

**ANALISIS MAQASHID SYARIAH TERHADAP DAMPAK PERILAKU GAYA HIDUP
FEAR OF MISSING OUT PADA KALANGAN GEN Z
(STUDI PADA MAHASISWA DI BANDAR LAMPUNG)**

TESIS

Diajukan Kepada Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN)
Raden Intan Lampung Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Penulisan Tesis
Dalam Memperoleh Gelar Magister Pada Bidang Ekonomi Syariah

Oleh

**MUHAMMAD RYAS FATIHA KESUMA
NPM. 2460102013**



**PROGRAM MAGISTER ILMU EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
2026 M/ 1448 H**

**ANALISIS MAQASHID SYARIAH TERHADAP DAMPAK PERILAKU GAYA HIDUP
FEAR OF MISSING OUT PADA KALANGAN GEN Z
(STUDI PADA MAHASISWA DI BANDAR LAMPUNG)**

TESIS

Diajukan Kepada Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri (UIN)
Raden Intan Lampung Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Penulisan Tesis
Dalam Memperoleh Gelar Magister Pada Bidang Ekonomi Syariah

Oleh

**MUHAMMAD RYAS FATIHA KESUMA
NPM. 2460102013**



TIM PEMBIMBING

Pembimbing I : Dr. Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag
Pembimbing II : Dr. Fatih Fuadi, M.S.I

**PROGRAM MAGISTER ILMU EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**

2026 M/ 1448 H



KEMENTERIAN AGAMA
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

Alamat: Jl. Zainal Abidin Pagar Alam, Labuhan Ratu Kedaton Bandar Lampung (35142) Telp (0721) 787392

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING DIPERSIAPKAN UNTUK UJIAN
TERBUKA TESIS

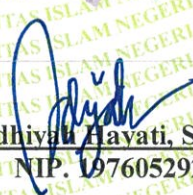
Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Syamsul Huda, S.Ag., M.Ag.
NIP. 196909272001121001


Dr. Fatih Fuadi, M.S.I.
NIP. 198512192015031006

Mengetahui,
Ketua Program Studi Studi Ekonomi Syariah
Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung


Mardhiyah Hayati, S.P., M.S.I., Ph.D.
NIP. 197605292008012010

Nama : Muhammad Ryas Fatiha Kesuma
NPM : 2460102013



KEMENTERIAN AGAMA
PROGRAM PASCASARJANA (PPs)
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG

Alamat: Jl. Zainal Abidin Pagar Alam, Labuhan Ratu Kedaton Bandar Lampung (35142) Telp (0721) 787392

PENGESAHAN TIM PENGUJI

Tesis yang berjudul “Analisis Maqashid Syariah Terhadap Dampak Perilaku Gaya Hidup Fear of Missing Out Pada Kalangan Gen Z (Studi Pada Mahasiswa Di Bandar Lampung)” yang ditulis oleh Muhammad Ryas Fatiha Kesuma dengan NPM. 2460102013, telah diujikan dalam ujian terbuka pada hari Kamis, tanggal 23 Juli 2026 pukul 09.30-10.30 WIB secara offline di Ruang Sidang Gedung B Pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

TIM PENGUJI

Ketua Sidang : Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt., C.A. (.....)

Penguji I : Prof. Dr. Moh. Baharudin, M.A. (.....)

Penguji II : Dr. Syamsul Hilal, S.Ag., M.Ag (.....)

Penguji III : Dr. Fatih Fuadi, M.S.I (.....)

Sekretaris : A. Zuliansyah, M. M (.....)

Mengetahui,
Direktur Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung

Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt., C.A.
NIP. 19700926 200801 1 008

PERNYATAAN ORSINALITAS/KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Ryas Fatiha Kesuma
NPM : 2460102013
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Tesis : Analisis Maqashid Syariah Terhadap Dampak Perilaku Gaya Hidup
Fear Of Missing Out Pada Kalangan Gen Z
(Studi Pada Mahasiswa di Bandar Lampung)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan tesis ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli dari saya sendiri. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 10 Juli 2026

Yang Membuat Pernyataan



Muhammad Ryas Fatiha Kesuma

2460102013

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah memunculkan fenomena Fear of Missing Out (FoMO), yaitu kondisi ketika individu merasa cemas karena khawatir tertinggal informasi, pengalaman, atau tren yang sedang berkembang. Fenomena ini banyak dialami oleh Generasi Z dan berdampak pada perubahan gaya hidup serta perilaku ekonomi, seperti meningkatnya perilaku konsumtif dan kecenderungan mengikuti tren. Oleh karena itu, fenomena FoMO perlu dikaji dalam perspektif maqashid syariah untuk mengetahui kesesuaiannya dengan tujuan syariat Islam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi FoMO, dampaknya terhadap perilaku ekonomi mahasiswa Generasi Z, serta meninjaunya berdasarkan perspektif maqashid syariah.

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (field research) dan paradigma interpretatif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap 10 mahasiswa Generasi Z di Bandar Lampung yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa FoMO dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial, pengaruh teman sebaya, kebutuhan akan pengakuan sosial, serta kebiasaan melakukan perbandingan sosial. Dampak yang ditimbulkan berupa meningkatnya perilaku konsumtif, pembelian impulsif, dan perubahan pola konsumsi dari kebutuhan menjadi keinginan. Berdasarkan analisis maqashid syariah, perilaku FoMO berpotensi memengaruhi lima tujuan pokok syariat, terutama hifz al-nafs (menjaga jiwa) melalui munculnya kecemasan dan tekanan psikologis, serta hifz al-mal (menjaga harta) melalui perilaku konsumtif dan pemborosan. Oleh karena itu, penggunaan media sosial perlu diimbangi dengan pengendalian diri dan penerapan nilai-nilai maqashid syariah agar tercipta kemaslahatan dalam kehidupan individu.

Kata Kunci: Fear of Missing Out (FoMO), Generasi Z, Perilaku Ekonomi, Maqashid Syariah.

ABSTRACT

The advancement of digital technology and social media has given rise to the phenomenon known as Fear of Missing Out (FoMO) a state where individuals experience anxiety over the possibility of missing out on information, experiences, or emerging trends. This phenomenon is prevalent among Generation Z and influences lifestyle changes and economic behaviors, such as increased consumerism and a tendency to follow trends. Consequently, it is necessary to examine FoMO through the perspective of *maqashid syariah* (the objectives of Islamic law) to determine its alignment with the goals of Sharia.

This study aims to analyze the factors influencing FoMO, its impact on the economic behavior of Generation Z university students, and to evaluate it from the perspective of *maqashid syariah*.

The research employs a qualitative approach, utilizing field research and an interpretive paradigm. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving 10 Generation Z students in Bandar Lampung, selected via purposive sampling. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results indicate that FoMO is influenced by the intensity of social media usage, peer influence, the need for social recognition, and the habit of social comparison. The resulting impacts include increased consumerist behavior, impulsive purchasing, and a shift in consumption patterns from needs to wants. Based on the *maqashid syariah* analysis, FoMO-driven behavior potentially affects the five fundamental objectives of Sharia specifically *hifz al-nafs* (preservation of life/self) due to the emergence of anxiety and psychological pressure, and *hifz al-mal* (preservation of wealth) due to consumerism and wasteful spending. Therefore, social media usage needs to be balanced with self-control and the application of *maqashid syariah* values to foster well-being in individual lives.

Keywords: Fear of Missing Out (FoMO), Generation Z, Economic Behavior, *Maqashid Syariah*.

MOTTO

إِنَّ الْمُبْذَرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ^ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ
كَفُورًا

Sesungguhnya para pemboros itu adalah saudara-saudara setan dan setan itu
sangat ingkar kepada Tuhannya.

Q.S Al-Isra 27:17

Kesejahteraan manusia terletak pada terpeliharanya lima kemaslahatan: agama,
jiwa, akal, keturunan, dan harta. Segala yang menjamin perlindungan lima perkara
ini adalah masalah.

(Imam Al-Ghazali)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Atas Limpahan Kasih sayangnya, yang telah memberikan segala kekuatan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya tulis skripsi ini kepada:

1. Kedua orangtuaku yang sangat ku cintai terutama Cinta pertamaku Bapak Musal Badri Kesuma, S.Ag., M.Pd.I dan Ibuku Ati Supriati, S.Ag yang telah mendoakan dan memberikan semangat penulis untuk bisa menyelesaikan tesis ini. Tesis dan gelar M.E ini ku persembahkan untuk kedua orang tua ku.
2. Adik Laki -Laki dan Perempuan Muhammad Izza Mahira Kesuma dan Syakira Rahma Elwilda Kesuma yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan Tesis ini.
3. Fany Eka Amestia, Terima kasih karena telah kebersamai dalam pengerjaan tesis ini dan setiap proses nya. Serta mendoakan dan memberikan semangat untuk penyelesaian tesis ini.
4. Almamater Pascasarjana Universitas Islam Negri Rade Intan Lampung Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. yang telah menjadi tempat saya menimba ilmu, memperluas wawasan, serta membentuk karakter dan pemikiran selama menempuh pendidikan. Semoga karya sederhana ini dapat menjadi salah satu bentuk kontribusi akademik yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan almamater.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur senantiasa kami panjatkan kepada Allah SWT, karena Berkat dan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyusun tesis yang berjudul **“Analisis Maqashid Syariah Terhadap Dampak Perilaku Gaya Hidup Fear of Missing Out Pada Kalangan Gen Z (Studi Pada Mahasiswa Di Bandar Lampung)”**. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa perubahan besar di dunia dari alam kegelapan menuju alam terang benderang.

Kepengulisan tesis ini sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program strata dua (S2) jurusan magister Ekonomi Syariah di Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung. Proses penyelesaian kepenulisan tesis ini atas bantuan dari berbagai pihak dan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Tulus Suryanto, M.M., Akt, C.A selaku Direktur Program Pascasarjana (PPs) UIN Raden Intan Lampung yang telah memfasilitasi kelancaran studi penulis.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Erina Pane, M.Hum selaku wakil Direktur Program Pascasarjana (PPs) Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang selalu mengayomi dan membantu tanggap akan kesulitan mahasiswa.
3. Ibu Mardhiyah Hayati, SP., M.S.I., Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah UIN Raden Intan Lampung yang selalu memberikan pengajaran, membimbing, dan pengarahan yang terbaik dalam proses pembuatan tesis serta memberikan nilai-nilai kehidupan.

4. Bapak Dr. Syamsul Hilal, M.Ag selaku dosen pembimbing tesis I dalam menyusun tesis yang selalu memberikan ilmu dan wawasan yang luas serta memberikan masukan yang membangun selama menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dalam menyelesaikan tesis.
5. Bapak Dr. Fatih Fuadi, M.S.I. selaku dosen pembimbing II dalam menyusun tesis yang selalu memberikan pengajaran, membimbing, dan pengarahan yang terbaik dalam proses pembuatan tesis serta memberikan nilai-nilai kehidupan.
6. Bapak A. Zuliansyah, M.M selaku sekretaris prodi magister Ekonomi Syariah yang membantu mahasiswa/wi dalam menyelesaikan permasalahan kegiatan perkuliahan.
7. Bapak dan Ibu dosen magister Ekonomi Syariah yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga tesis dapat di selesaikan.
8. Bapak dan Ibu civitas akademika Program Pascasarjana UIN Raden Intan Lampung.
9. Kedua orangtua tercinta, Ayahanda Musal Badri Kesuma, S.Ag., M.Pd.I dan Ibunda Ati Supriati, S.Ag, Adik tercinta serta keluarga besar penulis yang selalu memberikan do'a, dukungan dan motivasi selama menyusun tesis.

Penulis menyadari secara penuh, bahwa banyak kekurangan dalam penyusunan tesis ini. Maka dari itu, pembaca tesis ini dapat memberikan kritik dan saran yang konstruktif untuk kesempurnaan penulisan tesis ini. Penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat dan menambah khasanah keilmuan bagi para pembaca.

Bandar Lampung, 10 Juli 2026

Penulis,

Muhammad Ryas Fatiha Kesuma

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Pulau dan Provinsi	2
Gambar 2.1 Hasil Survei Penduduk Antar Sensus Provinsi Lampung	2

\

DAFTAR TABEL

Table 1 Penelitian Terdahulu	80
Table 2 Tahap dan Kegiatan	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup	171
Lampiran 2 Pedoman Wawancara.....	172
Lampiran 3 Hasil Wawancara.....	175
Lampiran 4 Dokumentasi.....	197

PEDOMAN TRANSLITERASI

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab dalam transliterasi latin (bahasa Indonesia) dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini adalah daftar huruf Arab dan transliterasinya dalam huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
	Ša	Š	Es (dengan titik di atas)
ج	Ja	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sa	S	Es
ش	Sya	Sy	Es dan Ye
ص	Ša	Š	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍat	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	Apostrof Terbalik
غ	Ga	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qa	Q	Qi
ك	Ka	K	Ka
ل	La	L	El
م	Ma	M	Em
ن	Na	N	En

و	Wa	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يَا..َ	Fathah dan Ya	Ai	a dan u
وَا..َ	Fathah dan Wau	Au	a dan u

Contoh:

kataba - كَتَبَ *su'ila* - سُئِلَ

fa'ala - فَعَلَ *kaifa* - كَيْفَ

zukira - ذَكَرَ *hauila* - حَوْلَ

yazhabu - يَذْهَبُ

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan	Nama	Huruf dan	Nama
------------	------	-----------	------

Huruf		Tanda	
ا...ى...َ	Fathah dan Alif atau Ya	ā	A dan garis di atas
ي...ِ	Kasrah dan Ya	ī	I dan garis di atas
و...ُ	Dammah dan Wau	ū	U dan garis di atas

Contoh:

qāla - قَالَ yaqūlu - يَقُولُ
qīla - قِيلَ ramā - رَمَى

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk *ta' marbutah* adalah sebagai berikut:

- Jika *ta' marbutah* itu hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah atau dhammah, maka transliterasinya adalah “t”.
- Jika *ta' marbutah* itu mati atau mendapat harakat sukun, maka transliterasinya adalah “h”.
- Jika pada kata yang terakhir dengan *ta' marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang “al” dan bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta' marbutah* itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

raudah al-atfāl رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
raudahtul atfāl
al-Madīnah al-Munawwarah الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ
al-Madīnatul Munawwarah
Talhah طَلْحَة

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau *tasydid* yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

رَبَّنَا - rabbanā الْحَجّ - al-hajj
نَزَّلَ - nazzala نَعِمَّ - nu''ima

الْبِرِّ - *al-birr*

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال (alif dan lam, baik kata sandang tersebut diikuti oleh huruf syamsiyah maupun diikuti oleh huruf qamariyah.

Contoh:

الرَّجُلُ - <i>ar-rajulu</i>	القَلَمُ - <i>al-qalamu</i>
السَّيِّدُ - <i>as-sayyidu</i>	الْبَدِيعُ - <i>al-badī'u</i>
الشَّمْسُ - <i>as-syamsu</i>	الْجَلَالُ - <i>al-jalālu</i>

7. Hamzah

Huruf hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kalimat dilambangkan dengan apostrof ('). Namun, jika huruf hamzah terletak di awal kalimat (kata), maka ia dilambangkan dengan huruf alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ - <i>ta'khuzūna</i>	إِنَّ - <i>inna</i>
النَّوْءُ - <i>an-nau'</i>	أَمِرْتُ - <i>umirtu</i>
شَيْءٌ - <i>syai'un</i>	أَكَلَ - <i>akala</i>

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya, setiap kata, baik fi'il maupun isim, ditulis secara terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan, seperti kalimat "*Bismillâh ar-Rahmân ar-Rahîm*".

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iv
PERNYATAAN ORSINALITAS/KEASLIAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
MOTTO.....	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	xvi
BAB I	i
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus dan Subfokus Penelitian	27
1. Fokus Penelitian	27
2. Sub Fokus Penelitian.....	27
C. Rumusan Masalah.....	28
D. Tujuan Penelitian	28
E. Manfaat Penelitian	28
1. Manfaat Teoritis.....	28
2. Manfaat Praktis.....	29
BAB II.....	30
TINJAUAN PUSTAKA	30
A. Grand Theory	30
B. Middle Theory	31
C. Applied Theory.....	32

1. Deskripsi Konseptual.....	35
1. Fear of Missing Out	35
2. Gaya Hidup.....	41
3. Generasi Z.....	46
4. Konsumsi	50
5. Maqashid Syariah	59
2. Penelitian Relevan.....	71
3. Kerangka Teoritik	81
BAB III.....	85
METODE PENELITIAN	85
A. Tempat dan Waktu Penelitian	85
B. Pendekatan Penelitian	86
C. Populasi dan Sampel.....	87
D. Data dan Sumber Data	87
E. Teknik Pengumpulan Data	89
F. Pemeriksaan Keabsahan Data	90
G. Teknik Analisis Data.....	91
BAB IV	94
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	94
A. Gambaran Umum Tentang Lokasi Penelitian	94
B. Hasil Penelitian	97
1. Faktor-faktor FoMO yang mempengaruhi perilaku gaya hidup mahasiswa gen z di Bandar Lampung	97
2. Dampak FoMO terhadap perilaku ekonomi mahasiswa gen z di Bandar Lampung.....	107
3. Analisis Maqashid Syariah terhadap dampak perilaku gaya hidup FoMO pada kalangan gen z di Bandar Lampung.....	121
C. Pembahasan Temuan Penelitian	128
1. Faktor-faktor FoMO yang mempengaruhi perilaku gaya hidup mahasiswa gen z di Bandar Lampung	128
2. Dampak FoMO terhadap perilaku ekonomi mahasiswa gen z di Bandar Lampung.....	139

3. Analisis Maqashid Syariah terhadap dampak perilaku gaya hidup FoMO pada kalangan gen z di Bandar Lampung.....	142
BAB V PENUTUP	156
A. Kesimpulan.....	156
B. Saran.....	158
DAFTAR PUSTAKA	160

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

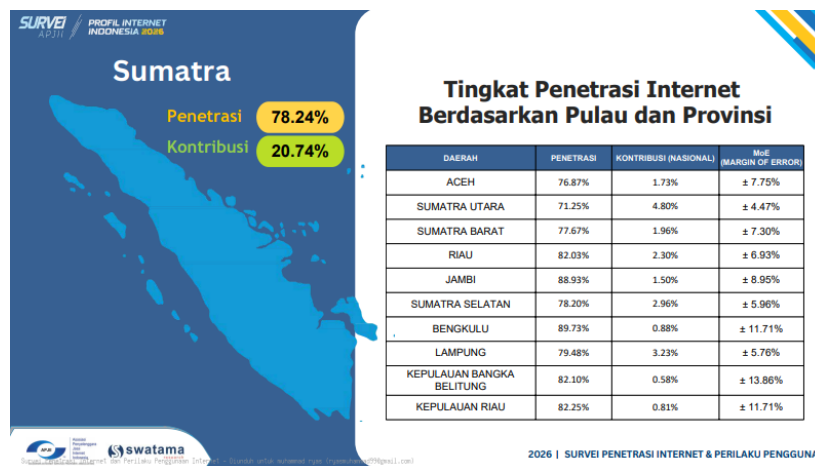
Di era digital saat ini ditandai dengan kemajuan teknologi dan jaringan internet yang sangat luas, fenomena Fear of Missing Out yang disebut FoMO semakin relevan dan mencolok.¹ Fenomena FoMO yang dipicu melalui Media sosial menimbulkan tantangan bagi seorang muslim dalam mengelola perilaku konsumtif mereka.² Perkembangan ekosistem digital yang semakin masif tidak hanya mengubah cara manusia berkomunikasi, tetapi juga mentransformasi secara fundamental cara pandang individu terhadap nilai diri, keberhasilan, dan kebahagiaan.

Menurut data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). Tingkat penetrasi internet di seluruh Indonesia telah mencapai 81,72% dari total populasi 287.886.782 jiwa, dengan dominasi tertinggi yaitu Pulau Jawa. Sementara itu hasil tahunan APJII tahun 2026 menunjukkan Provinsi Lampung memiliki tingkat penetrasi sebesar 79,48%. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2025 jumlah penduduk lampung 9,53 juta jiwa, generasi Z di Kota Bandar Lampung tercatat sebanyak 24,77%. Data tersebut menggambarkan bahwa intensitas

¹ Ian Alfian, "FoMO Dan Media Sosial: Dampak Perilaku Konsumtif Terhadap Kesehatan Mental Dan Keuangan Dari Perspektif Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 03 (2024). h. 2,.

² F. N Rahmah, B. M., Fitriani, D. N., Nopitasari, D., & Sania, "Application Of Logotherapy In Reducing Hedonistic Behavior Due To FoMO", *International Conference on Guidance and Counseling*, Vol. 2 (2024), h. 3,.

pengguna digital dikalangan generasi muda sangat lah meningkat, yang dapat memicu munculnya fenomena Fear of Missing Out.



Gambar 1.1 Tingkat Penetrasi Internet Berdasarkan Pulau dan Provinsi
 Sumber: https://survei1.apjii.or.id/download_survei/157c5e97-c2cb-4d21-b7d5-dd2ad2959b98



Gambar 2.1 Hasil Survei Penduduk Antar Sensus Provinsi Lampung

Dengan demikian, perkembangan FoMO sebagai hasil dari peningkatan koneksi digital yang terus berlangsung merupakan suatu fenomena yang rumit dan penting dalam zaman sekarang. Menyelidiki pengaruh FoMO terhadap perilaku konsumen, terutama dalam hal

pembelian secara impulsif, sangatlah penting untuk memahami efek psikologis yang mungkin muncul akibat tekanan dari lingkungan digital yang semakin terhubung.

Fenomena Fear Of Missing Out pada dasarnya merupakan manifestasi dari kecemasan sosial yang berkembang di era digital. Istilah ini diperkenalkan pertama kali oleh Patrick J. McGinnis pada awal tahun 2000-an untuk menggambarkan kecemasan individu yang merasa tertinggal dari pengalaman orang lain. Seiring berkembangnya teknologi, FoMO menjadi fenomena global yang mempengaruhi berbagai kalangan orang, khususnya generasi muda. Kondisi ini menunjukkan bahwa problem FoMO bukan hanya persoalan psikologis individual, tetapi juga berkaitan dengan konstruksi sosial yang dibentuk oleh budaya digital.³

FoMO didefinisikan oleh Przybylski sebagai rasa kekhawatiran yang pervasive ketika orang lain memiliki pengalaman yang lebih memuaskan atau berharga dan dicirikan dengan adanya dorongan untuk selalu terhubung dengan orang lain.⁴ FoMO merupakan perilaku manusia yang mudah merasa cemas apabila mengetahui bahwa mereka telah melewatkan sebuah berita yang sedang happening atau ramai diperbincangkan.⁵ FoMO menjadi tantangan saat ini dalam mengelola

³ Luthviyah Romziana, "Fenomena Fear Of Missing Out (FoMO) Dalam Perspektif Tafsir Al-Azhar Karya Buya Hamka (Analisis Tematik Ayat-Ayat Tentang Kecemasan Sosial)", 2026, h. 45–58, <https://doi.org/10.30868/at.v11i01.10271>.

⁴ A. K Przybylski, "Fear of Missing Out Scale", 2013.

⁵ K. Aisafitri, L., & Yusriyah, "Kecanduan media sosial (FoMO) pada generasi milenial", *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4 (2021). h. 90,.

keuangan dan mengatur rasa cemas mereka akan pemenuhan antara hal yang di butuhkan atau sebuah keinginan dimana hal itu merupakan sesuatu yang sedang viral saat itu.

Keterkaitan antara FoMO dan perilaku pembelian impulsif merupakan aspek krusial yang perlu diteliti dalam konteks era digital yang kian terintegrasi. FoMO, sebagai reaksi emosional terhadap perasaan tertinggal dan rasa ingin tahu yang tidak terpenuhi, dapat berpengaruh besar terhadap keputusan pembelian konsumen. FoMO bisa menciptakan dorongan yang kuat untuk bertindak segera, karena individu merasa khawatir akan kehilangan kesempatan atau pengalaman yang dianggap berharga atau menarik.

Gaya hidup yang berkembang melalui interaksi sosial, kebudayaan populer, dan platform digital berperan dalam memperkuat perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. Cara hidup yang fokus pada tren, kemewahan, dan simbol status menjadikan konsumsi sebagai suatu bentuk ekspresi diri. Mahasiswa tidak sekadar berfungsi sebagai konsumen yang pasif, melainkan juga secara aktif menciptakan konten gaya hidup di platform media sosial, seperti unboxing, ulasan produk, dan rekomendasi barang yang sedang viral. Ini mempercepat diseminasi budaya konsumtif di dalam komunitas kampus dan mengubah konsumsi berlebihan menjadi hal yang dianggap wajar dalam kehidupan mahasiswa.⁶

⁶ Eliza Reani dan Supardi Mursalin, “Pengaruh Gaya Hidup , FOMO , Media Sosial Tiktok terhadap Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Syariah”, *Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, Vol. 08 No. 02 (2026), h. 214–40,.

Di sisi lain, perilaku pembelian impulsif melibatkan keputusan membeli yang dilakukan secara tiba-tiba tanpa pemikiran yang mendalam. Dorongan emosional seperti FoMO dapat memicu perilaku ini, di mana konsumen mungkin terdorong untuk melakukan pembelian hanya untuk meredakan kecemasan atau rasa ketinggalan. Konsumen yang merasakan FoMO biasanya lebih rentan terhadap keputusan impulsif dalam pembelian, dengan lebih mengutamakan pemenuhan emosional saat ini dibandingkan dengan pertimbangan jangka panjang.⁷

Banyak cendekiawan Muslim membicarakan nilai-nilai, etika dan moral yang harus diperhatikan dalam bertransaksi sehari-hari. Secara singkat, etika konsumsi dalam Islam dapat dibagi menjadi tujuh bagian utama. Di antaranya meliputi kebutuhan, melestarikan dan menjaga tujuan syariah, mematuhi prinsip halal dan haram, kualitas barang yang dikonsumsi, serta memperhatikan kepentingan individu dan masyarakat, serta praktiknya dalam era modern. Konsumsi adalah hal yang pasti terjadi dalam kehidupan manusia, karena manusia membutuhkan berbagai jenis konsumsi untuk bisa hidup.⁸

Dalam perspektif ekonomi, harta berfungsi sebagai instrumen yang memuaskan kebutuhan manusia, karena tanpa harta, kehidupan

⁷ Duygu Aydin et al., "The relationship of consumers' compulsive buying behavior with biological rhythm, impulsivity, and fear of missing out", *Biological Rhythm Research*, Vol. 52 No. 10 (2021), h. 1514–22, <https://doi.org/10.1080/09291016.2019.1654203>.

⁸ Sri Herianingrum Annisa Masruri Zaimsyah, "Tinjauan Maqashid Syariah Terhadap Konsumsi", *Jurnal Studi Keislaman*, 2019. h.75-84,.

manusia akan terganggu bahkan tidak dapat bertahan.⁹ Islam mengajarkan bahwa konsumsi harus dilakukan secara bijaksana dan berdasarkan kebutuhan, bukan keinginan yang dipicu oleh rasa cemas akan ketinggalan trend sosial. Allah berfirman dalam Al-Quran dalam Q.S Al-A'raf: 31:7.¹⁰

لَا إِنَّهُ تُسْرِفُونَ وَلَا وَاشْرَبُوا وَكُلُوا مَسْجِدَ كُلِّ عِنْدَ زَيْتَكُمْ خُذُوا أَدَمَ بَيْنِي
وَالْمُسْرِفِينَ يُحِبُّ

Artinya; Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan

Ayat ini menggaris bawahi pentingnya pengendalian diri dalam hal konsumsi. Allah memerintahkan agar manusia bersikap adil dalam setiap hal tanpa melakukan Tindakan yang berlebihan.¹¹

Transformasi digital yang berlangsung secara masif dalam satu dekade terakhir telah membawa perubahan yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk dalam pola konsumsi generasi muda. Perkembangan internet, media sosial, dan teknologi komunikasi tidak hanya memudahkan akses terhadap informasi, tetapi juga membentuk cara berpikir, gaya hidup, serta perilaku ekonomi individu.

⁹ Muhammad Irwan, "Kebutuhan dan Pengelolaan Harta Dalam Maqashid Syariah", *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Vol. 3 (2021), h. 34–42,.

¹⁰ Kementerian Agama, "Quran Kemenag", LPMQ, 2025, tersedia pada <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/5?from=1&to=120> (2025).

¹¹ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, *Tafsir Ringkas Al-Quran Karim*, 2016, <https://doi.org/https://www.alkhoirot.org/2024/06/tafsir-al-quran-kemenag.html>.

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital sehingga memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka dikenal sebagai digital natives karena sejak usia dini telah terbiasa menggunakan perangkat digital dalam aktivitas sehari-hari. Di zaman digital yang ditandai oleh kemajuan teknologi dan penyebaran internet yang luas, fenomena ketakutan akan ketinggalan FoMO menjadi semakin penting dan mencolok, terutama di kalangan anak muda. FoMO merujuk pada perasaan gelisah dan kekhawatiran yang dialami seseorang sebagai akibat dari keyakinan bahwa orang lain bisa mendapatkan pengalaman yang lebih memuaskan atau menggembirakan, sehingga mereka merasa terasing.¹²

Gen Z dikenal dengan perilaku konsumsi yang dipengaruhi oleh trend digital. Media sosial memainkan peran penting dalam keputusan pembelian mereka. Generasi Z cenderung mencari informasi terlebih dahulu melalui ulasan internet atau rekomendasi dari influencer sebelum membeli suatu produk. Fenomena *“buy now, pay later”* menjadi tren populer, yang memungkinkan Gen Z untuk melakukan transaksi belanja meskipun dengan anggaran terbatas. Ketidaksetaraan sosial menjadi isu utama lainnya yang dihadapi oleh Gen Z. dilaporkan pada Indonesia Gen

¹² Madlen Ivantcheva. Ivantchev, Boyan, “FOMO effect: sosial media and online traders”, *Journal of Management and Financial Sciences*, 2023.

Z report 2024, bahwa 60 persen dari mereka merasa kesenjangan sosial dan ekonomi berdampak signifikan pada kehidupan mereka.¹³

Fenomena FoMO memiliki dua dimensi yang saling mempengaruhi Pertama, dimensi psikologis berupa kecemasan sosial yang lahir dari perbandingan terus-menerus dengan kehidupan orang lain yang ditampilkan melalui media sosial. Kedua, dimensi ekonomi berupa perilaku konsumtif yang tidak rasional sebagai respons terhadap tekanan sosial digital. Kedua dimensi ini saling memperkuat satu sama lain dalam membentuk pola konsumsi yang jauh dari prinsip-prinsip ekonomi Islam yang menekankan keseimbangan (tawazun), kesederhanaan (iqtishad), dan kemaslahatan.¹⁴

Paparan informasi yang terus-menerus melalui media sosial mendorong terjadinya perbandingan sosial. Individu cenderung membandingkan kehidupannya dengan konten yang ditampilkan secara selektif, seperti pencapaian akademik, karier, gaya hidup, atau kepemilikan tertentu. Kondisi tersebut dapat memunculkan persepsi bahwa kehidupan orang lain lebih baik sehingga menimbulkan tekanan psikologis berupa kecemasan sosial dan ketakutan untuk tertinggal.

Dalam perspektif ekonomi perilaku (behavioral economics), FoMO dapat dikategorikan sebagai salah satu bias kognitif yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan konsumsi. Individu yang

¹³ BADAN PUSAT STATISTIK, “Memahami Generasi Z: Tantangan, Perilaku, dan Peluang”, BADAN PUSAT STATISTIK, 2025.

¹⁴ F. X Buunk, A. P., & Gibbons, “Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field”, *Organizational behavior and human decision processes*, Vol. 1 (2007), h. 3–21,.

mengalami FoMO cenderung membuat keputusan pembelian berdasarkan tekanan eksternal dan emosi sesaat, bukan berdasarkan pertimbangan rasional tentang kebutuhan dan manfaat jangka panjang. Kondisi ini sangat bertentangan dengan model konsumen rasional (*homo economicus*) yang diasumsikan dalam teori ekonomi konvensional, dan lebih dekat dengan konsep konsumen emosional yang dipengaruhi oleh faktor sosial dan psikologis.¹⁵

Kondisi tersebut turut memengaruhi perilaku konsumsi individu. Konsumsi yang sebelumnya didasarkan pada kebutuhan fungsional kini mengalami pergeseran menuju konsumsi simbolik. Individu tidak hanya membeli suatu barang karena manfaat yang dimilikinya, tetapi juga karena nilai sosial yang melekat pada barang tersebut. Kepemilikan produk tertentu dianggap mampu meningkatkan status sosial, memperkuat identitas diri, serta memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial.

Teori perilaku konsumsi yang sedang berkembang sekarang menjelaskan cara seorang konsumen bisa mendapatkan kepuasan maksimal dengan uang yang dimilikinya secara terbatas.¹⁶ Manusia yang diberikan elemen kehidupan seperti nafsu, memiliki ciri dan hasrat yang terus-menerus meningkat serta tidak terbatas, termasuk dalam hal harta. Usaha individu untuk mendapatkan harta sebagai kebutuhan mempunyai

¹⁵ Farah Nikmatus Sania Dyas Noviarale Fitriani, Bintang Mutia Rahmah, Dyah Nopitasari, "Application Of Logotherapy In Reducing Hedonistic Behavior Due To FoMO", *International Conference Guidance and Counseling (ICGC)*, Vol. 2 (2024), h. 67,.

¹⁶ Sri Herianingrum Annisa Masruri Zaimsyah, *Loc.Cit.*

ragam karakter, dilaksanakan dengan cara yang beragam sesuai dengan kapasitas dan pengetahuan yang dimiliki.¹⁷

Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) merupakan salah satu dampak sosial dari perkembangan teknologi digital yang semakin meluas.¹⁸ Individu yang mengalami FoMO cenderung lebih mudah melakukan pembelian impulsif, mengikuti tren yang sedang populer, serta mengalokasikan sumber daya keuangan untuk memenuhi kebutuhan sosial yang sebenarnya tidak bersifat mendesak. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa FoMO memiliki implikasi yang luas terhadap kehidupan individu maupun masyarakat.¹⁹

FoMO sangat terkait dengan pandangan negative tentang diri. Mahasiswa dengan pandangan diri yang lemah biasanya lebih rentan merasa cemas dan stress ketika melihat kesuksesan orang lain di platform sosial. Perbedaan antara citra diri yang diinginkan dan realitas yang dihadapi membuat seseorang merasa kurang puas dengan hidupnya. Situasi ini bisa semakin buruk jika kemampuan untuk mengatur diri dalam menggunakan media sosial sangat terbatas.²⁰

¹⁷ Muhammad Irwan, *Loc.Cit.*

¹⁸ S. A. Puspitasari, C. A., Kamaludin, M., Pratama, M. R., & Azahra, "Pengaruh Fenomena Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Tingkat Kecemasan Dan Kepuasan Hidup Mahasiswa Gen Z Di Media Sosial", *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, Vol. 2 (2025), h. 1300,.

¹⁹ Sianipar Nicho Alinton & Kaloeti Dian Veronika Sakti, "Hubungan Antara Regulasi Diri Dengan Fear Of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro", *Jurnal Empati*, Vol. 1 (2019), h. 138, <https://doi.org/https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/23587/21484>.

²⁰ Sekar Aulia Azahra Citra Audi Puspitasari, De Ajeng Alwin, Muhamad Kamaludin, Mochamad Reza Pratama, "Pengaruh Fenomena Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Tingkat Kecemasan Dan Kepuasan Hidup Mahasiswa Gen Z Di Media Sosia", *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, Vol. 2 (2025).

Imam al-Ghazali berpendapat bahwa, tujuan dari syariah adalah untuk meningkatkan kesejahteraan umat manusia, yang berfokus pada pemeliharaan keimanan (din), keselamatan individu (nafs), kecerdasan ('aql), keturunan (nasl), dan harta (mal). Substansi dari maqasid syariah adalah kemaslahatan. Dalam pandangan ekonomi Islam, FoMO (FoMO) seharusnya dianggap sebagai fenomena yang bertentangan dengan asas Maqāsid al-Sharī'ah. Ian Alfian dan rekan-rekannya menyatakan bahwa FoMO yang tidak terkelola dapat membahayakan kesehatan mental serta finansial ini bertentangan dengan prinsip ḥifẓ al-nafs (perlindungan jiwa) dan ḥifẓ al-māl (perlindungan harta) di sisi lain, Baitul Hamdi menegaskan bahwa konsumsi dalam Islam hanya dibolehkan jika memenuhi kriteria halal, bertanggung jawab, serta tidak melampaui batas (lā isrāf).²¹

Dalam Islam, tujuan konsumsi bukanlah konsep utilitas melainkan kemaslahatan (maslahah). Pencapaian masalah tersebut merupakan tujuan dari maqashid syari'ah.²² Teori Maqasid Syariah dalam wilayah ekonomi dapat ditemukan secara langsung dalam landasan etika. Para pelaku ekonomi tidak hanya berperan untuk dapat menguasai sumber-sumber ekonomi yang strategis tetapi juga memanfaatkannya untuk kepentingan umat. Pemanfaatan tersebut harus diarahkan pada pencapaian

²¹ Baitul Hamdi, "Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)", *Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 23 (2022).

²² Sri Herianingrum Annisa Masruri Zaimsyah, *Loc.Cit.*

kemaslahatan yang mencakup kebutuhan dasar dharuriyah, hajiyyah, dan tahsiniyyah.²³

Nilai-nilai Islam memiliki peran penting dalam membantu individu mengatasi kecenderungan konsumtif yang dipicu oleh FoMO, terutama melalui penerapan kesederhanaan dan syukur. 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.²⁴

Fenomena FoMO yang dipicu oleh platform media sosial menghadirkan kesulitan mengatur kebiasaan belanja mereka. Situasi ini semakin diperburuk oleh dampak budaya konsumerisme yang terus berkembang di kalangan anak muda.²⁵ Oleh karena itu, sangat penting untuk mengeksplorasi solusi dari sudut pandang Islam, terutama dalam menerapkan prinsip-prinsip Maqashid Syariah agar individu dapat mengelola FoMO dan kebiasaan konsumtif dengan cara yang lebih sehat dan berkelanjutan..²⁶

Dampak dari ketakutan kehilangan momen FoMO pada kesehatan mental dan finansial individu bisa diuraikan melalui prinsip-prinsip Maqashid Syariah, terutama Hifz an-Nafs (melindungi jiwa) dan Hifz al-

²³ T. Rohmati, D., Anggraini, R., & Widiastuti, "Maqāṣidal-Sharī'ah sebagai Landasan Dasar Ekonomi Islam", *Jurnal Ekonomi Islam*, Vol. 9 (2018), h. 307, <https://doi.org/https://journal.walisongo.ac.id/index.php/economica/article/view/2051/2013>.

²⁴ Ian Alfian, "FoMO Dan Media Sosial: Dampak Perilaku Konsumtif Terhadap Kesehatan Mental Dan Keuangan Dari Perspektif Islam", *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 3 (2024).

²⁵ Farah Nikmatus Sania Dyas Noviarale Fitriani, Bintang Mutia Rahmah, Dyah Nopitasari, *Loc.Cit.*

²⁶ Z. M. Harahap, M. I., Soemitra, A., & Nawawi, "Analysis of the effect of Fear of Missing Out(FOMO) 140| Ian AlfianPROFETIK Vol. 03 No. 02 Juli-Desember2024and the use of paylater application on impulse buying behavior (review of Maqashid Syariah", *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 22 (2023).

Mal (melindungi harta). Kekecewaan hidup yang muncul dari perbandingan sosial dan ketidakmampuan mengikuti perkembangan yang ada berkontribusi pada dampak negatif terhadap kesehatan mentalnya.²⁷

Oleh karena itu, penting untuk melindungi jiwa melalui cara yang lebih sehat dalam menggunakan media sosial dan pola konsumsi untuk meredakan dampak negatif dari FOMO. Maqashid Syariah mengajarkan bahwa individu seharusnya berusaha menghindari keadaan yang dapat merusak kesehatan mental, sehingga diperlukan pendekatan yang lebih sadar terhadap pengaruh media sosial.

Generasi Z merupakan kelompok yang paling rentan mengalami Fear of Missing Out (FoMO) karena tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital dan media sosial yang sangat pesat. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi menyebabkan mereka lebih mudah terpapar berbagai informasi dan aktivitas orang lain sehingga memicu kecemasan apabila merasa tertinggal. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa FoMO berdampak pada meningkatnya kecemasan, kecanduan media sosial, perilaku konsumtif dan pembelian impulsif, serta kecenderungan melakukan phubbing yang dapat mengganggu kualitas interaksi sosial.

Tutik Al-Fiyah mengungkapkan bahwa pola gaya hidup dapat dilihat dengan cara apa yang dikenakan oleh seseorang, terkait dengan aktivitas, minat, opini, dan ruang sosial. Media sosial menjadi sarana bagi generasi milenial untuk melakukan personal branding sekaligus

²⁷ Ian Alfian, *Loc.Cit.*

menunjukkan eksistensi diri dengan mengikuti berbagai tren. Namun, pengguna media sosial yang berlebihan seringkali memunculkan fenomena FoMO, yakni perasaan cemas.²⁸ Dalam konteks ekonomi Ramadhani dan Sudiono Putri mengungkapkan bahwa FoMO signifikan terhadap perilaku pembelian impulsif pada kalangan generasi Z. Individu cenderung melakukan konsumsi bukan kebutuhan karena adanya dorongan sosial dan keinginan untuk diakui secara simbolik.²⁹

Fenomena FoMO tercermin dalam pola hidup yang berlebihan, sulit mengontrol diri untuk terus mengikuti aktivitas orang lain, hingga mengabaikan aktivitas pribadi. Demi tetap merasa terhubung dengan lingkungan sosial, banyak manusia yang tidak bisa lepas dari media sosial, bahkan menganggapnya sebagai kebutuhan utama. Dalam perspektif Islam, kebutuhan sejatinya adalah sesuatu yang membawa manfaat dan harus diatur agar tidak berlebihan. Di kalangan Generasi Z, tegangan antara nilai-nilai Islam dan tekanan budaya konsumtif digital menjadi semakin nyata. Generasi ini tumbuh dalam dua dunia yang seolah bertabrakan: dunia Islam yang menekankan kesederhanaan, zuhud, dan qana'ah di satu sisi, serta dunia digital yang terus-menerus merayakan konsumsi, kebaruan, dan ekshibisionisme di sisi lain.

Rahmawati dan Muthi'ah dalam penelitiannya yang berjudul "Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) Outfit pada Perempuan: Antara

²⁸ Tutik Al-Fiyah, "Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Pada Milenial Perspektif Kebutuhan Islam", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 1 (2025).h.....

²⁹ K. A. S. Ramadhani, S., & Putri, "Gen Z's Impulse Buying Behavior of Skincare Product: The Role of FOMO, Celebrity Endorser and Hedonism", *Journal Of Sharia Economics Research*, Vol. 8 (2024), h. 27,.

Identitas Diri dan Gaya Hidup Konsumtif" yang diterbitkan dalam Jurnal Ilmu Sosial dan Hukum (Vol. 3, 2025) mengkaji fenomena FoMO dalam konteks tren outfit dan penampilan di kalangan perempuan. Penelitian ini menemukan bahwa FoMO berpengaruh signifikan terhadap terbentuknya gaya hidup konsumtif, di mana dorongan untuk selalu tampil up-to-date di media sosial mendorong perempuan melakukan konsumsi yang melampaui kebutuhan riil. FoMO dalam penelitian ini dipandang sebagai mekanisme psikologis yang menghubungkan kecemasan akan ketinggalan tren dengan kebutuhan memperoleh pengakuan sosial melalui konsumsi simbolik, yakni konsumsi yang tidak semata-mata berorientasi pada nilai guna, melainkan pada nilai citra dan status sosial yang ditampilkan secara publik..³⁰

Selanjutnya, Widyasari, Santoso, dan Soliha dalam penelitiannya yang dipublikasikan pada Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia (JIBEKA) (Vol. 15, 2021) memperkenalkan konsep FoMsumerism, yaitu sebuah konstruk perilaku yang menggabungkan unsur FoMO (Fear of Missing Out) dengan perilaku konsumsi berbasis konformitas sosial. Konsep ini mendeskripsikan kecenderungan individu untuk melakukan pembelian bukan karena kebutuhan fungsional, melainkan karena tekanan sosial digital yang mendorong mereka untuk tidak ketinggalan tren. Penelitian ini menegaskan bahwa lingkungan media sosial menciptakan atmosfer persaingan eksistensi sosial, di mana individu merasa perlu

³⁰ Binti Nuriyatul Muthi'ah Ayu Rahmawati, "Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) Outfit pada Perempuan: Antara Identitas Diri dan Gaya Hidup Konsumtif", *Jurnal Ilmu Sosial Dan Hukum*, Vol. 3 (2025).h.54.,

mengonsumsi produk-produk tertentu demi mempertahankan relevansi dan kehadiran sosial mereka di ruang digital. Perilaku konsumsi konformitas ini bersifat reaktif dan cenderung impulsif, dipicu oleh persepsi bahwa orang lain di sekitar mereka telah lebih dahulu mengonsumsi atau memiliki sesuatu..³¹

Menurut Chandradipta dan Adi dalam penelitian yang diterbitkan pada Jurnal Dekonstruksi (Vol. 11) mengkaji pengaruh fenomena FoMO terhadap munculnya gaya hidup konsumtif di kalangan masyarakat urban Indonesia, khususnya dalam konteks budaya populer dan media sosial. Penelitian ini memposisikan FoMO sebagai faktor eksternal yang bersifat struktural, artinya tekanan untuk mengonsumsi tidak semata-mata berasal dari dalam diri individu, melainkan dikonstruksi oleh lingkungan sosial-digital yang melingkupi mereka. Dalam kajian ini, perilaku konsumtif dipahami sebagai respons terhadap tekanan citra diri (self-image) dan status sosial yang terus-menerus dikompetisikan di ruang publik digital. FoMO dengan demikian berfungsi sebagai penguat eksternal yang mempercepat siklus konsumsi berbasis identitas, di mana individu mengonsumsi untuk menegaskan siapa mereka, bukan semata-mata apa yang mereka butuhkan..³²

³¹ Ignatius Hari Santoso Suzy Widyasari, Euis Soliha, "Fomsumerism: Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption Dengan Memanfaatkan Fear of Missing Out Konsumen", *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, Vol. 15 (2021). h.76-89.,

³² Sigit Purnomo Adi Vincentius Tito Chandradipta, "Pengaruh Fenomena FoMO terhadap Munculnya Gaya Hidup Konsumtif pada Masyarakat Indonesia", *Jurnal Dekonstruksi*2, Vol. 11 (25M). h.65

Stivanus dan Agustina dalam penelitiannya berjudul "Hubungan Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada Penggemar BLACKPINK (BLINK)" yang dipublikasikan pada Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar (Pendas Unpas) (Vol. 10, 2025) menemukan adanya hubungan positif dan signifikan antara tingkat FoMO dengan perilaku konsumtif di kalangan komunitas penggemar. Objek kajiannya adalah komunitas BLINK, yaitu penggemar grup K-Pop BLACKPINK, yang menunjukkan pola konsumsi tinggi terhadap merchandise resmi, tiket konser, hingga produk-produk kolaborasi yang dikeluarkan oleh idolanya. Penelitian ini menekankan bahwa dorongan konsumsi dalam komunitas penggemar tidak semata-mata bersifat individual, melainkan sangat dipengaruhi oleh kebutuhan afiliasi sosial dan rasa kebersamaan kelompok (group belonging). Artinya, membeli merchandise atau tiket konser bukan hanya ekspresi kecintaan terhadap idola, tetapi juga merupakan tanda partisipasi dalam komunitas dan upaya mempertahankan identitas sebagai anggota kelompok yang aktif dan up-to-date..³³

Penelitian lain Agustina dan Angelina dalam penelitiannya yang berjudul "Hubungan Fear of Missing Out (FoMO) dengan Perilaku Pembelian Impulsif Produk Viral Blind Box di Media Sosial pada Generasi Z", yang juga diterbitkan pada Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar (Pendas Unpas) (Vol. 10, 2025), mengungkapkan bahwa FoMO memiliki hubungan signifikan dengan perilaku impulsive buying terhadap produk-

³³ Agustina Calvin Stivanus, "Hubungan Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada Penggemar BLACKPINK (BLINK)", *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, Vol. 10 (2025). h.97

produk viral, khususnya blind box yang sedang tren di media sosial. Produk blind box yaitu produk koleksi yang tidak diketahui isinya sebelum dibuka menjadi objek kajian yang relevan karena sifatnya yang spekulatif dan viral. Dalam penelitian ini, FoMO diposisikan sebagai variabel psikologis yang memperkuat keputusan pembelian tanpa perencanaan rasional sebelumnya. Individu yang mengalami FoMO tinggi cenderung melakukan pembelian segera setelah melihat produk viral di media sosial, tanpa mempertimbangkan kebutuhan, manfaat jangka panjang, maupun kondisi keuangan mereka secara cermat..³⁴

Elistyawati dkk. dalam penelitiannya berjudul "The Phenomenon of FOMO as Consumptive Behavior of Generation Z in Purchasing Traditional Food (Case Study of Lawar Macho Rena)" yang dipublikasikan pada Bali International Journal of Management and Tourism (Vol. 5, 2025) memperluas kajian FoMO ke ranah konsumsi kuliner. Penelitian ini menemukan bahwa FoMO secara nyata mendorong generasi Z untuk mencoba makanan dan produk kuliner yang sedang viral di media sosial, termasuk dalam konteks makanan tradisional yang dikemas dalam narasi tren kekinian. Temuan ini menunjukkan bahwa efek FoMO tidak terbatas pada produk fashion atau hiburan saja, melainkan juga merambah ke pola konsumsi pangan. FoMO dalam konteks ini berperan dalam pembentukan pola konsumsi berbasis tren (trend-driven

³⁴ Agustina Agustina Ellen Angelina, "Hubungan Fear Of Missing Out (FoMO) Dengan Perilaku Pembelian Implusif Produk Viral Blind Box Di Media Sosial Pada Generasi Z", *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, Vol. 10 (2025). h.86

consumption), di mana pengalaman mengonsumsi makanan viral menjadi bagian dari konstruksi identitas sosial generasi Z di ruang digital.³⁵

Sementara itu, Elyanoor dan Maulana dalam penelitiannya berjudul "FoMO (Fear of Missing Out) sebagai Israf dalam Konsumsi Digital: Perspektif Al-Kasbu" yang dipublikasikan pada *Al-Hamra Jurnal Studi Islam* (Vol. 6, 2025) merupakan salah satu upaya awal yang mencoba mengkaji FoMO dari sudut pandang ekonomi Islam. Penelitian ini mengaitkan perilaku konsumsi yang didorong FoMO dengan konsep israf, yakni pemborosan atau pengeluaran yang melampaui batas kewajaran dan kebutuhan dalam ajaran Islam. Dalam pandangan penelitian ini, FoMO berpotensi mendorong individu pada perilaku konsumsi yang melampaui batas moderasi (wasatiyyah) yang diperintahkan dalam Islam. Meski demikian, penelitian ini diakui masih bersifat normatif-deskriptif, karena pembahasannya lebih banyak bertumpu pada argumen tekstual keagamaan dan belum menggunakan pendekatan maqāṣid al-sharī'ah secara sistematis dan komprehensif sebagai kerangka analisis utama.³⁶

Nasution, Sugianto, dan Dharma dalam penelitiannya yang berjudul "Perilaku Fear of Missing Out (FoMO) dalam Konsumsi di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU Ditinjau dalam Perspektif Masalah", yang dipublikasikan pada *Jurnal Entrepreneur dan Riset Bisnis* (Vol. 11,

³⁵ Dasih. Ida ayu elistyawati. I Gusti ayu ratna pramesti dan Gusti ayu putu Darmayanti, "The Phenomenon of FOMO as Consumptive Behavior of Generation Z in Purchasing Traditional Food (Case Study of Lawar Macho Rena)", *Journal Of Management And Tourism*, Vol. 5 (2025). h.76

³⁶ H. Elyanoor, S., & Maulana, "FoMO (Fear of Missing Out) sebagai Israf dalam Konsumsi Digital: Perspektif Al-Kasbu", *Jurnal Studi Islam*, Vol. 6 (2025), h. 239,.

2023), menelaah perilaku konsumsi fesyen yang dipicu oleh FoMO di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UINSU dengan menggunakan konsep masalah sebagai lensa analisis. Penelitian ini menemukan bahwa media sosial dan keberadaan influencer berperan signifikan dalam membentuk pola pembelian produk fashion di kalangan mahasiswa, di mana keputusan konsumsi kerap kali lebih didasarkan pada dorongan mengikuti tren dan tampil relevan secara sosial daripada pertimbangan kemaslahatan yang sesungguhnya. Namun demikian, penelitian ini belum menjadikan kerangka maqāṣid al-sharī'ah sebagai instrumen evaluasi normatif yang utuh dan terstruktur, sehingga analisis kemaslahatan yang dilakukan masih bersifat parsial.³⁷

Menurut Desky dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Perubahan Sosial dan Perilaku Konsumtif terhadap Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa Muslim di Perkotaan", yang diterbitkan pada Jurnal Sosiologi Agama Indonesia (JSAI) , mengkaji hubungan antara dinamika perubahan sosial, intensitas penggunaan media digital, dan peningkatan perilaku konsumtif pada mahasiswa Muslim di lingkungan perkotaan. Penelitian ini menemukan bahwa akselerasi perubahan sosial yang dibawa oleh digitalisasi turut memperkuat tingkat FoMO mahasiswa, yang pada gilirannya berimplikasi pada meningkatnya perilaku konsumtif. Penelitian ini menonjolkan aspek sosial-keagamaan dalam memahami FoMO, mengingat subjeknya adalah mahasiswa Muslim yang seharusnya

³⁷ B. Nasution, R. S., Sugianto, S., & Dharma, "Perilaku Fear Of Missing Out (FoMO) Dalam Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU Ditinjau Dalam Prespektif Masalah", *Jurnal ekonomi dan Bisnis*, Vol. 11 (2023), h. 2005,.

memiliki panduan normatif dalam berperilaku konsumsi. Namun demikian, kajian ini belum mengintegrasikan teori konsumsi Islam — seperti prinsip keseimbangan (tawāzun), moderasi (wasatīyyah), atau kerangka maqāṣid secara sistematis dalam kerangka analisisnya.³⁸

Ramadhany dalam penelitiannya berjudul "Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Fear of Missing Out (FoMO) dan Lifestyle terhadap Impulsive Buying Produk Fashion Tas Christy pada Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya", yang dipublikasikan pada Gemah Ripah Jurnal Bisnis (Vol. 5, 2025, h. 620), menemukan bahwa FoMO dan pemasaran melalui media sosial, khususnya Instagram, berpengaruh signifikan terhadap impulsive buying melalui mediasi variabel gaya hidup (lifestyle). Artinya, FoMO tidak hanya berdampak langsung pada keputusan pembelian impulsif, tetapi juga bekerja secara tidak langsung dengan terlebih dahulu membentuk atau memperkuat orientasi gaya hidup konsumtif seseorang, yang kemudian menjadi katalis bagi pembelian tidak terencana. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa FoMO telah menjadi determinan psikologis yang penting dalam pembentukan pola konsumsi modern, terutama di kalangan generasi muda yang terhubung erat dengan ekosistem media sosial.³⁹

³⁸ A. F Desky, "Pengaruh Perubahan Sosial dan Perilaku Konsumtif terhadap Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa Muslim di Perkotaan", *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia*, Vol. 5 (2024), h. 368,.

³⁹ P. D Ramadhany, "Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Fear Of Missing Out (FoMO) Dan Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Produk Fashion Tas Christy Pada Kalangan

Secara umum, penelitian-penelitian yang ada cenderung mendekati FoMO dari perspektif psikologi sosial dan pemasaran digital, dengan fokus utama pada aspek kecemasan sosial, intensitas penggunaan media sosial, konformitas kelompok, serta dampaknya terhadap perilaku konsumtif dan impulsif. Sebagian besar kajian bersifat deskriptif-empiris, yakni mendeskripsikan dan mengukur hubungan antarvariabel tanpa masuk ke ranah penilaian normatif yang mendalam.

Beberapa penelitian, seperti yang dilakukan oleh Elyanoor dan Maulana serta Nasution dkk., mulai menjajaki dimensi normatif dengan menggunakan konsep *isrāf* dan masalah dalam ekonomi Islam. Namun, kajian-kajian ini masih bersifat parsial dan belum komprehensif, karena belum memanfaatkan kerangka *maqāṣid al-sharī'ah* secara utuh sebagai instrumen evaluasi perilaku konsumsi yang didorong FoMO.

Dengan demikian, terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan (research gap): belum ada kajian yang secara sistematis dan komprehensif menganalisis fenomena FoMO dan implikasinya terhadap perilaku konsumtif menggunakan pendekatan *maqāṣid al-sharī'ah* sebagai kerangka normatif utama dalam perspektif ekonomi Islam.

Berdasarkan telaah terhadap berbagai penelitian terdahulu, dapat diketahui bahwa sebagian besar studi mengenai FoMO berfokus pada aspek psikologis, seperti kecemasan sosial, intensitas penggunaan media sosial, serta perilaku konsumtif dalam perspektif psikologi sosial dan

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya”, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 5 (2025), h. 620,.

pemasaran digital. Sejumlah penelitian juga menunjukkan bahwa FoMO memiliki korelasi signifikan terhadap peningkatan perilaku impulsif dan konsumsi berbasis tren pada generasi muda. Namun demikian, kajian-kajian tersebut umumnya masih bersifat deskriptif-empiris dan belum menyentuh dimensi normatif dalam perspektif ekonomi Islam secara mendalam.

Di sisi lain, penelitian tentang perilaku konsumsi dalam Islam lebih banyak menitikberatkan pada konsep rasionalitas konsumsi, prinsip halal dan thayyib, larangan israf (berlebih-lebihan), serta orientasi pada kemaslahatan. Meskipun terdapat beberapa kajian yang mulai mengaitkan fenomena konsumtif dengan nilai-nilai etika Islam, analisis tersebut belum secara spesifik mengkaji fenomena FoMO sebagai variabel psikososial yang memengaruhi pola konsumsi generasi Z Muslim di era digital. Selain itu, penggunaan kerangka *maqāṣid al-syarī'ah* dalam penelitian-penelitian tersebut cenderung bersifat konseptual dan belum dijadikan sebagai instrumen analisis normatif yang komprehensif untuk mengevaluasi perilaku konsumsi kontemporer.

Dalam konteks masyarakat Muslim, FoMO tidak dapat dipahami hanya sebagai persoalan psikologis semata. Fenomena ini juga berkaitan dengan bagaimana individu mengelola akal, jiwa, harta, serta hubungan sosialnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan yang mampu mengintegrasikan dimensi

psikologis, sosial, ekonomi, dan spiritual secara bersamaan. Salah satu pendekatan yang relevan untuk digunakan adalah Maqashid Syariah.

Maqashid Syariah merupakan tujuan-tujuan utama yang hendak diwujudkan oleh syariat Islam demi tercapainya kemaslahatan manusia. Konsep ini menekankan pentingnya perlindungan terhadap lima unsur pokok kehidupan manusia, yaitu agama (hifz al-din), jiwa (hifz al-nafs), akal (hifz al-aql), keturunan (hifz al-nasl), dan harta (hifz al-mal). Kelima unsur tersebut menjadi landasan dalam menilai berbagai aktivitas manusia, termasuk perilaku konsumsi di era digital.

Melalui perspektif Maqashid Syariah, fenomena FoMO dapat dianalisis secara lebih mendalam. Dari aspek hifz al-nafs, FoMO berpotensi menimbulkan gangguan psikologis berupa kecemasan, stres, dan ketidakpuasan hidup. Dari aspek hifz al-aql, FoMO dapat mengganggu kemampuan individu dalam berpikir rasional karena keputusan yang diambil lebih didasarkan pada tekanan emosional dibandingkan pertimbangan yang matang. Dari aspek hifz al-mal, FoMO dapat mendorong perilaku konsumtif yang mengarah pada pemborosan dan pengelolaan keuangan yang tidak sehat.

Selain itu, FoMO juga dapat memengaruhi kualitas hubungan sosial dan spiritual seseorang. Ketergantungan yang berlebihan terhadap media sosial berpotensi mengurangi kualitas interaksi sosial secara langsung serta mengurangi fokus individu terhadap aktivitas ibadah dan pengembangan diri. Dalam jangka panjang, kondisi tersebut dapat

menghambat tercapainya keseimbangan hidup yang menjadi salah satu tujuan utama syariat Islam.

Oleh karena itu, penggunaan Maqashid Syariah sebagai kerangka analisis menjadi sangat penting dalam memahami fenomena FoMO pada generasi Z Muslim. Pendekatan ini tidak hanya menjelaskan dampak negatif yang ditimbulkan oleh FoMO, tetapi juga menawarkan prinsip-prinsip normatif yang dapat dijadikan pedoman dalam mengelola penggunaan media sosial dan perilaku konsumsi secara lebih bijaksana. Dengan demikian, Maqashid Syariah dapat berfungsi sebagai instrumen evaluasi sekaligus solusi dalam menghadapi berbagai tantangan kehidupan digital kontemporer.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat kekurangan dalam penelitian-penelitian sebelumnya. Sebagian besar kajian hanya membahas FoMO dari sisi psikologi atau perilaku konsumtif secara umum, tanpa menggabungkannya dengan teori gaya hidup sosial-ekonomi dan konsep konsumsi dalam Islam secara menyeluruh. Selain itu, penggunaan maqāṣid al-syarī'ah sebagai dasar analisis juga belum dilakukan secara sistematis untuk menilai fenomena tersebut. Penelitian yang secara khusus membahas pola konsumsi generasi Z Muslim dengan menggabungkan seluruh pendekatan tersebut masih sangat terbatas. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu mengintegrasikan keempat perspektif tersebut agar diperoleh pemahaman yang lebih utuh dan relevan dengan konteks generasi muda Muslim saat ini.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk melengkapi kekurangan tersebut dengan menggunakan pendekatan yang lebih menyeluruh. Penelitian ini tidak hanya membahas FoMO sebagai gejala psikologis dan sosial, tetapi juga menganalisisnya dari sudut pandang perilaku konsumsi dalam Islam serta menggunakan *maqāṣid al-syarī‘ah* sebagai dasar penilaian. Dengan menggabungkan keempat pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai pengaruh FoMO terhadap pola konsumsi generasi Z Muslim, serta menilai apakah perilaku tersebut sesuai atau tidak dengan nilai dan tujuan syariat Islam.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi khususnya yang berkaitan dengan fenomena gaya hidup FoMO pada generasi muda. Analisis melalui perspektif *Maqashid Syariah* dapat memperkaya literatur mengenai relevansi nilai-nilai Islam dalam menghadapi tantangan gaya hidup modern. Penelitian ini berguna bagi mahasiswa, Lembaga Pendidikan, orang tua, serta pembuat kebijakan sebagai dasar dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga keseimbangan sosial-ekonomi sesuai dengan nilai-nilai Islam.⁴⁰

⁴⁰ Muhammad Nur abdullah Birton Wahyuningsih, Maryati, “KINERJA BANK UMUM SYARIAH BERDASARKAN MAQASHID SYARIAHINDEX”, *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, Vol. 1 (2024). h.123

B. Fokus dan Subfokus Penelitian

1. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah menganalisis dampak perilaku gaya hidup Fear of Missing Out (FoMO) pada kalangan Generasi Z, khususnya mahasiswa di Kota Bandar Lampung, serta meninjaunya berdasarkan perspektif maqashid syariah. Fokus tersebut diarahkan untuk memahami faktor-faktor yang melatarbelakangi munculnya perilaku FoMO, dampak yang ditimbulkan terhadap gaya hidup mahasiswa, serta kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip maqashid syariah sebagai landasan normatif dalam Islam.

2. Sub Fokus Penelitian

Untuk mendukung fokus utama diatas, penelitian in dibagi ke dalam beberapa sub fokus sebagai berikut:

- a. Faktor-faktor yang memengaruhi munculnya perilaku Fear of Missing Out (FoMO) pada mahasiswa Generasi Z di Kota Bandar Lampung.
- b. Dampak perilaku Fear of Missing Out (FoMO) terhadap gaya hidup mahasiswa Generasi Z di Kota Bandar Lampung.
- c. Analisis maqashid syariah terhadap dampak perilaku gaya hidup Fear of Missing Out (FoMO) pada mahasiswa Generasi Z di Kota Bandar Lampung.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana faktor-faktor FoMO yang mempengaruhi perilaku gaya hidup mahasiswa Gen Z di Bandar Lampung?
2. Bagaimana dampak FoMO terhadap perilaku mahasiswa Gen Z di Bandar Lampung?
3. Bagaimana analisis maqashid syariah terhadap dampak perilaku gaya hidup FoMO pada kalangan Gen Z di Bandar Lampung?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisa faktor-faktor FoMO yang mempengaruhi perilaku gaya hidup mahasiswa gen z di Bandar Lampung.
2. Untuk menganalisa dampak FoMO yang mempengaruhi perilaku ekonomi mahasiswa gen z di Bandar Lampung
3. Untuk menganalisa Maqashid Syariah terhadap dampak perilaku gaya hidup FoMO pada kalangan gen z di Bandar Lampung.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi Islam dan studi sosial keagamaan, khususnya terkait analisis gaya hidup FoMO pada kalangan Muslim Gen Z dengan perspektif maqashid syariah. Penelitian

ini menggunakan tinjauan Maqashid Syariah dalam gaya hidup (FoMO).

Pada kalangan Muslim Gen Z

b. Referensi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas gaya hidup generasi muda Muslim, dampak sosial-ekonomi, serta penerapan Maqashid Syariah dalam menganalisis fenomena kontemporer.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Muslim Gen Z

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan kepada generasi muda Muslim agar lebih bijak dalam menggunakan media sosial, mengatur konsumsi, serta menghindari gaya hidup berlebihan yang dapat merugikan aspek sosial dan ekonomi mereka.

b. Bagi Orang Tua dan Pendidik

Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi orang tua, guru, dan dosen dalam membimbing generasi muda Muslim agar mampu mengendalikan perilaku FOMO serta menanamkan nilai-nilai syariah dalam kehidupan sehari-hari.

c. Bagi Masyarakat Umum

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman tentang pentingnya pengendalian gaya hidup dalam perspektif Maqashid Syariah sehingga masyarakat dapat lebih sadar akan nilai-nilai keseimbangan antara kebutuhan sosial, ekonomi, dan spiritual.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Grand Theory

1. Behaviorism Theory

Behaviorism Theory merupakan salah satu teori dalam psikologi yang menjelaskan bahwa perilaku manusia terbentuk sebagai hasil interaksi antara stimulus (stimulus) dan respons (response). Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh John B. Watson (1913) dan kemudian dikembangkan oleh B.F. Skinner (1953) melalui konsep operant conditioning. Menurut Skinner, perilaku individu dipengaruhi oleh proses pembelajaran yang terjadi melalui pemberian penguatan (reinforcement) maupun hukuman (punishment).⁴¹ Perilaku yang memperoleh konsekuensi positif cenderung diulang, sedangkan perilaku yang memperoleh konsekuensi negatif akan berkurang. Oleh karena itu, teori behaviorisme memandang bahwa lingkungan memiliki peran penting dalam membentuk perilaku seseorang.

Dalam perkembangan teknologi digital, media sosial menjadi salah satu bentuk stimulus yang mampu memengaruhi perilaku individu. Berbagai fitur seperti notifikasi, pembaruan informasi, jumlah likes, komentar, maupun konten yang terus berkembang memberikan rangsangan yang mendorong individu untuk terus berinteraksi dengan media sosial. Pengulangan perilaku tersebut

⁴¹ J. B Watson, "Psychology as the behaviorist views it.", *Psychological review*, Vol. 20 No. 2 (1913), h. 158,.

secara terus-menerus dapat membentuk kebiasaan yang akhirnya berkembang menjadi suatu gaya hidup. Dalam penelitian ini, Behaviorism Theory digunakan sebagai grand theory karena mampu menjelaskan bagaimana stimulus dari lingkungan digital membentuk perilaku individu yang kemudian berkembang menjadi fenomena Fear of Missing Out (FoMO) pada Generasi Z.

B. Middle Theory

1. Theory of Planned Behavior

Theory of Planned Behavior (TPB) dikembangkan oleh Icek Ajzen (1991) sebagai pengembangan dari Theory of Reasoned Action. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku individu tidak terjadi secara spontan, melainkan diawali oleh niat (behavioral intention) yang dipengaruhi oleh tiga komponen utama, yaitu sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior), norma subjektif (subjective norm), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control). Sikap menggambarkan evaluasi individu terhadap suatu perilaku, norma subjektif menunjukkan pengaruh lingkungan sosial terhadap keputusan individu, sedangkan persepsi kontrol perilaku mencerminkan keyakinan individu mengenai kemampuannya dalam mengendalikan perilaku tersebut. Ketiga komponen tersebut membentuk niat yang selanjutnya diwujudkan dalam perilaku nyata.⁴²

⁴² Ajzen, "The theory of planned behavior: Frequently asked questions", *Human behavior and emerging technologies*, Vol. 2 (2020), h. 314–24,.

Dalam konteks penggunaan media sosial, Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa perilaku individu untuk terus mengikuti perkembangan informasi dipengaruhi oleh sikap positif terhadap media sosial, dorongan dari lingkungan sosial untuk selalu mengikuti tren, serta persepsi mengenai kemampuan mengendalikan penggunaan media sosial. Ketika ketiga faktor tersebut mendorong individu untuk terus terhubung dengan aktivitas orang lain, maka kemungkinan munculnya perilaku Fear of Missing Out (FoMO) akan semakin tinggi. Oleh karena itu, dalam penelitian ini Theory of Planned Behavior digunakan sebagai middle theory untuk menjelaskan proses terbentuknya perilaku FoMO sebelum memengaruhi perilaku konsumtif.

C. Applied Theory

1. Consumer Behavior Theory

Consumer Behavior Theory merupakan teori yang menjelaskan perilaku individu dalam proses mencari, memilih, membeli, menggunakan, mengevaluasi, hingga menghabiskan suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Menurut Kotler dan Keller (2016), perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain faktor budaya, sosial, pribadi, dan psikologis yang secara bersama-sama membentuk keputusan pembelian. Sementara itu, Solomon (2020) menjelaskan bahwa perilaku konsumen tidak hanya didorong oleh

kebutuhan fungsional, tetapi juga dipengaruhi oleh motivasi emosional, gaya hidup, serta pengaruh lingkungan sosial.⁴³

Dalam era digital, media sosial telah menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perilaku konsumsi masyarakat, khususnya pada Generasi Z. Paparan terhadap tren, promosi, ulasan produk, dan aktivitas konsumsi orang lain di media sosial dapat mendorong individu melakukan pembelian bukan semata-mata karena kebutuhan, melainkan juga karena keinginan untuk mengikuti tren dan memperoleh pengakuan sosial. Kondisi tersebut semakin diperkuat oleh munculnya fenomena Fear of Missing Out (FoMO), yang mendorong individu untuk mengonsumsi suatu produk atau layanan agar tidak merasa tertinggal dari lingkungan sosialnya. Oleh karena itu, Consumer Behavior Theory digunakan sebagai applied theory untuk menjelaskan bagaimana perilaku FoMO memengaruhi perilaku konsumsi pada Generasi Z.

Meskipun ketiga teori tersebut mampu menjelaskan proses terbentuknya perilaku FoMO dan pengaruhnya terhadap perilaku konsumsi, teori-teori tersebut belum memberikan penilaian mengenai apakah perilaku tersebut membawa kemaslahatan atau justru menimbulkan kemudharatan bagi individu maupun masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan

⁴³ C Solomon, M. R., & Behavior, *Buying, having and being*. London, Prentice Hall., 2020. h.....

maqashid syariah sebagai perspektif analisis untuk menilai dampak perilaku gaya hidup Fear of Missing Out (FoMO).

Maqashid syariah menjelaskan tujuan ditetapkan syariat Islam untuk mewujudkan kemaslahatan dan mencegah kemudharatan bagi manusia. Menurut Imam Abu Ishaq Al-Syatibi dalam karyanya *al-Muwafaqat fi Ushul al-Syari'ah*. Al-Syatibi merumuskan bahwa seluruh kewajiban syariah diturunkan demi kemaslahatan hamba, baik di dunia maupun di akhirat. Gagasan ini menempatkan Maqashid Syariah sebagai grand theory karena ia bersifat universal, komprehensif, dan menjadi landasan normatif tertinggi bagi seluruh aktivitas manusia, termasuk aktivitas sosial dan ekonomi.⁴⁴

Al-Syatibi membagi Maqashid Syariah ke dalam tiga tingkatan urgensi, yaitu, Al-Dharuriyyat (kebutuhan primer/esensial) yang mencakup perlindungan terhadap lima unsur pokok, yakni hifz al-din (pemeliharaan agama), hifz al-nafs (pemeliharaan jiwa), hifz al-'aql (pemeliharaan akal), hifz al-nasl (pemeliharaan keturunan), dan hifz al-mal (pemeliharaan harta). Kedua, Al-Hajiyyat (kebutuhan sekunder) yang bersifat komplementer untuk menghilangkan kesulitan dalam kehidupan. Dan terakhir Al-Tahsiniyyat (kebutuhan tersier) yang berhubungan dengan penyempurnaan dan keindahan perilaku manusia.

⁴⁴ R Fahmi, "Pemikiran Imam Al-Syhatibi Tentang Maqashid Al-Syariah", *I'tisham : Journal of Islamic Law and Economics*, Vol. 3 (2023), h. 140–58,.

Pemikiran kontemporer tentang Maqashid Syariah, sebagaimana dikembangkan oleh Jasser Auda dalam karyanya *Maqasid al-Shari'ah as Philosophy of Islamic Law*, memperluas cakupan teori ini dengan pendekatan sistem (systems approach) yang memandang Maqashid Syariah sebagai filter evaluatif terhadap kebijakan, perilaku, dan institusi sosial modern. Dengan demikian, Maqashid Syariah menjadi pondasi teoretis yang kokoh untuk menilai apakah fenomena FoMO dan dampak sosial-ekonominya membawa kemaslahatan atau justru mengancam eksistensi manusia secara holistic.⁴⁵

1. Deskripsi Konseptual

1. Fear of Missing Out

a. Definisi FoMO

Secara konseptual FoMO dapat didefinisikan sebagai fenomena multidimensional yang mencakup aspek psikologis, sosial, ekonomi, dan spiritual. FoMO bukan sekadar rasa takut kehilangan informasi, melainkan refleksi dari kebutuhan sosial yang tidak terpenuhi, yang menimbulkan konsekuensi nyata terhadap perilaku konsumsi, kesejahteraan mental, serta integritas nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari. Secara teoritis, Przyblyski, Murayama, DeHaan dan Gladwell mendefinisikan

⁴⁵ Jasser Auda, *Maqasid al-Shariah as philosophy of Islamic law: A systems approach*. International Institute of Islamic Thought (IIIT)., 2008.h. 114-117

FoMO adalah perasaan cemas, gelisah, dan takut akan kehilangan momen berharga yang dimiliki teman.⁴⁶

Kondisi gejala FoMO ini semakin kuat menyerang, khususnya di media sosial yang sangat berpengaruh dalam kehidupan nyata dan menjadikan media sosial ini sebagai bagian kehidupan sehari-hari yang sangat penting. Kaitan FoMO dengan kecanduan media sosial dapat dilihat dari peran media sosial terhadap individu yang mengalami FoMO. Kebutuhan dan dorongan yang muncul akibat FoMO dalam mempertahankan komunikasi dapat terpenuhi melalui media sosial.⁴⁷

Przybylski membangun teori FoMO yang mengacu pada *Self Determination Theory (SDT)*, yang mengatakan bahwa FoMO berasal dari kebutuhan untuk tetap terhubung dan takut tertinggal dari pengalaman orang lain.⁴⁸ Sedangkan teori *Sosial Exclusion* menurut Leary, manusia akan berusaha tetap menjaga relasi dengan mencari tahu serta menghindari kemungkinan adanya ketertinggalan, salah satu caranya yaitu tetap terhubung dengan media sosial agar tetap mengetahui informasi yang sedang terjadi.

Menurut Alt (2015), FoMO merupakan kondisi psikologis yang ditandai dengan keinginan kuat untuk selalu mengetahui

⁴⁶ Andi Cahyadi, "Gambaran Fenomena Fear of Missing Out Pada Generasi Z Di kalangan Mahasiswa", *Jurnal Ilmiah Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya*, Vol. 2 No. Vol. 2 (2021): No. 02 Tahun XLV/Juli 2021 (2021), h. 159,.

⁴⁷ Kiayati Yusriyah Lira Aisafitri, "Kecanduan Media Sosial (FoMO) Pada Generasi Milenial", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 4 (2021). h.112

⁴⁸ A. K Przybylski, *Loc.Cit.*

aktivitas orang lain karena adanya rasa takut kehilangan informasi, pengalaman, maupun kesempatan yang dianggap penting. Kondisi tersebut menyebabkan individu lebih sering memantau media sosial sebagai upaya untuk tetap mengikuti perkembangan yang terjadi di lingkungan sosialnya.⁴⁹

Menurut Alt (2015), FoMO merupakan kondisi psikologis yang ditandai dengan keinginan kuat untuk selalu mengetahui aktivitas orang lain karena adanya rasa takut kehilangan informasi, pengalaman, maupun kesempatan yang dianggap penting. Kondisi tersebut menyebabkan individu lebih sering memantau media sosial sebagai upaya untuk tetap mengikuti perkembangan yang terjadi di lingkungan sosialnya.⁵⁰

b. Dimensi FoMO dan Aspek-Aspek FoMO

Indikator FoMO dapat dilihat dari beberapa dimensi, yakni psikologis, ditandai dengan kecemasan, ketidaknyamanan, dan dorongan untuk selalu memantau media sosial; sosial, meliputi ketergantungan pada validasi sosial, phubbing, dan kecenderungan membandingkan diri dengan orang lain; ekonomi, tercermin dari perilaku konsumtif dan keputusan membeli impulsif tanpa mempertimbangkan harga, kualitas, atau kebutuhan; serta spiritual,

⁴⁹ Dorit Alt, "College students' academic motivation, media engagement and fear of missing out", *Computers in Human Behavior*, Vol. 49 (2015), h. 111–19, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>.

⁵⁰ Jon D. Elhai et al., "Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use", *Computers in Human Behavior*, Vol. 63 (2016), h. 509–16, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.079>.

yang terkait dengan potensi ketidaksesuaian perilaku digital dengan nilai-nilai keislaman. Faktor psikologis yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Rasa takut kehilangan kesempatan ini membuat ketidaknyamanan dan stress bagi individu, dan hal ini memicu dorongan para konsumen untuk membeli produk ataupun mengikuti trend tertentu.⁵¹

Selain berdampak pada perilaku digital, FoMO juga berimplikasi pada kondisi psikologis individu. Rahayuningtyas et al, menunjukkan adanya hubungan negatif antara FoMO dan psychological well-being pada remaja pengguna media sosial. Individu dengan tingkat FoMO yang tinggi cenderung mengalami penurunan kesejahteraan psikologis, seperti meningkatnya kecemasan, stres, dan ketidakpuasan terhadap kehidupan sosialnya.⁵²

Temuan ini mengindikasikan bahwa FoMO tidak hanya bersifat sementara, melainkan dapat memengaruhi kualitas hidup individu secara berkelanjutan. Rahmadani dan Agung mengungkapkan bahwa FoMO berpengaruh terhadap perilaku sosial menyimpang dalam interaksi langsung, seperti phubbing, yaitu kecenderungan

⁵¹ A. K Przybylski, *Loc.Cit.*

⁵² I. Y. Rahayuningtyas, Y. P., Pratitis, N. T., & Arifiana, "Fear of Missing Out (FOMO) dan Psychological Well Being pada Remaja Pengguna Media Sosial", *Jurnal Psikologi Indonesia*, Vol. 3 (2025), h. 11,.

mengabaikan interaksi tatap muka karena fokus pada gawai.⁵³ Hal ini menunjukkan bahwa FoMO tidak hanya berdampak pada hubungan individu dengan media sosial, tetapi juga pada kualitas hubungan sosial di dunia nyata.

Akan tetapi Khansa dan Tawaqal menjelaskan bahwa FoMO pada Gen Z tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan sosial, tetapi juga oleh algoritma media sosial yang mendorong individu untuk terus memantau tren dan aktivitas orang lain. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa FoMO telah menjadi bagian dari budaya digital yang memengaruhi cara berinteraksi, berkomunikasi, dan membentuk identitas sosial generasi muda.⁵⁴ Perilaku ini ditandai oleh keinginan untuk selalu terhubung dengan aktivitas orang lain. Hal ini membuat apa yang dilakukan oleh orang lain sangat menarik untuk ditiru, akan tetapi banyak para konsumen mengambil keputusan tanpa mempertimbangkan faktor-faktor penting seperti harga, kualitas dan kebutuhan.

Dalam konteks Indonesia, FoMO banyak dikaji pada generasi Z karena karakteristik generasi ini yang memiliki intensitas tinggi dalam penggunaan media sosial. Sejumlah penelitian nasional menegaskan bahwa FoMO memiliki keterkaitan erat dengan intensitas penggunaan media sosial. Maharani et al,

⁵³ I. M. Rahmadani, F., & Agung, "Peran Fear Of Missing Out (FoMO) Terhadap Perilaku Phubbing Generasi Z Dengan Jenis Kelamin Sebagai Variabel Moderasi.", *Jurnal Riset Mahasiswa Psikologi*, Vol. 3 (2024), h. 17,.

⁵⁴ R. S Sabila, K., & Tawaqal, "Fenomena Budaya FoMO (Fear of Missing Out) di Media Sosial Tiktok pada Kalangan Gen Z.", *Jurnal Audience*, Vol. 8 (2025). h.37

menemukan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial, khususnya TikTok, semakin tinggi pula tingkat FoMO pada generasi Z.⁵⁵ Hal ini menunjukkan bahwa platform media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai pemicu tekanan sosial yang mendorong individu untuk selalu mengikuti perkembangan terbaru agar tidak merasa tertinggal.

c. Dampak FoMO

Dengan demikian, kajian terhadap FoMO dalam perspektif Maqashid Syariah menjadi penting untuk meninjau sejauh mana perilaku digital generasi Muslim saat ini masih selaras dengan tujuan-tujuan syariah, serta bagaimana nilai-nilai Islam dapat menjadi filter moral dalam menghadapi tekanan sosial media yang semakin kuat di era modern. Salah satu dimensi penting dari fenomena FoMO yang sering luput dari perhatian adalah kaitannya dengan tingkat literasi keuangan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dalam Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan tahun 2024 mencatat bahwa indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 65,43 persen, dengan kelompok usia 18-25 tahun (mayoritas mahasiswa) menunjukkan tingkat literasi yang relatif

⁵⁵ E Maharani, W., Banowo, E., & Setyarini, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Fenomena Fear Of Missing Out (Fomo) Di Kalangan Generasi Z Pada Wilayah Jakarta Utara.", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 1 (2025), h. 110,.

rendah dalam aspek perencanaan keuangan dan pengelolaan risiko.⁵⁶

2. Gaya Hidup

a. Definisi Gaya Hidup

Gaya hidup (lifestyle) adalah pola perilaku seseorang dalam menjalani kehidupan sehari-hari yang mencerminkan nilai, sikap, dan orientasi hidup tertentu, termasuk dalam hal konsumsi, penggunaan waktu, serta interaksi sosial. Dalam konteks sosial-ekonomi, gaya hidup menggambarkan hubungan antara tingkat ekonomi individu dengan pilihan perilaku dan kebiasaan hidup yang dijalankan, yang kemudian membentuk identitas sosial dan status ekonomi di masyarakat.⁵⁷

Menurut Wulandari gaya hidup tidak lagi hanya dipandang sebagai kebutuhan fisiologis, tetapi telah menjadi simbol identitas sosial dan bentuk komunikasi nonverbal yang menunjukkan posisi seseorang dalam struktur sosial. Dengan berkembangnya teknologi dan media sosial, gaya hidup kini semakin terpengaruh oleh budaya digital yang menekankan pada citra (self-image), pengakuan sosial, dan konsumsi simbolik.⁵⁸

⁵⁶ K. Gumelar, W. D., & Mubin, "Fomo Sebagai Refleksi Krisis Harga Diri: Tinjauan Integratif Psikologi Modern dan Nilai Islam", *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, Vol. 10 No. 717–734 (2025), h.78

⁵⁷ S. Pohan, M. Z., Nasution, T. A., & Pohan, "Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dalam Era Belanja DaringIndonesia)", *Jurna Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, Vol. 4 (2024), h. 237,.

⁵⁸ F. Wulandari, S. R., Wijaya, D., & Ilyas, "Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z di Wilayah Jakarta Barat", *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, Vol. 3 (2025), h. 128,.

Gaya hidup berkaitan erat dengan teori *Consumer Culture* dan *Symbolic Interactionism*. *Consumer culture*, mengasumsikan bahwa konsumsi adalah praktik sosial dan budaya, di mana konsumen menggunakan produk untuk membangun dan mengomunikasikan identitas mereka. Sedangkan *Symbolic Interactionism*, teori ini berfokus pada analisis mikr yang menekankan bahwa tindakan sosial manusia didasarkan pada makna yang mereka berikan terhadap sesuatu, yang terbentuk melalui interaksi sosial menggunakan simbol. Di mana perilaku konsumsi tidak semata-mata bertujuan memenuhi kebutuhan ekonomi, tetapi juga untuk membangun citra diri dan mendapatkan pengaruh sosial dari lingkungan. Citra diri akan terbentuk jika seseorang menunjukkan gaya hidup atau penampilan yang menarik hingga membuat orang yang lain nya terkesan atas penampilannya.⁵⁹

Dalam konteks sosial ekonomi modern, gaya hidup yang terbentuk oleh tren media sosial sering kali mendorong perilaku konsumtif yang melebihi kemampuan ekonomi individu, khususnya di kalangan generasi Z. Generasi ini tumbuh dalam lingkungan digital yang dinamis, sehingga keputusan konsumsi mereka lebih banyak dipengaruhi oleh konten daring, influencer,

⁵⁹ M. Cahyaningtyas, A. R., & Iqbal, "Gaya hidup konsumtif dan pencitraan diri mahasiswa pengguna Instagram", *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan*, Vol. 1 (2021), h. 87,.

dan dorongan psikologis seperti FoMO.⁶⁰ Hal ini mengakibatkan terjadinya pergeseran nilai dari kebutuhan rasional menuju konsumsi emosional dan simbolik, di mana kepemilikan barang atau pengalaman menjadi indikator status sosial.

b. Faktor-Faktor Gaya Hidup

Pengaruh faktor media sosial memainkan peran besar dalam memperkuat gaya hidup serta menekankan kemewahan, eksklusivitas untuk menjaga relevansi sosial.⁶¹ Perilaku konsumtif akibat tekanan sosial media berpotensi menurunkan literasi keuangan dan menyebabkan financial stress pada mahasiswa. Gaya hidup konsumtif berpengaruh terhadap pola pengeluaran, perilaku menabung, dan stabilitas keuangan individu. Gaya hidup konsumtif cenderung mengalokasikan sumber daya untuk memenuhi kebutuhan non-esensial seperti fashion, hiburan, dan gaya hidup digital yang bersifat sementara.⁶²

Fenomena ini memperlihatkan adanya keterkaitan antara faktor sosial (pengaruh teman sebaya, tren media sosial) dan faktor ekonomi (pendapatan, akses terhadap sumber daya finansial) dalam membentuk gaya hidup seseorang. Dengan demikian, aspek sosial dan ekonomi saling berinteraksi dalam

⁶⁰ M. Apolo, M., & Kurniawati, "Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Pada Produk Merchandise KPOP.", *Journal Of Sosial Science Research*, Vol. 3 (2023), h. 4,.

⁶¹ S. P Chandradipta, V. T., & Adi, "Pengaruh Fenomena FoMO terhadap Munculnya Gaya Hidup Konsumtif pada Masyarakat Indonesia", *Jurnal Dekonstruksi*, Vol. 11 (2025), h. 91, <https://doi.org/https://doi.org/10.54154/dekonstruksi.v11i04.349>.

⁶² S. Pohan, M. Z., Nasution, T. A., & Pohan, *Loc.Cit.*

menentukan bagaimana individu memaknai dan menjalani kehidupannya.

c. Gaya Hidup Menurut Perspektif Islam

Dari perspektif Islam, gaya hidup memiliki dimensi moral yang sangat penting. Islam mendorong gaya hidup yang seimbang, sederhana, dan produktif sesuai dengan nilai Maqashid Syariah untuk menjaga harta (hifz al-mal) dan jiwa (hifz al-nafs). Islam sangat melarang tegas seseorang untuk melakukan hal yang sia-sia termasuk dalam mempergunakan harta kekayaan yang dimilikinya. Gaya hidup yang berlebihan, boros, atau meniru perilaku yang tidak bermanfaat termasuk dalam kategori israf (pemborosan) yang dilarang oleh syariat.⁶³ Islam memandang kehidupan tidak hanya pada aspek duniawi saja melainkan aspek kehidupan setelahnya yaitu akhirat, terkadang manusia mencari selalu mencari yang lebih dari apa yang sudah mereka dapatkan dan terkadang tidak memikirkan lebih jauh apa dampak dari perilaku tersebut.⁶⁴

Dalam konteks mahasiswa Muslim generasi Z di Indonesia, gaya hidup sosial-ekonomi yang terbentuk saat ini menunjukkan dinamika antara modernitas dan religiositas. Mereka hidup dalam situasi di mana eksposur terhadap gaya hidup global melalui media sosial sangat tinggi dan kecenderungan hidup

⁶³ E. R. Herlina, "Pandangan Islam Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Pada Generasi Z", *Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam*, Vol. 5 (2023), h. 3,.

⁶⁴ M. Rohayedi, E., & Maulina, "Konsumerisme dalam perspektif Islam.", *Jurnal Transformatif*, Vol. 4 (2020), h. 35,.

dalam era serba instan, namun pada saat yang sama dihadapkan pada nilai-nilai agama yang menuntut keseimbangan dan etika dalam bertindak.⁶⁵

Riska Syahputri et al. menunjukkan bahwa mahasiswa dengan tingkat FoMO dan keterlibatan media sosial tinggi cenderung memiliki orientasi gaya hidup konsumtif yang lebih besar dibandingkan dengan mereka yang memiliki kontrol diri dan kesadaran religius lebih tinggi. Hal ini memperlihatkan bahwa fenomena sosial-ekonomi gaya hidup modern tidak dapat dilepaskan dari aspek psikologis, nilai agama, dan tekanan sosial yang membentuk perilaku generasi muda Muslim di era digital.⁶⁶

Dengan demikian, secara konseptual, sosial-ekonomi gaya hidup dapat diartikan sebagai konstruksi perilaku sosial dan ekonomi yang mencerminkan cara individu atau kelompok mengatur, memprioritaskan, dan mengekspresikan nilai hidup mereka melalui pola konsumsi dan interaksi sosial. Pada masyarakat modern, khususnya generasi Z, gaya hidup tidak hanya menjadi refleksi status ekonomi, tetapi juga menjadi sarana pembentukan identitas dan representasi diri di dunia digital. Pemahaman mendalam terhadap fenomena ini penting untuk meninjau bagaimana Maqashid Syariah dapat berfungsi sebagai pedoman normatif dalam menyeimbangkan antara kebutuhan

⁶⁵ S. Pohan, M. Z., Nasution, T. A., & Pohan, *Loc.Cit.*

⁶⁶ B Nasution, R. S., Sugianto, S., & Dharma, "Perilaku Fear Of Missing Out (FOMO) Dalam Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU Ditinjau Dalam Prespektif Masalah", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 11 (2023), h. 2000,.

sosial, ekonomi, dan spiritual agar tercapai kesejahteraan hidup yang hakiki.

3. Generasi Z

a. Definisi Generasi Z

Generasi Z, atau sering disebut Gen Z, merujuk pada kelompok individu yang lahir sekitar tahun 1995 hingga 2012, yang tumbuh dan berkembang bersamaan dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, internet, dan media sosial. Generasi ini dikenal sebagai digital natives, yaitu generasi yang sejak kecil telah berinteraksi dengan perangkat teknologi dan lingkungan digital sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.⁶⁷

Gen Milenial ataupun disebut Gen Z merupakan Angkatan penduduk Indonesia yang lahir pada era kemajuan teknologi. Dalam menggunakan berbagai kecanggihan produk teknologi saat ini Gen Z terbilang mahir dan pandai. Hal itulah yang membuat Gen Z dinilai mampu beradaptasi dan mengikuti segala perkembangan teknologi modern dengan baik.⁶⁸

Generasi Z merupakan kelompok yang dibesarkan di tengah revolusi teknologi digital, internet, dan platform media sosial yang berkembang cepat. Mereka terhubung erat dengan dunia digital dan kerap berinteraksi melalui berbagai saluran

⁶⁷ Z. Awalia, F., & Zulkarnaini, "Memahami Pola Perilaku Generasi Z di Era Digital", *Jurnal Teknologo dan Sains Modern*, Vol. 2 (2025), h. 16,.

⁶⁸ Adittiya Putra Nur Hakim et al., "Partisipasi Gen Z dalam Konteks Dinamika Pembangunan di Indonesia", *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, Vol. 8 No. 1 (2024), h. 21–29, <https://doi.org/10.33751/jpsik.v8i1.9817>.

media sosial. Generasi ini juga dikenal karena keinginan mereka untuk mendapatkan segala sesuatu dengan cepat, dengan banyaknya pilihan dan kemudahan dalam mengakses informasi.

Generasi ini tumbuh dengan ketersediaan internet dan teknologi digital sejak mereka masih kecil. Dikenal sebagai digital native yang pertama, berarti mereka hidup dan berkembang sepenuhnya dalam dunia digital. Pembelian yang dilakukan secara impulsif kerap terjadi pada generasi Z, mengingat mereka sudah terpapar teknologi sejak lahir.⁶⁹ Akses internet yang mudah melalui perangkat seluler ditambah dengan kehidupan dalam era globalisasi menjadikan Gen Z sangat bergantung pada internet. Ketika seseorang terlibat dalam aktivitas online yang berkepanjangan, mereka cenderung lebih mudah melakukan pembelian impulsif tanpa sepenuhnya mempertimbangkan kebutuhan mereka.

Fenomena pembelian impulsif ini masih menjadi masalah yang dihadapi oleh orang dewasa, termasuk tingkah laku ini. Pengaruh globalisasi juga sangat besar terhadap gaya hidup serta pola konsumsi masyarakat saat ini, terutama di kalangan generasi muda. Generasi muda saat ini sudah terbiasa menggunakan perangkat digital, sehingga mereka lebih menyukai hal-hal yang cepat dan praktis untuk memenuhi kebutuhan hidup yang selalu

⁶⁹ *Ibid.*

mengikuti tren tanpa mempertimbangkan risiko dari pembelian tersebut.⁷⁰

Dari berbagai fenomena ini, apabila seseorang tidak memiliki pemahaman ekonomi yang baik dan kemampuan untuk mengendalikan diri dalam melakukan keputusan finansial yang bijak, maka hal itu bisa menjadi ancaman serius bagi kondisi keuangan mereka, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang, yang pada akhirnya dapat menurunkan kesejahteraan dan kebahagiaan hidup seseorang.

b. Kriteria Generasi Z

Dalam konteks sosial-budaya, Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya, terutama dalam cara berpikir, berinteraksi, bekerja, serta membentuk identitas sosialnya. Mereka cenderung berpikiran terbuka, adaptif terhadap perubahan, namun juga memiliki kecenderungan untuk mencari pengakuan sosial melalui dunia maya. Hal ini menyebabkan perilaku sosial Generasi Z sangat dipengaruhi oleh arus informasi yang cepat dan budaya instan yang berkembang di media digital.⁷¹ Secara psikologis dan sosial, Generasi Z memperlihatkan tingkat ketergantungan tinggi terhadap media

⁷⁰ Intan Dewanti dan Agung Haryono, “Pengaruh persepsi harga, kontrol diri, dan literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif produk baju pada mahasiswa S1 pendidikan ekonomi Universitas Negeri Malang angkatan 2017”, *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan*, Vol. 1 No. 8 (2021), h. 718–34, <https://doi.org/10.17977/um066v1i82021p718-734>.

⁷¹ R. A Fadillah, S., & Setiawan, “Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z”, *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, Vol. 10 (2025), h. 2379,.

sosial sebagai sarana komunikasi, hiburan, dan pembentukan identitas diri.

c. Korelasi Generasi Z dan FoMO

Penggunaan media sosial yang intensif membuat Generasi Z rentan terhadap fenomena FoMO tekanan sosial, serta kecemasan digital yang dapat memengaruhi kesejahteraan mental dan perilaku ekonominya. FoMO mempengaruhi tindakan Gen Z dalam berbagai hal, seperti waktu yang dihabiskan untuk media sosial yang berlebihan, ketergantungan pada ponsel pintar, dan dorongan untuk selalu mengikuti tren atau konten yang sedang viral.⁷²

Dari sisi ekonomi, Generasi Z menunjukkan karakteristik konsumtif yang cukup menonjol. Mereka cenderung tertarik pada produk yang memberikan nilai simbolis, pengalaman emosional, atau citra diri yang kuat. Hal ini berdampak pada munculnya gaya hidup konsumtif yang berpotensi mengganggu keseimbangan finansial, terutama pada mahasiswa yang belum memiliki sumber penghasilan tetap.

Secara keseluruhan, Generasi Z merupakan kelompok masyarakat yang berperan besar dalam membentuk arah perkembangan sosial dan ekonomi masa depan. Mereka memiliki kemampuan tinggi dalam beradaptasi dengan teknologi dan informasi, namun juga rentan terhadap tantangan sosial seperti

⁷² R. Sabila, K., & Tawaqal, "The Phenomenon of FoMO (Fear of Missing Out) Culture on Tiktok Social Media among Gen Z", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 8 (2025), h. 114,.

individualisme, ketergantungan digital, dan krisis makna hidup. Oleh karena itu, memahami karakteristik Generasi Z secara mendalam sangat penting dalam penelitian yang mengkaji hubungan antara gaya hidup, perilaku konsumsi, dan nilai-nilai maqashid syariah. Dengan pemahaman tersebut, diharapkan dapat ditemukan strategi edukatif dan pendekatan spiritual yang relevan untuk membimbing Generasi Z Muslim agar mampu mengelola gaya hidupnya secara seimbang antara tuntutan dunia digital dan prinsip moral Islam.

4. Konsumsi

Konsumsi secara umum diartikan sebagai aktivitas manusia dalam menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, baik kebutuhan primer maupun sekunder. Dalam ekonomi konvensional, konsumsi dipandang sebagai upaya memaksimalkan kepuasan individu (*utility maximization*) tanpa batas moral atau nilai-nilai spiritual.⁷³ Namun, dalam perspektif Islam, konsep konsumsi tidak hanya berorientasi pada kepuasan materi, tetapi juga pada keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan tanggung jawab spiritual terhadap Allah SWT.

Menurut Ronald Badu, teori konsumsi dalam Islam berdasarkan prinsip Syariah yang menekankan konsumsi yang halal, bermanfaat, tidak berlebihan, dan seimbang, serta

⁷³ B. Hamdi, "Prinsip dan Etika Konsumsi Islam", *Jurnal Pemikiran Islam*, Vol. 23 (2022), h.87-97

membandingkannya dengan teori konsumsi konvensional.⁷⁴ Dapat ditegaskan bahwa teori konsumsi Islam tidak hanya melihat aspek pemenuhan kebutuhan ekonomi, tetapi juga memperhatikan keseimbangan, kesederhanaan, dan tujuan spiritual sesuai syariat Islam.

Konsep konsumsi dalam Islam bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist yang menekankan keseimbangan, kesederhanaan, dan tanggung jawab sosial. Allah SWT berfirman dalam QS. Al-A'raf 7 Ayat 31:7

لَا إِنَّهُ تُسْرِفُونَ وَلَا وَاشْرَبُوا وَكُلُوا مَسْجِدَ كُلِّ عِنْدَ زَيْنَتِكُمْ خُذُوا أَدَمَ بَيْنِي
 ۚ الْمُسْرِفِينَ يُحِبُّ

Artinya; “Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan”.⁷⁵

Ayat ini menegaskan pemenuhan kebutuhan tersebut harus dilakukan secara proporsional dan tidak melampaui batas kewajaran. Larangan berlebih-lebihan tidak hanya berlaku dalam aspek konsumsi, tetapi juga dalam praktik ibadah apabila dilakukan dengan cara atau kadar yang menyimpang dari ketentuan syariat. Prinsip ini menegaskan bahwa Islam

⁷⁴ R. S. Badu, “Teori Konsumsi Islam menurut Prinsip Syariah: Kajian Perbandingan Literatur”, *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*, Vol. 2 (2024), h. 538,.

⁷⁵ Kementerian Agama, *Loc.Cit.*

mengajarkan keseimbangan dan moderasi dalam seluruh aspek kehidupan, karena Allah tidak menyukai sikap berlebihan yang melampaui batas yang telah ditetapkan. Sikap tersebut tidak sejalan dengan nilai-nilai kemaslahatan dan keseimbangan yang menjadi tujuan utama syariat.⁷⁶

Dar'u al mafasid muqaddam 'ala jalb al-masalih, kaidah ini merupakan prinsip strategis dalam hukum Islam yang digunakan ketika suatu tindakan mengandung dua kemungkinan: manfaat dan mudarat. Dalam konteks fenomena FoMO, perilaku yang muncul sering kali dipersepsikan memiliki “manfaat” tertentu, seperti memperoleh pengakuan sosial, menjaga eksistensi di media sosial, atau merasakan kesenangan sesaat karena mengikuti tren. Namun, jika ditinjau secara lebih mendalam, dampak negatif yang ditimbulkan FoMO cenderung lebih dominan dan bersifat jangka panjang. Di antaranya adalah meningkatnya perilaku konsumtif, pembelian impulsif, tekanan psikologis, kecemasan sosial, serta potensi ketidakstabilan finansial.⁷⁷

1. Prinsip-Prinsip Syariah dalam Konsumsi

Dalam ekonomi Islam, perilaku konsumsi diatur oleh prinsip-prinsip syariah yang bertujuan menciptakan keseimbangan antara kepentingan individu, masyarakat, dan kepatuhan terhadap

⁷⁶ Nahdathul Ulama, “Quran NU”, n.d., tersedia pada <https://quran.nu.or.id/al-qalam>. (Pada 29 Mei 2026)

⁷⁷ M. Khaan, M., Arif, A., Awang, H., Hidayat, I., Wicaksana, F., & Cahyani, “Analisa Kaidah Fiqh Dar Ul Mafaasid Muqaddam ‘Ala Jalbil Mashaleh Terhadap Penggunaan Jalan Umum Untuk Walimatul ‘Urs”, *Jurnal Ilmu Syariah dan Ilmu Hukum*, Vol. 7 (2024). h.53-62

hukum Allah. Beberapa prinsip utama konsumsi dalam Islam antara lain:

a. Prinsip Halal dan Thayyib

Menurut istilah dalam Syariat Islam, "halal" merujuk pada segala sesuatu yang diizinkan atau boleh dilakukan, dimakan, atau dipakai sesuai dengan aturan Islam. Penggunaan kata halal meliputi banyak aspek dalam hidup, termasuk makanan, minuman, pakaian, perilaku, dan aktivitas bisnis. Dari beberapa penjelasan di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa halal adalah hal yang diizinkan oleh syariat untuk dilakukan, digunakan, atau diperoleh, karena telah terlepas dari penghalang yang mencegahnya atau unsur yang dapat membahayakannya, dengan memperhatikan cara memperolehnya, bukan melalui urusan muamalah yang dilarang.⁷⁸

Menurut definisi dalam Syariat Islam, "thayyib" merujuk pada hal-hal yang bukan hanya diperbolehkan, tetapi juga diakui sebagai baik, murni, sehat, dan memberikan manfaat. Ide tentang thayyib mengembangkan pengertian halal dengan menambahkan unsur kualitas, kebersihan, kesehatan, serta nilai-nilai etika. Dalam ajaran Islam, menjaga kesehatan serta lingkungan merupakan bagian dari tanggung jawab spiritual, dan gagasan tentang thayyib

⁷⁸ Munawwarah Sahib dan Nur Ifna, "Urgensi Penerapan Prinsip Halal dan Thayyib dalam Kegiatan Konsumsi", *POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 6 No. 1 (2024), h. 53–64, <https://doi.org/10.46918/point.v6i1.2256>.

mendukung pelaksanaan tanggung jawab tersebut dalam kehidupan sehari-hari.⁷⁹

Konsumen Muslim diwajibkan mengonsumsi barang dan jasa yang halal (diperbolehkan secara hukum syariah) dan thayyib (baik, sehat, dan bermanfaat). Prinsip halal-thayyib tidak hanya mencakup aspek bahan makanan, tetapi juga mencakup proses produksi, distribusi, dan cara memperoleh barang agar terhindar dari unsur haram seperti riba, gharar, atau maysir.

Prinsip halal serta thayyib saling melengkapi satu sama lain dan memegang peranan yang krusial dalam hidup seorang Muslim. Halal menjamin bahwa makanan yang dikonsumsi sesuai dengan ketentuan agama, sementara thayyib memastikan bahwa makanan tersebut aman bagi kesehatan dan dihasilkan dengan cara yang etis dan bersih. Gabungan dari kedua konsep ini menjamin bahwa umat Islam menikmati makanan yang tidak hanya diperkenankan oleh agama, tetapi juga menyehatkan dan berkualitas tinggi.⁸⁰

Untuk memastikan bahwa makanan yang mereka konsumsi halal dan thayyib, umat Islam biasanya memperhatikan label sertifikasi halal, memilih barang dari produsen terpercaya, dan memelihara kebersihan serta kesehatan saat menyiapkan makanan.

⁷⁹ *Ibid.*

⁸⁰ Atika Rizki et al., “Teori Konsumsi Islami Sebagai Pedoman Perilaku dan Penerapannya dalam Kehidupan”, *Adzkiya : Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, Vol. 11 No. 2 (2023), h. 82–94, tersedia pada <https://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/adzkiya/article/view/7859> (2023). h.128

Di banyak negara, ada lembaga atau organisasi yang khusus bertanggung jawab untuk memverifikasi dan memberikan sertifikat halal bagi produk makanan dan minuman. Dengan mengikuti prinsip halal dan thoyyib, umat Muslim bisa menjalani kehidupan yang sehat, seimbang, dan selaras dengan ajaran agama, sekaligus menjaga etika dan moral dalam setiap kegiatan konsumsi mereka.

Perkembangan teknologi memberikan kesempatan serta tantangan baru dalam penerapan prinsip halal dan thayyib. Inovasi seperti blockchain dan kecerdasan buatan menyediakan cara untuk meningkatkan transparansi dan efisiensi dalam proses sertifikasi halal. Namun, di sisi lain, kemajuan dalam bioteknologi dan rekayasa genetik menimbulkan sejumlah pertanyaan etis baru yang harus dijawab sesuai dengan kerangka hukum Islam. Pada akhirnya, untuk mengoptimalkan penerapan prinsip halal dan thayyib dalam ekonomi kontemporer, dibutuhkan kolaborasi antara kebijakan pemerintah, inovasi sektor industri, pendidikan bagi konsumen, dan pengembangan standar global. Pendekatan yang holistik ini tidak hanya akan memperkuat ekonomi syariah, tetapi juga akan mendukung pembangunan ekonomi yang lebih etis, berkelanjutan, dan bermanfaat bagi seluruh umat manusia.⁸¹

⁸¹ Fajar Ahmad, “Konsep Halal Dan Thayyib Dalam Produksi Dan Konsumsi: Kajian Sistem Ekonomi Islam”, *Jebesh: Journal of Economics Business Ethic and Science Histories*, Vol. 2 No. 4 (2024), h. 78, tersedia pada <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/jb/article/view/692> (2024). h.....

b. Prinsip Keseimbangan (I'tidal) dan Tidak Berlebih-lebihan (Tawazun)

Islam menekankan agar konsumsi dilakukan secara seimbang tidak berlebihan, namun juga tidak mengabaikan kebutuhan diri. Prinsip ini bertujuan untuk menjaga stabilitas ekonomi pribadi dan sosial. Perilaku konsumtif yang tidak terkendali dapat menyebabkan ketimpangan sosial, menurunkan produktivitas, dan menumbuhkan sikap materialistik yang bertentangan dengan nilai-nilai spiritual.

c. Prinsip Keadilan Sosial dan Kepedulian

Konsumsi dalam Islam tidak boleh bersifat egoistik. Seorang Muslim harus memiliki kesadaran sosial dengan berbagi rezeki melalui zakat, infaq, dan sedekah. Konsumsi yang adil mencakup keseimbangan antara kebutuhan pribadi dan tanggung jawab sosial agar harta yang dimiliki memberikan manfaat bagi sesama, sesuai dengan prinsip maslahah (kemaslahatan umum).

d. Prinsip Tidak Membahayakan Diri Sendiri dan Orang Lain (La Dharar wa La Dhirar)

Segala bentuk konsumsi yang berpotensi merusak kesehatan fisik, mental, atau lingkungan dilarang dalam Islam. Prinsip ini menjadi dasar etika konsumsi berkelanjutan (sustainable consumption) dalam perspektif Islam modern.

e. Prinsip Tanggung Jawab terhadap Amanah Harta (Hifz al-Mal)

Harta dalam Islam bukan milik mutlak manusia, melainkan amanah dari Allah SWT yang harus digunakan sesuai ketentuan syariah. Karena itu, setiap keputusan konsumsi harus mempertimbangkan nilai kemanfaatan, keberkahan, dan keberlanjutan.⁸²

2. Konsumsi dalam Perspektif Maqashid Syariah

Berdasarkan pandangan Imam al-Ghazali, maksud dari syariah adalah untuk meningkatkan kesejahteraan umat manusia, yang berkaitan dengan menjaga iman, keberadaan individu, naluri manusia, keturunan, dan harta. Esensi dari maqasid syariah adalah untuk mencapai kemaslahatan. Pandangan Maqasid syariah dalam konteks ekonomi Islam dapat ditemukan dalam prinsip etika. Pelaku ekonomi tidak hanya diminta untuk menguasai sumber daya ekonomi yang strategis, tetapi juga memanfaatkannya demi kepentingan masyarakat dengan merujuk pada kemaslahatan yang mendesak, kebutuhan, dan tambahan.⁸³

Dengan demikian, konsumsi dalam Islam merupakan aktivitas yang harus dilandasi oleh nilai-nilai Syariah serta kesadaran bertanggung jawab sosial dan spiritual. Konsumsi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia karena merupakan kebutuhan dasar, akan tetapi jika konsumsi tidak lagi dapat dikendalikan oleh kesadaran religious dan rasionalitas maka akan

⁸² E. Ananda, I. A., Wahab, A., & Juliasti, "Konsep Konsumsi Dalam Ekonomi Islam", *Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Vol. 7 (2025), h. 76,.

⁸³ S Zaimsyah, A. M., & Herianingrum, "Tinjauan Maqashid Syariah Terhadap Konsumsi", *Jurnal Studi Keislaman*, Vol. 5 (2019), h. 23,.

timbul perilaku berlebihan yang itu sangat bertentangan dengan ajaran Islam.⁸⁴ Dalam konteks masyarakat modern dan generasi Z yang diwarnai oleh gaya hidup konsumtif dan pengaruh FoMO, pemahaman terhadap prinsip-prinsip konsumsi Islami menjadi sangat penting untuk membangun perilaku ekonomi yang beretika, berkeadilan, dan berkelanjutan sesuai dengan maqashid syariah.

Wulandari, Wijaya, dan Ilyas dalam penelitian mereka terhadap mahasiswa Gen Z di Jakarta Barat menemukan hubungan yang signifikan antara tingkat literasi keuangan yang rendah dan kecenderungan perilaku konsumtif. Mahasiswa dengan literasi keuangan rendah lebih rentan terhadap pengaruh FoMO dalam keputusan pembelian, karena mereka tidak memiliki kerangka analisis yang memadai untuk mengevaluasi implikasi finansial jangka panjang dari keputusan konsumsi mereka. Temuan ini menegaskan pentingnya pendidikan literasi keuangan yang berbasis nilai-nilai Islam sebagai salah satu solusi struktural terhadap dampak negatif FoMO khususnya dilingkungan universitas.⁸⁵

Dalam pandangan Islam, konsumsi merupakan bagian integral dari ibadah manusia kepada Allah SWT. Di sinilah letak perbedaan pandangan ekonomi Islam dengan konvensional. Dalam pandangan konvensional, konsumsi merupakan hal materialis yang

⁸⁴ A. Aulia, M. K., Nur, A., Hasniar, H., Fatrisia, A. A., Herni, H., & Hirmayani, "Konsumsi dalam perspektif Ekonomi Syariah", *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, Vol. 2 (2025), h. 5063,.

⁸⁵ F. Wulandari, S. R., Wijaya, D., & Ilyas, *Loc.Cit.*

merupakan fungsi dari keinginan, nafsu, harga barang, pendapatan dan lain-lain dengan mengabaikan dimensi-dimensi spiritual yang dianggap berada di luar domain ilmu ekonomi. Kemampuan dana merupakan satu-satunya penghalang dari perilaku homo economicus untuk mengonsumsi sesuatu.

5. Maqashid Syariah

a. Definisi Maqashid Syariah

Imam Asy-Syatibi mendefinisikan maqashid syariah secara etimologis berasal dari dua kata, maqashid yang berarti tujuan atau maksud, dan syariah yang berarti hukum atau aturan yang ditetapkan Allah SWT untuk umat manusia. Secara terminologis, maqashid syariah dapat diartikan sebagai tujuan-tujuan hukum Islam yang dimaksudkan untuk mewujudkan kemaslahatan (kebaikan) dan menghindarkan kerusakan (mafsadah) bagi manusia dalam seluruh aspek kehidupan, baik duniawi maupun ukhrawi.⁸⁶ Maqashid syariah sendiri terdiri dari pemenuhan manfaat dan kesejahteraan manusia dimana Allah telah menggariskannya pada hukum-hukum nya, asy syaitibi merupakan salah satu dari ahli hukum Islam yang menerangkan obyek syariah secara jelas. tidak dapat di pungkiri bahwa asy-syaitibi adalah peletak ddasar ilmu maqashid syariah.⁸⁷

⁸⁶ R Fahmi, *Loc.Cit.*

⁸⁷ Ririn tri puspita Ningrum, "Pemikiran Asy-Syatibi Tentang Maqashid Syariah dan Implikasinya terhadap Teori Perilaku Ekonomi Modern", *Jurnal Studi Agama*, Vol. 2 No. 2 (2014), h. 142–59,.

Dalam definisi yang lain Imam Al- Ghazali mengatakan maqashid syariah dapat diartikan menjaga lima kebutuhan pokok manusia yaitu agama, jiwa, akal, keturunan dan harta sebagai nilai dan makna yang dijadikan tujuan dan hendak yang direalisasikan oleh pembuat syariah dibalik pembuat syariah dan hukum.⁸⁸ Sementara itu Wahbah al-Zuhail mendefinisikan maqashid syariah dengan makna dan tujuan-tujuan yang dipelihara oleh syara' dalam keseluruhan hukum nya atau Sebagian besar hukumnya atau tujuan dari syari'at yang diletakan oleh syara' pada setiap hukumnya

Konsep ini merupakan ruh dari setiap ketentuan syariah yang diturunkan Allah SWT, sehingga setiap aktivitas manusia, termasuk dalam bidang ekonomi, sosial, dan budaya, harus diarahkan untuk mencapai kesejahteraan dan kemaslahatan sesuai nilai-nilai Islam.⁸⁹

Dasar hukum maqashid syariah sesuai dengan yang dimaksud firman Allah pada Q.S Al Jastsiyah Ayat 18:45:

لَا الَّذِينَ أَهْوَاءَ تَتَّبِعَ وَلَا فَاتَّبِعْهَا الْأَمْرَ مِنْ شَرِيعَةٍ عَلَى جَعَلْنَاكَ ثُمَّ يَعْلَمُونَ ﴿١٨﴾

Artinya: “Kemudian, kami jadikan engkau (Nabi Muhammad) mengikuti syariat dari urusan (agama) itu. Maka, ikutilah ia

⁸⁸ Moh. Toriquddin, “Teori Maqashid Syariah Perspektif Ibnu Ashur”, *Jurnal Studi Islam Ulul Albab*, Vol. VI (1870), h. 61–62, <https://doi.org/10.1093/nq/s4-VI.133.61-d>.

⁸⁹ A. Putra, D., & Hamid, “Tinjauan Maqashid As-Syari’Ah Terhadap Perlindungan Anak Panti Asuhan Siti Aisyah Kabupaten Mandailing Natal. Dusturiyah”, *Jurnal HUKUM Islam*, Vol. 10 (2020), h. 5,.

(syariat itu) dan janganlah engkau ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui”.⁹⁰

Dan tercantum juga pada Q.S Al-Anbiya 21:107:

لِّلْعَالَمِينَ رَحْمَةً إِلَّا أَرْسَلْنَاكَ وَمَا

Artinya; “Kami tidak mengutus engkau (Nabi Muhammad), kecuali sebagai Rahmat bagi seluruh alam”.⁹¹

b. Aliran Pemikiran

Aliran pemikiran pada maqashid syariah dikembangkan secara sistematis oleh Imam Al-Ghazali (1111 M) dan disempurnakan oleh Imam Asy-Syatibi (1388 M) dalam karyanya Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syariah. Al-Ghazali mengklasifikasikan maqashid ke dalam lima tujuan pokok syariah yang dikenal sebagai ad-dharuriyyat al-khamsah yaitu: menjaga agama (hifz al-din), menjaga jiwa (hifz al-nafs), menjaga akal (hifz al’aqal), menjaga keturunan (hifz al-nasl), dan menjaga harta (hifz al-mal). Kelima aspek ini menjadi pondasi utama dalam merumuskan hukum Islam agar setiap kebijakan atau tindakan tidak bertentangan dengan prinsip keadilan dan kemaslahatan.⁹²

Menurut Jasser Auda dalam karya monumental nya yang berjudul “*Maqashid Syariah as Philosophy of Islamic Law*” Auda

⁹⁰ Nahdathul Ulama, *Loc.Cit.*

⁹¹ *Ibid.*

⁹² Sri Herianingrum Tanza Dona Pertiwi, “Menggali Konsep Maqashid Syariah: Perspektif Pemikiran Tokoh Islam”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 10 (2024). h.82

merumuuskan Kembali dan membangun epistimologo hukum Islam di era global. Menurutnya sebuah pembaharuan dalil dan bukti kesempurnaan merupakan kreasi Tuhan melalui ciptaan nya harus bergantung pada sebuah pendekatan system dari pada hukum kausalitas berbasis argument.⁹³

c. Bentuk-Bentuk Maqashid Syariah

Maqashid Syariah memiliki kemaslahatan inti dalam lima hal, yaitu:

- a. Melindungi agama (hifdz ad-Din); sebagai alasan untuk mewajibkan kegiatan dakwah, berinteraksi secara Islami; serta berjihad saat menghadapi musuh atau tujuan serupa.
- b. Melindungi jiwa (hifdz An-Nafs); sebagai alasan untuk mewajibkan penerapan hukum qishash di antaranya melalui mempertahankan kehormatan dan kebebasan individu.
- c. Melindungi akal (hifdz Al-Aq'al); sebagai alasan untuk mewajibkan pencarian ilmu seumur hidup; serta larangan terhadap konsumsi zat-zat yang memabukkan dan narkoba serta yang sejenis.
- d. Melindungi keturunan (hifdz An-Nasl); sebagai alasan untuk mewajibkan pemahaman tentang kualitas keturunan, dan melarang perzinahan serta menuduh orang lain berbuat zina.

⁹³ Muhammad Lutfi Hakim, "Pergeseran Paradigma Maqasid Al-Syari'ah: Dari Klasik Sampai Kontemporer", *Jurnal Kajian Hukum Islam*, 2016, h. 1–16,.

- e. Melindungi harta (hifdz Al-Mal); sebagai alasan untuk mewajibkan pengelolaan dan pengembangan aset atau harta, karena dengan kekayaan yang dimiliki memungkinkan kita untuk menjaga empat tujuan di atas. Dan juga melarang pencurian, suap, transaksi riba, serta menguasai harta orang lain secara tidak sah.

Kelima aspek tersebut adalah kebutuhan fundamental manusia yang merupakan keharusan untuk dipenuhi agar dapat hidup bahagia baik di dunia maupun di akhirat. Apabila salah satu dari kebutuhan yang disebutkan tidak terpenuhi dengan proporsional, maka kebahagiaan dalam hidup pun akan sulit dicapai dengan maksimal.⁹⁴

- d. Kaidah-Kaidah Fiqhiyah dalam Maqashid Syariah

Dalam perspektif maqashid syariah, kaidah fiqhiyah tidak hanya dipahami sebagai rumusan normatif, tetapi juga sebagai bentuk mendukung umat Muslim dalam membicarakan isu-isu terkait hukum ekonomi Islam, belajar tentang kaidah fiqhiyyah menjadi hal yang sangat penting agar kita lebih mudah memahami hukum-hukum ekonomi modern yang tidak memiliki nash sharîh (dalil yang jelas) dalam Alquran atau hadis.⁹⁵

1) الْأُمُورُ بِمَقَاصِدِهَا

⁹⁴ Muhammad Irwan, *Loc.Cit.*

⁹⁵ Syamsul Hilal, "Urgensi Qawaid Al-Fiqhiyyah Dalam Pengembangan Ekonomi Islam", *Al-Adalah*, Vol. 8 (2017). h. 4-7,

Semua tindakan harus diniatkan untuk mengharapkan ridha Allah. Niat merupakan suatu tindakan yang ditujukan kepada Allah. Niat menjadi penentu apakah amal tersebut diterima atau tidak. Dua orang dapat melakukan amal yang sama secara fisik, namun nilai dari amal itu bisa berbeda tergantung pada niat yang mendasarinya. Prinsip ini menjadi landasan penting dalam hukum fiqih berkaitan dengan ibadah dan muamalah.⁹⁶

2) لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ

Setiap bahaya harus dicegah atau dihilangkan. Kaidah ini mencerminkan prinsip dasar dalam hukum Islam untuk mencegah dan menghilangkan segala bentuk bahaya atau kerugian yang dapat menimpa individu maupun masyarakat.⁹⁷ FoMO dapat dikategorikan sebagai bentuk *ḍarar* (kemudaratan) ketika ia menimbulkan dampak negatif yang nyata, baik secara psikologis, ekonomi, maupun social.

e. Tujuan dan Kedudukan Maqashid Syariah

Tujuan maqashid syariah dalam mewujudkan masalah (kemaslahatan) manusia yang mencakup dimensi material dan spiritual. Masalah dimaknai sebagai kondisi yang membawa manfaat dan menjauhkan kerusakan bagi individu maupun

⁹⁶ M. Rahmawati, M. A., Abdain, M. H. I., Kamal, H., Ishak, M. D. T., MH, M., & SHI, *Relevansi Hukum Islam Menjawab Tantangan Zaman*, (Penerbit Ocean Press Indonesia, 2025). h. 76,

⁹⁷ Aulia Rosferyn Mufidah P.J Muh. Zamronia, Azizah Nuzulan Sahuurab, M. Shoim Maulidic, “Analisis Qaidah *أزيرارضال* Serta Bagaimana Penerapannya Dalam Kehidupan Sehari-Hari”, *Jurnal Kajian Islam Dan Sosial Keagamaan*, Vol. 2 (2025), h. 734,.

masyarakat. Maqashid berfungsi sebagai pedoman untuk memastikan bahwa setiap peraturan, kebijakan, maupun tindakan manusia sesuai dengan prinsip keadilan, keseimbangan, dan rahmat bagi seluruh makhluk.⁹⁸ Maqashid Syariah menjadi kerangka etis yang memastikan setiap aktivitas manusia tetap berada dalam jalur masalah dan menjauh dari mafsadah (kerusakan).

f. Tingkatan Maqashid Syariah

Dalam teori Al-Syatibi, Maqashid Syariah dibagi menjadi tiga tingkatan berdasarkan urgensinya. Dalam tingkatan nya ini memiliki tujuan kedudukan yang sangat penting dalam menjaga keselamatan dan kesejahteraan umat manusia. Pemahaman yang mendalam terhadap konsep ini sangat penting untuk mengimplementasikan prinsip-prinsip syariah dalam kebutuhan sehari-hari manusia. *Dharuriyah* atau disebut kebutuhan primer yang dimana kebutuhan sangat mendasar dan juga harus dipenuhi untuk memastikan keberlangsungan hidup manusia.

Kebutuhan ini mencakup aspek-aspek yang berhubungan langsung dengan perlindungan hidup, seperti konsumsi makanan, tempat tinggal, kesehatan, dan pendidikan yang mendasar. Jika kebutuhan mendasar tidak dipenuhi, eksistensi manusia akan terancam, sehingga kebutuhan ini menjadi hal yang paling utama

⁹⁸ Eny Latifah dan Rudi Abdullah, "Prespektif Maqashid Syariah : Peran Ekonomi Hijau Dan Biru Dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals", *JISEF : Journal Of International Sharia Economics And Financial*, Vol. 2 No. 01 (2024), h. 1–22, <https://doi.org/10.62668/jisef.v2i01.1128>.

dalam hukum Islam. Al-Qur'an dan hadis memberikan banyak arahan mengenai pentingnya menjaga kebutuhan dasar manusia ini, yang berkaitan langsung dengan pemeliharaan agama dan jiwa.⁹⁹

Setelah kebutuhan dasar, ada kategori kebutuhan sekunder yang disebut hajiyah. Kebutuhan hajiyah tidak seprioritas kebutuhan dasar, namun tetap penting untuk meningkatkan kualitas hidup seseorang. Contohnya, dalam ranah ekonomi, kebutuhan hajiyah meliputi hal-hal seperti transportasi yang baik, tempat tinggal yang lebih layak, dan akses untuk pendidikan yang lebih tinggi. Kebutuhan hajiyah bertujuan untuk memperbaiki kualitas hidup manusia, meskipun tidak sepenting kebutuhan dasar. Namun, ketidakpuasan terhadap kebutuhan hajiyah dapat menimbulkan kesulitan dan ketidaknyamanan dalam hidup, meskipun tidak sampai mengancam eksistensi.

Selanjutnya, terdapat kategori tahsiniyah, yang berhubungan dengan kebutuhan untuk menyempurnakan dan memperindah kehidupan manusia. Kebutuhan tahsiniyah termasuk dalam kebutuhan tertier yang lebih bersifat estetis dan berkaitan dengan kenyamanan serta keharmonisan sosial. Contoh dari kebutuhan tahsiniyah adalah perhiasan, karya seni, dan fasilitas untuk rekreasi. Kebutuhan ini tidak bersifat mendesak dan tidak

⁹⁹ Suganda A, "Urgensi dan Tingkatan Maqashid Syari'ah dalam Kemaslahatan Masyarakat.", *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*, Vol. 1 (2020), h. 143–45, <https://doi.org/https://doi.org/10.52030/attadbir.v30i01.28>.

akan menyebabkan kerugian langsung jika tidak dipenuhi, namun bisa menghasilkan peningkatan kesejahteraan dan keharmonisan dalam kehidupan manusia.

1) Ad-Dharuriyyat (Kebutuhan Pokok)

Kebutuhan paling mendasar bagi keberlangsungan hidup manusia. Lima prinsip utama syariah termasuk dalam kategori ini, yakni menjaga agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Tanpa pemenuhan kebutuhan ini, kehidupan manusia akan rusak dan tidak stabil.¹⁰⁰ Dharuriyyat merupakan aspek yang paling mendasar dan menjadi dasar dalam meningkatkan kesejahteraan manusia, baik di dunia maupun di alam akhirat. Dharuriyyat mencakup pelestarian lima elemen utama dalam kehidupan manusia, yaitu: hifdz al-din (pelestarian agama), hifdz an-nafs (pelestarian jiwa), hifdz al-nasl (perlindungan keturunan), hifdz al-mal (pelestarian harta), serta hifdz al-aql (pelestarian akal).

Syatibi berpendapat bahwa perlindungan atas kelima hal ini adalah elemen dasar yang memberikan manfaat baik untuk kehidupan di dunia maupun di akhirat. Sebaliknya, jika kelima elemen dasar ini tidak terpenuhi, maka hal itu akan menyebabkan kerugian, baik di dunia ini maupun di akhirat nanti. Untuk menjaga kelangsungan kelima elemen dasar ini, maka dapat dilakukan dengan mempertahankan keberadaan

¹⁰⁰ Muzayyidatul Habibah, "Implementasi Maqashid Syariah dalam Merumuskan Tujuan Laporan Keuangan Bank Syariah", *Jurnal Akutansi Syariah*, Vol. 3 (2020), h. 181,.

kelima unsur tersebut (din, nafs, nasl, mal, dan 'aql) dalam kehidupan manusia. Di samping itu, juga perlu melindungi kelima unsur ini dari faktor yang dapat merugikannya. Contohnya dalam ibadah adalah dengan menegakkan dan menjalankan rukun Islam. Iman, shalat, zakat, puasa, dan haji adalah elemen yang menjadi penentu dalam penegakan agama (din). Penerapan hukum jinayat memberikan ketentuan serta hukuman bagi pelanggaran hak orang lain seperti larangan untuk mencuri. Semua ini merupakan bentuk dari usaha untuk mewujudkan mashalih, khususnya dalam hal pemeliharaan terhadap eksistensi agama dan jiwa serta perlindungan terhadap keberadaan harta.¹⁰¹

2) Al-Hajiyyat (Kebutuhan Sekunder)

Kebutuhan ini bersifat pelengkap yang bertujuan mempermudah kehidupan dan menghilangkan kesulitan tanpa mengancam eksistensi manusia. Dalam konteks ekonomi, hajiyyat mencakup kemudahan dalam muamalah, sistem perdagangan yang adil, dan fasilitas sosial yang membantu kehidupan masyarakat.¹⁰²

3) At-Tahsiniyyat (Kebutuhan Pelengkap/Estetika)

Kebutuhan tahsiniyat adalah tingkat kebutuhan yang apabila tidak terpenuhi kebutuhan tersebut, maka tidak mengancam eksistensi salah satu dari hifdzuddin dan tidak

¹⁰¹ Ririn tri puspita Ningrum, *Loc.Cit.*

¹⁰² Muzayyidatul Habibah, *Loc.Cit.*

menimbulkan kesulitan. Kebutuhan tahsiniyat merupakan kebutuhan pelengkap, seperti yang dikemukakan al-Syatibi, hal-hal yang merupakan kelayakan menurut adat istiadat, menghindari hal-hal yang tidak enak dipandang mata, dan berhias dengan keindahan sesuai dengan tuntutan moral dan akhlak. Pada bidang mu'amalat, Islam melarang berlebihan, kikir, menaikkan harga, monopoli, penguasaan sumber daya dan lain-lain.¹⁰³

g. Prinsip-Prinsip Maqashid Syariah

Terdapat beberapa prinsip utama yang menjadi dasar penerapan Maqashid Syariah dalam kehidupan sosial dan ekonomi, yaitu:

1) Prinsip Keadilan

Setiap tindakan ekonomi harus menegakkan keadilan dalam distribusi kekayaan, kesempatan, dan perlakuan terhadap sesama manusia. Islam menolak segala bentuk eksploitasi dan ketimpangan yang merugikan pihak lemah.

2) Prinsip Keseimbangan

Syariah mengajarkan keseimbangan antara kepentingan dunia dan akhirat, antara individu dan masyarakat. Dalam ekonomi, prinsip ini menuntut agar konsumsi, produksi, dan distribusi dilakukan secara proporsional.

¹⁰³ *Ibid.*

3) Prinsip Kebebasan yang Bertanggung Jawab

Islam memberikan kebebasan kepada individu untuk berusaha dan memiliki harta, namun kebebasan tersebut dibatasi oleh tanggung jawab sosial dan moral agar tidak menimbulkan kerusakan.

4) Prinsip Kemaslahatan (Maslahah)

Segala aktivitas ekonomi harus berorientasi pada tercapainya manfaat umum, bukan hanya keuntungan individu. Prinsip ini menjadi kriteria utama dalam menentukan kebijakan ekonomi syariah yang adil dan berkelanjutan.

5) Prinsip Amanah dan Etika (Amanah wa Akhlaqiyyah)

Segala bentuk aktivitas ekonomi harus dijalankan dengan kejujuran, transparansi, dan niat ibadah. Amanah adalah fondasi moral dalam transaksi ekonomi Islam.¹⁰⁴

Dalam konteks modern, Maqashid Syariah menjadi instrumen penting untuk menjawab tantangan sosial dan ekonomi yang kompleks. Perkembangan teknologi, gaya hidup digital, dan budaya konsumtif yang diwarnai fenomena FoMO menimbulkan disorientasi nilai dan spiritualitas.¹⁰⁵ Menurut Zaini dan Fadhilah, Maqashid Syariah dapat berfungsi sebagai kerangka normatif yang menuntun perilaku masyarakat agar tidak terjebak dalam

¹⁰⁴ B. Hamdi, *Loc.Cit.*

¹⁰⁵ Tutik Al-Fiyah, *Loc.Cit.*

materialisme, tetapi tetap menjaga nilai moral, keadilan, dan keberkahan.¹⁰⁶

Penerapan Maqashid Syariah dalam kehidupan mahasiswa Muslim generasi Z misalnya, dapat diarahkan untuk membentuk kesadaran bahwa penggunaan teknologi, media sosial, maupun aktivitas ekonomi harus membawa manfaat, bukan kerusakan. Dengan demikian, Maqashid Syariahtidak hanya menjadi teori hukum Islam, tetapi juga pedoman praktis untuk menata perilaku sosial-ekonomi masyarakat modern agar tetap berlandaskan nilai-nilai spiritual dan kemanusiaan universal.

2. Penelitian Relevan

1. Penelitian oleh Pratiwi dan Mamesah berjudul “Hubungan Antara Perasaan Takut Tertinggal (FoMO) dengan Adiksi Media Sosial pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta” merupakan penelitian kuantitatif korelasional dengan sampel sebanyak 290 mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara tingkat Fear of Missing Out dan kecanduan media sosial ($r = 0,521$; $p < 0,05$), yang berarti semakin tinggi tingkat FoMO, semakin besar pula kecenderungan mahasiswa untuk kecanduan media sosial. Studi ini relevan karena menggambarkan bagaimana FoMO

¹⁰⁶ A. Fadhilah, N., Nurmala, M., Sultan, U., & Tirtayasa, “Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada Penggunaan E-commerce dalam Perspektif Maqashid al-Syariah.”, *Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 9 (2024), h. 144,.

membentuk perilaku digital mahasiswa Gen Z, menjadi landasan penting untuk memahami aspek psikologis dan sosial dalam gaya hidup modern.¹⁰⁷

2. Penelitian oleh R Van Basten (2025) dalam penelitiannya “Hubungan Antara Fear of Missing Out dengan Psychological Well-Being pada Mahasiswa” menggunakan metode kuantitatif dengan teknik sampling insidental terhadap 358 mahasiswa berusia 18–25 tahun di Kota Padang. Hasilnya menunjukkan hubungan negatif antara FoMO dan kesejahteraan psikologis, artinya semakin tinggi rasa takut tertinggal, semakin rendah tingkat kesejahteraan mahasiswa. Temuan ini relevan karena menjelaskan dampak sosial-psikologis FoMO yang dapat memengaruhi keseimbangan hidup Gen Z Muslim, termasuk aspek spiritualitas yang dibahas dalam perspektif maqashid syariah.¹⁰⁸
3. Penelitian oleh Sawe, Hayati, dan Umar berjudul “Hubungan Perilaku Konsumtif dengan FoMO pada Mahasiswa di Kota Makassar” merupakan penelitian kuantitatif korelasional dengan 400 responden mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara

¹⁰⁷ M. Pratiwi, S., & Mamesah, “Hubungan Antara Perasaan Takut Tertinggal (FoMO) dengan Adiksi Media Sosial pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta”, *Jurnal Bimbingan Konseling*, Vol. 12 (2023), h. 73,.

¹⁰⁸ R. A. N. D. A. Basten, Van, “Hubungan Fear Of Missing Out Dengan Psychological Well Being Pada Mahasiswa Psikologi Uin Suska Riau Yang Sedang Menyusun Skripsi”, 2025.h. 41

FoMO dan perilaku konsumtif; mahasiswa dengan tingkat FoMO tinggi cenderung melakukan pembelian impulsif dan konsumsi berlebihan untuk menjaga eksistensi sosial. Temuan ini memperkuat keterkaitan antara variabel FoMO dan aspek sosial-ekonomi gaya hidup yang menjadi inti penelitian tesis ini.¹⁰⁹

4. Penelitian oleh Fadhilah dan Nurmala melalui studi kualitatif fenomenologis berjudul “Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada Penggunaan E-Commerce dalam Perspektif Maqashid al-Syariah” meneliti perilaku konsumsi mahasiswa pengguna e-commerce dengan pendekatan maqashid syariah. Hasilnya menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa sering kali tidak mempertimbangkan nilai-nilai maqashid seperti hifz al-mal (menjaga harta) dan hifz al-nafs (menjaga jiwa), sehingga konsumsi lebih didorong oleh dorongan sosial dan tren digital. Penelitian ini sangat relevan karena langsung mengaitkan perilaku konsumsi digital mahasiswa dengan maqashid syariah, sebagaimana tema tesis Anda.¹¹⁰

¹⁰⁹ M. F. R. Sawe, M. T., Hayati, S., & Umar, “Hubungan Perilaku Konsumtif dengan Fear of Missing Out (Fomo) pada Mahasiswa di Kota Makassar”, *Sawe, M. T., Hayati, S., & Umar, M. F. R.*, Vol. 4 (2024).h. 63

¹¹⁰ A. Fadhilah, N., Nurmala, M., Sultan, U., & Tirtayasa, *Loc.Cit.*

5. Penelitian oleh Hamdi berjudul “Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah”, digunakan metode studi pustaka (library research) untuk menggali prinsip-prinsip dasar konsumsi Islami. Hasil kajian menunjukkan bahwa konsumsi dalam Islam harus didasarkan pada prinsip halal-thayyib, keseimbangan (i‘tidal), serta tanggung jawab sosial. Konsumsi yang berlebihan atau meniru gaya hidup hedonistik dianggap bertentangan dengan maqashid syariah. Temuan ini memperkuat kerangka konseptual tesis mengenai pentingnya penerapan maqashid dalam perilaku ekonomi generasi muda.¹¹¹
6. Penelitian oleh Pertiwi dan Herianingrum berjudul “Menggali Konsep Maqashid Syariah: Perspektif Pemikiran Tokoh Islam” merupakan penelitian kualitatif deskriptif berbasis literatur. Studi ini mengulas pemikiran Al-Ghazali, Asy-Syatibi, dan Ibn Asyur dalam mendefinisikan maqashid syariah. Hasilnya menegaskan bahwa Maqashid Syariah merupakan prinsip universal yang mengarahkan aktivitas manusia, termasuk konsumsi dan gaya hidup, menuju kemaslahatan (maslahah).

¹¹¹ B. Hamdi, *Loc.Cit.*

Kajian ini menjadi fondasi teoritis penting bagi penelitian Anda dalam menguraikan dimensi spiritual dan sosial dari perilaku ekonomi.¹¹²

7. Rosjayani dalam artikelnya “Fenomena Mahasiswa terhadap Sindrom Fear of Missing Out” menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami penyebab dan dampak FoMO pada mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tekanan sosial dan paparan media digital menjadi pemicu utama munculnya FoMO, yang kemudian memengaruhi kesejahteraan emosional dan perilaku konsumsi. Penelitian ini memperkuat argumentasi tentang bagaimana FoMO memengaruhi aspek sosial dan ekonomi mahasiswa Muslim Gen Z.¹¹³
8. Syafitri dalam penelitiannya “FoMO (Fear of Missing Out) on Impulsive Buying: Brand Case Study” menggunakan pendekatan kuantitatif eksperimen untuk melihat hubungan antara FoMO dan pembelian impulsif terhadap merek tertentu. Hasilnya menunjukkan bahwa individu dengan tingkat FoMO tinggi lebih mudah terpengaruh oleh promosi digital dan tren media sosial, yang mengarah pada perilaku konsumsi

¹¹² S. Pertiwi, T. D., & Herianingrum, “Menggali konsep maqashid syariah: Perspektif pemikiran tokoh Islam”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 10 (2024), h. 3,.

¹¹³ M. Rosjayani, A. P., Idrus, N. I., & Tang, “Fenomena Mahasiswa Terhadap Sindrom Fear Of Missing Out.”, *Journal Of Social Science Research*, Vol. 4 (2024), h. 14,.

tidak rasional. Temuan ini sangat relevan untuk menjelaskan pengaruh FoMO terhadap perilaku ekonomi mahasiswa Muslim di era digital.¹¹⁴

9. Penelitian Farhana berjudul “Implementasi Maqashid Syariah pada Produk Keuangan Syariah di Indonesia” menggunakan metode analisis normatif kualitatif. Hasil kajian menegaskan bahwa Maqashid Syariah dapat menjadi alat evaluasi dalam aktivitas ekonomi agar sesuai dengan nilai-nilai Islam. Relevansi penelitian ini terletak pada aplikasinya dalam menganalisis perilaku konsumsi yang beretika sesuai prinsip syariah.¹¹⁵
10. Penelitian oleh Sa’bandiyah dalam artikelnya “Peran Maqashid Syariah dalam Mendukung Keberlanjutan Lingkungan” menggunakan metode studi pustaka tematik. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Maqashid Syariah tidak hanya mencakup aspek hukum, tetapi juga keberlanjutan lingkungan dan sosial, menegaskan pentingnya kesadaran konsumsi berkelanjutan dalam kehidupan modern. Temuan ini relevan untuk memperluas dimensi maqashid dalam konteks gaya hidup dan tanggung jawab sosial-ekonomi Gen Z.¹¹⁶

¹¹⁴ I. Syafitri, “FoMO (Fear of Missing Out) on Impulsive Buying of Skintific Among Gen Z: A Conceptual Framework.”, *Education, Economics, Accounting, and Management*, Vol. 3 (2025), h. 1128,.

¹¹⁵ Farhana. N, “Implementasi maqashid syariah pada asuransi syariah di Indonesia.”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 10 (2024), h. 5,.

¹¹⁶ Umu Farikhatus Sa’bandiyah et al., “Peran Maqashid Syariah Dalam Mendukung Keberlanjutan Lingkungan Melalui Implementasi Green Economy: Studi Kasus

11. Dewantoro dalam studi “Transformation of Generation Z’s Consumption Behavior in Indonesia (Digital Ecosystem Perspective” menggunakan metode mixed-method untuk meneliti perubahan perilaku konsumsi generasi Z dalam ekosistem digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor utama yang memengaruhi konsumsi Gen Z adalah media sosial, peer influence, dan digital branding. Penelitian ini sangat relevan karena menggambarkan konteks empiris perilaku konsumsi Gen Z di Indonesia.¹¹⁷
12. IDN Research dalam “Indonesia Gen Z Report 2024” yang diterbitkan oleh IDN Research Institute merupakan laporan nasional berbasis survei terhadap ribuan responden Gen Z di Indonesia. Hasilnya menunjukkan bahwa 72% Gen Z cenderung membeli produk yang sedang tren di media sosial, dengan dorongan emosional dan sosial sebagai faktor utama. Data ini mendukung aspek empiris gaya hidup FoMO yang berimplikasi pada perilaku ekonomi.¹¹⁸

Tenun Ikat Di Parengan”, *Sibatik Journal | Volume*, Vol. 4 No. 6 (2025), h. 709–22, tersedia pada <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK> (2025).

¹¹⁷ H. Dewantoro, R., Sariani, S., & Suriono, “Transformation of Generation Z’s consumption behavior in the digital ecosystem: A theoretical review of social media-based marketing strategies”, *Priviet Social Sciences Journal*, Vol. 5 (2025), h. 103,.

¹¹⁸ IDN Research Institute., “Indonesia Gen Z Report 2024.”, IDN Research Institute., 2024.

13. Penelitian oleh Syandana berjudul “Hubungan antara Fear of Missing Out (FoMO) dan Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa” menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Hasilnya menunjukkan korelasi positif antara FoMO dan gaya hidup hedonis, di mana mahasiswa yang mengalami FoMO tinggi cenderung terlibat dalam aktivitas konsumtif untuk mencari pengakuan sosial. Penelitian ini mendukung argumen tesis tentang pengaruh FoMO terhadap gaya hidup sosial-ekonomi.¹¹⁹
14. Penelitian oleh Oktorika dalam “Fear of Missing Out pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Indonesia” menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif terhadap 200 mahasiswa. Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan media sosial berlebihan meningkatkan FoMO dan memengaruhi perilaku konsumtif serta waktu produktif mahasiswa. Hal ini menunjukkan relevansi nyata antara FoMO, perilaku sosial, dan dampak ekonomi di kalangan Gen Z.¹²⁰
15. Penelitian oleh Wahab dan Juliasti dalam studi “Konsep Konsumsi dalam Ekonomi Islam: Analisis Nilai Spiritual dan Material” menggunakan metode literatur analisis kualitatif dan menegaskan bahwa konsumsi

¹¹⁹ D. R Syandana, D. A., & Dhania, “Hubungan antara Fear of Missing Out (FoMO) dan gaya hidup hedonis dengan impulsive buying pada mahasiswa pengguna e-commerce.”, *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi*, Vol. 8 (2024), h. 25,.

¹²⁰ S. Oktorika, N., Pratikto, H., & Suhadianto, “Fear of Missing Out pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial: Bagaimana Peran Dukungan Sosial?.”, *Jurnal Psikologi Indonesia*, Vol. 1 (2023), h. 17,.

dalam Islam harus diarahkan pada keseimbangan antara kepuasan material dan kemaslahatan spiritual. Studi ini memperkuat landasan Maqashid Syariah dalam perilaku konsumsi Muslim modern. tujuan seorang muslim dalam konsumsi adalah memaksimalkan masalah. Menurut Imam Syatibi, Istilah masalah maknanya lebih luas dari sekedar utility atau kepuasan dalam terminologi ekonomi konvensional. Masalah merupakan tujuan hukum syara yang paling utama. Masalah adalah sifat atau kemampuan barang dan jasa yang mendukung elemen-elemen dan tujuan dasar dari kehidupan manusia di muka bumi ini.¹²¹

¹²¹ E. Ananda, I. A., Wahab, A., & Juliasti, *Loc.Cit.*

Table 1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan	Gap Penelitian
1	Pratiwi & Mamesah	FoMO dan Adiksi Media Sosial	FoMO berhubungan positif dengan adiksi media sosial	Membahas FoMO pada mahasiswa	Tidak membahas maqashid dan dampak sosial-ekonomi	Belum mengkaji FoMO dari perspektif Maqashid Syariah
2	Van Basten	FoMO dan Psychological Well-Being	FoMO menurunkan kesejahteraan psikologis	Sama-sama mengkaji FoMO pada mahasiswa	Fokus psikologis	Belum mengkaji implikasi sosial-ekonomi dan syariah
3	Sawe dkk.	FoMO dan Perilaku Konsumtif	FoMO meningkatkan perilaku konsumtif	Sama-sama menghubungkan FoMO dan konsumsi	Tidak menggunakan maqashid	Belum menilai konsumsi dengan hifz al-mal
4	Fadhilah & Nurmala	E-commerce dalam Perspektif Maqashid	Perilaku konsumtif bertentangan dengan maqashid	Sama-sama memakai maqashid	Tidak membahas FoMO	Belum mengaitkan FoMO dengan maqashid
5	Hamdi	Etika Konsumsi Islam	Konsumsi harus halal, seimbang, dan bertanggung jawab	Sama-sama membahas konsumsi Islami	Tidak meneliti Gen Z	Belum mengkaji fenomena digital FoMO
6	Pertiwi & Herianingrum	Konsep Maqashid Syariah	Maqashid mengarah pada kemaslahatan	Sama-sama memakai teori maqashid	Tidak ada objek mahasiswa	Belum diterapkan pada FoMO
7	Rosjayani	Fenomena FoMO Mahasiswa	Tekanan sosial memicu FoMO	Sama-sama membahas mahasiswa dan FoMO	Tidak membahas ekonomi Islam	Belum ada analisis maqashid
8	Syafitri	FoMO dan Impulsive Buying	FoMO memicu pembelian impulsif	Sama-sama mengkaji konsumsi akibat FoMO	Fokus merek tertentu	Belum melihat dampak sosial-ekonomi luas
9	Farhana	Implementasi Maqashid pada Keuangan Syariah	Maqashid sebagai alat evaluasi ekonomi	Sama-sama menggunakan maqashid	Tidak membahas FoMO	Belum mengkaji gaya hidup digital
10	Sa'bandiyah	Maqashid dan Lingkungan	Maqashid mendukung keberlanjutan	Sama-sama membahas maqashid	Fokus lingkungan	Tidak mengkaji mahasiswa Gen Z
11	Dewantoro	Perilaku Konsumsi Gen Z	Media sosial memengaruhi konsumsi	Sama-sama membahas Gen Z	Tidak memakai maqashid	Belum mengkaji FoMO secara spesifik

12	IDN Research	Indonesia Gen Z Report 2024	Gen Z dipengaruhi tren media sosial	Sama-sama membahas Gen Z	Bukan penelitian maqashid	Tidak mengkaji mahasiswa Muslim
13	Syandana	FoMO dan Gaya Hidup Hedonis	FoMO berhubungan dengan hedonisme	Sama-sama mengkaji FoMO dan gaya hidup	Tidak menggunakan perspektif Islam	Belum melihat maqashid syariah
14	Oktorika	FoMO Pengguna Media Sosial	FoMO memengaruhi perilaku konsumtif	Sama-sama membahas FoMO mahasiswa	Tidak membahas maqashid	Belum mengkaji mahasiswa Muslim Bandar Lampung
15	Wahab & Juliasti	Konsumsi dalam Ekonomi Islam	Konsumsi harus seimbang material-spiritual	Sama-sama membahas konsumsi Islami	Tidak membahas FoMO dan Gen Z	Belum menghubungkan FoMO dengan maqashid

3. Kerangka Teoritik

Penelitian yang berjudul "Analisis Maqashid Syariah terhadap Dampak Perilaku Gaya Hidup Fear of Missing Out (FoMO) pada Kalangan Generasi Z (Studi pada Mahasiswa di Bandar Lampung)" menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma interpretatif untuk memahami fenomena Fear of Missing Out (FoMO) sebagai perilaku sosial yang berkembang di kalangan Generasi Z. Penelitian ini tidak berorientasi pada pengujian hubungan sebab-akibat antarvariabel, melainkan berupaya memahami bagaimana perilaku FoMO terbentuk, berkembang, serta dimaknai oleh mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari, kemudian dianalisis berdasarkan nilai-nilai maqashid syariah.

Secara teoritis, penelitian ini dibangun atas tiga tingkatan teori yang saling berkaitan, yaitu Behaviorism Theory sebagai grand theory, Theory of Planned Behavior sebagai middle theory, dan Consumer Behavior Theory sebagai applied theory. Ketiga teori tersebut digunakan untuk menjelaskan

proses terbentuknya perilaku FoMO, faktor-faktor yang memengaruhinya, serta implikasinya terhadap perilaku konsumsi dan gaya hidup Generasi Z.

Behaviorism Theory menjadi landasan utama dalam penelitian ini karena menjelaskan bahwa perilaku individu terbentuk melalui hubungan antara stimulus (stimulus) dan respons (response). Dalam konteks penelitian ini, media sosial dipandang sebagai stimulus yang secara terus-menerus memberikan paparan informasi mengenai tren, gaya hidup, pencapaian, dan aktivitas orang lain. Paparan tersebut mendorong individu untuk terus mengikuti perkembangan yang terjadi di lingkungan digital sehingga membentuk kebiasaan yang kemudian berkembang menjadi perilaku Fear of Missing Out (FoMO). Dengan demikian, teori behaviorisme memberikan penjelasan mengenai proses awal terbentuknya perilaku FoMO pada Generasi Z.

Selanjutnya, Theory of Planned Behavior digunakan sebagai middle theory untuk menjelaskan bahwa perilaku FoMO tidak hanya dipengaruhi oleh stimulus dari lingkungan, tetapi juga oleh proses psikologis individu. Menurut Ajzen (1991), perilaku seseorang didahului oleh niat (behavioral intention) yang dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku (attitude toward behavior), norma subjektif (subjective norm), dan persepsi kontrol perilaku (perceived behavioral control). Dalam konteks penelitian ini, sikap positif terhadap media sosial, tekanan sosial dari lingkungan, serta persepsi individu mengenai pentingnya selalu mengikuti perkembangan informasi menjadi faktor yang mendorong munculnya perilaku FoMO pada mahasiswa Generasi Z.

Adapun Consumer Behavior Theory digunakan sebagai applied theory untuk menjelaskan dampak dari perilaku FoMO terhadap pola konsumsi dan gaya hidup individu. Perasaan takut tertinggal dari tren maupun aktivitas orang lain dapat mendorong individu melakukan berbagai tindakan konsumtif, seperti membeli produk yang sedang populer, mengikuti tren yang berkembang di media sosial, atau mengonsumsi barang dan jasa sebagai bentuk pencarian pengakuan sosial. Dengan demikian, teori perilaku konsumen memberikan penjelasan mengenai bagaimana FoMO memengaruhi keputusan konsumsi dan membentuk gaya hidup pada Generasi Z.

Meskipun ketiga teori tersebut mampu menjelaskan proses terbentuknya perilaku FoMO hingga dampaknya terhadap perilaku konsumsi, teori-teori tersebut belum memberikan penilaian mengenai apakah perilaku tersebut sesuai dengan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan maqashid syariah sebagai perspektif analisis normatif untuk menafsirkan dampak perilaku gaya hidup FoMO. Perspektif maqashid syariah digunakan untuk menilai apakah perilaku yang muncul mendukung atau justru bertentangan dengan tujuan syariat (maqashid al-syari'ah), yaitu menjaga agama (hifz al-din), menjaga jiwa (hifz al-nafs), menjaga akal (hifz al-'aql), menjaga keturunan (hifz al-nasl), dan menjaga harta (hifz al-mal). Melalui perspektif tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena FoMO, tidak hanya dari sisi perilaku dan sosial, tetapi juga dari sisi nilai-nilai Islam yang berorientasi pada terwujudnya kemaslahatan (maslahah) dan pencegahan kemudaratan (mafsadah).

Berdasarkan kerangka teoritik tersebut, penelitian ini memandang bahwa perilaku FoMO pada Generasi Z merupakan hasil dari interaksi antara stimulus lingkungan digital, proses pengambilan keputusan individu, dan kecenderungan perilaku konsumsi yang berkembang dalam masyarakat modern. Selanjutnya, seluruh fenomena tersebut dianalisis menggunakan perspektif maqashid syariah untuk memperoleh pemahaman mengenai implikasi perilaku FoMO terhadap kehidupan mahasiswa Muslim serta kesesuaiannya dengan tujuan-tujuan syariat Islam.

Table 2 Tahap dan Kegiatan

No	Tahap dan Kegiatan	Bulan			Keterangan
		April	Mei	Juni	
1	Izin Penelitian				
2	Pengumpulan Data				
3	Analisis Data				
4	Penyusunan Tesis				
5	Sidang Tertutup				
6	Sidang Terbuka				

DAFTAR PUSTAKA

- Agama, Kementerian. “Quran Kemenag”. LPMQ 2025. tersedia pada <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/5?from=1&to=120> (2025).
- Ahmad, Fajar. “Konsep Halal Dan Thayyib Dalam Produksi Dan Konsumsi: Kajian Sistem Ekonomi Islam”. *Jebesh: Journal of Economics Business Ethic and Science Histories*. Vol. 2 No. 4 (2024), h. 78. tersedia pada <https://jurnalhamfara.ac.id/index.php/jb/article/view/692> (2024).
- Aisafitri, L. “Kecanduan media sosial (fomo) pada generasi milenial”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 4 (2021), h. 90.
- Ajzen. “The theory of planned behavior: Frequently asked questions”. *Human behavior and emerging technologies*. Vol. 2 (2020), h. 314–24.
- Alfian, Ian. “FoMO Dan Media Sosial: Dampak Perilaku Konsumtif Terhadap Kesehatan Mental Dan Keuangan Dari Perspektif Islam”. *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 03 (2024), h. 2.
- Alt, Dorit. “College students’ academic motivation, media engagement and fear of missing out”. *Computers in Human Behavior*. Vol. 49 (2015), h. 111–19. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.057>.
- Ananda, I. A., Wahab, A., & Juliasti, E. “Konsep Konsumsi Dalam Ekonomi Islam”. *Studi Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 7 (2025), h. 76.
- Andi Cahyadi. “Gambaran Fenomena Fear of Missing Out Pada Generasi Z Di kalangan Mahasiswa”. *Jurnal Ilmiah Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya*. Vol. 2 No. Vol. 2 (2021): No. 02 Tahun XLV/Juli 2021 (2021), h. 159.
- Anggraeni, Ninda Dwi, dan Fauziyah Putri Meilinda. “Internalisasi Nilai-Nilai Maqashid Syariah Dalam Psikoterapi Keluarga Muslim”. *Jurnal Studi Hukum Islam*. Vol. 13 No. 2 (2024), h. 65–69.
- Annisa Masruri Zaimsyah, Sri Herianingrum. “Tinjauan Maqashid Syariah Terhadap Konsumsi”. *Jurnal Studi Keislaman*. 2019.
- Apolo, M., & Kurniawati, M. “Pengaruh Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Perilaku Konsumtif Penggemar KPOP Remaja Akhir Pada Produk Merchandise KPOP.”. *Journal Of Social Science Research*. Vol. 3 (2023), h. 4.
- Asyahidda, Fajar Nugraha, dan Abdul Azis. “Konformitas dan Penyimpangan: Perspektif Sosiologis tentang Pengalaman FoMO di Kalangan Generasi Z pada Media Sosial TikTok”. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*. Vol. 11 No. 2 (2024), h. 120–32. <https://doi.org/10.24036/scs.v11i2.708>.
- Aulia, M. K., Nur, A., Hasniar, H., Fatrisia, A. A., Herni, H., & Hirmayani, A.

- “Konsumsi dalam perspektif Ekonomi Syariah”. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*. Vol. 2 (2025), h. 5063.
- Awalia, F., & Zulkarnaini, Z. “Memahami Pola Perilaku Generasi Z di Era Digital”. *Jurnal Teknologo dan Sains Modern*. Vol. 2 (2025), h. 16.
- Aydin, Duygu et al. “The relationship of consumers’ compulsive buying behavior with biological rhythm, impulsivity, and fear of missing out”. *Biological Rhythm Research*. Vol. 52 No. 10 (2021), h. 1514–22. <https://doi.org/10.1080/09291016.2019.1654203>.
- Ayu Rahmawati, Binti Nuriyatul Muthi’ah. “Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) Outfit pada Perempuan: Antara Identitas Diri dan Gaya Hidup Konsumtif”. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Hukum*. Vol. 3 (2025).
- BADAN PUSAT STATISTIK. “Memahami Generasi Z: Tantangan, Perilaku, dan Peluang”. BADAN PUSAT STATISTIK 2025.
- Badu, R. S. “Teori Konsumsi Islam menurut Prinsip Syariah: Kajian Perbandingan Literatur”. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi*. Vol. 2 (2024), h. 538.
- Baitul Hamdi. “Prinsip dan Etika Konsumsi Islam (Tinjauan Maqashid Syariah)”. *Jurnal Pemikiran Islam*. Vol. 23 (2022).
- Basten, Van, R. A. N. D. A. “Hubungan Fear Of Missing Out Dengan Psychological Well Being Pada Mahasiswa Psikologi Uin Suska Riau Yang Sedang Menyusun Skripsi”. 2025.
- Bintang, Abidah, dan Riska Juliani. “Analisis Perspektif Islam Terhadap Dampak Fomo Pada Kebutuhan Eksistensi Manusia Modern”. *Cemara Journal Publising Your Creative Idea*. Vol. III No. Iii (2025). tersedia pada <https://cemarajournal.com/journal/index.php/ces/article/view/164/128> (2025).
- Buunk, A. P., & Gibbons, F. X. “Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field”. *Organizational behavior and human decision processes*. Vol. 1 (2007), h. 3–21.
- Cahyaningtyas, A. R., & Iqbal, M. “Gaya hidup konsumtif dan pencitraan diri mahasiswa pengguna Instagram”. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan*. Vol. 1 (2021), h. 87.
- Celvin Stivanus, Agustina. “Hubungan Fear of Missing Out (FoMO) terhadap Perilaku Konsumtif pada Penggemar BLACKPINK (BLINK)”. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*. Vol. 10 (2025).
- Chandradipta, V. T., & Adi, S. P. “Pengaruh Fenomena FoMO terhadap Munculnya Gaya Hidup Konsumtif pada Masyarakat Indonesia”. *Jurnal Dekonstruksi*. Vol. 11 (2025), h. 91. <https://doi.org/https://doi.org/10.54154/dekonstruksi.v11i04.349>.
- Christy, Caroline Claudia. “FoMo di media sosial dan e-WoM : pertimbangan berbelanja daring pada marketplace”. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian*

- Journal of Communications Studies*). Vol. 6 No. 1 (2022), h. 331–57. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i1.3742>.
- Citra Audi Puspitasari, De Ajeng Alwin, Muhamad Kamaludin, Mochamad Reza Pratama, Sekar Aulia Azahra. “Pengaruh Fenomena Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Tingkat Kecemasan Dan Kepuasan Hidup Mahasiswa Gen Z Di Media Sosial”. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*. Vol. 2 (2025).
- Dasih. Ida ayu elistyawati. I Gusti ayu ratna pramesti, dan Gusti ayu putu Darmayanti. “The Phenomenon of FOMO as Consumptive Behavior of Generation Z in Purchasing Traditional Food (Case Study of Lawar Macho Rena)”. *Journal Of Management And Tourism*. Vol. 5 (2025).
- Desky, A. F. “Pengaruh Perubahan Sosial dan Perilaku Konsumtif terhadap Fear of Missing Out (FoMO) pada Mahasiswa Muslim di Perkotaan”. *Jurnal Sosiologi Agama Indonesia*. Vol. 5 (2024), h. 368.
- Dewanti, Intan, dan Agung Haryono. “Pengaruh persepsi harga, kontrol diri, dan literasi ekonomi terhadap perilaku pembelian impulsif produk baju pada mahasiswa S1 pendidikan ekonomi Universitas Negeri Malang angkatan 2017”. *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan*. Vol. 1 No. 8 (2021), h. 718–34. <https://doi.org/10.17977/um066v1i82021p718-734>.
- Dewantoro, R., Sariyani, S., & Suriono, H. “Transformation of Generation Z’s consumption behavior in the digital ecosystem: A theoretical review of social media-based marketing strategies”. *Priviet Social Sciences Journal*. Vol. 5 (2025), h. 103.
- Dyas Noviarale Fitriani, Bintang Mutia Rahmah, Dyah Nopitasari, Farah Nikmatus Sania. “Application Of Logotherapy In Reducing Hedonistic Behavior Due To FoMO”. *International Conference Guidance and Counseling (ICGC)*. Vol. 2 (2024), h. 67.
- Elhai, Jon D. et al. “Fear of missing out, need for touch, anxiety and depression are related to problematic smartphone use”. *Computers in Human Behavior*. Vol. 63 (2016), h. 509–16. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.079>.
- Ellen Angelina, Agustina Agustina. “Hubungan Fear Of Missing Out (FoMO) Dengan Perilaku Pembelian Implusif Produk Viral Blind Box Di Media Sosial Pada Generasi Z”. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*. Vol. 10 (2025).
- Elyanoor, S., & Maulana, H. “FoMO (Fear of Missing Out) sebagai Israf dalam Konsumsi Digital: Perspektif Al-Kasbu”. *Jurnal Studi Islam*. Vol. 6 (2025), h. 239.
- Fadhilah, N., Nurmala, M., Sultan, U., & Tirtayasa, A. “Analisis Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada Penggunaan E-commerce dalam Perspektif Maqashid al-Syariah.”. *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 9 (2024), h. 144.
- Fadillah, S., & Setiawan, R. A. “Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Generasi Z”. *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Vol. 10 (2025), h. 2379.

- Fahmi, R. "Pemikiran Imam Al-Syhatibi Tentang Maqashid Al-Syariah". *I'tisham : Journal of Islamic Law and Economics*. Vol. 3 (2023), h. 140–58.
- Farhana. N. "Implementasi maqashid syariah pada asuransi syariah di Indonesia.". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 10 (2024), h. 5.
- Farikhatus Sa'bandiyah, Umu et al. "Peran Maqashid Syariah Dalam Mendukung Keberlanjutan Lingkungan Melalui Implementasi Green Economy: Studi Kasus Tenun Ikat Di Parengan". *Sibatik Journal | Volume*. Vol. 4 No. 6 (2025), h. 709–22. tersedia pada <https://publish.ojs-indonesia.com/index.php/SIBATIK> (2025).
- Faturrahman, Muhammad, dan Rifai Rahmat. "Pengaruh Flash Sale, Fear Of Missing Out (Fomo) Dan Gaya Hidup Berbelanja Terhadap Perilaku Pembelian Impulsif Dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Masharif al-Syariah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*. Vol. 11 No. 204 (2026), h. 148–64.
- Gumelar, W. D., & Mubin, K. "Fomo Sebagai Refleksi Krisis Harga Diri: Tinjauan Integratif Psikologi Modern dan Nilai Islam". *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*. Vol. 10 No. 717–734 (2025).
- Habibah, Muzayyidatul. "Implementasi Maqashid Syariah dalam Merumuskan Tujuan Laporan Keuangan Bank Syariah". *Jurnal Akutansi Syariah*. Vol. 3 (2020), h. 181.
- Hakim, Muhammad Lutfi. "Pergeseran Paradigma Maqasid Al-Syari'ah: Dari Klasik Sampai Kontemporer". *Jurnal Kajian Hukum Islam*. 2016 1–16.
- Hamdi, B. "Prinsip dan Etika Konsumsi Islam". *Jurnal Pemikiran Islam*. Vol. 23 (2022).
- Harahap, M. I., Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. "Analysis of the effect of Fear of Missing Out(FOMO) 140| Ian AlfianPROFETIK Vol. 03 No. 02 Juli-Desember2024and the use of paylater application on impulse buying behavior (review of Maqashid Syariah". *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 22 (2023).
- Herlina, E. R. "Pandangan Islam Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Pada Generasi Z". *Jurnal Ilmiah Pendidikan Agama Islam*. Vol. 5 (2023), h. 3.
- Hidayatul Fitri, Dyta Setiawati Hariyono, Ghea Amalia Arpandy. "Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) pada Generasi Z Pengguna Media Sosial". *Jurnal Psikologi*. Vol. 1 (2024).
- Hilal, Syamsul. "Urgensi Qawaid Al-Fiqhiyyah Dalam Pengembangan Ekonomi Islam". *Al-Adalah*. Vol. 8 (2017).
- Ian Alfian. "Fomo Dan Media Sosial : Dampak Perilaku Konsumtif Terhadap Kesehatan Mental Dan Keuangan Dari Perspektif Islam". *Jurnal Ekonomi Syariah*. Vol. 3 (2024), h. 130.
- IDN Research Institute. "Indonesia Gen Z Report 2024.". IDN Research Institute.

2024.

- Iswadi, Athifah Faza et al. "Keterkaitan Antara Perbandingan Sosial Dengan Perasaan". *Jurnal Edukasi : Jurnal Bimbingan Konseling*. Vol. 11 No. 1 (2025), h. 264–78.
- Ivantchev, Boyan, and Madlen Ivantcheva. "FOMO effect: social media and online traders". *ournal of Management and Financial Sciences*. 2023.
- Jasser Auda. *Maqasid al-Shariah as philosophy of Islamic law: A systems approach*. International Institute of Islamic Thought (IIIT). 2008.
- Khaan, M., Arif, A., Awang, H., Hidayat, I., Wicaksana, F., & Cahyani, M. "Analisa Kaidah Fiqh Dar Ul Mafaasid Muqaddam 'Ala Jalbil Mashaleh Terhadap Penggunaan Jalan Umum Untuk Walimatul 'Urs". *Jurnal Ilmu Syariah dan Ilmu Hukum*. Vol. 7 (2024).
- Khairunnisa, Fathi Karuna et al. "Kesehatan Mental dan FOMO (Fear of Missing Out): Solusi Psikologi Agama (Islam) pada Era Digital". *JPIM: Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*. Vol. 02 No. 2 (2025), h. 165–73.
- Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an. *Tafsir Ringkas Al-Quran Karim* 2016. <https://doi.org/https://www.alkhoirot.org/2024/06/tafsir-al-quran-kemenag.html>.
- Latifah, Eny, dan Rudi Abdullah. "Prespektif Maqashid Syariah : Peran Ekonomi Hijau Dan Biru Dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals". *JISEF : Journal Of International Sharia Economics And Financial*. Vol. 2 No. 01 (2024), h. 1–22. <https://doi.org/10.62668/jisef.v2i01.1128>.
- Lira Aisafitri, Kiayati Yusriyah. "Kecanduan Media Sosial (FoMO) Pada Generasi Milenial". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 4 (2021).
- Maharani, W., Banowo, E., & Setyarini, E. "Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Fenomena Fear Of Missing Out (Fomo) Di Kalangan Generasi Z Pada Wilayah Jakarta Utara.". *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 1 (2025), h. 110.
- Mubarak, Rafael Asykari. "Dampak Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Kesehatan Mental Remaja". *Jurnal Kajian Sosial Humaniora*. Vol. 2 No. 204 (2025), h. 1–15. tersedia pada <https://doi.org/10.63082/jksh.v2i1.26> (2025).
- Muh. Zamronia, Azizah Nuzulan Sahuurab, M. Shoim Maulidic, Aulia Rosferyn Mufidah P.J. "Analisis Qaidah ازیرارضلال Serta Bagaimana Penerapannya Dalam Kehidupan Sehari-Hari". *Jurnal Kajian Islam Dan Sosial Keagamaan*. Vol. 2 (2025), h. 734.
- Muhammad Irwan. "Kebutuhan dan Pengelolaan Harta Dalam Maqashid Syariah". *Jurnal Ekonomi Pembangunan*. Vol. 3 (2021), h. 34–42.
- Nadhifah, Siti Nurun, dan Ahmad Syakur. "Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Al-Washliyah Sibolga 557". *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. Vol. 8 No.

- 1 (2025), h. 557–68.
- Nasution, R. S., Sugianto, S., & Dharma, B. “Perilaku Fear Of Missing Out (FoMO) Dalam Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU Ditinjau Dalam Prespektif Masalah”. *Jurnal ekonomi dan Bisnis*. Vol. 11 (2023), h. 2005.
- Nasution, R. S., Sugianto, S., & Dharma, B. “Perilaku Fear Of Missing Out (FOMO) Dalam Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU Ditinjau Dalam Prespektif Masalah”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*. Vol. 11 (2023), h. 2000.
- Nasution, Riska Syahputri, dan Budi Dharma. “Perilaku Fear Of Missing Out (FOMO) Dalam Konsumsi Di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU Ditinjau Dalam Prespektif Masalah”. Vol. 11 No. 2 (2023), h. 1997–2006.
- Ningrum, Ririn tri puspita. “Pemikiran Asy-Syatibi Tentang Maqashid Syariah dan Implikasinya terhadap Teori Perilaku Ekonomi Modern”. *Jurnal Studi Agama*. Vol. 2 No. 2 (2014), h. 142–59.
- Oktorika, N., Pratikto, H., & Suhadianto, S. “Fear of Missing Out pada Mahasiswa Pengguna Media Sosial: Bagaimana Peran Dukungan Sosial?”. *Jurnal Psikologi Indonesia*,. Vol. 1 (2023), h. 17.
- Pertiwi, T. D., & Herianingrum, S. “Menggali konsep maqashid syariah: Perspektif pemikiran tokoh Islam”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 10 (2024), h. 3.
- Pohan, M. Z., Nasution, T. A., & Pohan, S. “Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z dalam Era Belanja DaringIndonesia)”. *Jurna Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*. Vol. 4 (2024), h. 237.
- Pratiwi, S., & Mamesah, M. “Hubungan Antara Perasaan Takut Tertinggal (FoMO) dengan Adiksi Media Sosial pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Jakarta”. *Jurnal Bimbingan Konseling*. Vol. 12 (2023), h. 73.
- Przybylski, A. K. “Fear of Missing Out Scale”. 2013.
- Przybylski, Andrew K. et al. “Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out”. *Computers in Human Behavior*. Vol. 29 No. 4 (2013), h. 1841–48. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>.
- Puspitasari, C. A., Kamaludin, M., Pratama, M. R., & Azahra, S. A. “Pengaruh Fenomena Fear Of Missing Out (Fomo) Terhadap Tingkat Kecemasan Dan Kepuasan Hidup Mahasiswa Gen Z Di Media Sosial”. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*. Vol. 2 (2025), h. 1300.
- Putra, D., & Hamid, A. “Tinjauan Maqashid As-Syari’Ah Terhadap Perlindungan Anak Panti Asuhan Siti Aisyah Kabupaten Mandailing Natal. Dusturiyah”. *Jurnal HUKUM Islam*. Vol. 10 (2020), h. 5.
- Putra Nur Hakim, Adittiya et al. “Partisipasi Gen Z dalam Konteks Dinamika

- Pembangunan di Indonesia”. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*. Vol. 8 No. 1 (2024), h. 21–29. <https://doi.org/10.33751/jpsik.v8i1.9817>.
- Rahayuningtyas, Y. P., Pratitis, N. T., & Arifiana, I. Y. “Fear of Missing Out (FOMO) dan Psychological Well Being pada Remaja Pengguna Media Sosial”. *Jurnal Psikologi Indonesia*. Vol. 3 (2025), h. 11.
- Rahmadani, F., & Agung, I. M. “Peran Fear Of Missing Out (FoMO) Terhadap Perilaku Phubbing Generasi Z Dengan Jenis Kelamin Sebagai Variabel Moderasi.”. *Jurnal Riset Mahasiswa Psikologi*. Vol. 3 (2024), h. 17.
- Rahmah, B. M., Fitriani, D. N., Nopitasari, D., & Sania, F. N. “Application Of Logotherapy In Reducing Hedonistic Behavior Due To FoMO”. *International Conference on Guidance and Counseling*. Vol. 2 (2024), h. 3.
- Rahmawati, M. A., Abdain, M. H. I., Kamal, H., Ishak, M. D. T., MH, M., & SHI, M. *Relevansi Hukum Islam Menjawab Tantangan Zaman*. Penerbit Ocean Press Indonesia, 2025.
- Ramadhani, S., & Putri, K. A. S. “Gen Z’s Impulse Buying Behavior of Skincare Product: The Role of FOMO, Celebrity Endorser and Hedonism”. *Journal Of Sharia Economics Research*. Vol. 8 (2024), h. 27.
- Ramadhany, P. D. “Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Fear Of Missing Out (FoMO) Dan Lifestyle Terhadap Impulsive Buying Produk Fashion Tas Christy Pada Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 5 (2025), h. 620.
- Reani, Eliza, dan Supardi Mursalin. “Pengaruh Gaya Hidup , FOMO , Media Sosial Tiktok terhadap Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Ekonomi Syariah”. *Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*. Vol. 08 No. 02 (2026), h. 214–40.
- Riduwan. *Belajar Mudah Penelitian*. Bandung Alfabeta, 2012.
- Rizki, Atika et al. “Teori Konsumsi Islami Sebagai Pedoman Perilaku dan Penerapannya dalam Kehidupan”. *Adzkiya : Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*. Vol. 11 No. 2 (2023), h. 82–94. tersedia pada <https://e-journal.metrouniv.ac.id/index.php/adzkiya/article/view/7859> (2023).
- Rohayedi, E., & Maulina, M. “Konsumerisme dalam perspektif Islam.”. *Jurnal Transformatif*. Vol. 4 (2020), h. 35.
- Rohmati, D., Anggraini, R., & Widiastuti, T. “Maqāṣidal-Sharī‘ah sebagai Landasan Dasar Ekonomi Islam”. *Jurnal Ekonomi Islam*. Vol. 9 (2018), h. 307.
<https://doi.org/https://journal.walisongo.ac.id/index.php/economica/article/view/2051/2013>.
- Romziana, Luthviyah. “Fenomena Fear Of Missing Out (FoMO) Dalam Perspektif Tafsir Al-Azhar Karya Buya Hamka (Analisis Tematik Ayat-

- Ayat Tentang Kecemasan Sosial)”. 2026 45–58.
<https://doi.org/10.30868/at.v11i01.10271>.
- Rosjayani, A. P., Idrus, N. I., & Tang, M. “Fenomena Mahasiswa Terhadap Sindrom Fear Of Missing Out.”. *Journal Of Social Science Research*. Vol. 4 (2024), h. 14.
- Sabila, K., & Tawaqal, R. “The Phenomenon of FoMO (Fear of Missing Out) Culture on Tiktok Social Media among Gen Z”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 8 (2025), h. 114.
- Sabila, K., & Tawaqal, R. S. “Fenomena Budaya FoMO (Fear of Missing Out) di Media Sosial Tiktok pada Kalangan Gen Z.”. *Jurnal Audience*. Vol. 8 (2025).
- Sahib, Munawwarah, dan Nur Ifna. “Urgensi Penerapan Prinsip Halal dan Thayyib dalam Kegiatan Konsumsi”. *POINT: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 6 No. 1 (2024), h. 53–64.
<https://doi.org/10.46918/point.v6i1.2256>.
- Sawe, M. T., Hayati, S., & Umar, M. F. R. “Hubungan Perilaku Konsumtif dengan Fear of Missing Out (Fomo) pada Mahasiswa di Kota Makassar”. *Sawe, M. T., Hayati, S., & Umar, M. F. R.* Vol. 4 (2024).
- Sianipar Nicho Alinton & Kaloeti Dian Veronika Sakti. “Hubungan Antara Regulasi Diri Dengan Fear Of Missing Out (FoMO) Pada Mahasiswa Tahun Pertama Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro”. *Jurnal Empati*. Vol. 1 (2019), h. 138.
<https://doi.org/https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/23587/21484>.
- Solomon, M. R., & Behavior, C. *Buying, having and being*. London Prentice Hall. 2020.
- Suganda A. “Urgensi dan Tingkatan Maqashid Syari’ah dalam Kemaslahatan Masyarakat.”. *Jurnal At-Tadbir: Media Hukum Dan Pendidikan*. Vol. 1 (2020), h. 143–45.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52030/attadbir.v30i01.28>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta, 2008.
- Sumidartiny, Ai Netty. “Pengelolaan Harta Keluarga dalam Kerangka Maqasid Syariah Menuju Keseimbangan dan Keberkahan”. *Journal of Darunnajah Business School*. Vol. 2 No. 1 (2025), h. 39–48. tersedia pada <https://ejournal.darunnajah.ac.id/index.php/j-dbs> (2025).
- Supardi. *Populasi dan Sampel Penelitian*. Laporan Penelitian, 1993.
- Suzy Widyasari, Euis Soliha, Ignatius Hari Santoso. “Fomsumerism: Mengembangkan Perilaku Conformity Consumption Dengan Memanfaatkan Fear of Missing Out Konsumen”. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*.

Vol. 15 (2021).

- Syafitri, I. "FoMO (Fear of Missing Out) on Impulsive Buying of Skintific Among Gen Z: A Conceptual Framework.". *Education, Economics, Accounting, and Management*. Vol. 3 (2025), h. 1128.
- Syandana, D. A., & Dhanial, D. R. "Hubungan antara Fear of Missing Out (FoMO) dan gaya hidup hedonis dengan impulsive buying pada mahasiswa pengguna e-commerce.". *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi*. Vol. 8 (2024), h. 25.
- Tanza Dona Pertiwi, Sri Herianingrum. "Menggali Konsep Maqashid Syariah: Perspektif Pemikiran Tokoh Islam". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. Vol. 10 (2024).
- Toriquddin, Moh. "Teori Maqashid Syariah Perspektif Ibnu Ashur". *Jurnal Studi Islam Ulul Albab*. Vol. VI (1870), h. 61–62. <https://doi.org/10.1093/nq/s4-VI.133.61-d>.
- Tutik Al-Fiyah. "Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Pada Milenial Perspektif Kebutuhan Islam". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol. 1 (2025).
- UIN Raden Intan Lampung. "Visi dan Misi UIN Raden Intan Lampung". n.d. tersedia pada <https://www.radenintan.ac.id/visi-misi-dan-tujuan/>.
- Ulama, Nahdathul. "Quran NU". n.d. tersedia pada <https://quran.nu.or.id/al-qalam>.
- Universitas Lampung. "Visi dan Misi Universitas Lampung". 2026. tersedia pada <https://www.unila.ac.id/visi-dan-misi/> (2026).
- Vincentius Tito Chandradipta, Sigit Purnomo Adi. "Pengaruh Fenomena FoMO terhadap Munculnya Gaya Hidup Konsumtif pada Masyarakat Indonesia". *Jurnal Dekonstruksi*. Vol. 11 (25M).
- Wahyuningsih, Maryati, Muhammad Nur abdullah Birton. "KINERJA BANK UMUM SYARIAH BERDASARKAN MAQASHID SYARIAH INDEX". *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*. Vol. 1 (2024).
- Wantomo Diar Gumelar, Khoirul Mubin. "Fomo Sebagai Refleksi Krisis Harga Diri: Tinjauan Integratif Psikologi Modern Dan Nilai Islam". *Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*. Vol. 4 No. 8 (2025), h. 5511–18.
- Watson, J. B. "Psychology as the behaviorist views it.". *Psychological review*. Vol. 20 No. 2 (1913), h. 158.
- "Wawancara dengan Aditiya Indra Prayoga Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Pada 27 April 2026". n.d.
- "Wawancara dengan Cepi Aditama Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Pada 27 April 2026". n.d.

- “Wawancara dengan Dinusla Bakri Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Pada 27 April 2026”. n.d.
- “Wawancara dengan Eliza Dwi Mahasiswi Universitas Lampung, Pada 30 April 2026”. n.d.
- “Wawancara dengan M. Tsaqief Fawwazaki Gunawan Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Pada 27 April 2026”. Bandar Lampung, n.d.
- “Wawancara dengan Mar’atus Sholihah Mahasiswi Universitas Lampung, Pada 30 April 2026”. 2026, n.d.
- “Wawancara dengan Nada Habsari Mahasiswi Universitas Lampung, Pada 30 April 2026”. n.d.
- “Wawancara dengan Rasyid Alfajri Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung Pada 27 April 2026”. n.d.
- “Wawancara dengan Reisa Aulia Putri Mahasiswi Universitas Lampung, Pada 30 April 2026”. Mahasiswa Universitas Lampung Pada 30 April 2026, n.d.
- “Wawancara dengan Sanda Refina Sari Mahasiswi Universitas Lampung, Pada 30 April 2026”. n.d.
- Wulandari, S. R., Wijaya, D., & Ilyas, F. “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Gen Z di Wilayah Jakarta Barat”. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*. Vol. 3 (2025), h. 128.
- Zaimsyah, A. M., & Herianingrum, S. “Tinjauan Maqashid Syariah Terhadap Konsumsi”. *Jurnal Studi Keislaman*. Vol. 5 (2019), h. 23.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup

Muhammad Ryas Fatiha Kesuma lahir di Bandar Lampung pada tanggal 23 Maret 1999. Peneliti merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, putra dari pasangan Bapak Musal Badri Kesuma dan Ibu Ati Supriati. Peneliti berdomisili di Jalan Imam Bonjol, Gg. Durian No. 5, Gedong Air, Tanjung Karang Barat, Bandar Lampung.

1. Pendidikan formal peneliti dimulai di TK Kartika II-IV Bandar Lampung.
2. Peneliti melanjutkan pendidikan dasar di SD Kartika II-5 Bandar Lampung.
3. Peneliti menyelesaikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) di Pondok Modern Darussalam Gontor Campus 3, Kediri. Selanjutnya, peneliti melanjutkan pendidikan sebagai siswa akhir di Pondok Modern Darussalam Gontor Campus 6, Magelang.
4. Peneliti menyelesaikan pendidikan di Pondok Modern Darussalam Gontor, peneliti melaksanakan pengabdian selama satu tahun sebagai salah satu syarat wajib untuk memperoleh ijazah Gontor. Pengabdian tersebut dilaksanakan di Pondok Pesantren Daarul Ulum, Majalengka.
5. Peneliti menyelesaikan masa pengabdian, pada tahun 2019 peneliti melanjutkan pendidikan ke jenjang Strata 1 (S1) di Universitas Islam Indonesia. Setelah menyelesaikan pendidikan Strata 1 pada Fakultas Ilmu Agama Islam, Program Studi Ekonomi Islam.
6. Peneliti melanjutkan pendidikan ke jenjang Magister (S2) di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung pada tahun 2024 dan menempuh pendidikan Magister pada periode 2024–2026.

Lampiran 2 Pedoman Wawancara

NO	FOKUS PENELITIAN	INDIKATOR	INFORMAN	PERTANYAAN WAWANCARA
1	Konsep Fear of Missing Out	Definisi FoMO	Mahasiswa	Apa yang Anda pahami tentang Fear of Missing Out?
		Intensitas dan Frekuensi	Mahasiswa	Seberapa sering Anda merasakan FoMO dalam kehidupan sehari-hari?
		Media Sosial	Mahasiswa	Media sosial apa yang paling memicu FoMO Anda?
		Lingkungan Pertemanan	Mahasiswa	Apakah FoMO muncul karena perbandingan dengan teman?
		Pembelian Impulsif	Mahasiswa	Apakah FoMO pernah mendorong Anda membeli sesuatu secara spontan?
		Prioritas Kebutuhan	Mahasiswa	Apakah FoMO mengubah prioritas kebutuhan Anda?
2	Konsep Maqashid Syariah	Pengetahuan Dasar	Mahasiswa	Apakah anda mengetahui konsep Maqashid Syariah
		Kesadaran Diri	Mahasiswa	Apakah nilai Islam memengaruhi cara Anda berbelanja?
		Pengelolaan harta	Mahasiswa	Apakah FoMO pernah mengganggu pengelolaan keuangan Anda?
		Rasionalitas	Mahasiswa	Apakah FoMO membuat keputusan

				konsumsi menjadi tidak rasional?
		Kesehatan Mental	Mahasiswa	Apakah FoMO berdampak pada stres atau kecemasan?
3	Ketidaksesuaian perilaku konsumtif	Konsumsi Berlebihan	Mahasiswa	Apakah Anda merasa konsumsi akibat FoMO berlebihan?
		Kerugian Financial	Mahasiswa	Apakah FoMO berdampak pada tabungan atau utang?
		Ketergantungan Digital	Mahasiswa	Apakah FoMO membuat Anda sulit lepas dari media sosial?
		Tekanan Batin	Mahasiswa	Apakah FoMO memicu kecemasan sosial?
		Kelalaian Ibadah	Mahasiswa	Apakah FoMO membuat lalai ibadah atau nilai agama?
		Ketidaksesuaian	Mahasiswa	Menurut Anda, di mana letak ketidaksesuaian FoMO dengan Maqāsid?
4.	Pengendalian Diri	Kesadaran Diri		Bagaimana cara Anda menahan diri dari konsumsi karena FoMO?
		Ibadah		Apakah ibadah membantu mengendalikan FoMO?
		Perencanaan		Apakah Anda membuat anggaran untuk mengontrol konsumsi?

		Peran Maqashid Syariah		Bagaimana Maqāṣid Syariah dapat membentuk gaya hidup seimbang?

Lampiran 3 Hasil Wawancara

Hasil Wawancara

1. M.Tsaqief Fawazaki Gunawan, Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung

Peneliti: Bagaimana menurut anda terhadap FoMO, mulai dari pengaruh media social dan lingkungan pertemanan hingga dampak nya terhadap keputusan pembelian, apakah mengubah prioritas kebutuhan dan bagaimana perasaan setelah membeli karena FoMO?

M.Tsaqief Fawazaki Gunawan: Menurut saya sendiri FoMO itu rasa takut kalau kita tertinggal tren, informasi, atau pengalaman yang sedang dialami orang lain. Biasanya muncul karena terlalu sering melihat media sosial terus sering merasakan fomo cukup sering terutama saat buka Instagram atau TikTok. Dalam seminggu mungkin 2 sampai 3 kali muncul perasaan seperti itu. Instagram paling sering memicu karena banyak orang menampilkan pencapaian dan gaya hidup. Konten liburan, nongkrong, dan barang baru paling berpengaruh. Iya, kadang muncul karena membandingkan diri dengan teman yang terlihat lebih maju. Pernah merasa tertinggal secara sosial juga

Peneliti: Bagaimana pemahaman anda tentang Maqashid syariah serta peran nilai-nilai Islam dalam mempengaruhi perilaku konsumsi, khususnya dalam menghadapi FoMO termasuk dampaknya terhadap pengelolaan keuangan serta Ketika pengambilan keputusan konsumsi, kondisi psikologis dan upaya pencegahannya?

M.Tsaqief Fawazaki Gunawan: Saya tau mungkin hanya secara umum saja konsep maqashid Syariah, tujuan syariat nya untuk menjaga kemaslahatan hidup manusia itu pernah si saya pelajari nya ketika di pondok. Dengan saya tau penting nya menjaga 5 dimensi itu nilai agama sangat membantu menenangkan pikiran akan tetapi saya sendiri juga masih sering lalai ketika dihadapi keputusan berkonumsi diambil berdasarkan emosi sesaat. Sedangkan Islam mengajarkan harta harus dikelola dengan baik dan bijak.

Peneliti: Bagaimana pandangan anda mengenai dampak FoMO terhadap perilaku konsumsi, kondisi keuangan, penggunaan media social, kehidupan social dan keagamaan, serta sejauh mana perilaku tersebut sesuai atau tidak sesuai dengan prinsip prinsip Maqashid Syariah?

M.Tsaqief Fawazaki Gunawan: Kalau pemborosan konsumsi karena FoMO berlebihan biasanya sih fashion sama nongkrong. FoMO sendiri sangat berdampak pada tabungan karena terkadang sering terpakai untuk hal konsumtif. Media sosial sendiri sangat meganggu focus belajar dan juga memicu kecemasan dampaknya jadi overthingking dalam keseharian. Kadang waktu ibadah jadi lalai kurang maksimal. FoMO bertentangan dengan prinsip menjaga harta dan jiwa karena membawa ke pemborosan dan tekanan mental.

Peneliti: Bagaimana upaya anda dalam mengendalikan perilaku konsumtif akibat FoMO, termasuk melalui pengendalian diri, pelaksanaan ibadah pengelola keuangan, nilai-nilai Maqashid syariah dalam membentuk gaya hidup yang seimbang serta dilingkungan kampus?

M.Tsaqief Fawazaki Gunawan: Menahan diri sih biasanya dengan cara menunda dulu gitu beberapa hari ya semisal memang benar benar butuh baru dibeli. Betul ibadah membuat saya sendiri tenang yah walaupun masih ada yang telat atau sampai lupa. Untuk mengontrol itu selalu diusahakan sebenarnya kalau kita konsisten menabung itu sangat cukup. Maqashid Syariah bisa membentuk gaya hidup kita lebih baik lagi. Untuk dilingkungan kampus sebenarnya cukup sangat memberikan edukasi yah terhadap FoMO terkadang lewat seminar.

2. Rasyid Alfajri, Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung

Peneliti: Bagaimana menurut anda terhadap FoMO, mulai dari pengaruh media social dan lingkungan pertemanan hingga dampak nya terhadap keputusan pembelian, apakah mengubah prioritas kebutuhan dan bagaimana perasaan setelah membeli karena FoMO?

Rasyid Alfajri: FoMO itu sendiri dari pandangan saya kalau kita tertinggal dari teman kita atapun orang lain, baik tren ataupun pencapaian. Biasanya sih itu sangat dipengaruhi dari media sosial yang sangat berpengaruh menurut saya Tiktok karena tren disana sangat cepat sekali berubah. FoMO juga merubah prioritas kebutuhan saya, terkadang keinginan jaddi lebih dominan dari pada kebutuhan itu yang sangat harus di control. Apalagi melihat temen produktif atau punya barang baru kadang muncul rasa tertinggal nya

Peneliti: Bagaimana pemahaman anda tentang Maqashid syariah serta peran nilai-nilai Islam dala mempengaruhi perilaku konsumsi, khususnya dalam menghadapi FoMO termasuk dampaknya terhadap pengelolaan keuangan serta Ketika pengambilan keputusankonsumsi, kondisi psikologis dan upaya penccegahannya?

Rasyid Alfajri: Ya saya pernah belajar itu ketika di pondok yang mengajarkan dimana kita harus menjaga maslahat manusia. Terutama prinsip tidak boros dan sederhana, jangan sampai rasa cemas takut tertinggal itu mengganggu keuangan kita sedangkan Islam itu mengajarkan pengelolaan harta dengan tanggung jawab. Kebutuhan konsumsi kadang tidak rasional karena hanya membeli karena ikut trend saja. FoMO juga berdampak ya bagi saya kadang stress ketika kita merasa tertinggal. Mungkin dengan Pendidikan moral dan control diri yang bisa mengantisipasi FoMO di zaman sekarang ini.

Peneliti: Bagaimana pandangan anda mengenai dampak FoMO terhadap perilaku konsumsi, kondisi keuangan, penggunaan media social, kehidupan social dan keagamaan, serta sejauh mana perilaku tersebut sesuai atau tidak sesuai dengan prinsip prinsip Maqashid Syariah?

Rasyid Alfajri: Kadang berlebihan sih terutama dalam berbelanja online. Dampak tabungan atau uang simpanan itu terpakai. Kadang untuk tidak menggunakan media sosial itu sangat sulit apalagi di zaman sekarang sudah banyak yang melalui digital. Itu jelas memicu kecemasan terutama pencapaian teman. Dalam ibadah juga terkadang suka lupa karena terlalu lama scrolling. Sangat bertentangan menurut saya karena bertentangan dengan menjaga waktu, jiwa dan harta.

Peneliti: Bagaimana upaya anda dalam mengendalikan perilaku konsumtif akibat FoMO, termasuk melalui pengendalian diri, pelaksanaan ibadah pengelola keuangan, nilai-nilai Maqashid syariah dalam membentuk gaya hidup yang seimbang serta dilingkungan kampus?

Rasyid Alfajri: Cara menahan diri saya mungkin dimasukan keranjang kuning dulu gitu ya kalau mau belanja online. Ibadah sendiri sangat membantu menenangkan pikiran. Mungkin untuk setiap bulanan terkadang saya mencatat ya untuk pengeluaran. Bisa dirasakan Maqashid Syariah bisa membuat kita memilih yang mana yang prioritas kebutuhan dan manfaat. Kampus sedikit berperan ya dalam edukasi keuangan syariah.

3. Aditya Indra Prayoga, Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung

Peneliti: Bagaimana menurut anda terhadap FoMO, mulai dari pengaruh media social dan lingkungan pertemanan hingga dampaknya terhadap keputusan pembelian, apakah mengubah prioritas kebutuhan dan bagaimana perasaan setelah membeli karena FoMO?

Aditya Indra Prayoga: Saya sendiri pernah membeli sepatu saat itu pas lihat teman-teman banyak pakai model yang sama dan sedang tren saat itu padahal mah saya tidak ada niatan untuk membeli itu. Setelah membeli barang yang saya pengenin biasa nya baru sadar kalau barang yang kita beli ini enggak terlalu dibutuhkan kadang juga gak cocok untuk kita. Malah yang seharusnya kebutuhan itu diutamakan malah kegeser karena ingin ikut tren itu kadang juga perasaan itu muncul kalau saya sering melihat media sosial dan merasa hidup orang lain lebih menarik sama sering membandingkan diri sendiri dengan teman sendiri.

Peneliti: Bagaimana pemahaman anda tentang Maqashid syariah serta peran nilai-nilai Islam dalam mempengaruhi perilaku konsumsi, khususnya dalam menghadapi

FoMO termasuk dampaknya terhadap pengelolaan keuangan serta Ketika pengambilan keputusan konsumsi, kondisi psikologis dan upaya pencegahannya?

Aditya Indra Prayoga: Kalau saya pribadi sih mungkin kurang memahami untuk Maqashid Syariah ini, akan tetapi nilai Islam yang ada ini mungkin sangat berpengaruh bagi saya itu yang menjadi batasan kita untuk memilih mana yang kebutuhan atau tidaknya dan menghindari pemborosan. FoMO juga sangat mengganggu ya dalam pengelolaan keuangan saya dulu saya pernah menabung malah habis yang bukan karena kebutuhan tapi keinginan, keputusan diambil karena kemauan sesaat. Mungkin cara saya sendiri sekarang harus ditahan dulu dan dipikir ulang sebelum membeli barang. Untuk stress mungkin kalau lihat teman yang lebih maju gitu ya dari pada kita misal ada teman yang punya bisnis walaupun masih mahasiswa jadi muncul pikiran kod dia bisa gitu ya. Kalau ada hal kaya gitu mungkin solusinya bisa mengurangi main medsosnya sih.

Peneliti: Bagaimana pandangan anda mengenai dampak FoMO terhadap perilaku konsumsi, kondisi keuangan, penggunaan media sosial, kehidupan sosial dan keagamaan, serta sejauh mana perilaku tersebut sesuai atau tidak sesuai dengan prinsip Maqashid Syariah?

Aditya Indra Prayoga: Saya merasa berlebihan terutama kalau membeli barang hanya sedang ramai dibicarakan bukan karena butuh. Kalau tabungan pernah terpakai tapi tidak pernah sampai berhutang. Untuk sekarang itu kalau tidak bermain medsos terasa ada yang berkurang jadi agak terasa sulit. Rasa minder atau merasa kurang dibanding orang lain itu cukup mengganggu kalau dibiarkan terus. Pernah sih karena terlalu lama scrollin sampai ketiduran terus lupa untuk

ibadah. FoMO sendiri membuat orang boros, tidak tenang dan terlalu focus pada dunia luar.

Peneliti: Bagaimana upaya anda dalam mengendalikan perilaku konsumtif akibat FoMO, termasuk melalui pengendalian diri, pelaksanaan ibadah pengelola keuangan, nilai-nilai Maqashid syariah dalam membentuk gaya hidup yang seimbang serta dilingkungan kampus?

Aditya Indra Prayoga: Untuk menghindari konsumsi akibat FoMO biasa nya dipikirkan dulu ya apa memang urgent atau tidak nya. Ibadah pastinya sangat berpengaruh dalam keseharian kita. Untuk mengontrol sih biasanya mungkin belanja yang nominal nya besar kecatat ya tapi kalau yang tidak terlalu besar tu jarang banget ke catet. Maqashid Syariah dapat diambil dari segi bahwa kita tidak harus terus menerus mengikuti trend. Sebenarnya kampus sendiri bisa yah seperti membuat seminar untuk edukasi seperti itu.

4. Nada Habsari, Mahasiswa Universitas Lampung

Peneliti: Bagaimana menurut anda terhadap FoMO, mulai dari pengaruh media social dan lingkungan pertemanan hingga dampak nya terhadap keputusan pembelian, apakah mengubah prioritas kebutuhan dan bagaimana perasaan setelah membeli karena FoMO?

Nada Habsari: Terkadang sering begitu, kadang saya lihat teman itu lebih produktif atau jalan-jalan punya barang baru jadi muncul kenapa saya belum seperti itu. Sama kadang sering ngerasa hal yang sebenarnya tidak mendesak jadi terasa penting Cuma karena sedang trend kaya contoh nya ada skincare produk terbaru padahal sebelumnya masih punya produk dan belum habis karena keikutan

trend ramai di media sosial keinginan itu jadi muncul untuk beli. Tiktok dan Instagram sih itu life update nya sangat cepet ya khusus nya mahasiswi jadi kadang baru lihat sesuatu langsung merasa pengen coba juga, pas kita lihat teman itu harus selalu ikut supaya enggak dianggap ketinggalan.

Peneliti: Bagaimana pemahaman anda tentang Maqashid syariah serta peran nilai-nilai Islam dala mempengaruhi perilaku konsumsi, khususnya dalam menghadapi FoMO termasuk dampaknya terhadap pengelolaan keuangan serta Ketika pengambilan keputusankonsumsi, kondisi psikologis dan upaya penccegahannya?

Nada Habsari: Untuk konsep Maqashid Syariah sendiri mungkin saya kurang memahami yatapi pernah melihat pembahasan itu di media sosial yang intnya untuk menjaga kehidupan manusia itu menjadi lebih baik. Ya nilai Islam sendiri mempengaruhi cara saya agar tidak berlebihan dalam belanja. FoMO sendiri sangat membuat keuangan kita jadi tidak teratur karena mengeluarkan uang untuk barang ataupun kebutuhan yang tidak penting. FoMO juga buat konsumsi kita tidak rasional yak arena keputusan waktu kita mau membeli barang atau hal yang lain itu karena ikut-ikutan. Untuk stress juga terkadang ada saat sering membandingkan dengan orang lain ataupun teman sekitar jadi kaya cape pikiran. Maqashid Syariahdapat mengantisipasi ya dengan hidup kita yang seimbang dengan tidak boros, tidak terlalu mengejar pengakuan sosial.

Peneliti: Bagaimana pandangan anda mengenai dampak FoMO terhadap perilaku konsumsi, kondisi keuangan, penggunaan media social, kehidupan social dan keagamaan, serta sejauh mana perilaku tersebut sesuai atau tidak sesuai dengan prinsip prinsip Maqashid Syariah?

Nada Habsari: Itu pasti ya mungkin terlalu berlebihan kalau tabungan pernah terpakai tapi kedepan nya tetap menabung lagi. Merasa cemas pernah sih karena FoMO kalau untuk ibadah sendiiri masih bisa terlaksana enggak sampai ketinggalan mungkin tidak terlalu tepat waktu. FoMO mendorong diri kita ke pemborosan terus membuat hati tidak senang.

Peneliti: Bagaimana upaya anda dalam mengendalikan perilaku konsumtif akibat FoMO, termasuk melalui pengendalian diri, pelaksanaan ibadah pengelola keuangan, nilai-nilai Maqashid syariah dalam membentuk gaya hidup yang seimbang serta dilingkungan kampus?

Nada Habsari: Untuk menahan seperti itu biasa nya aku enggak buka tiktok atau shopee gitu ya mungkin aku nonton youtube ya atau Instagram. Pasti nya ya ibadah itu membuat kita lebih tenang. Untuk pencatatan keuangan sih kadang kadang ya.

5. Dinusla Bakri, Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung

Peneliti: Bagaimana menurut anda terhadap FoMO, mulai dari pengaruh media social dan lingkungan pertemanan hingga dampak nya terhadap keputusan pembelian, apakah mengubah prioritas kebutuhan dan bagaimana perasaan setelah membeli karena FoMO?

Dinusla Bakri: Media sosial terkadang yang sangat mempengaruhi ya soalnya banyak sekali teman-teman saya mungkin yang selalu upload kaya pencapaian dia kemudian mungkin mereka lagi liburan , nongkrong atau pun beli barang baru yang sedang trend hal yang seperti itu yang membuat saya sendiri selalu membandingkan dengan pencapaian orang lain.Saya pernah membeli jam tangan

karena lihat bebrapa teman yang pakai model sedang tren jam tangan digital gitu padahal jam tangan saya yang lama itu masih layak pakai karena saya sendiri terlalu lebih mentingin kebutuhan dari pda keinginan ya saat itu, yang seharusnya uang bisa dipakai untuk kebutuhan penting malak kepakai unutk keinginan sesaat mungkin awal nya senang ya sehabis membeli barang itu setelah itu timbul rasa menyesal karena enggak semua tren d yang kita ikuti itu mungkin cocok di saya.

Peneliti: Bagaimana pemahaman anda tentang Maqashid syariah serta peran nilai-nilai Islam dala mempengaruhi perilaku konsumsi, khususnya dalam menghadapi FoMO termasuk dampaknya terhadap pengelolaan keuangan serta Ketika pengambilan keputusankonsumsi, kondisi psikologis dan upaya penccegahannya?

Dinusla Bakri: Untuk Maqashid Syariah mungkin saya pernah tau ya saat sesi diskusi di perkuliahan. Islam sendiri tidak mengajarkan untuk berlebihan ya dalam pengeluaran. Tentu nya pernah ya keuangan tidak teratur karena mengikuti kemauan yang seharusnya itu tidak terlalu dibutuhkan. FoMO sendiri sedikit berdampak sih dan itu akan membuat tekanan dalam diri saya sendiri. Maqashid Syariahbisa yah untuk mengantisipasi itu bahwa menilai seseorang itu bukan dari barang yang dimiliki ataupun pencapaian yang sudah dicapai mungkin dengan mengontrol diri dan kesederhanaan

Peneliti: Bagaimana pandangan anda mengenai dampak FoMO terhadap perilaku konsumsi, kondisi keuangan, penggunaan media social, kehidupan social dan keagamaan, serta sejauh mana perilaku tersebut sesuai atau tidak sesuai dengan prinsip prinsip Maqashid Syariah?

Dinusla Bakri: Mungkin tidak terlalu berlebihan sekali sih. Tabungan alhamdulillah masih aman karena punya prinsip ya enggal boleh memakai tabungan untuk yang tidak terlalu penting. Menurut saya Maqashid Syariah bisa membatasi diri kita untuk lebih sederhana, control diri dan kesadaran.

Peneliti: Bagaimana upaya anda dalam mengendalikan perilaku konsumtif akibat FoMO, termasuk melalui pengendalian diri, pelaksanaan ibadah pengelola keuangan, nilai-nilai Maqashid syariah dalam membentuk gaya hidup yang seimbang serta dilingkungan kampus?

Dinusla Bakri: Biasanya saya kasih jeda dulu ya untuk menahan sesuatu yang diinginkan. Jelas ibadah sangat berpengaruh ya tentunya. Untuk pengeluaran si biasanya jarang banget ya untuk dicatat. Maqashid Syariah sebenarnya bisa membentuk gaya hidup kita lebih baik dan terarah ya.

6. Eliza Dwi Mahasiswi Universitas Lampung

Peneliti: Bagaimana menurut anda terhadap FoMO, mulai dari pengaruh media social dan lingkungan pertemanan hingga dampaknya terhadap keputusan pembelian, apakah mengubah prioritas kebutuhan dan bagaimana perasaan setelah membeli karena FoMO?

Eliza Dwi: Dulu aku mungkin cukup sering ya terpengaruh FoMO karena orang sekitar atau teman teman dekat aku di kampus yang paling sangat berpengaruh sih pas scroll media sosial Instagram atau tiktok. Tiktok itu yang sangat berpengaruh menurut aku sih karena disana trend sangat banyak dan cepat berubah yah dari

segi fashion contoh nya karena dulu aku pernah beli tas yang ramai diipakai influencer jadi keikutan membeli bukan karena kebutuhan tapi karna ingin ikut-ikutan sama kaya taku ketinggalan trend sih ya. Itu sih yang mungkin bikin diri saya sesuatu yang tadinya tidak penting jadi terasa wajib dimiliki karena keikutan trand itu mungkin semua orang awal nya senang ya pas awal beli tapi setelah itu jadi kaya biasa aja gitu bahkan tidak kepike lagi.

Peneliti: Bagaimana pemahaman anda tentang Maqashid syariah serta peran nilai-nilai Islam dala mempengaruhi perilaku konsumsi, khususnya dalam menghadapi FoMO termasuk dampaknya terhadap pengelolaan keuangan serta Ketika pengambilan keputusankonsumsi, kondisi psikologis dan upaya penccegahannya?

Eliza Dwi: Kalau tentang Maqashid Syariah saya pernah mendengar sekilas gitu aja sih pas di organisasi. Nilai Islam mempengaruhi terutama soal kesederhanaan dan tidak berlebih-lebihan. Keuangan pernah waktu itu kehabisan tidak terkontrol jadi uang habis karena hal kecil tapi sering gitu. Pernah merasa stress juga gitu karena ngerasa hidup sendiri tidak secepat prosesnya orang lain. Menurut saya sih Maqashid Syariahitu membangun kesadaran bahwa kesadaran itu terkadang bukan hanya dari konsumsi saja atau pun kesenangan tapi dari hidup yang seimbang..

Peneliti: Bagaimana pandangan anda mengenai dampak FoMO terhadap perilaku konsumsi, kondisi keuangan, penggunaan media social, kehidupan social dan keagamaan, serta sejauh mana perilaku tersebut sesuai atau tidak sesuai dengan prinsip prinsip Maqashid Syariah?

Eliza Dwi: Sebenarnya dibilang terlalu berlebihan konsumsi akibat FoMO mungkin tidak ya tapi ini menurut aku pribadi terkadang berlebihan juga pernah,

terus untuk tabungan juga sedikit terpakailah ketika ada trend yang sedang booming ataupun ada produk-produk skincare yah yang baru keluar ataupun promo mungkin habis terpakai nya disitu. Kadang untuk sedikit mengurangi sosmed itu agak susah yah kita tidak megang smartphone sebentar aja itu kaya ada yang kurang. Untuk kecemasan sosial mungkin tidak terlalu banget sih. Terus untuk ibadah pernah merasa lupa sangking asik ya maen hp sampai ketunda untuk ibadah yang akhirnya tidak terlaksana. Ketidaksesuaian FoMO itu menurut aku ketika kita terlalu mengejar dunia yah pokoknya merasa kita tidak boleh merasa tertinggal atau harus selalu mengikuti trend yang ada saat itu yang bikin kita lupa mengatur diri kita.

Peneliti: Bagaimana upaya anda dalam mengendalikan perilaku konsumtif akibat FoMO, termasuk melalui pengendalian diri, pelaksanaan ibadah pengelola keuangan, nilai-nilai Maqashid syariah dalam membentuk gaya hidup yang seimbang serta dilingkungan kampus?

Eliza Dwi: Kalau aku tuh terkadang yah kaya tanya ke diri sendiri dulu gitu ini penting enggak yah untuk di beli. Ibadah pastinya sangat berpengaruh sekali walaupun terkadang aku masih suka berlebihan dalam konsumsi. Pencatatan itu enggak pernah sih yak arena mungkin pengeluaran aku juga enggak yang terlalu besar banget jadi kaya males untuk nyatet pengeluaran. Maqashid Syariahsangat membantu jelas dalam kehidupan kita. Benar kampus bisa dijadikan kita untuk menambah edukasi ya.

7. Sanda Refina, Mahasiswi Universitas Lampung

Peneliti: Bagaimana menurut anda terhadap FoMO, mulai dari pengaruh media social dan lingkungan pertemanan hingga dampak nya terhadap keputusan pembelian, apakah mengubah prioritas kebutuhan dan bagaimana perasaan setelah membeli karena FoMO?

Sanda Refina: Kalau menurut saya sendiri FoMO bukan hanya takut ketinggalan trend ya atau dengan orang mungkin bisa lebih dari itu, kaya contoh ya rasa cemas melihat teman atau orang lain terlihat lebih maju, lebih Bahagia atau lebih diakui secara sosial. Jadi FoMO itu banyak keterkaitan nya dengan kebutuhan validasi dan juga tekanan sosial yang muncul dari media sosial. Yang sering memicu FoMO itu pasti dari sosial media ya, saya sendiri Instagram itu sangat mempengaruhi karena disana orang cenderung menampilkan sisi terbaik hidupnya jarang banget sih orang yang nunjukin kesulitan nah itu yang terkadang ngebuat orang lain mudah merasa tertinggal. Mungkin pas awal awal kuliah itu sangat sering terpengaruh ya selalu membandingkan diri sendiri dengan teman kalau itu lebih ke fashion atau style kita melihat barang teman bagus atau sedang trend. Pernah kaya beli barang gitu karena bukan kebutuhan tapi ngikuti kemauan karena faktor teman teman juga jadi setelah beli barang berapa lama kemudian ada fikirian ternyata barang ni enggak terlalu dibutuhin banget. FoMO juga membuat prioritas kita jadi kacau karena atas dasar keinginan itu.

Peneliti: Bagaimana pemahaman anda tentang Maqashid syariah serta peran nilai-nilai Islam dalam mempengaruhi perilaku konsumsi, khususnya dalam menghadapi

FoMO termasuk dampaknya terhadap pengelolaan keuangan serta Ketika pengambilan keputusan konsumsi, kondisi psikologis dan upaya pencegahannya?

Sanda Refina: Pernah denger aja sih tentang Maqashid Syariahini sekilas gitu. Tentu saja pernah ya uang itu habis hanya untuk pengeluaran yang tidak direncanakan. Berdampak sih menurut ku kalau sering membandingkan gitu serasa hidup kurang bernilai gitu sangat bahaya sih kalau terjadi terus menerus. Mungkin kalau kita paham betul dengan Maqashid Syariahbisa menjadi dasar dari pengaruh yang kurang baik.

Peneliti: Bagaimana pandangan anda mengenai dampak FoMO terhadap perilaku konsumsi, kondisi keuangan, penggunaan media social, kehidupan social dan keagamaan, serta sejauh mana perilaku tersebut sesuai atau tidak sesuai dengan prinsip prinsip Maqashid Syariah?

Sanda Refina: Untuk berlebihan konsumsi akibat FoMO pernah ya itu biasanya pembelian yang tidak terlalu urgent. Tabungan pernah sih kepace tapi tidak pernah langsung habis gitu yak arena hanya ngikutin trend saja mungkin hanya di pakai beberapa saja. Kaya nya Sekarang jarang ya yang bisa lepas dari sosial media mungkin orang tua kita sekarang hiburan nya ya bermain media sosial itu tiktok, Instagram. Kecemasan sosial pernah si karena kaya takut dikira tidak berkembang gitu. Pernah tu kaya sibuk main sosmed atau liburan sampai lupa untuk ibadah. Ketidaksesuaian nya menurut aku sih ada di pemborosan atau pun lalai ya terkadang dalam ibadah itu sih menurut aku.

Peneliti: Bagaimana upaya anda dalam mengendalikan perilaku konsumtif akibat FoMO, termasuk melalui pengendalian diri, pelaksanaan ibadah pengelola

keuangan, nilai-nilai Maqashid syariah dalam membentuk gaya hidup yang seimbang serta dilingkungan kampus?

Sanda Refina: Yang menjadikan patokan sih biasanya diri sendiri ya pastinya. Ibadah membantu ya dalam hidup kita tentunya. Pencatatan keuangan mungkin lebih ke yang kebutuhan sendiri ya yang mungkin dicatat kalau kaya nongkrong jajan ataupun yang lain nya jarang sih. Jangan jadikan konsumsi itu sebagai tujuan untuk ajang ya apalagi sebagai mahasiswa itu terkadang ingin dilihat.

8. Reisa Aulia Putri, Mahasiswi Universitas Lampung

Peneliti: Bagaimana menurut anda terhadap FoMO, mulai dari pengaruh media social dan lingkungan pertemanan hingga dampak nya terhadap keputusan pembelian, apakah mengubah prioritas kebutuhan dan bagaimana perasaan setelah membeli karena FoMO?

Reisa Aulia Putri: FoMO itu mungkin sangat dirasakan banget ya apalagi aku sebagai mahasiswi rasa takut tertinggal atau kita tuh enggak ikut ke standar sosial yang ada di lingkungan sekitar kita, jadi bukan cuma takut ketinggalan informasi tapi juga takut kaya enggak di anggap tidak relevan. Ditambah media sosial sekarang tuh udah kaya wajib banget kita punya dampak nya pun lumayan sih berpengaruh aku sendiri sering gitu scroll-scrrol tiktok ya disitu algoritmanya kaya terus ngedorong kita ke trend yang baru jadi ada sesuatu nih yan harus kita ikuti. Selain medsos mungkin kita sering ngebandingin sama lingkungan sekitar. Pasti sih pernah ya membeli barang karena kaya takut dianggap ketinggalan gitu disitu lebih mentingin keinginan dari pada kebutuhan

Peneliti: Bagaimana pemahaman anda tentang Maqashid syariah serta peran nilai-nilai Islam dalam mempengaruhi perilaku konsumsi, khususnya dalam menghadapi FoMO termasuk dampaknya terhadap pengelolaan keuangan serta Ketika pengambilan keputusan konsumsi, kondisi psikologis dan upaya pencegahannya?

Reisa Aulia Putri: Tidak terlalu paham sih kalau aku untuk tentang Maqashid Syariah. Tapi nilai Islam sangat mempengaruhi terhadap kehidupan kita. Pernah dong pasti walaupun nominal yang dikeluarkan enggak langsung besar tapi itu kaya secara terus-terusan gitu. Perilaku konsumsi juga tidak rasional yah karena berdasarkan tekanan sosial itu sendiri. Kalau kita menanamkan rasa cukup dan tanggung jawab mungkin itu bisa ya buat antisipasi kebiasaan FoMO.

Peneliti: Bagaimana pandangan anda mengenai dampak FoMO terhadap perilaku konsumsi, kondisi keuangan, penggunaan media social, kehidupan social dan keagamaan, serta sejauh mana perilaku tersebut sesuai atau tidak sesuai dengan prinsip prinsip Maqashid Syariah?

Reisa Aulia Putri: Berlebihan pernah ya ketika barang yang layak masih ada di rumah, untuk tabungan mungkin belum ada sih tapi mungkin jajan bulanan kurang jadi pas abis minta lagi ke orang tua. Untuk sosmed bisa sedikit berkurang yang mungkin ketika lagi focus nugas atau sedang mau ujian dikampus ya. Memicu kecemasan mungkin kalau lihat teman dikampus akademik nya sangat bagus terus sangat aktif itu baru merasa kaya kok teman ku bisa seperti itu. Untuk ibadah sering apalagi waktu ashar itu ya kadang kita sibuk sampai lupa. Ketidaksesuaian FoMO itu mungkin dari membentuk budaya konsumsi yang melebihi batas ya kemudian bisa menimbulkan rasa yang tidak tenang atau pun cemas.

Peneliti: Bagaimana upaya anda dalam mengendalikan perilaku konsumtif akibat FoMO, termasuk melalui pengendalian diri, pelaksanaan ibadah pengelola keuangan, nilai-nilai Maqashid syariah dalam membentuk gaya hidup yang seimbang serta dilingkungan kampus?

Reisa Aulia Putri: Lebih membatasi ya apalagi disosmed akun sosial media yang sangat memicu perbandingan sosial. Ibadah jelas tidak boleh ditinggalkan agar diri kita tau Batasan pastinya. Untuk mengontrol pasti ada yak arena untuk mempertimbangkan apa yang mau dibeli. Harus merasa cukup yah dalam gaya hidup agar diri kita itu tidak selalu merasa kurang terus. Mungkin kampus bisa jadi wadah ya buat mahasiswa untuk menambah edukasi.

9. Mar'atus Sholihah, Mahasiswi Universitas Lampung

Peneliti: Bagaimana menurut anda terhadap FoMO, mulai dari pengaruh media social dan lingkungan pertemanan hingga dampak nya terhadap keputusan pembelian, apakah mengubah prioritas kebutuhan dan bagaimana perasaan setelah membeli karena FoMO?

Mar'atus Sholihah: Mungkin itu saya tidak terlalu memahami terus untuk nilai Islam itu sendiri kita membeli sesuatu harus ada manfaatnya bukan hanya untuk pencitraan atau trend. Untuk keuangan masih aman sih karena masih di handle orang tua juga ya. FoMO ini menurut pandanganku sih bentuk manipulasi sosial yang sekarang sangat umum terjadi, terus mempunyai dampak yang cukup terasa yah orang selalu merasa kurang saat satu trend diikuti muncul lagi trend baru jadi tidak pernah merasa selesai. Berarti kita harus berprinsip rasa cukup mengontrol diri dan tanggung jawab

Peneliti: Bagaimana pemahaman anda tentang Maqashid syariah serta peran nilai-nilai Islam dalam mempengaruhi perilaku konsumsi, khususnya dalam menghadapi FoMO termasuk dampaknya terhadap pengelolaan keuangan serta Ketika pengambilan keputusan konsumsi, kondisi psikologis dan upaya pencegahannya?

Mar'atus Sholihah: Saya tau mungkin hanya secara umum saja konsep maqashid Syariah, tujuan syariat nya untuk menjaga kemaslahatan hidup manusia itu pernah si saya pelajari nya ketika di pondok. Dengan saya tau penting nya menjaga 5 dimensi itu nilai agama sangat membantu menenangkan pikiran akan tetapi saya sendiri juga masih sering lalai ketika dihadapi keputusan berkonsumsi diambil berdasarkan emosi sesaat. Sedangkan Islam mengajarkan harta harus dikelola dengan baik dan bijak.

Peneliti: Bagaimana pandangan anda mengenai dampak FoMO terhadap perilaku konsumsi, kondisi keuangan, penggunaan media social, kehidupan social dan keagamaan, serta sejauh mana perilaku tersebut sesuai atau tidak sesuai dengan prinsip prinsip Maqashid Syariah?

Mar'atus Sholihah: Biasanya sih membeli barang atau yang sedang trend itu lupa ya apakah barang itu bisa jangka Panjang atau pun hanya sebatas menyenangkan sebentar. Tentunya ya kalau kita terlalu mengikuti trend yang ada pasti tabungan bisa kepakai. Media sosial sekarang mungkin tidak semua nya menggunakan untuk hal yang positif mungkin hanya untuk hiburan ketika merasa sudah cape seharian beraktivitas. Merasa cemas lebih kek pencapaian seseorang ya kalau trend-trend seperti itu mungkin tidak terlalu dipikirkan sih. Tentunya pernah apakagi kalau dikampus ya kadang kita bareng teman gitu jadi kadang

lupa. Ketidaksesuaian nya dari pandangan saya sendiri itu manusia jadi terkontrol oleh hawa nafsu yang mengakibatkan berlebihan dalam pengeluaran atau merusak ketenangan ya pastinya.

Peneliti: Bagaimana upaya anda dalam mengendalikan perilaku konsumtif akibat FoMO, termasuk melalui pengendalian diri, pelaksanaan ibadah pengelola keuangan, nilai-nilai Maqashid syariah dalam membentuk gaya hidup yang seimbang serta dilingkungan kampus?

Mar'atus Sholihah: Semakin kesini mungkin saya bisa ya lebih untuk menahan berkonsumsi ditambah dengan rajin beribadah bisa menyadarkan kita kalau kita hidup ini bukan untuk ajang berkompetensi. Untuk pembagian keuangan mungkin saya lebih memisahkan ya mana yang untuk kebutuhan sehari hari. Liburan atau jalan jalan Bersama teman. Maqashid lebih memberi Batasan ya mungkin menempatkan kebutuhan pada tempat nya.

10. Cepi Aditama, Mahasiswa UIN Raden Intan Lampung

Peneliti: Bagaimana menurut anda terhadap FoMO, mulai dari pengaruh media social dan lingkungan pertemanan hingga dampak nya terhadap keputusan pembelian, apakah mengubah prioritas kebutuhan dan bagaimana perasaan setelah membeli karena FoMO?

Cepi Aditama: Pandangan saya FoMO ini sangat berbahaya, mungkin bukan hanya takut tertinggal trend saja ya tetapi juga takut tertinggal pencapaian, relasi, bahkan gaya hidup orang lain. FoMO ini membuat standar kebahagiaan seseorang ditentukan oleh apa yang dilihat dari orang lain atau teman teman di kampus. Rasa takut tertinggal mungkin itu ada ya semisal saya hobi bola mungkin setiap bulan

itu ada keluaran sepatu dengan model baru kalau saya mengikuti keinginan untuk selalu beli keluaran terbaru yang saya suka tanpa lihat sepatu yang sudah kita gunakan itu masih bagus dan layak pakai itu sangat kurang tepat sih. Yang lebih menjadi perbandingan bagi saya sendiri mungkin kalau pencapaian teman kita lebih maju dari kita pasti muncul pertanyaan dalam diri kenapa saya belum sampai dititik itu. Padahal kan kalau dipikir setiap orang punya kondisi, proses, dan waktu yang berbeda. Alhamdulillah saya tidak terlalu yah untuk mengikuti trend yang sedang viral gitu jadi masih bisa menahan terkadang saya abaikan aja sih

Peneliti: Bagaimana pemahaman anda tentang Maqashid syariah serta peran nilai-nilai Islam dalam mempengaruhi perilaku konsumsi, khususnya dalam menghadapi FoMO termasuk dampaknya terhadap pengelolaan keuangan serta Ketika pengambilan keputusan konsumsi, kondisi psikologis dan upaya pencegahannya?

Cepi Aditama: Saya sedikit tahu tentang Maqashid Syariah menurut saya konsep ini sangat relevan untuk menjawab masalah gaya hidup konsumtif di zaman sekarang. Dalam Islam, harta itu Amanah ya, jadi harus pintar pintar kita menggunakan dan bertanggung jawab. Kalau untuk pengeluaran alhamdulillah saya masih bisa mengatur nya. Ya menurut saya FoMO ini membuat keputusan konsumsi tidak rasional. FoMO sendiri bisa menimbulkan stress, dan rasa malu yah. Maqashid Syariah bisa menjadi landasan penting untuk FoMO.

Peneliti: Bagaimana pandangan anda mengenai dampak FoMO terhadap perilaku konsumsi, kondisi keuangan, penggunaan media social, kehidupan social dan

keagamaan, serta sejauh mana perilaku tersebut sesuai atau tidak sesuai dengan prinsip prinsip Maqashid Syariah?

Cepi Aditama: Terkadang saya bisa menahan untuk tidak terlalu berlebihan karena banyak orang membeli sesuatu itu yang manfaat nya sama tapi tetap di konsumsi. Untuk tabungan itu tadi ya alhamdulillah aman karena tidak terlalu memntingkan trend-trend seperti itu. Sosial media sekarang lebih menjadi patokan ya sampai mana perkembangan yang ada diluar sana jadi sangat sulit untuk mengurangi. Untuk ibadah mungkin pernah lupa tapi kalau saya sendiri walaupun telat saya usahain harus tetap ibadah sih. Kecemasan yang memicu mungkin lebih ke takut tidak seimbang gitu ya sama teman teman dekat. Ketidaksesuaian pasti di pengeluaran ya atau pemborosan terus kecemasan dengan orang sekitar.

Peneliti: Bagaimana upaya anda dalam mengendalikan perilaku konsumtif akibat FoMO, termasuk melalui pengendalian diri, pelaksanaan ibadah pengelola keuangan, nilai-nilai Maqashid syariah dalam membentuk gaya hidup yang seimbang serta dilingkungan kampus?

Cepi Aditama: Sebenarnya saya masih bisa ya untuk menahan karena juga orang tua pasti akan selalu menanyakan kalau saya terlalu berlebihan dalam belanja ya. Mungkin semakin taat kita dalam beribadah itu membantu mengubah focus hidup kita. Berkonsumsi berlebihan mungkin itu hanya kesenangan sesaat ya dan tidak menjadikan ukuran harga diri seseorang. Kampus sendiri memberikan Pendidikan dan kesadaran kritis kepada mahasiswa.

Lampiran 4 Dokumentasi







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
 Jl. Let. Kol. H. Endro Suratmin Sukarama Telp. (0721) 780887 Bandar Lampung 35131

SURAT KETERANGAN

Nomor: B- 2372/ Un.16 / P1 /KT/VI/ 2026

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dr. Eni Amaliah, S.Ag., SS., M.Ag
 NIP : 197005121998032002
 Jabatan : Kepala UPT Perpustakaan UIN Raden Intan Lampung

Menerangkan Bahwa Tesis Dengan Judul:

**TINJAUAN MAQASHID SYARIAH TERHADAP DAMPAK SOSIAL EKONOMI GAYA
 HIDUP FEAR OF MISSING OUT PADA KALANGAN MUSLIM GEN Z
 (STUDI PADA MAHASISWA MUSLIM DI BANDAR LAMPUNG)**

Karya

NAMA	NPM	Fakultas/Prodi
MUHAMMAD RYAS FATIHA KESUMA	2460102013	PPs/ES

Bebas plagiasi sesuai dengan hasil pemeriksaan tingkat kemiripan sebesar 24% dan dinyatakan **lulus** dengan bukti terlampir.

Demikian Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Bandar Lampung, 11 Juni 2026

Kepala UPT Perpustakaan



Ket:

1. Surat Keterangan Cek Turnitin ini Legal & Sah, dengan Stempel Asli Pusat Perpustakaan.
2. Surat Keterangan ini Dapat Digunakan Untuk Repository
3. Lampirkan Surat Keterangan Lulus Turnitin & Rincian Hasil Cek Turnitin ini di Bagian Lampiran Skripsi Untuk Salah Satu Syarat Penyebaran di Pusat Perpustakaan



Perpustakaan uinril

MUHAMMAD RYAS FATIHA KESUMA

PPS UIN RIL 2026

Document Details

Submission ID
trn:oid::3618:142532755

Submission Date
11 Jun 2026, 09:38 GMT+7

Download Date
11 Jun 2026, 09:57 GMT+7

File Name
MUHAMMAD RYAS FATIHA KESUMA.docx

File Size
329.2 KB

83 Pages
17,180 Words
114,181 Characters



24% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Small Matches (less than 8 words)

Exclusions

- 4 Excluded Sources

Top Sources

- 20%  Internet sources
- 11%  Publications
- 17%  Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.



Top Sources

20% Internet sources
 11% Publications
 17% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	jurnal.uinsyahada.ac.id	2%
2	Internet	community.pdtii.org	1%
3	Internet	repository.radenintan.ac.id	<1%
4	Internet	core.ac.uk	<1%
5	Internet	e-journal.metrouniv.ac.id	<1%
6	Internet	digilib.uin-suka.ac.id	<1%
7	Internet	journalcenter.org	<1%
8	Internet	gorontaloab.bps.go.id	<1%
9	Internet	etheses.uin-malang.ac.id	<1%
10	Internet	repository.uin-suska.ac.id	<1%
11	Internet	repository.uinpalopo.ac.id	<1%





Letter of Acceptance

22 April 2026
Reference ID: 5.1.18/Community/2026

Dear Author(s) :

Muhammad Ryas Fatiha Kesuma, Syamsul Hilal, Fatih Fuadi

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia;
E-mail: ryasmuhammad99@gmail.com; syamsulhilal@radenintan.ac.id; fatihfuadi@radenintan.ac.id

This is my pleasure to inform that the article entitled **"THE IMPACT OF FEAR OF MISSING OUT (FOMO) ON THE SOCIO-ECONOMIC WELFARE OF GEN Z FROM THE PERSPECTIVE OF MAQASHID SYARIAH"** has been accepted for publication in the upcoming issue vol. 5, no. 1 (April 2026) in the **Community: Jurnal Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat**, ISSN: 2964-5557.

Thank you for submitting your work to this journal. We hope you submit your articles in future.

Best Regards
J. Rusydi

Assoc. Editor in Chief



Login <https://community.pdtii.org/>
Username : ryasmuhammad
Pasword : journal2025



Kontak WA : 082316484975