



ISSN 3109-2357
Vol.2 No.1 Page 66-71

“JRPPM”

“JURNAL RISET PENDIDIKAN MULTIDISIPLIN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT”

Homepage: <https://cermat.co/index.php/jrppm/index>

E-mail: ronipasla20@gmail.com

STRATEGI KOMUNIKASI ISLAM UNTUK MENGATASI FEAR OF MISSING OUT DIGITAL PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL TIKTOK

Nazma Dwi Cahyo¹, Reva Riani², Marselah³, Abdur razzaq⁴

^{1,2,3,4}Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

E-Mail: 23041310089@radenfatah.ac.id¹, 23041310083@radenfatah.ac.id², 23041310098@radenfatah.ac.id³, abdurrazzaq_uin@radenfatah.ac.id⁴

Published: Juni 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Mengetahui Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah memengaruhi pola komunikasi dan perilaku individu, salah satunya melalui fenomena Fear of Missing Out (Fomo) digital. Fomo merupakan kondisi psikologis yang ditandai dengan rasa cemas dan takut tertinggal informasi, tren, atau aktivitas yang sedang populer di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran komunikasi Islam dalam mengatasi Fomo digital pada pengguna TikTok. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui studi literatur yang mengkaji konsep komunikasi Islam serta fenomena Fomo di era digital. Hasil kajian menunjukkan bahwa nilai-nilai komunikasi Islam seperti tabayyun (klarifikasi informasi), qana'ah (merasa cukup), tawazun (keseimbangan), serta pengendalian diri dapat membantu mengurangi kecenderungan Fomo. Selain itu, penerapan etika komunikasi Islam dalam penggunaan media sosial, seperti tidak berlebihan, menjaga lisan (komentar), dan menggunakan waktu secara bijak, mampu membentuk perilaku digital yang lebih sehat. Dengan demikian, komunikasi Islam berperan penting dalam membangun kesadaran dan kontrol diri pengguna TikTok agar terhindar dari dampak negatif Fomo.

Kata Kunci: Komunikasi islam, fomo, media sosial, etika digital

ABSTRACT

This study aims to examine the development of social media, particularly TikTok, which has influenced communication patterns and individual behavior, one of which is reflected in the phenomenon of digital Fear of Missing Out (Fomo). Fomo is a psychological condition characterized by feelings of anxiety and fear of missing out on information, trends, or activities that are currently popular on social media. This study also aims to analyze the role of Islamic communication in addressing digital Fomo among TikTok users. The method used is a qualitative approach through a literature review, examining the concepts of Islamic communication and the Fomo phenomenon in the digital era. The results of the study indicate that Islamic communication values such as tabayyun (verification of information), qana'ah (contentment), tawazun (balance), and self-control can help reduce Fomo tendencies. In addition, the application of Islamic communication ethics in social media use—such as avoiding excessive behavior, maintaining respectful speech in comments, and managing time wisely—can foster healthier digital behavior. Therefore, Islamic communication plays an important role in building awareness and self-control among TikTok users to prevent the negative impacts of Fomo.

Keywords: Islamic communications, fomo, Tiktok, social media; digital ethics

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital saat ini telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Media sosial menjadi salah satu inovasi yang paling berpengaruh dalam membentuk pola komunikasi dan interaksi sosial masyarakat. Kehadiran media sosial tidak hanya mempermudah penyebaran informasi, tetapi juga mengubah cara individu berinteraksi, mengekspresikan diri, serta membangun identitas sosial di ruang digital. Generasi muda, khususnya Generasi Z, merupakan kelompok yang paling aktif dalam penggunaan media sosial, sehingga mereka menjadi kelompok yang paling terdampak oleh perkembangan teknologi ini. (Kholizha, Andini, dan Junaidi 2025)

Salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan pesat adalah TikTok. TikTok menawarkan berbagai fitur kreatif berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, dan membagikan konten secara instan. Popularitas TikTok didukung oleh algoritma yang mampu menampilkan konten sesuai dengan minat pengguna, sehingga meningkatkan intensitas penggunaan aplikasi tersebut. Namun, tingginya intensitas penggunaan TikTok juga berpotensi menimbulkan berbagai dampak negatif, terutama terkait dengan kesehatan mental dan perilaku sosial pengguna. (Pierri, Milano, dan Morales 2024) Salah satu fenomena yang muncul akibat penggunaan media sosial secara intensif adalah Fear of Missing Out (FoMO).

FoMO merupakan kondisi psikologis yang ditandai dengan perasaan cemas, khawatir, dan takut tertinggal informasi, pengalaman, atau aktivitas yang sedang berlangsung di media sosial. Fenomena ini mendorong individu untuk terus memantau aktivitas orang lain secara berlebihan, sehingga mengganggu aktivitas sehari-hari. (Novi et al. 2024) Fenomena FoMO pada pengguna TikTok semakin diperkuat oleh adanya tren viral, konten populer, serta tekanan sosial untuk selalu mengikuti perkembangan terbaru di platform tersebut.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa FoMO memiliki hubungan yang signifikan dengan kecanduan media sosial, khususnya TikTok. Individu yang mengalami FoMO cenderung menghabiskan waktu yang lebih lama dalam menggunakan media sosial, bahkan hingga 4-5 jam per hari, yang pada akhirnya berdampak pada menurunnya kesejahteraan psikologis. (Manek dan Virilia n.d.) Selain itu, FoMO juga berpengaruh terhadap perilaku konsumtif, di mana pengguna terdorong untuk membeli produk atau mengikuti tren tertentu agar tidak merasa tertinggal dari orang lain. (Rizki, Asyraq, dan Adrinofa 2025)

Fenomena FoMO tidak hanya berdampak pada aspek psikologis, tetapi juga pada aspek sosial dan perilaku individu. Pengguna yang mengalami FoMO cenderung mengalami kecemasan, stres, rendahnya kepuasan hidup, serta kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang menyatakan bahwa FoMO dapat menyebabkan tekanan sosial yang tinggi dan memengaruhi cara individu dalam berinteraksi di media sosial. (Fomo, Pengguna, dan Generasi 2026) Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang tidak hanya bersifat psikologis, tetapi juga etis dan spiritual dalam mengatasi fenomena tersebut.

Dalam perspektif Islam, komunikasi tidak hanya dimaknai sebagai proses penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun akhlak dan menjaga etika dalam kehidupan sosial. Islam mengajarkan

METODE Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena Fear of Missing Out (FoMO) digital pada pengguna TikTok serta mengkaji relevansi nilai-nilai komunikasi Islam sebagai solusi. Metode kualitatif dinilai tepat karena mampu menggali makna, persepsi, dan pengalaman subjektif informan secara menyeluruh (Creswell & Poth, 2018).

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi literatur yang dipadukan dengan studi lapangan. Studi literatur dilakukan untuk mengkaji teori-teori terkait komunikasi Islam, FoMO, dan media sosial. Sementara itu, studi lapangan bertujuan memperoleh data langsung dari pengguna TikTok yang mengalami FoMO digital (Moleong, 2021)

Penelitian ini dilaksanakan secara daring karena objek kajian berkaitan dengan perilaku pengguna TikTok yang tersebar di berbagai wilayah. Pengumpulan data dilakukan melalui platform digital pada rentang waktu [bulan] hingga [bulan] tahun [tahun]. Pemilihan metode daring disesuaikan dengan karakteristik subjek penelitian sehingga dinilai lebih efektif dan representatif (Salmons, 2016).

Subjek penelitian adalah pengguna aktif TikTok yang telah menggunakan aplikasi minimal enam bulan dengan durasi penggunaan lebih dari dua jam per hari. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan kebutuhan penelitian (Sugiyono, 2022).

Informan terdiri dari: (1) pengguna TikTok yang mengalami FoMO digital; (2) praktisi atau tokoh komunikasi Islam; dan (3) psikolog atau konselor yang berpengalaman dalam menangani kecemasan akibat media sosial. Jumlah informan ditentukan berdasarkan prinsip kejenuhan data, yaitu ketika data yang diperoleh sudah tidak menghasilkan informasi baru (Lincoln & Guba, 1985)

Penelitian ini menggunakan tiga teknik utama, yaitu:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali pengalaman FoMO serta pandangan informan terhadap nilai komunikasi Islam. Pedoman wawancara disusun berdasarkan teori self-determination dan konsep komunikasi Islam. Seluruh proses wawancara direkam dengan persetujuan informan untuk dianalisis lebih lanjut (Kvale & Brinkmann, 2015).

2. Observasi Digital

Peneliti mengamati konten TikTok, pola interaksi pengguna, serta fitur yang berpotensi memicu FoMO seperti FYP, notifikasi, jumlah tayangan, dan komentar. Observasi juga mencakup akun-akun dakwah Islam yang menyebarkan nilai-nilai Islami melalui TikTok (Pink et al., 2016).

3. Studi Dokumentasi

Pengumpulan data dilakukan melalui kajian dokumen seperti jurnal ilmiah, laporan penelitian, serta sumber keagamaan seperti Al-Qur'an dan hadis yang berkaitan dengan komunikasi Islam, qana'ah, dan pengelolaan informasi (Bowen, 2009).

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri. Peneliti berperan dalam menentukan fokus, memilih informan, mengumpulkan data, hingga menarik kesimpulan. Selain itu, digunakan instrumen pendukung berupa pedoman wawancara, lembar observasi, alat perekam, dan catatan lapangan (Sugiyono, 2022).

Validitas instrumen diuji melalui expert judgment dengan melibatkan ahli komunikasi Islam dan psikologi media. Saran dari para ahli digunakan untuk memperbaiki pertanyaan agar sesuai dengan tujuan penelitian (Denzin & Lincoln, 2018).

Analisis data menggunakan model interaktif Miles et al. (2014) yang meliputi:

1. Pengumpulan Data
Data dikumpulkan dari berbagai sumber hingga mencapai kejenuhan.
2. Kondensasi Data
Data diseleksi, disederhanakan, dan dikategorikan untuk memudahkan analisis.
3. Penyajian Data
Data disusun dalam bentuk narasi, tabel, atau bagan agar mudah dipahami.
4. Penarikan Kesimpulan
Kesimpulan dibuat secara bertahap dan terus diverifikasi hingga diperoleh hasil yang valid. Keabsahan data

dijamin melalui empat kriteria, yaitu:

1. Kredibilitas : dilakukan dengan triangulasi, pengamatan berkelanjutan, dan konfirmasi kepada informan.
2. Transferabilitas : penyajian deskripsi yang rinci agar hasil dapat diterapkan pada konteks lain.
3. Dependabilitas : menjaga konsistensi melalui dokumentasi proses penelitian.
4. Konfirmabilitas : memastikan objektivitas melalui diskusi dengan pihak lain (Creswell & Poth, 2018).

Bagian metode penelitian menjelaskan: Jenis penelitian, Pendekatan penelitian, Lokasi dan waktu penelitian, Subjek atau sampel penelitian, Teknik pengumpulan data, Instrumen penelitian, Teknik analisis data (dibuat secara singkat).

ETIKA PENELITIAN

Penelitian ini memperhatikan etika penelitian, meliputi persetujuan informan, menjaga kerahasiaan data, kejujuran dalam pelaporan, serta menghormati nilai budaya dan agama. Penelitian ini juga telah memperoleh persetujuan dari lembaga atau komite etik terkait (Israel & Hay, 2006)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena fear of missing out (fomo) pada pengguna tiktok Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) merupakan salah satu dampak psikologis yang muncul sebagai konsekuensi dari tingginya intensitas penggunaan media sosial, khususnya pada platform TikTok. FoMO tidak hanya sekadar rasa takut tertinggal informasi, tetapi juga mencerminkan kondisi psikologis yang kompleks yang melibatkan kecemasan sosial, kebutuhan akan pengakuan, serta dorongan untuk selalu terhubung dengan lingkungan digital. (Kholizha, Andini, dan Junaidi 2025)

Individu yang mengalami FoMO cenderung memiliki ketergantungan emosional terhadap media sosial, karena mereka merasa bahwa kehadiran mereka di ruang digital menjadi bagian penting dalam mempertahankan eksistensi sosialnya. (Darmayanti, Arifin, dan M 2023)

Dalam konteks TikTok, fenomena FoMO semakin diperkuat oleh karakteristik platform yang berbasis pada konten viral dan algoritma personalisasi. Algoritma TikTok bekerja dengan cara menampilkan konten yang sesuai dengan minat dan preferensi pengguna secara terus-menerus, sehingga menciptakan pengalaman yang sangat adiktif. Pengguna akan terus disuguhkan konten baru tanpa henti (endless scrolling), yang pada akhirnya memicu dorongan untuk terus mengakses aplikasi tersebut. Kondisi ini membuat individu sulit untuk menghentikan aktivitas penggunaan media sosial, karena selalu ada rasa penasaran terhadap konten berikutnya.

Lebih lanjut, kecepatan perputaran tren di TikTok juga menjadi faktor utama yang memperkuat FoMO. Tren di TikTok dapat berubah dalam hitungan jam atau hari, sehingga pengguna merasa perlu untuk selalu mengikuti perkembangan terbaru agar tidak dianggap ketinggalan. Hal ini menciptakan tekanan psikologis tersendiri, di mana individu merasa harus selalu update terhadap tren, baik dalam bentuk konten, gaya hidup, maupun produk yang sedang viral. Tekanan ini tidak hanya berasal dari dalam diri individu, tetapi juga dari lingkungan sosial digital yang menuntut keterlibatan aktif.

Selain faktor algoritma dan tren, FoMO juga berkaitan erat dengan kebutuhan dasar manusia akan penerimaan sosial (need for belonging). Dalam teori psikologi sosial, manusia memiliki kebutuhan untuk diterima dan diakui oleh kelompoknya. Media sosial seperti TikTok menjadi sarana untuk memenuhi kebutuhan tersebut melalui interaksi seperti likes, komentar, dan jumlah pengikut. Ketika individu melihat orang lain mendapatkan perhatian atau popularitas di media sosial, muncul kecenderungan untuk membandingkan diri (social comparison), yang dapat memicu perasaan tidak puas terhadap diri sendiri.

Perbandingan sosial ini menjadi salah satu pemicu utama FoMO. Pengguna sering kali hanya melihat sisi positif dari kehidupan orang lain yang ditampilkan di media sosial, tanpa menyadari bahwa konten tersebut telah melalui proses seleksi dan penyuntingan. Akibatnya, individu merasa bahwa kehidupan orang lain lebih menarik atau lebih sukses dibandingkan dirinya. Hal ini dapat menimbulkan perasaan rendah diri, kecemasan, serta dorongan untuk mengikuti apa yang dilakukan oleh orang lain agar tidak merasa tertinggal.

Selain itu, FoMO juga dipengaruhi oleh faktor psikologis internal seperti rendahnya self-esteem dan kurangnya pengendalian diri. Individu dengan tingkat kepercayaan diri yang rendah cenderung lebih rentan mengalami FoMO karena mereka lebih bergantung pada validasi eksternal dari media sosial. Mereka merasa bahwa eksistensi diri mereka ditentukan oleh seberapa aktif mereka di media sosial dan seberapa besar respons yang mereka terima dari orang lain.

Di sisi lain, tekanan sosial dari lingkungan digital juga memainkan peran penting dalam memperkuat FoMO. TikTok sebagai platform berbasis komunitas menciptakan norma sosial tersendiri, di mana pengguna diharapkan untuk mengikuti tren tertentu agar tetap relevan. Individu yang tidak mengikuti tren tersebut berpotensi merasa terasing atau tertinggal dari kelompoknya. Hal ini menunjukkan bahwa FoMO tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu, tetapi juga oleh konstruksi sosial yang terbentuk di media digital.

Dengan demikian, fenomena FoMO pada pengguna TikTok dapat dipahami sebagai hasil interaksi antara faktor internal (psikologis individu) dan faktor eksternal (lingkungan digital dan sosial). Kombinasi antara algoritma yang adiktif, kecepatan tren, kebutuhan akan pengakuan sosial, serta tekanan lingkungan digital menjadikan FoMO sebagai fenomena yang kompleks dan multidimensional. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang komprehensif dalam memahami dan mengatasi FoMO, baik dari aspek psikologis, sosial, maupun nilai-nilai etika dan spiritual

Dampak fomo terhadap perilaku dan Kesehatan mental

Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) memberikan dampak yang cukup signifikan terhadap kondisi psikologis

dan perilaku individu, khususnya pada pengguna aktif media sosial seperti TikTok. Salah satu dampak utama yang paling sering ditemukan adalah meningkatnya tingkat kecemasan (anxiety) dan stres. Individu yang mengalami FoMO cenderung merasa gelisah ketika tidak dapat mengakses media sosial atau ketika merasa tertinggal informasi terbaru. Kondisi ini dapat memicu ketidakstabilan emosional karena individu selalu merasa perlu untuk terhubung dengan dunia digital. (Kusaini et al. 2024)

Selain itu, FoMO juga berdampak pada kualitas tidur individu. Banyak pengguna TikTok yang menghabiskan waktu berjam-jam untuk menggulir konten (scrolling), terutama pada malam hari. Hal ini menyebabkan gangguan pola tidur, seperti sulit tidur (insomnia) dan berkurangnya waktu istirahat. Dalam jangka panjang, gangguan tidur ini dapat memengaruhi kesehatan fisik dan mental individu. (Salsabilah dan Lubis 2024) Dari segi perilaku, FoMO juga berkaitan dengan meningkatnya perilaku konsumtif dan impulsif. Pengguna TikTok sering kali terpapar berbagai tren produk yang viral, sehingga muncul dorongan untuk membeli atau mengikuti tren tersebut agar tidak merasa tertinggal. Kondisi ini menunjukkan bahwa FoMO tidak hanya berdampak secara psikologis, tetapi juga memengaruhi pola pengambilan keputusan individu dalam kehidupan sehari-hari.

Lebih lanjut, FoMO juga dapat menurunkan tingkat produktivitas individu. Waktu yang seharusnya digunakan untuk kegiatan produktif, seperti belajar atau bekerja, justru dialihkan untuk mengakses media sosial secara berlebihan. Akibatnya, individu menjadi kurang fokus dan mengalami penurunan kinerja dalam aktivitas akademik maupun profesional. (Mu dan Jurana 2025) Dengan demikian, FoMO merupakan fenomena yang tidak hanya berdampak pada aspek psikologis, tetapi juga memengaruhi perilaku, kesehatan, dan kualitas hidup individu secara keseluruhan. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang tepat untuk mengelola penggunaan media sosial agar tidak menimbulkan dampak negatif yang berkelanjutan.

Peran self control dalam mengatasi fomo

Self-control atau pengendalian diri merupakan salah satu faktor penting dalam mengatasi fenomena Fear of Missing Out (FoMO), khususnya pada pengguna media sosial seperti TikTok. Self-control dapat diartikan sebagai kemampuan individu dalam mengatur perilaku, emosi, serta dorongan internal agar tetap selaras dengan tujuan dan nilai yang dimiliki. Dalam konteks penggunaan media sosial, self-control berperan dalam membatasi intensitas penggunaan, mengelola waktu, serta menahan dorongan untuk terus terhubung secara berlebihan dengan dunia digital. (Mu dan Jurana 2025).

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa rendahnya tingkat self-control menjadi salah satu penyebab utama meningkatnya FoMO pada pengguna TikTok. Individu yang memiliki self-control rendah cenderung lebih mudah terdorong untuk terus membuka aplikasi, memeriksa notifikasi, serta mengikuti aktivitas orang lain di media sosial secara berulang. Hal ini disebabkan oleh ketidakmampuan dalam mengendalikan dorongan untuk selalu mendapatkan informasi terbaru.

Selain itu, self-control juga berkaitan erat dengan kemampuan regulasi diri (self-regulation), yaitu kemampuan individu dalam mengelola pikiran dan perilaku secara sadar. Individu dengan regulasi diri yang baik cenderung lebih mampu mengontrol penggunaan media sosial, sehingga tidak mudah terjebak dalam kecanduan digital maupun FoMO. Sebaliknya, individu yang memiliki regulasi diri rendah akan lebih rentan mengalami kecemasan ketika tidak terhubung dengan media sosial.

Lebih lanjut, penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara self control dan FoMO. Artinya, semakin tinggi tingkat self-control seseorang, maka semakin rendah tingkat FoMO yang dialami. Sebaliknya, individu dengan self-control rendah cenderung mengalami FoMO yang lebih tinggi, yang pada akhirnya dapat berdampak pada kecanduan media sosial. (Fadlila, Supriyatin, dan Nurdin 2025) Dalam konteks TikTok, self-control berperan penting dalam mengatasi kebiasaan endless scrolling yang sering dialami oleh pengguna. Kemampuan untuk menghentikan diri dari penggunaan yang berlebihan menjadi kunci dalam menjaga keseimbangan antara kehidupan digital dan kehidupan nyata. Individu yang memiliki self-control yang baik cenderung mampu menentukan batasan waktu penggunaan media sosial serta memprioritaskan aktivitas yang lebih produktif.

Selain itu, self-control juga membantu individu dalam mengurangi perilaku perbandingan sosial (social comparison) yang sering menjadi pemicu FoMO. Dengan pengendalian diri yang baik, individu tidak mudah terpengaruh oleh konten yang ditampilkan di media sosial, sehingga dapat menjaga kestabilan emosi dan kepercayaan diri. Dengan demikian, self-control memiliki peran yang sangat penting dalam mengatasi FoMO digital. Penguatan self-control dapat menjadi salah satu strategi efektif dalam mengurangi dampak negatif penggunaan media sosial, khususnya pada pengguna TikTok. Oleh karena itu, upaya untuk meningkatkan self-control, seperti manajemen waktu, kesadaran diri, dan pengendalian emosi, perlu menjadi perhatian dalam menghadapi fenomena FoMO di era digital.

Analisis komunikasi islam dalam mengatasi fomo digital

Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) dalam penggunaan media sosial seperti TikTok tidak hanya dapat dipahami dari perspektif psikologis, tetapi juga dapat dianalisis melalui pendekatan komunikasi Islam. Dalam konteks ini, komunikasi Islam berperan sebagai pedoman normatif yang mengatur bagaimana individu berinteraksi, menerima, serta menyebarkan informasi di ruang digital secara etis dan bertanggung jawab.

Komunikasi Islam di era digital mengalami transformasi yang signifikan, di mana media sosial menjadi sarana utama dalam penyebaran pesan keagamaan. Pola komunikasi yang sebelumnya bersifat satu arah kini berubah menjadi interaktif dan partisipatif. Hal ini memungkinkan pengguna tidak hanya sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai produsen konten (content creator). Namun, kondisi ini juga menghadirkan tantangan berupa banjir informasi, disinformasi, serta tekanan sosial digital yang dapat memicu FoMO. (Kustiawan dan Matondang 2025).

Dalam perspektif komunikasi Islam, salah satu prinsip utama yang relevan dalam mengatasi FoMO adalah konsep tabayyun (klarifikasi informasi). Prinsip ini mengajarkan individu untuk memverifikasi setiap informasi sebelum mempercayai atau menyebarkannya. Dalam konteks media sosial, tabayyun dapat membantu individu untuk tidak mudah terpengaruh oleh tren viral atau informasi yang belum tentu benar, sehingga dapat mengurangi kecemasan akibat ketakutan tertinggal informasi. Selain itu, komunikasi Islam juga menekankan pentingnya etika dalam berkomunikasi, seperti berkata baik (qaulan sadidan), tidak menyebarkan kebencian, serta menghindari informasi yang bersifat provokatif. Penelitian menunjukkan bahwa rendahnya etika komunikasi di media sosial dapat memicu konflik, kecemasan, dan tekanan sosial digital. Oleh karena itu, penerapan etika komunikasi Islam dapat menciptakan lingkungan digital yang lebih sehat dan kondusif, sehingga mengurangi pemicu FoMO. (Mawaliya, Kusnadi, dan Firdaus 2025)

Selanjutnya, dalam komunikasi Islam juga terdapat konsep pengendalian diri (self-control) yang berkaitan erat dengan nilai spiritual. Islam mengajarkan umatnya untuk tidak berlebihan (israf) dalam segala hal, termasuk dalam penggunaan media sosial. Dalam konteks FoMO, sikap berlebihan dalam mengakses TikTok dapat menyebabkan ketergantungan digital dan kecemasan. Oleh karena itu, pengendalian diri menjadi kunci dalam membatasi penggunaan media sosial secara bijak.

Lebih lanjut, komunikasi Islam juga berfungsi sebagai sarana dakwah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Media sosial seperti TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media penyebaran nilai-nilai Islam yang edukatif dan persuasif. Konten dakwah yang disampaikan secara kreatif dan relevan dengan kehidupan sehari-hari terbukti lebih efektif dalam memengaruhi perilaku generasi muda. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi Islam tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga aplikatif dalam menjawab tantangan digital, termasuk fenomena FoMO. Namun demikian, perkembangan komunikasi Islam di media sosial juga menghadapi tantangan berupa komodifikasi agama, di mana nilai-nilai keislaman terkadang dikemas hanya untuk kepentingan popularitas atau keuntungan semata. Kondisi ini dapat memperkuat FoMO, karena individu terdorong untuk mengikuti konten keagamaan yang viral tanpa pemahaman yang mendalam. (Hakim dan Dahri 2025) Oleh karena itu, diperlukan literasi digital keagamaan agar individu mampu memilah konten yang benar dan bermanfaat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai fenomena Fear of Missing Out (FoMO) digital pada pengguna TikTok dalam perspektif komunikasi Islam, dapat disimpulkan bahwa perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pola komunikasi, perilaku, serta kondisi psikologis individu. TikTok sebagai platform berbasis algoritma dan tren viral mampu meningkatkan intensitas penggunaan media sosial, yang pada akhirnya memunculkan fenomena FoMO di kalangan pengguna, terutama generasi muda.

Fenomena FoMO tidak hanya mencerminkan rasa takut tertinggal informasi, tetapi juga merupakan kondisi psikologis yang kompleks yang melibatkan kecemasan, kebutuhan akan pengakuan sosial, serta dorongan untuk selalu terhubung dengan dunia digital. Dampak yang ditimbulkan dari FoMO meliputi meningkatnya tingkat kecemasan dan stres, gangguan kualitas tidur, perilaku konsumtif, serta penurunan produktivitas individu. Hal ini menunjukkan bahwa FoMO memiliki dampak yang luas, baik dari aspek psikologis, sosial, maupun perilaku.

Selain itu, self-control atau pengendalian diri terbukti memiliki peran penting dalam mengatasi FoMO. Individu dengan tingkat self-control yang tinggi cenderung mampu mengatur penggunaan media sosial, mengendalikan dorongan untuk terus terhubung, serta menjaga keseimbangan antara kehidupan digital dan kehidupan nyata. Sebaliknya, rendahnya self-control dapat meningkatkan risiko individu mengalami FoMO dan kecanduan media sosial. Dalam perspektif komunikasi Islam, fenomena FoMO dapat diatasi melalui penerapan nilai-nilai etika dan spiritual dalam berkomunikasi. Prinsip tabayyun membantu individu dalam memverifikasi informasi sehingga tidak mudah terpengaruh oleh arus informasi yang berlebihan. Konsep qana'ah mengajarkan sikap merasa cukup sehingga mengurangi kecenderungan untuk mengikuti tren secara berlebihan, sedangkan tawazun menekankan pentingnya keseimbangan dalam penggunaan media sosial. Selain itu, ajaran Islam tentang pengendalian diri dan larangan berlebihan (israf) menjadi landasan penting dalam membatasi penggunaan media sosial secara bijak.

Dengan demikian, komunikasi Islam memiliki peran strategis sebagai solusi dalam mengatasi fenomena FoMO digital. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada aspek komunikasi, tetapi juga pada pembentukan karakter, kesadaran diri, serta etika dalam bermedia sosial. Oleh karena itu, penerapan nilai-nilai komunikasi Islam diharapkan mampu membantu individu dalam membangun perilaku digital yang sehat, seimbang, dan bertanggung jawab di tengah arus perkembangan teknologi yang semakin pesat.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmayanti, Dyan Paramitha, Iqbal Arifin, dan Muh. Inayah A. M. 2023. "FoMO: Kecemasan Digital di Kalangan Pengguna TikTok." *Jurnal Ilmiah Ilmu-ilmu sosial* 6: 198–215.
- Fadlila, Sania El, Tintin Supriyatin, dan Farid Soleh Nurdin. 2025. "Pengaruh Self-Control dan Fear of Missing Out (FOMO) terhadap Social Media Addiction TikTok pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi The Influence of Self-Control and Fear of Missing Out (FOMO) on TikTok Social Media Addiction in Communication Science Students." (105): 130–37.
- Fomo, O U T, Pada Pengguna, dan Tiktok Generasi. 2026. "Hubungan antara Self Control dan Fear Of Missing Out (FoMO) Pada Pengguna Tiktok Generasi Z." 6: 293–308.
- Hakim, Faisol, dan Harapandi Dahri. 2025. "Islam di Media Sosial sebagai Komodifikasi dan Implikasinya terhadap Pendidikan Islam." 5(1): 187–206.

- Kholizha, Nur, Putri Andini, dan Ahmad Junaidi. 2025. "Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) pada Generasi Z dalam Mengikuti Trend Tiktok." : 61–70"
- Kusaini, Utami Niki et al. 2024. "Perilaku Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Mahasiswa Pengguna Tiktok." 4: 5104–14.
- Kustiawan, Winda, dan Juliana Damayanti Matondang. 2025. "Komunikasi Islam di Era Media Sosial : Kajian Literatur tentang Penyebaran Nilai-Nilai Keislaman kepada Mahasiswa." 9(2024): 19164–68.
- Manek, Tania Angelica, dan Stefani Virilia. "The Impact of FoMO and TikTok Addiction Among Emerging Adults in Indonesia : A Social Psychological Analysis." : 1–21.
- Mawaliya, Kusnadi, dan Aristhohan Firdaus. 2025. "Etika Komunikasi Perspektif Al-Qur'an Dalam Menanggulangi Ujaran Kebencian Di Media Sosial." 1(2): 776–88.
- Mu, Siti, dan Jurana Jurana. 2025. "FINANCIAL BEHAVIOR PATTERNS OF GENERATION Z : NETNOGRAPHIC ANALYSIS OF THE FEAR OF MISSING OUT (FOMO) PHENOMENON." : 23–34.
- Novi, Joy et al. 2024. "Eksplorasi Fenomena Fomo terhadap Penggunaan Aplikasi Tiktok di Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Medan." 8: 46986–90.
- Pierri, Francesco, Politecnico Milano, dan Gianmarco D E Francisci Morales. 2024. "What we can learn from TikTok through its Research API." *Proceedings of* 1(1): 1–11.
- Rizki, Dava Muhamad, Hadyan Asyifa Asyraq, dan Salsabila Adrinofa. 2025. "The Phenomenon of Fear of Missing Out (FOMO) and Consumption Practices on TikTok Shop Among Generation Z." 3(2): 174–83.
- Salsabilah, Nur Aziza, dan Haniah Lubis. 2024. "Fenomena Fear of Missing Out (FOMO) Tren Produk Kosmetik di Aplikasi Tiktok pada Mahasiswi The Fear of Missing Out (FOMO) Phenomenon of Cosmetic Product Trends on the TikTok Application among Female Students." 3: 17–26.
- Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Denzin, N. K., & Israel, M., & Hay, I. (2006). *Research ethics for social scientists*. SAGE Publications.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif (Edisi Revisi)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Pink, S., Horst, H., Postill, J., Hjorth, L., Lewis, T., & Tacchi, J. (2016). *Digital ethnography: Principles and practice*. SAGE Publications.
- Przybylski, A. K., Murayama, K., DeHaan, C. R., & Gladwell, V. (2013). Motivational, emotional, and behavioral correlates of fear of missing out. *Computers in Human Behavior*, 29(4), 1841–1848. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.02.014>
- Salmons, J. (2016). *Doing qualitative research online*. SAGE Publications.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif (Edisi Ketiga)*. Alfabeta.
- TikTok. (2023). *TikTok newsroom: Global statistics*. TikTok Inc. <https://newsroom.tiktok.com/>
- We Are Social & Hootsuite. (2024). *Digital 2024: Global overview report*. We Are <https://wearesocial.com/global-digital-report/> Social.