

Volume

14

Volume 14, Nomor 02 (Agustus 2024)

P-ISSN: 2252-5890

E-ISSN: 2297-6664

KACA

KARUNIA CAHAYA ALLAH

JURNAL DIALOGIS ILMU USHULUDDIN

- Dimensi Imajinatif-Etis Jiwa: Analisis Konsep Jiwa pada Teks Risālah fi Ma'rifah al-Nafs al-Nāṭiqah wa Ahwāliah karya Ibn Sina
Muhammad Ihza Fazrian
- Philosophical Arguments For The Cosmology of Creation: Al-Kindi's Response to Western Philosophical Views
Muhammad Nurush Shobah, Salman al-Farizi
- Peran Ajaran Agama di Kalangan Komunitas Laskar Hijau dalam Melaksanakan Konservasi Hutan Gunung Lemongan Lumajang: Kajian Living Qur'an
Ahmad Yusam Thobroni, Syamsudin Syamsudin, Afi Rizqiyah
- Analisis Hadis Prediktif Nabi Muhammad SAW. Tentang Memerangi Yahudi
Ath Thaariq Al Furqaanul Hakiim, Abil Ash, Muhammad Asgar Muzakki
- Pandangan Al-Quran Tentang Fenomena Flexing dalam Ibadah
Ira Yunita Pohan, Mohamad Muallim, Muhammad Ghifari
- Representasi Kearifan Lokal dalam Al-Qur'an: Dari Takdir Keberadaan Manusia Hingga Terbentuknya Relasi Sosial
Wildah Nurul Islami, Chafid Wahyudi
- Uzlah Sebagai Respons Terhadap Kecanduan Sosial Media dalam Perspektif Al-Quran
Nur Laila Zahrotul Maulidiyah, Luthviyah Romziana



Diterbitkan oleh
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah
INSTITUT AL FITHRAH (IAF) SURABAYA

ABOUT THE JOURNAL

KACA (Karunia Cahaya Allah): Jurnal Dialogis Ilmu Ushuluddin published by the Faculty of Ushuluddin and Dakwah of Institut Al Fithrah Surabaya. This journal contains Islamic Studies which include Tafsir, Hadith, Sufism, Philosophy, Islamic Thought, and other Islamic Studies. Published twice a year, namely February-August.

The KACA Journal has been accredited with a **SINTA 4**, based on the Decree of the Director General of Higher Education, Research and Technology of the Republic of Indonesia, Number: 79/E/KPT/2023, Regarding the Accreditation Rating of Scientific Journals Period I of 2023, May 11, 2023, and applies for 5 (five) years.

Mailing Address:

Faculty of Ushuluddin and Dakwah Institut Al Fithrah Surabaya

St. Kedinding Lor 30 Surabaya 60129 East Java Indonesia

Email: jurnal.kaca.alfithrah@gmail.com

TABLE OF CONTENTS

Dimensi Imajinatif-Etis Jiwa: Analisis Konsep Jiwa pada Teks <i>Risālah fī Maʿrifah al-Nafs al-Nāṭiqah wa Ahwālīhā</i> karya Ibn Sina Muhammad Ihza Fazrian -----	172
Philosophical Arguments For The Cosmology of Creation: Al-Kindi's Response to Western Philosophical Views Muhammad Nurush Shobah, Salman al-Farizi -----	197
Peran Ajaran Agama di Kalangan Komunitas Laskar Hijau dalam Melaksanakan Konservasi Hutan Gunung Lemongan Lumajang: Kajian Living Qur'an Ahmad Yusam Thobroni, Syamsudin Syamsudin, Afi Rizqiyah -----	215
Analisis Hadis Prediktif Nabi Muhammad SAW. Tentang Memerangi Yahudi Ath Thaariq Al Furqaanul Hakiim, Abil Ash, Muhammad Asgar Muzakki -----	238
Pandangan Al-Quran Tentang Fenomena <i>Flexing</i> dalam Ibadah Ira Yunita Pohan, Mohamad Mualim, Muhammad Ghifari -----	256
Representasi Kearifan Lokal dalam Al-Qur'an: Dari Takdir Keberadaan Manusia Hingga Terbentuknya Relasi Sosial Wildah Nurul Islami, Chafid Wahyudi -----	274
<i>Uzlah</i> Sebagai Respons Terhadap Kecanduan Sosial Media dalam Perspektif Al-Quran Nur Laila Zahrotul Maulidiyah, Luthviah Romziana -----	292
Hadis-Hadis Tentang Kritik Terhadap Perilaku Lebai Arvita Irvaning Pusпита Sari, Muhammad Ghifari, Abil Ash -----	310

PANDANGAN AL-QURAN TENTANG FENOMENA *FLEXING* DALAM IBADAH

Ira Yunita Pohan

Institut Daarul Qur'an Tangerang, Banten
Email: pohanirayunita19@gmail.com

Mohamad Mualim

Institut Daarul Qur'an Tangerang, Banten
Email: muallimku@gmail.com

Muhammad Ghifari

Institut Daarul Qur'an Tangerang, Banten
Email: muhghifari@idaqu.ac.id

Abstrak: Fenomena *flexing* atau pamer di media sosial telah menjadi tren yang kian populer, mencakup berbagai aspek kehidupan termasuk ibadah. Fenomena ini memunculkan pertanyaan penting mengenai pandangan Al-Quran terhadap perilaku *flexing*, khususnya dalam konteks ibadah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena *flexing* ibadah dengan merujuk pada ajaran-ajaran dalam Al-Quran dan membandingkannya dengan definisi *flexing* yang ada di media sosial saat ini. Meskipun istilah *flexing* tidak ditemukan secara langsung dalam Al-Quran, penelitian ini menggunakan konsep-konsep terkait seperti *riya'* (pamer), *ujub* (kesombongan), *tamak* (keinginan berlebihan), dan *takabur* (keangkuhan) untuk memahami bagaimana Al-Quran menanggapi fenomena ini. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi pustaka, mengumpulkan data dari Al-Quran dan kitab tafsir sebagai data primer, serta dari berbagai artikel, jurnal, dan sumber *online* sebagai data sekunder. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa *flexing* ibadah di media sosial berpotensi mengubah niat ibadah dari tujuan spiritual yang tulus menjadi pencarian validasi sosial, yang bertentangan dengan ajaran Al-Quran tentang keikhlasan dan kesederhanaan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa fenomena *flexing* ibadah dapat menimbulkan dua dampak berbeda, 1) Negatif apabila tidak dilakukan dengan tepat yang beresiko menimbulkan seperti peningkatan sifat *riya'*, materialisme, dan krisis identitas, dan 2) Positif jika dilakukan dengan melihat nilai-nilai yang harus di perhatikan yang dapat memotivasi orang lain untuk mengerjakan amal kebaikan, dan menghindari prasangka buruk yang dapat menjerumuskan orang lain ke dalam dosa.

Kata kunci: *flexing*, ibadah, media sosial, Al-Quran



Abstract: The phenomenon of flexing or showing off on social media has become an increasingly popular trend, covering various aspects of life including worship. This phenomenon raises important questions regarding the Qur'an's view of flexing behavior, especially in the context of worship. This study aims to analyze the phenomenon of flexing worship by referring to the teachings in the Quran and comparing it with the definition of flexing that exists on social media today. Although the term flexing is not found directly in the Quran, this study uses related concepts such as *riya'* (showing off), *ujub* (arrogance), greed (excessive desire), and *takabur* (arrogance) to understand how the Quran responds to this phenomenon. The method used is qualitative with a literature study approach, collecting data from the Quran and the book of tafsir as primary data, as well as from various articles, journals, and online sources as secondary data. This study identifies that flexing worship on social media has the potential to change the intention of worship from a sincere spiritual goal to a search for social validation, which is contrary to the Quran's teachings on sincerity and simplicity. The findings of the study show that the phenomenon of flexing worship can have two different impacts, 1) Negative if not done properly which risks causing such as an increase in the nature of *riya'*, materialism, and identity crisis, and 2) Positive impact if done by looking at the value that must be paid attention to and maintained which will be able to motivate others to do charity as well and avoid bad prejudices that can plunge others into sin

Keywords: flexing, worship, social media, Al-Quran

Pendahuluan

Belakangan ini, fenomena *flexing* atau pamer semakin ramai di sosial media. Media sosial yang semakin berkembang tak dipungkiri bahwa setiap orang baik anak-anak sampai orang tua telah mengenal media sosial dan merupakan pengguna dari media sosial pula. Media sosial adalah sebuah platform yang mana para penggunanya dapat melakukan aktivitas menyebar informasi dan membangun sosial network atau jaringan sosial di dunia virtual.¹ Media sosial memiliki dua sisi yang bagi penggunaannya dimana satu sisi memudahkan dalam menjalin silaturahmi jarak jauh dengan mudah namun disisi lain dapat menjadi sebab kurang dan rusaknya moral seseorang akibat penggunaan yang tidak tepat.

¹ Hawwin Fitra Raharja, "Peran Pendidikan Karakter Untuk Menghadapi Tren *Flexing* Di Era *Teknologi*," Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (PROSNAMPAS) 6, no. 1 (2023): 369–74.

Media sosial dijadikan oleh sebagian kalangan sebagai tempat untuk memamerkan aktivitas, capaian, bahkan ibadah agar terkenal dan diakui oleh orang lain dengan postingan yang berlebihan yang inilah cikal bakal tumbuhnya budaya pamer yakni di sebut dengan *flexing*. Dengan demikian hal tersebut menunjukkan bahwasanya perilaku *flexing* sangat berpengaruh akan sikap seseorang. Dari sini, kiranya penting fenomena *flexing* tersebut dilihat dari pandangan Al-Quran. Al-Quran yang merupakan acuan dan pedoman hidup manusia sudah mengajarkan untuk menjaga kualitas diri dengan tidak berbangga-bangga terhadap apa yang dimiliki.

Flexing secara sederhana dapat diartikan sebagai perilaku pamer terhadap harta kekayaan, maupun pencapaian keberhasilan atau bahkan *relationship*. *Flexing* atau pamer pada dasarnya mencerminkan kebutuhan yang besar untuk eksistensi diri, dan perkembangan zaman saat ini memengaruhi kebutuhan serta standar individu. Tak cukup sampai disitu *flexing* mendorong seseorang untuk terus mencari keunikan atau kelebihan yang dimiliki yang kemudian dijadikan sebagai alat untuk memperoleh perhatian dan pemujaan yang berlebihan terhadap dirinya, menunjukkan status dan posisi sosial, menciptakan kesan bagi orang lain, dan menunjukkan kereligion. Dampaknya *flexing* tak hanya sampai pada harta, pencapaian dan *relationship* saja, kini *flexing* telah mencakup kegiatan spritual atau disebut dengan istilah *flexing* ibadah.

Istilah *flexing* masih baru dikenal di era sekarang ini. Munculnya fenomena *flexing* kini semakin luas sebab dukungan media sosial yang kini jauh lebih besar dan pesat perkembangannya. Kemudian perilaku *flexing* ini dimediasi oleh internet sehingga hanya dalam jangka waktu yang singkat dapat meraup jangkauan yang luas. Namun jika ditelaah kembali, fenomena *flexing* sebenarnya sudah ada sejak zaman dahulu dan ini disebutkan di dalam Al-Quran.

Permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah bagaimana pandangan Al-Quran mengenai *flexing* ibadah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pandangan Al-Quran terhadap fenomena *flexing* ibadah yang sedang ramai di media sosial. Kata *flexing* tidak ada teksnya secara langsung di dalam Al-Qur'an, akan tetapi, dalam penelitian ini ditelusuri dan dibahas yaitu berdasarkan kata yang berkenaan dengan *flexing* seperti *riya'*, *ujub*, *tamak*, dan *takabur*.

Sudah ada penelitian-penelitian terdahulu yang membahas mengenai fenomena *flexing*, misal Muhammad Sofyan Sauri dalam skripsinya "Fenomena *Flexing* dalam Pandangan Hadis (Studi Ma'ani Al-Hadith)."

Skripsi ini membahas terkait fenomena *Flexing* dengan kacamata hadis dan menggunakan pendekatan Ma'ani al -Hadith.

Selain itu, Kamelia Sofia Ilham dalam skripsinya “*Flexing* dalam Perspektif Surat Al-Takasur dan Interpretasinya dalam Era Media Sosial.” Adapun skripsi ini membahas tentang penafsiran surah Al-Takasur yang penjelasannya berupa peringatan mengenai larangan hidup dengan bermegah-megahan yang mana gaya hidup tersebut kini sedang ramai di lakukan (*flexing*).²

Abdulloh Labib dalam artikelnya ‘Tahaddust bi al Ni'mah Perspektif Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah dan Relevansinya terhadap pelaku *flexing*.’ Hasil dari analisis penelitian tersebut memaparkan sudut pandang Islam tentang *flexing* dengan memberi gambaran bahwa cakupan dari pembahasan islam sangatlah luas sehingga terdapat batasan-batasan tertentu dalam ruang lingkup moral dan etika bersosial. Penelitian ini membahas relevansi *flexing* dengan tahadust bi al-Ni'mah dan mengguakan metode tafsir tematik

Dari beberapa penelitian sebelumnya terdapat persamaan dan perbedaan. Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah sama sama meneliti dan membahas mengenai prilaku *flexing* yang ada di media sosial. Sedangkan perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu fokus pembahasan yang sebelumnya membahas *flexing* secara umum yang mana semata mata berpusat pada pamer harta kekayaan dan pencapaian baik dari perspektif hadis maupun Al-Quran, sedangkan penelitian ini membatasi pokok masalah yaitu *flexing* ibadah secara khusus. Dengan demikian penelitian ini lebih spesifik membahas terkait fenomena-fenomena *flexing* ibadah. Pembahasan dari penelitian-penelitian sebelumnya masih terlalu luas sementara penelitian ini sudah mengerucutkan pembahahasan sehingga lebih dalam mengkaji hanya pada lingkup ibadah.

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif melalui studi kepustakaan (*library research*), di mana data dikumpulkan dan dianalisis secara deskriptif berdasarkan kajian literatur yang diperoleh, meliputi teks tertulis, ucapan, dan perilaku yang dapat diamati, serta analisis terhadap aktivitas sosial, sikap, fenomena, peristiwa, dan kepercayaan yang dilakukan secara individu maupun kelompok.³ Sumber data yang digunakan penulis dalam penelitian ini yaitu Al-Quran dan kitab tafsir sebagai data primer dan data

² Kamelia Sofia Ilham, “Flexing Dalam Perspektif Surat At-Takatsur Dan Internalisasinya Dalam Era Media Sosial” (Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023).

³ Anisatul Mardiah, “Fenomena Flexing: Pamer Di Media Sosial Dalam Perspektif Etika Islam,” *International Conference on Tradition and Religious Studies* 1, no. 1 (2022): 310,

Ira Yunita Pohan, et.al.

sekundernya di ambil dari berbagai sumber yang telah ada berupa *website*, jurnal, tesis dan artikel yang kajiannya berkorelasi dengan penelitian ini.

Harapannya penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang jelas terhadap fenomena *flexing* ibadah dalam perspektif Al-Qur'an serta nilai nilai yang dapat diambil sesuai dengan konteks kekinian. Selain itu harapan nya penelitian ini dapat menjadi rujukan dalam memberikan sumbangsih bagi akademisi yang kajiannya berfokus pada fenomena *flexing* ibadah perspektif Al-Qur'an.

Tinjauan Umum Tentang *Flexing*

Secara etimologis, kata *flexing* berasal dari bahasa Inggris informal yang berarti memamerkan atau menunjukkan sesuatu dengan bangga atau sombong. Istilah ini awalnya berasal dari bahasa *slang* di kalangan pemuda di Amerika Serikat, sering digunakan dalam konteks budaya populer terutama yang terkait dengan budaya hip-hop dan *street culture*. Sedangkan secara terminologi, konsep *flexing* dapat dikaitkan dengan fenomena dalam budaya populer di mana seseorang menampilkan kekayaan, kekuatan fisik, atau prestise sosial mereka dengan cara yang mencolok atau spektakuler. Ini sering kali digunakan sebagai cara untuk menunjukkan status atau kekuatan dalam komunitas tertentu, terutama di media sosial modern.⁴

Kata *flexing* pertama kali muncul pada tahun 1990an yang awal mulanya digunakan oleh masyarakat ras kulit hitam sebagai bentuk “menunjukkan keberanian diri” atau “pamer”.⁵ Secara harfiah *flexing* dalam bahasa Inggris memiliki arti “pamer”. Dalam *Cambrige Dictionary* tercantum arti yang lebih spesifik mengenai *flexing* yaitu menunjukkan sesuatu pencapaian atau kepemilikan yang dianggap sebagaian orang dengan cara yang kurang tepat dan tidak menyenangkan. Pada kamus *Merriam-Webster* disebutkan arti *flexing* dengan menunjukkan sesuatu pencapaian atau kepemilikan dengan cara yang mencolok⁶

Flexing sama dengan *riya'* dalam konteks Islam, hanya saja bahasa yang digunakan berbeda. Menurut KBBI, *riya'* (pamer) yaitu mendemonstrasikan akan sesuatu yang dimiliki kepada orang lain agar dapat mengekspos kelebihan atau keunggulan sebagai satu cara untuk

⁴ Ibid.

⁵ Ibid.

⁶ Ai Nurul Fahmi, Siti Komariah, and Puspita Wulandari, “Flexing Dan Personal Branding: Konten Analisis Sosial Media Generasi Z Di Indonesia,” *Jurnal Analisa Sosiologi* 13, no. 1 (2024): 22–40.

menyombongkan diri.⁷ Adapun di dalam bukunya Ihya Ulumudin, Al Ghazali mengatakan kata riya berasal dari kata *al-ru'yah* (melihat) sementara *sum'ah* berasal dari kata *sima'* (mendengar). Jika dicermati secara menyeluruh maka riya' dapat di definisikan sebagai perilaku yang menunjukkan sesuatu dengan maksud agar orang-orang melihatnya, dengan harapan memperoleh pengakuan atau posisi yang dianggap lebih tinggi dari mereka.

Secara lebih mendalam, Al-Ghazali mengartikan riya' sebagai perilaku yang khususnya ditujukan untuk memperoleh penghargaan di mata manusia dengan cara menunjukkan amal ibadah kepada mereka.⁸ Esensinya, riya' adalah tindakan yang dilakukan di hadapan orang lain dengan motif terselubung untuk mendapat pujian dan perhatian dari mereka. Pada dasarnya definisi tersebut sama dengan definisi *flexing* itu sendiri, hanya saja *flexing* memiliki ruang tersendiri yaitu media sosial.⁹

Di Indonesia, konsep *flexing* atau memamerkan keberhasilan, kekayaan, atau keahlian juga dikenal dengan beberapa istilah lokal dan dapat termanifestasi dalam berbagai bentuk, berdasarkan pengamatan dan analisis sosial, berikut beberapa contoh yang umum di Indonesia, yaitu:

1. *Flexing* harta : memamerkan kekayaan materi seperti mobil mewah, rumah besar, atau barang-barang branded.
2. *Flexing relationship* : memamerkan pasangan yang dianggap memiliki keilmuan lebih.
3. *Flexing* keterampilan dan pekerjaan : menunjukkan prestasi di tempat kerja atau dalam profesi tertentu, baik dalam bentuk penghargaan, sertifikat, atau pencapaian profesional lainnya.
4. *Flexing* gaya hidup : memamerkan gaya hidup, makanan mewah, aktivitas wisata mahal.
5. *Flexing* sosial dan koneksi : memamerkan kedekatan dengan tokoh-tokoh atau figur publik yang berpengaruh, atau kehadiran di acara-acara eksklusif.

Flexing atau pamer kekayaan bisa muncul dan terjadi karena beberapa faktor sosial dan psikologis. Teori status sosial mengatakan bahwa manusia cenderung mencari pengakuan dan status di dalam masyarakat. Pamer kekayaan atau *flexing* adalah cara untuk menunjukkan status sosial yang tinggi atau superioritas terhadap orang lain. Ini bisa menjadi bentuk dari

⁷ Kamelia Sofia Ilham, "*Flexing Dalam Perspektif Surat At-Takatsur Dan Internalisasinya Dalam Era Media Sosial*" (Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023).

⁸ Abu Hamid Muhammad bin Muhammad al-Ghazali al-Tusi al-Syafi'i, *Ihya' Ulumu al-Din*, Terj. Purwanto, *Ihya' Ulumuddin Cinta Kekuasaan & Riya Takabur & Ujub*, (Cet I; Bandung: Marja, 2020), h. 53.

⁹ Nur Fullah Rona Afifah, *Riya' Dalam Al-Qur'an Perspektif Tafsir Al Maraghi* (Solo: Universitas Muhammadiyah Surakarta, n.d.).

'penampilan' sosial di mana seseorang menggunakan barang-barang mahal atau gaya hidup mewah untuk meningkatkan citra mereka di mata orang lain.¹⁰

Seorang tokoh yang mengulas fenomena ini adalah Thorstein Veblen, seorang ekonom dan sosiolog Amerika yang dikenal dengan konsep "Konsumsi Bersifat Demonstratif" dalam bukunya yang terkenal, *The Theory of the Leisure Class* (1899). Veblen menyatakan bahwa pamer kekayaan adalah cara bagi individu untuk menunjukkan kelebihan status sosial mereka dengan membelanjakan uang pada barang-barang mewah yang tidak selalu praktis atau fungsional, tetapi secara simbolis menunjukkan status mereka dalam hierarki sosial.¹¹

Adapun dari sudut pandang psikologis, banyak individu melakukan *flexing* atau pamer kekayaan dengan tujuan untuk mengonfirmasi keberadaan mereka dalam struktur sosial dan untuk mengekspresikan status sosial mereka. Hal ini ditegaskan oleh perilaku *selfie* di mobil mewah, perjalanan pesawat, memposting makanan mahal. Selain mencerminkan sistem diferensiasi status, simbolisme, dan pembentukan martabat sosial, konsumsi juga memiliki dimensi bahasa dan tanda. Masyarakat mengonsumsi barang-barang tidak hanya untuk manfaat fungsionalnya, tetapi juga untuk menyampaikan makna tersembunyi di baliknya, serta sebagai cara untuk mengekspresikan status sosial mereka di masyarakat. Dengan demikian, *flexing* atau pamer kekayaan bukan hanya tentang menunjukkan kekayaan material, tetapi juga merupakan cara untuk memperoleh atau mempertahankan status sosial dalam masyarakat.

Secara sosial, fenomena ini dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap Agama dan spiritualitas. Sering kali, *flexing* ibadah menciptakan citra yang tidak autentik atau kurang tulus dalam praktik keagamaan seseorang. Ini juga dapat memicu rasa iri atau inferioritas di kalangan pengguna media sosial yang merasa tidak se-"dalam" atau se-"saleh" orang lain. Secara psikologis, terlibat dalam *flexing* ibadah juga dapat memengaruhi individu secara personal. Pamer kegiatan keagamaan di media sosial bisa menjadi cara untuk mencari validasi atau pengakuan dari orang lain, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi persepsi diri mereka sendiri terhadap praktik keagamaan mereka.

¹⁰ 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.

¹¹ Indra Setia Bakti, dkk " *Pamer Kemewahan, Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen.*" *Jurnal Sosiologi USK*, 2020, 81–98.

Fenomena *Flexing* Ibadah di Media Sosial

Di era digital yang semakin mengglobal, media sosial telah menjadi wadah utama bagi individu untuk berbagi pengalaman, kehidupan sehari-hari, dan tentu saja, aktivitas keagamaan. Namun, di tengah keluasan ruang ini, muncul fenomena yang kontroversial, yaitu "*flexing* ibadah". Istilah ini merujuk pada perilaku seseorang yang secara berlebihan memamerkan atau mengumbar-umbar kegiatan keagamaan mereka di platform seperti Instagram, Twitter, atau TikTok.

Beberapa pelaku *flexing* menggunakan media sosial sebagai alat dalam menunjukkan eksistensinya *flexing* ibadah, pada dasarnya, melibatkan seseorang menunjukkan kepada dunia seberapa rajin dan mendalam mereka dalam beribadah. Dengan memamerkan kegiatan ibadah yang dilakukan di media sosial baik dengan tujuan pamer atau sombong ataupun tidak, misal berkunjung ke Makkah dan Madinah dengan menunjukkan aktivitas ibadah nya seperti merekam saat sedang sholat lalu mempostingnya, merekam dan memotret kegiatan saat mengaji di dalam masjid atau di depan Ka'bah, merekam saat melakukan sedekah yang diberikan baik kepada perorangan maupun Yayasan pengelola.

Hal demikian ini hal sah saja dan menjadi hak sepenuhnya diri masing masing asal tidak berniat untuk menyombongkan diri dan melukai perasaan orang lain. Bahkan dalam salah satu artikel pada majalah *Psychology Today* menulis, "Anda sah sah saja bercerita tentang pencapaian anda, karena hal tersebut dapat menjadi afirmasi diri yang kemudian menumbuhkan rasa percaya diri dan inspirasi bagi orang lain".¹²

Namun, dibalik itu, muncul berbagai kontroversi dan kritik. Beberapa orang menganggap *flexing* ibadah sebagai upaya untuk membanggakan diri, mencari pengakuan, atau bahkan sebagai bentuk pencitraan diri. Di sisi lain, ada yang menganggap bahwa membagikan pengalaman keagamaan dapat menginspirasi orang lain untuk lebih mendalami agama dan meningkatkan spiritualitas mereka.

Flexing ibadah di media sosial dapat menciptakan kesan yang berbeda-beda tergantung pada niat di baliknya. Sementara beberapa orang mungkin ingin berbagi inspirasi atau memotivasi orang lain, yang lain mungkin terjebak dalam mencari validasi atau pujian dari orang lain atas spiritualitas mereka. Beberapa *flexing* dalam konsteks ibadah di media sosial misalnya:

Ira Yunita Pohan, et.al.

1. Memposting *selfie* atau foto ketika sedang melaksanakan ibadah sholat. Ini dapat mencakup foto yang di buat dengan tujuan menunjukkan seberapa rajin atau spiritual seseorang.
2. Memposting setiap detil perjalanan haji atau umrah termasuk foto foto di tempat tempat suci atau cerita tentang pengalaman spiritual mereka, dengan tujuan menunjukkan kedalaman spiritual atau status sosial mereka.
3. Amal sedekah atau donasi, memposting foto-foto donasi atau sedekah yang dilakukan secara terbuka, dengan tujuan menunjukkan kemurahan hati atau kesalehan kepada khalayak.
4. Ngaji atau mengikuti kajian, memposting kegiatan selama kajian dengan tujuan menunjukkan kesalehan diri.
5. Memposting amalan saat berpuasa, dengan tujuan menunjukkan bahwa ia sedang menjalankan ibadah puasa sebagai bentuk ingin dipuji dan di nilai shalih.

Kelima contoh tersebut adalah representasi paling umum dari *flexing* ibadah yang sering terlihat di media sosial, namun bisa saja masih ada berbagai bentuk lain dari *flexing* ibadah, hanya saja lima bentuk di atas yang paling umum di temui. Seiring dengan fenomena yang terjadi akan selalu ada dampak yang terjadi dari sebuah perubahan. Sama halnya dengan *flexing* yang menjadi *trend* juga mengakibatkan beberapa dampak dari hal tersebut adapun dampak *flexing* ibadah, di antaranya:

1. Peningkatan sifat riya' (sombong)

Salah satu dampak utama dari *flexing* ibadah adalah munculnya sifat riya' atau kesombongan. Ketika seseorang memamerkan ibadah mereka di media sosial, seperti foto saat sedang berdoa, berzakat, sedekah, atau berpuasa, ada risiko bahwa niat asli mereka bisa terganggu. Al-Qur'an menegaskan bahwa ibadah yang dilakukan dengan niat untuk mendapatkan pujian manusia bukanlah ibadah yang diterima di sisi Allah, sebagaimana dalam QS. Al-Baqarah: 264. Memamerkan ibadah dapat merubah fokus dari tujuan spiritual yang tulus menjadi pencarian validasi sosial.

2. Pemahaman Materialisme dan Konsumerisme

Flexing ibadah sering kali dikaitkan dengan gaya hidup materialistis dan konsumeris. Individu yang melakukan *flexing* ibadah dapat tidak sadar bahwa mereka juga menunjukkan materi atau pencapaian pribadi lainnya bersamaan dengan aktivitas ibadah mereka. Hal ini bisa menyebabkan masyarakat menganggap bahwa kekayaan atau status sosial adalah ukuran kesalehan, sehingga mengaburkan nilai-nilai spiritual yang sebenarnya.

3. Perubahan orientasi dari akhirat ke duniawi

Ketika ibadah dipamerkan di media sosial, fokus pada kehidupan akhirat bisa tergeser menjadi perhatian pada pujian dan pengakuan duniawi. Ini berpotensi mengubah orientasi seseorang dari tujuan akhirat menuju pencarian pengakuan dan pengaruh sosial.

4. Krisis identitas dan kecemasan sosial

Melihat *flexing* ibadah dari orang lain dapat memicu perasaan kurang berharga atau tekanan untuk menunjukkan diri dengan cara yang sama. Ini dapat menyebabkan kecemasan sosial, krisis identitas, dan ketidakpuasan dengan diri sendiri, terutama jika individu merasa tidak mampu memenuhi standar yang dipamerkan oleh orang lain di media sosial.

Berikut ini disampaikan beberapa data dan statistik mengenai *flexing* di media sosial:

1. Peningkatan penggunaan media sosial

Data dari statistika menunjukkan bahwa lebih dari 4,7 miliar orang di seluruh dunia aktif menggunakan media sosial pada tahun 2024, dengan prediksi bahwa angka ini akan terus meningkat. Dengan jumlah pengguna yang sangat besar, fenomena *flexing*, termasuk *flexing* ibadah menjadi lebih nyata dan meluas. Menurut laporan terbaru dari *We Are Social*, WhatsApp merupakan aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada Januari 2024. Sekitar 90,9% dari pengguna internet berusia 16 hingga 64 tahun di Indonesia tercatat menggunakan aplikasi ini. Instagram menempati posisi kedua dengan 85,3% pengguna, diikuti oleh Facebook dengan 81,6%, dan TikTok dengan 73,5%. Telegram digunakan oleh 61,3% pengguna, sementara X (dahulu Twitter) memiliki proporsi sebesar 57,5%.

Selain itu, terdapat juga pengguna Facebook Messenger, Pinterest, Kuaishou (termasuk Kwai dan Snack Video), serta LinkedIn, meskipun dengan proporsi yang lebih kecil seperti yang ditunjukkan dalam grafik.¹³

2. Popularitas hashtag terkait ibadah

Menurut analisis dari platform media sosial seperti Instagram dan Twitter, tagar terkait ibadah seperti #RamadanKareem, #HajjiMabroor, dan #EidMubarak sering mendapatkan jutaan tampilan dan interaksi setiap tahunnya. Penelitian menunjukkan bahwa ada lonjakan penggunaan tagar ini selama periode ibadah, yang mencerminkan tingginya tingkat pamer ibadah.

3. Survei tentang persepsi ibadah dan media sosial

Sebuah survei oleh *Pew Research Center* tahun 2023, menemukan bahwa 72% pengguna media sosial yang aktif melaporkan bahwa mereka

¹³ Cindy Mutia Annur, Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 202. Diakses pada 30 Juli 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>

sering melihat konten ibadah dari orang lain, dan 48% dari mereka merasa tertekan atau tidak nyaman dengan perbandingan ini. Hal ini menunjukkan dampak psikologis dari flexing ibadah di media sosial.¹⁴

4. Penelitian mengenai dampak Sosial dan Psikologis

Penelitian oleh University of Pennsylvania tahun 2023 mengungkapkan bahwa individu yang sering terpapar konten *flexing* di media sosial cenderung mengalami peningkatan kecemasan dan penurunan kepuasan hidup. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa memamerkan ibadah di media sosial dapat memperburuk masalah ini dengan menciptakan tekanan tambahan untuk memenuhi ekspektasi sosial.¹⁵ Dari perspektif psikologi, perilaku *flexing* yang dilakukan individu dapat dipandang sebagai upaya untuk mengkomunikasikan posisi mereka dalam konteks sosial. Fenomena ini mengarah pada konsep "*social climber*", yaitu tindakan yang diambil untuk memperbaiki atau meningkatkan status sosial seseorang.¹⁶

***Flexing* Ibadah dalam Pandangan Al-Quran**

Ibadah adalah manifestasi dari ketundukan dan ketaatan seorang hamba kepada penciptanya, yang muncul dari rasa pengagungan yang mendalam dalam hati. Rasa pengagungan ini berkembang karena adanya keyakinan bahwa objek ibadah tersebut memiliki kekuasaan yang tidak dapat dijangkau oleh pemahaman manusia.¹⁷

Al-Quran memiliki otoritas penuh sebagai pedoman hidup umat muslim di dunia. Beberapa ayat di dalam Al-Quran menyinggung perilaku *flexing* yang terjadi, misalnya, pada Q.S Al-Hadid: 23:

"Supaya kamu tidak bersedih hati terhadap apa yang luput dari kamu dan tidak terlalu gembira terhadap apa yang diberikan-Nya kepadamu. Dan Allah tidak menyukai setiap orang yang sombong lagi membanggakan diri."

Ayat ini mengajarkan umat Islam tentang sikap mental dan emosional yang seharusnya dimiliki terhadap apa yang terjadi dalam kehidupan. Ada dua aspek utama yang ditekankan dalam ayat ini, yaitu:

1. Tidak bersedih terhadap apa yang hilang

¹⁴ Pew Research Center (2023). *Striking findings from 2023*. Diakses pada 30 Juli 2024, dari pewresearch.org/short-reads/2023/12/08/striking-findings-from-2023/

¹⁵Rafika Indrawati, "Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Serta Pengaruhnya Terhadap Subjective Well-Being," *Empati: Jurnal Bimbingan Dan Konseling* 8, no. 2 (2021): 99–125,

¹⁶ Wahyuddin Darmalaksana, *Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial*, Jurnal Gunung Djati Conference Series, h. 423

¹⁷ Abdul Kallang, "Konteks Ibadah Menurut Al-Quran," *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 4, no. 2 (2018): 1–13

Ayat ini menyarankan agar seseorang tidak terlalu berlarut-larut dalam kesedihan ketika mengalami kehilangan atau kegagalan. Hal ini karena segala sesuatu yang terjadi, baik itu keberhasilan atau kegagalan, adalah bagian dari takdir Allah dan hikmah-Nya.

2. Tidak terlalu gembira terhadap apa yang diberikan

Selain itu, seseorang juga diingatkan untuk tidak terlalu berlebihan dalam merasa bangga atau gembira dengan apa yang telah dicapainya. Kegembiraan yang berlebihan dapat mengarah pada sikap sombong atau pamer, yang tidak disukai oleh Allah. Ini bisa diartikan sebagai larangan untuk pamer kekayaan atau pencapaian secara berlebihan.

Dalam tafsirnya, Sayyid Qutb menjelaskan bahwa ayat ini juga mencerminkan prinsip keadilan dan kesederhanaan dalam Islam. Menurutnya, tidak ada tempat bagi keangkuhan atau pamer dalam kehidupan seorang Muslim. Ayat ini mengajarkan bahwa segala sesuatu yang kita miliki adalah amanah dari Allah, dan kita harus bersikap proporsional dalam menghadapi segala hal.¹⁸

Selain itu, ada juga prinsip dalam Al-Qur'an yang menekankan pentingnya kesederhanaan dan keikhlasan, seperti misalnya, dalam QS. Al Baqarah: 264.¹⁹

"Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menghibungkan (pahala) sedekah-sedekahmu dengan menyebut-nyebut (pemberian) dan menyakiti (perasaan penerima), seperti orang yang menginfakkan hartanya karena riya (pamer) kepada manusia dan tidak beriman kepada Allah dan Hari Akhir. Perumpamaannya adalah seperti sebuah batu yang tertutup debu, lalu di atasnya datang hujan lebat, sehingga menjadikannya bersih, tidak dapat diambil sesuatu pun dari apa yang telah diperolehnya. Dan Allah tidak memberikan petunjuk kepada orang-orang kafir."

Tafsir Ibn Kathir menjelaskan bahwa amal yang dilakukan dengan motivasi pamer atau riya tidak diterima oleh Allah dan tidak memiliki nilai di hadapan-Nya. Ayat ini memperingatkan bahwa amal yang dilakukan dengan niat untuk pamer atau riya tidak akan mendapatkan pahala dan malah bisa menghilangkan nilai amal tersebut. Allah menghargai amal yang dilakukan dengan niat yang tulus dan ikhlas.²⁰ Ayat ini memberikan peringatan tentang

¹⁸ Mutmainah, "Musibah Dalam Al-Qur'an (Studi Komparatif Penafsiran Sayyid Qutb Dan Ibn Katsir Atas Surat Al-Hadid)" (2010).

¹⁹ Quran.nu.or.id, *Q.S Al Baqarah Ayat 264*, Diakses pada 30 Juli 2024, dari <https://quran.nu.or.id/an-najm/32>

²⁰ Ibnu Katsir, *Lubaabul Tafsir Min Ibni Katsir*, Terj. Abdul Ghoffar, Tafsir Ibnu Katsir, Jilid 1, (Bogor: Pustaka Imam Asy Syafo'i, 2004), h. 529.

Ira Yunita Pohan, et.al.

bahaya pamer dan riya dalam beramal, serta menjelaskan bagaimana amal yang tidak dilakukan dengan niat yang ikhlas akan kehilangan nilainya di hadapan Allah.

Dalam *Al-Tafsir Al-Kabir* karya Fakhr Al-Din al-Razi menekankan bahwa sikap riya' mencerminkan kurangnya keimanan dan ketulusan, yang pada akhirnya merusak nilai amal dan merugikan diri sendiri.²¹ Ayat ini juga mengaitkan riya dengan kekufuran dan ketidakpercayaan terhadap Allah dan hari akhir. Orang yang beramal hanya untuk mendapatkan pujian manusia dan tidak percaya pada balasan di hari kiamat menunjukkan sikap yang tidak sesuai dengan iman yang benar. Ini menegaskan bahwa *flexing* (riya) adalah bentuk kemunafikan yang harus dihindari oleh orang beriman.²²

Flexing seringkali didorong oleh ambisi pribadi, padahal hadis mengajarkan bahwa pamer akibat ambisi pribadi tidak diperbolehkan seperti dalam H.R Bukhari No. 2673, "*Binasalah hamba dinar, dirham, kain tebal dan sutra, jika diberi maka ia ridha jika tidak diberi maka ia mencela*"²³

Ibn Hajar Al-Asqalani, dalam bukunya *Fath al-Bari*, menjelaskan bahwa hadis ini menunjukkan sifat buruk yang terkait dengan cinta duniawi. Ia menekankan bahwa fokus pada harta dan barang-barang mewah akan merusak kualitas spiritual seseorang dan menjauhkan mereka dari sifat sabar dan syukur.

Pada ayat yang lain terdapat ayat yang memberikan isyarat bahwa boleh melakukan *flexing*, yaitu, Q.S Al-Dhuha:11:

"*Terhadap nikmat Tuhanmu, nyatakanlah (dengan bersyukur)*"²⁴

Ayat ini tidak bertentangan dengan ayat sebelumnya. Ayat ini memberikan garis bahwa ibadah boleh dipublikasikan di media sosial dalam catatan tidak sampai merusak keikhlasan. Karena pada ayat sebelumnya di tekankan bahwa titik utamanya adalah keikhlasan. Sejalan dengan itu Quraish Shihab dalam karyanya *Al-Misbah* memberikan pandangan bahwa menunjukkan kepada publik tentang kenikmatan yang diberikan oleh Allah SWT. sebenarnya sangat dianjurkan, selama tujuannya adalah untuk

²¹ Muhammad Ar-Razi, Tafsir Fakhrrrazi, (Kairo : Qullul Fikri, At-Thob'ah Wannusyur Wal Quri',1981), hlm. 115.

²² Eko Zulfikar, "*Interpretasi Makna Riya' Dalam Al Qur'an : Studi Kritis Perilaku Riya' Dalam Kehidupan Sehari-Hari*", (Kediri : Institut Agama Islam Negri Tulungagung, 2018), hlm.151.

²³ Ilmuislam.id, *Hadits Bukhari Nomor 2673*. Diakses pada 30 Juli 2024, dari <https://ilmuislam.id/hadits/11397/hadits-bukhari-nomor-2673>

²⁴ Quran.nu.or.id, *Q.S Al Baqarah Ayat 264*, Diakses pada 30 Juli 2024, dari <https://quran.nu.or.id/an-najm/32>

memotivasi orang lain dan tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang oleh agama seperti riya', kesombongan, atau pamrih.²⁵

Sifat ikhlas dalam beramal merupakan hal yang sangat pribadi dan hanya Allah yang mengetahui sejauh mana keikhlasan seseorang. Meskipun bersedekah atau mengerjakan ibadah lainnya secara rahasia tidak menjamin bahwa seseorang benar-benar ikhlas, begitu juga sebaliknya, beramal secara terang-terangan juga tidak berarti kurang ikhlas. Bahkan, menampakkan amal perbuatan dapat memotivasi orang lain untuk mengerjakan amal juga dan menghindari prasangka buruk yang dapat menjerumuskan orang lain ke dalam dosa. Oleh karena itu, menampakkan amal ibadah bisa sangat baik selama disertai dengan niat yang ikhlas dan tidak mengandung maksud buruk. Di sisi lain, menyembunyikan amal perbuatan lebih baik, karena tindakan ini dapat menghindari pamrih dan riya'.²⁶

Penjelasan mengenai *flexing* juga dikuatkan dalam Q.S Al-Najm: 32 sebagai ayat yang berkenaan dengan kajian *flexing* ibadah:

*"Mereka adalah) orang-orang yang menjauhi dosa-dosa besar dan perbuatan keji. Akan tetapi, mereka (memang) melakukan dosa-dosa kecil. Sesungguhnya Tuhanmu Mahaluas ampunan-Nya. Dia lebih mengetahui dirimu sejak Dia menjadikanmu dari tanah dan ketika kamu masih berupa janin dalam perut ibumu. Maka, janganlah kamu menganggap dirimu suci. Dia lebih mengetahui siapa yang bertakwa"*²⁷

Ayat ini memberikan pengajaran yang mendalam tentang kebijaksanaan dalam berbicara dan berperilaku, termasuk dalam konteks *flexing* ibadah di media sosial. Ayat ini mengingatkan kita bahwa manusia memiliki keterbatasan dalam pengetahuan dan pemahaman. Ketika seseorang memamerkan ibadah mereka di media sosial, mereka perlu memahami dengan jelas tujuan sebenarnya dari ibadah tersebut. Apakah ibadah tersebut dilakukan semata-mata untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. atukah ada motif lain seperti pencitraan diri atau pencarian pujian dari orang lain? Mereka juga seharusnya tidak mengklaim atau menunjukkan diri mereka sebagai yang lebih baik atau lebih saleh dari orang lain, karena hanya Allah yang mengetahui sebenarnya tingkat kedekatan seseorang dengan-Nya.

²⁵ Abdulloh Labib, "Tahadduts Bi Al-Ni'mah Perspektif Quraish Shihab Dalam Tafsir Al-Misbah Dan Relevansinya Terhadap Pelaku Flexing," *Kontemplasi: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 10, no. 1 (2022): 1–23.

²⁶ Abdulloh Labib, "Tahadduts Bi Al-Ni'mah Perspektif Quraish Shihab Dalam Tafsir Al-Misbah Dan Relevansinya Terhadap Pelaku Flexing,"

²⁷ Quran.nu.or.id, *Q.S An-Najm Ayat 32*, Diakses pada 30 Juli 2024, dari <https://quran.nu.or.id/an-najm/32>

Ayat ini mengajarkan pentingnya kehati-hatian dalam berbicara atau bertindak. Dalam konteks media sosial, seseorang perlu mempertimbangkan efek dari apa yang mereka bagikan atau promosikan kepada publik. *Flexing* ibadah yang dilakukan secara berlebihan atau dengan motif yang salah dapat mengundang penilaian negatif, menciptakan kesan yang salah, atau bahkan memicu perasaan

Tafsir ringkas Kementerian Agama menjelaskan bahwa mereka yang akan menerima anugerah dan kebaikan dari Allah adalah orang-orang yang benar-benar menjauhi dosa-dosa besar dan perbuatan keji yang secara jelas dilarang oleh akal dan norma. Semua dosa besar tersebut akan mendapatkan hukuman, kecuali dosa-dosa kecil yang terjadi secara kebetulan dan tidak sengaja. Pengampunan bagi dosa-dosa kecil itu diberikan karena Allah memiliki ampunan yang sangat luas. Dosa-dosa besar juga dapat diampuni jika pelakunya bertobat dengan sepenuh hati. Janganlah merasa bangga atau menganggap diri sendiri lebih baik hanya karena telah melakukan kebaikan. Allah Maha Mengetahui segala sesuatu tentang diri kita, bahkan sejak kita masih dalam bentuk janin di dalam kandungan ibu. Oleh karena itu, janganlah menganggap dirimu suci atau membanggakan amalmu.²⁸ Allah adalah Yang Maha Mengetahui siapa yang benar-benar bertakwa dan suci. Selanjutnya menjelaskan bahwa Allah swt lebih mengetahui keadaan, perbuatan, dan ucapan manusia dikala Dia menjadikan manusia dari tanah dan dikala Dia membentuk rupanya dalam rahim ibunya, dari satu tahap ke tahap yang lainnya. Maka janganlah ada yang mengatakan dirinya suci.²⁹

Maka sungguh Allahlah yang paling mengetahui tentang orang yang bertakwa. Bila disadari yang demikian itu, maka janganlah seseorang memuji dirinya dengan suci dari dosa atau suci dari perbuatan maksiat atau banyak melakukan kebaikan, tetapi hendaklah manusia banyak bersyukur kepada Allah atas limpahan karunia dan ampunan-Nya. Allah Maha Mengetahui siapa yang bersih dari kejahatan dan siapa yang menjerumuskan dirinya dalam kejahatan dan melumurkan dirinya dengan dosa. Sesungguhnya larangan menyucikan diri hanya berlaku bila yang mendorong seseorang untuk itu adalah riya', takabur atau bangga.³⁰

²⁸ Quran.kemenag.go.id, *Qur'an per-ayat dan per-surah*, Diakses pada 30 Juli 2024, dari <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/53?from=1&to=62>

²⁹ Quran.kemenag.go.id, *Qur'an per-ayat dan per-surah*, Diakses pada 30 Juli 2024, dari <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/53?from=1&to=62>

³⁰ Quran.kemenag.go.id, *Qur'an per-ayat dan per-surah*, Diakses pada 30 Juli 2024, dari <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/53?from=1&to=62>

Kesimpulan

Flexing atau pamer di media sosial yang saat ini sedang marak dan perlu perhatian khusus dalam menyikapinya. Fenomena *flexing* ini tidak hanya terbatas pada aspek kekayaan dan materi, tetapi juga mulai merambah ke ranah ibadah. *Flexing* ibadah di media sosial membawa berbagai dampak negatif baik secara psikologis maupun sosial. Memamerkan ibadah berpotensi menimbulkan kesombongan, mempengaruhi orientasi akhirat, serta menyebabkan krisis identitas dan kecemasan sosial. Hal ini di jelaskan di beberapa ayat dalam Al-Quran seperti QS. Al-Hadid: 23, QS. Al-Baqarah: 264.

Flexing ibadah di media sosial dapat dilakukan dengan cara yang positif jika niat dan tujuan tetap dijaga dengan baik. Menjaga niat agar tetap tulus dan tidak berubah menjadi pencarian pujian adalah kunci utama dalam menampilkan amal kebaikan secara publik. Dengan berfokus pada tujuan spiritual, menghindari penekanan pada diri sendiri, menjaga privasi, dan menerima kritik dengan bijak, kita dapat memastikan bahwa *flexing* ibadah tidak hanya bermanfaat bagi diri sendiri tetapi juga dapat menginspirasi orang lain dan memperkuat komunitas. Sebagaimana dalam segala aspek kehidupan, menjaga niat adalah prinsip utama yang harus selalu dipegang. Hal ini juga diperjelas didalam QS. Al-Dhuha: 11 dan QS. Al-Najm ayat 32.

Daftar Pustaka

- Afifah, Nur Fullah Rona. *Riya" Dalam Al-Qur'an Perspektif Tafsir Al Maraghi*. Solo: Universitas Muhammadiyah Surakarta, n.d.
- Al-Shafi'i, Abu Hamid Muhammad bin Muhammad al-Ghazali al-Tusi al-Syafi'i, *Ihya 'Ulumu al-Din*, Terj. Purwanto, *Ihya Ulumuddin Cinta Kekuasaan & Riya Takabur & Ujub*, (Cet I; Bandung: Marja, 2020).
- Al-Razi, Muhammad Tafsir Fakhrurrazi, (Kairo : Qullul Fikri, At-Thob'ah Wannusyur Wal Quri',1981).
- Darmalaksana, Wahyuddin *Studi Flaxing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial*, Jurnal Gunung Djati Conference Series.
- Fahmi, Nurul dkk "Flexing Dan Personal Branding: Konten Analisis Sosial Media Generasi Z Di Indonesia." *Jurnal Analisa Sosiologi* 13, no. 1 (2024).
- Fitra Raharja, Hawwin, dkk "Peran Pendidikan Karakter Untuk Menghadapi Tren Flexing Di Era Teknologi." *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (PROSNAMPAS)* 6, no. 1 (2023).

Ira Yunita Pohan, et.al.

- Ilmuislam.id, *Hadits Bukhari Nomor 2673*. Diakses pada 30 Juli 2024, dari <https://ilmuislam.id/hadits/11397/hadits-bukhari-nomor-2673>
- Indrawati, Rafika. "Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Serta Pengaruhnya Terhadap Subjective Well-Being." *Empati: Jurnal Bimbingan Dan Konseling* 8, no. 2 (2021).
- Kallang, Abdul. "Konteks Ibadah Menurut Al-Quran." *Al-Din: Jurnal Dakwah Dan Sosial Keagamaan* 4, no. 2 (2018): 1–13. <https://doi.org/10.35673/ajdsk.v4i2.630>.
- Katsir, Ibnu *Lubaabut Tafsir Min Ibni Katsir, Terj. Abdul Ghoffar, Tafsir Ibnu Katsir*, Jilid 1, (Bogor: Pustaka Imam Asy Syafo'I, 2004), h. 529.
- Labib, Abdulloh. "Tahadduts Bi Al-Ni'mah Perspektif Quraish Shihab Dalam Tafsir Al-Misbah Dan Relevansinya Terhadap Pelaku Flexing." *Kontemplasi: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin* 10, no. 1 (2022): 1–23.
- Mardiah, Anisatul. "Fenomena Flexing: Pamer Di Media Sosial Dalam Perspektif Etika Islam." *International Conference on Tradition and Religious Studies* 1, no. 1 (2022): 310. <http://proceedings.radenfatah.ac.id/index.php/lc-TiaRS/article/view/239>.
- . "Fenomena Flexing: Pamer Di Media Sosial Dalam Perspektif Etika Islam." *International Conference on Tradition and Religious Studies* 1, no. 1 (n.d.): 310. <http://proceedings.radenfatah.ac.id/index.php/lc-TiaRS/article/view/239>.
- Mutia Annur, Cindy *Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. Diakses pada 30 Juli 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Mutmainah. "Musibah Dalam Al-Qur ' an (Studi Komparatif Penafsiran Sayyid Qutb Dan Ibn Katsir Atas Surat Al-Hadid," 2010.
- Khayati, Nur, dkk. "Fenomena Flaxing di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural", *Jurnal Sosialisasi*, Vol. 9, No. 2, 2022.
- Pew Research Center (2023). *Striking findings from 2023*. Diakses pada 30 Juli 2024, dari pewresearch.org/short-reads/2023/12/08/striking-findings-from-2023/
- Quran.nu.or.id, *Q.S Al-Najm Ayat 32*, Diakses pada 30 Juli 2024, dari <https://quran.nu.or.id/Al-Najm/32>
- Quran.kemenag.go.id, *Qur'an per-ayat dan per-surah*, Diakses pada 30 Juli 2024, dari <https://quran.kemenag.go.id/quran/per-ayat/surah/53?from=1&to=62>

Pandangan Al-Quran Tentang Fenomena *Flexing* dalam Ibadah

- Setia Bakti, Indra, dkk "Pamer Kemewahan, Kajian Teori Konsumsi Thorstein Veblen." *Jurnal Sosiologi USK*, 2020.
- Sofia Ilham, Kamelia "Flexing Dalam Perspektif Surat At-Takatsur Dan Internalisasinya Dalam Era Media Sosial." Universitas Maulana Malik Ibrahim Malang, 2023.
- Zulfikar, Eko "Interpretasi Makna Riya' Dalam Al Qur'an : Studi Kritis Perilaku Riya' Dalam Kehidupan Sehari-Hari". Kediri : Institut Agama Islam Negeri Tulungagung, 2018.