

FOMO SEBAGAI REFLEKSI KRISIS HARGA DIRI: TINJAUAN INTEGRATIF PSIKOLOGI MODERN DAN NILAI ISLAM

Wantomo Diar Gumelar¹, Khoirul Mubin²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
diargumelar693@gmail.com¹, khoirulmubin66@gmail.com²

ABSTRACT

The phenomenon of Fear of Missing Out (FoMO) has emerged as a significant psychosocial impact experienced by generation Z in the digital era, primarily due to their high dependence on social validation through social media. FoMO is closely related to low self-esteem, where individuals tend to experience social anxiety and psychological pressure from feeling left out of others' social experiences. This study aims to examine FoMO as a manifestation of a self-esteem crisis and to offer an integration between modern psychological approaches and Islamic spiritual values as an alternative solution. The method used is qualitative research with a library research approach, analyzing contemporary psychological theories and the Islamic concept of self-worth. The findings show that FoMO is a response to unstable self-esteem that relies heavily on social approval. Individuals with low self-esteem are more vulnerable to digital pressure and social comparison. Islamic values such as izzah (dignity), muru'ah (moral integrity), and ihsān (spiritual awareness) offer a more stable and transcendental paradigm of self-worth. This integration provides a holistic approach to strengthening the psychological resilience of generation Z amid the growing FoMO phenomenon.

Keywords: fear of missing out (fomo), self-esteem, islamic spirituality

ABSTRAK

Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) menjadi salah satu dampak psikososial signifikan yang dialami Generasi Z di era digital, terutama akibat tingginya ketergantungan pada validasi sosial melalui media sosial. FoMO memiliki keterkaitan erat dengan rendahnya *self-esteem*, di mana individu cenderung mengalami kecemasan sosial dan tekanan psikologis karena merasa tertinggal dari pengalaman sosial orang lain. Penelitian ini bertujuan mengkaji FoMO sebagai manifestasi krisis harga diri serta menawarkan integrasi antara pendekatan psikologi modern dan nilai-nilai spiritual Islam sebagai alternatif solusi. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*), yang menganalisis teori-teori psikologi kontemporer dan konsep harga diri dalam Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa FoMO merupakan respons terhadap instabilitas harga diri yang bergantung pada pengakuan sosial. Individu dengan *self-esteem* rendah lebih rentan terhadap tekanan digital dan perbandingan sosial. Nilai-nilai Islam seperti *izzah* (kemuliaan diri), *muru'ah* (integritas moral), dan *ihsān* (kesadaran spiritual) menawarkan paradigma harga diri yang lebih stabil dan

transdental. Integrasi ini dapat memberikan pendekatan holistik dalam membangun ketahanan psikologis Generasi Z di tengah fenomena FoMO yang semakin meluas

Kata Kunci: fear of missing out (fomo), self-esteem, spiritualitas islam

A. Pendahuluan

Era digital telah merevolusi lanskap sosial dan psikologis Generasi Z melalui kemajuan teknologi informasi dan ekspansi media sosial yang masif. Generasi ini, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan kelompok pertama yang tumbuh sepenuhnya dalam lingkungan digital, sehingga dikenal sebagai *digital natives* (Anisti, Sidarta, Imran, & Syatir, 2024). Identitas sebagai penduduk asli dunia digital membentuk pola komunikasi, gaya hidup, dan cara berinteraksi yang khas, dengan interaksi daring menjadi elemen dominan dalam kehidupan sehari-hari (Ramadhani & Khoirunisa, 2025). Perubahan ini berdampak signifikan terhadap dinamika psikologis, baik secara individual maupun kolektif, terutama dalam proses pembentukan identitas diri, pembangunan relasi sosial, serta pengambilan keputusan dalam berbagai aspek kehidupan (Twenge, Martin, & Spitzberg, 2019). Meskipun akses informasi yang luas dan konektivitas yang tinggi memberikan

berbagai kemudahan, kondisi ini juga menciptakan tantangan psikologis yang kompleks, termasuk meningkatnya kerentanan terhadap tekanan social, kecemasan dan psikososial lainnya (Kircaburun, Alhabash, Tosuntaş, & Griffiths, 2020). Oleh karena itu, dominasi digital memunculkan tantangan psikologis baru bagi Generasi Z di tengah arus informasi yang terus mengalir

Salah satu pengaruh paling menonjol dari dominasi digital terhadap Gen Z adalah munculnya fenomena Fear of Missing Out (FoMO). Przybylski, Murayama, DeHaan, & Gladwell (2013) menjelaskan bahwa FoMO memiliki keterkaitan erat dengan motivasi, emosi, dan perilaku individu dalam penggunaan media sosial. terhadap gangguan psikologis seperti peningkatan kecemasan, depresi, serta munculnya perasaan kesepian yang mendalam (Fabris, Marengo, Longobardi, & Settanni, 2020). Selain itu, Latief (2024) menambahkan bahwa FoMO dapat memicu

ketergantungan terhadap media sosial, ketakutan kehilangan peran dalam kelompok sosial, serta kecenderungan terhadap pola hidup konsumtif dan hedonistik. Lebih jauh, FoMO juga berkaitan dengan perilaku disfungsional seperti *phubbing*, *nomophobia*, *stalking*, dan kecenderungan membandingkan diri secara daring yang berdampak negatif terhadap produktivitas dan kesejahteraan psikologis. Dalam konteks ini, tingginya intensitas penggunaan media sosial pada Generasi Z memperkuat ketergantungan terhadap validasi eksternal, yang pada akhirnya membentuk krisis harga diri (Ayu, Safitri, & Sujarwo, 2025). Dengan demikian, FoMO tidak hanya merupakan gejala sosial akibat digitalisasi, tetapi juga mencerminkan krisis harga diri.

Secara psikologis, fenomena FoMO memiliki keterkaitan erat dengan konsep *self-esteem* atau harga diri. Individu dengan tingkat harga diri yang rendah cenderung lebih rentan mengalami FOMO secara intens, karena memiliki dorongan yang lebih besar untuk mencari validasi dan pengakuan sosial sebagai kompensasi atas

ketidakstabilan persepsi terhadap nilai dirinya (Uram & Skalski, 2022). Temuan empiris dari Fitriana (2024) yang meneliti pengguna media sosial dari Generasi Z menguatkan korelasi ini, dengan menunjukkan bahwa *self-esteem* memberikan kontribusi signifikan sebesar 5,6% terhadap variansi FoMO, dan hubungan tersebut bersifat negatif. Artinya, semakin rendah harga diri seseorang, semakin besar kecenderungannya mengalami FoMO. Hasil ini sejalan dengan studi sebelumnya yang mengungkap bahwa rendahnya *self-esteem* memperkuat mekanisme perbandingan sosial negatif di media sosial, yang pada akhirnya meningkatkan kecemasan akibat perasaan tertinggal dari pengalaman sosial penting (Barry, Sidoti, Briggs, Reiter, & Lindsey, 2017). Meskipun demikian, pendekatan psikologi Barat dalam memaknai *self-esteem* cenderung bersifat eksternalistik, yaitu menekankan pada konstruksi harga diri berdasarkan validasi dan pengakuan dari lingkungan sosial (Eromo & Levy, 2017). Oleh karena itu, diperlukan integrasi pendekatan yang lebih holistik untuk melengkapi perspektif psikologi Barat, khususnya dalam memahami *self-esteem*.

Dalam perspektif Islam, harga diri terwujud dalam konsep *murū'ah*, yakni integritas moral dan spiritual yang tertanam kuat dalam jiwa seseorang, berakar dalam hati, serta berkembang menjadi karakter yang melekat secara alami tanpa paksaan. Individu yang memiliki *murū'ah* tinggi menilai martabat dirinya bukan dari pencapaian material, melainkan melalui peningkatan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT (Cantika, Tohar, & Khairi, 2024). Selaras dengan itu, Subagja et al. (2025a) menegaskan bahwa Islam memahami harga diri sebagai *izzah* atau kemuliaan diri, yang bersumber dari relasi spiritual dengan Tuhan, bukan dari pengakuan sosial yang bersifat sementara. Konsep *izzah* mencerminkan integrasi nilai-nilai iman dan takwa yang membentuk ketahanan psikologis individu dalam menghadapi tekanan budaya populer dan derasnya arus digital. Dalam konteks ini, Islam menawarkan paradigma harga diri yang tidak bergantung pada validasi eksternal seperti media sosial, tetapi didasarkan pada kesadaran akan kemuliaan yang dikaruniakan Allah kepada orang-orang beriman (Arroisi & Badi', 2022). Pendekatan spiritual ini menjadi solusi

komprehensif atas krisis harga diri dan fenomena FoMO pada generasi Z, dengan meneguhkan fondasi nilai-nilai internal yang lebih stabil dan tahan terhadap pengaruh sosial yang berubah-ubah.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan relevansi kuat dengan tema ini dan memperkaya pemahaman terhadap fenomena FoMO. Fitri, Hariyono, & Arpandy (2024) menemukan bahwa harga diri (*self-esteem*) berpengaruh negatif secara signifikan terhadap kecenderungan FoMO, yang berarti semakin tinggi *self-esteem* seseorang, semakin rendah tingkat FoMO yang dialaminya. Sementara itu, Senda, Boe, & Bili (2024) menekankan bahwa dampak negatif FoMO yang muncul akibat kemajuan digital menuntut penanganan komprehensif melalui penguatan literasi digital, pengajaran etika komunikasi, serta keterlibatan aktif orang tua, pendidik, dan institusi sekolah. Lebih lanjut, penelitian Wardani & Cahyani (2024) yang menyatakan bahwa FoMO dalam pandangan Islam diposisikan sebagai bentuk ujian, sehingga penting bagi individu untuk meningkatkan kesadaran spiritual melalui sikap

syukur, sabar, dan doa memohon perlindungan. Sejalan dengan itu, Panggabean (2024) dalam tinjauan literaturnya menyebut Generasi Z sebagai *always connected generation* yang membutuhkan pendekatan holistik untuk menangani kompleksitas fenomena FoMO secara lebih manusiawi dan kontekstual. Namun demikian, dari berbagai temuan tersebut, masih terdapat celah penelitian, yaitu belum adanya integrasi antara perspektif psikologi Barat dan psikologi Islam dalam memahami dan merespons krisis harga diri yang ditimbulkan oleh fenomena FoMO.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi fenomena FoMO sebagai manifestasi dari krisis harga diri yang dialami oleh generasi Z, sekaligus menggali kontribusi nilai-nilai Islam sebagai alternatif solusi yang lebih stabil dan bermakna. Dengan mengintegrasikan pendekatan psikologi modern dan spiritualitas Islam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan teoretis dan praktis dalam memahami serta merespons dinamika psikologis kontemporer secara lebih utuh dan kontekstual.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*) (Zed, 2008). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengeksplorasi makna, struktur konseptual, dan hubungan tematik antara fenomena FOMO, self-esteem, dan nilai-nilai spiritual Islam. Teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dilakukan dengan menghimpun dan mencatat data dari sumber dokumen yang telah tersedia atau terdokumentasi sebelumnya (Iskandar, 2022). Data yang dianalisis terdiri dari dua kategori besar. Pertama, sumber-sumber psikologi modern, seperti teori *self-esteem* serta beberapa studi yang meneliti hubungan *self-esteem* dan FoMO pada generasi Z. Kedua, sumber nilai-nilai spiritual islam.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles, Huberman, & Saldana, 2014). Pada tahap reduksi data, peneliti memilah dan memilih informasi dari berbagai sumber terkait representasi fenomena FoMO sebagai manifestasi krisis harga diri

dalam budaya digital. Tahap penyajian data dilakukan dengan menyusun temuan secara sistematis untuk memperlihatkan keterhubungan antara dinamika FoMO, interaksi psikologis kontemporer yang dialami Generasi Z, serta respons normatif yang ditawarkan oleh nilai-nilai Islam. Pada tahap penarikan kesimpulan, peneliti menginterpretasikan data dengan mengintegrasikan temuan ke dalam kerangka teoretis untuk memahami peran spiritualitas Islam sebagai solusi alternatif terhadap krisis harga diri dalam budaya digital.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan FoMO dalam Dunia Digital

Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) merupakan gejala psikologis kontemporer berupa kecemasan dan kegelisahan akibat tidak terlibat dalam pengalaman menyenangkan yang dialami orang lain. Konsep ini pertama kali dikonseptualisasikan oleh Przybylski et al. (2013) sebagai kekhawatiran yang meresap dalam diri individu bahwa orang lain mungkin sedang mengalami pengalaman yang bernilai, sementara dirinya tidak terlibat. Sementara itu, Riordan, Flett, Hunter, Scarf, & Conner (2015) menekankan bahwa FoMO berkaitan

erat dengan tidak terpenuhinya kebutuhan akan keterikatan sosial (*social belonging*), terutama di lingkungan digital yang kompetitif. Menurut Buglass, Binder, Betts, & Underwood, (2017) FoMO dipahami sebagai respons terhadap tekanan sosial digital, di mana representasi sosial orang lain menjadi sumber utama kecemasan dan tekanan psikologis. Dengan demikian, FoMO tidak hanya sekadar kecemasan ringan, melainkan bagian dari krisis psikososial dalam era konektivitas digital.

Przybylski et al. (2013) mengemukakan bahwa munculnya FoMO erat kaitannya dengan sejumlah aspek psikologis yang saling berinteraksi. Salah satu pemicunya adalah ketidakmampuan individu dalam memenuhi kebutuhan akan koneksi sosial, yang berdampak pada munculnya perasaan terasing dan minimnya partisipasi dalam interaksi sosial. Selain itu, individu dengan tingkat harga diri yang rendah cenderung lebih mudah mengalami FoMO karena adanya persepsi negatif terhadap diri sendiri yang dianggap tidak setara dengan orang lain. Di samping itu, FoMO juga berhubungan dengan penurunan kesejahteraan

psikologis, tercermin dari meningkatnya stres, kecemasan, dan gejala depresi, terutama pada individu yang merasa terdorong secara terus-menerus untuk mengikuti perkembangan sosial maupun tren di media digital.

Dalam kajian psikologi kognitif, FoMO dikaitkan dengan *maladaptive cognition*, yaitu pola pikir tidak adaptif yang mendorong individu memandang dirinya inferior akibat perbandingan sosial yang berlebihan. Salah satu pemicunya adalah *intermittent reinforcement*, yakni penguatan yang muncul secara tidak teratur melalui notifikasi media sosial, sehingga memperkuat perilaku kompulsif dalam memeriksa perangkat digital secara terus-menerus (Alt, 2015). Perasaan ini, semakin diperparah oleh kebutuhan untuk memperoleh validasi sosial melalui jumlah *likes*, *comments*, atau *shares* di media sosial memicu perasaan tertinggal, kecemasan sosial, dan penurunan harga diri. Selain itu, penyajian kehidupan sosial secara selektif dan estetis di media sosial menciptakan ilusi kebahagiaan dan kesuksesan yang tidak proporsional, sehingga memperparah kecenderungan membandingkan diri

secara negatif dengan orang lain (Fabris et al., 2020).

Fenomena FoMO tidak hanya berdampak pada aspek psikologis individu, tetapi juga membawa implikasi serius terhadap kualitas hubungan interpersonal. Salah satu manifestasi nyata dari FoMO adalah perilaku *phubbing*, yakni kecenderungan untuk mengabaikan lawan bicara dalam interaksi langsung karena lebih tertarik pada aktivitas di media sosial. Perilaku ini secara signifikan mengurangi kedekatan emosional dan efektivitas komunikasi. Selain itu, tekanan sosial yang ditimbulkan oleh FoMO dapat menyebabkan gangguan dalam pola komunikasi, kesulitan dalam menetapkan prioritas interaksi, serta memicu kecanduan terhadap media sosial yang semakin memperburuk relasi antarpersonal. Individu yang terjebak dalam dinamika FoMO cenderung mengesampingkan interaksi sosial yang bermakna demi mengejar validasi digital, yang pada akhirnya melemahkan kepercayaan, mengikis kedekatan emosional, dan menghambat terbentuknya relasi yang sehat (Latief, 2024). Oleh karena itu, FoMO tidak hanya mengancam kesejahteraan individu, tetapi juga

menjadi sumber disintegrasi dalam hubungan sosial yang berakar dari krisis harga diri.

Self-Esteem dan Krisis Identitas Digital

Self-esteem atau harga diri merupakan konsep fundamental dalam psikologi Barat yang merujuk pada cara individu menilai dan menghargai dirinya sendiri. Rosenberg 1979 mendefinisikan *self-esteem* sebagai sikap positif atau negatif individu terhadap dirinya secara keseluruhan. Sementara itu, Coopersmith (1967) menjelaskan bahwa *self-esteem* adalah evaluasi pribadi yang dilakukan individu terhadap dirinya, yang berkaitan erat dengan penghargaan terhadap diri sendiri. Konsep ini mencerminkan sejauh mana seseorang menerima atau menolak dirinya, serta menunjukkan tingkat kepercayaan bahwa dirinya mampu, berharga, dan memiliki potensi untuk meraih keberhasilan. *Self-esteem* mencakup dua dimensi utama: aspek kognitif, yaitu persepsi dan penilaian individu terhadap dirinya, serta aspek afektif, yaitu perasaan yang menyertainya. Dalam konteks psikologi Barat, pembentukan *self-esteem* sangat dipengaruhi oleh validasi sosial,

sehingga menjadikannya bersifat eksternalis, yakni sangat bergantung pada penerimaan dan pengakuan dari lingkungan sosial (Harter, 2015).

Dalam konteks Generasi Z, kelompok generasi yang lahir dan berkembang dalam atmosfer digital orientasi harga diri mengalami transformasi besar. Generasi ini tumbuh dalam lingkungan yang sangat terhubung dengan media sosial, yang bukan hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga arena utama dalam membentuk identitas diri (Best, Manktelow, & Taylor, 2014). Dalam ekosistem digital ini, representasi diri tak lagi hanya berdasarkan refleksi internal, tetapi sangat ditentukan oleh bagaimana diri ditampilkan dan diterima oleh publik secara online. Identitas digital pun terbentuk melalui proses kurasi visual yang dikemas agar sesuai dengan standar estetika sosial, yang sering kali menyimpang dari identitas autentik (Chua & Chang, 2016). Oleh karena itu, konstruksi harga diri pada Generasi Z menjadi semakin rapuh dan bergantung pada validasi eksternal, sehingga memunculkan tekanan psikologis yang dapat mengganggu kestabilan identitas diri secara utuh.

Perubahan dinamika psikososial yang dialami Generasi Z menciptakan ketegangan antara *self-image* dan *self-worth*, dua komponen penting dalam pembentukan *self-esteem*. *Self-image* merupakan citra diri yang ditampilkan kepada publik, terutama melalui media sosial, sedangkan *self-worth* merujuk pada perasaan individu tentang nilai dirinya secara pribadi. Ketika citra diri yang ditampilkan secara online menjadi terlalu dominan, dan bahkan dikonstruksi demi memperoleh validasi eksternal, maka *self-esteem* menjadi rapuh dan tidak lagi berakar pada penilaian diri yang otentik (Siti & Hazim, 2025). Menurut Twenge & Campbell (2018), penggunaan media sosial yang berlebihan berkaitan erat dengan meningkatnya gejala kecemasan, depresi, serta menurunnya kepuasan hidup sebagai indikator yang mencerminkan terganggunya stabilitas harga diri. Lebih lanjut, Chae (2018) menunjukkan bahwa kecenderungan membandingkan diri secara sosial di media digital turut melemahkan persepsi positif individu terhadap dirinya.

Selain itu, Andreassen, Pallesen, & Griffiths (2017) menyatakan bahwa penggunaan

media sosial yang bersifat kompulsif berkorelasi dengan rendahnya *self-esteem*, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda. Dalam banyak kasus, individu terdorong untuk terus-menerus membandingkan dirinya dengan orang lain di media sosial, yang pada akhirnya mengganggu stabilitas identitas dan menciptakan standar keberhasilan sosial yang tidak realistis. Hal ini sesuai dengan pandangan Festinger (1954) dalam teori perbandingan sosial, yang menyatakan bahwa individu cenderung menilai dirinya dengan membandingkan dengan orang lain, dan ketika perbandingan ini terjadi di ruang publik yang hiper-visual, dampaknya dapat sangat merugikan secara psikologis. Oleh karena itu, kerentanan *self-esteem* pada Generasi Z di era digital menuntut penjelasan melalui kerangka teoritis yang relevan.

Salah satu kerangka teoritis yang relevan untuk menjelaskan dinamika *self-esteem* adalah *Sociometer Theory* yang dikembangkan oleh Leary & Baumeister (2000). Teori ini menyatakan bahwa *self-esteem* berfungsi sebagai *sociometer*, yaitu indikator internal yang mencerminkan

seberapa besar individu merasa diterima atau ditolak dalam komunitas sosialnya. Ketika seseorang merasa ditolak, *self-esteem*-nya menurun, sedangkan penerimaan sosial akan menaikkan persepsi nilai diri. Dalam lingkungan digital, mekanisme *sociometer* ini menjadi sangat reaktif dan hiperaktif karena reaksi sosial bersifat instan, publik, dan terus-menerus. Reaksi seperti *like* atau komentar tidak lagi menjadi simbol dukungan semata, tetapi diserap sebagai indikator nilai eksistensial. Hal ini, sejalan dengan temuan Burrow & Rainone (2017) menunjukkan bahwa *self-esteem* pengguna media sosial sangat responsif terhadap *feedback* online, dan sering kali berubah-ubah tergantung pada besarnya dukungan sosial yang diterima secara daring.

Ketergantungan pada pengakuan eksternal ini membuat harga diri menjadi rapuh, fluktuatif, dan sangat dipengaruhi oleh opini publik digital yang terus berubah. Dalam jangka panjang, kondisi ini dapat memicu krisis identitas, yaitu ketika individu tidak lagi memiliki orientasi diri yang stabil karena terlalu fokus pada ekspektasi eksternal. Menurut Twenge (2017), generasi

digital mengalami peningkatan drastis dalam perasaan tidak aman dan kebingungan eksistensial, karena identitas generasi ini lebih dibentuk oleh citra yang ditampilkan daripada refleksi yang mendalam atas diri sendiri. Model *self-esteem* yang bergantung pada validasi eksternal menjadi problematik di tengah budaya digital yang kompetitif dan visual. Identitas diri kini tidak hanya dipertanyakan, tetapi juga dipertontonkan dan dikomodifikasi. Oleh karena itu, perlu ditinjau ulang paradigma *self-esteem* modern, dengan mempertimbangkan pendekatan yang menekankan stabilitas internal dan makna transendental sebagaimana ditawarkan oleh nilai-nilai spiritual.

Islam dan Spiritualitas Harga Diri

Berbeda dari pendekatan Barat yang umumnya mendasarkan harga diri pada pengakuan sosial, pencapaian eksternal, dan konstruksi psikologis horizontal, Islam membangun konsep harga diri dalam kerangka transendental yang berbasis pada relasi spiritual antara manusia dan Tuhannya. Dalam perspektif Islam, martabat manusia (*'izzah*) tidak bersumber dari status sosial, kekayaan, atau pujian publik,

melainkan dari nilai ketakwaan dan kualitas hubungan vertikal dengan Sang Pencipta (Subagja et al., 2025). Hal ini ditegaskan dalam firman Allah: “*Sesungguhnya yang paling mulia di antara kalian di sisi Allah adalah yang paling bertakwa*” (QS. Al-Hujurāt: 13), yang menunjukkan bahwa nilai eksistensial manusia dalam Islam bersifat *ilahiah*, bukan duniawi.

Konsep harga diri dalam Islam tidak dibangun atas dasar ego personal atau konstruksi citra sosial yang dibentuk oleh opini publik, melainkan bersumber dari identitas eksistensial sebagai *‘abd Allāh* (hamba Allah) dan khalīfah di muka bumi. Relasi *habl min Allāh* menjadi fondasi utama bagi pembentukan persepsi diri yang sehat, stabil, dan bermakna (Sa’ari & Harun, 2018). Spiritualitas dalam Islam bukanlah pelarian dari realitas dunia, melainkan sumber epistemologis dan ontologis dalam memahami jati diri. Praktik-praktik ibadah, penguatan akhlak, keikhlasan, dan kedekatan spiritual tidak hanya bernilai ritual, tetapi merupakan bagian integral dari pembentukan harga diri yang otentik dan kokoh (Arroisi & Badi’, 2022).

Pemikiran Fathi Yakan memberikan kerangka sistematis

dalam memahami konstruksi harga diri seorang mukmin. Dalam karyanya *Al-Mutasaqitūn ‘Alā Ṭarīq al-Da‘wah*, dijelaskan enam pilar utama yang menjadi basis karakter spiritual sekaligus elemen fundamental harga diri, yakni: (1) iman yang kokoh sebagai sumber makna dan kekuatan jiwa, (2) ibadah yang khusyuk sebagai bentuk keterikatan eksistensial kepada Allah, (3) akhlak mulia sebagai ekspresi nilai diri, (4) pengendalian hawa nafsu sebagai bentuk penguatan kontrol diri, (5) peran keluarga Islami sebagai lingkungan edukatif spiritual, dan (6) keyakinan terhadap masa depan Islam sebagai arah visi hidup yang memberi harapan. Melalui keenam unsur ini, harga diri tidak lagi sekadar wacana psikologis, melainkan menjelma sebagai proyek keberadaan manusia yang utuh dan bermisi (Abdul Hakim & Asep Sobari, 2005).

Lebih jauh, konsep *iḥsān* sebagaimana dijelaskan dalam Hadis Jibril menjadi titik kulminasi dari pembentukan harga diri dalam perspektif Islam. *Iḥsān*—yakni beribadah seolah-olah engkau melihat Allah, dan jika tidak mampu, maka yakinlah bahwa Allah melihatmu bukan hanya dimensi etis dalam

pengabdian, tetapi juga dimensi psikologis terdalam yang menanamkan kesadaran eksistensial spiritual. Kesadaran bahwa nilai diri tidak ditentukan oleh pengakuan eksternal, tetapi oleh relasi spiritual yang mendalam dengan Tuhan, merupakan prinsip kunci dalam pembentukan harga diri yang stabil dan tidak mudah goyah oleh tekanan sosial (Sunandar & Wasehudin, 2022).

Pandangan ini semakin diperkuat oleh Ibn Qayyim al-Jawziyyah, yang menyatakan bahwa keteguhan jiwa (*tsabāt*) dan kekuatan batin bersumber dari konsistensi dalam dzikir, *tadabbur* Al-Qur'an, dan istiqamah dalam ibadah malam (al-Jawziyyah, n.d.). Praktik-praktik spiritual seperti salat tahajjud (QS. Al-Dāriyāt: 17–18), membaca Al-Qur'an secara reflektif (QS. Al-Isrā': 78), serta doa yang konsisten menjadi instrumen utama dalam rekonstruksi harga diri yang berbasis tauhid dan introspeksi batin. Dengan demikian, harga diri dalam Islam melampaui konsep *self-esteem* dalam psikologi Barat yang sering kali bergantung pada faktor-faktor eksternal dan validasi sosial. Islam menawarkan paradigma *'izzah rūḥiyyah* (kemuliaan jiwa) yang

dibangun melalui relasi spiritual dengan Allah, internalisasi nilai-nilai Qur'ani, dan orientasi hidup yang bersifat ukhrawi. Di tengah budaya populer digital yang mereduksi nilai diri ke dalam angka-angka pengikut dan validasi online, spiritualitas Islam memberikan jalan alternatif yang membebaskan, meneguhkan, dan memuliakan manusia bukan karena penampilannya, melainkan karena kualitas hatinya (Sa'ari & Harun, 2018).

Integrasi Psikologi Positif dan Spiritualitas Islam dalam Penguatan Harga Diri Generasi Z

Dalam era digital, Generasi Z membutuhkan pendekatan baru dalam membangun harga diri yang stabil, dengan menggabungkan psikologi modern dan dimensi spiritual sebagai landasan makna hidup. Dalam konteks ini, integrasi antara konsep *Positive Psychology* yang dikembangkan oleh Martin E. P. Seligman dengan ajaran Islam menawarkan kerangka alternatif untuk memperkuat harga diri generasi Z. Seligman memperkenalkan kerangka PERMA (*Positive Emotion, Engagement, Relationship, Meaning, dan Accomplishment*) yang menjadi lima elemen utama dalam

kesejahteraan psikologis manusia (Seligman, 2011). Meskipun berasal dari tradisi psikologi Barat yang sekuler, kerangka PERMA memiliki titik temu yang signifikan dengan nilai-nilai spiritual dalam Islam. Misalnya, aspek *positive emotion* dalam Islam tidak semata-mata mencerminkan kesenangan emosional sesaat, tetapi lebih menekankan pada ketenangan batin yang lahir dari dzikir dan keimanan. Demikian pula, aspek *engagement* dalam PERMA memiliki korelasi kuat dengan konsep *amal shalih* dalam Islam, yakni keterlibatan aktif dalam perbuatan baik yang dilandasi oleh niat tulus dan tanggung jawab sosial (Ghodrati, 2016).

Selain itu, aspek *relationship* dalam PERMA juga memiliki dimensi yang lebih luas dalam ajaran Islam, karena mencakup relasi vertikal dan horizontal (*hablun min Allah* dan *hablun min an-nas*) yang saling memperkuat dan memberikan arah hidup yang seimbang. Hubungan sosial yang sehat dalam Islam tidak berdiri sendiri, tetapi ditopang oleh hubungan spiritual yang kokoh. Aspek *meaning*, yang menjadi pilar sentral dalam PERMA, bahkan mendapat legitimasi yang lebih dalam dalam Islam melalui tujuan eksistensial

manusia: menjadi hamba Allah dan khalifah di bumi (QS. Adz-Dzariyat: 56). Dengan demikian, makna hidup tidak bersumber dari pencapaian eksternal, tetapi dari kesadaran akan misi ilahiyah yang melekat dalam diri manusia (Arifin & Saputra, 2025).

Unsur *accomplishment* dalam PERMA pun dalam Islam didekati dengan cara yang lebih transendental. Keberhasilan tidak semata-mata diukur dari hasil akhir, tetapi juga proses, niat, dan konsistensi dalam usaha. Dalam QS. Al-Baqarah: 286 Allah menegaskan bahwa tidak membebani seseorang melampaui kemampuannya, dan setiap upaya, meskipun kecil, tetap mendapat pengakuan ilahi. Ini memberi ruang bagi remaja Muslim untuk membangun harga diri tanpa tekanan harus memenuhi standar kesuksesan materialistik yang sering kali ilusif (Sa'ari & Harun, 2018). Integrasi ini menunjukkan bahwa Islam dan psikologi positif tidak berada dalam posisi yang saling menegasikan, tetapi justru dapat bersinergi dalam memperkuat kesehatan mental yang berbasis spiritualitas.

Pendekatan integratif ini memiliki implikasi yang sangat praktis dalam konteks pendidikan karakter dan

layanan bimbingan konseling. Kurikulum pendidikan yang menyelaraskan aspek kognitif, afektif, dan spiritual dapat menjadi landasan bagi pembentukan pribadi yang resilien secara emosional dan kuat secara moral (Rusuli, 2020). Dalam praktik konseling, penerapan model PERMA yang diinternalisasi dengan nilai-nilai Islam dapat membantu remaja memahami konflik batin, mengelola tekanan sosial, dan menemukan kembali makna diri secara otentik. Konselor berperan tidak hanya sebagai fasilitator psikologis, tetapi juga sebagai pendamping spiritual yang mampu menanamkan kesadaran eksistensial dan tanggung jawab ilahiah dalam proses pemulihan harga diri (Ghodrati, 2016). Dengan demikian, pendekatan integratif antara psikologi positif dan spiritualitas Islam memungkinkan Generasi Z tidak lagi terjebak sebagai korban budaya digital yang kompetitif, melainkan tampil sebagai individu reflektif yang mampu mengarahkan.

E. Kesimpulan

Kesimpulan artikel ini menegaskan Fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) yang melanda Generasi Z merupakan gejala

psikologis yang kompleks dan berkaitan erat dengan dinamika *self-esteem* dalam budaya digital. Dalam konteks ini, model harga diri dalam psikologi Barat yang cenderung eksternalis dan berorientasi pada validasi sosial justru memperparah krisis identitas digital, karena individu cenderung membangun citra diri berdasarkan reaksi dan ekspektasi publik di media sosial. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan yang lebih utuh dan transformatif melalui integrasi antara wawasan psikologi positif modern dan nilai-nilai spiritualitas Islam. Islam menawarkan paradigma harga diri yang transendental, berlandaskan pada keimanan, hubungan vertikal dengan Tuhan, serta kesadaran akan tugas eksistensial manusia sebagai khalifah di bumi. Konsep *izzah* dalam Islam menegaskan bahwa nilai diri tidak diukur dari pencapaian duniawi, melainkan dari kualitas iman dan pengabdian. Praktik-praktik spiritual seperti *dzikir*, *tahajjud*, dan *tadabbur* Al-Qur'an berperan dalam membentuk keteguhan jiwa yang tidak bergantung pada pencitraan sosial. Dengan demikian, integrasi antara kerangka PERMA dalam psikologi positif dan nilai-nilai Islam memberikan landasan

bagi pendidikan karakter dan layanan konseling yang lebih holistik, guna membentuk generasi yang kuat secara psikologis dan kokoh secara spiritual.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hakim & Asep Sobari. (2005). *Apa bentuk komitmen saya kepada Islam?* Jakarta: Al'thisan Cahaya Umat.
- al-Jawziyyah, I. Q. (n.d.). *Madarij al-Salikin*. Beirut: Dar al-Kitab al-'Arabi.
- Alt, D. (2015). College Students' Academic Motivation, Media Engagement and Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, *49*, 111–119.
- Andreassen, C. S., Pallesen, S., & Griffiths, M. D. (2017). The Relationship Between Addictive Use of Social Media, Narcissism, and Self-Esteem: Findings from A Large National Survey. *Addictive Behaviors*, *64*, 287–293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Anisti, A., Sidarta, V., Imran, M., & Syatir, S. (2024). Tantangan Literasi Digital Generasi Z: Kajian Sistematis Literature Review. *Media Bahasa, Sastra, dan Budaya Wahana*, *30*(2), 152–161. <https://doi.org/10.33751/wahana.v30i2.11870>
- Arifin, S., & Saputra, R. (2025). Kiai Azaim Ibrahimy's Thought on Happiness and Well-Being: The At-Tawazun Approach in Society 5.0. *El Harakah: Jurnal Budaya Islam*, *27*(1), 193–213. <https://doi.org/10.18860/eh.v27i1.33430>
- Arroisi, J., & Badi', S. (2022). Konsep Harga Diri: Studi Komparasi Perspektif Psikologi Modern dan Islam. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, *27*(1), 89–106. <https://doi.org/10.20885/psikologika.vol27.iss1.art7>
- Ayu, N. P., Safitri, D., & Sujarwo. (2025). Hubungan Sindrom Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Mutiara: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, *3*(2), 1–18. <https://doi.org/10.61404/jimi.v3i2.375>
- Barry, C. T., Sidoti, C. L., Briggs, S. M., Reiter, S. R., & Lindsey, R. A. (2017). Adolescent Social Media Use and Mental Health from Adolescent and Parent Perspectives. *Journal of Adolescence*, *61*, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2017.08.005>
- Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B. (2014). Online Communication, Social Media and Adolescent Wellbeing: A Systematic Narrative Review. *Children and Youth Services Review*, *41*, 27–36. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2014.03.001>
- Buglass, S. L., Binder, J. F., Betts, L. R., & Underwood, J. D. M. (2017). Motivators of Online Vulnerability: The Impact of Social Network Site Use and FoMO. *Computers in Human Behavior*, *66*, 248–255. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.09.055>
- Burrow, A. L., & Rainone, N. (2017). How Many I Likes / I Did I Get?: Purpose Moderates Links

- Between Positive Social Media Feedback and Self-Esteem. *Journal of Experimental Social Psychology*, 69, 232–236. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2016.09.005>
- Cantika, D., Tohar, A. A., & Khairi, Z. (2024). Membangun Harga Diri: Upaya Penguatan Pendidikan Karakter Remaja. *IJEDR: Indonesian Journal of Education and Development Research*, 2(2), 1271–1280. <https://doi.org/10.57235/ijedr.v2i2.2569>
- Chae, J. (2018). Explaining Females' Envy Toward Social Media Influencers. *Media Psychology*, 21(2), 246–262. <https://doi.org/10.1080/15213269.2017.1328312>
- Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow Me and Like My Beautiful Selfies: Singapore Teenage Girls' Engagement in Self-Presentation and Peer Comparison on Social Media. *Computers in Human Behavior*, 55, 190–197. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.011>
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of Self-esteem*. W. H. Freeman.
- Eromo, T. L., & Levy, D. (2017). The Rise, Fall, and Resurgence of "Self-Esteem": A Critique, Reconceptualization, and Recommendations. *North American Journal of Psychology*.
- Fabris, M. A., Marengo, D., Longobardi, C., & Settanni, M. (2020). Investigating The Links Between Fear of Missing Out, Social Media Addiction, and Emotional Symptoms in Adolescence: The Role of Stress Associated With Neglect and Negative Reactions on Social Media. *Addictive Behaviors*, 106, 106364. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106364>
- Festinger, L. (1954). A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fitri, H., Hariyono, D. S., & Arpandy, G. A. (2024). Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (FoMO) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial. *Jurnal Psikologi*, 1(4), 21–21. <https://doi.org/10.47134/pjp.v1i4.2823>
- Fitriana, F. (2024). Media Sosial dalam Membentuk Pola Komunikasi dan Pemikiran Generasi Z: Tinjauan Empiris Tiga Tahun Terakhir. *Retorika : Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(2), 89–99. <https://doi.org/10.47435/retorika.v6i2.3402>
- Ghodrati, F. (2016). The Importance of Self-Esteem in Islam and its Impact on Physical and Mental Health. *Scholars Journal of Applied Medical Sciences*, 4(5), 1566–1569.
- Harter, S. (2015). *The Construction of the Self, Second Edition: Developmental and Sociocultural Foundations*. Guilford Publications.
- Iskandar. (2022). *Metode Penelitian Dakwah*. Penerbit Qiara Media.
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntaş, Ş. B., & Griffiths, M. D. (2020). Uses and Gratifications of Problematic Social Media Use Among University Students: A Simultaneous Examination of

- the Big Five of Personality Traits, Social Media Platforms, and Social Media Use Motives. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 18(3), 525–547.
<https://doi.org/10.1007/s11469-018-9940-6>
- Latief, R. (2024). Analisis Dampak Perilaku Fear of Missing Out (FoMO) di Kalangan Pengguna Media Sosial. *Al-Irsyad Al-Nafs: Jurnal Bimbingan dan Penyuluhan Islam*, 11(1), 31–46. <https://doi.org/10.24252/al-irsyad>
- Leary, M. R., & Baumeister, R. F. (2000). The Nature and Function of Self-Esteem: Sociometer Theory. In *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 32, pp. 1–62). Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(00\)80003-9](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(00)80003-9)
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Panggabean, N. (2024). Literatur Review: Pengaruh Kecenderungan Fear of Missing Out (FoMO) pada Generasi Milenial (Gen Z) di Indonesia. *Southeast Asian Journal of Technology and Science*, 2(2), 104–108.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, Emotional, and Behavioral Correlates of Fear of Missing Out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Ramadhani, O., & Khoirunisa, K. (2025). Generasi Z dan Teknologi: Gaya Hidup Generasi Z di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial (Jupendis)*, 3(1), 323–331. <https://doi.org/10.54066/jupendis.v3i1.2916>
- Riordan, B. C., Flett, J. A. M., Hunter, J. A., Scarf, D., & Conner, T. S. (2015). Fear of Missing Out (FoMO): The Relationship Between FoMO, Alcohol Use, and Alcohol-Related Consequences in College Students. *Journal of Psychiatry and Brain Functions*, 2(1), 9. <https://doi.org/10.7243/2055-3447-2-9>
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving The Self*. Basic Books.
- Rusuli, I. (2020). Self-Esteem antara Barat dan Islam: Perbandingan antara Coopersmith dan Fathi Yakan. *International Conference on Islamic Studies*, 1(1), 255–264.
- Sa'ari, C. Z., & Harun, N. U. (2018). Self-Esteem in Shaping Youth Personality from Islamic Psycho-Spiritual Perspective. *Journal of Usuluddin*, 46(1), 71–86. <https://doi.org/10.22452/usuludin.vol46no1.4>
- Seligman, M. E. P. (2011). *Flourish: A Visionary New Understanding of Happiness and Well-being*. Simon and Schuster.
- Senda, S. S., Boe, M. R., & Bili, S. (2024). Analisis Fenomena 'Fear of Missing Out' di Kalangan Remaja dalam Arus Perkembangan Teknologi Digital: Analysis of 'Fear of Missing Out' Phenomenon Among Teenage in Current Digital Technology

- Development. *Quantum Journal of Social Sciences and Humanities*, 5(6), 31–37. <https://doi.org/10.55197/qjssh.v5i6.465>
- Siti, A., & Hazim, H. (2025). The Relationship Between Self Esteem and Fear of Missing Out (FoMO) in Kpop Fandom Social Media Users. *Proceeding of International Conference on Social Science and Humanity*, 2(3), 40–54. <https://doi.org/10.61796/icossh.v2i3.41>
- Subagja, R., Kamila, A. H., Zalianty, R., Anindia, S., Nofelinda, S., Supriyadi, T., & Faozi, A. (2025a). Strategi Koping untuk Permasalahan Harga Diri Rendah dalam Pandangan Islam dan Medis. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 5(4), 575–589. <https://doi.org/10.31004/innovative.v5i4.19661>
- Sunandar, D., & Wasehudin. (2022). Hadis Jibril dan Spiritualitas Sebagai Katalis Perubah Karakter dan Spiritual Santri Pondok Pesantren Darunna'im Lebak-Banten. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 1(9), 855–866. <https://doi.org/10.53625/jirk.v1i9.1403>
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy and Completely Unprepared for Adulthood and What That Means for the Rest of Us*. Simon and Schuster.
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2018). Associations Between Screen Time and Lower Psychological Well-Being Among Children and Adolescents: Evidence From A Population-Based Study. *Preventive Medicine Reports*, 12, 271–283. <https://doi.org/10.1016/j.pmedr.2018.10.003>
- Uram, P., & Skalski, S. (2022). Still Logged in? The Link Between Facebook Addiction, FoMO, Self-Esteem, Life Satisfaction and Loneliness in Social Media Users. *Psychological Reports*, 125(1), 218–231. <https://doi.org/10.1177/0033294120980970>
- Wardani, D. S. S., & Cahyani, R. (2024). Pengaruh FoMO (Fear of Missing Out) pada Generasi Z Terhadap Ketakwaan Kepada Allah SWT. *Darul Ilmi: Jurnal Ilmu Kependidikan Dan Keislaman*, 11(2), 257–269.
- Zed, M. (2008). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.