BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam dua dekade terakhir, perkembangan dalam sektor teknologi informasi dan komunikasi telah memicu perubahan yang besar dalam cara orang berhubungan, mengobrol, dan menunjukkan diri mereka. Platform media sosial kini menjadi tempat baru bagi individu untuk menciptakan identitas, keberadaan, dan menyampaikan informasi. TikTok telah muncul sebagai salah satu aplikasi yang paling digemari, khususnya di kalangan anak muda. Aplikasi video pendek ini tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana untuk membangun citra pribadi, meraih pengakuan sosial, dan bahkan berperan sebagai influencer (P. and J., 2022).

Salah satu fenomena yang sering ditemukan dalam konten TikTok adalah praktik *flexing*, yang merupakan tindakan yang secara eksplisit menunjukkan kekayaan, barang mewah, gaya hidup hedonis, atau keberhasilan pribadi. *Flexing* biasanya dikemas dalam bentuk video yang menampilkan berbagai aktivitas, seperti membeli barang merek terkenal, tinggal di apartemen atau rumah mewah, makan di restoran elit, atau menceritakan keberhasilan finansial dengan cara yang mencolok. Tidak dapat dipungkiri bahwa fleksibilitas memiliki dampak sosial dan kultural yang signifikan, meskipun bagi sebagian orang ini dianggap wajar dalam hal ekspresi diri dan kebebasan digital (Lubis and Sazali, 2023).

Flexing merupakan perilaku memamerkan kekayaan, prestasi, atau status yang dimaksudkan untuk memperoleh pengakuan dan perhatian dari orang lain. Di media sosial, khususnya TikTok. Era sekarang juga menghasilkan banyak influencer di berbagai belahan dunia lewat media sosial mereka sebagai selebgram, vlogger, youtuber, hingga tiktokers. Mereka biasanya menampilkan konten yang menunjukkan pamer kekayaan untuk memenuhi kebutuhan sosialita, yang sering kita sebut sebagai *flexing*. Kegiatan seperti ini menjadi fenomena generasi sekarang yang bertujuan untuk pamer kemewahan (Wayudin Darmalaksana, 2022). Fenomena ini menimbulkan

berbagai tanggapan, di antaranya; ada yang berpendapat bahwa perilaku tersebut adalah bentuk kebanggaan, sementara yang lain menganggapnya sebagai dorongan untuk lebih semangat dalam mencari rezeki (Flexing, 2023).

Fenomena ini dapat memicu rasa iri atau cemburu di antara penonton dan menimbulkan dampak negatif pada nilai-nilai kesederhanaan dan empati yang diajarkan dalam Islam. Perilaku *flexing* yang marak di media sosial dapat bertentangan dengan nilai-nilaietika Islam. Dampak dari *flexing* sangat beragam, baik untuk pelaku maupun bagi orang yang melihatnya, dan hal ini tergantung pada cara individu menanggapi situasi tersebut. Bagi mereka yang melakukan *flexing*, tujuannya bisa jadi positif, seperti menunjukkan penghargaan atas pencapaian pribadi atau memberikan inspirasi kepada orang lain agar memahami bahwa usaha dapat membawa hasil yang baik. Pada dasarnya, *flexing* bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan orang lain kepada pelaku, sehingga mereka merasa tertarik dan cenderung mengikuti apa yang diungkapkan oleh pelaku. Banyak orang menganggap *flexing* sebagai alat promosi, tetapi ada pula yang menyalahgunakan *flexing* sebagai bentuk penipuan. Jika praktik tersebut merugikan orang lain dan mengakibatkan kerugian atau korban, maka hal itu dapat dipandang sebagai tindakan kriminal. Pelaku dapat dikenakan sanksi hukum untuk mempertanggungjawabkan tindakannya (Arsyad, 2022, p. 13).

Dari perspektif semiotik, konten *flexing* yang ada di TikTok dapat dipahami sebagai sebuah sistem tanda yang menyampaikan makna yang lebih dalam daripada sekadar tampilan visual yang terlihat. Tanda-tanda seperti logo merek terkenal, simbol kemewahan, serta bahasa tubuh dan gaya komunikasi baik verbal maupun non-verbal yang terdapat dalam video, mengandung pesan-pesan ideologis dan nilai-nilai sosial tertentu. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis konten-konten ini dengan pendekatan semiotik agar kita dapat memahami bagaimana makna tersebut dibentuk, dikonstruksi, dan disampaikan kepada audiens. Dalam konteks ini, semiotika

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

memiliki kemampuan untuk mengungkap lapisan-lapisan simbol yang tersembunyi di balik praktik *flexing*, yang merupakan bagian dari budaya populer digital (Gidisu, 2020).

Dalam ajaran agama Islam, baik Al-Qur'an maupun Hadits menjelaskan bahwa tujuan utama dari pengembangan akhlak atau etika adalah untuk membentuk individu yang utuh. Hal ini perlu dilakukan dengan merujuk pada teladan yang ditunjukkan oleh Rasulullah saw selama hidupnya, agar manusia dapat terhindar dari tindakan yang negatif.

Etika dan moralitas adalah percakapan umum tentang kehidupan dan perilaku manusia, membedakan manusia dari hewan. Saat ini, banyak respons yang diungkapkan oleh ahli dan masyarakat secara keseluruhan mengenai masalah etika dan moralitas anak-anak di negara ini, yang dianggap telah menyimpang dari nilai-nilai manusia. Permasalahan etika dan moralitas anak-anak di negara ini telah menjadi masalah yang sangat penting di negara ini. Semakin rendah moralitas, dari kecil ke besar, menyebabkan hambatan untuk kemajuan bangsa selama bertahun-tahun. Ini adalah masalah moralitas dan etika yang terjadi antara anak-anak, yang harus masih berada di tahap perkembangan yang positif, sehingga mereka dapat menumbuhkan generasi yang lebih cerdas dengan moralitas dan etika (K Bertens, Etika, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1993), hlm. 3)

Etika Islam adalah sistem nilai dan prinsip yang mendasari perilaku moral dalam kehidupan sehari-hari bagi seorang Muslim. Etika ini mencakup akhlak, perilaku terpuji, dan pedoman dalam menjalani kehidupan sesuai dengan ajaran Al-Qur'an dan Hadits. Dalam Islam, perilaku seseorang diukur dari niat dan dampak dari tindakannya, apakah sejalan dengan prinsip keadilan, kesederhanaan, dan penghormatan kepada sesama. Oleh karena itu, etika Islam memberikan landasan yang kuat untuk menilai tindakan atau perilaku yang mungkin muncul dalam konteks modern, seperti di media sosial. Dampak negatif media sosial yang tidak beretika akan mempengaruhi nilai

moralitas setiap orang (Khaerunisa Nur, 2021). Maka dari itu, Etika Islam memiliki peranan penting dalam menilai perilaku manusia, termasuk tindakan yang dilakukan di dunia maya.

Penelitian mengenai perilaku *flexing* dalam perspektif etika Islam sangat penting untuk memahami bagaimana fenomena ini mempengaruhi individu dan masyarakat secara keseluruhan. Dengan memahami pandangan dalam konteks media sosial, penelitian ini berupaya untuk memberikan wawasan tentang bagaimana prinsip etika Islam dapat diterapkan dalam dunia digital. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk menawarkan panduan moral bagi pengguna media sosial agar lebih bijaksana dalam bertindak. Sebagai penelitian ini penting untuk memperkaya kajian etika Islam dan memperkuat pemahaman tentang dampak media sosial dalam kehidupan modern.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah petingnya tinjauan etika pada fenomena *Flexing* di media sosial. Agar penelitian menjadi lebih terfokus, maka peneliti akan merumuskan pada beberapa pertanyaan berikut:

1. Bagaimana tinjauan Etika Islam tentang *Flexing*?
2. Bagaimana tinjauan semiotika roland barthes tentang *Flexin*g?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas menjadi pijakan untuk menentukan tujuan dari penelitan ini diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Memahami bagaimana tinjaun etika Islam tentang *flexing* .
2. Memahami bagaimana tinjauan semiotik Roland Barthes tentang *flexing*

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah disebutkan, maka tentu penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik manfaat secara teoritis maupun manfaat praktis. adapun beberapa manfaat tersebut adalah:

1. Manfaat Akademis

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

a. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur mengenai etika Islam, khususnya dalam konteks digital dan media sosial. Kajian ini dapat memperluas cakupan teori etika Islam pada fenomena baru yang muncul di era digital, seperti perilaku *flexing* di media sosial.

a. Dengan menggunakan metode semiotik sebagai landasan teoretis, penelitian ini memberikan perspektif baru tentang relevansi ajaran

2. Manfaat Praktis

a. Penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi para pengguna media sosial, terutama mereka yang beragama Islam, tentang bagaimana bersikap dan bertindak secara etis di dunia maya. Dengan memahami prinsip-prinsip etika Islam, pengguna diharapkan dapat menghindari perilaku *flexing* yang berlebihan dan lebih fokus pada kesederhanaan serta ketulusan.

b. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai materi dalam pendidikan media literasi, khususnya terkait etika bermedia sosial. Institusi pendidikan, organisasi masyarakat, atau komunitas agama dapat memanfaatkan penelitian ini untuk memberikan edukasi mengenai pentingnya etika dalam penggunaan media sosial, sehingga para pengguna menjadi lebih sadar akan dampak sosial dari perilaku mereka di media digital.

E. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian yang berjudul ***Flexing Di Media Sosial Tiktok Dalam Tinjauan Etika islam*** menggambarkan alur berpikir yang sistematis dari penulis dalam memahami, menganalisis, serta menarik kesimpulan mengenai *flexing* dalam tinjauan etika islam. Alur ini dimulai dengan mengidentifikasi masalah yang menjadi pokok penelitian, dengan menggunakan metode semiotik serta diakhiri dengan kesimpulan serta implikasi teoretis dan praktis dari hasil penelitian.

Kata *flexing* berasal dari bahasa Inggris, di mana *flax* berarti fleksibel atau lentur, dan flexing adalah bentuk kata kerja yang mengacu pada penggunaan keahlian dan keunggulan seseorang. Pada awalnya, arti kata *flexing* tidak memiliki konotasi negatif. Namun, dalam konteks yang lebih kontemporer, istilah *flexing* digunakan untuk menggambarkan perilaku menunjukkan kelebihan dan pencapaian individu secara mencolok, khususnya oleh para influencer di berbagai bidang melalui platform media sosial. Istilah ini mencerminkan tindakan memamerkan diri tanpa ada batasan privasi, terutama dalam dunia maya.

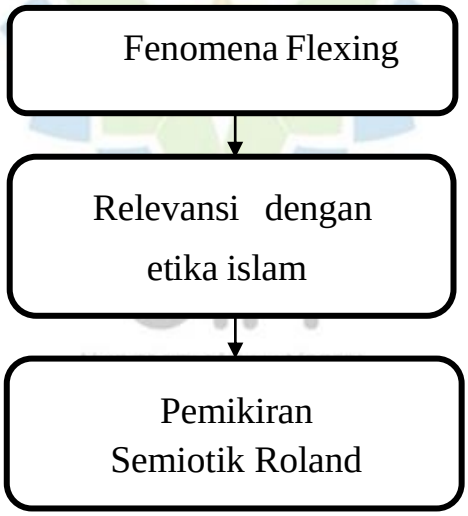
Tindakan *flexing* yang dilakukan oleh influencer TikTok bukan hanya cara untuk menunjukkan kekayaan mereka. *Flexing* ini dianggap sebagai cara simbolik untuk berkomunikasi, menurut beberapa penelitia. Para selebriti TikTok berbagi identitas, nilai, dan citra diri mereka melalui gambar, video, dan keterangan yang mereka bagikan. Pilihan barang mewah, liburan eksklusif, dan gaya hidup mewah semuanya berfungsi sebagai cara untuk mengkomunikasikan status sosial dan kesuksesan.

Teori semiotika menjelaskan tanda-tanda yang dapat mewakili hal-hal, konsep, keadaan, situasi, perasaan, dan kondisi. Studi ini telah berkembang menjadi salah satu bidang teori komunikasi yang tidak dapat dilupakan. Dalam bukunya Theories of Human Communication Edisi Ke-9, Littlejohn (2009) menyatakan bahwa semiotika bertujuan untuk memahami makna tanda atau untuk menginterpretasikan makna tersebut, sehingga seseorang dapat memahami bagaimana komunikator membuat pesan (Kevinia, Putri syahara, Aulia, and Astari, 2024).

Etika atau akhlak merupakan karakter atau ciri dari individu, yaitu kondisi mental yang telah terasah, sehingga pada jiwa tersebut benar-benar terinternalisasi sifat-sifat yang mengarah pada tindakan atau perilaku dengan mudah dan langsung tanpa harus direnungkan atau dibayangkan lagi (Hasanah, 2020). Etika dalam Islam disebutkan sebagai akhlak, kata akhlak

digunakan untuk menyebutan tingkah laku manusia atau tabiat yang baik dan buruk, Kesopanan, keadilan, dan kebaikan dari hati yang tulus (Azra, 2001). Etika juga merupakan salah satu cabang dari filsafat yang mencakup metafisika, psikologi, kosmologi, sosiologi, logika hukum, ilmu sejarah, serta estetika (AR, 2004).

Dalam konteks *flexing,* perilaku ini dapat dikategorikan sebagai riya. *Flexing* di media sosial umumnya bertujuan untuk menunjukkan kekayaan, status sosial, atau kesuksesan kepada audiens yang lebih luas. akan menganggap tindakan ini sebagai tidak sesuai dengan prinsip etika Islam karena niatnya adalah untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain, bukan untuk mendekatkan diri kepada Allah.



F. Hasil Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu disajikan untuk memperlihatkan perbedaan penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian yang akan penulis teliti. Berdasarkan tinjauan yang penulis lakukan bahwasannya penelitian terkait *Flexing* Dan Etika Islam memang telah banyak dilakukan. Penelitian tersebut tertera baik pada skripsi, artikel, jurnal, dan karya tulis ilmiah lainnya.

1) Penelitian yang berjudul "Konsep Etika Dalam Pandanan Al – Ghazali" yang ditulis oleh Hasanah, Akhyar, Syarifah, Saifuddin, dan Monica (Hasanah, Akhyar, Muzana, Saifuddin, & Monica, 2021). Menyatakan

bahwa bawa konsep etika dalam Imam Al-Ghazali yaitu tetap mengikuti Ajaran yang terdapat dalam Al-Qur'an dan Hadits harus diterapkan melalui berbagai sikap dan tindakan yang baik, yang dapat dirincikan sebagai pembentukan etika melalui Takhalli, yaitu proses menghilangkan sifat buruk dari diri, Tahalli yang berarti mengisi diri dengan sikap-sikap terpuji, dan Tajalli yang menjadi penyempurna semua tindakan positif atau akhlak yang baik. Dengan menerapkan metode teladan, pengalaman, latihan, dan usaha yang sungguh-sungguh, kita dapat mencapai kesucian jiwa dalam berperilaku dan bersikap dengan baik.

2) Penelitian yang berjudul " Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Menaikkan Popularits Diri Sebagai Gaya Hidup " yang ditulis oleh Syafruddin pohan, Putri Munawwarah, dan July Susanty Br Sinuraya (Syafruddin, putri, & July, 2023). Menjelaskan bahwa Fenomena flexing sebaiknya dijauhi karena dapat menimbulkan sikap pamer atau show off. Sikap pamer tidak disarankan bagi umat Islam karena dapat memberikan efek buruk kepada diri sendiri maupun orang lain. Pamer adalah sifat yang tercela dan bisa mengantarkan seseorang ke Neraka. Mereka yang berbohong adalah individu yang tidak percaya kepada Allah dan kepada Ayat-ayat-Nya. Sesungguhnya, azab Allah sangatlah menyakitkan.
3) Penelitian yang berjudul " Fenomena Flexing : Pamer Di Media Sosial Dalam Perspertif Etika Islam " yang ditulis oleh Anisatul Mardiah (Anisatul M, 2022). Yang menjelaskan bahwa Fenomena flexing atau menunjukkan kekayaan dan kehidupan mewah di media sosial dianggap tidak etis karena bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam perspektif Islam, kekayaan merupakan ornament dunia yang berfungsi sebagai ujian. Kekayaan hanyalah kenikmatan yang Allah titipkan untuk menguji hamba-Nya, apakah mereka bersyukur atau malah ingkar. Kekayaan tidak seharusnya menjadi tolok ukur untuk menilai martabat seseorang. Seseorang dianggap mulia bukan karena liburan mewah, pakaian mahal, mobil besar,

atau rumah megah, melainkan karena ketakwaannya. Oleh karena itu, hindarilah perilaku pamer atau riya'. Riya' adalah hal yang berbahaya karena dapat membatalkan amal dan menarik kemarahan Allah. Jangan biarkan ibadah ternoda, amal lenyap, pahala hilang, dan Allah marah karena riya' saat bersosial media. Kekayaan yang dibanggakan di dunia tidak akan mendatangkan kebaikan jika hanya ditunjukkan kepada orang lain. Akan lebih baik jika kekayaan itu digunakan untuk kebaikan tanpa perlu diumbar kepada orang lain untuk tujuan kesombongan.

4) Penelitian yang berjudul " Analisis Etika Ibnu Miskawaih Terhadap Fenomena Flexing Di Media Sosial " yang ditulis oleh Arip Budiman (AB Budiman, 2023) . Yang menjelaskan Relevansi antara gagasan etika Miskawaih, khususnya kesederhanaan dan keseimbangan, terhadap perilaku flexing yang menunjukkan keinginan untuk tampil sebagai individu yang istimewa dan unggul. Temuan dan analisis dari penelitian ini memperlihatkan bahwa fenomena flexing di media sosial berhubungan dengan prinsip-prinsip etika Miskawaih seperti kesederhanaan dan keseimbangan, yang relevan dalam mengevaluasi perilaku flexing yang sering kali mencerminkan hasrat untuk terlihat eksklusif, tampil menonjol, atau dianggap lebih baik. Kesimpulan menekankan bahwa kajian etika Miskawaih memberikan wawasan tentang fenomena flexing dengan menyoroti ketidakcocokan perilaku ini dengan nilai-nilai etika dalam Islam. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya meliputi penggabungan aspek psikologis dan sosiologis, pemahaman tentang motivasi pribadi di balik flexing, efeknya terhadap kesehatan mental, dan keterkaitannya dengan perkembangan teknologi informasi.
5) Penelitian yang berjudul " Pengaruh Flexing Di Media Sosial Dalam Perspektif Islam " yang ditulis oleh Rangga Salam dan Dewi Sundari (Rangga dan Dewi, 2023). Yang menjelaskan bahwa Ekonomi Islam menganggap flexing sebagai salah satu bentuk perilaku yang berlebihan. Penelitian ini menunjukkan bahwa trend flexing ialah

aktivitas yang menampilkan apa yang dimiliki secara mencolok melalui media sosial yang mudah diakses dan cepat menyebar. Islam mengajarkan pentingnya menjaga keseimbangan antara kehidupan dunia dan kehidupan akhirat, antara kebutuhan jasmani dan rohani, serta antara kepentingan pribadi dan kepentingan orang lain. Ekonomi Islam menawarkan solusi untuk menghindari perilaku flexing, yaitu: memahami apa yang benar-benar diperlukan, mengonsumsi barang yang Halal dan Toyyib, menghabiskan harta untuk kehidupan di dunia dan akhirat, serta berpenampilan sederhana tanpa memamerkan kekayaan.

Meskipun penelitian ini memiliki kesamaan dalam bidang tema dengan penelitian terdahulu yang membahas etika dalam konteks media sosial, penelitian ini memiliki perbedaan yang signifikan dalam pendekatan dan fokus kaianya. Penelitian ini secara khusus mengkaji fenomena flexing di media sosial Tiktok melali perspektf etika Islam, yang belum banyak dibahas secara mendalam di penelitian terdahulu. Dengan demikian penelitian ini menawarkan nilai kebaruan dengan menghadirkan analisis yang mengintegrasikan pandangan semiotik Roland, sehingga dapat memperkaya khazanah keilmuan dalam kajian etika Islam dan media sosial.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG