

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menyimpulkan:

1. Fenomena *Law of Attraction* tersebar di media sosial, khususnya TikTok, Instagram, dan YouTube. Penyebaran *Law of Attraction* di media sosial terjadi karena adanya fitur-fitur dari sosial media, seperti unsur *like*, komentar, dan *hashtag*. Penggunaan fitur-fitur tersebut akan membentuk suatu algoritma. Algoritma postingan secara tidak langsung sudah menjadi bukti adanya *Law of Attraction* dalam sebuah konsep. Demikian ini dapat disebut dengan Algoritma Ketertarikan. Selain itu, sebagai konten, konten *Law of Attraction* yang diposting di media sosial juga memberikan pengetahuan seseorang dalam menjalani kehidupan mereka. Postingan yang berisi motivasi-motivasi positif membuat penonton memiliki perubahan pola pikir mereka. Mereka akan lebih menunjukkan *mindset* positif dalam menjalani kehidupan.
2. Terdapat relevansi *Law of Attraction* dengan Tasawuf Al-Ghazālī dalam Kitab *Ihyā' 'ulūm Al-Dīn*. Pertama, kenali keinginan diri. Aspek ini adalah proses memahami dengan jelas apa yang diinginkan. Dalam hal ini, relevansinya dengan Tasawuf Al-Ghazālī adalah dengan konsep tafakur dan niat. Kedua, berikan perhatian penuh pada keinginan. Hal ini melibatkan kemampuan untuk fokus pada penanaman *mindset* positif. Proses dedikasi diri ini akan memengaruhi energi vibrasi di sekitar seseorang. Dalam menjaga maksimalnya energi vibrasi, diperlukan pikiran yang positif. Hal ini sesuai dengan konsep husnudzan yang berarti berprasangka baik. Ketiga, biarkan keinginan menjadi kenyataan. Tidak hanya cukup berharap, tetapi juga perlu tindakan konsisten menuju tujuan. Hal ini sesuai dengan konsep ikhtiar. Dalam ikhtiar, terdapat hambatan yang membuat seseorang khawatir atas hasil usaha. Kekhawatiran dapat menghalangi energi positif yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Dalam

hal ini, seseorang membutuhkan sikap tawakal. Michael J. Losier mengatakan bahwa tidak semua praktik *Law of Attraction* berhasil dengan sempurna. Terdapat perilaku seseorang yang menyebabkan turunnya energi vibrasi, salah satunya merasa khawatir. Ini akan membuat tidak tercapainya keinginan. Dalam hal ini sesuai dengan konsep sabar dan syukur. Sabar diperlukan seseorang dalam menghadapi kegagalan, sedangkan syukur menciptakan perasaan puas terhadap apa yang sudah dimiliki. Fenomena *Law of Attraction* di media sosial memiliki perbedaan dengan praktik secara konsep, yaitu visualisasi dan afirmasi positif. Visualisasi jika dilakukan tanpa keyakinan dan pikiran rasional, ditakutkan akan membuat *thulul amal* (panjang angan-angan). Panjangnya angan-angan dapat membuat manusia menjadi gila akan dunia dan tidak mempersiapkan bekal untuk kehidupan selanjutnya. Sedangkan afirmasi positif, secara pengertian memiliki hubungan dengan konsep praktik *Law of Attraction* yaitu berikan perhatian penuh pada keinginan. Konsep tersebut dihubungkan dengan konsep husnudzan Tasawuf Al-Ghazālī dalam Kitab *Ihyā' 'Ulūm Al-Dīn*.

B. Saran

1) Bagi Masyarakat

Masyarakat diharapkan dapat menambah wawasan dalam menyikapi tren-tren terbaru yang dengan mudah diakses di media sosial. Alangkah baiknya untuk menelaah kembali apa yang dilihat di media sosial dan tidak sembarangan menirukan tren-tren apalagi yang belum tentu sesuai dengan kaidah Islam.

2) Bagi Peneliti Selanjutnya

Pembahasan mengenai praktik *Law of Attraction* belum banyak diteliti oleh peneliti di Indonesia. Peneliti mengharapakan *Law of Attraction* dikaji lebih dalam dan dapat meminimalisir praktik-praktik *Law of Attraction* yang belum sesuai dengan agama Islam.