

ABSTRAK

Fenomena *flexing* di media sosial merupakan salah satu bentuk perilaku menampilkan kekayaan, pencapaian, gaya hidup, maupun kelebihan diri kepada publik yang semakin berkembang seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial. Fenomena tersebut menjadi persoalan penting ketika tindakan menampilkan diri tidak lagi sebatas berbagi informasi atau pengalaman, tetapi berorientasi pada pencarian perhatian, pujian, pengakuan, dan validasi sosial. Dalam perspektif Al-Qur'an, perilaku yang berorientasi pada penilaian manusia memiliki keterkaitan dengan konsep *riya'* dan *sum'ah* yang mendapatkan kritik secara tegas. Fenomena tersebut menunjukkan adanya persoalan etis yang perlu dikaji secara lebih mendalam melalui perspektif Al-Qur'an agar perkembangan media sosial tidak hanya dipahami dari aspek komunikasi dan teknologi, tetapi juga dari aspek moral dan spiritual.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis konsep *riya'* dan *sum'ah* berdasarkan ayat-ayat Al-Qur'an secara tematik, mengidentifikasi karakteristik fenomena *flexing* di media sosial serta keterkaitannya dengan *riya'* dan *sum'ah*, serta menganalisis kritik Al-Qur'an terhadap perilaku tersebut dan relevansinya dalam menyikapi fenomena *flexing* di media sosial. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode penelitian kepustakaan. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan tafsir tematik atau tafsir maudhu'i dengan menjadikan Al-Qur'an sebagai sumber primer dan kitab-kitab tafsir serta berbagai literatur ilmiah sebagai sumber sekunder. Analisis data dilakukan melalui proses pengumpulan ayat-ayat yang berkaitan dengan *riya'* dan *sum'ah*, pengelompokan ayat berdasarkan tema, analisis makna dan konteks ayat, serta kontekstualisasi hasil penafsiran dengan fenomena *flexing* di media sosial.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *riya'* dan *sum'ah* pada dasarnya berkaitan dengan pergeseran orientasi perilaku dari mencari keridaan Allah kepada mencari penilaian dan pengakuan manusia. *Riya'* lebih menonjolkan aspek memperlihatkan amal atau kelebihan diri kepada manusia, sedangkan *sum'ah* berkaitan dengan tindakan memperdengarkan atau mengomunikasikan kelebihan diri agar diketahui dan memperoleh penghargaan sosial. Fenomena *flexing* di media sosial memiliki karakteristik berupa penampilan kekayaan, barang mewah, pencapaian, gaya hidup, dan berbagai simbol status yang disertai dengan kecenderungan memperoleh perhatian, validasi, dan pengakuan publik.

Kritik Al-Qur'an terhadap *riya'* dan *sum'ah* menunjukkan pentingnya menjaga keikhlasan serta menghindari menjadikan harta, amal, pencapaian, dan kelebihan diri sebagai sarana memperoleh pujian atau superioritas sosial. Dalam konteks fenomena *flexing*, nilai-nilai Al-Qur'an memiliki relevansi sebagai landasan etis dalam menggunakan media sosial secara bijaksana. Al-Qur'an mengarahkan manusia untuk membangun sikap ikhlas, syukur, tawadhu', sederhana, dan bertanggung jawab dalam menggunakan nikmat yang dimiliki.

Kata Kunci: *Riya'*, *Sum'ah*, *Flexing* Media Sosial



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG