

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang sangat besar terhadap pola kehidupan manusia, termasuk dalam cara seseorang berkomunikasi, membangun relasi sosial, menampilkan identitas diri, dan memperoleh pengakuan dari lingkungan sekitarnya. Kehadiran media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, dan berbagai platform digital lainnya telah menciptakan ruang publik baru yang memungkinkan seseorang menampilkan berbagai sisi kehidupannya kepada khalayak dalam waktu yang relatif cepat dan luas. Media sosial pada dasarnya memberikan banyak manfaat bagi kehidupan manusia, seperti mempermudah komunikasi, memperluas akses informasi, mendukung kegiatan pendidikan, ekonomi, dakwah, dan membangun jejaring sosial. Perkembangan tersebut juga melahirkan berbagai persoalan baru ketika media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk membangun citra diri, memperoleh perhatian, menunjukkan status sosial, dan mendapatkan pengakuan dari orang lain. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi sekadar menjadi alat komunikasi, melainkan telah menjadi bagian dari proses pembentukan identitas dan ekspresi sosial masyarakat (Hannan, 2021).

Salah satu fenomena yang berkembang dalam ruang sosial digital tersebut adalah *flexing*. Istilah *flexing* pada mulanya digunakan untuk menggambarkan tindakan menunjukkan atau memamerkan sesuatu yang dianggap dapat meningkatkan citra seseorang di hadapan orang lain. Dalam perkembangannya di media sosial, *flexing* banyak digunakan untuk menggambarkan perilaku memamerkan kekayaan, barang bermerek, kendaraan, rumah mewah, perjalanan, pencapaian, gaya hidup, jabatan, maupun bentuk keberhasilan tertentu kepada publik. Fenomena tersebut menjadi semakin mudah dilakukan karena karakter media sosial memungkinkan seseorang memilih, mengatur, dan menyebarluaskan representasi tertentu mengenai dirinya kepada khalayak. Apa yang ditampilkan di media sosial tidak selalu menggambarkan keseluruhan realitas kehidupan

seseorang, tetapi dapat menjadi bentuk konstruksi citra yang sengaja dibangun untuk memperoleh respons sosial tertentu. Sifa, Syachrofi, dan Winarto (2023) menyebut *flexing* culture sebagai budaya memamerkan kekayaan dan status sosial yang berkembang terutama di ruang digital dan berpotensi melahirkan gaya hidup materialistik, kesenjangan sosial, serta persoalan spiritual.

Fenomena *flexing* menjadi persoalan yang menarik ketika tindakan menampilkan sesuatu kepada publik tidak lagi berhenti pada fungsi informatif, tetapi berkaitan dengan orientasi seseorang terhadap penilaian orang lain. Media sosial menyediakan indikator-indikator sosial yang mudah diamati, seperti jumlah *likes*, komentar, *views*, pengikut, *shares*, dan bentuk respons lainnya. Indikator tersebut dapat menjadikan perhatian publik sebagai sesuatu yang bernilai bagi pengguna media sosial. Akibatnya, seseorang dapat terdorong untuk terus menampilkan kehidupan yang dianggap menarik, mewah, berhasil, atau lebih tinggi daripada orang lain. Dalam konteks ini, persoalan *flexing* tidak hanya dapat dilihat dari aspek ekonomi atau gaya hidup, tetapi juga perlu dipertimbangkan dari aspek moral dan spiritual karena terdapat kemungkinan bahwa tindakan menampilkan sesuatu kepada publik berhubungan dengan kebutuhan akan pujian, popularitas, pengakuan, dan pencitraan. Penelitian mengenai *flexing* di media sosial juga menunjukkan bahwa perilaku tersebut dapat berupa pamer pakaian maupun berbagai barang yang mengindikasikan kemewahan, seperti rumah, kendaraan, telepon genggam, dan benda-benda lainnya (Manurung, 2023).

Dalam perspektif Islam, persoalan tersebut menjadi semakin penting karena Islam tidak hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah, tetapi juga memberikan perhatian terhadap pembentukan akhlak dan orientasi batin manusia. Al-Qur'an memberikan perhatian besar terhadap persoalan niat, keikhlasan, kesombongan, kecintaan berlebihan terhadap kehidupan dunia, serta kecenderungan manusia untuk mencari pengakuan dari sesamanya. Tindakan seseorang dalam menampilkan kekayaan atau keberhasilan tidak dapat langsung dinilai hanya berdasarkan bentuk luarnya. Hal yang juga perlu diperhatikan adalah tujuan, motivasi, dan orientasi yang berada di balik tindakan tersebut. Seseorang dapat memperlihatkan harta atau keberhasilannya karena alasan yang berbeda-

beda, sehingga tidak setiap bentuk publikasi mengenai kekayaan secara otomatis dapat disebut sebagai *riya'*, *sum'ah*, atau perilaku tercela. Perbedaan antara tindakan lahiriah dan orientasi batin inilah yang menjadi penting dalam penelitian mengenai *flexing* dari perspektif Al-Qur'an.

Konsep *riya'* menjadi salah satu konsep utama yang relevan untuk membaca persoalan tersebut. Secara umum, *riya'* berkaitan dengan tindakan melakukan sesuatu dengan maksud agar dilihat dan memperoleh penilaian tertentu dari manusia. Dalam kajian Al-Qur'an, *riya'* tidak hanya berkaitan dengan penampilan fisik suatu perbuatan, tetapi juga menyentuh persoalan orientasi manusia terhadap penilaian sosial. Zulfikar (2019) menjelaskan bahwa *riya'* dalam perspektif Al-Qur'an berkaitan dengan perbuatan yang orientasinya tidak sepenuhnya ditujukan kepada Allah, tetapi diarahkan kepada manusia untuk memperoleh pujian, popularitas, kedudukan, atau penghormatan.

Salah satu ayat yang secara tegas menggambarkan perilaku *riya'* terdapat dalam QS. al-Baqarah [2]: 264. Allah Swt. berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَبْطُلُوا صَدَقَاتِكُمْ بِالْمَنِّ وَالْأَذَى كَالَّذِي يُنْفِقُ مَالَهُ رِئَاءَ النَّاسِ وَلَا يُؤْمِنُ بِاللَّهِ
وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَمَثَلُهُ كَمَثَلِ صَفْوَانٍ عَلَيْهِ ثُرَابٌ فَأَصَابَهُ وَابِلٌ فَتَرَكَهُ صَلْدًا لَا يَقْدِرُونَ عَلَى شَيْءٍ مِّمَّا كَسَبُوا وَاللَّهُ
لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

“Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu merusak sedekahmu dengan menyebut-nyebutnya dan menyakiti (perasaan penerima), seperti orang yang menginfakkan hartanya karena *riya* (pamer) kepada manusia dan dia tidak beriman kepada Allah dan hari Akhir. Perumpamaannya seperti batu yang licin yang di atasnya ada debu, kemudian batu itu ditimpa hujan lebat, maka tinggallah batu itu licin lagi. Mereka tidak memperoleh sesuatu apa pun dari apa yang mereka kerjakan. Dan Allah tidak memberi petunjuk kepada orang-orang kafir.”

Ayat tersebut memperlihatkan bahwa Al-Qur'an memberikan kritik terhadap tindakan yang secara lahiriah tampak sebagai perbuatan baik, tetapi kehilangan orientasi keikhlasannya karena diarahkan untuk mendapatkan penilaian manusia. Perumpamaan tentang batu licin yang kehilangan debunya menunjukkan bahwa suatu perbuatan dapat kehilangan nilai ketika orientasi yang

mendasarinya tidak sesuai dengan tujuan yang semestinya. Dalam konteks penelitian ini, pesan tersebut penting karena *flexing* juga melibatkan proses menampilkan sesuatu kepada manusia, meskipun bentuk dan objek yang ditampilkan dapat berbeda dengan konteks sedekah dalam ayat. Oleh sebab itu, ayat tersebut tidak digunakan untuk menyatakan bahwa seluruh bentuk *flexing* pasti merupakan *riya'*, tetapi menjadi dasar untuk mengkaji bagaimana Al-Qur'an memandang orientasi manusia ketika melakukan atau menampilkan sesuatu di hadapan orang lain.

Pembahasan mengenai *riya'* juga ditemukan dalam QS. al-Ma'un [107]: 4–6, yang memberikan gambaran mengenai orang-orang yang melakukan ibadah tetapi lalai terhadap substansi ibadah tersebut dan melakukannya dengan orientasi untuk mendapatkan perhatian manusia. Allah Swt. berfirman:

فَوَيْلٌ لِلْمُصَلِّينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ هُمْ عَنْ صَلَاتِهِمْ سَاهُونَ ﴿٢﴾ الَّذِينَ هُمْ يُرَآؤْنَ

“Maka celakalah orang-orang yang salat, (yaitu) orang-orang yang lalai terhadap salatnya, yang berbuat *riya'*.”

Ayat tersebut memperlihatkan bahwa kritik Al-Qur'an terhadap *riya'* tidak semata-mata berkaitan dengan tindakan yang dilakukan, tetapi juga menyangkut orientasi manusia ketika melakukan suatu tindakan. *Riya'* memperlihatkan adanya pergeseran tujuan dari pengabdian kepada Allah menuju pencarian perhatian manusia. Dalam konteks media sosial, persoalan tersebut menjadi semakin kompleks karena tindakan yang sebelumnya berlangsung dalam ruang sosial terbatas kini dapat dipublikasikan kepada khalayak yang jauh lebih luas. Bahkan, aktivitas yang bersifat personal dapat berubah menjadi tontonan publik ketika seseorang memilih untuk mengunggahnya ke media sosial. Kondisi ini membuka ruang bagi munculnya persoalan baru mengenai batas antara berbagi pengalaman, membangun motivasi, melakukan promosi diri, dan mencari pengakuan sosial.

Selain *riya'*, penelitian ini juga menempatkan *sum'ah* sebagai konsep penting. Secara konseptual, *sum'ah* memiliki kedekatan dengan *riya'*, tetapi terdapat perbedaan penekanan. *Riya'* lebih berkaitan dengan keinginan agar suatu perbuatan dilihat oleh manusia, sedangkan *sum'ah* berkaitan dengan keinginan agar suatu perbuatan atau kelebihan seseorang didengar, diketahui, dan menjadi

bahan pembicaraan orang lain. Dalam perkembangan media sosial, batas antara keduanya dapat menjadi semakin cair karena media sosial bekerja melalui perpaduan antara tampilan visual, teks, suara, video, komentar, dan penyebaran informasi. Penelitian ini tidak bermaksud memaksakan istilah *sum'ah* sebagai istilah yang secara eksplisit disebutkan dalam setiap ayat yang dikaji, tetapi berusaha menelusuri nilai dan karakter perilaku yang memiliki keterkaitan dengan orientasi manusia terhadap perhatian, pengakuan, dan penilaian publik.

Posisi *sum'ah* tersebut penting untuk ditegaskan karena penelitian ini tidak hanya membicarakan pamer yang dilihat, tetapi juga pamer yang ingin diketahui dan dibicarakan. Seorang pengguna media sosial, misalnya, tidak hanya dapat memamerkan kendaraan, rumah, pakaian, perjalanan, atau barang mewah melalui gambar dan video, tetapi juga dapat membangun narasi mengenai pencapaian, status sosial, hubungan dengan tokoh tertentu, prestasi, maupun bentuk keberhasilan lainnya. Fenomena *flexing* memiliki dimensi visual sekaligus komunikatif. Pada titik inilah konsep *riya'* dan *sum'ah* dapat digunakan sebagai perangkat konseptual untuk membaca bagaimana orientasi terhadap pandangan dan pembicaraan manusia muncul dalam perilaku digital.

Penting untuk menghindari penyederhanaan bahwa setiap orang yang mengunggah sesuatu mengenai kehidupannya di media sosial dapat langsung dikategorikan sebagai pelaku *riya'* atau *sum'ah*. Media sosial memiliki fungsi yang sangat beragam. Seseorang dapat mengunggah barang yang dimilikinya untuk kepentingan bisnis, melakukan dokumentasi, memberikan informasi, berbagi pengalaman, menginspirasi orang lain, atau sekadar mengekspresikan dirinya. Bahkan, dalam konteks ibadah seperti sedekah, publikasi suatu perbuatan dapat memiliki tujuan yang berbeda dan tidak selalu identik dengan *riya'*. Penelitian mengenai *flexing* sedekah menunjukkan bahwa terdapat perbedaan pandangan mengenai publikasi amal, karena menampilkan amal secara terbuka pada kondisi tertentu dapat dipandang sebagai sarana motivasi, sementara pada kondisi lain dapat berpotensi membawa seseorang kepada *riya'* (Romadhon, 2024).

Atas dasar itu, persoalan utama penelitian ini bukan sekadar menentukan apakah *flexing* itu halal atau haram, melainkan mengidentifikasi karakteristik *flexing* yang memiliki keterkaitan dengan konsep *riya'* dan *sum'ah* serta memahami bagaimana Al-Qur'an memberikan kritik terhadap orientasi perilaku tersebut. Pendekatan semacam ini diperlukan agar penelitian tidak menghasilkan generalisasi yang terlalu sederhana. Kritik Al-Qur'an terhadap *riya'*, kesombongan, berlebih-lebihan, dan keterikatan berlebih terhadap kehidupan dunia perlu dipahami berdasarkan konteks ayat, struktur makna, serta penafsiran para mufasir. Fenomena *flexing* ditempatkan sebagai fenomena kontemporer yang kemudian dibaca melalui prinsip-prinsip etika Al-Qur'an, bukan sebaliknya memaksakan fenomena modern ke dalam ayat tertentu.

Kajian mengenai *flexing* dalam perspektif Al-Qur'an sebenarnya telah mulai dilakukan oleh beberapa peneliti di Indonesia. Sifa, Syachrofi, dan Winarto (2023), misalnya, mengkaji budaya *flexing* melalui pendekatan tafsir tematik dengan menyoroti ayat-ayat tentang kekayaan, kesombongan, dan kehidupan dunia. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa budaya *flexing* memiliki keterkaitan dengan perilaku *takabbur*, *riya'*, dan *israf*, serta bertentangan dengan prinsip kesederhanaan, syukur, dan penggunaan harta secara bertanggung jawab. Kajian lain mengenai *flexing* juga dilakukan melalui pendekatan semantik terhadap QS. al-Hadid [57]: 20 dengan menempatkan *flexing* sebagai perilaku yang memperlihatkan kekayaan dan pencapaian kepada masyarakat serta berkaitan dengan kecenderungan manusia terhadap kehidupan dunia (Sandimula, 2024).

Di sisi lain, penelitian yang secara khusus menghubungkan *riya'* dengan *flexing* di media sosial juga telah dilakukan. Hasibuan (2024) mengkaji *riya'* dalam bentuk *flexing* ibadah di media sosial untuk pencitraan dan menemukan bahwa publikasi ibadah yang berlebihan dapat berpotensi menggeser orientasi ibadah dari mencari rida Allah menuju pencarian pujian, pengakuan, dan popularitas. Penelitian tersebut memiliki kedekatan dengan penelitian yang akan dilakukan, tetapi objeknya lebih spesifik pada *flexing* dalam bentuk ibadah,

sedangkan penelitian ini diarahkan pada fenomena *flexing* secara lebih luas dengan menggunakan konsep *riya'* dan *sum'ah* sebagai fokus analisis.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Manurung (2023) membahas fenomena *flexing* di media sosial melalui pendekatan *ma'ani al-hadith* dengan fokus pada hadis mengenai ancaman memamerkan pakaian. Penelitian tersebut memperlihatkan bahwa fenomena *flexing* dapat mencakup berbagai bentuk pemameran barang yang menunjukkan kemewahan dan bahwa persoalan tersebut tidak terbatas pada pakaian saja. Hal ini menunjukkan bahwa fenomena *flexing* telah menjadi objek kajian keislaman dengan berbagai pendekatan. Masih diperlukan kajian yang secara lebih terarah menempatkan *riya'* dan *sum'ah* sebagai konsep Qur'ani utama, kemudian menghubungkan hasil analisis tematik terhadap ayat-ayat tersebut dengan fenomena *flexing* secara lebih luas di media sosial.

Kebutuhan terhadap penelitian tersebut semakin kuat karena fenomena *flexing* tidak hanya berkaitan dengan persoalan kepemilikan barang, tetapi juga dengan perubahan cara manusia memandang dirinya sendiri dan orang lain. Ketika kekayaan, pencapaian, popularitas, dan gaya hidup dijadikan sebagai simbol keberhasilan yang terus dipertontonkan, media sosial dapat menjadi ruang reproduksi nilai yang menempatkan penampilan dan pengakuan sosial sebagai ukuran keberhasilan. Penelitian mengenai budaya *flexing* dalam perspektif Al-Qur'an menunjukkan bahwa fenomena tersebut dapat berkaitan dengan materialisme dan krisis spiritual, sehingga persoalannya tidak berhenti pada konsumsi atau gaya hidup, tetapi menyentuh dimensi nilai dan orientasi manusia (Sifa, 2023).

Dalam perspektif Al-Qur'an, harta pada dasarnya bukan sesuatu yang harus ditolak. Al-Qur'an mengakui keberadaan harta, keindahan, kenikmatan dunia, dan berbagai karunia yang diberikan kepada manusia. Persoalannya terletak pada bagaimana manusia memandang, menggunakan, dan menampilkan semua karunia tersebut. Harta dapat menjadi sarana kemaslahatan ketika digunakan secara bertanggung jawab, tetapi dapat pula menjadi sumber kesombongan dan kelalaian ketika menjadikan manusia terikat pada kehidupan

dunia. Karena itu, kritik Al-Qur'an terhadap *flexing* tidak seharusnya dipahami sebagai larangan mutlak untuk memiliki sesuatu yang mahal atau menikmati kehidupan yang baik. Kritik tersebut lebih tepat diarahkan pada sikap batin, perilaku berlebihan, kesombongan, pencarian pengakuan, serta menjadikan kepemilikan materi sebagai sarana untuk meninggikan diri di hadapan orang lain.

Dimensi tersebut dapat dilihat pula dalam QS. al-Hadid [57]: 20 yang menggambarkan kehidupan dunia dengan berbagai bentuk permainan, perhiasan, saling berbangga, dan berlomba-lomba dalam kekayaan serta anak. Allah Swt. berfirman:

أَعْلَمُوا أَنَّمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَلَهُمْ زِينَةٌ وَتَفَاخُرٌ بَيْنَكُمْ وَتَكَاثُرٌ فِي الْأَمْوَالِ وَالْأَوْلَادِ كَمَثَلِ غَيْثٍ
أَعْجَبَ الْكُفَّارَ نَبَاتُهُ ثُمَّ يَهِيجُ فَتَرَاهُ مُصْفَرًّا ثُمَّ يَكُونُ حُطَمًا وَفِي الْآخِرَةِ عَذَابٌ شَدِيدٌ وَمَغْفِرَةٌ مِّنَ اللَّهِ وَرِضْوَانٌ
وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا مَتَاعُ الْغُرُورِ

“Ketahuilah, sesungguhnya kehidupan dunia itu hanyalah permainan, kelengahan, perhiasan, saling berbangga di antara kamu dan berlomba dalam kekayaan dan anak keturunan, seperti hujan yang tanam-tanamannya mengagumkan para petani; kemudian tanaman itu menjadi kering dan kamu lihat warnanya kuning kemudian menjadi hancur. Dan di akhirat ada azab yang keras dan ampunan dari Allah serta keridaan-Nya. Dan kehidupan dunia tidak lain hanyalah kesenangan yang memperdaya.”

Ayat tersebut memiliki relevansi yang kuat dengan fenomena *flexing* karena salah satu karakter yang disebutkan dalam ayat adalah tafakhur, yaitu saling berbangga, serta takathur fi al-amwal, yaitu berlomba-lomba dalam memperbanyak harta. Kajian terhadap QS. al-Hadid [57]: 20 menunjukkan bahwa ayat tersebut dapat digunakan untuk membaca fenomena *flexing* karena adanya hubungan antara kehidupan dunia, kekayaan, pencapaian, dan kecenderungan manusia untuk mempertontonkan atau membandingkan kepemilikan dan keberhasilannya (Sandimula, 2024). Penelitian ini memiliki ruang untuk memperluas pembahasan dari sekadar persoalan gaya hidup menuju persoalan orientasi moral yang melatarbelakanginya.

Berdasarkan uraian tersebut, terlihat bahwa fenomena *flexing* di media sosial memiliki kompleksitas yang tidak cukup dijelaskan hanya melalui

perspektif ekonomi, psikologi, komunikasi, atau gaya hidup. Fenomena tersebut juga memiliki dimensi etis yang berkaitan dengan bagaimana seseorang memandang harta, pencapaian, status sosial, dan penilaian manusia. Pada titik inilah Al-Qur'an memiliki posisi penting sebagai sumber nilai untuk memberikan kritik dan menawarkan orientasi moral terhadap perilaku manusia. Kajian terhadap *riya'* dalam Al-Qur'an menunjukkan bahwa persoalan pencarian pujian dan popularitas merupakan bagian dari persoalan moral yang perlu mendapatkan perhatian serius (Zulfikar, 2019).

Penelitian ini kemudian diarahkan untuk mengkaji konsep *riya'* dan *sum'ah* dalam perspektif Al-Qur'an melalui analisis tematik. Pendekatan tematik dipandang relevan karena konsep *riya'* dan *sum'ah* tidak cukup dipahami hanya melalui satu ayat, tetapi perlu ditelusuri melalui berbagai ayat yang memiliki keterkaitan makna dengan perilaku mencari perhatian, pujian, pengakuan, kesombongan, berbangga-bangga, dan orientasi terhadap kehidupan dunia. Kajian semacam ini memungkinkan peneliti untuk menyusun pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana Al-Qur'an memandang perilaku manusia yang menjadikan penilaian sosial sebagai salah satu orientasi kehidupannya. Penelitian terdahulu mengenai *riya'* juga telah menggunakan metode tematik untuk menghimpun ayat-ayat yang berkaitan dengan *riya'* dan menghubungkannya dengan perilaku manusia dalam kehidupan sehari-hari (Zulfikar, 2019).

Selanjutnya, hasil pemetaan konsep *riya'* dan *sum'ah* tersebut akan digunakan untuk menganalisis fenomena *flexing* di media sosial. Analisis ini tidak diarahkan untuk memberikan penilaian terhadap individu tertentu, melainkan untuk mengidentifikasi pola perilaku dan karakteristik fenomena yang memiliki kesesuaian dengan nilai-nilai yang dikritik Al-Qur'an. Penelitian dapat membedakan antara tindakan menampilkan sesuatu yang memiliki tujuan informatif atau kemanfaatan dengan tindakan menampilkan sesuatu yang didorong oleh keinginan untuk memperoleh pujian, pengakuan, popularitas, atau peningkatan status sosial. Pembedaan tersebut penting agar kritik Al-Qur'an

terhadap *flexing* tidak berubah menjadi penilaian yang simplistik terhadap seluruh aktivitas pengguna media sosial.

Penelitian ini berangkat dari adanya ketegangan antara perkembangan budaya digital yang mendorong manusia untuk semakin terbuka dalam menampilkan kehidupannya dengan ajaran Al-Qur'an yang menekankan keikhlasan, kesederhanaan, tanggung jawab, dan orientasi kepada Allah. Media sosial memungkinkan seseorang memperlihatkan apa yang dimiliki, dilakukan, dan dicapai kepada khalayak dalam skala yang jauh lebih besar daripada ruang sosial konvensional. Dalam kondisi tersebut, konsep *riya'* dan *sum'ah* menjadi penting untuk dikaji kembali secara kontekstual agar pesan moral Al-Qur'an dapat dipahami dalam menghadapi perubahan bentuk perilaku manusia di era digital. Kajian kontemporer tentang krisis moral di era digital juga menunjukkan bahwa budaya konsumerisme, *flexing*, dan materialisme digital menjadi tantangan bagi internalisasi nilai-nilai Qur'ani dalam kehidupan masyarakat (Dekhan, 2026).

Penelitian berjudul "Kritik Al-Qur'an terhadap Fenomena *Flexing* di Media Sosial: Analisis Tematik Ayat-Ayat *Riya'* dan *Sum'ah*" penting dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih sistematis mengenai konsep *riya'* dan *sum'ah* dalam Al-Qur'an, karakteristik fenomena *flexing* di media sosial, serta bentuk kritik Al-Qur'an terhadap perilaku yang berorientasi pada pencarian perhatian dan pengakuan manusia. Penelitian ini diharapkan tidak hanya menghasilkan pemahaman normatif mengenai larangan *riya'* dan *sum'ah*, tetapi juga mampu menjelaskan bagaimana prinsip-prinsip etika Al-Qur'an dapat digunakan untuk membaca fenomena sosial yang berkembang dalam kehidupan masyarakat digital. Penelitian ini menempatkan Al-Qur'an bukan hanya sebagai sumber ajaran yang berbicara mengenai persoalan moral dalam konteks masa lalu, tetapi juga sebagai sumber nilai yang dapat memberikan orientasi kritis terhadap perubahan perilaku manusia pada era media sosial.

B. Rumusan Masalah

- a. Untuk memahami konsep *riya'* dan *sum'ah* dalam perspektif Al-Qur'an berdasarkan analisis tematik terhadap ayat-ayat yang berkaitan dengan *riya'* dan *sum'ah*?
- b. Untuk memahami karakteristik fenomena *flexing* di media sosial dan keterkaitannya dengan perilaku *riya'* dan *sum'ah* dalam perspektif Al-Qur'an?
- c. Untuk memahami kritik Al-Qur'an terhadap perilaku *riya'* dan *sum'ah* serta relevansinya dalam menyikapi fenomena *flexing* di media sosial?

C. Tujuan Penelitian

- a. Menganalisis konsep *riya'* dan *sum'ah* dalam perspektif Al-Qur'an berdasarkan analisis tematik terhadap ayat-ayat yang berkaitan dengan *riya'* dan *sum'ah*.
- b. Menganalisis karakteristik fenomena *flexing* di media sosial serta keterkaitannya dengan perilaku *riya'* dan *sum'ah* dalam perspektif Al-Qur'an.
- c. Menganalisis kritik Al-Qur'an terhadap perilaku *riya'* dan *sum'ah* serta relevansinya dalam menyikapi fenomena *flexing* di media sosial.

D. Manfaat Hasil Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, khususnya dalam memahami konsep *riya'* dan *sum'ah* berdasarkan perspektif Al-Qur'an melalui pendekatan tafsir tematik (*tafsir maudhu'i*) serta mengaktualisasikannya dalam membaca fenomena sosial kontemporer berupa *flexing* di media sosial. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah akademik mengenai hubungan antara nilai-nilai etika yang terkandung dalam Al-Qur'an dengan perkembangan budaya dan perilaku masyarakat di era digital, sehingga Al-Qur'an tidak hanya dipahami dalam konteks normatif dan tekstual, tetapi juga dapat dikaji relevansinya dalam menghadapi berbagai persoalan kehidupan modern.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman teoritis mengenai batas-batas konseptual antara *riya'*, *sum'ah*, kesombongan, dan perilaku memamerkan sesuatu kepada publik, sehingga tidak terjadi penyamaan secara sederhana antara konsep-konsep tersebut dengan fenomena *flexing*. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi penelitian selanjutnya yang membahas kajian etika Al-Qur'an, fenomena media sosial, budaya pamer, gaya hidup, serta berbagai bentuk perilaku manusia yang berkaitan dengan orientasi terhadap penilaian dan pengakuan orang lain. Penelitian ini diharapkan dapat memperkuat posisi kajian tafsir tematik sebagai salah satu pendekatan yang mampu menghubungkan pesan-pesan Al-Qur'an dengan dinamika kehidupan masyarakat kontemporer, sekaligus memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian Al-Qur'an yang responsif terhadap perubahan sosial dan perkembangan teknologi komunikasi.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, terutama bagi masyarakat dalam memahami dan menyikapi fenomena *flexing* di media sosial berdasarkan nilai-nilai yang terkandung dalam Al-Qur'an. Bagi pengguna media sosial, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesadaran untuk lebih bijak dalam menampilkan harta, pencapaian, gaya hidup, maupun aktivitas pribadi di ruang publik digital, serta mendorong sikap introspektif agar penggunaan media sosial tidak menjadi sarana untuk memperoleh pujian, pengakuan, atau perhatian dari orang lain secara berlebihan. Bagi mahasiswa dan akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam mengembangkan kajian mengenai etika Al-Qur'an, khususnya yang berkaitan dengan *riya'*, *sum'ah*, kesombongan, dan perilaku sosial di era digital. Bagi lembaga pendidikan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memberikan pemahaman mengenai penerapan nilai-nilai Al-Qur'an dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam menghadapi perkembangan media sosial yang semakin memengaruhi pola perilaku

masyarakat. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan dan pijakan awal untuk mengembangkan penelitian yang lebih luas mengenai hubungan antara ajaran Al-Qur'an dengan berbagai fenomena sosial kontemporer, khususnya perilaku pamer, pencarian validasi sosial, dan penggunaan media sosial dalam perspektif etika Islam.

E. Kerangka Berfikir

Penelitian yang berjudul “Kritik Al-Qur'an terhadap Fenomena *Flexing* di Media Sosial: Analisis Tematik Ayat-Ayat *Riya'* dan *Sum'ah*” berangkat dari pemahaman bahwa perkembangan media sosial telah menghasilkan perubahan yang signifikan dalam pola interaksi dan ekspresi sosial masyarakat. Media sosial tidak hanya menjadi sarana untuk menyampaikan informasi dan berkomunikasi, tetapi juga menjadi ruang bagi seseorang untuk memperlihatkan identitas, aktivitas, pencapaian, kepemilikan, dan gaya hidup kepada orang lain. Kemampuan media sosial dalam menyebarkan informasi secara cepat dan luas menyebabkan sesuatu yang sebelumnya hanya diketahui oleh lingkungan sosial terbatas dapat diketahui oleh masyarakat dalam jumlah yang jauh lebih besar. Perubahan tersebut memberikan ruang bagi munculnya berbagai bentuk ekspresi diri, termasuk kecenderungan untuk menampilkan kehidupan yang dianggap memiliki nilai lebih dibandingkan dengan orang lain.

Dalam konteks tersebut berkembang fenomena yang dikenal dengan istilah *flexing*. *Flexing* dapat dipahami sebagai perilaku menunjukkan atau memamerkan sesuatu yang dianggap dapat meningkatkan citra, prestise, atau status sosial seseorang. Bentuknya dapat berupa penampilan kekayaan, penggunaan barang bermerek, kepemilikan kendaraan tertentu, rumah, perjalanan, pencapaian akademik maupun profesional, gaya hidup, hubungan sosial, dan berbagai bentuk keberhasilan lainnya. Media sosial memberikan fasilitas yang sangat memungkinkan perilaku tersebut berkembang karena pengguna dapat memilih secara selektif apa yang ingin ditampilkan kepada publik. *Flexing* tidak hanya berkaitan dengan sesuatu yang dimiliki seseorang, tetapi juga berkaitan

dengan bagaimana kepemilikan atau pencapaian tersebut dikonstruksi dan dipresentasikan kepada orang lain.

Persoalan yang menjadi perhatian penelitian ini bukan semata-mata keberadaan harta, pencapaian, atau gaya hidup yang dimiliki seseorang. Al-Qur'an sendiri tidak memberikan pemahaman bahwa manusia dilarang memiliki harta, menikmati karunia Allah, atau memperoleh keberhasilan dalam kehidupan. Persoalan yang lebih penting adalah orientasi manusia terhadap apa yang dimilikinya dan cara manusia memperlakukan serta menampilkan nikmat tersebut. Ketika kepemilikan materi dan pencapaian dijadikan sebagai sarana untuk meninggikan diri, memperoleh pujian, membangun citra tertentu, atau mendapatkan pengakuan sosial, maka fenomena tersebut memasuki wilayah etika yang perlu dianalisis. Oleh sebab itu, penelitian ini tidak menempatkan seluruh aktivitas menampilkan sesuatu di media sosial sebagai perilaku yang tercela, tetapi berusaha melihat aspek motivasi, orientasi, dan karakter perilaku yang menyertainya.

Dalam perspektif Al-Qur'an, persoalan orientasi manusia dalam melakukan suatu perbuatan memiliki kedudukan yang sangat penting. Al-Qur'an memberikan perhatian terhadap keikhlasan, niat, kesombongan, sikap berbangga-bangga, kecenderungan mencintai kehidupan dunia secara berlebihan, serta perilaku yang menjadikan penilaian manusia sebagai tujuan. Salah satu konsep yang memiliki hubungan erat dengan persoalan tersebut adalah *riya'*. *Riya'* pada dasarnya berkaitan dengan kecenderungan seseorang melakukan suatu perbuatan agar dilihat oleh manusia dan memperoleh penilaian tertentu dari mereka. Aspek yang menjadi perhatian bukan hanya bentuk lahiriah perbuatannya, tetapi juga tujuan yang berada di balik perbuatan tersebut.

Konsep *riya'* menjadi penting dalam penelitian ini karena fenomena *flexing* memiliki salah satu karakter berupa tindakan memperlihatkan sesuatu kepada khalayak. Akan tetapi, penelitian ini tidak serta-merta menyamakan *flexing* dengan *riya'*. Persamaan antara keduanya perlu dibuktikan melalui proses analisis terhadap karakteristik perilaku dan orientasi yang menyertainya. *Riya'* merupakan konsep etis yang mempunyai landasan dalam Al-Qur'an, sedangkan

flexing merupakan istilah kontemporer yang lahir dalam perkembangan budaya digital. Karena berasal dari konteks yang berbeda, keduanya tidak dapat disamakan secara langsung. Hubungan antara keduanya harus dibangun melalui analisis terhadap aspek-aspek yang memiliki kesesuaian, terutama berkaitan dengan keinginan untuk memperoleh perhatian, pujian, pengakuan, atau peningkatan citra diri di hadapan manusia.

Selain *riya'*, penelitian ini juga menggunakan konsep *sum'ah* sebagai bagian penting dalam membaca fenomena *flexing*. *Sum'ah* memiliki hubungan yang dekat dengan *riya'*, tetapi memberikan penekanan yang berbeda. *Riya'* berkaitan dengan keinginan agar suatu perbuatan dilihat oleh manusia, sedangkan *sum'ah* berkaitan dengan keinginan agar suatu perbuatan, kelebihan, atau keberhasilan seseorang diketahui dan didengar oleh orang lain. Dalam konteks masyarakat digital, perbedaan antara keduanya dapat menjadi semakin kompleks karena media sosial menggabungkan berbagai bentuk komunikasi visual, verbal, audio, dan audiovisual. Seseorang dapat memperlihatkan sesuatu melalui gambar atau video sekaligus menyampaikan narasi yang mengarahkan orang lain untuk mengetahui dan membicarakan apa yang dimilikinya atau apa yang telah dicapainya.

Atas dasar pemahaman tersebut, penelitian ini memandang bahwa *riya'* dan *sum'ah* dapat menjadi konsep penting untuk memahami dimensi moral dari fenomena *flexing*. Keduanya digunakan bukan untuk memberikan label terhadap individu tertentu, melainkan sebagai konsep analitis untuk mengidentifikasi karakter perilaku. Apabila suatu bentuk *flexing* menunjukkan adanya orientasi yang kuat terhadap pandangan manusia, pujian, pengakuan, popularitas, atau pembentukan citra diri, maka perilaku tersebut dapat dianalisis berdasarkan prinsip-prinsip Al-Qur'an mengenai *riya'* dan *sum'ah*. Apabila seseorang menampilkan sesuatu di media sosial dengan tujuan yang jelas dan tidak berorientasi pada pencarian pengakuan manusia, maka tidak dapat secara otomatis disimpulkan sebagai *riya'* atau *sum'ah*. Perbedaan ini diperlukan agar penelitian tetap objektif dan tidak menghasilkan generalisasi yang berlebihan.

Untuk memperoleh pemahaman yang utuh mengenai konsep *riya'* dan *sum'ah*, penelitian ini menggunakan pendekatan tafsir tematik atau tafsir *maudhu'i*. Pemilihan metode ini didasarkan pada kebutuhan penelitian untuk mengumpulkan berbagai ayat Al-Qur'an yang memiliki keterkaitan dengan tema yang diteliti, kemudian menganalisisnya secara sistematis sehingga menghasilkan suatu konsep Qur'ani yang komprehensif. Tafsir tematik memungkinkan peneliti tidak hanya memahami makna suatu ayat secara individual, tetapi juga melihat hubungan antara berbagai ayat yang berbicara mengenai persoalan yang sama atau memiliki keterkaitan makna. Konsep *riya'* dan *sum'ah* tidak hanya diperoleh dari ayat yang secara langsung menyebut istilah tertentu, tetapi juga dari ayat-ayat yang memiliki hubungan konseptual dengan perilaku mencari perhatian, berbangga-bangga, kesombongan, kecintaan terhadap dunia, dan orientasi terhadap penilaian manusia.

Tahap awal dalam penggunaan metode tafsir tematik adalah menentukan tema utama penelitian, yaitu *riya'* dan *sum'ah* dalam kaitannya dengan fenomena *flexing*. Setelah tema ditentukan, penelitian diarahkan untuk menghimpun ayat-ayat Al-Qur'an yang berkaitan dengan tema tersebut. Proses penghimpunan ayat dilakukan secara hati-hati agar tidak hanya berfokus pada kata *riya'*, tetapi juga memperhatikan konsep-konsep yang secara substansial berhubungan dengan persoalan penelitian. Dengan cara tersebut, penelitian dapat memperoleh cakupan ayat yang lebih luas dan memungkinkan terbentuknya pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai bagaimana Al-Qur'an menggambarkan perilaku manusia yang mencari perhatian dan pengakuan dari sesamanya.

Ayat-ayat yang telah dihimpun selanjutnya dianalisis berdasarkan konteks dan kandungan maknanya. Analisis tersebut mencakup kajian terhadap makna kata yang digunakan dalam ayat, konteks pembicaraan ayat, hubungan ayat dengan ayat sebelum dan sesudahnya, latar belakang turunnya ayat apabila memiliki riwayat yang dapat dipertanggungjawabkan, serta penafsiran para mufasir. Penelitian ini juga perlu memperhatikan perkembangan penafsiran dari berbagai periode agar konsep *riya'* dan *sum'ah* tidak dipahami hanya dari satu sudut pandang. Penafsiran ulama klasik dapat memberikan dasar pemahaman

mengenai makna dan konteks awal ayat, sedangkan penafsiran kontemporer dapat membantu memperluas pemahaman mengenai relevansi pesan Al-Qur'an dalam kehidupan masyarakat modern.

Melalui proses tersebut, penelitian diarahkan untuk menghasilkan pemahaman mengenai konsep *riya'* dan *sum'ah* dalam Al-Qur'an. Pemahaman tersebut mencakup pengertian kedua konsep, karakteristik perilaku yang termasuk di dalamnya, faktor yang mendorong munculnya perilaku tersebut, orientasi yang melatarbelakanginya, serta konsekuensi moral dan spiritual yang ditimbulkannya. Penelitian juga diarahkan untuk melihat nilai-nilai yang berlawanan dengan *riya'* dan *sum'ah*, seperti keikhlasan, kerendahan hati, kesadaran terhadap keterbatasan manusia, serta orientasi perbuatan kepada Allah. Hasil analisis tersebut kemudian menjadi dasar untuk membaca fenomena *flexing* dalam konteks media sosial.

Fenomena *flexing* selanjutnya dianalisis berdasarkan karakteristik yang telah ditemukan dalam kehidupan sosial digital. Penelitian memperhatikan berbagai bentuk *flexing* yang muncul dalam media sosial, seperti menampilkan kekayaan, barang mewah, pencapaian, status sosial, gaya hidup, perjalanan, pekerjaan, pendidikan, maupun bentuk keberhasilan lainnya. Penelitian tidak berhenti pada identifikasi bentuk-bentuk tersebut. Hal yang lebih penting adalah melihat bagaimana sesuatu tersebut ditampilkan, apa tujuan yang mungkin melekat pada tindakan tersebut, dan bagaimana hubungan antara tindakan menampilkan sesuatu dengan respons publik yang diharapkan. Penelitian dapat melihat *flexing* bukan hanya sebagai fenomena visual, tetapi sebagai fenomena sosial yang berkaitan dengan konstruksi identitas dan pencarian pengakuan.

Pada tahap berikutnya dilakukan analisis keterkaitan antara karakteristik *flexing* dengan konsep *riya'* dan *sum'ah* yang telah diperoleh melalui kajian Al-Qur'an. Analisis ini menjadi bagian penting karena merupakan titik pertemuan antara fenomena kontemporer dengan pesan normatif Al-Qur'an. Penelitian berusaha menemukan aspek-aspek yang memiliki kesesuaian antara keduanya, sekaligus mempertahankan perbedaan konseptual yang ada. Penelitian tidak menganggap bahwa semua bentuk *flexing* pasti memiliki hukum atau penilaian

moral yang sama. Penilaian dilakukan berdasarkan karakter dan orientasi perilaku yang dapat dianalisis melalui konsep Qur'ani.

Kerangka berpikir tersebut juga memperhatikan bahwa tindakan menampilkan sesuatu di media sosial dapat memiliki tujuan yang berbeda-beda. Seseorang dapat mengunggah barang atau pencapaian tertentu untuk kepentingan pekerjaan, pemasaran, dokumentasi, edukasi, berbagi informasi, atau bentuk komunikasi sosial lainnya. Unsur motivasi menjadi aspek yang penting dalam penelitian ini. Penelitian tidak dapat menentukan nilai moral suatu tindakan hanya berdasarkan apa yang tampak secara lahiriah, karena orientasi batin seseorang tidak selalu dapat diketahui secara langsung. Pembahasan mengenai *flexing* dalam penelitian ini lebih diarahkan pada karakteristik fenomenanya dan kemungkinan kesesuaiannya dengan konsep *riya'* dan *sum'ah*, bukan untuk menghakimi niat personal individu tertentu.

Setelah hubungan antara konsep *riya'*, *sum'ah*, dan *flexing* dianalisis, penelitian kemudian diarahkan pada persoalan utama mengenai kritik Al-Qur'an terhadap fenomena *flexing* di media sosial. Kritik Al-Qur'an dalam penelitian ini dipahami sebagai bentuk penilaian normatif yang dapat diperoleh dari prinsip-prinsip yang terdapat dalam ayat-ayat Al-Qur'an. Kritik tersebut dapat berkaitan dengan orientasi mencari perhatian manusia, pencarian pujian dan pengakuan, sikap membanggakan kepemilikan, kesombongan, kecenderungan berlebihan dalam mengejar kenikmatan dunia, serta menjadikan materi dan status sosial sebagai ukuran kemuliaan diri.

Kritik tersebut tidak hanya dimaksudkan untuk menunjukkan aspek negatif dari fenomena *flexing*, tetapi juga untuk menemukan nilai-nilai alternatif yang ditawarkan Al-Qur'an. Apabila Al-Qur'an mengkritik perilaku yang berorientasi pada penilaian manusia, maka penelitian perlu melihat nilai apa yang seharusnya dikembangkan sebagai penggantinya. Dalam konteks ini, keikhlasan, kesederhanaan, kerendahan hati, rasa syukur, tanggung jawab terhadap harta, serta kesadaran bahwa kemuliaan manusia tidak ditentukan oleh kepemilikan materi menjadi nilai yang penting untuk dikaji. Penelitian tidak berhenti pada kesimpulan

bahwa suatu perilaku mendapatkan kritik, tetapi juga berusaha menemukan orientasi etis yang dapat dijadikan alternatif dalam kehidupan masyarakat.

Tahap akhir penelitian diarahkan pada relevansi nilai-nilai tersebut terhadap kehidupan masyarakat di era media sosial. Relevansi yang dimaksud bukan berarti memaksakan ayat Al-Qur'an untuk menjelaskan seluruh aspek teknologi digital, melainkan menemukan prinsip moral yang dapat digunakan untuk membaca perubahan perilaku manusia dalam ruang digital. Al-Qur'an memiliki prinsip-prinsip etis yang bersifat luas sehingga dapat menjadi dasar dalam menghadapi perubahan bentuk perilaku masyarakat. Dalam konteks penelitian ini, prinsip tersebut digunakan untuk memahami bagaimana seseorang seharusnya menempatkan harta, pencapaian, citra diri, dan pengakuan sosial dalam kehidupan yang semakin dipengaruhi oleh media digital.

Kerangka berpikir penelitian ini dibangun berdasarkan hubungan antara tiga unsur utama, yaitu fenomena *flexing* sebagai persoalan sosial kontemporer, konsep *riya'* dan *sum'ah* sebagai konsep etis yang dianalisis dari Al-Qur'an, serta tafsir tematik sebagai metode yang digunakan untuk mempertemukan keduanya. Fenomena *flexing* menjadi titik awal karena merupakan realitas sosial yang berkembang dalam kehidupan masyarakat. Konsep *riya'* dan *sum'ah* menjadi landasan konseptual untuk memahami orientasi moral yang terdapat di balik perilaku tersebut. Sementara itu, tafsir tematik digunakan sebagai pendekatan metodologis untuk menghimpun, mengkaji, dan mensintesis ayat-ayat Al-Qur'an sehingga diperoleh konsep yang komprehensif.

Melalui kerangka berpikir tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menjawab tiga persoalan utama. Pertama, penelitian berusaha memperoleh pemahaman yang utuh mengenai konsep *riya'* dan *sum'ah* berdasarkan ayat-ayat Al-Qur'an yang relevan. Kedua, penelitian menganalisis karakteristik fenomena *flexing* di media sosial serta melihat keterkaitannya dengan konsep *riya'* dan *sum'ah*. Ketiga, penelitian berusaha merumuskan bentuk kritik Al-Qur'an terhadap perilaku yang memiliki karakteristik tersebut sekaligus melihat relevansi nilai-nilai Al-Qur'an dalam menyikapi fenomena *flexing* di media sosial.

Dengan kerangka tersebut, penelitian diharapkan dapat memberikan pembacaan yang lebih proporsional terhadap fenomena *flexing*. *Flexing* tidak hanya dilihat sebagai persoalan gaya hidup atau perilaku konsumtif, tetapi juga sebagai fenomena yang dapat mengandung persoalan orientasi moral ketika penampilan diri diarahkan kepada pencarian perhatian dan pengakuan manusia. Al-Qur'an tidak hanya diposisikan sebagai sumber larangan terhadap perilaku tertentu, tetapi juga sebagai sumber nilai yang memberikan orientasi mengenai bagaimana manusia seharusnya memandang harta, keberhasilan, citra diri, dan penilaian sosial. Penelitian ini diharapkan dapat mempertemukan kajian tafsir Al-Qur'an dengan persoalan sosial kontemporer secara kritis, sehingga pesan etis Al-Qur'an dapat dipahami secara relevan dalam menghadapi dinamika kehidupan masyarakat di era media sosial.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan bagian penting dalam suatu penelitian ilmiah karena berfungsi untuk mengetahui perkembangan kajian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, melihat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan, serta menentukan posisi penelitian agar memiliki arah dan kontribusi yang jelas. Berkaitan dengan tema kritik Al-Qur'an terhadap fenomena *flexing* di media sosial melalui analisis tematik ayat-ayat *riya'* dan *sum'ah*, terdapat sejumlah penelitian yang memiliki kedekatan objek maupun pendekatan dengan penelitian ini. Penelitian-penelitian tersebut menunjukkan bahwa fenomena *flexing* telah menjadi persoalan yang mulai mendapatkan perhatian dalam kajian Al-Qur'an dan Tafsir, khususnya karena adanya hubungan antara budaya pamer, pencarian pengakuan sosial, *riya'*, kesombongan, dan penggunaan media sosial.

Penelitian pertama dilakukan oleh Mainur pada tahun 2023 dengan judul "Respon Alquran Terhadap *Flexing* Kesalehan (Kajian Atas Selebriti Muslim dan Muslimah di Sosial Media Instagram)". Penelitian tersebut merupakan skripsi pada Jurusan Quran Hadis, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan dan metode tafsir

maudhu'i atau tematik. Dalam penelitiannya, Mainur menggunakan Tafsir Al-Mishbah, Tafsir Al-Azhar, dan Tafsir Al-Munir sebagai sumber primer untuk menganalisis fenomena *flexing* yang dilakukan oleh selebriti Muslim dan Muslimah di Instagram. Penelitian tersebut secara khusus mengamati bagaimana kesalehan ditampilkan di media sosial dan bagaimana Al-Qur'an memberikan respons terhadap bentuk penampilan kesalehan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan adanya dua bentuk *flexing* yang dapat dibedakan menjadi *flexing* negatif dan *flexing* positif. *Flexing* negatif dikaitkan dengan konsep *riya'*, takabur, dan fakhur, sedangkan *flexing* positif dikaitkan dengan konsep tahadduts bin-ni'mah, yaitu menampakkan nikmat Allah sebagai bentuk rasa syukur dan motivasi kepada orang lain untuk melakukan kebaikan. Penelitian tersebut juga menemukan bahwa konten sedekah, *prank*, eksperimen sosial, serta penggunaan barang bermerek dapat menjadi bentuk *flexing*, tergantung pada orientasi dan tujuan yang melatarbelakanginya. Penelitian Mainur memperlihatkan bahwa penilaian terhadap *flexing* tidak cukup didasarkan pada bentuk lahiriah tindakan, tetapi juga perlu mempertimbangkan tujuan dan orientasinya (Mainur, 2023).

Penelitian Mainur memiliki persamaan yang cukup kuat dengan penelitian yang akan dilakukan karena sama-sama menjadikan Al-Qur'an sebagai landasan untuk membaca fenomena *flexing* di media sosial dan sama-sama menggunakan pendekatan tafsir tematik. Terdapat perbedaan dalam objek kajian. Mainur lebih menitikberatkan pada *flexing* kesalehan yang dilakukan oleh selebriti Muslim dan Muslimah di Instagram, sedangkan penelitian ini tidak membatasi *flexing* pada ekspresi kesalehan. Penelitian yang akan dilakukan mencakup fenomena *flexing* secara lebih luas, terutama yang berkaitan dengan penampilan harta, pencapaian, gaya hidup, status sosial, dan citra diri. Penelitian ini secara khusus menempatkan *riya'* dan *sum'ah* sebagai konsep utama yang dianalisis, sedangkan penelitian Mainur menggunakan *riya'*, takabur, fakhur, dan tahadduts bin-ni'mah sebagai konsep yang digunakan untuk membedakan bentuk *flexing* positif dan negatif.

Penelitian kedua dilakukan oleh Raden Kurnia Kholiska pada tahun 2023 dengan judul "Fenomena *Flexing* sebagai Strategi Marketing di Media Sosial Analisis Perspektif Tafsir Maqashidi". Penelitian tersebut merupakan tesis

magister pada Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Penelitian ini menarik karena tidak melihat *flexing* hanya sebagai perilaku pamer, tetapi juga mengkaji kemungkinan fungsi *flexing* sebagai strategi pemasaran di media sosial. Kholiska menggunakan perspektif tafsir maqashidi untuk menganalisis fenomena tersebut dengan melihat aspek maslahat dan mafsadat yang muncul dari praktik *flexing*. Data penelitian antara lain mengambil konten Indra Kenz di YouTube dan Sisca Kohl di TikTok sebagai objek analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *flexing* sebagai strategi pemasaran dapat memiliki kemaslahatan tertentu, seperti meningkatkan antusiasme masyarakat, mendorong semangat bekerja, meningkatkan penjualan, menciptakan lapangan pekerjaan, dan memberikan kontribusi ekonomi. Akan tetapi, *flexing* juga dapat menimbulkan mafsadat apabila mengandung *riya'*, *sum'ah*, ujub, dan berlebih-lebihan dalam menggunakan atau menampilkan harta. Penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa konten *flexing* dapat memengaruhi cara masyarakat memahami standar keberhasilan dan berpotensi menimbulkan dampak sosial apabila digunakan secara berlebihan (Kholiska, 2023).

Penelitian Kholiska memberikan kontribusi penting bagi penelitian ini karena menunjukkan bahwa fenomena *flexing* tidak dapat dinilai secara hitam putih. *Flexing* dapat memiliki fungsi sosial dan ekonomi tertentu, tetapi dapat pula mengandung persoalan moral ketika orientasinya berubah menjadi pencarian pengakuan, kesombongan, atau pemborosan. Persamaan penelitian Kholiska dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada objek kajian berupa fenomena *flexing* di media sosial dan perhatian terhadap konsep *riya'* serta *sum'ah*. Perbedaannya terletak pada pendekatan dan tujuan penelitian. Kholiska menggunakan tafsir maqashidi dengan fokus pada analisis maslahat dan mafsadat *flexing* sebagai strategi marketing, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis tafsir tematik terhadap ayat-ayat *riya'* dan *sum'ah* untuk merumuskan kritik Al-Qur'an terhadap fenomena *flexing* secara lebih luas. Penelitian ini tidak secara khusus mengkaji *flexing* sebagai strategi pemasaran.

Penelitian ketiga dilakukan oleh Asna Alfin Nisa pada tahun 2024 dengan judul “Konsep *Riya*’ dalam Perspektif Al-Quran (Studi Tafsir Tematik)”. Penelitian tersebut merupakan skripsi pada Jurusan Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Penelitian ini secara khusus mengkaji konsep *riya*’ dalam Al-Qur’an menggunakan metode tafsir tematik yang dikembangkan oleh Abd al-Hay al-Farmawi. Nisa menghimpun ayat-ayat yang memiliki keterkaitan dengan *riya*’, menyusun ayat berdasarkan konteks dan kronologi yang relevan, memperhatikan hubungan ayat dalam suratnya, serta menyusun pembahasan secara sistematis. Penelitian tersebut dilatarbelakangi oleh maraknya aktivitas masyarakat dalam membagikan kegiatan, termasuk ibadah dan sedekah, melalui media sosial yang berpotensi mengandung *riya*’. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *riya*’ merupakan tindakan memperlihatkan sesuatu kepada orang lain dengan tujuan memperoleh perhatian dan pujian. Penelitian tersebut juga menemukan keterkaitan antara *riya*’, sombong, ujub, dan hasad sebagai penyakit hati yang dapat saling berhubungan dan memberikan dampak negatif terhadap individu maupun orang lain (Nisa, 2024).

Penelitian Nisa memiliki relevansi metodologis yang sangat kuat dengan penelitian ini karena sama-sama menggunakan metode tafsir tematik untuk mengkaji konsep *riya*’ dalam Al-Qur’an. Penelitian tersebut dapat menjadi salah satu pijakan penting dalam proses inventarisasi dan pemetaan ayat-ayat *riya*’. Penelitian Nisa lebih berfokus pada perumusan konsep *riya*’ dalam Al-Qur’an secara umum, sedangkan penelitian ini membawa konsep *riya*’ tersebut ke dalam persoalan kontemporer berupa *flexing* di media sosial. Perbedaan lain yang penting adalah penelitian ini tidak hanya membahas *riya*’, tetapi juga memasukkan *sum’ah* sebagai konsep utama sehingga cakupan analisisnya diarahkan pada dua bentuk orientasi terhadap pengakuan manusia, yaitu keinginan untuk dilihat dan keinginan untuk diketahui atau didengar.

Penelitian keempat dilakukan oleh Nur Hafifah Hasibuan pada tahun 2024 dengan judul “Kontekstualisasi *Riya*’ dalam Bentuk *Flexing* Ibadah di Media Sosial untuk Pencitraan (Studi Tafsir Tematik)”. Penelitian tersebut merupakan

skripsi pada Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *library research*, sedangkan Al-Qur'an dan kitab-kitab tafsir menjadi sumber primer. Hasibuan memusatkan perhatian pada maraknya masyarakat yang mengunggah kegiatan ibadah secara berlebihan di media sosial sehingga berpotensi mengandung unsur *riya'*. Penelitian tersebut membahas bagaimana *flexing* ibadah dapat memengaruhi makna dan tujuan ibadah serta dampak yang ditimbulkan dari praktik tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa publikasi ibadah yang dilakukan secara berlebihan dapat menggeser orientasi ibadah dari mencari rida Allah menuju pencarian pujian dan popularitas. Penelitian tersebut juga mencatat adanya sisi positif apabila konten ibadah dapat memberikan motivasi kepada orang lain untuk melakukan kebaikan. Persoalan utamanya kembali terletak pada niat dan orientasi di balik publikasi tersebut (Hasibuan, 2024).

Penelitian Hasibuan memiliki kedekatan yang sangat kuat dengan penelitian yang akan dilakukan karena sama-sama menghubungkan *riya'*, *flexing*, media sosial, dan tafsir tematik. Akan tetapi, penelitian Hasibuan membatasi objeknya pada *flexing* ibadah, terutama aktivitas ibadah yang ditampilkan untuk pencitraan. Sementara itu, penelitian yang akan dilakukan memiliki cakupan lebih luas karena membahas *flexing* sebagai fenomena sosial yang mencakup pamer harta, gaya hidup, pencapaian, status, maupun citra diri. Penelitian ini tidak hanya berusaha melihat *riya'* sebagai konsep, tetapi juga memasukkan *sum'ah* dan menjadikan keduanya sebagai fokus utama untuk mengidentifikasi bentuk kritik Al-Qur'an terhadap fenomena *flexing*.

Penelitian kelima dilakukan oleh Vivin Anggreni Agustin pada tahun 2024 dengan judul “Fenomena OOTD *Flexing* dalam Media Sosial: Tinjauan Al-Qur'an dengan Pendekatan Double Movement”. Penelitian tersebut merupakan skripsi pada Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin, Adab dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian kepustakaan dan menggunakan teori *double movement* Fazlur Rahman. Fokus

penelitian diarahkan pada fenomena OOTD atau *Outfit of the Day* yang berkembang di media sosial dan berkaitan dengan tindakan memamerkan pakaian, harta, kedudukan, maupun sesuatu yang dimiliki seseorang untuk mendapatkan pengakuan dan perhatian masyarakat. Ayat yang menjadi perhatian dalam penelitian tersebut antara lain QS. al-A'raf ayat 31, QS. al-Qasas ayat 79, dan QS. Luqman ayat 18. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Al-Qur'an memberikan ruang untuk berpakaian dengan baik, tetapi tidak membenarkan sikap berlebihan, sombong, dan membanggakan diri. Melalui pendekatan *double movement*, penelitian tersebut berusaha menarik nilai moral dari ayat-ayat tersebut untuk kemudian dikontekstualisasikan terhadap fenomena OOTD *flexing* di media sosial (Agustin, 2024).

Penelitian Agustin memperlihatkan bahwa fenomena *flexing* dapat dikaji melalui berbagai pendekatan tafsir dan tidak terbatas pada satu bentuk perilaku. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terdapat pada objek kontemporer berupa *flexing* di media sosial dan penggunaan Al-Qur'an sebagai sumber utama analisis. Perbedaannya terdapat pada fokus dan metode. Agustin berfokus pada OOTD *flexing* dan menggunakan teori *double movement*, sedangkan penelitian ini menggunakan tafsir tematik dengan fokus pada ayat-ayat yang berkaitan dengan *riya'* dan *sum'ah*. Penelitian ini juga tidak membatasi *flexing* pada persoalan pakaian atau penampilan fisik, tetapi mengkajinya sebagai fenomena yang lebih luas.

Penelitian keenam dilakukan oleh Widya Wintari pada tahun 2025 dengan judul "Relevansi Konsep *Riya'* dalam Tafsir Al-Azhar dengan Fenomena *Flexing* di Media Sosial". Penelitian tersebut merupakan skripsi Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Penelitian ini menggunakan metode *library research* dengan pendekatan deskriptif analitis dan secara khusus menjadikan Tafsir Al-Azhar karya Buya Hamka sebagai sumber utama untuk memahami konsep *riya'*. Penelitian tersebut berangkat dari fenomena *flexing* yang berkembang di berbagai kelompok masyarakat, mulai dari pejabat, influencer, artis, masyarakat umum, hingga tokoh agama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam Tafsir Al-Azhar,

riya' berkaitan dengan tindakan yang dilakukan bukan semata-mata untuk Allah, tetapi untuk memperoleh pujian manusia. Penelitian tersebut menemukan adanya relevansi antara *riya'* dan *flexing* karena keduanya dapat melibatkan orang lain sebagai objek pencitraan serta sama-sama berkaitan dengan pencarian pengakuan sosial dan popularitas. Penelitian Wintari juga menegaskan bahwa tidak semua *flexing* dapat dikategorikan sebagai *riya'*, terutama ketika *flexing* digunakan sebagai strategi marketing atau endorsement (Wintari, 2025).

Penelitian Wintari sangat dekat dengan penelitian yang akan dilakukan karena secara langsung mempertemukan konsep *riya'* dengan fenomena *flexing*. Persamaannya terletak pada fokus terhadap hubungan *riya'* dan *flexing* di media sosial serta adanya perhatian terhadap orientasi sosial dari tindakan tersebut. Perbedaannya terletak pada sumber dan ruang lingkup analisis. Wintari memusatkan kajian pada Tafsir Al-Azhar sehingga pembahasannya lebih spesifik terhadap pemikiran Hamka, sedangkan penelitian ini menggunakan analisis tematik dengan menghimpun dan membandingkan penafsiran berbagai mufasir terhadap ayat-ayat yang berkaitan dengan *riya'* dan *sum'ah*. Penelitian ini juga memperluas kajian dengan memasukkan konsep *sum'ah* sebagai pasangan konseptual *riya'* dalam membaca fenomena *flexing*.

Penelitian ketujuh dilakukan oleh Muhammad Romadhon pada tahun 2024 dengan judul “Implementasi Orientasi Tafsir Maqashidi terhadap Fenomena *Flexing* Sedekah di Media Sosial”. Penelitian tersebut merupakan skripsi pada Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini membahas fenomena *flexing* sedekah, yaitu tindakan menampilkan aktivitas sedekah secara terbuka di media sosial dengan kemungkinan adanya tujuan memperoleh pengakuan, popularitas, atau perhatian. Penelitian menggunakan pendekatan tafsir maqashidi untuk melihat tujuan, maslahat, dan mafsadat yang terkandung dalam fenomena tersebut. Penelitian ini menjadi penting karena menunjukkan bahwa keterbukaan dalam menampilkan sedekah tidak dapat dinilai secara sederhana. Pada satu sisi, publikasi sedekah dapat mendorong orang lain untuk melakukan kebaikan, tetapi pada sisi lain dapat

menimbulkan *riya'*, kesombongan, dan pencarian popularitas apabila orientasinya tidak tepat (Romadhon, 2024).

Penelitian Romadhon memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan dalam hal pembahasan mengenai *flexing* dan persoalan *riya'* dalam ruang media sosial. Akan tetapi, penelitian tersebut berfokus pada *flexing* sedekah dan menggunakan perspektif tafsir maqashidi, sedangkan penelitian ini membahas *flexing* dalam cakupan yang lebih luas dan menggunakan analisis tematik terhadap ayat-ayat *riya'* dan *sum'ah*. Penelitian ini juga tidak hanya mempertanyakan maslahat dan mafsadat *flexing*, tetapi berusaha mengidentifikasi bagaimana Al-Qur'an memberikan kritik terhadap orientasi perilaku yang berkaitan dengan pencarian perhatian, pengakuan, dan popularitas manusia.

Penelitian kedelapan dilakukan oleh Anisatul Afifah pada tahun 2024 dengan judul "*Flexing* dalam Perspektif Media Sosial (Studi Analisis Tafsir Alquran.Id dan Tanwir.Id)". Penelitian tersebut merupakan skripsi pada Program Studi S1 Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir, Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta. Penelitian ini membahas fenomena *flexing* dalam era digital melalui analisis terhadap dua platform tafsir digital, yaitu Alquran.Id dan Tanwir.Id. Fokus penelitian tidak hanya pada *flexing* dalam arti memamerkan keberhasilan, gaya hidup, dan aset material, tetapi juga pada bagaimana fenomena tersebut muncul dalam ruang digital keagamaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua situs tersebut menghubungkan fenomena *flexing* dengan ayat-ayat seperti QS. al-Takatsur ayat 1 sampai 2 dan QS. Luqman ayat 18, terutama dalam kaitannya dengan kesombongan dan keterikatan terhadap kehidupan dunia. Penelitian tersebut juga menekankan pentingnya integritas dalam penyampaian pesan agama di ruang digital (Afifah, 2024).

Penelitian Afifah memiliki persamaan dengan penelitian ini karena sama-sama menempatkan fenomena *flexing* dalam konteks media sosial dan kajian Al-Qur'an. Objek penelitian Afifah secara khusus adalah analisis terhadap tafsir digital Alquran.Id dan Tanwir.Id, sedangkan penelitian ini menjadikan ayat-ayat Al-Qur'an tentang *riya'* dan *sum'ah* sebagai objek utama. Penelitian ini tidak

berfokus pada platform tafsir tertentu, tetapi pada konstruksi konsep Qur'ani yang kemudian digunakan untuk menganalisis fenomena *flexing*.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa kajian mengenai *flexing* dalam perspektif Al-Qur'an telah berkembang dalam beberapa arah. Sebagian penelitian menempatkan *flexing* sebagai fenomena yang berkaitan dengan kesombongan, berbangga-bangga, dan kecintaan terhadap dunia. Sebagian lainnya menghubungkannya secara khusus dengan *riya'*, terutama dalam konteks *flexing* ibadah dan sedekah. Penelitian lain menggunakan pendekatan maqashidi untuk melihat maslahat dan mafsadat *flexing*, sedangkan penelitian lainnya menggunakan teori *double movement* untuk melakukan kontekstualisasi ayat terhadap fenomena OOTD *flexing*. Keberagaman penelitian tersebut menunjukkan bahwa *flexing* merupakan fenomena yang dapat dikaji melalui berbagai perspektif dalam studi Al-Qur'an.

Terdapat ruang yang masih dapat dikembangkan dalam penelitian ini. Penelitian-penelitian terdahulu cenderung memusatkan pembahasan pada salah satu bentuk *flexing*, seperti *flexing* kesalehan, *flexing* ibadah, *flexing* sedekah, OOTD *flexing*, atau *flexing* sebagai strategi marketing. Penelitian ini berusaha mengambil ruang yang lebih luas dengan menjadikan fenomena *flexing* di media sosial sebagai objek kajian tanpa membatasi pada satu bentuk aktivitas tertentu. Penelitian ini secara khusus menempatkan *riya'* dan *sum'ah* secara bersamaan sebagai fokus konseptual. *Riya'* dan *sum'ah* memiliki kedekatan makna dalam persoalan pencarian pengakuan manusia, tetapi memiliki karakteristik penekanan yang berbeda sehingga menarik untuk dianalisis dalam konteks media sosial yang memungkinkan seseorang sekaligus memperlihatkan dan memperdengarkan atau menyebarluaskan sesuatu kepada publik.

Perbedaan lainnya terletak pada tujuan akhir penelitian. Penelitian ini tidak hanya ingin mengetahui apakah fenomena *flexing* memiliki kesamaan dengan *riya'* atau *sum'ah*, tetapi ingin mengungkap bagaimana bentuk kritik Al-Qur'an terhadap perilaku yang memiliki karakteristik tersebut. Penelitian diarahkan dari proses identifikasi ayat, pemahaman konsep *riya'* dan *sum'ah*, analisis karakteristik *flexing*, hingga perumusan kritik dan relevansi nilai-nilai Al-Qur'an

terhadap fenomena tersebut. Posisi ini menjadikan penelitian tidak sekadar sebagai kajian tentang “*flexing* menurut Al-Qur’an”, tetapi sebagai kajian yang berusaha membangun hubungan konseptual antara etika Qur’ani dan perubahan perilaku manusia dalam ruang digital.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu tersebut, penelitian yang akan dilakukan memiliki posisi sebagai penelitian yang melanjutkan sekaligus mengembangkan kajian-kajian sebelumnya. Penelitian ini mengambil fenomena *flexing* sebagai persoalan sosial kontemporer, tetapi menjadikan konsep *riya’* dan *sum’ah* sebagai pintu masuk utama untuk memahami persoalan moral yang terdapat di dalamnya. Pendekatan tafsir tematik digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap ayat-ayat yang berkaitan dengan kedua konsep tersebut, kemudian hasilnya digunakan untuk menganalisis fenomena *flexing* di media sosial secara kritis. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir, khususnya dalam memperlihatkan bagaimana konsep-konsep etika Al-Qur’an dapat digunakan untuk membaca fenomena sosial yang muncul akibat perkembangan teknologi dan budaya digital.

