena tersebut dari sudut pandang kebutuhan dalam Islam. Penelitian ini dilakukan di kalangan milenial yang aktif di media sosial, khususnya yang berada di rentang usia 25 sampai 40 tahun. Informan dipilih secara purposif, yaitu mereka yang memenuhi kriteria tertentu seperti aktif di media sosial, pernah merasakan kecemasan karena takut tertinggal tren, dan memiliki pemahaman dasar mengenai ajaran Islam.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan beberapa informan, observasi terhadap aktivitas media sosial yang mereka ikuti, serta dokumentasi berupa catatan digital dan rujukan literatur Islam. Data yang diperoleh dianalisis secara tematik dengan cara mengelompokkan hasil temuan ke dalam tema-tema besar, kemudian ditarik kesimpulan dari hubungan antara fenomena FOMO dan konsep kebutuhan menurut ajaran Islam. Untuk menjaga keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan teknik, serta melakukan pengecekan ulang kepada informan untuk memastikan kebenaran data yang telah ditafsirkan.⁶

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

A. *Social Media Trand Pada Milenial*

Media social (*Social Networking*) adalah sebuah media online dimana penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi me liputi blog, sosial network atau jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual.⁷ Berikut data media sosial yang sering digunakan di Indonesia bulan Juli tahun 2023 adalah:

Tabel 1 Data Media Sosial Yang Paling Banyak digunakan di Indonesia tahun 2023

No	Media Sosial	Pengguna di Indonesia Juli 2023
1	WhatsApp	92,1%
2	Instagram	86,5%
3	Facebook	83,8%
4	TikTok	70,8%
5	Telegram	64,3%
6	Twitter	60,2%
7	Facebook Messenger	51,9%
8	SnackVideo	37,8%
9	Pinterest	36,0%
10	Line	31,9%

Sumber data: We are Social, data diolah peneliti 2023

Dari data di atas saat ini pengguna 10 media sosial terbanyak di Indonesia, data yang disajikan oleh *We Are Social* yaitu platform yang menyajikan data tren pengguna internet, media sosial dan perilaku *e-commerce* trend media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia pada tahun 2023 adalah WhatsApp (WA).⁸ WhatsApp menjadi

⁶ Matthew B. & A. Michael Huberman Miles, *Analisis Data Kualitatif* (Jakarta: UI-Press, 2009).

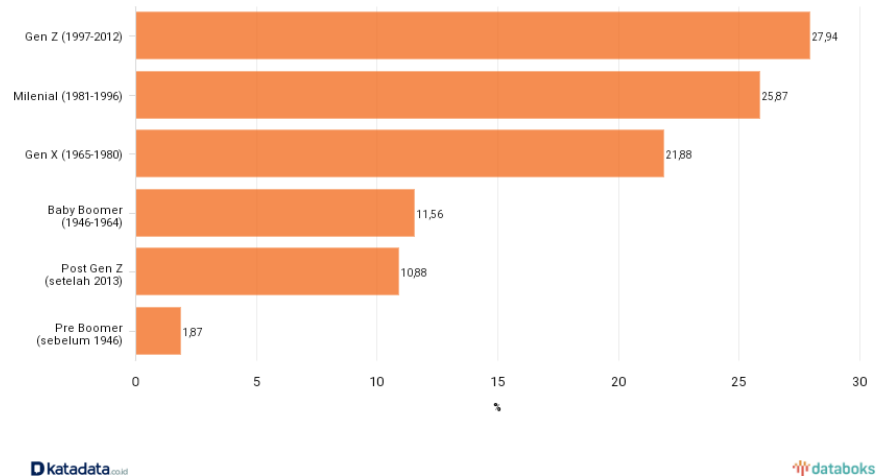
⁷ Wilga Secsio, Ratsja Putri, and R Nunung Nurwati, '7 Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja', *Jurnal Unpad*, 3(1) (2016), 47-51.

⁸ Fajrina Nadia, '10 Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan Di Indonesia 2023' <<https://www.pramborsfm.com/tech/10-media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2023>>.

aplikasi nomor satu yang paling banyak digunakan oleh orang Indonesia sebesar 92,1% dari 215 Juta pengguna, dan survey pengguna internet yang masuk ke dalam laporan ini adalah para pengguna yang berusia 16-64 tahun, Kawula Muda. Berikut data presentase penduduk Indonesia berdasarkan tahun kelahiran:⁹

Gambar 1 Presentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi tahun

Persentase Penduduk Indonesia Menurut Generasi, 2020



2020

Sumber data: data books, 2023

Berikut ini adalah dampak positif dan negatif dalam menggunakan media sosial, dampak positif:

1. Menjaga silaturahmi dengan keluarga ataupun saudara yang jauh dan sudah lama tidak bertemu.
2. Sebagai sumber belajar dan mengajar, seperti dapat browsing dan belajar ilmu pengetahuan yang baru, informasi baru, dan membantu mendapatkan informasi lebih cepat tentang pembelajaran.
3. Media penyebaran informasi, memperluas jaringan pertemanan.
4. Sebagai sarana untuk mengembangkan keterampilan.
5. Media sosial sebagai sarana promosi dan dapat membantu pemasaran bisnis seseorang sehingga dapat mengurangi mengeluarkan biaya yang besar.

Dampak Negatif:

1. Susah bersosialisasi dengan orang-orang sekitar, dikarenakan lebih suka bersosialisasi dengan dunia maya dari pada dunia nyata, sehingga terkadang sifat mereka berbeda antara dunia maya dan nyata.
2. Mementingkan diri sendiri, terkadang mereka menjadi tidak sadar dengan lingkungan mereka karena menghabiskan waktu di internet.
3. Berkurangnya kinerja, karyaan perusahaan, pelajar, mahasiswa yang bermain media sosial pada saat mengerjakan pekerjaannya akan mengurangi waktu kerja dan waktu belajar mereka.
4. Kejahatan dalam dunia maya, kejahatan ini dikenal dengan nama cyber crime. Kejahatan dunia sangat banyak macamnya seperti: hacking, cracking, spamming, dan lainnya.

⁹ Dwi Hadya Jayani, 'Proporsi Populasi Generasi Z Dan Milenial Terbesar Di Indonesia', 2021 <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>>.

5. Pornografi, cepatnya penyampaian informasi manusia lebih mudah mengakses hal yang berbau pornografi, terkadang seseorang memposting foto yang seharusnya menjadi privasi sendiri di media sosial, hal tersebut bisa membahayakan privasi seseorang karena bisa digunakan oleh pihak yang tidak bertanggung jawab.

B. *Fear of Missing Out (FOMO)*

Fear of Missing out (FOMO) adalah orang yang mudah merasa cemas, dan akan terus menerus kepikiran apabila mereka mengetahui bahwa mereka telah melewatkan sebuah berita yang sedang *happening* atau ramai di perbincangkan.¹⁰ Dalam pengertian lain FOMO adalah ketakutan masing-masing individu akan tertinggal momen maupun sesuatu yang ramai di media sosial.¹¹ Kesimpulannya adalah FOMO merupakan fenomena dimana seseorang yang tergantung dan takut kehilangan sesuatu akan merasa cemas jika tidak memenuhi keinginannya, yang seakan-akan itu menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi seseorang. Menurut Berikut ciri-ciri orang yang terkena sindrom *Fear of Missing out* (FOMO).¹²

1. Menghabiskan banyak waktu bermain dengan perangkat
2. Lebih peduli dengan dunia digital maupun sosial media, serta haus akan informasi terbaru tentang kehidupan orang lain
3. Mengeluarkan dana yang lebih besar untuk mengikuti tren yang *terupdate*
4. Mudah mengatakan “iya” pada saat di ajak untuk mengikuti sesuatu yang populer
5. Rasa ingin tahu terhadap peristiwa, berita terbaru.

Maka dapat disimpulkan menyimpulkan bahwa media sosial dengan mudah bisa mendorong perilaku manusia dan membuat kecanduan bahkan tidak bisa melepaskan perangkatnya. Dapat dikatakan FOMO jika mengalami gejala seperti diatas, yaitu tidak bisa terlepas dengan ponsel, cemas dan gelisah jika tidak mengecek akun media sosialnya, sering mementingkan berkomunikasi dengan patnernya melalui media sosial, terobsesi membuat status berlebihan dan selalu ingin eksis serta mengshare kegiatannya, jika semua itu tidak dilakukan maka dia akan merasa bingung depresi seperti ada hal yang kurang sehingga merasa ketidaknyamanan pada diri sendiri. Sehingga rasa tersebut muncul dan apabila tidak dipenuhi akan merasa cemas.

C. Utilitas Dalam Ekonomi Konvensional

Dalam kegiatan ekonomi untuk memenuhi kebutuhannya tidak jauh dengan aktivitas konsumsi, dan adanya utilitas merupakan menjadi alasan seseorang melakukan konsumsi atau membeli suatu barang atau jasa, Pembahasan mengenai utilitas ini ingin berbicara lebih dalam terkait mengapa seseorang ingin membeli atau mengkonsumsi. Dalam ekonomi konvensional, seorang konsumen memiliki suatu tujuan yaitu untuk memperoleh utilitas (*utility*) dalam kegiatan konsumsinya.

Utilitas adalah rasa kesenangan atau kepuasan keinginannya yang muncul dari konsumsi baik barang, jasa maupun aktivitas yang memunculkan rasa kepuasan tersebut, sehingga dari proses tersebut akan memperoleh kepuasan yang menghasilkan pada tingkat kebutuhan seseorang yang berbeda.¹³ Utilitas sebuah bentuk kepuasan yang didapatkan dari hal yang ia ingin peroleh sehingga akan menyebabkan tingkat kebutuhan yang berbeda pada setiap individu, karena tingkat kepuasan manusia memiliki standart sendiri-sendiri dalam menentukan tingkat kepuasannya. Dan

¹⁰ Aisafitri and Yusriyah.

¹¹ Arthur E. Hodgkinson, Chris S.; Poropat, 'Chinese Students' Participation: The Effect of Cultural Factors. Education & Training', 56 (5) (2014), 430–46 <<https://doi.org/10.1108/ET-04-2013-0057>>.

¹² Azimah Subagijo, 'Diet Dan Detoks Gadget'.

¹³ Tomi Agus, 'Hukum Utilitas Dalam Ekonomi Islam', *At Taajir: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Keuangan Syariah*, 1.1 (2019), 11–18 <<https://doi.org/10.47902/attaajir.v1i1.23>>.

setiap manusia memiliki tingkat kebutuhan nya masing-masing untuk mencapai tingkat kepuasannya.

D. Konsep Islam Tentang Kebutuhan

Pandangan ekonomi konvensional atau kapitalisme tentang kebutuhan atau keinginan merupakan segala sesuatu yang diperlukan manusia dalam rangka menyejahterakan hidupnya. Sebuah kebutuhan muncul ketika adanya rasa akan ketidakpuasan atau kekurangan dalam diri manusia yang ingin terpenuhi atau dipuaskan. Yang artinya seseorang membutuhkan sesuatu karena tanpa sesuatu itu ia merasa ada hal yang kurang dalam dirinya. Kebutuhan adalah salah satu keadaan seseorang merasa kekurangan secara fisik atau psikologis terhadap pemuas dasar tertentu/hakekat biologis. Sebuah kebutuhan muncul atau berasal dari sebuah keinginan (*want*).¹⁴ Dari definisi kebutuhan dan keinginan dapat diambil kesimpulan bahwa kebutuhan dan keinginan merupakan segala sesuatu yang diperlukan oleh manusia yang bertujuan untuk mempertahankan dan menyejahterakan hidupnya. Kebutuhan adalah cerminan perasaan ketidakpuasan atau kekurangan dalam diri manusia yang ingin dicapainya.

Pandangan menurut konsep Islam tentang kebutuhan yang disampaikan oleh Imam Al-Ghozali, beliau berpendapat bahwa kebutuhan mengacu pada kemaslahatan (kesejahteraan manusia) sebagai tujuan dari sistem hidup menurut Islam dan membahas kebutuhan untuk mencapai tujuan tersebut.¹⁵ Keinginan dan kebutuhan adalah dua hal yang berbeda. Namun kedua hal tersebut sering sekali di anggap sama dalam ekonomi konvensional. Sedangkan keduanya memiliki arti yang berbeda yaitu keinginan merupakan tindakan apabila tidak terpenuhi tidak akan menyebabkan kerusakan apa pun, namun jika kebutuhan kondisi dimana jika sesuatu hal tidak mampu terpenuhi maka akan menyebabkan kerusakan atau mempersulit kehidupan, karena adanya kebutuhan untuk memenuhi suatu hal untuk membantu manusia dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari. Pada dasarnya kebutuhan mengikut tingkat maslahatnya, karena jika memenuhi kebutuhan tidak diawali yang prioritas dahulu maka seseorang hanya mengikuti hawa nafsunya. Oleh karena itu kebutuhan adalah hal yang harus didahulukan sebelum seseorang ingin memenuhi keinginannya. Untuk mengidentifikasikan konsep kebutuhan menurut Islam ada tiga tingkatan maslahat yang berada dalam maqashid syariah yaitu, dharuriyyat, hajiyyat, dan Tahsiniyyat.¹⁶

1. Dharuriyat

Dharuriyat adalah suatu kebutuhan jika tidak dapat terpenuhi maka akan dapat mengancam kehidupan atau mempersulit berlangsungnya kehidupan. Kebutuhan pada hal ini sering kita sebut dengan kebutuhan primer. Dan dalam hal ini tingkatan pada dharuriyat terdapat lima komponen utama maqashid syariah, yaitu agama (dien), Jiwa (nafs), akal ('aql), keturunan (nasl), dan harta (maal).

2. Hajiyyat

Hajiyyat merupakan suatu kebutuhan yang apabila tidak terpenuhi maka dapat mengganggu kehidupan, kebutuhan pada tingkat ini sering kita sebut dengan kebutuhan sekunder.

3. Tahsiniyyat

Tahsiniyyat adalah suatu kebutuhan apabila tidak terpenuhi maka tidak akan mengganggu keberlangsungan kehidupan atau menghambat jalannya kehidupan. Dalam hal ini sering disebut dengan kebutuhan tersier.

¹⁴ H. Zainur, 'Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam', *An-Nahl*, 09.05 (2017).

¹⁵ Nur Sholeh Nurzaman, *Ekonomi Mikro Islam*, ed. by Aklia Suslia (Jakarta: Salemba Empat, 2022).

¹⁶ Nurzaman.

Dalam Islam sendiri antara tiga yang harus di utamakan adalah kebutuhan dharuriyat karena jika tidak terpenuhi akan menghambat kehidupan sehingga memunculkan kerusakan. Islam memiliki konsep dalam mengatur kebutuhan dan keinginan yaitu tidak boleh berlebih-lebihan, tidak bermewah-mewahan, menyeimbangkan antara pemasukan dan pengeluaran seperti yang ada dalam Al-Qur'an (Q.S Al-A'raf : 31)

يٰۤاٰدَمُ خُذْ زِينَتَكَ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلْ وَاشْرَبْ وَلَا تُسْرِفْ ۚ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

Artinya: “Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di setiap (memasuki) mesjid, makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan”. Dalam tersebut menjelaskan bahwa adanya sifat yang tidak berlebih-lebihan, maka hiduplah dengan apa yang sudah diberikan tidak perlu berlebih-lebihan untuk mengupayakan hal yang tidak diperlukan, karena Allah tidak menyukai hambanya yang suka berlebih-lebihan.”

Setiap hal yang dilakukan manusia pasti ada hal yang mendatangkan manfaat maupun tidak mendatangkan manfaat, yang disebut dengan masalah dengan utilitas. Masalah berasal dari kata shalaha secara arti kata berarti baik lawan dari kata buruk atau rusak, atau masdarnya shalaah, yaitu manfaat atau terlepas daripadanya kerusakan.¹⁷ Utilitas adalah rasa kesenangan atau kepuasan keinginannya yang muncul dari konsumsi baik barang, jasa maupun aktivitas yang memunculkan rasa kepuasan tersebut.¹⁸ Masalah yang sering kita sebut adalah sebuah kebutuhan, sedangkan utilitas sering disebut dengan keinginan. Kedua hal tersebut selalu berkaitan, bahkan hamper dianggap sama karena beberapa manusia terkadang tidak bisa membedakan mana yang lebih prioritas atau diutamakan antara kebutuhan dan keinginan. Dari kedua pengertian tersebut adalah dua hal yang berbeda dimana kebutuhan adalah kegiatan dalam memenuhi keperluan hidup yang dimana jika tidak terpenuhi maka akan menimbulkan kerusakan, sedangkan keinginan adalah kegiatan dalam memenuhi rasa kepuasan, pada dasarnya rasa kepuasan akan memunculkan rasa keinginan untuk memenuhinya.

Menurut M. Umer Chapra kebutuhan senilai dengan keinginan. Di mana keinginan ditentukan oleh konsep kepuasan. Dalam perspektif konvensional, kebutuhan ditentukan oleh konsep kepuasan. Dalam perspektif Islam kebutuhan di tentukan oleh konsep masalah. Pembahasan konsep kebutuhan dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari kajian perilaku konsumen dari kerangka maqasid syari'ah (tujuan syari'ah).¹⁹ Tujuan syari'ah harus dapat menentukan tujuan perilaku konsumen dalam Islam. Tujuan syari'ah Islam adalah tercapainya kesejahteraan umat manusia (maslahat-al- 'ibad). Kesimpulannya kebutuhan menurut perspektif Islam adalah kegiatan yang mendatangkan kesejahteraan umat manusia dalam memenuhi kebutuhannya. Dalam konteks ekonomi utilitas dimaknai sebagai kegunaan barang yang dirasakan oleh seorang konsumen dalam mengonsumsi suatu barang, karena rasa inilah maka sering kali utilitas dimaknai juga sebagai rasa puas dan kepuasan yang dirasakan oleh seorang konsumen dalam mengonsumsi suatu barang atau jasa.²⁰

Dalam perspektif Islam antara kebutuhan dengan keinginan itu dipisahkan, karena mengikuti keinginan akan mengarah kepada konsumerisme atau gaya hidup yang menganggap barang merah adlaah ukuran kebahagiaan maupun kesenangan seseorang atau dengan kata lain hidup bernewah-mewahan atau dengan gaya. Meski satu rumah tangga sudah mampu memenuhi tiga kebutuhan, Islam tetap tidak menganjurkan, bahkan melarang pengeluaran yang berlebih-lebihan dan terkesan mewah, tidak bermanfaat, karena dapat mendatangkan kerusakan dan

¹⁷ Ibrahim Ahmad Harun, 'Dalam Ekonomi Islam Menurut Tokoh Islam dan Jumhur Ulama', 1.November (2022).

¹⁸ Agus.

¹⁹ H. Zainur.

²⁰ Husni Thamrin Rahmawati, 'Relevansi Utility Dan Masalah Dalam Mikro Islam', *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 4 (2021), 1-9.

kebinasaan. Maka sebagai umat Islam kita harus memenuhi kebutuhan yang sifatnya dapat mendatangkan kerusakan apabila tidak dipenuhi, setelah itu baru memenuhi kebutuhan lainnya maupun suatu keinginan yang ingin dipenuhi akan tetapi dengan cara tidak berlebihan.

E. Fenomena *Fear of Missing Out* (FOMO) Pada Milenial Perspektif Kebutuhan Islam

FOMO adalah orang yang mudah merasa cemas, dan akan terus menerus kepikiran apabila mereka mengetahui bahwa mereka telah melewatkan sebuah berita yang sedang *happening* atau ramai di bahas, dan rasa ingin muncul di media sosial.²¹ Dalam berita yang dirilis oleh infobanknews.com yang disampaikan Kepala Departemen Literasi, Inklusi Keuangan, dan Komunikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Aman Santosa menyatakan bahwa, literasi keuangan menjadi suatu yang penting agar para milenial saat ini dapat mengedepankan kebutuhan dibanding keinginan, Fenomena ini FOMO (*Fear of Missing Out*) dan YOLO (*You Only Look Once*) menjadi tantangan milenial dalam mengelola keuangan.²² Bagi masyarakat Indonesia khususnya kalangan remaja, media sosial seakan sudah menjadi candu, tiada hari yang dilalui tanpa membuka media sosial, bahkan hampir 24 jam mereka tidak lepas dari smartphone.

Setiap masing-masing media sosial tersebut memiliki keunggulan tersendiri dalam menarik pengguna media sosial yang mereka miliki. Media sosial memang menawarkan banyak kemudahan yang dapat membuat para kalangan masyarakat betah berlama-lama berselancar di dunia maya. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi *feedback* secara terbuka untuk berkomentar, serta membagikan informasi yang diperoleh dalam waktu yang cepat dan tak terbatas, sehingga terkadang milenial saat ini menganggap media sosial merupakan sesuatu yang dibutuhkan di hidupnya yang terdapat hal tersebut termasuk sebuah keinginan belaka. Dari hasil penelitian melalui beberapa wawancara mereka menggunakan media sosial karena kebanyakan lingkungannya menggunakan aplikasi tersebut seperti IG, WA, TikTok, selain untuk trend dan hiburan mereka juga menggunakan karena kebutuhan pekerjaan seperti promosi, dan ada juga mereka menggunakan untuk eksis di dunia maya untuk membangun branding dan nama agar lebih dikenal lebih luas dan mendapatkan pengakuan.

Menurut salah satu informan seorang PNS dan praktisi berumur 32 tahun mengatakan pernah mengalami fomo namun karena agar tidak tertinggal akan informasi terbaru dan pengetahuan tentang kecanggihan IT, dan beliau melakukan hal tersebut atas dasar kesadaran diri sendiri karena merasa harus mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan teknologi (IPTEK) saat ini jika tidak mengikuti hal tersebut beliau tidak merasakan kecemasan namun akan merasa rugi dan menganggap bahwa media sosial sangatlah dibutuhkan, seperti tiktok dapat digunakan sarana dalam menyebarkan ilmu dan mendapatkan ilmu-ilmu baru karena menurutnya jika bisa mengikuti perkembangan IPTEK tentu pengetahuan yang ia dapat sangatlah banyak dan bisa dibagikan di lingkungan yang membutuhkan.

Informan kedua seorang mahasiswa berumur 27 tahun, ia merasakan mengalami gejala FOMO namun untuk tujuan *learning* hal itu dilakukan atas dasar kesadaran diri sendiri tanpa pengaruh lingkungan sekitar, hal itu ia lakukan karena ingin mendapatkan *insight* baru dari orang lain melalui media sosial selain itu ia gunakan media sosial untuk refreshing karena baginya banyak hiburan yang ia juga dapatkan melalui media sosial seperti TikTok maupun Youtube dikala ketika merasa membutuhkan hiburan lebih, dan menurutnya keuntungan yang ia dapatkan melalui media sosial cukuplah banyak jika kita bisa mengambil dari sisi positifnya seperti mendapatkan *insight* baru baik itu di bidang sosial, ekonomi wirausaha maupun pendidikan dan meskipun fomo namun dia tidak sampai mengganggu dalam memenuhi kebutuhan utamanya seperti makan, minum, beribadah.

Informan ketiga seorang wiraswasta seorang laki-laki berumur 34 tahun ia terkadang juga merasakan FOMO karena tidak bisa terlepas akan Handphone yang ia pegang dan hal tersebut

²¹ Aisafitri and Yusriyah.

²² Putri.

terkadang membuat pekerjaan lainnya terkendala dan terhambat. Sehingga beberapa kebutuhan utama tidak terpenuhi ketika sudah asik dengan media sosial dan handphone, telat melaksanakan sholat, mengutamakan beli hal-hal yang tidak penting dari pada kebutuhan utama. Maka dia sadar bahwa harus ada orang yang membantu mengingatkan atau mengajaknya untuk melakukan hal yang lebih positif melalui media sosial, tidak hanya digunakan sebagai alat penghibur namun digunakan sebagai alat pembantu mendapatkan informasi lebih banyak agar mendapatkan manfaat yang lebih, dan digunakan untuk membagikan momen yang ia baik di story wa maupun di FB atau IG, karena menurutnya dapat melihat kenangan tersebut dikemudian hari.

Dari ketiga informan dapat disimpulkan dikatakan FOMO dalam perspektif Islam jika sampai mengganggu tiga konsep kebutuhan menurut Imam Al-Ghozali:

1. Dharuriyat, dari informan satu dan dua tidak sampai mengganggu kebutuhan dharuriyat utama maqashid syariah, yaitu agama (dien), Jiwa (nafs), akal ('aql), keturunan (nasl), dan harta (maal). Namun informan ketiga sampai mengganggu kehidupannya yaitu terhadap kewajiban perintah agama, karena membuang waktu hanya untuk hal yang tidak berguna, sehingga membuang-buang harta untuk hal yang tidak berguna. Dan juga telat melaksanakan sholat sehingga terbelakalai.
2. Hajiyyat, dalam hal ini ketiga informan tidak merasa terganggu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari dalam menjalani kehidupannya. Seperti kesehatan dasar, komunikasi, listrik, air bersih, transportasi atau elemen-elemen dasar yang memastikan kelangsungan hidup.
3. Tahsiniyyat, untuk ketiga informan fomo juga membantu dalam hal pendidikan dan pengetahuan, karena dari hal tersebut dapat di ambil sisi positifnya yaitu menambah wawasan terkait pendidikan dan tidak melupakan kebutuhan utama untuk menjaga kesehatan jiwa maupun badan.

Kesimpulannya adalah setiap manusia memiliki hak untuk memanfaatkan sesuatu hal dan bahkan perlu mengikuti perkembangan teknologi saat ini namun harus dalam kadar yang sewajarnya dan seperlunya karena dalam Islam sendiri sudah mengatur bahwa tidak diperbolehkannya berlebihan dalam menggunakan sesuatu sehingga mengabaikan hal yang lain yang lebih diutamakan. Adanya media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat berkomunikasi dan untuk berbagi maupun menyebarkan informasi namun juga membagikan perasaan, kenangan baik yang sedih maupun senang, hal tersebut juga memiliki sisi negative seperti menyebabkan perundungan, pembulian atau bisa mengambil foto seseorang tanpa izin dan menyebarkannya tanpa bertanggung jawab. Terlebih lagi bagi generasi milenial yang memiliki kekasih, jejaring sosial ini sangat penting.

Selain itu generasi milenial juga dapat menggunakan media sosial untuk berbisnis online maupun sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhannya atau bahkan menjadi sumber penghasilannya. Akan tetapi tak jarang juga ada yang melakukan kejahatan dalam komunikasi tersebut, seperti cyberbullying, penipuan melalui pesan teks atau panggilan suara, ataupun melakukan panggilan video tak senonoh. Maka kita harus pandai dalam menggunakan media sosial dan memisahkan akan kebutuhan atau hanya sebatas keinginan yang di anggap sebagai kebutuhan. Maka sebagai kaum milenial disebutkan, kita harus bisa mengendalikan hal-hal mana yang perlu diperhatikan dalam memutuskan apa saja yang akan kita konsumsi baik sandang pangan papan yang akan di prioritaskan, karena dalam Islam kita harus hidup dengan tidak berfoya-foya hanya demi pengakuan sosial maupun karena tidak ingin ketinggalan trend yang ada saat ini.

Kesimpulan

Pola Gaya hidup dapat di lihat melalui apa yang dikenakan oleh seseorang, terkait dengan aktivitas, minat, opini, dan ruang sosial. Gaya hidup bukan hanya sekedar aktivitas mengisi waktu luang. Gaya hidup milenial saat ini dapat terdeskripsikan melalui karakteristik, citra diri, ruang sosial maupun media sosial. Media sosial menjadi salah satu tempat branding maupun tempat milenial untuk eksis dan mengikuti trend yang ada. penggunaan media sosial yang berlebihan mengakibatkan seseorang mengalami *Fear of Missing Out* FOMO karena selalu ingin melihat media sosial karena kecemasan yang ada jika tidak melihat media sosial sebentar saja. Fenomena pada milenial FOMO mengekspresikan pola hidupnya dengan hal-hal yang berlebihan, tidak dapat mengontrol diri untuk terus terhubung dengan aktivitas orang lain dan mengabaikan aktivitas sendiri.

Karakteristik FOMO pada umumnya terlihat biasa-biasa saja, hanya saja jika diteliti secara mendalam, mereka mempunyai aktivitas, minat, dan opini yang lebih tinggi dengan media sosial daripada dunia nyata, sehingga akan terjadi lepas kontrol untuk diri sendiri dalam menggunakan media sosial jika tidak mengelolanya dengan baik. Demi memenuhi keinginan untuk tetap terhubung dengan orang lain membuat milenial saat ini mengalami fenomena FOMO dimanapun dan kapanpun tidak dapat jauh dari media sosial, dan bahkan mereka menganggap hal itu seperti sebuah kebutuhan yang harus mereka penuhi karena berlebihan pada media sosial dan merasa cemas apabila tidak melakukannya.

Terdapat dampak positif dan negatif diantaranya, milenial yang mengalami FOMO, menjadi lebih bersyukur dengan apa yang dirinya punya, dan bahkan beberapa dari mereka memiliki banyak teman di media sosial. Seringnya mengakses media sosial membuat diri mereka menjadi toxic, dimana hal tersebut juga memberikan manfaat yang positif seperti selalu terupdate dengan informasi-informasi terbaru setiap harinya. Kecanduan bermedia sosial mengakibatkan dirinya menjadi lalai dengan kewajibannya dan selalu ingin bermalas-malasan, sehingga akan mempengaruhi pola hidup mereka. Dalam perspektif Islam kebutuhan sendiri sudah memiliki konsep bahwa sebuah kebutuhan itu sesuatu yang mendatangkan manfaat dan dalam kebutuhan sudah diatur tidak boleh berlebih-lebihan terhadap sesuatu. Menggunakan media sosial juga harus sesuai kebutuhan dan kadar yang sesuai dibutuhkan tidak berlebihan agar tidak mempengaruhi pola hidup milenial saat ini

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, Tomi, 'Hukum Utilitas Dalam Ekonomi Islam', *At Taajir: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Keuangan Syariah*, 1.1 (2019), 11–18 <<https://doi.org/10.47902/attaajir.v1i1.23>>
- Aisafitri, Lira, and Kiayati Yusriyah, 'Kecanduan Media Sosial (FOMO) Pada Generasi Milenial', *Jurnal Audience*, 4.01 (2021), 86–106 <<https://doi.org/10.33633/ja.v4i01.4249>>
- H. Zainur, 'Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam', *An-Nabl*, 09.05 (2017)
- Harun, Ibrahim Ahmad, 'Dalam Ekonomi Islam Menurut Tokoh Islam dan Jumhur Ulama', 1.November (2022)
- Hodkinson, Chris S.; Poropat, Arthur E., 'Chinese Students' Participation: The Effect of Cultural Factors. Education & Training', 56 (5) (2014), 430–46 <<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/ET-04-2013-0057>>
- Jayani, Dwi Hadya, 'Proporsi Populasi Generasi Z Dan Milenial Terbesar Di Indonesia', 2021 <<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>>
- Nadia, Fajrina, '10 Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan Di Indonesia 2023' <<https://www.pramborsfm.com/tech/10-media-sosial-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2023>>
- Nurzaman, Nur Sholeh, *Ekonomi Mikro Islam*, ed. by Aklia Suslia (Jakarta: Salemba Empat, 2022)

- Putri, Khoirifa Argisa, 'Fenomena YOLO Dan FOMO Jadi Tantangan Milenial Kelola Keuangan, Ini Tips Dari OJK' <<https://infobanknews.com/fenomena-yolo-dan-fomo-jadi-tantangan-milenial-kelola-keuangan-ini-tips-dari-ojk/>>
- Rahmawati, Husni Thamrin, 'Relevansi Utility Dan Masalahah Dalam Mikro Islam', *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 4 (2021), 1–9
- Secsio, Wilga, Ratsja Putri, and R Nunung Nurwati, '7 Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja', *Jurnal Unpad*, 3(1) (2016), 47–51
- Subagijo, Azimah, 'Diet Dan Detoks Gadget'
- Wakerkwa, Onius, 'Peranan Sumber Daya Manusia Dalam Kabupaten Lanny Jaya', *Jurnal Holistik*, 17, 2016, 1–22
- Zainur, Zainur, 'Konsep Dasar Kebutuhan Manusia Menurut Perspektif Ekonomi Islam', *Jurnal An-Nabl*, 7.1 (2020) <<https://doi.org/10.54576/annahl.v7i1.3>>