

Etika *Self-Disclosure* di Media Sosial Perspektif Imam Al-Ghazali: Analisis Konsep *Riyā'* Digital pada Generasi Z

The Ethics of Self-Disclosure on Social Media from the Perspective of Imam Al-Ghazali: An Analysis of the Concept of Digital Riya Among Z Generation

Muhammad Idil Fitri², Ramsiah Tasruddin²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Alauddin, Makassar, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received 15 May 2026

Revised 20 May 2026

Accepted 22 May 2026

Available online 26 May 2026

Kata Kunci:

self-disclosure, Generasi Z, media sosial, *riyā'*, al-Ghazali

Keywords:

self-disclosure, Z generation, social media, *riyā'*, al-Ghazali



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRACT

*The development of social media has transformed how Z Generation constructs identity and engages in self-disclosure within digital spaces. This activity is not only related to communication needs but is also influenced by a culture of social validation through likes, comments, and followers. In certain contexts, self-disclosure may shift into performative behavior closely related to the concept of *riyā'* in Islamic ethics. This study aims to analyze the phenomenon of Z Generation's self-disclosure on social media through the moral perspective of Imam Al-Ghazali, particularly the concept of *riyā'* as behavior oriented toward seeking human praise. This research employs a qualitative method using a library research approach. Data were collected from Imam Al-Ghazali's works, especially Ihya' 'Ulum al-Din, as well as various academic literatures on social media and Z Generation digital culture. The findings reveal that social media has created a culture of digital validation that encourages individuals to construct performative identities in public spaces. Practices such as oversharing, flexing, and religious self-imaging may be understood as forms of digital *riyā'* when their orientation shifts from self-expression to seeking social recognition. From Al-Ghazali's perspective, the central*

*issue lies in the motives and inner orientation behind such behavior. This study concludes that Al-Ghazali's concepts of *riyā'*, sincerity, self-reflection, and self-control remain relevant as ethical foundations for social media use in the modern digital era.*

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah cara Generasi Z membangun identitas dan melakukan self-disclosure di ruang digital. Aktivitas tersebut tidak hanya berkaitan dengan komunikasi, tetapi juga dipengaruhi budaya validasi sosial melalui likes, komentar, dan followers. Dalam kondisi tertentu, praktik self-disclosure dapat bergeser menjadi perilaku performatif yang berkaitan dengan konsep *riyā'* dalam etika Islam. Penelitian ini bertujuan menganalisis fenomena self-disclosure Generasi Z di media sosial melalui perspektif moral Imam Al-Ghazali, khususnya konsep *riyā'* sebagai perilaku yang berorientasi pada pencarian pujian manusia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kepustakaan (library research). Data diperoleh dari karya Imam Al-Ghazali, terutama Ihya' 'Ulum al-Din, serta berbagai literatur mengenai media sosial dan budaya digital Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial membentuk budaya validasi digital yang mendorong individu menampilkan identitas performatif di ruang publik. Praktik seperti oversharing, flexing, dan pencitraan religius dapat dipahami sebagai bentuk *riyā'* digital ketika orientasinya bergeser dari ekspresi diri menuju pencarian pengakuan sosial. Dalam perspektif Al-Ghazali, persoalan utama terletak pada motif dan orientasi batin individu. Penelitian ini menyimpulkan bahwa konsep *riyā'*, keikhlasan, muhasabah, dan pengendalian diri Al-Ghazali masih relevan sebagai landasan etika bermedia sosial di era digital modern.

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah cara manusia membangun relasi sosial dan menampilkan identitas dirinya di ruang publik. Platform seperti Instagram, TikTok, X, bahkan WhatsApp tidak lagi hanya dipakai sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang representasi diri yang sangat personal. Banyak pengguna,

*Corresponding Author

e-mail: muhidilfitri1031@gmail.com, ramsiah.tasruddin@uin-alauddin.ac.id

terutama Generasi Z, menjadikan media sosial sebagai tempat untuk memperlihatkan aktivitas harian, pengalaman emosional, pencapaian akademik, hingga praktik-praktik religius yang sebenarnya cukup privat. Foto sedang belajar sampai larut malam, unggahan sedekah Jumat, video menangis setelah kajian, atau sekadar tangkapan layar aplikasi pengingat tahajud, semuanya perlahan menjadi bagian dari budaya digital sehari-hari. Pada titik tertentu, aktivitas tersebut tampak sederhana dan wajar. Tetapi kalau diamati lebih jauh, ada semacam dorongan untuk dilihat, direspon, dan diakui oleh orang lain.¹

Fenomena tersebut dalam kajian komunikasi dikenal dengan istilah *self-disclosure* atau keterbukaan diri. *Self-disclosure* dipahami sebagai tindakan individu dalam mengungkapkan informasi pribadi, perasaan, pengalaman, maupun identitas dirinya kepada orang lain secara sadar. Dalam komunikasi interpersonal, keterbukaan diri memang dianggap penting karena dapat membangun kedekatan emosional dan hubungan sosial yang lebih intim. Akan tetapi perkembangan media sosial membuat praktik *self-disclosure* mengalami perubahan yang cukup drastis. Keterbukaan diri tidak lagi berlangsung dalam ruang privat dan terbatas, melainkan dipertontonkan kepada audiens yang sangat luas, bahkan anonim.²

Generasi Z sebagai kelompok yang lahir dan tumbuh bersama internet memiliki kedekatan yang sangat kuat dengan media digital. Mereka terbiasa membangun relasi sosial melalui layar smartphone, mencari hiburan melalui algoritma media sosial, bahkan memperoleh validasi emosional dari jumlah *likes*, komentar, dan *followers*. Dalam kondisi tertentu, media sosial menjadi ruang untuk mencari pengakuan sosial yang mungkin tidak diperoleh di dunia nyata. Tidak sedikit pengguna yang merasa cemas ketika unggahannya sepi respon atau merasa lebih percaya diri ketika kontennya mendapatkan perhatian publik. Hal-hal kecil seperti ini sering dianggap biasa, padahal perlahan membentuk cara individu memandang nilai dirinya sendiri.³

Kondisi tersebut diperkuat oleh budaya digital yang sangat menekankan visibilitas dan eksistensi publik. Algoritma media sosial secara tidak langsung mendorong pengguna untuk terus memproduksi konten yang menarik perhatian audiens. Konten yang bersifat personal, emosional, sensasional, atau menampilkan sisi tertentu dari identitas pengguna cenderung memperoleh *engagement* lebih tinggi. Akibatnya muncul budaya validasi digital yang ditandai dengan kecenderungan mencari pengakuan sosial melalui *likes*, *viewers*, dan *followers*. Pada titik tertentu, media sosial berubah menjadi arena performatif tempat individu berlomba menampilkan versi terbaik dirinya, atau mungkin versi yang paling layak dipertontonkan kepada publik.⁴

Fenomena tersebut dapat dilihat melalui berbagai bentuk perilaku digital seperti *oversharing*, *flexing*, pencitraan religius, hingga *performative activism*. Tidak sedikit pengguna media sosial yang memperlihatkan aktivitas ibadah, sedekah, kajian, bahkan pengalaman spiritual dalam bentuk konten publik. Sebagian memang mungkin bertujuan untuk berbagi inspirasi atau dakwah. Namun di sisi lain, terdapat kemungkinan hadirnya dorongan untuk memperoleh apresiasi sosial dan pengakuan publik. Persoalan menjadi cukup rumit karena batas antara berbagi kebaikan dan mempertontonkan kebaikan seringkali sangat tipis, samar, bahkan kadang tidak disadari oleh pelakunya sendiri.⁵

¹Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 11.

²Joseph A. Devito, *The Interpersonal Communication Book* (New York: Pearson Education, 2016), 98.

³Wulan Purnama Sari dan Lydia Irena, "Model Self-Disclosure Generasi Z Pengguna Berat Media Sosial," *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 12, no. 1 (2023): 146–164.

⁴Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, 87.

⁵Mochammad Alwi Hidayat, "Self Disclosure Generasi Z pada Media Sosial TikTok," *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara* 1, no. 1 (2023): 81–92.

Dalam perspektif etika Islam, fenomena tersebut memiliki kedekatan dengan konsep *riyā'*. Imam Al-Ghazali menjelaskan bahwa *riyā'* merupakan perilaku melakukan amal atau kebaikan dengan tujuan memperoleh pujian dan penghormatan manusia. Menurut Al-Ghazali, *riyā'* termasuk penyakit hati yang sangat halus karena sering bersembunyi di balik tindakan yang tampak baik secara lahiriah. Seseorang bisa terlihat saleh, sederhana, bahkan religius, tetapi di dalam dirinya terdapat dorongan untuk dipandang mulia oleh orang lain. Pemikiran Al-Ghazali tersebut menjadi menarik ketika dihubungkan dengan budaya media sosial modern yang sangat menekankan pencitraan diri dan eksistensi publik.⁶

Penelitian mengenai *self-disclosure* di media sosial sebenarnya telah banyak dilakukan, terutama dalam bidang psikologi komunikasi dan media digital. Penelitian Wulan Purnama Sari dan Lydia Irena menunjukkan bahwa Generasi Z melakukan *self-disclosure* secara intens untuk membangun identitas sosial dan memperoleh kedekatan emosional di ruang digital. Penelitian lain juga membahas hubungan *self-disclosure* dengan kebutuhan validasi sosial, *self-esteem*, dan kesehatan mental pengguna media sosial. Akan tetapi, penelitian yang secara khusus menghubungkan fenomena *self-disclosure* digital dengan konsep *riyā'* perspektif Imam Al-Ghazali masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian tentang Al-Ghazali lebih banyak berfokus pada pendidikan akhlak, tasawuf, atau etika Islam secara umum, bukan pada problem moral media digital kontemporer. Karena itu, penelitian ini menjadi penting untuk mengisi ruang kosong antara kajian etika sufistik klasik dengan fenomena budaya digital Generasi Z saat ini.⁷

Berdasarkan latar belakang tersebut, artikel ini akan membahas bagaimana konsep *riyā'* menurut Imam Al-Ghazali, bagaimana fenomena *self-disclosure* Generasi Z di media sosial, serta bagaimana relevansi konsep *riyā'* dalam menganalisis budaya validasi digital pada masyarakat modern. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan studi etika Islam kontemporer, khususnya dalam membangun kesadaran moral dan etika bermedia sosial di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep *Riyā'* dalam Perspektif Imam Al-Ghazali

Pembahasan mengenai *riyā'* dalam pemikiran Imam Al-Ghazali menempati posisi yang cukup penting dalam keseluruhan konsep etika dan tasawufnya. Al-Ghazali memandang bahwa kerusakan moral manusia seringkali bukan berasal dari tindakan lahiriah semata, melainkan dari motif tersembunyi yang berada di dalam hati. Karena itu, ia tidak hanya berbicara tentang benar atau salahnya suatu perbuatan secara formal, tetapi juga membahas orientasi batin yang melatarbelakangi tindakan tersebut. Dalam kerangka ini, *riyā'* dipahami sebagai perilaku melakukan suatu amal dengan tujuan memperoleh perhatian, pujian, atau penghormatan dari manusia, bukan murni karena Allah.⁸

Menurut Al-Ghazali, *riyā'* termasuk penyakit hati yang sangat halus dan sulit dikenali. Seseorang dapat terlihat saleh di hadapan publik, rajin beribadah, bahkan aktif melakukan kegiatan sosial, tetapi dalam waktu yang sama menyimpan keinginan agar dirinya dipandang baik oleh orang lain. Hal ini yang membuat *riyā'* seringkali lebih berbahaya dibanding dosa-dosa yang tampak jelas secara lahiriah. Dalam *Ihya' 'Ulum al-Din*, Al-Ghazali menjelaskan bahwa manusia terkadang mampu meninggalkan maksiat yang tampak, tetapi gagal mengendalikan dorongan

⁶Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' 'Ulum al-Din*, Juz III (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 2005), 297.

⁷Selfilia Arum Kristanti dan Nur Eva, "Self-esteem dan Self-disclosure Generasi Z Pengguna Instagram," *Jurnal Penelitian Psikologi* 13, no. 1 (2022): 10–20.

⁸Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' 'Ulum al-Din*, Juz III (Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 2005), 297.

batin untuk dipuji dan dihormati.⁹ Penyakit ini bergerak diam-diam, pelan, kadang bahkan bersembunyi di balik aktivitas yang terlihat religius dan mulia.

Al-Ghazali juga menjelaskan bahwa *riya'* tidak selalu berbentuk tindakan besar atau mencolok. Dalam banyak kasus, *riya'* justru hadir melalui hal-hal kecil yang tampak sepele. Misalnya memperindah bacaan salat ketika ada orang lain, menampilkan wajah sedih agar dianggap zuhud, atau berbicara dengan cara tertentu supaya terlihat berilmu. Penjelasan ini terasa cukup relevan dengan fenomena media sosial hari ini. Banyak orang mungkin tidak secara langsung berniat pamer, tetapi ada kecenderungan untuk membangun citra tertentu di ruang publik digital. Kadang seseorang mengunggah aktivitas ibadah dengan alasan "sharing kebaikan", tetapi di saat yang sama juga menikmati perhatian dan apresiasi yang muncul dari unggahan tersebut. Situasinya jadi agak ambigu, sebab niat manusia sendiri sering berubah-ubah dan tidak selalu mudah dijelaskan secara tegas.¹⁰

Dalam pemikiran Al-Ghazali, pusat dari seluruh tindakan moral manusia terletak pada hati (*qalb*). Hati dipandang sebagai sumber kesadaran spiritual sekaligus penentu kualitas amal seseorang. Karena itu, tindakan yang tampak baik secara lahiriah belum tentu bernilai baik apabila dilakukan dengan motif yang salah. Sebaliknya, amal sederhana yang dilakukan dengan ikhlas justru memiliki nilai spiritual yang lebih tinggi. Pandangan ini menunjukkan bahwa etika Al-Ghazali bersifat sangat batiniah dan reflektif. Moralitas tidak cukup diukur dari penampilan luar, tetapi juga dari kejujuran niat di dalam diri manusia.

Selain *riya'*, Al-Ghazali juga membahas konsep *sum'ah* dan *ujub* yang memiliki hubungan erat dengan penyakit hati manusia. *Sum'ah* merupakan perilaku mencari popularitas melalui sesuatu yang didengar orang lain, sedangkan *ujub* adalah rasa kagum berlebihan terhadap diri sendiri. Ketiga konsep tersebut saling berkaitan dan sering muncul bersamaan. Dalam konteks media sosial modern, relasi ini tampak cukup jelas. Pengguna media sosial tidak hanya ingin dilihat, tetapi juga ingin dibicarakan dan dikagumi. Jumlah *likes*, komentar, dan *followers* kemudian menjadi semacam indikator sosial yang menentukan rasa percaya diri seseorang. Pada titik tertentu, identitas personal perlahan berubah menjadi identitas performatif yang dibentuk berdasarkan penilaian publik.¹¹

Menariknya, Al-Ghazali tidak sepenuhnya menolak keinginan manusia untuk dihargai. Ia menyadari bahwa kecenderungan mencari pengakuan merupakan bagian dari sifat dasar manusia. Akan tetapi yang menjadi persoalan adalah ketika penghargaan manusia dijadikan tujuan utama dari amal dan perilaku sosial seseorang. Dalam kondisi seperti itu, manusia akan mudah kehilangan keikhlasan dan mulai menggantungkan nilai dirinya pada penilaian publik. Jika dikaitkan dengan media sosial, kondisi ini tampak dalam perilaku pengguna yang merasa bahagia ketika mendapat perhatian besar, tetapi merasa cemas atau tidak berarti ketika respons publik menurun. Fenomena ini menunjukkan bahwa ruang digital tidak hanya memengaruhi pola komunikasi manusia, tetapi juga memengaruhi kondisi psikologis dan spiritualnya.

Untuk mengatasi penyakit *riya'*, Al-Ghazali menekankan pentingnya *muhasabah* atau introspeksi diri secara terus menerus. Manusia perlu memeriksa kembali motif di balik setiap tindakan yang dilakukan, termasuk tindakan yang tampak baik sekalipun. Dalam konteks kehidupan digital modern, gagasan ini menjadi sangat relevan. Sebelum mengunggah sesuatu ke media sosial, seseorang perlu bertanya kepada dirinya sendiri: apakah konten ini benar-benar bertujuan memberi manfaat, atau hanya sekadar ingin mendapatkan perhatian dan pengakuan?.

⁹M. Amin Abdullah, *Antara Al-Ghazali dan Kant: Filsafat Etika Islam* (Bandung: Mizan, 2002), 122.

¹⁰Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' 'Ulum al-Din*, 301.

¹¹Al-Ghazali, *Ihya' 'Ulum al-Din*, 305.

Pertanyaan semacam ini mungkin terlihat sederhana, tetapi justru di situlah letak inti etika Al-Ghazali yaitu kesadaran batin yang jujur terhadap dirinya sendiri.¹²

Fenomena *Self-Disclosure* Generasi Z di Media Sosial

Perkembangan media sosial telah melahirkan pola komunikasi baru yang lebih terbuka, cepat, dan sangat personal. Dalam kondisi ini, praktik *self-disclosure* atau keterbukaan diri menjadi sesuatu yang hampir tidak terpisahkan dari kehidupan digital masyarakat modern, terutama Generasi Z. Mereka tumbuh dalam lingkungan yang sejak awal sudah dipenuhi internet, kamera smartphone, notifikasi, dan algoritma media sosial. Karena itu, batas antara ruang privat dan ruang publik seringkali menjadi kabur. Hal-hal yang dulu dianggap cukup disimpan untuk diri sendiri, sekarang justru dipublikasikan secara luas dan terus menerus.¹³

Secara teoritis, *self-disclosure* dipahami sebagai proses ketika seseorang mengungkapkan informasi pribadi, pengalaman, pikiran, maupun emosi kepada orang lain. Dalam komunikasi interpersonal, keterbukaan diri dianggap penting karena dapat membangun kedekatan emosional dan rasa percaya dalam hubungan sosial. Akan tetapi dalam media sosial, praktik *self-disclosure* mengalami pergeseran fungsi. Keterbukaan diri tidak lagi hanya bertujuan membangun relasi interpersonal, tetapi juga menjadi bagian dari pembentukan identitas digital dan pencarian pengakuan sosial.

Generasi Z memiliki karakteristik yang cukup unik dalam menggunakan media sosial. Mereka tidak sekadar memakai media digital untuk berkomunikasi, tetapi juga menjadikannya sebagai ruang eksistensi diri. Instagram dipakai untuk membangun citra visual, TikTok menjadi tempat menunjukkan kepribadian dan gaya hidup, sedangkan platform seperti X sering digunakan untuk meluapkan emosi dan keresahan personal. Dalam situasi tertentu, media sosial bahkan menjadi ruang yang terasa “lebih nyaman” dibanding dunia nyata. Sebagian anak muda merasa lebih mudah bercerita lewat story atau *close friends* daripada berbicara langsung dengan keluarga atau teman di sekitarnya.¹⁴

Fenomena ini kemudian melahirkan berbagai bentuk *self-disclosure* digital. Salah satunya adalah *oversharing*, yaitu kecenderungan membagikan informasi pribadi secara berlebihan di media sosial. Banyak pengguna dengan mudah menceritakan konflik percintaan, masalah keluarga, kondisi kesehatan mental, bahkan pengalaman traumatis kepada publik. Sebagian orang memandang hal tersebut sebagai bentuk keberanian dan kejujuran emosional. Namun di sisi lain, *oversharing* juga menunjukkan adanya perubahan besar dalam cara manusia memahami privasi. Ada semacam kebutuhan untuk terus “hadir” dan terlihat di ruang digital, bahkan ketika yang dibagikan sebenarnya sangat personal.

Selain *oversharing*, fenomena *flexing* juga menjadi bentuk *self-disclosure* yang cukup dominan di kalangan Generasi Z. *Flexing* merujuk pada perilaku memperlihatkan pencapaian, kekayaan, gaya hidup, atau simbol status tertentu di media sosial. Bentuknya bisa sangat beragam, mulai dari foto liburan, barang bermerek, pencapaian akademik, sampai rutinitas produktif sehari-hari. Menariknya, praktik ini tidak hanya dilakukan oleh selebgram atau influencer besar. Mahasiswa biasa, pelajar sekolah, bahkan akun dakwah sekalipun kadang ikut terjebak dalam budaya pencitraan yang sama, hanya dengan kemasan yang berbeda-beda.¹⁵

¹²M. Amin Abdullah, *Antara Al-Ghazali dan Kant*, 133.

¹³Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), 45.

¹⁴Wulan Purnama Sari dan Lydia Irena, “Model Self-Disclosure Generasi Z Pengguna Berat Media Sosial,” *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 12, no. 1 (2023): 151.

¹⁵Firmansyah Yahya, Achmad Wildan Kurniawan, dan Irma Sukmawati, “Instagram Story Sebagai Media Self Disclosure,” *Jurnal Komunikasi Universitas Garut* 10, no. 1 (2024): 55–67.

Media sosial pada akhirnya membentuk budaya validasi digital yang sangat kuat. Pengguna perlahan belajar bahwa perhatian publik dapat diukur melalui jumlah *likes*, komentar, *shares*, dan *followers*. Semakin tinggi respons yang diperoleh, semakin besar pula rasa diterima secara sosial. Akibatnya, banyak individu mulai menggantungkan rasa percaya dirinya pada penilaian publik digital. Tidak sedikit pengguna yang merasa kecewa ketika unggahannya sepi atau merasa cemas ketika tidak mendapat respon sesuai harapan. Kondisi ini memperlihatkan bahwa media sosial bukan hanya memengaruhi pola komunikasi, tetapi juga memengaruhi kondisi psikologis pengguna secara cukup serius.¹⁶

Dalam banyak kasus, budaya validasi digital juga didorong oleh sistem algoritma media sosial itu sendiri. Konten yang bersifat emosional, dramatis, personal, atau kontroversial cenderung lebih mudah viral dan memperoleh *engagement* tinggi. Akibatnya pengguna secara tidak sadar terdorong untuk terus memproduksi konten yang menarik perhatian publik. Ada orang yang mulai membangun persona tertentu demi kebutuhan algoritma, ada yang sengaja menampilkan kesedihan supaya mendapat simpati, bahkan ada pula yang menjadikan aktivitas religius sebagai bagian dari identitas digitalnya. Di titik ini, media sosial perlahan berubah menjadi ruang performatif tempat manusia memainkan versi dirinya masing-masing. Kadang asli, kadang setengah asli, kadang mungkin cuma citra yang dibentuk perlahan-lahan.

Fenomena *self-disclosure* pada Generasi Z sebenarnya tidak dapat dipahami hanya sebagai persoalan komunikasi biasa. Di dalamnya terdapat persoalan identitas, psikologi, budaya populer, bahkan etika. Keterbukaan diri memang dapat memberi manfaat seperti dukungan sosial dan ruang ekspresi personal. Akan tetapi ketika keterbukaan tersebut berubah menjadi kebutuhan akan validasi publik secara terus menerus, maka muncul persoalan moral yang lebih kompleks. Dalam konteks inilah konsep *riyā'* yang dijelaskan Imam Al-Ghazali menjadi relevan untuk membaca fenomena budaya digital kontemporer.¹⁷

Analisis Riyā' Digital dalam Perspektif Moral Imam Al-Ghazali

Fenomena *self-disclosure* yang berkembang di media sosial pada dasarnya tidak selalu bermakna negatif. Dalam beberapa situasi, keterbukaan diri justru dapat membantu individu memperoleh dukungan sosial, membangun relasi, bahkan menyebarkan pesan positif kepada masyarakat luas. Akan tetapi problem mulai muncul ketika aktivitas digital tidak lagi dilakukan secara natural, melainkan diarahkan untuk memperoleh pengakuan dan validasi publik secara terus menerus. Pada titik inilah konsep *riyā'* dalam perspektif Imam Al-Ghazali menjadi relevan untuk digunakan sebagai pisau analisis terhadap budaya media sosial modern.¹⁸

Dalam pemikiran Al-Ghazali, inti dari *riyā'* bukan semata-mata tindakan lahiriah, tetapi orientasi batin yang melatarbelakangi suatu amal. Seseorang dapat melakukan aktivitas yang tampak baik, religius, bahkan bermanfaat bagi orang lain, tetapi amal tersebut kehilangan nilai moral ketika tujuan utamanya bergeser menjadi pencarian pujian manusia. Konsep ini terasa cukup dekat dengan budaya digital saat ini, di mana banyak aktivitas sosial dan religius dipertontonkan melalui media sosial. Konten sedekah, kajian, donasi kemanusiaan, hingga aktivitas ibadah sering dipublikasikan dengan format visual yang sangat menarik dan terkonsep. Kadang memang bertujuan edukatif, tetapi kadang juga terasa seperti membangun citra diri yang "saleh" di hadapan publik digital.¹⁹

¹⁶Selfilia Arum Kristanti dan Nur Eva, "Self-esteem dan Self-disclosure Generasi Z Pengguna Instagram," *Jurnal Penelitian Psikologi* 13, no. 1 (2022): 10–20.

¹⁷Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' 'Ulum al-Din*, Juz III (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2005), 297.

¹⁸M. Amin Abdullah, *Antara Al-Ghazali dan Kant: Filsafat Etika Islam* (Bandung: Mizan, 2002), 122.

¹⁹Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' 'Ulum al-Din*, Juz III (Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2005), 297.

Media sosial menciptakan ruang yang memungkinkan individu terus menerus menampilkan dirinya kepada audiens luas. Sistem *likes*, komentar, dan *followers* menjadikan pengakuan sosial dapat diukur secara langsung dan instan. Dalam kondisi seperti ini, pengguna perlahan terdorong untuk membangun identitas performatif, yaitu identitas yang dibentuk berdasarkan bagaimana ia ingin dilihat oleh publik. Al-Ghazali sebenarnya telah mengingatkan kecenderungan semacam ini ketika membahas perilaku manusia yang memperlihatkan amal demi memperoleh penghormatan sosial. Bedanya, jika pada masa klasik ruang sosial berlangsung secara terbatas, maka di era digital ruang tersebut menjadi sangat luas, cepat, dan hampir tidak pernah berhenti.

Fenomena yang dapat disebut sebagai “*riyā’* digital” muncul ketika media sosial digunakan sebagai sarana pencitraan moral dan spiritual. *Riya’* digital tidak selalu hadir dalam bentuk kesombongan yang vulgar atau terang-terangan. Justru dalam banyak kasus ia tampil sangat halus dan sulit dikenali. Misalnya seseorang mengunggah video sedekah sambil menangis, membagikan rutinitas tahajud setiap malam, atau memperlihatkan aktivitas mengaji dengan visual yang estetik dan emosional. Semua itu mungkin memang dilakukan dengan niat baik. Tetapi dalam perspektif Al-Ghazali, persoalan utamanya terletak pada motif tersembunyi yang ada di balik tindakan tersebut. Apakah benar dilakukan untuk memberi manfaat, atau diam-diam ada harapan untuk dipuji dan dianggap lebih religius?

Persoalan niat menjadi sangat penting dalam etika Al-Ghazali. Menurutny, hati manusia sangat mudah berubah dan dipengaruhi oleh dorongan ego. Kadang seseorang memulai suatu amal dengan niat ikhlas, tetapi di tengah jalan mulai menikmati perhatian dan pengakuan dari orang lain. Dalam konteks media sosial, kondisi ini tampak cukup sering terjadi. Ada pengguna yang awalnya hanya ingin berbagi pengalaman spiritual, tetapi kemudian mulai menyesuaikan kontennya agar mendapat lebih banyak *engagement*. Sedikit demi sedikit, orientasi amal berubah menjadi orientasi performa digital. Dan perubahan seperti ini seringkali berlangsung pelan, samar, bahkan tidak terasa oleh pelakunya sendiri.

Budaya media sosial juga membuat moralitas cenderung berubah menjadi pertunjukan visual. Kesalehan tidak lagi hanya menjadi persoalan hubungan personal dengan Tuhan, tetapi juga menjadi bagian dari identitas publik yang dipamerkan secara terus menerus. Dalam kondisi tertentu, aktivitas religius bahkan dapat berubah menjadi komoditas digital yang menghasilkan popularitas, pengaruh sosial, dan keuntungan ekonomi. Fenomena ustaz selebgram, konten dakwah estetik, hingga tren “*religius lifestyle*” menunjukkan bahwa spiritualitas modern seringkali bercampur dengan logika industri media sosial. Situasi ini membuat batas antara dakwah, branding, dan pencitraan menjadi semakin sulit dibedakan.

Dalam perspektif moral Al-Ghazali, kondisi tersebut dapat dipahami sebagai krisis autentisitas spiritual. Individu menjadi terlalu fokus pada bagaimana dirinya terlihat di hadapan publik dibanding bagaimana kualitas batinnya di hadapan Tuhan. Manusia akhirnya hidup dalam tekanan untuk selalu tampil baik, produktif, inspiratif, dan religius di ruang digital. Akibatnya muncul kelelahan psikologis dan spiritual karena identitas yang ditampilkan tidak selalu sesuai dengan kondisi diri yang sebenarnya. Banyak orang terlihat bahagia dan saleh di media sosial, tetapi diam-diam merasa kosong, cemas, dan lelah mempertahankan citra dirinya sendiri.²⁰

Meskipun demikian, Al-Ghazali tidak mengajarkan manusia untuk sepenuhnya meninggalkan ruang sosial atau menyembunyikan seluruh amal kebaikan. Ia justru menekankan pentingnya *muhasabah* dan kesadaran niat secara terus menerus. Dalam konteks media sosial

²⁰Selfilia Arum Kristanti dan Nur Eva, “Self-esteem dan Self-disclosure Generasi Z Pengguna Instagram,” *Jurnal Penelitian Psikologi* 13, no. 1 (2022): 15.

modern, gagasan ini dapat dimaknai sebagai upaya membangun kesadaran etis sebelum mempublikasikan sesuatu di ruang digital. Pertanyaan sederhana seperti “untuk apa konten ini dibuat?” atau “siapa yang sebenarnya ingin saya puaskan?” menjadi penting untuk diajukan. Sebab dalam pandangan Al-Ghazali, inti moralitas bukan terletak pada seberapa banyak manusia dilihat orang lain, tetapi seberapa jujur ia mengenali dirinya sendiri.²¹

Etika Bermedia Sosial Perspektif Imam Al-Ghazali

Perkembangan media sosial yang begitu cepat membuat persoalan etika digital menjadi semakin penting untuk dibicarakan. Media sosial pada dasarnya bukan sesuatu yang sepenuhnya buruk. Ia dapat menjadi sarana komunikasi, pendidikan, dakwah, bahkan solidaritas sosial yang cukup efektif. Akan tetapi, ketika ruang digital dipenuhi budaya validasi, pencitraan, dan kebutuhan eksistensi yang berlebihan, maka media sosial juga dapat mendorong lahirnya krisis moral dan spiritual. Dalam konteks inilah pemikiran Imam Al-Ghazali menawarkan pendekatan etika yang cukup relevan untuk digunakan sebagai landasan dalam membangun kesadaran bermedia sosial yang lebih reflektif.

Salah satu prinsip utama dalam etika Al-Ghazali adalah pentingnya menjaga keikhlasan (*ikhlas*) dalam setiap tindakan. Menurut Al-Ghazali, amal yang dilakukan semata-mata karena dorongan ingin dipuji manusia akan kehilangan nilai spiritualnya. Karena itu, seseorang perlu terus memeriksa niat di balik perilaku yang dilakukan, termasuk aktivitas di media sosial. Dalam kehidupan digital modern, menjaga keikhlasan tentu bukan perkara mudah. Sistem algoritma media sosial secara terus menerus mendorong pengguna untuk mencari perhatian publik melalui *likes*, komentar, dan jumlah pengikut. Akibatnya, banyak individu secara perlahan menggantungkan rasa percaya dirinya pada respons sosial digital.²²

Konsep keikhlasan yang dijelaskan Al-Ghazali dapat diterapkan melalui sikap lebih hati-hati dalam melakukan *self-disclosure*. Tidak semua aktivitas pribadi perlu dipublikasikan ke ruang digital. Tidak semua amal harus direkam dan dibagikan kepada publik. Dalam beberapa situasi, menjaga sesuatu tetap privat justru menjadi bentuk pengendalian diri yang penting. Al-Ghazali menjelaskan bahwa manusia seringkali tidak sadar ketika keinginan memperoleh pengakuan mulai memengaruhi amal dan perilakunya. Karena itu, kemampuan menahan diri dari kebutuhan untuk selalu terlihat menjadi bagian penting dari latihan moral dan spiritual.

Selain menjaga keikhlasan, Al-Ghazali juga menekankan pentingnya *muhasabah* atau introspeksi diri secara terus menerus. *Muhasabah* dapat dipahami sebagai upaya mengevaluasi niat, perilaku, dan kondisi batin sebelum maupun sesudah melakukan suatu tindakan. Dalam konteks media sosial, *muhasabah* menjadi sangat relevan karena pengguna seringkali mengunggah sesuatu secara impulsif tanpa mempertimbangkan motif maupun dampaknya. Pertanyaan sederhana seperti “apakah unggahan ini benar-benar bermanfaat?” atau “apakah saya sedang mencari perhatian?” dapat menjadi bentuk refleksi etis sebelum seseorang mempublikasikan konten di media sosial.

Etika Al-Ghazali juga menekankan pentingnya pengendalian hawa nafsu. Menurutny, dorongan untuk dipuji, dihormati, dan dikagumi merupakan bagian dari kecenderungan dasar manusia yang harus dikendalikan melalui latihan spiritual. Dalam budaya media sosial modern, dorongan tersebut justru sering diperkuat oleh sistem digital yang sangat kompetitif. Pengguna berlomba-lomba membangun citra diri paling menarik, paling produktif, paling sukses, atau

²¹M. Amin Abdullah, *Antara Al-Ghazali dan Kant*, 133.

²²Abu Hamid Al-Ghazali, *Ihya' 'Ulum al-Din*.

bahkan paling religius. Pada titik tertentu, media sosial tidak lagi menjadi ruang komunikasi, tetapi berubah menjadi arena kompetisi simbolik yang melelahkan secara psikologis.

Karena itu, Al-Ghazali memandang bahwa manusia perlu membangun hubungan yang sehat dengan ruang sosial. Pengakuan manusia tidak boleh dijadikan ukuran utama nilai diri seseorang. Dalam konteks media sosial, prinsip ini penting karena banyak pengguna mengalami kecemasan sosial akibat terlalu bergantung pada validasi digital. Jumlah *likes*, *viewers*, dan *followers* sering dijadikan indikator harga diri, padahal semuanya bersifat sangat sementara dan manipulatif. Ketika perhatian publik menurun, individu dapat merasa kehilangan makna dan kepercayaan dirinya. Kondisi ini menunjukkan bahwa problem media sosial sebenarnya tidak hanya berkaitan dengan teknologi, tetapi juga berkaitan dengan krisis spiritual dan identitas manusia modern.²³

Pendidikan moral digital menjadi salah satu hal yang penting untuk dikembangkan pada Generasi Z. Literasi digital selama ini lebih banyak difokuskan pada kemampuan teknis penggunaan media, sementara aspek etika dan spiritual seringkali kurang mendapat perhatian. Padahal persoalan terbesar media sosial hari ini mungkin bukan hanya hoaks atau *cyberbullying*, tetapi hilangnya kemampuan manusia untuk bersikap jujur terhadap dirinya sendiri. Dalam perspektif Al-Ghazali, moralitas bukan hanya soal hubungan manusia dengan orang lain, tetapi juga hubungan manusia dengan hati dan niatnya sendiri.

Melalui pendekatan tersebut, pemikiran Al-Ghazali sebenarnya menawarkan kritik yang cukup mendalam terhadap budaya digital modern. Ia mengingatkan bahwa manusia tidak seharusnya terlalu sibuk membangun citra diri di hadapan publik sampai melupakan kondisi batinnya sendiri. Media sosial boleh digunakan sebagai sarana berbagi informasi, inspirasi, dan kebaikan. Akan tetapi, ruang digital tetap memerlukan kesadaran etis agar manusia tidak terjebak dalam budaya performatif yang perlahan mengikis kejujuran spiritual dan autentisitas dirinya.

SIMPULAN

Fenomena *self-disclosure* pada Generasi Z menunjukkan bahwa media sosial telah berkembang menjadi ruang yang sangat berpengaruh dalam pembentukan identitas, relasi sosial, bahkan kondisi psikologis masyarakat modern. Keterbukaan diri yang awalnya dipahami sebagai bagian dari komunikasi interpersonal perlahan berubah menjadi budaya digital yang sangat berkaitan dengan kebutuhan eksistensi dan validasi sosial. Pengguna media sosial tidak lagi sekadar berbagi pengalaman hidup, tetapi juga membangun citra diri yang ingin dilihat dan diakui oleh publik. Dalam kondisi tertentu, batas antara ekspresi diri dan pencitraan menjadi sangat tipis, bahkan kadang sulit dibedakan secara jelas.

Melalui perspektif Imam Al-Ghazali, fenomena tersebut dapat dipahami sebagai bentuk transformasi baru dari konsep *riyā'* dalam ruang digital modern. Al-Ghazali menjelaskan bahwa *riyā'* merupakan penyakit hati yang muncul ketika manusia melakukan suatu amal dengan orientasi memperoleh pujian dan penghargaan dari orang lain. Konsep ini menjadi sangat relevan dalam membaca budaya media sosial saat ini, terutama ketika aktivitas religius, gaya hidup, dan pengalaman personal dipertontonkan secara terus menerus demi memperoleh perhatian publik. Media sosial pada akhirnya tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi ruang performatif yang mendorong manusia membangun identitas berdasarkan penilaian sosial digital.

Penelitian ini menunjukkan bahwa budaya validasi digital memiliki hubungan yang cukup

²³Selfilia Arum Kristanti dan Nur Eva, "Self-esteem dan Self-disclosure Generasi Z Pengguna Instagram," *Jurnal Penelitian Psikologi* 13, no. 1 (2022): 17.

dekat dengan munculnya perilaku *riyā'* digital. Sistem algoritma media sosial yang berbasis *engagement* secara tidak langsung mendorong pengguna untuk terus menampilkan sisi tertentu dari dirinya agar memperoleh perhatian publik. Dalam situasi tersebut, orientasi moral manusia dapat bergeser dari keinginan untuk menjadi baik menuju keinginan untuk terlihat baik. Pergeseran ini seringkali berlangsung secara perlahan dan tidak disadari, sebab media sosial membuat pencarian pengakuan sosial tampak normal bahkan dianggap sebagai kebutuhan sehari-hari.

Pemikiran Al-Ghazali menawarkan pendekatan etika yang cukup penting untuk menghadapi problem tersebut. Konsep keikhlasan, *muhasabah*, dan pengendalian diri yang dijelaskan Al-Ghazali dapat menjadi dasar dalam membangun kesadaran bermedia sosial yang lebih reflektif dan sehat. Media sosial tidak harus ditinggalkan sepenuhnya, tetapi pengguna perlu memiliki kesadaran moral terhadap motif dan tujuan dari aktivitas digital yang dilakukan. Dalam konteks ini, pertanyaan tentang niat menjadi sangat penting, sebab inti moralitas dalam perspektif Al-Ghazali bukan hanya terletak pada tindakan lahiriah, tetapi juga pada kondisi batin manusia.

Selain itu, penelitian ini juga memperlihatkan bahwa problem media sosial sebenarnya tidak hanya berkaitan dengan teknologi komunikasi, tetapi juga berkaitan dengan krisis spiritual dan identitas masyarakat modern. Banyak individu hidup dalam tekanan untuk terus terlihat menarik, produktif, sukses, bahkan religius di ruang digital. Akibatnya muncul kelelahan psikologis dan kecemasan sosial karena manusia merasa harus mempertahankan citra diri yang dibangun secara terus menerus. Dalam kondisi seperti ini, etika Al-Ghazali menjadi relevan sebagai bentuk kritik terhadap budaya performatif yang berkembang di era digital.

Berdasarkan hasil penelitian ini, diperlukan penguatan pendidikan etika digital yang tidak hanya berfokus pada kemampuan teknis penggunaan media sosial, tetapi juga pada aspek moral dan spiritual pengguna. Generasi Z perlu didorong untuk membangun hubungan yang lebih sehat dengan media digital melalui kesadaran diri, refleksi batin, dan kemampuan mengontrol kebutuhan validasi sosial. Penelitian selanjutnya juga dapat dikembangkan pada aspek empiris mengenai hubungan antara *riyā'* digital, kesehatan mental, dan budaya media sosial kontemporer agar kajian etika Islam semakin relevan dengan dinamika masyarakat modern saat ini.

REFERENSI

- Abdullah, M. A. (2002). *Antara Al-Ghazali dan Kant: Filsafat etika Islam*. Mizan.
- Al-Ghazali, A. H. (2005). *Ihya' 'ulum al-din* (Juz III). Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah.
- DeVito, J. A. (2016). *The interpersonal communication book*. Pearson Education.
- Hidayat, M. A. (2023). Self disclosure generasi Z pada media sosial TikTok. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 1(1), 81–92.
- Kristanti, S. A., & Eva, N. (2022). Self-esteem dan self-disclosure generasi Z pengguna Instagram. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 13(1), 10–20.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Sari, W. P., & Irena, L. (2023). Model self-disclosure generasi Z pengguna berat media sosial. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 146–164.
- Yahya, F., Kurniawan, A. W., & Sukmawati, I. (2024). Instagram story sebagai media self disclosure. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut*, 10(1), 55–67.