

Filsafat Moral dan Islam : Ekspresi Kebahagiaan Individu Pada Jejaring Sosial Media

Fitria Husna

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: 21200012060@student.uin-suka.ac.id

Ja'far Assagaf

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

Email: jafar.assagaf@uin-suka.ac.id

Abstract. *One of the basic needs of every human being is to find happiness and be able to express it. One alternative that is often used by individuals in expressing happiness is social media. Happiness is also basically relative, depending on which perspective the expression of happiness is valued. This paper will search to describe various expressions of individual happiness on social media. The general concept of happiness from the perspective of the study of moral philosophy, in this case, hedonism and eudaimonism, is used in this paper as an analytical knife for this phenomenon. In addition, as a comparison, Islamic values are also presented in this theme. This type of study is library research with the main data sources being national journals, books, and other reading materials. The results of this study found that expressions of happiness on social media are quite diverse including shared reality, self-portraits (selfies), obtaining rewards, exploring and obtaining various entertainment from social media, and charity activities. Besides that, there are also expressions of happiness that are capable of harming others, including bullying and sharing hoaxes. These various activities have positive and negative positions from the point of view of moral philosophy and then the concept of Islam was born to complement and give birth to signs of obtaining happiness on social media.*

Keywords: *happiness, social media, moral philosophy, Islamic philosophy.*

Abstrak. Salah satu kebutuhan mendasar setiap manusia adalah memperoleh kebahagiaan dan dapat mengekspresikannya. Salah satu alternatif yang kerap dimanfaatkan oleh para individu dalam mengekspresikan kebahagiaan adalah media sosial. Kebahagiaan juga pada dasarnya bersifat relatif, tergantung dari perspektif mana ekspresi kebahagiaan tersebut di nilai. Tulisan ini akan melakukan penelurusan untuk mendeskripsikan macam-macam ekspresi kebahagiaan individu di media sosial. Konsep umum mengenai kebahagiaan dalam perspektif kajian filsafat moral dalam hal ini hedonisme dan eudaimonisme digunakan dalam tulisan ini sebagai pisau analisis terhadap fenomena ini. Selain itu, sebagai perbandingan nilai-nilai islam juga turut dihadirkan dalam tema ini sebagai solusi. Jenis kajian ini adalah kepustakaan (library research) dengan sumber data utama yakni jurnal-jurnal nasional, buku, dan bahan bacaan lainnya. Adapun hasil penelitian ini menemukan bahwa ekspresi kebahagiaan di sosial media cukup beragam meliputi shared reality, foto diri (selfie), memperoleh reward (penghargaan), menjelajahi dan memperoleh berbagai hiburan dari sosial media, dan kegiatan amal. Di samping itu, ada pula ekspresi kebahagiaan yang sifatnya mampu merugikan orang lain diantaranya perundungan dan berbagi hoax. Beragam kegiatan ini

Received Febuari 27, 2023; Revised Maret 28, 2023; April 02, 2023

* Fitria Husna, 21200012060@student.uin-suka.ac.id

mempunya posisi positif dan negatif dari pandangan filsafat moral dan kemudian konsep islam lahir untuk melengkapi serta melahirkan rambu-rambu dalam memperoleh kebahagiaan di sosial media.

Kata kunci: kebahagiaan, media sosial, filsafat moral, filsafat islam.

LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi saat ini semakin pesat dan tidak dapat memungkiri bahwa setiap orang saat ini sangat membutuhkan teknologi dengan segala kemudahannya. Salah satunya yakni teknologi komunikasi yang di dalamnya termasuk sosial media. Sosial media merupakan bagian dari media baru yang menggunakan ruang seluas-luasnya didalamnya, yang di dalamnya mereka dapat memperluas jaringan seluas-luasnya. Di samping itu, individu yang menggunakannya juga dapat menunjukkan identitas yang serupa atau berbeda dengan aslinya (Watie, 2016). Media sosial menjadikan penggunanya dapat berinteraksi, komunikasi, berbagi dengan pengguna lain dan membentuk suatu ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2015).

Kaplan dan Haenlein menjelaskan beberapa jenis sosial media. Pertama, proyek kolaborasi yakni berupa website yang mengizinkan penggunanya untuk menambah atau mengubah konten didalamnya seperti Wikipedia. Kedua, Blog dan Microblog untuk berbagi tulisan dan kritikan contohnya twitter. Ketiga, Konten berupa isi dari para pengguna yang meliputi media, video dan lainnya contohnya Youtube. Keempat, Situs Jejaring Sosial yang membuat para pengguna dapat berinteraksi dan berbagi informasi dengan orang lain seperti youtube, Instagram dan sebagainya. Kelima, Virtual Game World. Dan keenam, Virtual Social World yang merupakan platform yang membuat pengguna merasakan hidup di dunia maya dan dapat membuat avatar untuk diri mereka sendiri (M.Kaplan & Haenlein, 2010). Hal ini memberikan gambaran betapa luasnya media sosial dan segala hal yang dapat diperoleh dan dilakukan dengannya sehingga semakin banyak individu yang berbagi dan memperoleh kebahagiaan dengan adanya sosial media.

Kebahagiaan merupakan suatu perasaan atau ekspresi positif yang menjadikan individu tersebut merasa kedamaian pikiran, kepuasan hidup, serta menghilangkan perasaan menderita (Rahmita & Ariani, 2022). Kebahagiaan juga timbul karena adanya keberhasilan seorang individu mencapai keinginan dan dapat merasakan suatu keadaan yang menyenangkan (Widyanti R., 2021). Di samping itu, Seligman (2005) juga

berpendapat bahwa salah satu tanda individu telah mencapai kebahagiaannya adalah memiliki relasi yang positif dengan sekitarnya. Untuk bisa memiliki relasi tersebut, para individu kemudian memanfaatkan media sosial sebagai salah satu alternatif (Rahmita & Ariani, 2022).

Dalam media sosial sendiri, banyak bentuk kegiatan dan kebiasaan yang diekspresikan oleh individu yang mana hal tersebut dianggap melahirkan kebahagiaan pada pelakunya. Berbagai kegiatan tersebut bisa berupa melihat, berbagi, berpartisipasi atau menciptakan suatu konten di dalamnya (Febriadi, 2019). Namun, di sisi lain ada pula yang menilai hal ini malah dari segi yang sebaliknya, yakni menganggap bahwa individu yang lebih banyak mengspresikan diri dan menghabiskan waktu di sosial media justru menunjukkan ketidakpuasan akan hubungan sosialnya secara nyata dan kesepian sehingga dengan sosial media mereka dapat mendapatkan atensi dan kepuasan lebih (Mahadi et al., 2016). Hal ini menunjukkan bahwa definisi kebahagiaan seseorang adalah hal yang sifatnya relatif demikian pula dalam mengekspresikannya baik secara langsung maupun sebagaimana dalam kajian ini yakni di jejaring sosial media.

Dalam aliran filsafat pula, terdapat juga banyak kajian yang mendeskripsikan konsep kebahagiaan dan bagaimana menilai sebuah wujud kebahagiaan. Ada yang mengkaitkan kebahagiaan merupakan kepuasan bertindak, ekspektasi dan impian, ada yang melihat kebahagiaan berlandaskan pada kebaikan dan moral, ada pula berdasarkan keselarasan agama dan ibadah, bahkan ada yang mengkaji bahwa kebahagiaan merupakan suatu tuntutan etik yang terpaksa dilakukan (Rakhmat, 2004).

Tulisan ini akan meninjau bentuk-bentuk ekspresi kebahagiaan yang dilakukan individu melalui media sosial dan akan mengkaji hal ini dari segi filsafat khususnya dalam hal ini berkaitan dengan filsafat moral yang pembahasannya dibatasi berdasarkan teori kebahagiaan hedonisme dan eudaimonisme. Lebih dalam kajian ini akan mengisi nilai-nilai islam sebagai perbandingan dan solusi mengenai fenomena ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan riset dengan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan (*library research*), yaitu penelitian yang objek dalam penelitiannya merupakan hasil-hasil riset dan penelitian terdahulu yang serupa serta bahan bacaan lainnya yang berguna menjadi landasan teoritis akan masalah yang akan diteliti (Sarwono, 2006). Sumber data dalam kajian ini ialah fakta-fakta mengenai ekspresi kebahagiaan yang dilakukan para pengguna sosial media yang berasal dari penelitian terdahulu dalam jurnal ilmiah nasional, buku dan tulisan lainnya yang berkaitan dengan tema. Metode dokumentasi dengan teknik analisis isi yang bertujuan untuk menjaga keakuratan tinjauan dalam kepustakaan dan untuk meminimalisir kesalahan informasi menjadi teknik pengumpulan data dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Ekspresi Kebahagiaan Individu di Media Sosial

Bahagia dalam KBBI diartikan sebagai suatu situasi dimana manusia mencapai ketentraman dalam kehidupannya. Bahagia dapat digambarkan sebagai suatu perasaan gembira atas apapun yang didapatkan dalam kehidupan dan merasa lebih baik secara fisik, sosial, emosional serta psikologis (Froh, Buno, Emmos, 2010)

Individu dikatakan memiliki rasa kebahagiaan yang tinggi apabila telah memiliki rasa puas atas setiap kondisi yang mereka rasakan dalam hidup. Oleh karena itu, bahagia juga diartikan sebagai sebuah pilihan. Bahagia dalam realitasnya tergantung pespektif manusia yang menilainya, apakah bahagia merupakan sebuah proses yang akan segera ia dapatkan ataukah hanya menjadi akhir yang belum tentu akan didapatkan (Kencana, 2022). Hal ini serupa dikatakan oleh Jalaluddin (2004) dalam bukunya yang mengartikan kebahagiaan bersifat obyektif dan subyektif. Dimana obyektif berarti tergantung dari standar apa kita melihat. Jika dilihat dari standar islam, kebahagiaan yang abadi ialah kebahagiaan yang berlandaskan dan segalanya dijukan hanya pada akhirat, kebahagiaan dunia yang tidak berlandaskan ibadah dan sia-sia hanya sebuah cobaan yang disebut dengan istidraj. Sedangkan secara subyektif, kita dapat mengukur kebahagiaan seseorang dengan menanyakan apakah ia bahagia atau tidak (Rakhmat, 2004).

Selanjutnya Muskinul Fuad dalam studinya merumuskan bahwa kebahagiaan dapat dilihat dari tiga sudut pandang. Pertama, secara objektif, yakni sejauh mana pemenuhan fisik, psikis, sosial, maupun spiritual dan moral. Kedua, secara perspektif (eksternal) yaitu dengan melihat apakah menggambarkan pribadi yang energik, optimis, murah hati, dan sebagainya. Ketiga, secara subjektif (internal) yakni berdasarkan pengakuan individu tersebut (Fuad, 2017).

Lebih lanjut, Seligman dalam bukunya menyatakan bahwa seorang individu yang mempunyai kebahagiaan dalam hidupnya akan memenuhi beberapa aspek, yaitu terjalannya hubungan positif dengan orang lain, keterlibatan penuh dalam aktivitas, menemukan makna dalam keseharian, adanya optimisme yang realistis, serta memiliki resiliensi. Individu yang dikatakan bahagia dapat terlihat ketika ia telah memiliki aspek-aspek tersebut dalam dirinya (Seligman, 2005). Berdasarkan gambaran mengenai definisi kebahagiaan di atas dapat disimpulkan bahwa kebahagiaan pada dasarnya tidak hanya bertumpu pada kecukupan dan kesenangan pada diri sendiri melainkan orang lain (sosial) juga ikut menjadi pertimbangan dan pelengkap dari sebuah kebahagiaan pribadi.

Pada dasarnya, terdapat dua motif yang dimiliki seorang individu ketika mencari kebahagiaan di media sosial yakni motif epistemik dan motif rasional, motif epistemik mengacu pada keinginan untuk mencapai kebutuhan mendasar, memahami peristiwa dalam hidup, dan memahami makna dari sebuah situasi dalam hidup. Sedangkan motif relasional mendorong individu dapat terhubung dengan orang lain dan mencapai kesejahteraan emosional, rasa aman, harga diri, dan kepuasan (Rahmita & Ariani, 2022). Berdasarkan penelusuran terhadap beberapa penelitian terdahulu, penulis menemukan beberapa hal yang sering menjadi ekspresi kebahagiaan yang dilakukan individu dalam bersosial media yang dalam tulisan ini penulis mengklasifikasikan menjadi beberapa kategori sebagai berikut.

Pertama, Membagikan cerita keseharian (*Shared Reality*). Kegiatan ini merupakan suatu aktifitas membagikan cerita mengenai kegiatan sehari-hari, pencapaian, kemampuan dan sebagainya kepada para pengikut atau orang-orang sekitar dalam media sosialnya. Hal ini merupakan salah satu bentuk perilaku terbuka. Dengan melakukan *share reality*, individu merasa kebutuhannya akan relasi, rasa terhubung dan persahabatan terpenuhi, meskipun di sisi lain terkadang adanya

penilaian, evaluasi atau keyakinan menjadikan ia merasa hal tersebut adalah hal yang valid (Echterhoff & Higgins, 2019). Di samping itu, pada dasarnya ada 4 jenis hal yang melatarbelakangi perilaku *shared reality* yakni : (1) bentuk membagi suasana hati yang sedang dialami; (2) ada target dan tujuan yang ingin dicapai; (3), ada motif yang mendasari hal tersebut dilakukan; (4) meninginkan keterhubungan perasaan dengan orang lain (Rahmita & Ariani, 2022).

Kedua, Membagikan foto diri (*selfie*). Perilaku ini identic dengan membagikan foto diri, baik *selfie* maupun foto ootd harian sering dilakukan dan dianggap sebagai bentuk seni komunikasi visual dan wujud informasi nonverbal (Noegroho, 2011). Individu yang melakukan hal ini berusaha menampilkan sisi terbaiknya kepada orang lain dan biasanya terdorong oleh keinginan atau kebutuhan akan penghargaan diri dan kepercayaan diri. Namun, disisi lain hal ini juga sering menjadi kontra dan kritikan karena dikhawatirkan akan menjadikan individu yang narsistik dan keinginan untuk mendapatkan ketenaran, dominasi, kebanggaan dan apresiasi yang berlebihan dari dalam diri (Ramadhan et al., 2017)

Ekspresi kebahagiaan Ketiga yakni mendapatkan *reward* melalui like dan berbagi argumen dengan berbalas komentar. Selain berpengaruh terhadap kebahagiaan, kedua hal ini juga mampu berpengaruh sebaliknya. Yang mana bagi para individu yang mendapatkan like dan komentar positif dalam postingannya akan meningkatkan rasa harga diri dan bahagia karena mendapatkan perhatian serta penerimaan yang positif dari orang lain. Sedangkan bagi mereka yang mendapatkan komentar negatif justru akan berdampak sebaliknya bahkan hingga merusak kepercayaan diri dan merendahkan harga diri individu tersebut (Oktaviani, 2019).

Di antaran beberapa jenis di atas, kategori keempat justru terlihat cukup sederhana yakni kegiatan scrolling, chat dan mengakses sosial media. Bagi sebagian individu, sedekar mengakses dan menjelajah di berbagai media sosial dapat menjadi media penghibur. Disamping itu, di dalamnya juga berbagai kegiatan lainnya dapat dilakukan seperti mendengarkan music, streaming video, mendengarkan cerita, dan kutipan-kutipan menarik dapat membuat kebahagiaan (Alfindo, 2021). Adapun kategori terakhir yang penulis angkat dalam tulisan ini ialah kegiatan berbagi kebaikan di sosial media. dimana melalui kegiatan ini mampu menggiring masyarakat untuk bersedekah atau perbuatan baik lainnya untuk memperoleh kebahagiaan

bersama, atau membagikan hasil kegiatan sedekah dan berbagi kebaikan dan kebahagiaan lainnya.

Intinya adalah, dengan media sosial, banyak kegiatan yang dapat membuat kebahagiaan yang dapat dilakukan didalamnya, baik memperluas pengetahuan, mengeksplor dan mengembangkan hobi serta bakat, bahkan hingga membantu orang lain. Namun, di sisi lain banyak banyak pula ditemukan kebahagiaan yang ternyata bersifat kurang baik atau pun negatif. Diantaranya bahagia ketika mencemooh dan menganggap hal tersebut sebagai kepuasan, kebebasan berpendapat dan ekspresi diri (Iswatiningsih et al., 2021). Bahagia ketika merundung orang lain atau sengaja memberikan komentar yang negatif kepada teman atau individu lain di sosial media yang lemah dan menganggap hal tersebut sebagai lelucon (Yunita, 2021), serta bahagia ketika berbagi berita bohong (hoax) yakni memanfaatkan suatu situasi untuk kesenangan pribadi dan tujuan negatif tertentu dengan cara mengadu domba, menjatuhkan orang lain, membuat lelucon dan sebagainya (G. Saputra, 2018).

2. Filsafat Moral: Konsep Kebahagiaan Hedonisme dan Eudaimonisme

Terdapat beberapa pandangan mengenai kebahagiaan dalam filsafat sebagaimana yang telah dibahas sebelumnya dalam pendahuluan, khususnya dalam hal ini ialah kajian mengenai filsafat etika atau moral. Filsafat etika dan moral merupakan ilmu sistematis mengenai pendapat dan berbudi. Istilah “budi” berarti tahu. Orang yang berpengetahuan dengan sendirinya akan berbuat baik. Meskipun artiannya dalam hal ini adalah berbuat baik terhadap diri sendiri. Filsafat moral adalah cabang filsafat yang melibatkan sistematisasi, membela, dan merekomendasikan konsep perilaku benar dan salah. Sedangkan dari segi aplikatifnya, etika tidak mengajarkan apa yang wajib dilakukan namun hanya dituntut untuk berfikir secara rasional dan bertanggung jawab yang sifatnya teoritis, sedangkan moral sebagai alat untuk menyelesaikan sesuatu yang sifatnya konteks dan formatif (Jahaya, 2012).

Ada banyak aliran dalam filsafat moral dan etika, namun tulisan dan pembahasan ini memfokuskan definisi kebahagiaan dalam dua konsep utama dalam filsafat moral yakni Hedonisme dan Eudaimonisme.

Hedonisme berasal dari bahasa Yunani *hedonismos* dari akar kata *hedone* yang artinya kesenangan. Paham ini pada dasarnya menjelaskan apa yang memuaskan keinginan manusia menjadi kuantitas kebahagiaan. Terdapat beberapa tokoh dalam paham ini diantaranya Aristippus, Epikurus, dan John Stuart Mill. Aristippus mengkaji kebahagiaan dalam 3 (tiga) bagian: 1) Badani, yang dapat diartikan bahwasannya kesenangan itu memiliki sifat badani dimana memiliki hakikat yaitu gerak dalam badan, 2) Aktual Kesenangan yang diperoleh bukan dari masa lampau ataupun masa yang akan datang melainkan kesenangan yang diperoleh pada saat ini ataupun di tempat ini, 3) Individualis, dimana kesenangan setiap individu hanya untuk dirinya sendiri serta tidak memperdulikan perbuatan yang dilakukan oleh orang lain (Azzarah, P. N. A., & BM, 2019)

Selanjutnya Epikuros juga menanggapi bahwa kebahagiaan merupakan tujuan yang paling utama dalam hidup namun kebahagiaan sejati baginya adalah kebahagiaan jiwa tidak sebatas lahiriah. Disamping itu ia juga mendeskripsikan kebahagiaan dengan kehendak bebas (*free will*) yang artinya manusia mempunyai kehendak mutlak dalam suatu etis. Artinya manusia berbuat kebaikan atas kesukarelaannya tanpa paksaan (Filsafat et al., 2022). Selain itu, sedikit berbeda dengan Aristippus yang mengatakan bahwa bahagia adalah mencari sebanyak-banyaknya kesenangan, Epikuros membatasi kesenangan dengan pertimbangan antara kebutuhan dan keinginan untuk memenuhi kebahagiaan.

Disamping itu, John Stuart Mill dan James Mill merupakan kedua tokoh yang termasuk penganut dan pengembang aliran utilitarianisme yang awalnya berasal dari Jeremy Bentham (1748-1832). Utilitarianisme sedikit berbeda dengan kedua pandangan di atas, bahwa meskipun kebahagiaan, keuntungan dan minimnya rasa sakit atau kerugian tetaplah menjadi tujuan utama dan segala-galanya, namun aliran ini berpandangan bahwa kebahagiaan adalah ketika individu bisa ikut membahagiakan sebanyak-banyaknya orang lain. Demikian pula dengan kebaikan, kebaikan adalah segala sesuatu yang dapat menyenangkan banyak orang dan keburukan adalah hal yang menyebabkan ketidaksenangan mayoritas orang. Namun demikian, pemikiran ini juga sering justru merugikan hal-hal yang sifatnya minoritas yang sebenarnya juga harus dipertimbangkan serta kadang dalam beberapa kasus juga menghalalkan yang tidak halal demi kesenangan mayoritas (lebih banyak) manusia

Beralih kepada konsep kebahagiaan dalam pandangan Eudaimonisme. Berdasarkan istilah Yunani, eudaimonia berarti kesempurnaan, atau lebih tepat lagi, eudaimonia berarti “mempunyai daimon yang baik” dan yang dimaksudkan dengan daimon adalah jiwa. paham “eudaimonia” berakar pada pandangan Aristoteles (384-322 SM) yang menjadi populer dalam bukunya *Ethika Nikomacheia*. Terdapat beberapa tokoh lainnya seperti Socrates dan Plato dalam mendefinisikan kebahagiaan berdasarkan istilah Eudaimonia. Namun konsep eudaimonia yang ditawarkan oleh Aristoteles merupakan pelengkap dari teori terdahul. Eudaimonia sering diterjemahkan dengan ‘kebahagiaan’ (*happiness*), dengan kenikmatan atau kesenangan. Konsep Aristoteles mengenai eudaimonia mencakup keutamaan moral seperti keadilan, keramahan, keberanian, dan juga aktivitas intelektual (Tumanggor, 2016)

Eudaimonisme adalah pandangan hidup yang menganggap kebahagiaan sebagai tujuan segala tindak-tanduk manusia dan prinsip paling dasar. Kebahagiaan dalam hal ini merupakan sebuah tujuan, bukan sarana (Nugroho, 2022). Artinya, seseorang berbahagia bukan dengan tujuan kekuasaan, kekayaan dan sebagainya. Kebahagiaan bagi Aristoteles juga merupakan suatu yang sifatnya rasional dan melalui perenungan. Dalam mencapai kebahagiaan membutuhkan pengembangan seluruh aspek kemanusiaan suatu individu (aspek moral, sosial, emosional, dan religiusitas). Pencarian kebahagiaan menurut aristoteles dimulai dengan mengusahakan jiwa yang baik. Menurut Aristoteles ada dua jenis kebaikan, yakni kebaikan intelektual melalui instruksi sehingga mengetahui serta menerapkan kebenaran, dan kebaikan moral yang diperoleh dengan kebiasaan dan Latihan hingga menjadi suatu virtues atau ketetapan (Kenyowati, 2004).

Selain itu, jiwa yang baik merupakan jiwa yang memiliki integritas. Integritas ini ditentukan dari kesesuaian cara hidup, cara berpikir, dan cara merasa dengan pilihan panggilan hidupnya. Kesesuaian dan integritas tersebut kemudian menjadi keutamaan atau kesukarelaan (Nugroho, 2022). Jadi bahagia menurut Aristoteles, tidak hanya terletak pada akhir yang bahagia tetapi ada dalam sebuah proses yang dilakukan dengan sukarela dan bersyukur dengannya merupakan bagian dari kebahagiaan.

3. Analisis dan Tinjauan Islam

Jika meninjau ekspresi kebahagiaan para pengguna sosial media dan konsep hedonisme dan eudaimonisme di atas, jelas tampak korelasi antara keduanya. Yang mana dengan kedua hal ini kita dapat mengkategorikan individu berdasarkan kelompok dalam pandangan filsafat hedonisme dan eudaimonisme.

Pertama, Ekspresi Kebahagiaan dengan paham hedonisme. Pada satu sisi, para penganut paham hedonisme dapat membentuk sikap pantang menyerah dan memanfaatkan segala peluang khususnya dalam hal ini media sosial yang dapat digunakan untuk berkarya dan sebagainya. Tetapi, dalam hal lain justru dapat menjadi hal yang sifatnya negatif. Individu yang menggunakan sosial media dapat membentuk ataupun terbentuk menjadi berpaham hedonisme yang negatif. Beberapa individu dan kelompok dalam media sosial dengan paham hedonisme biasanya mengekspresikan kebahagiaan mereka melalui konten berupa *shared reality* ataupun *selfie*. Hal ini dimaksudkan agar memperoleh pengakuan dan mendapatkan like, komentar atau bahkan sekedar ingin bahagia dengan paham mereka. Namun, disisi lain mereka yang melihat hal ini secara terus menerus justru ikut menjadi hedonis bahkan konsumtif dan terkadang memaksakan diri mereka demi sebuah kebahagiaan yang dilihat dan ingin diikuti tersebut (Monanda, 2017). Perilaku hedonisme negatif tersebut biasanya bercirikan gaya hidup yang mewah, *fashion*, riasan, *traveling* dan sebagainya yang sifatnya material (Zayyan, 2020)

Sebelum selanjutnya konsep ini dibatasi dalam teori epikurus, islam justru lebih dahulu menentang hal ini, dimana dalam memperoleh kebahagiaan harusnya sederhana artinya tidak terlalu pelit dan tidak boleh berlebihan atau bersifat boros. Perintah ini tertuang dalam QS. Al-Isra':29 "Dan janganlah kamu jadikan tanganmu belenggu pada lehermu dan janganlah kamu terlalu mengulurkannya karena hal itu membuat kamu menjadi tercela dan menyesal.

Ditambah lagi, mereka yang berpaham hedonisme khususnya aliran *hedonisme epikureanisme*, dalam media sosial mungkin saja dapat berbuat apapun demi kesenangan yang mereka rasakan tanpa mempertimbangkan moral. Sebagaimana dalam temuan di atas, bahwa banyak ekspresi kebahagiaan justru tanpa memikirkan perasaan orang lain seperti melakukan perundungan, mencemooh atau berkomentar negatif dengan alasan kebebasan berekspresi ataupun hanya lelucon demi

kebahagiaan semata. Hal ini sesuai dengan argumen Maryam ismail dalam tulisannya bahwa perilaku hedonisme menjadikan pelakunya tidak hanya konsumtif, tetapi menjadi materialis cenderung lebih egois dan tidak berempati bahkan meskipun hal tersebut merugikan orang lain (Ismail, 2020).

Adapun yang menjadi penyebabnya ialah karena para hedonis selalu mengenyampingkan permasalahan ketuhanan, takdir, masa depan dan kematian. Karena bagi mereka hal tersebut merupakan sumber ketidakbahagiaan. Hal ini justru sangat bertentangan dalam konsep kebahagiaan menurut islam dimana dalam islam kebahagiaan yang paling utama justru merupakan kebahagiaan akhirat yang bersifat kekal, sementara dunia hanyalah sementara (Ismail, 2020). Sebagaimana firman Allah dalam Al-qur'an "Dan carilah pada apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari kenikmatan dunia dan berbuat baiklah kepada orang lain sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu dan janganlah kamu berbuat kerusakan (QS: Al-Qashash/28: 77).

Disamping itu, para penganut hedonisme khususnya dengan paham utilitarianisme pada dasarnya dalam media sosial dapat berlomba-lomba mencari kebahagiaan dengan membagikan kebahagiaan kepada orang lain dengan cara mengkampanyekan bahkan melakukan hal yang positif untuk orang banyak. Hal ini juga pada dasarnya mirip dengan sabda Rasul "sebaik-baik manusia ialah yang paling bermanfaat bagi umat manusia lainnya. Paling bermanfaat dalam hal ini khususnya bermanfaat dan berlomba dalam kebaikan. Namun disisi lain, utilitarianism tetaplah memiliki sifat keduniaan, yang mana dapat menjadikan pelakunya melakukan suatu hal yang salah dengan media sosial, misalnya menyebarkan hoax untuk mengedepankan kebahagiaan suatu kelompok mayoritas ataupun demi keselamatan dirinya dari suatu kesulitan.

Kedua, Ekspresi Kebahagiaan dengan paham eudaimonia. Konsep kebahagiaan menurut eudaimonia pada dasarnya sedikit mirip dengan islam dimana akhir yang bahagia adalah tujuan hidup namun dalam proses individu juga harus bahagia dan mencintai apa yang ia jalani dan dapati. Konsep ini dalam islam sama halnya dengan kebahagiaan yang hakiki di akhirat yang mana merupakan tujuan akhir

umat muslim sementara kebahagiaan duniawi bersifat sementara tapi juga harus dinikmati dan dicari namun tidak boleh keluar dari koridor islam.

Selanjutnya, mengenai ekspresi kebahagiaan para individu dalam sosial media berdasarkan paham eudaimonia dapat dikatakan sederhana. Mereka adalah orang-orang yang berani dan dapat mengaktualisasikan diri mereka dalam sosial media. Individu yang mampu membagikan karyanya, ataupun mengasah intelektualnya melalui sosial media, serta orang-orang yang mencintai kehidupannya, rezekinya, ataupun pekerjaan dan hobi mereka serta dan melakukannya dengan baik secara konsisten adalah individu yang bahagia dalam pandangan ini. Konsep ini sedikit mirip dengan konsep syukur dalam islam sebagaimana dalam hadist “Seorang mukmin itu sungguh menakjubkan, karena setiap perkaranya itu baik. Namun tidak akan terjadi demikian kecuali pada seorang mu’min sejati. Jika ia mendapat kesenangan, ia bersyukur, dan itu baik baginya. Jika ia tertimpa kesusahan, ia bersabar, dan itu baik baginya” [HR. Muslim no.7692].

Namun, dalam mendefinisikan kebahagiaan terkadang aliran ini kurang memeperhatikan hubungan dan pengaruh sosial, sehingga terkadang individu dalam kelompok ini menjadikan orang lain sebagai sarana untuk mencapai kebahagiaan bukan untuk saling berbagi dan merasakan kebahagiaan.

Islam merupakan sebaik-baik konsep dalam menuntun manusia untuk mencapai kebahagiaan. Dan pada dasarnya, Islam memperbolehkan penggunaan sosial media untuk mencari kebahagiaan ataupun mengekspresikan kebahagiaan didalamnya. Namun, terdapat beberapa rambu atau aturan dalam hal ini diantaranya:

Pertama, Diperlukan pemahaman fungsi mengenai media sosial sebagai sarana media komunikasi dan informasi dan memahami kode etik penggunaannya (E. Saputra, 2016). Hal ini agar setiap individu senantiasa dapat membentengi diri dari dampak negatif yang telah banyak terjadi dan kemungkinan akan terjadi di dalam sosial media. **Kedua**, Bersifat amal Shaleh. Artinya apapun yang dilakukan, dibagikan serta ditemukan dari dalam sosial media sebaiknya merupakan amal shaleh dan tidak melanggar aturan Allah swt. Hamim (2016) dalam tulisannya menjelaskan bahwa amal shaleh merupakan syarat seseorang memperoleh kebahagiaan tidak hanya didunia bahkan akan dinikmati juga kelak diakhirat sesuai dengan janji Allah dalam QS. An-Nahl:97. Lebih lanjut hamim mendeskripsikan bahwa kebahagiaan akan

diperoleh jika mampu memaafkan orang lain, bersyukur, menjauhi prasangka dan amarah (Hamim, 2016). Hal ini dapat diterapkan dalam bermedia sosial sehingga dalam memperoleh dan membagikan kebahagiaan hanya berorientasi pada kebajikan. **Ketiga**, mampu berbahagia dengan menerapkan Qanaa'ah Pada diri. Artinya media sosial digunakan untuk sebaik-baik tempat mengembangkan bakat, minat, intelektualitas atau kreativitas, mencintai pekerjaan, dan sebagainya, namun harus selalu merasa cukup dan lapang dada tanpa membandingkan proses atau hasil dengan individu lain agar senantiasa merasakan bahagia (Ismail, 2020); dan **Keempat**, Usahakan memfilter dalam memilih informasi atau menghindari berbagi bahkan membuat informasi bohong (hoax) agar terciptanya kebahagiaan dan ketentraman bersama6 (Mohamad Rafiudin Mohd Azmi et al., 2019).

KESIMPULAN DAN SARAN

Filsafat moral adalah cabang filsafat yang melibatkan sistematisasi, membela, dan merekomendasikan konsep perilaku baik, benar dan salah. Meskipun artiannya dalam hal ini adalah berbuat baik terhadap diri sendiri. Demikian pula dalam kebahagiaan, berbagai ekspresi kebahagiaan di sosial media dalam tulisan ini masuk ke dalam kelompok hedonisme dan eudaimonisme meskipun masih terdapat beberapa celah dan kekurangan di dalamnya. Karena itu, nilai-nilai islam hadir untuk mengisi celah ini dan memberikan beberapa rambu yang menjadi koridor setiap individu untuk dapat menggunakan sosial media dalam mengekspresikan kebahagiaannya dan diharapkan mampu menjadi solusi sekaligus pengingat bagi para pengguna sosial media.

DAFTAR REFERENSI

- Azzarah, P. N. A., & BM, A. (2019). Perilaku Hedonisme Mahasiswa di Trans Studio Mall Makassar. *Jurnal Berita Sosial*, 2(9), 43–60.
- Filsafat, J., Dwitanto, M. F., & Laili, I. (2022). Pandangan Hedonisme dan Eudaimonisme dalam Mencapai Kebahagiaan. 28, 38–47.
- Fuad, M. (2017). Psikologi Kebahagiaan Manusia. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 9(1), 114–132. <https://doi.org/10.24090/komunika.v9i1.834>
- Hamim, K. (2016). Kebahagiaan Dalam Perspektif Al-Qur'an Dan Filsafat. *Tasamuh*, 13(2), 131–132.
- Ismail, M. (2020). Hedonisme dan Pola Hidup Islam. *Jurnal Ilmiah Islamic Resources*, 16(2), 193. <https://doi.org/10.33096/jiir.v16i2.21>
- Iswatiningsih, D., Pangesti, F., & Fauzan. (2021). Ekspresi remaja milenial melalui penggunaan bahasa gaul di media sosial (Millennial youth expression through the use of slang on social media). *KEMBARA: Jurnal Keilmuan Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 7(2), 476–489. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/kembara>
- Kencana, J. P. (2022). Konsep Bahagia Dalam Paradigma Aristoteles. *Forum*, 51(1), 63–71. <https://doi.org/10.35312/forum.v51i1.407>
- Kenyowati, E. (2004). *Aristoteles. Nichomachean Ethics*. terjemahan. Teraju.
- M.Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Mahadi, S. R. S., Jamaludin, N. N., & Johari, R., Firdaus, I.N. and Fuad, M. (2016). The Impact of Social Media among Undergraduate Students: Attitude. *Procedia—Social and Behavioral Sciences*, 219, 472–429. <http://www.sciencedirect.com>
- Mohamad Rafiudin Mohd Azmi, Kamalanathan, S., & Safar, A. @ J. (2019). Media Sosial dan Generasi Muda Menurut Islam. *Universiti Teknologi Malaysia Institutional Repository*, 53(1), 59–68.
- Monanda, R. (2017). Pengaruh media sosial Instagram terhadap gaya hidup hedonis di kalangan followers remaja. *Jom Fisip*, 4(2), 4.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugroho, B. C. (2022). Eudaimonia: Elaborasi Filosofis Konsep Kebahagiaan Aristoteles dan Yuval Noah Harari. *Focus*, 1(1), 8–14. <https://doi.org/10.26593/focus.v1i1.4086>
- Oktaviani, M. A. (2019). Hubungan Penerimaan Diri Dengan Harga Diri Pada Remaja Pengguna Instagram. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 7(4), 549–556. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v7i4.4832>
- Rahmita, A., & Ariani, L. (2022). Pengaruh Shared Reality Terhadap Kebahagiaan Pada Pengguna Media Sosial Usia Dewasa Menengah. *Al-Ulum Ilmu Sosial dan Humaniora Volume*, 8 (April), 77–88

Jurnal Riset Rumpun Agama dan Filsafat (JURRAFI)

Vol. 2, No. 1 April 2023

e-ISSN: 2828-6820; p-ISSN: 2828-6944, Hal 92-106

- Rakhmat, J. (2004). Meraih Kebahagiaan (R. S. Karyanti (ed.)). Simbiosis Rekatama Media.
- Ramadhan, R., Aminulloh, A., & Yasak, E. M. (2017). Fenomena Selfie (Berfoto Sendiri) Di Akun Media Sosial Path Sebagai Bentuk Ekspresi Diri (Pada Remaja Smk Pgri 3 Malang). *Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(1), 63–68.
- Saputra, E. (2016). Dampak Sosial Media terhadap Sikap melalui Pendidikan Agama Islam. *Jurnal SOSISO-E-KONS*, 8(2), 160–168.
- Saputra, G. (2018). Peranan Polres Banjarbaru Dalam Mensosialisasikan Informasi Tentang Bahaya Berita Bohong (Hoax) Di Media Sosial Uniska. <https://repository.uniska-bjm.ac.id/353/1/14110019.pdf>
- Sarwono, J. (2006). Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Graha Ilmu.
- Seligman, M. E. P. (2005). *Authentic Happiness; Menciptakan Kebahagiaan dengan Psikologi Positif*. Terjemahan. PT Mizan Pustaka.
- Tumanggor, R. (2016). Perbedaan Antara Pendekatan Hedonis Dan Eudaimonis Atas Quality Of Life: Kajian Filosofis (Prosiding Forum Ilmiah Psikologi Indonensia 23-27 Agustus 2016 Fak. Psikologi Universitas Tarumanagara Jakarta, 341-354). Prosiding Forum Ilmiah Psikologi Indonesia 23-27 Agustus 2016 Fak Psikologi Univ Tarumanagara Jakarta, June, 341–354.
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Yunita, R. (2021). Perundungan Maya (Cyber Bullying) Pada Remaja Awal. *Jurnal Lmiah Bimbingan Konseling Pendidikan Isam*, 1(2), 93–110.