

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Era digital merupakan dunia baru yang dipenuhi dengan berbagai perubahan dan digandrungi oleh sebagian besar masyarakat dunia, utamanya kaum muda. Kehidupan dan perilaku manusia di era digital ini sangat berbeda dibandingkan dengan era sebelumnya. Hal ini diakibatkan oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih serta mudah didapatkan. Era digital didominasi oleh generasi milenial yang terdiri dari generasi Y dan Z, (generasi Y yang terlahir tahun 1977 – 1997 dan generasi Z lahir tahun 1998-sekarang, sering disebut juga sebagai *Net generation*) juga dikenal sebagai *the next generation*, menghabiskan sebagian besar hidupnya berinteraksi dengan internet dan komunikasi secara digital. Bahkan, tidak jarang generasi Z sering juga disebut sebagai generasi *Google*. Generasi Z tidak saja mendapatkan informasi tetapi juga mendukung terciptanya revolusi informasi di berbagai ruang kehidupan sosial.<sup>1</sup>

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa banyak perubahan dalam lingkungan masyarakat. Terlebih di tengah kondisi dunia yang saat ini mengalami *disrupsi* membuat banyak orang memanfaatkan media sosial sebagai *alternatif* mata pencaharian. Hal ini didukung oleh kemudahan dalam mengakses informasi yang telah ditawarkan oleh jaringan

---

<sup>1</sup>Diah Ajeng Purwani, *Pemberdayaan Era Digital*, Yogyakarta: Bursa Ilmu, 2021, hal. 1.

internet yang menghubungkan semua orang dimana pun berada. Segala aktivitas yang dilakukan di media sosial pun tampak menjanjikan keuntungan, baik dari segi finansial maupun popularitas. Akibatnya, konten-konten unggahan semakin tak terkendali. Dari sini pula, para *vlogger* atau *content creator* memanfaatkan media sosial sebagai tempat untuk pamer kemewahan. Kondisi ini menjadi fenomena yang tengah marak di media sosial dan dikenal dengan istilah *flexing*.<sup>2</sup>

Hadirnya fenomena *flexing* bersamaan dengan munculnya istilah sultan atau *crazy rich* yang menjadi gelar bagi seseorang yang dianggap publik sebagai pemilik harta yang melimpah di zaman ini. Meskipun jauh sebelum berkembangnya media sosial perbuatan pamer kekayaan sudah dikenal di masyarakat, akan tetapi yang menjadi pembeda dalam konteks zaman sekarang adalah hadirnya media sosial yang menciptakan cakupan yang lebih luas, sehingga dijadikan sebagai wadah baru yang kian memarakan perilaku *hedonisme*. Adapun aktifitas yang diperlihatkan senantiasa dihiasi dengan keglamoran. Perilaku seperti hura-hura, liburan keluar negeri, prestasi hidup, mengendarai jet pribadi, makan di restoran ternama dan membeli barang-barang keluaran terbaru hanya untuk dijadikan konten sebagai ajang pamer di media sosial.<sup>3</sup>

Secara psikologis, pada dasarnya hampir sebagian besar motif utama yang membuat seorang individu melakukan perilaku demikian karena ingin menunjukkan eksistensi dirinya dalam ruang-ruang sosial. Hal ini dikonfirmasi oleh lembaga psikologi Indonesia, bahwa 80% orang yang hobi *selfie* di dalam mobil, jendela pesawat dan posting foto makanan termasuk gambar-gambar yang diperlihatkan di tempat-tempat spesial ialah mereka yang butuh pengakuan kalau mereka orang berada. Fenomena ini memperlihatkan tergerusnya nilai-nilai spiritual yang merupakan masalah yang nyata. Karena kekayaan, kebahagiaan dan pencapaian tidak lagi dilihat sebagai ekspresi rasa syukur dalam diri semata melainkan diposisikan sebagai kenikmatan yang bergantung pada pandangan orang lain dan orang-orang sekitar.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup>Nur Khayati, dkk, "Fenomena Flexing di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural", *Jurnal Sosialisasi*, vol. 9, No. 2, 2022, hal. 113.

<sup>3</sup>Wahyuddin Darmalaksana, "Studi Flexing dalam Pandangan Hadits dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial", *Jurnal Gunung Djati Conference Series*, vol. 8, No. 2, 2022, hal. 422.

<sup>4</sup>Mahyuddin, "Social Climber dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer", *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, vol 2, No. 2, 2017, hal. 127.

Fenomena *flexing* yang beberapa waktu terakhir banyak sekali dilakukan oleh *influencer* di media sosial telah memunculkan kehebohan bagi warganet. Fenomena *flexing* seakan perbuatan *flexing* kekayaan ini telah menjadi *trend* dan ditunggu oleh warganet. Menurut Darmalaksana, khalayak masyarakat menganggap bahwa *flexing* adalah perbuatan yang tidak etis serta tidak layak ditampilkan di masyarakat. Lebih dari itu, perilaku *flexing* ini dinilai tidak selaras dengan moral dan etika Islam, bahkan dinilai tidak memenuhi syarat etika media sosial.<sup>5</sup>

Gejala *flexing* ini sangat bertentangan dengan nilai etika yang diajarkan oleh Rasulullah Saw. Sifat *flexing* tersebut sangat dilarang dan mendapat ancaman yang serius dari Allah Swt, karena dalam *flexing* tersebut mengandung unsur beberapa sifat yang menyalahi aturan agama di antaranya adalah sombong, iri, merendahkan orang lain, dan pamer. Banyak nilai kebaikan dalam hadits Rasulullah yang mulai terlupakan di era digital ini, banyak nilai kebaikan yang dilanggar, seperti fenomena *flexing* yang akhir-akhir ini sedang marak terjadi.

Menurut sejarah, *flexing* sudah ada sejak tahun 1899, namun *flexing* ini baru terangkat kembali khususnya di negara Indonesia pada tahun 2020, karena banyak dari beberapa golongan, mulai dari para artis, para pengusaha, tokoh publik dan lainnya berlomba-lomba baik itu di sosial media atau di dunia nyata dalam memperlihatkan atau memamerkan kehidupan yang bermegah-megahan, gaya hidup yang berlebihan mulai dari pamer harta kekayaan, pakaian dan lain-lain, hingga memamerkan hal yang diraihnya.<sup>6</sup>

*Flexing* pada umumnya dilakukan untuk mengekspresikan status sosialnya dan untuk mencari atensi kepada masyarakat bahwa dirinya adalah orang yang mapan, memarket diri agar seolah-olah terlihat sukses dan berstatus sosial tinggi.<sup>7</sup> Orang yang suka *flexing* akan terobsesi untuk terus melakukan *flexing*. Bahkan, kini di beberapa tempat sudah muncul persewaan barang-barang *branded* seperti baju, tas, kendaraan ataupun yang lainnya agar orang-orang yang ingin *flexing* namun tidak mampu membeli barang mewah

---

<sup>5</sup>Zilal Afwa Ajidin dan Nafkhatul Wahidah, "Fenomena Flexing di Media Sosial dan Kaitannya dengan Israf", *Jurnal Islamic Business and Finance (IBF)*, vol. 4, No.1, 2023, hal. 2.

<sup>6</sup>Wahyuddin Darmalaksana, "Studi Flexing dalam Pandangan Hadits dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial...", hal. 412.

<sup>7</sup>Muhammad Iqbal dan Kisma Fawzea, *Psikologi Konflik: Ketika Ujian Melanda Rumah Tangga*, Depok: Gema Insani, 2022, hal. 99.

tersebut bisa meminimalkan pengeluarannya dengan menyewa barang-barang *branded* tersebut.<sup>8</sup>

*Flexing* biasanya dilakukan oleh kalangan kaum milenial, terutama para *influencer* yang menyebut diri mereka sendiri sebagai *crazy rich*. *Crazy Rich* adalah istilah dalam Bahasa Inggris yang menggambarkan kekayaan yang luar biasa. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, *Crazy Rich* diartikan sebagai kaya secara ekstrim, yang berarti memiliki kekayaan yang melimpah. Istilah “kaya” merujuk pada memiliki banyak harta, sementara “gila” mengacu pada kondisi mental yang tidak normal atau di luar batas kewajaran. Oleh karena itu, ungkapan “kaya gila” dapat diartikan sebagai memiliki kekayaan yang sangat besar.<sup>9</sup>

Pelaku *Crazy Rich* sering kali menunjukkan kekayaan mereka dengan cara memamerkan kekayaan yang dimilikinya ke akun platform media sosial mereka seperti Instagram, YouTube, TikTok dan lain sebagainya. Namun banyak juga dari netizen yang menganggap bahwa *flexing* ini justru hanya dilakukan oleh para *fake rich* atau “orang kaya palsu”,<sup>10</sup> karena ada kemungkinan yang mereka pamerkan itu bukan miliknya alias hanya rekayasa yang digunakan untuk konten saja. Artinya, orang-orang yang melakukan *flexing* belum tentu adalah orang-orang yang memang benar-benar memiliki kekayaan yang fantastis.<sup>11</sup>

Sebagai contoh, ada beberapa nama orang kaya terkenal di sosial media dengan umur yang relatif masih muda yang menjadi sorotan baik di dunia maya maupun di dunia nyata, di antaranya adalah Budi Hartono dan Michael Hartono dua bersaudara yang dikenal memiliki sebagian saham di Bank Central Asia, Anthoni Salim yang dikenal sebagai CEO Salim Group yang memiliki aset di industri makanan, ritel, perbankan, telekomunikasi, dan sektor energi, Jusuf Hamka yang terkenal dengan sebutan “Bos Jalan Tol”, Raffi Ahmad yang dikenal sebagai “Sultan Andara”, Andre Taulany dengan julukan “Sultan Bintaro”, seorang *Youtuber* bernama Atta Halililar, dan juga beberapa nama yang belakangan viral seperti Maharani Kemalasar dengan

---

<sup>8</sup>Aprisilia Risky Wijaya, *Media Sosial, Flexing, dan Qarun*, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2022, hal. 34.

<sup>9</sup>Rachmawati Windyaningrum, dkk, “Analisis Isi Pesan Flexing pada Tayangan Program Sobat Misqueen Trans 7 Episode Grebek Rumah Sultan Muda Medan Indra Kenz”, *Indonesian Journal of Social and Education*, vol. 1, No. 1, 2022, hal. 9.

<sup>10</sup>Anisatul Mardiah, “Fenomena Flexing: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Etika Islam”, *Jurnal C-TiaRS*, vol. 1, No. 1, 2022, hal. 310.

<sup>11</sup>Yuliana Mustamin, “The Phenomenon Of Flexing Behavior After The Pandemic Is A Contemporary Economic Problem From An Islamic Economic Perspective”, *Jurnal Penelitian Islam*, vol. 16, No. 02, 2022, hal. 318.

bisnis MS Glow-nya, Rudi Salim yang sukses dengan menjalin kerja sama dengan pasangan selebritas Rizky Billar dan Lesti Kejora. Diantara nama-nama itu terdapat orang yang memang beneran kaya *crazy rich*.<sup>12</sup>

Rhenald Kasali, seorang akademisi & praktisi bisnis serta guru besar bidang ilmu manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia mengatakan bahwa ada pepatah yang berbunyi *Poverty screams, but wealth whispers*, bahwa orang-orang kaya yang beneran kaya itu berbisik *whispers*, bukan berisik. Mereka merasa agak risih dan juga malu jika membicarakan (memamerkan) kekayaannya, karena biasanya orang yang benar-benar kaya justru menghendaki privasi. Menurut beliau, tidak ada hal yang mudah dan gampang untuk meraih sesuatu karena semuanya butuh proses.<sup>13</sup>

Istilah *flexing* memang baru muncul pada era digital ini. Namun, fenomena *flexing* sudah ada sejak zaman dahulu serta contohnya sudah disebutkan dalam QS. Al-Qaṣaṣ [28]: 76:

إِنَّ قَارُونَ كَانَ مِنْ قَوْمِ مُوسَى فَبَغَى عَلَيْهِمْ وَآتَيْنَاهُ مِنَ الْكُنُوزِ مَا إِنَّ مَفَاتِحَهُ لَتَنُوءُ بِالْعُصْبَةِ أُولَى الْقُوَّةِ إِذْ قَالَ لَهُ قَوْمُهُ لَا تَفْرَحْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْفَرِحِينَ

“*Sesungguhnya Qarun termasuk kaum Musa, tetapi dia berlaku aniaya terhadap mereka. Kami telah menganugerahkan kepadanya perbendaharaan harta yang kunci-kuncinya sungguh berat dipikul oleh sejumlah orang yang kuat-kuat. (Ingatlah) ketika kaumnya berkata kepadanya, “Janganlah engkau terlalu bangga. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang terlalu membanggakan diri.”*”

Ibnu Kasir menjelaskan bahwa maksud dari ayat ini Allah tidak menyukai orang-orang yang terlalu membanggakan diri, kemudian menurut Ibnu Abbas yaitu orang-orang yang sombong. Sedangkan Imam Mujahid menambahkan orang-orang sombong yang angkuh, tidak bersyukur kepada Allah atas karunia yang diberikan-Nya kepada mereka.<sup>14</sup> Berangkat dari kisah tersebut, dapat dilihat bahwa akibat hartanya yang terlalu banyak serta sifat keangkuhan dan kesombongannya, Qarun terjerumus ke dalam kebinasaan. Hal ini berkaitan dengan perilaku *flexing* di zaman sekarang di mana *flexing*

<sup>12</sup>William Fernandes, “10 Daftar Crazy Rich Terkaya di Indonesia”, artikel diakses pada 02 September 2024 dari <https://www.investasiku.id/eduvest/lifestyle/crazy-rich-terkaya-di-indonesia>.

<sup>13</sup>Syahrudin, dkk, *Fenomena Komunikasi di Era Virtualitas: Sebuah Transisi Sosial Sebagai Dampak Eksistensi Media Sosial*, Cirebon: Green Publisher Indonesia, vol. 01, No. 2, 2023, hal.78.

<sup>14</sup>Abdullāh bin Muḥammad, *Tafsīr Ibnu Kasir*, Penerjemah Abdul Ghoffar, Bogor: Pustaka Imam Asy-Syāfi’i, 2004, hal. 297-298.

dinilai tidak selaras dengan moral dan etika islam, bahkan dinilai tidak memenuhi syarat etika media sosial.

Dalam ayat yang lain, yang spesifik mencekam perilaku *flexing* (pamer) adalah QS. At-Takāsūr [102]: 1:

أَلْهَكُمُ التَّكَاثُرُ ۚ

“Berbangga-bangga dalam memperbanyak (dunia) telah melalaikanmu”

Pada ayat ini dijelaskan bahwa perilaku *flexing* sangat rentan membuat orang menjadi lalai. Nawāwi al-Bantani menafsirkan ayat pertama surah ini dengan makna, “Yakni, bersaing untuk saling mengalahkan dengan prestasi *manāqib*, banyaknya harta, banyaknya pengikut *followers* telah menyibukkan kalian dan menyombongkan semua itu dari merencanakan dan bersiap-siap sebelum terjadi hal yang sangat mengerikan pada hari kiamat”.<sup>15</sup> Dalam penafsiran diatas, telah jelas bahwa *flexing* atau memamerkan sesuatu untuk mendapatkan pengakuan dan pujian dari orang lain tidak diperbolehkan dalam Al-Qur’an karena bisa melalaikan.

Fenomena *flexing* ini semakin marak terjadi sejak para *influencer* banyak yang memunculkan eksistensinya. Memanfaatkan *habit* (kebiasaan) maupun *outfit*-nya yang identik dengan barang-barang mewah, para *influencer* ini mencoba untuk selalu eksis melalui *platform* media sosialnya masing-masing.<sup>16</sup>

Perilaku *flexing* seperti ini sebenarnya bukan hal baru atau baru muncul sekarang. Sejatinya sejak zaman dulu hal ini telah menjadi topik perbincangan serta bahan gunjingan dan sebagainya di kalangan masyarakat, yakni dengan menunjukkan keunggulan status pribadi melalui perbandingan sosial. Yang membedakannya dengan fenomena saat ini adalah karena adanya dukungan teknologi komunikasi yang berkembang pesat, salah satunya adalah media sosial.

Pelaku *flexing* diwadahi oleh media sosial sehingga dalam waktu singkat daya jangkauannya bisa menjadi lebih masif dan tentunya lebih luas. Era jaringan saat ini telah menembus batasan ruang dan waktu. Padahal, di masa lalu jika orang kaya ingin memamerkan kekayaan haruslah memamerkan

<sup>15</sup>Muhammad Nawāwi Al-Jāwi, *Al-Tafsīr Al-Munīr li Ma’ālim Al-Tanzīl*, Jilid 2, Surabaya: Al-Hidayah, 2011, hal. 659.

<sup>16</sup>Anisatul Mardiah, “Fenomena Flexing: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Etika Islam...”, hal. 310.

kekayaannya kepada orang lain secara langsung. Namun, orang-orang pada saat ini bisa menampilkannya cukup melalui media sosial saja.<sup>17</sup>

Pada dasarnya, media sosial memiliki manfaat yang sangat banyak, selain mempermudah interaksi sosial, media sosial juga dapat dimanfaatkan untuk mengiklankan atau mempromosikan suatu produk atau jasa guna menarik minat para konsumen yang bermain di media sosial (*social media marketing*). Di samping melakukan *marketing*, media sosial juga banyak digunakan untuk melakukan *personal branding*, yang dalam hal ini seseorang akan membuat diri mereka terlihat sebaik mungkin agar menarik untuk dilihat oleh orang lain di media sosial, meskipun terkadang pada kenyataannya sangat berbeda dan tidak selalu sesuai dengan apa yang diperlihatkan di media sosial. Bahkan tidak sedikit dari *influencer* yang memberikan informasi yang salah hanya untuk terlihat baik dan menarik di media sosial, termasuk salah satunya adalah melakukan *flexing* itu sendiri.<sup>18</sup>

Di media sosial, identitas seseorang dapat menjadi berubah-ubah. Peran yang dilakukan media sosial ini memungkinkan seseorang untuk memiliki identitas palsu seperti yang diinginkan. Dengan kata lain, melalui perantara media sosial ini, mereka membentuk sebuah realitas. Ini berarti bahwa media sosial sangat mempengaruhi kehidupan mereka. Keberadaan media sosial tentunya membuat perilaku *flexing* lebih mudah. Sulit untuk tidak berbuat *flexing* ketika mereka memiliki obsesi untuk berbuat *flexing* itu sendiri. Di dalam dunia maya, mereka ingin dikenal sebagai orang yang menarik dan ingin dianggap sebagai orang kaya.

Tindakan *flexing* di media sosial semakin marak dilakukan oleh kalangan *youtuber*, selebritis, artis dan para *influencer* yang memperlihatkan kekayaan dan gaya hidupnya. Bentuk-bentuk yang termasuk dalam perilaku *flexing* berbeda-beda, seperti *flexing* harta, *flexing* kedudukan, *flexing* keluarga atau keturunan, *flexing* gaya hidup dan sebagainya.<sup>19</sup> Hal ini membuat masyarakat tergugah dan ingin melakukan hal yang sama. Akibatnya, masyarakat berkeinginan untuk kaya secara instan agar dapat

---

<sup>17</sup>Anisatul Mardiah, “Fenomena Flexing: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Etika...”, hal. 312.

<sup>18</sup>Jawade Hafidz, “Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana”, *Jurnal Cakrawala Informasi*, vol. 2, No. 1, 2022, hal. 13.

<sup>19</sup>Kamelia Sofia Ilham, “Flexing dalam Perspektif Surat At-Takāsūr dan Internalisasinya dalam Era Media Sosial”, Skripsi S1 Fakultas Syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023, hal. 4.

mengikuti *trend* tersebut dan menarik simpati terhadap masyarakat yang lain.<sup>20</sup>

Sebagai contoh, dampak negatif yang bisa dilihat dari fenomena tersebut seperti contoh pada kasus pejabat Badan Usaha Milik Negara (BUMD) yang sedang viral akhir-akhir ini di beranda TikTok, terdapat seorang pejabat BUMD Perumdan Tirta Mukti Cianjur, Jawa Barat. Pejabat yang viral itu diketahui bernama Imas Maesaroh. Video Imas yang viral itu berdurasi 18 detik. Di video lain, Imas pamer koleksi emas 24 karatnya yang dipasang di jari-jarinya. Akibat aksi pamer harta itu, Ahmad Mengatakan, Imas sudah dicopot. Dia mengatakan perilaku Imas sebagai pejabat yang pamer harta tidak dibenarkan.<sup>21</sup> Gambaran di atas, menunjukkan bahwasanya perilaku *flexing* sangat berpengaruh terhadap hidup seseorang. Dari sini, kiranya penting fenomena tersebut dilihat dari pandangan islam. Pada dasarnya Islam sudah mengajarkan untuk tidak berbangga-bangga diri terhadap apa yang dimiliki.

Contoh lain terdapat pada kasus mahasiswi Universitas Diponegoro (UNDIP) penerima Beasiswa KIPK yang viral di *reels* Instagram, terdapat seorang mahasiswi asal UNDIP tengah menjadi pusat perbincangan di dunia maya. Pasalnya, mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis ini dinilai gemar memamerkan gaya hidupnya secara berlebihan (*flexing*). Mahasiswi ini diketahui bernama Cantika Mutiara Johani, seorang mahasiswi sekaligus selebgram ini merupakan penerima beasiswa (KIPK) Kartu Indonesia Pintar Kuliah. Namun setelah viral Cantika Mutiara Johani dikabarkan telah mengundurkan diri sebagai penerima beasiswa KIPK. Hal ini diketahui dari akun instagram *sahabat.kipkculiah* pada 30 April 2024 lalu. Menurut postingan akun tersebut, Cantika Mutiara Johani telah memberikan klarifikasinya melalui akun X (Twitter) pribadinya.<sup>22</sup> Dari kasus tersebut, menunjukkan perilaku *flexing* ini tidak sesuai dengan ajaran islam. Pada dasarnya islam sudah mengajarkan untuk bersyukur dengan apa yang dimiliki dan tidak memamerkan apa yang kita punya di sosial media.

---

<sup>20</sup>Mutmainnah, dkk, "Fenomena Flexing dalam Ekonomi Islam", *Jurnal Econctica*, vol. 5, No.1, 2023, hal. 132.

<sup>21</sup>Ikbal Slamet, "Viral Pamer Uang hingga Emas di Medsos, Pejabat BUMD Cianjur dicopot", artikel diakses pada 13 Agustus 2024 dari <https://news.detik.com/berita/d-6893391/viral-pamer-uang-hingga-emas-di-medsos-pejabat-bumd-cianjur-dicopot>.

<sup>22</sup>Agus widyanto dan Zainal Arifin, "Gemar Flexing, Mahasiswi UNDIP Penerima Beasiswa KIPK Viral", artikel diakses pada 14 Agustus 2024 dari <https://jabar.viva.co.id/news/22527-gemar-flexing-mahasiswi-undip-penerima-beasiswa-kipk-viral>.

Ketua Program Studi Psikologi Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia (Unusia), Elmy Bonafita Zahro, menjelaskan *flexing* adalah perilaku tak sehat. Sedikitnya, terdapat tiga dampak negatif dari kebiasaan *flexing*. Pertama, merugi secara psikis. Seseorang yang melakukan *flexing* umumnya berharap untuk mendapatkan pujian dan pengakuan dari/orang lain. Hal ini tentunya akan sangat melelahkan bagi pelaku *flexing* tersebut. Kedua, mengikis jati diri. Kebiasaan *flexing* cenderung dilakukan semata-mata untuk mendapatkan pengakuan. Perilaku ini akan membuat seseorang menjadi peduli pada penilaian dari orang lain. Ketiga, menyulitkan diri bangun relasi sosial. Tidak bisa dipungkiri kebiasaan *flexing* ini dapat membuat seseorang justru kesulitan menjalin hubungan sosial.<sup>23</sup> Istilah *flexing* disamaartikan dengan *riyā'* di dalam Al-Qur'an, salah satu ayat yang berkaitan dengan sifat *riyā'* ini ada pada QS. Al-Mā'un [107]: 6.

الَّذِينَ هُمْ يُرَاءُونَ

“yang berbuat *riyā'*”

Aḥmad Muṣṭafā Al-Marāḡī menjelaskan di dalam kitab *tafsir Al-Marāḡī*, bahwa makna kata *riyā'* adalah melakukan suatu perbuatan semata-mata agar dapat disaksikan oleh orang lain, bukan karena dorongan rasa takut kepada Allah yang tumbuh dari hati mereka. Hakikat *riyā'* adalah mencari keuntungan duniawi melalui bentuk ibadah, serta mengharapkan kedudukan di hati manusia.<sup>24</sup>

Kemudian M. Quraish Shihab dalam tafsirnya tafsir Al-Mishbah menjelaskan bahwasanya makna kata *riyā'* adalah melakukan suatu pekerjaan bukan karena Allah semata, tetapi untuk mencari pujian dan popularitas. *Riyā'* adalah sesuatu yang abstrak, sulit bahkan mustahil dapat dideteksi oleh orang lain, bahkan yang bersangkutan sendiri terkadang tidak menyadarinya, apalagi jika ia sedang tenggelam dalam satu kesibukan. *Riyā'* diibaratkan sebagai semut kecil lagi hitam berjalan dengan perlahan di tengah kelamnya malam di tubuh seseorang.<sup>25</sup>

Melihat hal ini, maka dapat dikatakan bahwa perilaku *flexing* akan membuat kehidupan seseorang diwarnai oleh ambisi terhadap dunia dan

<sup>23</sup>Nuriel Shiami, “Psikolog Unusia Sebut Tiga Dampak Negatif Kebiasaan Flexing”, artikel diakses pada 04 September 2024 dari <https://nu.or.id/nasional/psikolog-unusia-sebut-tiga-dampak-negatif-kebiasaan-flexing-PdDED>.

<sup>24</sup>Aḥmad Muṣṭafā Al-Marāḡī, *Tafsīr Al-Marāḡī*, juz XXX, Kairo: Syarikat Maktabah dan Percetakan Muṣṭafā Al-Halabī, hal. 247.

<sup>25</sup>M. Quraish Shihab, *Tafsīr Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, jilid 15, Jakarta: Lentera Hati, 2002, hal. 553.

menunjukkan pencapaian hidup di media sosial menjadi sangat populer di era digital saat ini. Hal ini membuat peneliti tertarik melakukan kajian terhadap fenomena *flexing* ini dengan menelaah pandangan Al-Qur'an melalui perspektif tafsir Al-Marāḡī dan tafsir Al-Mishbah untuk mendalami apakah fenomena tersebut sesuai dengan ajaran Islam dan bagaimana sikap yang seharusnya dilakukan. Ini bertujuan untuk memberikan panduan yang relevan dalam konteks sosial dan budaya saat ini, dengan menggali prinsip-prinsip Islam yang dapat diterapkan dalam dunia digital. Dengan demikian, peneliti ingin mengkaji lebih dalam lagi tentang fenomena *flexing* dengan judul PANDANGAN AL-QUR'AN TERHADAP FENOMENA *FLEXING* DI ERA DIGITAL (Studi Analisis *Tafsīr Al-Marāḡī* Karya Ahmad Muṣṭafā Al-Marāḡī (w. 1952M) dan Tafsir Al-Mishbah Karya M. Quraish Shihab (l. 1944M)).

## B. Identifikasi Masalah

Dengan merujuk pada pemaparan di atas, permasalahan yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Maraknya perilaku *flexing* di media sosial sebagai bentuk pamer kekayaan dan gaya hidup
2. Ketidaksesuaian *flexing* dengan nilai-nilai Islam (sombong, *riyā'*, dan lalai dari kewajiban spiritual)
3. Dampak negatif *flexing* terhadap psikologi dan hubungan sosial
4. Pengaruh media sosial dalam memperluas dan mempermudah perilaku *flexing*
5. Bergesernya tujuan sosial di tengah budaya digital
6. Terdapat perbedaan interpretasi antara Ahmad Muṣṭafā Al-Marāḡī dan M. Quraish Shihab dalam menafsirkan ayat-ayat yang mencerminkan perilaku *flexing*.

## C. Pembatasan Masalah

Berangkat dari banyaknya identifikasi masalah yang muncul dalam perilaku *flexing*, agar penelitian ini lebih terarah, maka penelitian ini membatasi pada dua aspek utama. Pembahasan akan difokuskan pada persoalan ketidaksesuaian perilaku *flexing* dengan nilai-nilai Islam. Hal ini menimbulkan kecemburuan sosial. Dengan pembatasan ini diharapkan dapat fokus menganalisis ayat-ayat Al-Qur'an yang mencerminkan fenomena *flexing* dan upaya memberikan penjelasan mengenai perspektif dua mufasir, yaitu Ahmad Muṣṭafā Al-Marāḡī (w. 1952M) dalam *Tafsīr Al-Marāḡī* dan M. Quraish Shihab (l. 1944M) dalam Tafsir Al-Mishbah.

#### D. Perumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan latar belakang, identifikasi, dan pembatasan masalah yang telah dijelaskan, penelitian ini difokuskan untuk menganalisis satu isu utama, yaitu, bagaimana hukum *flexing* dalam Al-Qur'an Perspektif *tafsir Al-Marāgī* & tafsir Al-Mishbah?

#### E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang ada dan yang telah diuraikan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini yaitu, untuk meninjau dan memahami fenomena *flexing* berdasarkan Al-Qur'an melalui penafsiran Ahmad Muṣṭafā Al-Marāgī dalam *Tafsir Al-Marāgī* & M. Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Mishbah.

#### F. Manfaat Penelitian

Dalam sebuah penelitian, hasil yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak yang terkait. Manfaat penelitian umumnya dibagi menjadi dua kategori utama, yaitu manfaat teoritis yang berkontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan, serta manfaat praktis yang dapat diterapkan secara langsung dalam kehidupan sehari-hari. Rumusan manfaat penelitian menjadi kelanjutan dari tujuan penelitian yang telah dirancang sebelumnya. Setelah penelitian selesai, peneliti diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata, baik melalui pemahaman dalam bidang ilmu tertentu, maupun dengan dampak positif bagi masyarakat, negara, atau bidang kajian yang diteliti.<sup>26</sup> Adapun beberapa manfaat yang ingin peneliti capai adalah sebagai berikut:

##### 1. Manfaat Secara Teoritis

Melalui penelitian ini, peneliti berharap memperluas pemahaman terkait hukum *flexing* di era digital saat ini. Sekaligus memberikan sumbangsi penting terhadap pengembangan wawasan akademis, khususnya di bidang kajian tematik Al-Qur'an. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan tidak hanya bermanfaat bagi pembaca, tetapi juga dapat menjadi referensi dalam studi kajian tematik tentang fenomena *flexing* di era digital.

##### 2. Manfaat Secara Praktis

Manfaat praktis dari penelitian tentang fenomena *flexing* adalah dampak nyata yang dapat diberikan penelitian ini terhadap perbaikan dan

---

<sup>26</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2014, hal. 55.

pengembangan karakter dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa manfaat praktis yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

- a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mendalam kepada khalayak umum, khususnya kaum milenial terhadap pentingnya berperilaku baik dan lebih teliti di era digital ini, sehingga dalam menjalani hidup yang serba digital dapat menciptakan dan tidak menimbulkan penyakit hati bagi sesama manusia.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian ilmiah di fakultas Ushuluddin, khususnya pada jurusan Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir.
- c. Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran pengguna media sosial tentang pentingnya lebih cermat dalam membuat konten atau postingan pada akun sosial media pribadi.

### 3. Manfaat Secara Akademis

- a. Menambah wawasan ilmu keislaman kepada masyarakat khususnya kepada mahasiswa dalam dunia akademik.
- b. Menambah wawasan tentang fenomena *flexing* dalam dunia penafsiran.
- c. Menjadi bentuk kontribusi nyata bagi literatur Islam terkait maraknya fenomena *flexing* di era digital menurut mufassir klasik-kontemporer.

## G. Kajian Pustaka

Sebelum melanjutkan penelitian lebih lanjut, peneliti terlebih dahulu melakukan penelusuran terhadap karya-karya atau sumber terdahulu yang relevan untuk mendudukkan posisi peneliti dalam kajian ini.

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti akan meneliti tentang fenomena *flexing* yang memerlukan banyak referensi yang relevan sehingga sesuai dengan tema yang dibahas dan bisa menjadi rujukan yang tepat. Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Buku dengan judul "*Dahsyatnya Ikhlas Bahayanya Riyā'*" karya Ubaid bin Salim Al-Amri yang diterbitkan oleh Dār Al-Hāq Jakarta pada Januari 2016. Buku ini menjelaskan tentang makna ikhlas dan bahaya *riyā'*. Persamaan buku ini dengan judul penelitian yang akan ditulis peneliti adalah sama-sama membahas tentang *riyā'*, walaupun *flexing* dalam Al-Qur'an memiliki term yang banyak, namun salah satunya adalah kata *riyā'*. Perbedaannya adalah Ubaid bin Salim Al-Amri ini tidak hanya membahas tentang *riyā'* saja akan tetapi juga membahas tentang ikhlas, sedangkan

dalam penelitian yang akan dilakukan, peneliti akan membahas tentang *flexing* yang disamaartikan dengan *riyā'*.<sup>27</sup>

2. Skripsi karya Muhammad Sofyan Sauri yang berjudul, "*Fenomena Flexing dalam Pandangan Hadis (Studi Ma'āni Al-Hadis)*." Karya mahasiswa UIN KH. Achmad Siddiq Jember pada tahun 2023. Skripsi ini membahas tentang fenomena *flexing* jika dilihat dari kaca mata hadist dengan menggunakan pendekatan *ma'āni Al-Hadis*. Maka dari itu, perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah dilihat dari perspektifnya. Jika skripsi ini menggunakan perspektif hadits sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan perspektif tafsir Al-Qur'an.<sup>28</sup>
3. Skripsi karya Apifah Novianti, "*Penafsiran Ayat-ayat Fakhara dan Padanannya (Flexing) dalam Al-Qur'an dengan Pendekatan Psikologi*." Karya mahasiswa UIN Sunan Gunung Djati Bandung pada tahun 2023. Skripsi ini membahas tentang penafsiran ayat-ayat *flexing* yang direpresentasikan dengan kata *fakhara* dan padanannya dalam Al-Qur'an melalui pedekatan psikologi dengan menggunakan teori *behaviorisme* tentang perubahan sikap yaitu dengan cara mengetahui permasalahan, memberi hukuman, membuat target, dan memberikan penghargaan. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas tentang penafsiran ayat-ayat *flexing*. Sedangkan Perbedaannya adalah adalah teori yang digunakan dalam penelitian.<sup>29</sup>
4. Skripsi karya Fahri Ramadhan, "*Trend Flexing dalam al-Qur'an (Studi Tafsir Tematik dalam Tafsir Al-Misbah)*." Oleh mahasiswa UIN Sumatera Utara pada tahun 2022. Skripsi ini berisi tentang penafsiran ayat-ayat *flexing* menurut tafsir Al-Mishbah yang menggunakan studi tematik. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama membahas mengenai tema *flexing*. Sedangkan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah teori yang digunakan pada penelitian ini.<sup>30</sup>
5. *Studi Flexing dalam Pandangan Hadits dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial*, sebuah jurnal yang ditulis oleh Wahyuddin Darmalaksana dari Jurusan Ilmu Hadits yang ditulis pada tahun 2022,

---

<sup>27</sup>Ubaid bin Salim, "*Dahsyatnya Ikhlas Bahayanya Riyā'*", Jakarta: Dār Al-Hāq, 2017).

<sup>28</sup>"Fenomena *Flexing* dalam Al-Qur'an: Studi Ma'āni Al-Hadis", Skripsi S1 Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember, 2023.

<sup>29</sup>"Penafsiran Ayat-Ayat *Fakhara* dan Padanannya (*Flexing*) dalam Al-Qur'an dengan Pendekatan Psikologi", Skripsi S1 UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2023.

<sup>30</sup>"Trend *Flexing* dalam Al-Qur'an (Studi Tafsir Tematik dalam Tafsir Al-Misbah)", Skripsi S1 UIN Sumatera Utara, 2022.

Fakultas Ushuluddin UIN Sunan Gunung Djati Bandung ini membahas fenomena *flexing* yang terjadi di media sosial melalui kacamata hadits dengan menekankan nilai-nilai moral Islami dan etika bermedia sosial yang dirumuskan berdasarkan tema-tema hadits. Penelitian ini menjelaskan bahwa perilaku *flexing* tidak sesuai dengan aspek moral Islam yang meliputi kejujuran, kemanusiaan, dan kedamaian serta tidak berjalan lurus dengan aspek etika media sosial yang mencakup edukasi, profesi, dan dampak sosial.<sup>31</sup>

6. *Fenomena Flexing di Media Sosial dan Kaitannya dengan Israf*, sebuah jurnal karya Zilal Afwa Ajidin dan Nafkhatul Wahidah yang merupakan dua mahasiswi yang masing-masing dari Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Universitas Gadjah Mada yang ditulis pada tahun 2023. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis perspektif Islam terhadap fenomena *flexing* dan hubungannya dengan *israf* atau perilaku berlebih-lebihan.<sup>32</sup>
7. *Social Climber dan budaya pamer: paradoks gaya hidup masyarakat kontemporer*, sebuah jurnal karya Mahyudin yang merupakan mahasiswa dari Universitas Gadjah Mada yang ditulis pada tahun 2017. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Sejalan dengan fenomena masyarakat hari ini yang gemar memamerkan diri dalam ruang-ruang media sosial sebagai tindakan sosial interaktif, maka perilaku tersebut dianalisis dengan transformasi kajian teori Jean Baudrillard perihal budaya konsumsi. Analisis Baudrillard menyelidiki fenomena sosial untuk konteks sosial masyarakat postmodern.<sup>33</sup>

Distingsi (perbedaan penelitian) ini dengan penelitian sebelumnya yaitu pembahasan mengenai fenomena *flexing* pada penelitian sebelumnya lebih umum dan beberapa ada yang meninjau dari pandangan hadits. Dalam skripsi ini, peneliti akan membawakan pemaparan yang berbeda dimana objek penelitian yang akan dibawakan peneliti lebih dikhususkan pada fenomena *flexing* di era digital, serta peneliti akan mengkorelasikannya dengan penafsiran Al-Marāgī dan M. Quraish Shihab tentang ayat-ayat fenomena *flexing* sehingga menghasilkan sebuah solusi dari maraknya kasus *flexing* di

---

<sup>31</sup>Wahyuddin Darmalaksana, “Studi *Flexing* dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial”, *Jurnal Gunung Djati Conference Series*, vol. 8, No. 2, 2022.

<sup>32</sup>Zilal Afwa Ajidin dan Nafkhatul Wahidah, “Fenomena *Flexing* di Media Sosial dan Kaitannya dengan *Israf*”, *Jurnal Islamic Business and Finance (IBF)*, vol. 4, No.1, 2023.

<sup>33</sup>Mahyuddin, “*Social Climber dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer*”, *Jurnal Kajian Islam Interdisipliner*, vol 2, No. 2, 2017.

era digital ini. Dengan demikian, peneliti menganggap belum ada tulisan yang menyajikan secara spesifik dan kompherensif tentang Pandangan Al-Qur'an terhadap fenomena *flexing* di era digital.

## H. Metodologi Penelitian

### 1. Metode dan Jenis Penelitian

Secara metodologi, penelitian ini termasuk penelitian kualitatif yang tergolong pada metode kepastakaan (*library research*),<sup>34</sup> yaitu usaha untuk mendapatkan data dengan proses kepastakaan.<sup>35</sup> Artinya penelitian yang menggunakan buku/literatur sebagai sumber datanya, meneliti buku-buku yang ada kecocokannya dengan permasalahan yang peneliti bahas dalam proposal skripsi ini. Metode ini digunakan untuk menggali data-data yang bersangkutan dengan teori yang dikemukakan oleh para ahli untuk mendukung dalam penelitian atau sebagai landasan teori ilmiah.<sup>36</sup> Noeng Muhadjir (1930M) mengatakan adanya studi teks atau studi pustaka membutuhkan olahan olahan uji kebermaknaan empirik di lapangan dan studi pustaka yang lebih menekankan kepada olahan filosofis daripada uji empirik.<sup>37</sup>

Jenis penelitian ini adalah termasuk penelitian kualitatif, yakni sebuah teknik yang dalam proses penelitian sejak awal hingga akhir memanfaatkan berbagai macam pustaka yang relevan dengan tema yang diteliti.<sup>38</sup> Penelitian ini bersumber dari data-data tertulis seperti buku, skripsi, kitab, dan literatur-literatur lainnya yang berkaitan dengan tema yang dibahas oleh peneliti. Metode ini digunakan untuk mencari data-data yang berkaitan dengan teori yang dikemukakan oleh para ahli untuk mendukung dalam penelitian atau sebagai landasan teori ilmiah.

### 2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian merupakan perspektif atau cara pandang yang digunakan oleh peneliti dalam mengkaji dan menganalisis data serta

---

<sup>34</sup>*Library research* adalah suatu metode mendapatkan data dengan cara mengambil informasi dari para peneliti terdahulu melalui buku-buku yang telah ditulis oleh mereka, lihat Tri Astuty, *Buku Panduan Umum Pelajar Sosiologi Rangkuman Inti Sari Sosiologi Lengkap*, cet. I, Jakarta: Vicasta Publishing, 2015, hal. 166.

<sup>35</sup>Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011, hal. 4.

<sup>36</sup>Hadi, *Metodologi Rsearch*, Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, 1989, hal. 9.

<sup>37</sup>Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, cet. IV, Yogyakarta: Rake Sarasin, 2000, hal. 296.

<sup>38</sup>Bisri M. Djaclani dan Hariwijaya, *Panduan Menyusun Skripsi dan Tesis*, Yogyakarta: Siklus, 2011, hal. 4.

literatur tafsir. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan pendekatan sosial, yaitu metode pendekatan yang digunakan untuk mengkaji perilaku manusia berdasarkan konteks sosialnya. Pendekatan ini sangat relevan dalam memahami fenomena sosial seperti perilaku, komunikasi, dan sebagainya, karena memperhatikan nilai, norma, dan struktur sosial yang melatarbelakanginya.<sup>39</sup>

### 3. Sumber Data

Dalam meneliti sebuah permasalahan diperlukan data-data sebagai informasi baku guna menjawab pertanyaan dalam penelitian hingga terpecahkan suatu permasalahan yang diangkat. Jika ditinjau dari segi sifatnya, data dalam penelitian ini sebagian besar menggunakan data kualitatif.<sup>40</sup> Adapun dalam kaitannya dengan sumber, maka terdapat dua sumber yang menjadi landasan dalam penelitian ini, yaitu:

#### a. Sumber Data Primer

Menurut Suharsimi Arikunto, sumber primer adalah sumber dari data yang dikumpulkan melalui pihak pertama, biasanya bisa dengan wawancara, jejak dan lain-lain. Sugiyono menambahkan, bahwa sumber primer adalah sumber yang langsung memberikan data-data kepada pengumpul data.<sup>41</sup>

Dengan kata lain, sumber data primer merupakan pemaparan atau uraian dari suatu kejadian secara langsung dan orang tersebut benar-benar mengamati atau benar-benar menyaksikan peristiwa tersebut. Sumber Primer tersebut ditulis oleh seorang yang memang benar-benar telah mengalami, mengamati atau mengerjakan sendiri.<sup>42</sup> Adapun sumber data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kitab tafsir yang telah dijelaskan pada pembatasan masalah sebelumnya meliputi Tafsir Al-Marāḡī dan tafsir Al-Mishbah.

#### b. Sumber Data Sekunder

Sugiyono mengartikan sumber data sekunder sebagai sumber data yang didapat atau diperoleh dengan cara membaca, mempelajari, dan memahami melalui media yang bersumber dari literatur, karya ilmiah, buku-buku, dan dokumen. Ulber Silalahi menambahkan bahwa sumber data sekunder adalah data yang dikumpulkan dari tangan kedua atau

---

<sup>39</sup>Suyanto dan Sutinah, *Pengantar Sosiologi*, Jakarta: Prenada Media, 2005, hal. 17

<sup>40</sup>Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015, hal. 28.

<sup>41</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik...*, hal. 234.

<sup>42</sup>Muhammad Fitrah dan Lutfiyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas dan Studi Kasus*, Sukabumi: CV Jejak, 2017, hal. 146.

dari sumber-sumber yang lain yang telah tersedia sebelum penelitian dilakukan. Maka dengan berbagai pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa sumber data sekunder ialah suatu jalan membaca, memahami dan mempelajari sumber-sumber yang telah tersedia di media literatur, buku-buku atau yang lainnya sebelum penelitian dilakukan.<sup>43</sup>

Sumber data sekunder yang digunakan peneliti adalah data yang diperoleh dari objek formal penelitian seperti buku-buku, kitab-kitab tafsir, dan jurnal-jurnal yang masih ada hubungan dan kaitannya dengan pembahasan yang diteliti oleh peneliti. Adapun buku-buku tersebut adalah sebagai berikut, buku Dahsyatnya Ikhlas Bahayanya *Riyā'*, buku Etika Komunikasi dalam Media Sosial, buku Komunikasi di Era Teknologi Digital, jurnal Fenomena *Flexing* di Media Sosial dan Kaitannya dengan *Israfi*, jurnal Fenomena *Flexing* di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural. Dalam pencarian sumber data sekunder, peneliti juga menggunakan beberapa *software* dan WEB. Diantaranya *harzing*, *Moraref*, *Ipusnas*, *Bintang Pusnas*, *Z library*, beberapa jurnal yang relevan dengan penelitian ini.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan studi dokumen (*Document Analysis*). Studi dokumen merupakan teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar, hasil karya, maupun elektronik. Dokumen yang diperoleh kemudian dianalisis, dibandingkan dan dipadukan (sintesis) membentuk satu kajian yang sistematis, terpadu dan utuh. Studi dokumen tidak sekedar mengumpulkan dan menuliskan atau melaporkan dalam bentuk kutipan-kutipan tentang sejumlah dokumen. Hasil penelitian yang dilaporkan adalah hasil analisis terhadap dokumen-dokumen tersebut. Melalui metode ini, peneliti akan mengumpulkan ayat-ayat yang relevan dengan tema fenomena *flexing*. Kemudian menganalisis terhadap kedua tafsir sudah dijelaskan pada sumber data primer.

#### 5. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap penting dalam penelitian yang melibatkan pengumpulan dan pengorganisasian data secara sistematis. Proses ini mencakup pengelompokan dan penguraian data ke dalam

---

<sup>43</sup>Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik...*, hal. 235.

kategori yang sesuai, pemilahan data yang relevan untuk diteliti lebih lanjut, serta perumusan kesimpulan yang jelas dan mudah dipahami, baik oleh peneliti maupun oleh pembaca lainnya. Dengan pendekatan ini, penelitian menjadi lebih terarah dan hasilnya dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif.<sup>44</sup>

Proses analisis data sebenarnya sudah dimulai sejak tahap pengumpulan data, di mana data yang diperoleh diorganisasikan dan disusun secara sistematis. Data yang telah dikumpulkan kemudian diurutkan berdasarkan kategori tertentu, dan dipilah untuk menentukan informasi yang paling relevan dan signifikan terhadap fokus penelitian. Dengan memilah data sejak awal, peneliti dapat memastikan bahwa informasi yang digunakan tetap sesuai dengan masalah utama yang sedang dikaji.<sup>45</sup>

Analisis *taḥfīli (Descriptive Analysis)* dalam pendekatan tematik (*mauḍū'i*) digunakan untuk mengkaji ayat-ayat Al-Qur'an secara mendalam dan sistematis berdasarkan tema tertentu. Dalam hal ini, fenomena *flexing* di era digital. Peneliti mengumpulkan ayat-ayat yang terkait dengan konsep *riyā'*, *marāḥa*, *fakhara*, dan *takāsur*, kemudian menganalisisnya satu per satu dengan merujuk pada penafsiran tafsir Al-Marāḡī dan tafsir Al-Mishbah.

Setelah setiap ayat dianalisis secara terpisah, langkah selanjutnya adalah menyatukan pemahaman dari berbagai ayat tersebut ke dalam satu kerangka tematik yang utuh. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk melihat bagaimana Al-Qur'an secara menyeluruh memandang perilaku *flexing*, baik dari aspek motivasi, dampak sosial, maupun solusi yang ditawarkan. Dengan demikian, analisis *taḥfīli* dalam pendekatan tematik ini tidak hanya berhenti pada penjelasan kata perkata, tetapi juga menghubungkannya dengan realitas kontemporer, seperti budaya pamer kekayaan, gaya hidup konsumtif, atau pencitraan berlebihan di media sosial.

Keunggulan metode ini adalah kemampuannya menggabungkan kedalaman analisis tafsir klasik-kontemporer dengan pendekatan tematik yang relevan dengan isu kekinian. Hasilnya bukan sekadar deskripsi makna ayat, tetapi juga sintesis pandangan Al-Qur'an tentang *flexing* yang dapat

---

<sup>44</sup>Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta, 2014, hal. 335.

<sup>45</sup>Mahsun, *Metode Penelitian Bahasa Tahapan: Metode dan Strategi*, Jakarta: Raja Gafindo Persada, 2007, hal. 117.

menjadi landasan normatif bagi kritik sosial atau solusi etis dalam menghadapi fenomena ini di dunia digital.<sup>46</sup>

## 6. Teknik Penyajian Data

Adapun metode penyajian yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah metode *mauḍū'i*. Untuk mencari jawaban pada suatu masalah dengan beberapa langkah sesuai tema. Adapun langkah-langkah yang digunakan dalam penelitian *mauḍū'i* menurut Al-Farmawi:

- a. Menetapkan tema atau topik yang menjadi pembahasan
- b. Mengumpulkan ayat-ayat tertentu yang sesuai dengan tema
- c. Memahami ayat per ayat yang sudah dipilih sambil memperhatikan konteks turunnya ayat
- d. Menyusun urutan turunnya ayat dari ayat yang dipilih
- e. Menggambarkan hubungan ayat yang relevan antara ayat-ayat tersebut dengan surat yang menjadi tempatnya
- f. Menyusun pembahasan dalam kerangka outline yang sempurna tersusun utuh
- g. Melengkapi penjelasan dengan hadis Nabi, Riwayat nabi yang relevan dengan tema yang dipilih agar pembahasan menjadi sempurna dan komprehensif
- h. Langkah terakhir mengumpulkan setiap ayat dalam kelompok ayat yang memiliki uraian serupa, dengan tidak mencantumkan ayat-ayat yang sudah diwakili atau mengkompromikan antara aspek umum dan khusus, *mutlaq muqayyad* atau yang terlihat saling bertentangan.<sup>47</sup> Dengan seperti ini nantinya pembahasan dalam satu muara tanpa adanya perbedaan ataupun unsur pemaksaan.<sup>48</sup>

## I. Sistematika Penelitian

Sebagai usaha dalam membahas pokok permasalahan dalam penelitian penelitian skripsi ini, peneliti menyajikan penelitian dalam lima bab, dimana antara satu bab dengan bab lainnya memiliki keterkaitan yang tidak dapat dipisahkan. adapun sistematika pembahasannya adalah sebagai berikut:

**Bab I**, merupakan pendahuluan yang merupakan gambaran secara umum dari keseluruhan pembahasan pada penelitian ini, yang mengarah pada apa saja yang perlu dibahas sebagai inti dari penelitian, yaitu: latar belakang

---

<sup>46</sup>Abdul Mustaqim, *Metode Penelitian Al-Qur'an dan Tafsir*, Yogyakarta: Idea Press. 2014, hal. 78.

<sup>47</sup>M. Quraish Shihab, *Kaidah Tafsir: Syarat, Ketentuan, dan Aturan yang Patut Anda Ketahui dalam Memahami Al-Qur'an*, Tangerang: Lentera Hati, 2013, hal. 389.

<sup>48</sup>Abdul Hayy Al-Farmawi, *Al-Bidāyah Fī At-Tafsīr Al-Mauḍū'i*, Mesir: Maktabah Jumhuriyah, cct. I, hal. 62.

masalah, fokus penelitian yang meliputi identifikasi masalah dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang meliputi manfaat secara teoritis dan juga praktis, kajian pustaka, serta metodologi penelitian yang meliputi pendekatan penelitian, jenis penelitian, sumber data baik itu primer maupun sekunder, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data serta diakhiri dengan teknik penyajian data.

**Bab II**, merupakan tentang landasan teori dan tinjauan umum tentang fenomena *flexing* yang meliputi definisi *flexing*, sejarah *flexing*, bentuk-bentuk *flexing*, dampak *flexing*, term *flexing*, identifikasi ayat-ayat *flexing*. Kemudian dilanjutkan dengan tinjauan umum tentang era digital yang meliputi, definisi era digital, pengaruh era digital terhadap perilaku sosial, media sosial & budaya *flexing*, dan bentuk fenomena *flexing* dalam media sosial.

**Bab III**, merupakan paparan data yang menyajikan tentang biografi dan profil kitab tafsir Al-Marāḡī karya Aḡmad Muṣṭafā Al-Marāḡī & Tafsir Al-Mishbah karya M. Quraish Shihab yang meliputi biografi kedua mufasir, pendidikan dan profesi mufasir, karya mufasir, latar belakang penafsiran, sistematika penafsiran, metode, dan corak penafsiran, contoh penafsiran, dan kelebihan dan kekurangan kedua kitab tafsir.

**Bab IV**, merupakan analisis data yang meliputi penafsiran ayat-ayat yang berkaitan dengan *flexing* serta, kontekstualisasi dan relevansinya di era digital.

**Bab V**, merupakan penutup yang berisi kesimpulan dari pemaparan-pemaparan yang telah disampaikan pada skripsi ini, kemudian dikemukakan beberapa saran yang berhubungan dengan pembahasan yang dipaparkan dalam penelitian ini.