

## AYAT-AYAT FLEXING DAN KONTEKSTUALISASINYA DALAM KAJIAN PSIKOLOGI: SEBUAH PENDEKATAN TERHADAP FENOMENA PAMER DALAM MEDIA SOSIAL

**Ahmad Masruri**

STIT Al-Amin Kreo Tangerang, Indonesia, masruriahmad117@gmail.com

### Abstrak

Tulisan ini mengeksplorasi fenomena "flexing" atau pamer yang ditemukan dalam berbagai ayat-ayat di media sosial, serta kontekstualisasinya dari perspektif psikologis. Fenomena ini tidak hanya mencerminkan dinamika sosial dan budaya, tetapi juga memiliki implikasi mendalam terhadap kesehatan mental individu dan perilaku sosial. Dengan menggunakan pendekatan teoritis dari psikologi sosial dan klinis, tulisan ini menganalisis motivasi dibalik flexing, dampaknya terhadap self-esteem, serta fenomena ini mempengaruhi persepsi dan interaksi sosial. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif tentang perkembangan psikologi untuk mengetahui motivasi dibalik perilaku tersebut, dan dampaknya terhadap kesehatan mental, serta media sosial yang memperkuat kecenderungan ini. Hasil penelitian ini bahwa Islam menegaskan bahwa perilaku pamer adalah bagian dari riya' (sombong) yang sangat dilarang. Ayat-ayat Al-Qur'an seperti QS Luqman (31:18) dan QS Al-Baqarah (2:264) mengingatkan umat agar tidak bangga berlebihan atas kekayaan. Konsep Tahadduts bi al-Ni'mah dalam Islam memperbolehkan menyebut-nyebut kenikmatan dengan syarat tidak sombong atau riya'. Flexing juga dianggap sebagai tindakan yang dapat merusak hubungan sosial dan menunjukkan kurangnya rasa syukur kepada Allah.


**Kata Kunci:** Ayat Flexing, Psikologi Sosial, Pamer, Media Sosial

### Abstract

*This paper explores the phenomenon of "flexing" or showing off found in various verses on social media, and its contextualization from a psychological perspective. This phenomenon not only reflects social and cultural dynamics, but also has profound implications for individual mental health and social behavior. Using theoretical approaches from social and clinical psychology, this paper analyzes the motivation behind flexing, its impact on self-esteem, and how this phenomenon affects social perception and interaction. The method used is quantitative descriptive of the development of psychology to determine the motivation behind this behavior, and its impact on mental health, as well as social media that reinforces this tendency. The results of this study are that Islam emphasizes that showing off behavior is part of riya' (arrogance) which is strictly prohibited. Verses of the Qur'an such as QS Luqman (31:18) and QS Al-Baqarah (2:264) remind people not to be excessively proud of wealth. The concept of Tahadduts bi al-Ni'mah in Islam allows mentioning pleasures on condition that one is not arrogant or riya'. Flexing is also considered an act that can damage social relationships and shows a lack of gratitude to Allah.*

**Keyword:** Flexing Verse, Social Psychology, Showing Off, Social Media

URL: <http://jurnalptiq.com/index.php/mumtaz>

 <https://doi.org/10.36671/mumtaz.v8i2>

## A. PENDAHULUAN

Budaya pamer (*flexing culture*) di media sosial tengah melanda kehidupan manusia dewasa ini. Flexing yaitu memperlihatkan sesuatu yang bertujuan untuk memamerkan kemewahan agar memperoleh pengakuan atau demi eksistensi. Ironisnya, flexing terjadi di tengah sebagian besar masyarakat dihimpit kesulitan ekonomi akibat pandemi Covid-19.

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Platform seperti Instagram, Facebook, dan Twitter memungkinkan individu untuk membagikan aspek kehidupan mereka secara luas dan instan. Salah satu fenomena yang menonjol dalam penggunaan media sosial adalah "*flexing*" atau pamer, di mana individu menunjukkan pencapaian, kekayaan, atau gaya hidup mereka untuk mendapatkan pengakuan sosial. Perilaku ini sering kali didorong oleh keinginan untuk mendapatkan validasi dan pengakuan dari orang lain.

Menurut Cambridge Dictionary, *flexing* adalah tindakan untuk menunjukkan sesuatu yang kalian miliki atau raih, akan tetapi dengan cara yang dianggap orang lain tak menyenangkan. Lalu, menurut kamus Merriam Webster, *flexing* adalah tindakan memamerkan sesuatu yang dimiliki secara pribadi dengan cara lebih mencolok.

Secara garis besar, *flexing* adalah suatu kebiasaan seseorang untuk memamerkan apa yang dimilikinya di media sosial. Kemudian, tindakan ini dilakukan untuk mendapatkan pengakuan oleh orang lain.<sup>1</sup>

Contoh paling mudah dari tindakan flexing adalah seorang *influencer* yang *flexing* tas buatan desainer ternama atau kemewahan lainnya lewat media sosial. Tak bisa dipungkiri jika saat ini akan lebih mudah menemukan seseorang melakukan *flexing* dengan barang-barang mewah seperti yang disebutkan pada contoh tersebut.

Fenomena *flexing* tidak hanya menjadi topik perbincangan populer, tetapi juga menjadi subjek penting dalam kajian psikologi. Psikologi sosial, misalnya, meneliti bagaimana kebutuhan akan pengakuan sosial dan identitas diri mempengaruhi perilaku individu di media sosial. Sementara itu, psikologi klinis mengamati dampak dari perilaku pamer ini terhadap kesehatan mental, seperti peningkatan stres, kecemasan, dan depresi. Flexing yaitu memperlihatkan sesuatu yang bertujuan untuk memamerkan kemewahan agar memperoleh pengakuan atau demi eksistensi.<sup>2</sup>

Beberapa pesohor negeri ini seperti Indra Kenz dan Doni Salmanan, dua anak muda ini sering memamerkan kekayaannya di media sosial, hingga mereka disebut sebagai Sultan Medan dan Sultan Bandung serta beberapa waktu lalu viral seorang anak pejabat ditjen pajak Mario Dandy yang memamerkan barang mewah di sosial medianya. Ada pula yang memamerkan barang-barang mahal seperti pakaian branded, jam tangan branded, tas branded. Di lain kesempatan memamerkan foto perjalanan ke luar negeri dan makan di restoran mewah di hotel berbintang.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Arum Rifda, "Flexing: Pengertian, Penyebab, Akibat, Dan Cara Menghindarinya," *Www.Gramedia.Com* (Jakarta, 2022).

<sup>2</sup> Wahyudin Darmalaksana, "Studi Flexing Dalam Pandangan Hadis Dengan Metode Tematik Dan Analisis Etika Media Sosial," in *Gunung Djati Conference Series*, vol. 8, 2022, 412–27.

<sup>3</sup> Anisatul Mardiah, "Fenomena Flexing: Pamer Di Media Sosial Dalam Perspektif Etika Islam," in *International Conference on Tradition and Religious Studies*, vol. 1, 2022, 309–19.

"Banyak vlogger atau content creator yang menjadikan ajang flexing atau pameran kemewahan ini sebagai konten di laman media sosialnya, yakni dengan menunjukkan barang branded hingga rumah mewah," ujarnya melalui akun Youtube Rhenald Kasali seperti dikutip, Rabu (2/1/2022).

Menurutnya, aksi flexing dilakukan untuk mendapat opini dari publik bahwa dia adalah orang yang mampu. Imbasnya, keluarlah julukan seperti "Sultan" atau "crazy rich" yang memiliki arti orang-orang dengan hidup mewah serta bergelimang harta.<sup>4</sup>Dari kejadian tersebut, dapat dipahami bahwa fenomena flexing pada saat ini fenomena aksi membanggakan diri atau memamerkan sesuatu di media sosial untuk mendapat pengakuan dari pengikutnya.

Flexing dapat memberikan dampak negatif, baik bagi pelaku maupun bagi penontonnya. Bagi pelaku, *flexing* berpotensi menimbulkan berlebihan dalam bertindak (menghamburkan uang atau membuang waktu untuk hal-hal yang tidak bermanfaat), sulit mendapatkan teman (dikucilkan atau dibenci oleh orang lain karena perilakunya yang sombong atau menyombongkan diri), atau kehilangan kepercayaan diri (menjadi tidak puas diri, tidak bersyukur, atau tidak realistis terhadap diri sendiri). Bagi penonton, flexing dapat menimbulkan rasa iri, dengki, minder, cemburu, atau bahkan depresi karena merasa tidak mampu atau tidak mempunyai barang mewah sebagaimana pelaku flexing pameran di media sosialnya.

Oleh sebab itu, pengguna jejaring sosial media hendaknya menyikapi fenomena flexing tersebut secara bijak dan kritis. Pengguna sosial media harus memahami bahwa tidak semua yang diposting di sosial media itu benar adanya. Pengguna jejaring sosial media juga harus memfilter informasi yang diterima dari media sosial dan tidak mudah terpengaruh oleh informasi yang beredar atau bahkan merugikan. Pengguna media sosial juga harus fokus pada tujuan hidupnya dan tidak mencari validasi atau pengakuan dari orang lain.

Dalam kajian psikologi, terdapat beberapa teori yang relevan untuk memahami fenomena *flexing*. Salah satu teori utama adalah Teori Kebutuhan untuk Pengakuan Sosial (*Need for Social Approval Theory*) yang menyatakan bahwa manusia memiliki kebutuhan mendasar untuk diakui dan diterima oleh lingkungan sosial mereka. Teori ini menjelaskan bahwa perilaku pameran dapat dilihat sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Teori Perbandingan Sosial (*Social Comparison Theory*) yang diperkenalkan oleh Leon Festinger juga relevan dalam konteks ini. Teori ini mengemukakan bahwa individu memiliki kecenderungan alami untuk membandingkan diri mereka dengan orang lain sebagai cara untuk mengevaluasi diri. Dalam konteks media sosial, perbandingan ini sering kali mengarah pada pameran sebagai cara untuk menonjolkan diri dan merasa lebih baik dari orang lain.

Dalam konteks agama, tafsir Al-Qur'an memberikan pandangan yang jelas tentang perilaku pameran. Tafsir merupakan ilmu yang membahas penjelasan dan interpretasi ayat-ayat Al-Qur'an. Para mufasir (ahli tafsir) memberikan penjelasan mendalam tentang ayat-ayat yang berhubungan dengan perilaku sombong dan pameran. Misalnya, ayat dalam surah Al-Qasas/28:76 tentang Qarun yang mengingatkan untuk tidak bangga berlebihan atas kekayaan, sering ditafsirkan sebagai peringatan terhadap

---

<sup>4</sup> Tresia, "Apa Itu Flexing Yang Dilakukan Crazy Rich Ini Kata Rhenald Kasali," *Lifestyle.Bisnis.Com*, 2020.

sikap pamer dan sombong, selanjutnya surah al-Hadid/57:20 memperingatkan umat manusia agar tidak sombong dan terlalu membanggakan diri. Para mufasir seperti Ibnu Katsir dan Al-Qurtubi menekankan bahwa perilaku ini tidak hanya merusak hubungan sosial tetapi juga menunjukkan kurangnya rasa syukur kepada Allah.

Dengan memahami fenomena flexing dari berbagai sudut pandang, termasuk psikologi dan tafsir Al-Qur'an, penelitian ini berupaya memberikan gambaran yang komprehensif tentang motivasi, dampak, dan konteks dari perilaku pamer di media sosial. Diharapkan, temuan dari penelitian ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi individu dan masyarakat dalam mengelola perilaku dan kesehatan mental mereka di era digital.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fenomena flexing dari perspektif psikologis, mengeksplorasi motivasi di balik perilaku tersebut, dampaknya terhadap kesehatan mental, serta bagaimana media sosial memperkuat kecenderungan ini. Selain itu, penelitian ini juga berusaha untuk mengkontekstualisasikan ayat-ayat tentang pamer dalam Al-Qur'an dalam kajian psikologi modern.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis dalam bidang psikologi, khususnya dalam memahami perilaku sosial di era digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan panduan bagi individu untuk memahami dan mengelola dampak negatif dari perilaku flexing.

Kajian tentang fenomena flexing telah banyak dilakukan oleh banyak akademisi. Berikut ini penulis ulas beberapa kajian terdahulu terkait fenomena flexing tersebut:

*Pertama*, penelitian yang dilakukan oleh Jawade Hafidz dengan judul “Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Aspek Hukum Pidana” yang dimuat oleh *Jurnal Cakrawala Informasi* Vol 2 No. 1 Juni 2022. Dalam tulisan tersebut ia berupaya memberikan gambaran tentang flexing di media sosial dalam aspek hukum pidana terkait dengan beberapa kasus penipuan dengan menggunakan flexing. Penelitian yang menggunakan model *library research* dengan metode analisis deskriptif ini menyimpulkan bahwa fenomena flexing dalam media sosial dapat berujung pada penindakan hukum (dalam hal ini hukum pidana), bilamana disalahgunakan sebagai sarana atau modus dalam melakukan tindak pidana, seperti pada kasus aplikasi *binary option Binomo* dan *Quotex*. Flexing sebagai modus tindak pidana penipuan dilakukan untuk menjerat followers atau konsumen dengan umpan menggunakan kekayaan. Flexing yang dilakukan secara sengaja sebagai sarana untuk melakukan tindak pidana penipuan, sebagaimana halnya pada kasus *Binomo* dan *binary option* lainnya telah memenuhi unsur-unsur tindak pidana. Tidak hanya tindak pidana penipuan investasi, tetapi juga penyebaran berita bohong (hoax) dan tindak pidana pencucian uang. Pelaku dapat dijerat pasal berlapis, sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 378 jo. Pasal 55 ayat (1) ke-1 Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP), Pasal 45 ayat (2) jo. Pasal 27 ayat (2) dan Pasal 45A ayat (1) jo. Pasal 28 ayat (1) Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), serta Pasal 3 dan/atau Pasal 4 Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Pemberantasan Tindak Pidana Pencucian Uang (TPPU). Flexing pada dasarnya bukanlah merupakan suatu tindak pidana, selama hal itu dilakukan tidak dengan cara yang melanggar hukum dan merugikan orang lain.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Jawade Hafidz, “Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Aspek Hukum Pidana,” *Jurnal Cakrawala Informasi* 2, no. 1 (2022): 10–28, <https://doi.org/10.54066/jci.v2i1.158>.

Penggunaan media sosial di internet yang tidak tepat, misalnya dalam flexing, dapat membawa penggunanya melakukan kejahatan atau tindak pidana di dunia maya dan berujung pada penindakan hukum. Kejahatan atau tindak pidana menurut merupakan perbuatan jahat yang dilakukan oleh pelaku, di mana perbuatan yang dilakukannya bertentangan dengan peraturan perundang-undangan, baik yang tercantum dalam KUHP maupun yang tersebar di luar KUHP. Banyak kegiatan ilegal telah diidentifikasi dan ditemukan melalui internet, yang termasuk dalam tindak pidana. Kebanyakan dilakukan oleh individu tertentu untuk mendapatkan keuntungan, yang dikenal dengan *cyber crime*.<sup>6</sup>

Flexing sebagai modus tindak pidana penipuan dilakukan untuk menjerat followers atau konsumen dengan umpan menggunakan kekayaan. Korban akan tergiur dan termotivasi untuk menjadi seperti pelaku, yang dianggap korban telah sukses dengan bukti kekayaan yang berlimpah, dan didapat secara instan. Tidak ada kesuksesan yang diraih secara instan. Kesuksesan membutuhkan proses, dan dilakukan dengan cara-cara yang baik, tidak dari hasil menipu atau berbohong hanya untuk mendapatkan keuntungan. Flexing yang dilakukan secara sengaja sebagai sarana untuk melakukan suatu tindak pidana penipuan, sebagaimana halnya pada kasus Binomo dan binary option lainnya telah memenuhi unsur-unsur tindak pidana. Tidak hanya tindak pidana penipuan investasi, tetapi juga penyebaran berita bohong (hoax) dan tindak pidana pencucian uang.<sup>7</sup>

*Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh Syafruddin Pohana, Putri Munawwarah, July Susanty Br Sinuraya dengan judul “Fenomena Flexing di Media Sosial Dalam Menaikkan Popularitas Diri Sebagai Gaya Hidup” yang dimuat oleh Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS) Vol. 3 No. 2 Juli 2023. Penelitian ini menggambarkan tentang Fenomena flexing di media sosial dapat menaikkan popularitas seseorang dalam membentuk citra diri. Media sosial telah berkembang menjadi platform penting untuk mengembangkan reputasi dan popularitas mereka di era digital modern. Artikel yang menggunakan model *library research* dengan metode analisis deskriptif ini menyimpulkan bahwa orang yang Flexing memiliki cara pandang tersendiri, namun banyak yang mereka tidak ketahui dampak negatif dari segi agama. Orang-orang terlalu fokus dengan dampak positif dan lupa dengan dampak negatif yang kerap datang tempo hari. Orang-orang sekarang lebih menghargai dunia maya daripada dunia nyata sebagai akibat dari kemajuan teknologi dan popularitas media sosial selama era digitalisasi. Demi mendapatkan popularitas dan perhatian di media sosial, orang bersiap melakukan berbagai hal, termasuk hot tubuh. Flexing yang terjadi baik offline maupun online, adalah tindakan memamerkan kekayaan, memanjakan, atau kemewahan seseorang. Hal ini dilakukan sebagai upaya untuk menjadi lebih dikenal dan menarik perhatian masyarakat. Keinginan untuk menjadi populer mengarah pada fenomena pelenturan, dan pengguna media sosial cenderung terlalu sibuk dengan kepentingan mereka sendiri untuk mempertimbangkan bagaimana tindakan mereka dapat bermanfaat bagi orang lain. Selain itu, penelitian ini menyoroti faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang, seperti sikap, pengalaman, kepribadian, konsep diri, persepsi, kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, aktivitas, minat, pandangan tentang diri sendiri dan orang lain, serta karakter fundamental. Semua faktor ini

---

<sup>6</sup> Hafidz. 20.

<sup>7</sup> Hafidz.

berdampak pada bagaimana seseorang hidup dan berperilaku, termasuk ketika Flexing di media sosial.

Studi ini menunjukkan bahwa, dalam konteks agama, Flexing kurang menekankan pada ajaran agama dan lebih menekankan pada tujuan utamanya, yaitu popularitas. Islam tidak menganjurkan membul karena dapat berdampak negatif baik pada individu maupun orang lain. Hal ini termasuk pamer yang datang dengan cara Flexing. Penting untuk menghindari fenomena Flexing karena mendorong kegembiraan dan kesombongan, yang keduanya bertentangan dengan ajaran agama dan dapat memiliki efek yang tidak menguntungkan. Sangat penting bagi pengguna media sosial untuk menggunakan platform secara efektif dan membuat perbedaan bagi diri mereka sendiri dan orang lain. Selain itu, pengguna media sosial perlu dididik tentang kekurangan perilaku mereka dan pentingnya mengutamakan kebaikan saat berinteraksi secara online.<sup>8</sup>

*Ketiga*, penelitian yang dilakukan oleh Mutmainnah Mutmainnah, Ari Fahimatussyam Putra Nusantara. Abdur Rakhman Wijaya dengan judul “Fenomena Flexing Dalam Ekonomi Islam” yang dimuat oleh *Jurnal Econetica* Vol.5 Nomor 1 Mei 2023. Dalam tulisan tersebut ia berupaya memberikan gambaran tentang fenomena flexing dalam pandangan Ekonomi Islam. Penelitian yang menggunakan model *library research* dengan metode analisis deskriptif ini menyimpulkan bahwa Ajaran agama Islam telah melarang perilaku pamer harta. Perilaku yang menyimpang dari ajaran Islam dapat diatasi dengan pengendalian diri dari dalam Individu sendiri. Islam mengajarkan pentingnya berperilaku seimbang antara kehidupan di dunia dan di akhirat, antara kebutuhan fisik dan spiritual, antara kebutuhan sendiri ataupun orang lain. Islam memberikan tujuan manusia untuk hidup secara etis dengan cara yang sederhana dan tidak berlebihan (*Israf*).

Ekonomi Islam memberikan arahan dalam mencegah perilaku flexing, yaitu: Mengetahui apa yang menjadi kebutuhan, Mengonsumsi barang Halal dan *Toyyib*, Membelanjakan harta untuk kehidupan dunia dan akhirat, Berpenampilan sederhana dan tidak pamer harta.<sup>9</sup>

Dalam tulisannya tersebut ia mengungkapkan bahwa Beberapa pihak membenarkan fenomena flexing dengan beralasan flexing bagian dari pemasaran. Flexing dikaitkan dengan *conspicuous consumption*. Bronner & de Hoog menyatakan bahwa *conspicuous consumption* sebagai tingkat kecenderungan perilaku seseorang menampilkan status sosial, kekayaan, rasa atau citra diri seseorang ke kelompok referensi melalui konsumsi produk yang dapat dilihat secara public. Widjajanta menyatakan bahwa *conspicuous consumption* adalah sebuah perilaku yang akan mendorong orang untuk membelanjakan uang dengan mewah, baik berdasarkan status maupun untuk memamerkan barang dan jasa. Peningkatan harga diri ini terutama disebabkan oleh keyakinan bahwa *conspicuous consumption* dapat meningkatkan kebahagiaan seseorang, yang membuat mereka lebih puas dan dapat juga dikatakan

---

<sup>8</sup> Syafruddin Pohan, Putri Munawwarah, and July Susanty Br Sinuraya, “Fenomen Flexing Di Media Sosial Dalam Menaikkan Popularitas Diri Sebagai Gaya Hidup,” *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 3, no. 2 (2023): 490–93, <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i2.851>.

<sup>9</sup> Mutmainnah Mutmainnah, Ari Fahimatussyam, and Abdur Rakhman Wijaya, “Fenomena Flexing Dalam Ekonomi Islam,” *Jurnal Econetica: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis* 5, no. 1 (2023): 30–40, <https://doi.org/10.69503/econetica.v5i1.360>.

bahwa conspicuous consumption adalah tindakan menghabiskan uang untuk hal-hal mewah, yang tidak penting, untuk mengesankan orang lain.

Chin menyatakan bahwa *conspicuous consumption* adalah pembelian barang-barang di mana individu menunjukkan prestise sosial mereka, daripada untuk memenuhi kebutuhan dasar mereka. Demikian juga, individu secara mencolok menghabiskan untuk menunjukkan kekayaan mereka. *conspicuous consumption* mengacu pada individu yang bertujuan untuk akses ke kelas sosial yang lebih tinggi menggunakan pengeluaran yang berlebihan dan kompetitif serta kegiatan rekreasi mewah, sehingga bisa dikatakan Indikator yang dapat mengukur *conspicuous consumption* adalah:

- a. Happiness and Wellbeing merupakan perasaan bahagia yang didapat individu dari evaluasinya yang positif terhadap masa lalu, masa kini, dan masa depan
- b. Status merupakan lokasi atau posisi seseorang dalam sistem sosial yang hierarkis, yang sekaligus menentukan posisi seseorang dalam stratifikasi sosial
- c. Prestige merupakan sebuah kehormatan/wibawa dan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang yang akhirnya membuat dirinya berbeda
- d. Symbolic Product Characteristics merupakan suatu pola yang akan menentukan suatu produk dapat menunjukkan karakter atau gaya hidup seseorang.<sup>10</sup>

Tulisan-tulisan di atas menjadikan fenomena flexing sebagai objek kajian yang diteliti dari berbagai macam aspek, Teori-teori dan kesimpulan penelitiannya pun sedikit banyak akan menjadi rujukan penulis dalam artikel ini. Titik bedanya terletak pada arah penelitian, di mana artikel ini akan difokuskan kepada ayat yang berkenaan flexing serta tinjauan dalam kajian psikologi.

## B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah kualitatif dengan jenis studi Pustaka (*library research*) untuk mengetahui ayat-ayat *flexing* dalam konteks psikologi. Metode kualitatif mempunyai ciri deskriptif dan cenderung menggunakan pendekatan analisis jenis induktif, sehingga proses dan makna berdasarkan sudut pandang subjek lebih ditekankan dalam penelitian kualitatif. Kemudian penelitian studi kepustakaan merupakan salah satu jenis metode penelitian kualitatif yang menggunakan metode pengumpulan data dengan cara mempelajari, memahami, dan menganalisis secara sistematis teori-teori dan data-data dari berbagai literatur terdahulu yang berkaitan dengan penelitian tersebut. Penelitian ini dilaksanakan menggunakan literatur kepustakaan yang disajikan dengan berupa kalimat baik berasal dari buku dan juga jurnal yang relevan.

## C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Fenomena flexing pada media sosial adalah ekspresi dari kompleksitas kebutuhan manusia. Perilaku ini dapat dipahami sebagai upaya individu untuk mencapai pemenuhan kebutuhan dasar mereka dalam lingkungan online yang berbeda

---

<sup>10</sup> Mutmainnah, Fahimatussyam, and Rakhman Wijaya.

dengan dunia nyata.<sup>11</sup> Kebutuhan untuk kekuasaan, penghargaan diri, dan kebutuhan sosial adalah bagian penting dari pengalaman manusia, dan fenomena flexing dapat diinterpretasikan sebagai respons terhadap kebutuhan-kebutuhan ini.

Dalam konteks agama Islam ada istilah *Tahhaduts Bin Ni'mah*. *Tahadduts bi al-Ni'mah* (menyebut-nyebut kenikmatan) merupakan tingkah laku yang diperbolehkan oleh Allah Swt, dengan ketentuan tidak adanya unsur riya' dan sombong. Allah berfirman "dan terhadap nikmat tuhanmu maka hendaklah kamu menyebut-nyebutnya (dengan bersyukur)." (Q.S. ad-Dhuha: 11). Sahabat Ka'ab juga melakukan hal seperti ini ketika Allah Swt menerima taubatnya.<sup>12</sup>

Pemahaman *Tahadduts bi al-Ni'mah* terhadap fenomena flexing perlu diperhatikan secara mendalam dengan cara menindaklanjuti dalam kajian al-Qur'an, yang merupakan pedoman utama setiap muslim dalam menjalani kehidupan, dengan ketentuan *shalihun li kulli zaman wa makan* maka selalu dapat relevan dalam setiap ruang dan waktu.<sup>13</sup> Berkaitan dengan kejadian diatas, Allah berfirman dalam QS. al-Dhuha/93: 11.

وَأَمَّا بِنِعْمَةِ رَبِّكَ فَحَدِّثْ

*Dan adapun menyangkut nikmat Tuhanmu maka sampaikan<sup>14</sup>*

Penting untuk diingat bahwa perilaku flexing tidak selalu bersifat negatif atau destruktif.<sup>15</sup> Dalam beberapa kasus, perilaku ini mungkin mencerminkan pencapaian pribadi yang memang patut dibanggakan. Namun, dalam kasus ekstrem, flexing yang berlebihan atau berlebihan dapat menjadi tanda ketidakseimbangan dalam memenuhi kebutuhan dasar yang lebih mendasar. Ini dapat berdampak pada kesejahteraan psikologis individu jika kebutuhan yang lebih mendasar seperti keamanan dan hubungan sosial tidak terpenuhi.

Teori Glasser mengidentifikasi lima kebutuhan dasar yaitu (1) Kebutuhan untuk Bertahan Hidup; (2) Kebutuhan akan Cinta; (3) Kebutuhan akan Kekuasaan; (4) Kebutuhan akan Kebebasan; (5) Kebutuhan akan Hiburan.<sup>16</sup> Dalam konteks "flexing," perilaku ini dapat dilihat sebagai upaya individu untuk memenuhi beberapa kebutuhan dasar ini. Misalnya, flexing mungkin mencerminkan upaya untuk memenuhi kebutuhan akan kekuasaan, di mana individu mencoba mengukuhkan posisi mereka dalam lingkungan sosial online dan mendapatkan kontrol atas interaksi mereka. Selain itu, flexing juga dapat diinterpretasikan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan akan

---

<sup>11</sup> A. P. Astuti and A. Nu. Rps, "Teknologi Komunikasi Dan Perilaku Remaja," *Jurnal Analisa Sosiologi* 3, no. 1 (2018).

<sup>12</sup> Zaki bin Muhammad Abu Sari', *Di Pintu-Mu Aku Bersimpuh Kisah Orang-Orang Bertaubat Dalam Al-Qur'an*, Terj. Rony Nurgoho (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2017).

<sup>13</sup> Imam Subarul Adzim, "Pendekatan Hermeneutik Dalam Menafsirkan Ayat-Ayat Pluralisme Agama" (Institut PTIQ Jakarta, 2021).

<sup>14</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2002).

<sup>15</sup> R. J. Galperin, B. L., & Burke, "Uncovering the Relationship between Workaholism and Workplace Destructive and Constructive Deviance: An Exploratory Study," *The International Journal of Human Resource Management* 17, no. 2 (2006): 331-347.

<sup>16</sup> G. Corey, *Theory and Practice of Counseling and Psychotherapy, Enhanced*. Cengage Learning., 2016.



penghargaan diri, di mana individu mencari pengakuan dan persetujuan dari orang lain sebagai bentuk validasi diri mereka.<sup>17</sup>

Namun, penting untuk diingat bahwa penggunaan ekstrem atau tidak sehat dari flexing dapat mengganggu keseimbangan dalam pemenuhan kebutuhan dasar yang lebih mendasar, seperti keamanan dan kebutuhan sosial.<sup>18</sup> Oleh karena itu, evaluasi konteks dan tujuan perilaku flexing adalah penting untuk memahami apakah perilaku tersebut sesuai dengan teori kebutuhan dasar Glasser atau justru menjadi sumber konflik internal.

Teori kebutuhan dasar Abraham Maslow menggambarkan hierarki lima tingkat kebutuhan manusia, yang disusun dari yang paling mendasar hingga yang paling tinggi. Hierarki ini mencakup (1) Kebutuhan Fisiologis (2) Kebutuhan Keamanan (3) Kebutuhan Sosial (4) Kebutuhan Penghargaan (5) Kebutuhan Aktualisasi Diri.<sup>19</sup>

Dalam konteks flexing, yang sering kali mengacu pada tindakan seseorang yang menonjolkan diri, kemungkinan terkait dengan kebutuhan penghargaan dan mungkin juga kebutuhan sosial. Seseorang yang flexing mungkin mencoba mendapatkan pengakuan atau perhatian dari orang lain sebagai bentuk penghargaan. Mereka mungkin ingin merasa diakui atau dihormati oleh orang lain sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan mereka untuk penghargaan.

Namun, perlu diingat bahwa flexing yang berlebihan atau berlebihan mungkin merupakan tanda ketidakstabilan dalam memenuhi kebutuhan dasar yang lebih mendasar seperti kebutuhan sosial dan penghargaan diri. Pada akhirnya, dalam kerangka teori Maslow, seseorang yang sering melakukan flexing mungkin mencari pemenuhan kebutuhan penghargaan atau mencoba mencapai aktualisasi diri, tetapi penting untuk menjaga keseimbangan dalam memenuhi semua tingkat kebutuhan dalam hierarki kebutuhan tersebut.

Hal-hal yang melatarbelakangi individu tertentu untuk melangsungkan perilaku flexing ialah: (1) perwujudan untuk memperlihatkan keberadaan dirinya, kedudukan dirinya, eksistensi diri, serta hasrat terhadap kedudukan sosial eksklusif, (2) memiliki keinginan untuk bersanding dengan lawan jenis yang memiliki status sosial tinggi, orang yang ingin mempunyai pasangan yang kaya berusaha tampil kaya untuk jadi terlihat setara, (3) untuk mendorong orang melakukan investasi tertentu atau berpartisipasi dalam bisnis untuk tujuan pemasaran. Sayangnya, taktik manajemen ini dieksploitasi untuk target tidak pidana penipuan, (4) lingkungan serta kepribadian juga menjadi hal yang melatarbelakangi seseorang melakukan flexing. Tuntutan lingkungan terhadap gaya hidup mewah atau budaya sosial rakyat mungkin tidak hanya menjadi faktor penyebab sikap flexing seseorang, namun pula sifat pendukung seperti narsisme dan histrionisme, (5) minimnya empati serta atensi peduli terhadap orang lain. padahal Irene Scopelliti, pengamat asal Universitas Kota London Inggris menyampaikan bahwa

---

<sup>17</sup> M. A. Pramudya et al., "Flexing In Social Media: Between Confession And Conflict In An Islamic Perspective," *Sahafa Journal of Islamic Communication* 6, no. 1 (2023): 65–73.

<sup>18</sup> Abd Aziz and Fatkhul Mubin, "Tafsir Tarbawī: Wacana Khalifah Dan Khilāfah Dalam Reformasi Pendidikan Islam Holistik," *Al-Burhan: Jurnal Kajian Ilmu Dan Pengembangan Budaya Al-Qur'an* 21, no. 1 (2021): 127–53, <https://doi.org/10.53828/alburhan.v21i01.223>.

<sup>19</sup> S. L. Navy, *Theory of Human Motivation—Abraham Maslow. Science Education in Theory and Practice: An Introductory Guide to Learning Theory*, 2020.

orang yang suka menyombongkan diri, ialah sikap flexing, tak sadar akan banyaknya orang yang merasa risih serta terusik atas perilaku yang diperlihatkannya.<sup>20</sup>

Pamer di media sosial dapat dilakukan dengan berbagai cara melalui foto atau video. Tindakan tersebut bisa berupa memamerkan saldo rekening dan barang mewah misalnya perhiasan, rumah, kendaraan dan barang-barang elektronik. Tujuan pamer antara lain adalah agar dianggap hebat dan memiliki kedudukan lebih sehingga dihormati. Namun harus dipahami bahwa tujuan bermedia sosial adalah terhubung dengan banyak orang bukan untuk pamer. Media sosial diciptakan dalam rangka menghadirkan interaksi positif dalam komunitas sosial masyarakat. Sangat rugi jika media sosial hanya digunakan untuk pamer semata.

Islam sebagai agama yang mengajarkan akhlak yang luhur dan mulia amat melarang umatnya untuk mendekati akhlak tercela, termasuk riya' di dalamnya. Memamerkan harta termasuk dalam sikap riya'. Disadari atau tidak, sikap riya' termasuk perbuatan syirik kecil yang dosanya amat besar. Allah berfirman yang artinya: *"Dan janganlah kamu memalingkan mukamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri."* (Q.S. Luqman: 18) Apalagi jika sikap pamer ini diikuti dengan anggapan dirinya lebih mulia dari orang lain sehingga meremehkan, menghina, serta merendahkan orang lain baik dengan perbuatan maupun perkataan.

Jika ditinjau dari ajaran Islam, flexing bisa disebut tindakan memamerkan harta dan itu merupakan suatu bagian dari kesombongan. Penjelasan di laman Bimas Kementerian Agama RI menyatakan pamer adalah bagian dari kesombongan, berbangga diri serta sikap riya', ingin dipuji oleh manusia lain. Dalam Islam perilaku flexing amat terlarang, sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah

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

*Dan janganlah kamu memalingkan wajah dari manusia (karena sombong) dan janganlah berjalan di bumi dengan angkuh. Sungguh, Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membanggakan diri.*

Dan ayat ini sejalan dengan surah An Nisa ayat 36 yang menegaskan bahwa Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri :

إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا

*Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri.*

"Dan Janganlah engkau palingkan muka engkau dari mereka." (Pangkal Ayat 18). Ini adalah termasuk budi pekerti, sopan santun, dan akhlak tertinggi. Yaitu, kalau sedang berbicara berhadapan dengan seseorang, hadapkanlah muka engkau kepadanya. Menghadapkan muka adalah tanda dari menghadapkan hati. Dengarkanlah dia berbicara, dengarkan baik-baik. Kalau engkau berbicara dengan seseorang, padahal

---

<sup>20</sup> Darmalaksana, "Studi Flexing Dalam Pandangan Hadis Dengan Metode Tematik Dan Analisis Etika Media Sosial."

wajahmu engkau hadapkan ke arah lain, akan tersinggunglah perasaannya. Dirinya tidak dihargai, perkataannya tidak sempurna didengarkan.<sup>21</sup>

Dalam bersalam mula bertemu, apatah lagi bersalam dengan orang banyak berganti-ganti, ketika berjabat tangan itu, tengoklah matanya dengan gembira. Hatinya akan besar dan silaturahmi akan teguh. Apatah lagi kalau namanya tetap diingat dan disebut.

Ibnu abbas menjelaskan tafsir ayat ini, “Jangan takabur dan memandang hina hamba Allah, dan jangan engkau palingkan muka engkau ke tempat lain ketika bercakap dengan dia.”<sup>22</sup>

Ayat ini merupakan nasihat Luqman yang berkaitan dengan akhlak dan sopan santun berinteraksi dengan sesama manusia. Sejatinya, Luqman menasihati anaknya atau siapapun yang ada di muka bumi, agar tidak melakukan penghinaan dan kesombongan.

Tidak ada larangan untuk menjadi kaya, apalagi super kaya. Namun secara etika, tetaplah selalu rendah hati dan membumi, karena harta kekayaan hanyalah titipan. Pamer di media sosial berat hukumnya, ibadah yang diwajibkan saja kalau dilakukan dengan tujuan pamer maka pahalanya akan hilang atau tidak bernilai. Dalam kitab *Tuhfatul Habib ‘ala Syarhil Iqna’* dijelaskan sebagai berikut: “Ucapan Syekh Khatib dari perkara duniawi, maksudnya selain pamer. Adapun pamer maka dapat menghilangkan pahala secara mutlak, berdasarkan firman Allah dalam hadits Qudsi, “Aku yang paling tidak butuh disekutukan. Barang siapa yang beramal, ia menyekutukan selain-Ku di dalamnya, maka aku terbebas darinya. Ia menjadi milik perkara yang ia jadikan sekutu”. Sedangkan yang dikehendaki dengan tujuan duniawi adalah niat menyegarkan, niat membersihkan badan dan sejenisnya (bukan niat pamer).”

Firman Allah, “Dan janganlah kamu memalingkan wajah dari manusia (karena sombong).” Yaitu janganlah kamu memalingkan wajahmu dari orang-orang ketika kamu berbicara kepada mereka atau ketika mereka berbicara kepadamu lantaran kamu meremehkan mereka dan sombong terhadap mereka. Akan tetapi rendahkanlah dirimu dan tersenyumlah kepada mereka. Sebagaimana yang disebutkan dalam hadits, Rasulullah Saw bersabda, “Adalah kebaikan jika kamu menjumpai saudaramu dengan tersenyum kepadanya. Jauhkanlah dirimu dari sikap mengulurkan pakaian, karena sesungguhnya hal itu termasuk dari kesombongan, dan Allah tidak menyukai kesombongan.”<sup>23</sup>

Dengan memahami nilai-nilai yang terkandung dalam surat Luqman ayat 18, para pengguna media sosial dapat terhindar dari perilaku sombong dan menyadari bahwa prestasi atau harta benda tidak boleh digunakan untuk merendahkan orang lain atau membanggakan diri. Hal ini dapat membantu mengurangi dampak negatif sikap flexing, seperti perasaan rendah diri, konsumerisme, dan arogansi, serta

---

<sup>21</sup> Hamka, “TAFSIR AL-AZHAR Jilid 7 Diperkaya Dengan Pendekatan Sejarah, Sosiologi, Tasawuf, Ilmu Kalam, Sastra, Dan Psikologi” (Depok: Gema Insani, 2015), 102.

<sup>22</sup> Hamka, *TAFSIR AL-AZHAR Jilid 7 Diperkaya Dengan Pendekatan Sejarah, Sosiologi, Tasawuf, Ilmu Kalam, Sastra, Dan Psikologi* (Depok: Gema Insani, 2015).

<sup>23</sup> Syaikh Ahmad Syakir, *Mukhtasar Tafsir Ibnu Katsir (Jilid 5)* (Jakarta Timur: Darus Sunnah Press, 2012).

mengedepankan nilai-nilai kesederhanaan, kerendahan hati, dan penolakan terhadap sikap sombong, dan membanggakan diri sesuai dengan ajaran Islam.

Di antara beberapa tujuan seseorang melakukan flexing adalah sebagai strategi marketing, memberi kepuasan pada diri sendiri, mendapatkan popularitas dan pengakuan, mendapatkan pasangan yang kaya, serta tidak jarang pula orang menggunakannya sebagai jalan untuk melakukan tindakan kejahatan.<sup>24</sup> Olehnya itu, melihat beberapa tujuan tersebut maka jelaslah bahwa dampak bagi masing-masing individu dalam melakukan flexing pastinya juga berbeda-beda. Adapun beberapa dampak tersebut dapat dikelompokkan ke dalam dua bagian, yaitu sebagai berikut:

1. Dampak perilaku flexing bagi diri sang pelaku

- a. Cenderung konsumtif

Orang yang melakukan flexing akan cenderung pada perilaku konsumtif.<sup>25</sup> Meskipun tujuan flexing dalam dunia pemasaran atau iklan suatu produk memberikan keuntungan bagi sebagian pihak, namun pada kenyataannya perilaku flexing menciptakan hasrat berlebihan yang berujung pada peningkatan perilaku boros atau perilaku komsumsi yang melampau batas.<sup>26</sup> Jean Baudrillard, seorang Sosiolog (Sosiolog postmodern) sebagaimana yang dikutip oleh Mahyuddin, mengungkapkan bahwa gejala komsumsi yang sangat luar biasa telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat modern. Keadaan tersebut merupakan bagian dari akibat pemenuhan gaya hidup yang senantiasa haus akan pengakuan dan popularitas. Hal demikian membuat seorang pelaku flexing terus berhasrat untuk memiliki sesuatu yang baru agar tetap terlihat sebagai orang yang kaya.<sup>27</sup> Thorstein Veblen dalam karyanya *The Theory of Leisure Class* sebagaimana yang dikutip oleh Jawade Hafidz, menyebutkan bahwa pola komsumsi seorang konsumen yang berkaitan dengan perilaku flexing disebut sebagai conspicuous consumption. Conspicuous consumption adalah pola perilaku komsumsi yang dilakukan untuk sekedar memenuhi gaya hidup agar tampak sebagai orang yang berada.<sup>28</sup>

- b. Hidup di atas penilaian orang lain

Orang yang melakukan flexing akan hidup berdasarkan kesan dan penilaian dari orang lain. Dengan begitu, mereka akan sibuk mengemas diri agar tetap tampil ideal dan digemari publik. Terkadang, tujuan yang mendasari mereka melakukan flexing adalah menarik perhatian dari publik untuk meningkatkan jumlah followers serta mendapatkan keuntungan pribadi dengan menawarkan beberapa model kerjasama yang terkadang mengarah pada tindakan penipuan.<sup>29</sup> Selain itu, sebagaimana yang dikutip oleh Wahyuddin dalam

---

<sup>24</sup> Hafidz, "Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Aspek Hukum Pidana."

<sup>25</sup> Nur Khayati, "Fenomena Flaxing Di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural," *Jurnal Sosialisasi* 9, no. 2 (2022): 118.

<sup>26</sup> Syarifah Fatimah and Oggy Maulidya Perdana Putri, "Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam,," h. 10-11,," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, n.d.

<sup>27</sup> Nur Khayati, "Fenomena Flaxing Di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural."

<sup>28</sup> Fatimah and Putri, "Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam,," h. 10-11."

<sup>29</sup> Hafidz, "Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Aspek Hukum Pidana."

perkataan yang diungkapkan oleh Rhenald Kasali, bahwa tujuan orang melakukan flexing adalah mengharapkan julukan seperti “sultan” atau crazy rich.<sup>30</sup>

Dalam sudut pandang psikologis, diungkapkan bahwa perilaku flexing yang dilakukan setiap orang merupakan suatu upaya untuk menjelaskan kedudukannya di ruang sosial. Dari sini kemudian muncul istilah “sosial climber” yang berarti suatu tindakan yang dilakukan untuk meningkatkan status sosial.

c. Memupuk jiwa individualis

Perilaku flexing akan memupuk sifat individualis dalam diri setiap pelaku. Hal tersebut disebabkan hilangnya rasa empati terhadap sesama, karena orang yang melakukan flexing akan cenderung mementingkan diri sendiri yang mencerminkan perilaku ketidaksetiakawanan di tengah kondisi orang lain yang didera kemiskinan.<sup>31</sup>

2. Dampak perilaku flexing bagi masyarakat luas

a. Menggiurkan kalangan masyarakat

Aktifitas para pelaku flexing tentunya menggiurkan kalangan masyarakat, baik masyarakat menengah ke atas maupun masyarakat menengah ke bawah. Terlebih pada umumnya, setiap orang memiliki kecenderungan untuk mengikuti kepopuleran yang mereka lihat. Kondisi ini pun menjadi suatu hal yang sulit untuk dihindari, sehingga memperparah tabiat manusia yang pada dasarnya tidak pernah puas dan selalu menginginkan lebih dari apa yang dimiliki.

b. Membuat orang menghalalkan berbagai cara

Pengaruh perilaku flexing berdampak pada kalangan masyarakat luas tanpa terkecuali. Hal ini kemudian akan menyiksa mereka yang kondisi perekonomiannya di bawah rata-rata. Salah satu penyebabnya adalah hasrat terhadap sesuatu hal yang tidak mampu untuk dijangkau, atau dengan kata lain memiliki suatu keinginan yang melebihi batas kemampuan. Dengan demikian, secara otomatis akan membawa seseorang nekat untuk menghalalkan segala cara. Termasuk salah satunya adalah meminjam uang bahkan melakukan penipuan. Meminjam uang untuk memenuhi gaya hidup bukanlah suatu hal yang wajar. Terlebih lagi, apabila seseorang sudah tidak mampu untuk membayar hutang tersebut. Hal ini sangat mungkin terjadi ketika seseorang berada di luar kendali dan tidak mampu lagi mengontrol pengaruh buruk dari pola hidup yang dijalani.<sup>32</sup>

Flexing sebagaimana yang dijelaskan sebelumnya merupakan tindakan pamer kemewahan baik berupa materi maupun pencapaian. Perbuatan pamer tersebut

---

<sup>30</sup> Darmalaksana, “Studi Flexing Dalam Pandangan Hadis Dengan Metode Tematik Dan Analisis Etika Media Sosial.”

<sup>31</sup> Hafidz, “Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Aspek Hukum Pidana.”

<sup>32</sup> Robingun Suyud El Syam and Wahyu Sukoco, “Biar Miskin Asal Sombong: Kajian Realitas Hidup Dan Etika Islam” 3, no. 1 (2023).

diungkapkan dalam al-Qur'an dengan bentuk riya' yang salah satunya digambarkan dalam QS. al-Baqarah/2: 264 berikut:

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

Wahai orang-orang yang beriman, jangan membatalkan (pahala) sedekahmu dengan menyebut-nyebutnya dan menyakiti (perasaan penerima), seperti orang yang menginfakkan hartanya karena riya (pamer) kepada manusia, sedangkan dia tidak beriman kepada Allah dan hari Akhir. Perumpamaannya (orang itu) seperti batu licin yang di atasnya ada debu, lalu batu itu diguyur hujan lebat sehingga tinggallah (batu) itu licin kembali. Mereka tidak menguasai sesuatu pun dari apa yang mereka usahakan. Allah tidak memberi petunjuk kepada kaum kafir.<sup>33</sup>

Perbuatan riya' mencakup masalah ibadah maupun non ibadah. Salah satu tanda orang yang riya' dalam melakukan amalan ibadah adalah semakin bersemangat ketika ada orang lain yang melihat, akan tetapi berubah menjadi bermalas-malasan ketika tidak ada yang melihat.<sup>34</sup> Perilaku riya' yang dilakukan dalam ranah ibadah berpotensi merusak ibadah tersebut yang pada akhirnya menjadi penyebab diharamkannya perilaku riya'. Adapun ibadah yang biasa diiringi dengan perilaku riya' meliputi ibadah salat, sedekah, puasa dan ibadah haji.<sup>35</sup>

Menurut Quraish Shihab, riya' merupakan sesuatu yang bersifat abstrak sehingga sangat sulit bahkan mustahil untuk dideteksi oleh siapa pun. Riya' diibaratkan dengan seekor semut hitam yang kecil dan berjalan di tengah kegelapan malam di tubuh seseorang. Terkadang pelaku riya' sendiri tidak sadar bahwa suatu perbuatan yang sedang dilakukannya termasuk dalam perilaku riya'.<sup>36</sup>

Muhammad Mufid mengutip dalam kitab *al-Fathu al-Rabbani* karangan Syaikh 'Abdu al-Qadir Jailani yang mengatakan bahwa "orang yang melakukan riya' layaknya mengenakan pakaian bersih namun hatinya kotor". Selain itu, dikutip juga perkataan Abu Ja'far, bahwa "sumber dari sifat riya' adalah mencintai dunia, yang dimana dunia ini terdiri dari dua sisi yaitu sisi lahir dan batin. Sisi batin yang dimaksud meliputi ajakan hawa nafsu untuk berbuat segala hal yang tercela seperti sombong, dengki, riya', buruk sangka, suka dipuji, cinta harta dan kedudukan, serta membanggakan diri. Sedangkan dari sisi lahir meliputi segala hal yang berkaitan dengan materi dunia yang membawa pada kesenangan sesaat."<sup>37</sup>

<sup>33</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Bandung: Mikraj Khazanah Ilmu, 2013).

<sup>34</sup> Zawita Afna, "Riya Dalam Perspektif Imam Al-Ghazali (Studi Deskriptif Analisis Kitab Ihya' Ulumuddin)" (Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2021).

<sup>35</sup> Abu Hamid Muhammad bin Muhammad al-Ghazali, *Ihya' Ulumu Al-Din, Terj. Purwanto, Ihya' Ulumuddin Cinta Kekuasaan & Riya Takabur & Ujub*, 2013.

<sup>36</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur'an, Cet. V* (Jakarta: Lentera Hati, 2005).

<sup>37</sup> Mohammad Mufid, "Konsep Riya' Menurut Al-Ghazali" (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018).

Di antara faktor yang menyebabkan seseorang melakukan riya' adalah kurangnya pengetahuan dalam masalah agama dan dikuasai oleh perasaan tamak terhadap dunia. Dengan demikian, untuk menghindari perilaku riya' baik dalam beramal maupun dalam beribadah kepada Allah, maka bisa dilakukan dengan menanamkan perasaan ikhlas.<sup>38</sup> Ikhlas sendiri merupakan perbuatan yang dilakukan dengan semata-mata untuk mengharapkan keridaan dari Allah. Sehingga menanamkan perilaku ikhlas menjadi suatu upaya untuk membersihkan diri dari segala sifat yang mengarah pada bentuk perilaku pamer.<sup>39</sup>

#### D. KESIMPULAN

Teori kebutuhan untuk pengakuan sosial dan teori perbandingan sosial membantu menjelaskan perilaku flexing sebagai upaya memenuhi kebutuhan mendasar manusia akan pengakuan dan identitas diri. Teori kebutuhan dasar dari Abraham Maslow dan William Glasser juga relevan dalam memahami mengapa individu berperilaku flexing untuk memenuhi kebutuhan penghargaan, kekuasaan, dan aktualisasi diri.

Islam menegaskan bahwa perilaku pamer adalah bagian dari riya' (sombong) yang sangat dilarang. Ayat-ayat Al-Qur'an seperti QS Luqman (31:18) dan QS Al-Baqarah (2:264) mengingatkan umat agar tidak bangga berlebihan atas kekayaan. Konsep *Tahadduts bi al-Ni'mah* dalam Islam memperbolehkan menyebut-nyebut kenikmatan dengan syarat tidak sombong atau riya'. Flexing juga dianggap sebagai tindakan yang dapat merusak hubungan sosial dan menunjukkan kurangnya rasa syukur kepada Allah. Dengan demikian, individu diharapkan untuk bersikap bijak dan kritis dalam menggunakan media sosial, serta fokus pada tujuan hidup yang lebih berarti tanpa mencari validasi dari orang lain.

---

<sup>38</sup> Mufid.

<sup>39</sup> Arif Rahman, *Ahlak Mulia* (Semarang: Mutiara Aksara, 2019).

## DAFTAR PUSTAKA

- Adzim, Imam Subarul. "Pendekatan Hermeneutik Dalam Menafsirkan Ayat-Ayat Pluralisme Agama." Institut PTIQ Jakarta, 2021.
- Afna, Zawita. "Riya Dalam Perspektif Imam Al-Ghazali (Studi Deskriptif Analisis Kitab Ihya' Ulumuddin)." Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2021.
- al-Ghazali, Abu Hamid Muhammad bin Muhammad. *Ihya' Ulumu Al-Din*, Terj. Purwanto, *Ihya' Ulumuddin Cinta Kekuasaan & Riya Takabur & Ujub*, 2013.
- Astuti, A. P., and A. Nu. Rps. "Teknologi Komunikasi Dan Perilaku Remaja." *Jurnal Analisa Sosiologi* 3, no. 1 (2018).
- Aziz, Abd and Fatkhul Mubin, "Tafsir Tarbawī: Wacana Khalifah Dan Khilāfah Dalam Reformasi Pendidikan Islam Holistik," *Al-Burhan: Jurnal Kajian Ilmu Dan Pengembangan Budaya Al-Qur'an* 21, no. 1 (2021): 127–53, <https://doi.org/10.53828/alburhan.v21i01.223>.
- Corey, G. *Theory and Practice of Counseling and Psychotherapy, Enhanced*. Cengage Learning., 2016.
- Darmalaksana, Wahyudin. "Studi Flexing Dalam Pandangan Hadis Dengan Metode Tematik Dan Analisis Etika Media Sosial." In *Gunung Djati Conference Series*, 8:412–27, 2022.
- Fatimah, Syarifah, and Oggy Maulidya Perdana Putri. "Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam,," h. 10-11." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, n.d.
- Galperin, B. L., & Burke, R. J. "Uncovering the Relationship between Workaholism and Workplace Destructive and Constructive Deviance: An Exploratory Study." *The International Journal of Human Resource Management* 17, no. 2 (2006): 331–347.
- Hafidz, Jawade. "Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Aspek Hukum Pidana." *Jurnal Cakrawala Informasi* 2, no. 1 (2022): 10–28. <https://doi.org/10.54066/jci.v2i1.158>.
- Hamka, Prof. Dr. "TAFSIR AL-AZHAR Jilid 7 Diperkaya Dengan Pendekatan Sejarah, Sosiologi, Tasawuf, Ilmu Kalam, Sastra, Dan Psikologi," 102. Depok: Gema Insani, 2015.
- . *TAFSIR AL-AZHAR Jilid 7 Diperkaya Dengan Pendekatan Sejarah, Sosiologi, Tasawuf, Ilmu Kalam, Sastra, Dan Psikologi*. Depok: Gema Insani, 2015.
- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an Dan Terjemahan*. Bandung: Mikraj Khazanah Ilmu, 2013.
- Mardiah, Anisatul. "Fenomena Flexing: Pamer Di Media Sosial Dalam Perspektif Etika Islam." In *International Conference on Tradition and Religious Studies*, 1:309–19, 2022.
- Mufid, Mohammad. "Konsep Riya' Menurut Al-Ghazali." Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2018.
- Mutmainnah, Mutmainnah, Ari Fahimatussyam, and Abdur Rakhman Wijaya. "Fenomena Flexing Dalam Ekonomi Islam." *Jurnal Econetica: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis* 5, no. 1 (2023): 30–40. <https://doi.org/10.69503/econetica.v5i1.360>.
- Navy, S. L. *Theory of Human Motivation—Abraham Maslow. Science Education in Theory and Practice: An Introductory Guide to Learning Theory*, 2020.
- Nur Khayati. "Fenomena Flexing Di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial



- Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural.” *Jurnal Sosialisasi* 9, no. 2 (2022): 118.
- Pohan, Syafruddin, Putri Munawwarah, and July Susanty Br Sinuraya. “Fenomen Flexing Di Media Sosial Dalam Menaikkan Popularitas Diri Sebagai Gaya Hidup.” *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 3, no. 2 (2023): 490-93. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i2.851>.
- Pramudya, M. A., T. O. Wibowo, M. Indriani, M. A. F. Rahman, and K Syafuddin. “Flexing In Social Media: Between Confession And Conflict In An Islamic Perspective.” *Sahafa Journal of Islamic Communication* 6, no. 1 (2023): 65-73.
- Rahman, Arif. *Akhlaq Mulia*. Semarang: Mutiara Aksara, 2019.
- Rifda, Arum. “Flexing: Pengertian, Penyebab, Akibat, Dan Cara Menghindarinya.” *Www.Gramedia.Com*, Jakarta, 2022. <https://www.gramedia.com/best-seller/flexing-adalah/>.
- Robingun Suyud El Syam, and Wahyu Sukoco. “Biar Miskin Asal Sombong: Kajian Realitas Hidup Dan Etika Islam” 3, no. 1 (2023).
- Sari’, Zaki bin Muhammad Abu. *Di Pintu-Mu Aku Bersimpuh Kisah Orang-Orang Bertaubat Dalam Al-Qur’an*, Terj. Rony Nurgoho. Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2017.
- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur’an*. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- . *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan Dan Keserasian Al-Qur’an*, Cet.V. Jakarta: Lentera Hati, 2005.
- Syakir, Syaikh Ahmad. *Mukhtasar Tafsir Ibnu Katsir (Jilid 5)*. Jakarta Timur: Darus Sunnah Press, 2012.
- Tresia. “Apa Itu Flexing Yang Dilakukan Crazy Rich Ini Kata Rhenald Kasali.” *Lifestyle.Bisnis.Com*, 2020.