

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era digital yang semakin maju, media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Youtube, dan Twitter memungkinkan orang untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan mengekspresikan diri dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya. Namun, di tengah pesatnya perkembangan media sosial, maraknya penggunaan media sosial dengan segala kemudahannya tentu tidak luput dari dampak positif dan negatif yang menyertainya. Salah satu efek positifnya adalah pilihan komunikasi dapat diperluas ke area yang sangat luas, kita dapat melakukan panggilan video dengan keluarga yang jauh dari rumah, bertukar pesan tanpa batasan jarak, dll. Namun, kita tidak dapat menghindari dampak negatif dari fasilitas sosial media. Salah satunya adalah ketergantungan seseorang pada jejaring sosial itu sendiri, tanpa mengesampingkan yang lain yang lebih penting (Rafiq, 2020).

Fenomena yang dikenal sebagai "*flexing* kekayaan" semakin banyak muncul di jejaring sosial. *Flexing* sosial berarti seseorang dengan bangga memamerkan kekayaan materinya dengan memposting di media sosial. Fenomena ini sering terlihat pada foto atau video yang menampilkan real estate mewah, kendaraan mewah, perjalanan mewah, perjalanan luar negeri, jet pribadi, ATM, dan barang mewah lainnya. biasanya dilakukan dengan tujuan menunjukkan status sosial dan posisi sosial, menunjukkan keahlian seseorang dan mengesankan orang lain (Darmalaksana, 2022). Tujuan utama dari "*flexing* kekayaan" adalah untuk mendapatkan lebih banyak eksposur, prestise, dan pengikut di media sosial.

Tren *flexing* itu untuk mereka yang ingin memamerkan aset dan pencapaiannya kepada orang lain. Kebiasaan ini mengarah pada konsumerisme, menghambur-hamburkan uang untuk membeli barang-barang mewah yang belum tentu dibutuhkan dan digunakan, serta memajangnya di depan umum untuk

mendapatkan pujian. Seperti pada beberapa Tren yang dilakukan oleh Artis atau Tokoh-tokoh sentral serta para Pejabat ataupun Keluarga pejabat itu sendiri yang ada di tanah air ini, penulis akan memberikan beberapa contoh mengenai *Flexing* yang ada di tanah air ini yaitu:

SC Dikenal karena menciptakan konten makanan dengan harga yang mahal. Ia juga sering memamerkan kekayaannya bersama adiknya si A. SC lahir pada 3 April 2002 di Tangerang, Banten, dan kini berusia 19 tahun. Selebriti TikTok ini merupakan keturunan Tionghoa. Namanya pertama kali dikenal saat ia membuat konten mukbang dan memasak di aplikasi Tik-tok. Salah satu konten yang dibuat Siska adalah telur ikan, Truffle Party, yang harganya mencapai puluhan juta rupiah. Dia juga mengungkapkan bahwa dia makan kepiting Jepang, yang harganya diperkirakan mencapai puluhan juta rupiah. Melalui konten Tik-toknya, SC tidak segan-segan menunjukkan bundel-bundel uang kertas dengan denominasi antara 50.000 dan 100.000 rupiah. Tidak hanya itu, sang Crazy Rich Girl juga sering bepergian ke luar negeri, mulai dari Jepang hingga Australia dan Amerika Serikat. Selain itu, Siska dan Aaliyah juga diketahui telah menabung sejak kecil: dalam sebuah unggahan konten di TikTok, ia memperlihatkan celengan yang diperkirakan mencapai beberapa ratus juta rupiah.

DS sering memamerkan barang-barang mewahnya. Koleksinya terdiri dari mobil dan motor mewah dengan harga mencapai miliaran rupiah. Sebelum menjadi jutawan, DS yang dikenal sebagai Crazy Rich Bandung ini dikenal sebagai pelayan karena hanya memiliki ijazah tamatan SD. Namun, Doni yakin suatu saat nanti ia akan sukses. Setelah bekerja sebagai pelayan, DS melamar menjadi pegawai di salah satu bank di kota kelahirannya.

I K yang dulunya hidup bergelimang kemewahan kini harus mendekam di balik jeruji besi. Pemuda yang dijuluki 'orang kaya Medan' ini terlibat dalam kasus penipuan dengan dalih perdagangan opsi biner melalui aplikasi Binomo. Hartanya yang sering dipamerkan pun disita polisi. Sebelum ditangkap, ia sering mengunggah konten yang menunjukkan kekayaannya melalui akun media sosial Instagram, YouTube, dan Tiktok. Itu sebabnya mereka menyebutnya sebagai Mad

Rich Medan. Sebagai contoh, ia memposting di Tiktokedia ketika ia membeli mobil Tesla seharga 1,5 miliar Rupee secara tunai karena iseng tidak bisa tidur. Seminggu kemudian, dia membeli mobil Toyota Supra GR seharga 2,7 miliar rupiah. Dia membanggakan sebuah kaos seharga Rs 300 juta. Indra juga mengunggah konten yang lucu, melempar iPhone 13 Promax hingga rusak.

Tingkah laku atau tindakan yang luwes biasanya bertolak belakang dengan orang yang benar-benar kaya. Orang kaya sejati tidak ingin menjadi pusat perhatian. Ada juga yang mengatakan bahwa “kemiskinan menjerit, tetapi kekayaan berbisik”, yang artinya *proverty screams, but wealth whispers* (Rahardjo, 2009). Tetapi *flexing* kekayaan telah menimbulkan perbincangan dan kekhawatiran di masyarakat. Banyak yang mempertanyakan implikasi etis dan sosial dari perilaku ini. Sebagian orang melihatnya sebagai bentuk kesombongan dan upaya untuk berbangga diri dengan memandang rendah orang lain. Selain itu, fenomena ini juga dapat mempengaruhi kesejahteraan psikologis pengguna media sosial lainnya, karena terjebak dalam perbandingan sosial dan tidak puas dengan kehidupannya.

Dalam konteks ini, penting untuk melihat fenomena *flexing* kekayaan dari perspektif agama. Ada ajaran dan pedoman dalam Islam yang dapat memandu kekayaan dan perilaku sosial yang sehat. Salah satu sumber ajaran Islam yang sangat penting adalah Hadits yang berisi perkataan, perbuatan dan kesepakatan Nabi Muhammad SAW.

Perspektif hadits tentang kekayaan menekankan pentingnya moderasi, berbagi dengan orang lain, dan menghindari kesombongan. Ajaran ini menekankan nilai-nilai moderasi, keseimbangan dan kesejahteraan sosial sebagai prinsip yang harus diikuti oleh setiap Muslim dalam kehidupan sehari-hari. Dalam Islam, memamerkan sesuatu adalah sifat yang tidak disukai oleh Allah Swt, karena menyangkut syirik dan berdosa (Prihati, 2021), Sebagaimana firmanNya dalam al-Qur'an Surat Lukman ayat 18:

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ

“Dan janganlah kamu memalingkan wajah dari manusia (karena sombong) dan janganlah berjalan di bumi dengan angkuh. Sungguh, Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membanggakan diri” (QS. Luqman {31}:18).

Melalui penelusuran Aplikasi Ensiklopedia hadis ini terdapat Shahih Muslim Kitab Iman bab Haramnya Takabur dan Penjelasannya Nomor 131.

و حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الْمُثَنَّى وَمُحَمَّدُ بْنُ بَشَّارٍ وَإِبْرَاهِيمُ بْنُ دِينَارٍ جَمِيعًا عَنْ يَحْيَى
 بْنِ حَمَّادٍ قَالَ ابْنُ الْمُثَنَّى حَدَّثَنِي يَحْيَى بْنُ حَمَّادٍ أَخْبَرَنَا شُعْبَةُ عَنْ أَبِي بَانَ بْنِ تَغْلِبِ
 عَنْ فَضِيلِ الْفُقَيْمِيِّ عَنْ إِبْرَاهِيمَ النَّخَعِيِّ عَنْ عَقْمَةَ عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ عَنْ
 النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ لَا يَدْخُلُ الْجَنَّةَ مَنْ كَانَ فِي قَلْبِهِ مِنْقَالٌ ذَرَّةٍ مِنْ
 كِبْرٍ قَالَ رَجُلٌ إِنَّ الرَّجُلَ يُحِبُّ أَنْ يَكُونَ تَوْبُهُ حَسَنًا وَنَعْلُهُ حَسَنَةً قَالَ إِنَّ اللَّهَ
 جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ الْكِبْرُ بَطْرُ الْحَقِّ وَغَمَطُ النَّاسِ

“Dan diriwayatkan kepada kami atas Muhammad bin al-Mutsanna dan Muhammad bin Basysyar dan Ibrahim bin Dinar, semuanya atas Yahya bin Hammad. Ibnu al-Mutsanna berkata: Yahya bin Hammad memberi tahu kami, dia berkata: Syu'bah memberi tahu kami atas otoritas Aban bin Taghlib, dari Fudlail al-Fuqaim, dari Ibrahim an-Nakha'i, dari Al-qamah, dari Abdullah bin Mas'ud, Nabi ﷺ, bersabda: tidak akan masuk surga orang yang di dalam hatinya terdapat seberat biji sawi dari kesombongan. Ada yang bertanya, "jika seseorang ingin tampil menawan dengan baju dan sandalnya (apakah itu termasuk kesombongan)?" Nabi pun menjawab: "Tuhan itu sungguh indah dan mencintai keindahan. Kesombongan adalah menolak kebenaran dan meremehkan orang” (HR. Muslim, Syarh Shahih Muslim, Kitab : Iman, Bab : Haramnya takabbur dan penjelasannya, No 131, Ensiklopedia Hadis), (Saltanera, 2015).

Dalam hadits di atas, An-Nawawi mengatakan: "Hadis ini mengandung larangan sombong, yaitu membual di depan orang, meremehkan mereka dan

menolak kebenaran." Kesombongan adalah melihat diri sendiri di atas kebenaran dan merasa bahwa Anda lebih baik dari orang lain. Orang sombong menganggap diri mereka sempurna dan memandang diri mereka di atas orang lain (Bahjatun Nadzirin).

Namun nyatanya masih banyak orang yang selalu ingin memamerkan harta dan kepunyaannya kepada sesama manusia. Secara wajar semua yang dia miliki adalah hak mutlak. Ia pun merasa berhak memamerkannya untuk membahagiakan dirinya sendiri tanpa memikirkan efeknya bagi orang lain di sekitarnya. Sifat ini kemudian menimbulkan iri dan dengki pada orang lain yang merasa bahwa kehidupan sosialnya harus kompetitif dalam segala aspek. Karena ketika seseorang melihat bahwa sesamanya telah mencapai lebih dari orang tersebut, kemungkinan besar dia akan termotivasi untuk melampaui sesamanya.

Hal ini dapat mempengaruhi munculnya orang baru yang ingin memamerkan pencapaiannya seperti orang lain sebelumnya. Isu di atas bisa tersebar luas di media sosial. Keberadaan internet telah membawa keterbukaan pada dunia informasi dan komunikasi. Semuanya tersedia dalam hitungan detik. Sejak informasi, berita digital dan sejenisnya telah menjadi makanan sehari-hari masyarakat saat ini. Ketersediaan media di internet tidak kalah banyaknya dan salah satunya adalah media sosial. Ada banyak pengguna. Dari hiruk pikuk kota hingga kedamaian dan ketenangan pedesaan, hampir semua orang sudah memiliki akses ke media sosial.

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang fenomena *flexing* kekayaan media sosial, perlu dilakukan penelitian yang berfokus pada perspektif hadits dan pengaruhnya terhadap perilaku sosial di media sosial. Berdasarkan pernyataan dan permasalahan di atas peneliti tertarik untuk membahas "*Flexing* Kekayaan di Media Sosial Perspektif Hadis". Penelitian ini dapat membantu memahami efek negatif dari *flexing* kekayaan, mengembangkan kesadaran sosial, dan mendorong penggunaan media sosial yang lebih bertanggung jawab.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, rumusan masalah yang dapat dijadikan pokok pembahasan dalam penelitian ini, sebagai berikut?

1. Bagaimana fenomena *flexing* kekayaan di media sosial dalam perspektif hadis?
2. Apakah kegiatan *flexing* sesuai atau bertentangan dengan nilai-nilai dan ajaran Islam yang terdapat dalam hadis?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah ditentukan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dampak fenomena *flexing* kekayaan di media sosial terhadap konteks perspektif hadis.
2. Menganalisis dan memahami nilai-nilai ajaran agama Islam yang mempengaruhi *flexing* kekayaan di media sosial, serta mengevaluasi sejauh mana perilaku tersebut sejalan atau tidak sejalan dengan nilai-nilai Islam yang terdapat dalam hadis.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian merupakan bagian penting, yang kepentingannya dalam melakukan penelitian ini tidak kalah pentingnya dengan penyusunan penelitian. Ada beberapa hal penting di dalamnya, yaitu manfaat penelitian adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis dan akademis diharapkan menjadi sumbangan yang tidak seberapa bagi kemajuan para ulama ilmu Hadis, dan pemanfaatan penelitian ini juga diharapkan dapat memperluas literatur fakultas Ushuluddin, khususnya bagian kajian Hadis. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya. Studi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dengan topik *flexing* kekayaan

2. Kegunaan Praktis

- a. Untuk mendorong lebih banyak penelitian di bidang pemahaman Hadis.
- b. Dapat memberikan wawasan bagi masyarakat khususnya bagi para mahasiswa dalam memahami hadis terkait *Flexing* dan ini sebagai salah satu upaya pembaharuan kajian hadis di jurusan Ilmu Hadis Fakultas Ushuluddin UIN Sunan gunung Djati Bandung.

E. Penelitian Terdahulu

Pada bagian penelitian terdahulu, peneliti memaparkan beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik penelitian. Studi yang berbeda tentang *flexing* kekayaan dengan penekanan yang berbeda. Beberapa penelitian terkait dengan aktivitas dan penelitian peneliti. Pada bagian ini dipaparkan beberapa hasil penelitian yang berkaitan dengan kajian yang sama, sehingga dapat dilihat orisinalitas peneliti baik dari segi rangkaian atau fase maupun dari hasil kajian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya mengenai *flexing* sebagai topik penelitian, sesuai dengan karakter dan literatur hadis yang mendukung pandangan kajian hadis terhadap kajian tersebut, yaitu :

1. Jurnal, Wahyudin Darmalaksana Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung (2022). Berjudul “Study *Flexing* dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial.” Penelitian ini membahas metode penelitian kualitatif dengan fokus pada studi pustaka dan studi lapangan, serta teknik pengumpulan data melalui inventarisasi, klasifikasi, dan interpretasi. Pandangan hadis tentang *flexing* di media sosial dengan menggunakan metode tematik dan analisis etika media sosial, menunjukkan bahwa perilaku *flexing* tidak sesuai dengan moral Islam (Darmalaksana, 2022). Perbedaan dalam penelitian ini pada kritik sanad, matan dan pendekatan. Persamaan penelitian ini adalah membahas *flexing* di media sosial.
2. Jurnal, Anisatul Mardiah Mahasiswa Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang (2021). Artikel tersebut berjudul “Fenomena *Flexing*: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Etika Islam.” Penelitian ini menjelaskan fenomena kekayaan dan kehidupan mewah di media sosial dinilai tidak etis

karena tidak sesuai dengan ajaran Islam. Riya' sangat berbahaya karena dapat membatalkan amalan dan menarik murka Allah. Jangan sampai merusak ibadah, merusak amalan, merusak pahala dan murka Allah karena Riya di jejaring sosial (Anisatul, 2021). Perbedaan dalam penelitian ini adalah subjek penelitiannya seperti media sosial. Kesamaan dalam penelitian ini adalah studi perilaku *flexing*.

3. Skripsi, Putri Syarifah Fatimah dan Oggy Maulidya Perdana, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (2023) berjudul “*Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam.*” Dalam penelitian ini terdapat hadits bahwa tujuan memperlihatkan pakaian adalah untuk mendapatkan pujian, kemudian pada hari kiamat ia akan dikenakan pakaian yang sama dan dimasukkan ke dalam api neraka (Putri & Oggy, 2023). Perbedaan penelitian ini adalah penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang mengkaji kondisi ilmiah. Persamaan penelitian ini adalah untuk mempelajari perilaku *flexing*.
4. Skripsi Nasihudin (2016), yang berjudul Al-kibru dalam Perspektif Hadis Nabi Saw (Suatu Kajian Tahlili). Hasil penelitian bahwa hadis menjadi obyek *naqd al-sanad* dinilai Shahi. Dilihat dari penilaian para ulama dalam tiap tingkatan rawi dinilai dari siqah, dan dari segi matannya. Kerna terbabas dari syaz dan illat serta tidak bertentangan dengan dalil-dalil al-Quran yang berkaitan dengan matan hadisnya dan hadis-hadis lainnya yang terdapat dalam penelitian ini. Adapun dampak dari sifat al-kibru sangat fatal bagi pelakunya, yang berkaitan dengan dampak pada psikologis dan sosial. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini metode tahlili dan sumber yang digunakan penelitian kepustakaan (Nasihuddin, 2016), adapun perbedaan dalam penelitian ini, peneliti sekarang berfokus pada kajian *flexing* terhadap media sosial. Persamaan dalam peneliti ini, membahas syarah hadis dalam kesombongan di media sosial.
5. Jurnal, Abdulloh Labib, Mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang (2022). Judul Tahadduts bi al-Ni'mah Perspektif Quraisy dalam Tafsir Shihab al-Misbah dan Relevansinya terhadap Prilaku *Flexing*. Kajian

ini membahas tentang nasib para pelaku *Flexing* yang akhir-akhir ini begitu populer di media sosial sehingga mendapat banyak komentar dan kritik secara umum. Latar belakang tersebut dikarenakan kurangnya pemahaman yang mendalam tentang ilmu agama, khususnya mengenai Tahadduts bi al-Ni'mah (Abdulloh, 2022). Perbedaan penelitian ini terletak pada pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan Maudu. Persamaan untuk penelitian ini adalah untuk membahas *flexing*.

6. Jurnal, Mutmainnah, Ari Fahimatussyam Putra Nusantara, Abdur Rakhman Wijaya, mahasiswa UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (2023). Sesuai dengan judulnya. "Fenomena Fleksibel dalam Ekonomi Islam." Kajian ini membahas tentang pengertian perilaku fleksibel yang menyimpang dari ajaran Islam dan diatasi dengan pengendalian diri yang bersumber dari dalam diri individu. Islam mengajarkan betapa pentingnya bertindak secara seimbang antara dunia dan kehidupan yang akan datang, antara kebutuhan jasmani dan rohani, antara kebutuhan diri sendiri dan kebutuhan orang lain (Mutmainnah dkk, 2023). Perbedaan dalam penelitian ini terdapat pada variabel dependen yaitu ekonomi Islam. Persamaan untuk penelitian ini adalah untuk membahas *flexing*.
7. Jurnal, Syafruddin Pohan, Putri Munawwarah, Juli Susanty Br Sinuraya, Mahasiswa Universitas Sumatera Utara (2003). Berjudul "Fenomena *flexing* di Media Sosial dalam menaikkan Popularitas diri sebagai Gaya Hidup". Dalam studi konteks agama ini, *Flexing* kurang menekankan ajaran agama dan lebih menekankan pada tujuan utamanya, popularitas. Islam tidak menganjurkan untuk menyombongkan diri karena dapat berdampak negatif pada individu maupun orang lain. Ini termasuk demo yang disertakan dengan *Flexing* (Syafruddin dkk, 2003). Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel dependen yaitu. meningkatnya popularitas diri sebagai gaya hidup. Persamaannya ada pada variabel bebas yang berhubungan dengan *flexing*.

F. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dimaksudkan untuk memberikan bayangan dan konsep yang dibahas dalam penelitian ini dan akan menjadi tolok ukur sesuai dengan rumusan masalah dalam penelitian ini, sehingga penelitian ini berfokus pada *flexing* kekayaan di media sosial. Secara garis besar *flexing* adalah suatu perilaku untuk memperlihatkan sesuatu yang dipunyai akan tetapi melalui cara yang tidak mengasyikkan. Sederhananya *flexing* merupakan suatu perilaku yang dilakukan seseorang dengan cara pamer di dunia nyata maupun di sosial media. Tak bisa dipungkiri bahwasanya perilaku *flexing* sangat sulit sekali untuk tidak dilakukan dan saat ini sudah menjadi fenomena yang kerap kali dijalani oleh para pemuda untuk terlihat menarik dan menjadi populer. Jadi, secara garis besar *flexing* adalah perilaku berlebihan dan berpenampilan untuk diperlihatkan kepada orang lain demi mendapatkan pengakuan (Arif Nurdiansyah, 2023). Perilaku *flexing* yang biasa dilakukan berupa mengunggah pencapaian yang sudah diraih, kekayaan yang dimiliki, bepergian ke tempat-tempat yang mewah sebagai citra bahwasanya memiliki status sosial yang tinggi.

Faktor-faktor dalam *Flexing* Kekayaan adalah, konseptual untuk faktor motivasi dalam *flexing* kekayaan akan menggali alasan di balik perilaku tersebut. Ini dapat mencakup dorongan untuk mendapatkan pengakuan, meningkatkan status sosial, atau membangun citra positif. Faktor-faktor ini mungkin berkaitan dengan kebutuhan psikologis, keinginan untuk mempertahankan atau meningkatkan posisi sosial, atau bahkan aspirasi personal.

Adapun faktor-faktor seseorang berperilaku dalam *Flexing* untuk mendorong kekayaan ialah:

1. Dorongan untuk Pengakuan Sosial. Dengan keinginan untuk dikenali dan diakui oleh orang lain melalui visualisasi kekayaan di media sosial, salah-satu contohnya seperti seorang individu mungkin merasa puas ketika postingan tentang aset atau pencapaian keuangan mereka mendapatkan banyak perhatian.

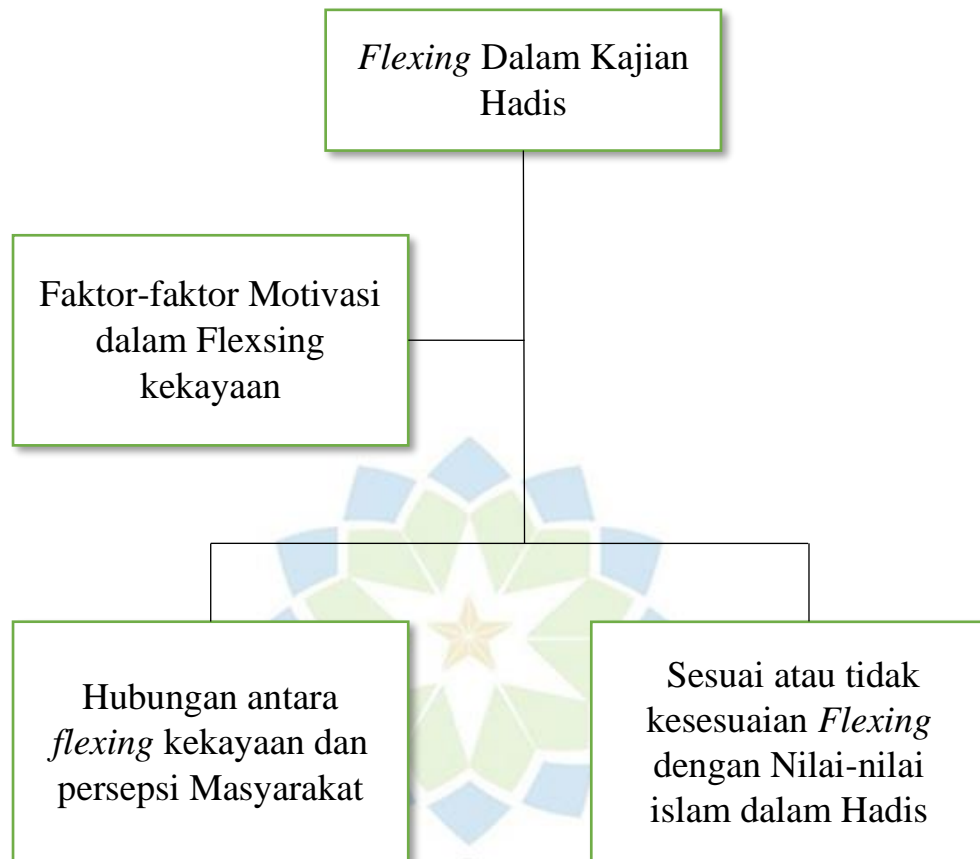
2. Peningkatan Status Sosial adalah motivasi untuk meningkatkan status sosial atau mengukuhkan posisi dalam hierarki sosial melalui *flexing* kekayaan. Contoh: Seseorang mungkin berusaha menunjukkan gaya hidup mewah untuk memperoleh pengakuan dan kedudukan sosial yang lebih tinggi.
3. Hubungan antara *Flexing* Kekayaan dan Persepsi Masyarakat yaitu, kerangka konseptual untuk hubungan ini akan membahas bagaimana perilaku *flexing* kekayaan di media sosial mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap keberhasilan dan kesuksesan individu. Hal ini melibatkan analisis dampak visualisasi kekayaan, terutama melalui platform media sosial, terhadap citra diri individu dan citra sosial yang terbentuk di mata masyarakat.
4. Dampak Visualisasi Kekayaan. Analisis terhadap cara visualisasi kekayaan di media sosial, seperti melalui foto, video, atau narasi tertentu, dapat mempengaruhi bagaimana masyarakat memandang keberhasilan dan kesuksesan seseorang. Contoh: Postingan foto mobil mewah atau liburan mewah yang dapat menciptakan persepsi bahwa seseorang mencapai tingkat keberhasilan tertentu.
5. Citra diri dan Citra Sosial. Bagaimana individu membangun citra diri mereka melalui *flexing* kekayaan dan bagaimana hal itu mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap mereka. Contoh: Seseorang mungkin menggunakan *flexing* kekayaan untuk meningkatkan harga diri pribadi dan mendapatkan pengakuan dari orang lain.
6. Kesesuaian atau ketidaksesuaian *Flexing* dengan Nilai-nilai Islam dalam Hadis. Kerangka konseptual ini akan membahas apakah perilaku *flexing* kekayaan di media sosial sejalan atau bertentangan dengan nilai-nilai Islam yang terdapat dalam hadis. Ini melibatkan penelusuran ajaran-ajaran Islam yang berkaitan dengan kekayaan, kesederhanaan, dan sikap terhadap keberhasilan. Dalam konteks ini, kerangka konseptual dapat menyelidiki apakah *flexing* kekayaan melibatkan praktik-praktik yang sesuai dengan ajaran Islam atau sebaliknya.

7. Ajaran Hadis tentang Kesederhanaan: Penelusuran ajaran hadis yang menekankan nilai-nilai kesederhanaan dan pengendalian diri terhadap harta. Contoh: Hadis yang menekankan pentingnya menjaga sederhana dalam kehidupan dan menghindari pemborosan.
8. Sikap terhadap Kekayaan dalam Hadis. Evaluasi apakah *flexing* kekayaan mencerminkan sikap yang sesuai atau bertentangan dengan sikap yang dianjurkan dalam hadis terkait kekayaan. Contoh: Menyelidiki hadis yang memberikan petunjuk tentang bagaimana menggunakan kekayaan dengan bijaksana dan memberikan manfaat kepada orang lain.
9. Konsistensi dengan Nilai-nilai Islam. Menilai apakah tindakan *flexing* kekayaan di media sosial sesuai dengan prinsip-prinsip dan nilai-nilai Islam yang mendorong keadilan, kebijaksanaan, dan sikap rendah hati. Contoh: Menganalisis sejauh mana *flexing* mencerminkan nilai-nilai Islam dalam konteks keadilan sosial dan tanggung jawab sosial.

Fenomena *flexing* sebaiknya dihindari karena memunculkan sifat ria atau pamer. Sifat ria tidak dianjurkan bagi umat Islam karena memunculkan dampak negatif bagi diri sendiri dan orang lain. Dan juga memberikan dampak negatif pada hubungan sosial dan ekonomi dimana seseorang lebih mementingkan tampilan daripada kenyataan serta tindakan ini dapat meningkatkan konsumtif serta mendorong setiap individu untuk mengeluarkan pengeluaran yang tidak diperlukan.

Van Dijk dalam Nasrullah (2015) mengatakan bahwa media sosial adalah sebuah media eksistensi penggunaanya yang biasa digunakan untuk beraktifitas dan berinteraksi. Maka dari itu, media sosial bisa dikatakan sebagai fasilitator online dalam hal interaksi sosial para penggunaanya. Media sosial sangat digemari masyarakat untuk berbagai macam sarannya, media sosial sendiri tentu memiliki banyak manfaatnya di antaranya membuka kesempatan untuk menjalin pertemanan dengan orang-orang baru. Tetapi tidak lepas dari itu media sosial memiliki dampak negatif yang di antaranya menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya, interaksi secara tatap muka cenderung menurun, membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet.

Bagan alur kerangka berpikir



G. Sistematis Penelitian

Untuk menyederhanakan pemahaman isi proposal ini, peneliti mengusulkan susunan penulisan sebagai berikut:

Bab pertama Meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan, kegunaan, studi pustaka, metode penelitian dan sistematika penulisan.

Bab kedua menjelaskan metode yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian, termasuk teori dan metode yang akan digunakan sebagai langkah penelitian selanjutnya.

Bab ketiga menjelaskan mengenai objek penelitian hadis-hadis *flexing* kekayaan.

Bab keempat hasil dan Analisis, pada bab ini menganalisis tentang *flexing* kekayaan di media social perspektif hadis.

Bab kelima penutup berisi kesimpulan atau temuan penelitian berupa kualitas dan validitas hadis yang berhubungan dengan *flexing* kekayaan dan relevansi hadis dalam peningkatan produktivitas keimaman dan ketakwaan serta amal kebajikan dan berlomba-lomba dalam amal ma'ruf nahi munkar saat ini.

