

ETIKA DAN MORALITAS PADA MEDIA SOSIAL DALAM PERSPEKTIF HADIS *(Studi Analisis Hadis Tentang Flexing)*

Muhammad Sowi Alhijry

UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Muhammadsowi513@gmail.com

Lalu Turjiman Ahmad

UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

lalu.turjiman@uinbanten.ac.id

Ethics and morality on social media are something that must be paid attention to, where a phenomenon called flexing has become a topic of discussion because it is not really in line with the culture of ethics and morality. The results of this research are formulating hadiths related to flexing through primary sources of hadith books in a thematic pattern and the opinion of hadith scholars regarding these flexing hadiths is to tell us all to always be careful in doing anything, especially on social media nowadays, contextualizing this flexing hadith with ethical behavior and morality on today's social media, where some of its activists carry out acts of showing off luxury.

Keywords: Ethics, Flexing, Thematic

Abstrak

Etika dan moralitas di dalam sosial media menjadi suatu hal yang harus diperhatikan, yang mana ada sebuah fenomena bernama flexing menjadi bahan pembicaraan dikarenakan tidak begitu selaras dengan budaya etika dan moralitas. Hasil dari penelitian ini yakni merumuskan hadis-hadis yang berkaitan dengan flexing melalui sumber kitab primer hadis dalam pola tematik dan pendapat para ulama hadis mengenai hadis-hadis flexing ini untuk memberitahukan kepada kita semua agar senantiasa berhati-hati dalam melakukan hal apapun, mengkontekstualisasikan hadis flexing ini dengan perilaku etika dan moralitas di media sosial masa kini, yang dimana para penggiatnya sebagian melakukan tindakan pamer kemewahan.

Kata Kunci: Etika, Flexing, Tematik

Pendahuluan

Dalam era globalisasi saat ini dengan berbagai macam informasi yang memiliki sudut pandang positif dan negatif tentu memberikan kesenangan dan kemudahan bagi kita semua. Tetapi, melihat yang saat ini terjadi berbagai kesenangan itu lebih terperinci pada hal duniawi sehingga membuat manusia itu sendiri jauh dari perbuatan ukhrawi. Keterkaitan pada moralitas dan etika umat pada zaman saat ini telah dibungkus pada kebathlian dengan sistematis untuk pelanggan seperti kita terkecoh dalam keduniawian yang penuh kesesatan. Jika dipahami maka dari situlah lahir perilaku kesombongan di media sosial sebagai efek negatif globalisasi.¹

Dengan perkembangan informasi di media sosial dan pastinya kita sebagai umat islam menggunakan waktu untuk berkomunikasi satu sama lain nya dengan tidak terlepas pada dunia medsos. Lalu kesenangan dan kemudahan ini dapatkan, jika dilakukan dengan cara penuh manfaat secara efektif dan efisien lalu dengan teknologi ini membawa manfaat untuk manusia dari berbagai bidang. Seperti Pendidikan di media sosial, pertahanan, politik, budaya dan keagamaan. Besarnya angka pengguna media sosial ini harus diperhatikan secara teliti dan bijaksana, umat islam tentu sendiri harus bisa melihat dari berbagai sudut pandang untuk menggunakan teknologi di zaman ini.²

Manusia tidak hanya beretika pada kehidupan nyata, tetapi dalam berkomunikasi di media sosial harus menjunjung tinggi moralitas dan etika dalam komunikasi antar sesama. Apalagi dalam konteks realitas yang ada saat ini, pada platform media sosial kita juga berkaitan dengan penyampaian pesan atau informasi terhadap masyarakat umum untuk diasumsi. Oleh karena itu, jika kita menggunakan media sosial dengan tidak beretika atau berperilaku buruk lalu menampilkan kesombongan, pamer kekayaan, dan kebohongan, kemudian hoax, maka besar kemungkinan yang menjadi korban juga adalah

¹ Rohamurhmuzy M, *Islam Rahmatan Lil 'Alamin*, (Jakarta: Madina, 2017), p. 222.

² Wiji Nurasih, "Islam dan Etika Bermedia Sosial Bagi Generasi Millenial," *Al-Misbah*, Vol.16, No.1 (Januari-Juni,2020), p. 151

banyaknya orang sekitar kita. Dampak negatif media sosial yang tidak beretika akan mempengaruhi nilai moralitas setiap orang.³

Dalam perjalanan beberapa tahun ini di era *post truth* ada beberapa penggiat media sosial melakukan aksi bernama *Flexing* yang sempat viral di platform media sosial hingga menuai berbagai macam kritikan baik dari kalangan atas atau bawah. Kemudian saat ini diperbanyak juga dengan fenomena situasi ketidakpastian, kompleksitas, serta ambigu. Era saat ini juga memunculkan *influencer* di seluruh penjuru dunia melalui kanal media sosialnya sebagai seorang selebgram, vlogger, youtubers, hingga tiktokers dan pastinya dari mereka itu menayangkan dalam konten nya seperti tindakan pamer harta untuk kebutuhan sosialita atau yang bisa kita sebutkan sebagai *flexing*. Kegiatan seperti ini menjadi fenomena generasi sekarang yang bertujuan untuk pamer kemewahan.⁴

Dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat aktivitas *flexing* semakin mudah dilakukan, pada era Thorstein Veblen ini orang super kaya yang memamerkan sendok perak nya pada ajang pesta para bangsawan dan di era globalisasi *post truth* ini para “Sultan” atau *Crazy Rich* cukup memamerkan kekayaan melalui halaman media sosialnya masing-masing. Perjalanan perilaku *flexing* ini sampai ke Indonesia dan para *crazy rich* saling berlomba-lomba dengan membuat konten kekayaan harta yang mereka miliki. Tentu budaya ini sangat mengkhawatirkan dan beberapa tahun belakang dunia sedang dilanda virus pandemi Covid-19 yang dimana mereka harus bertahan hidup dari jurang kemiskinan ekonomi, tetapi para *crazy rich* seolah-olah tidak ada rasa empati akan hal itu. Bahkan kita semua sepakat bahwa seluruh ajaran agama di dunia memberikan peringatan kepada umatnya tentang perilaku *flexing* ini dengan ajaran nilai moralitas dan etika dalam media sosial, tidak sombong, memamerkan harta yang dimiliki, dan berpola hidup sederhana.⁵

³ Khairunnisa Nur, “Etika Komunikasi Di Media Sosial Prespektif Al-Qur’an”. (Skripsi, Program S1, UIN “Sumatera Utara,” Medan. 2021), p. 3

⁴ Wahyudin Darmalaksana, “Studi Flexing Dalam Pandangan Hadis Dengan Metode Tematik dan Analisa Etika Media Sosial”, *Gunung Djati Conference Series*, Vol. 8, 2022, p. 413.

⁵ Mahmud Ashari, “Crazy Rich, Flexing, dan Melunturnya Budaya Ketimuran”, *Artikel DJKN*, (diakses pada 11 Oktober 2022)

Kemudian Al-qur'an juga menjelaskan mengenai perilaku *flexing* ini sebagai bentuk kesombongan dan membanggakan diri untuk mendapatkan pujian dari manusia. Surat Luqman ayat 18:

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

“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.”

Pada kenyataannya agama islam sendiri Rasulullah Saw telah bersabda mengenai perilaku *flexing* yang masa ini menjadi tren populer bagi masyarakat di platform media sosial, khususnya menjadi peringatan bagi umat Islam, sebagaimana berikut:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ عِيسَى حَدَّثَنَا أَبُو عَوَانَةَ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ يَعْنَى ابْنُ عِيسَى عَنْ شَرِيكِ عَنْ عُثْمَانَ بْنِ أَبِي زُرْعَةَ عَنْ الْمُهَاجِرِ الشَّامِيِّ عَنْ ابْنِ عُمرَ قَالَ فِي حَدِيثِ شَرِيكِ يَرْفَعُهُ قَالَ مَنْ لَبَسَ ثَوْبَ شَهْرَةِ أَلْبَسَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ثَوْبًا مِثْلَهُ زَادَ عَنْ أَبِي عَوَانَةَ ثُمَّ تَلَهَّبَ فِيهِ النَّارُ

“Telah menceritakan kepada kami Muḥammad bin Isa berkata, telah menceritakan kepada kami Abū Awanah. (dalam jalur lain disebutkan) ‘Telah menceritakan kepada kami Muḥammad -yaitu Ibnu Isa- dari Syarik dari ‘Uṣmān bin Abū Zur’ah dari Al Muhajir Asy Syami dari Ibnu Umar perawi berkata: dalam hadits Syarik yang ia marfu'kan ia berkata, "Barangsiapa memakai baju kemewahan (karena ingin dipuji), maka pada hari kiamat Allah akan mengenakan untuknya baju semisal. Ia menambahkan dari Abū Awanah, "lalu akan dilahab oleh api neraka.”⁶

Oleh karena itu, penelitian ini menarik sebuah pandangan Islam dalam memahami ruang lingkup hadis Nabi SAW yang

⁶ Abū Dāwud Sulaimān ibn al-Asy‘aṣ ibn Ishāq ibn Basyīr ibn Syidād ibn ‘Amru al-Azdiy al-Sijistāniy, *Sunan Abi Dāwud*, Editor: Syu‘aibal-Arna’ūt, Cetakan pertama, (Beirut: Dār al-Risālah al-‘Ālamīyah, 1430H), Jilid:6 , p. 143

menggambarkan realitas kehidupan sosial masyarakat saat ini. Apalagi dalam konteks untuk memberikan ruang moralitas terhadap bermedia sosial di negara Indonesia ini. Dengan berbagai faktor yang menjadi aspek penelitian melalui fenomena *flexing* dengan menganalisisnya kepada moralitas dan etika dalam bermedia sosial.

Metodologi Penelitian

Penelitian yang diambil melalui pendekatan Kualitatif yang mempelajari penelitian berbasis kepustakaan (*Library Research*). Studi kepustakaan ini merupakan suatu cara pengumpulan data dengan melakukan studi menganalisis pemahaman terhadap berbagai macam buku, literatur media sosial, dan banyaknya laporan yang terjadi di platform media sosial seperti sebagian konten kreator, artis yang melakukan tindakan *flexing*. Sehingga diperoleh data yang diperlukan ini berhubungan dengan masalah yang harus dipecahkan dalam penelitian ini, dan mencakup sumber primer dan sekunder.

Berkaitan sumber primer, maka penulis menggunakan kitab-kitab hadis seperti Shahih Bukhārī, Shahih Muslim, Sunan AbūDawud, Musnad Ahmad, maktabah syamilah, dan ensiklopedia hadis dan aplikasi hadis, untuk sumber sekundernya penulis menggunakan buku-buku, jurnal, dan postingan platform media sosial yang berkaitan dalam penelitian ini.

Pembahasan

Tinjauan Umum Etika dan Moralitas di Media Sosial

Perkembangan teknologi dalam bermedia sosial untuk saat ini dibutuhkan secara tepat oleh masyarakat urban untuk mendukung segala aktifitas baik di manapun berada, tentu di era digital saat ini segala pertukaran informasi begitu cepat nya dan sebagai isyarat pesan komunikasi yang tidak dapat dipisahkan dari masyarakat. Teknologi melalui platform media sosial sudah berhasil memainkan peran nya yang memiliki tempat strategis di kehidupan masyarakat, khusus nya Indonesia. Media sosial juga menciptakan suatu sistematis pola keterkaitan yang begitu penting bagi pengguna untuk terus mengakses dan menggunakan nya setiap saat, bahkan ketika kita mulai bangun dari tidur hingga larutnya malam itu sibuk dengan bermedia sosial. Dalam menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi dan menerima informasi dengan cepat, tentu kita harus memahami dan mengetahui fungsi dari media sosial tersebut, ada beberapa poin fungsi media sosial seperti halnya membangun sebuah personal branding dengan sebaik mungkin sehingga memiliki popularitas yang cukup dan itu semua para pengguna untuk.¹

Prinsip etika dalam bermedia sosial sangatlah penting tentu nya ketika melihat keberagaman masyarakat Indonesia. Sebuah komunitas sosial harus memperhatikan etika sebagai kewajiban dalam kegunaan nya, ini juga memberikan ruang tingkat rendah terhadap kecemasan, ketakutan, dan keputusan untuk tetap hidup harmonis dengan segala aturan yang dibuat oleh para digital platform media sosial.² Kemudian jika di lihat secara moralitas untuk kita bermedia sosial harus memiliki tingkah laku yang kuat untuk kebaikan sebagaimana sudah diatur oleh kode etik dan norma di platform media sosial.³

Fenomena Flexing di Media Sosial

Dalam perjalanan beberapa tahun ini di era *post truth* ada beberapa penggiat media sosial melakukan aksi bernama Flexing yang sempat marak di platform media sosial hingga menuai berbagai macam

¹ Nadya Renata, "Representasi Hedonisme Dalam Media Sosial", *Skripsi*, Universitas Semarang, Semarang, 2019, p. 24

² Ali Arif Setiawan, "Moralitas Bermedia Sosial (Distorsi Etika Dalam Perspektif Halal Media : Standar Etika Komunikasi Publik)," *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (2022): 38, p. 42

³ Arif Setiawan et al.p. 43

kritikan secara luas. Kemudian saat ini diperbanyak juga dengan fenomena situasi ketidakpastian, kompleksitas, serta ambigu. Era saat ini juga memunculkan influencer di seluruh penjuru dunia melalui kanal media sosialnya sebagai seorang selebgram, vlogger, youtbers, hingga tiktokers dan pastinya dari mereka itu menayangkan dalam konten nya seperti tindakan pamer harta untuk kebutuhan sosialita atau yang bisa kita sebutkan sebagai flexing. Istilah ini tentu muncul dari bahasa kaum milenial masa kini yang dipakai untuk membuat berbagai macam konten video di berbagai sarana media sosial untuk menayangkan aksi pamer harta dan kemewahan.⁴ Tidak bisa kita hindari juga dan ini teramat sangat sulit untuk tidak melakukan kegiatan *flexing* di zaman sekarang, terbesit dalam diri kita ingin memberitahukan apa yang sudah kita miliki selama kehidupan, tetapi kebiasaan *flexing* ini membuat manusia ingin terlihat memiliki kekayaan, menarik secara penampilan, dan pastinya mendapatkan sebuah popularitas.⁵

Kemudian mengutip dari Allthings.how, bahwa *flexing* dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu *flexing* yang berbentuk murni (Asli) dengan tujuannya baik dan *flexing* palsu dengan tujuannya itu yang tidak baik, di antaranya:

a. Flexing Murni (Asli)

Dalam *flexing* ini memberikan klasifikasi kepada perilaku yang memiliki nilai positif dan ini perilaku yang menampilkan hasil prestasi dalam keilmuan, penghargaan, pencapaian, dan pendidikan. *Flexing* murni ini memberikan dampak positif jika dilakukan secara bijak dan mendorong kepada semua orang untuk termotivasi atas apa yang dilakukan.

b. Flexing Palsu

Pada bentuk ini merupakan hal yang negatif, karena orang yang melakukan *flexing* secara sadar dia memamerkan harta di media sosial tapi sebenarnya tidak dimiliki. Dalam beberapa hal, pencapaian palsu yang mereka ungkapkan dapat berujung pada sebuah kasus penipuan yang dapat

⁴ Darmalaksana, "Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial."

⁵ Ananda, "*Flexing: Pengertian, Penyebab, Akibat, dan Cara Menghindarinya*", Gramedia.com, 2022.

memberikan keuntungan bagi perilaku *flexing* tetapi merugikan bagi orang lain karena dianggap informasi tersebut tidaklah benar. Beberapa tahun silam di dunia dilanda dengan sebuah wabah yang mengakibatkan perekonomian sedikit terhambat, mulai dari masyarakat biasa hingga kelas atas. Tetapi, ada segelintir orang saat itu memamerkan harta yang dimilikinya ke media sosial ditengah krisis perekonomian akibat wabah dan memunculkan istilah *Crazy Rich*, sehingga asumsi masyarakat pada saat itu ingin ekonominya naik kembali secara instan. Namun, *crazy rich* ini sebenarnya memberikan berita kebohongan bahwa harta yang dimiliki dan di pamerkan ke media sosial itu merugikan satu pihak karena adanya unsur penipuan dengan aplikasi trading dan semacamnya. Maka ini dapat dikategorikan sebagai *flexing* palsu karena memamerkan harta yang dimiliki di media sosial tetapi itu bukanlah punya dia atau mendapatkannya dari hasil yang tidak sesuai dengan syariat islam.⁶

Dampak untuk kita dalam mengkonsumsi perilaku flexing di media sosial menjadi tayangan tidak baik yang mengakibatkan para kalangan masyarakat terjebak dalam kemewahan mereka dan merasa sempurna hingga akhir nya jatuh nya moralitas umat manusia. Tentu berbagai asal mereka memiliki kehidupan dengan berandai-andai layaknya orang kaya yang mampu menerima segalanya tanpa terdapat nya bekerja keras. Konten flexing ini diperburuk dengan semakin meningkatnya penikmat platform media sosial yg mengkonsumsi konten pamer kekayaan buat setiap harinya di media umum mereka. Dan tentu ada beberapa dari kita yang mungkin dari pembuat konten kreator ketika menampilkan karya nya di media sosial menjadi timbal akan pujian yang berlebihan bagi penikmat nya.

⁶ Orami, “Memahami arti Flexing serta penyebab dan Dampak Dari Perilaku Pamer Berlebihan”, 2022.

Pendapat Ulama Hadis Tentang Hadis-Hadis Flexing

Implikasi manusia ketika mengikuti hawa nafsu yang buruk mengakibatkan jalan hidupnya jauh dari Allah SWT dan mengarahkan perilakunya ini dalam hal tercela, termasuk juga flexing atau Riya'. Melihat dalam segi pengertian kita pasti sudah mengetahui bahwa perilaku riya' ini sebuah bentuk memamerkan apapun yang dipunya walaupun perbuatan baik tapi jika tidak ada niat karena Allah SWT dan hanya ingin bentuk pamer untuk menaikkan popularitas maka sungguh hal tersebut dilarang dalam agama dan dibenci oleh tuhan.¹

Nabi Muhammad SAW juga memberikan kita sebuah pelajaran begitu penting melalui hadisnya dalam menanggapi fenomena flexing saat ini, dan ada beberapa hadis yang sudah sampai kepada kita tentang perilaku orang riya' dan flexing yaitu:

1. Riya Sebagai Peringatan Syirik Kecil

Dalam hadis :

حَدَّثَنَا يُونُسُ، حَدَّثَنَا لَيْثٌ، عَنْ يَزِيدَ يَعْنِي ابْنَ الْهَادِ، عَنْ عَمْرِو، عَنْ مُحَمَّدِ بْنِ لَيْدٍ، أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: "إِنَّ أَخَوْفَ مَا أَخَافُ عَلَيْكُمُ الشِّرْكَ الْأَصْغَرَ" قَالُوا: وَمَا الشِّرْكَ الْأَصْغَرُ يَا رَسُولَ اللَّهِ؟ قَالَ: "الرِّيَاءُ، يَقُولُ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ هُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ: إِذَا جُزِيَ النَّاسُ بِأَعْمَالِهِمْ: اذْهَبُوا إِلَى الَّذِينَ كُنْتُمْ تُرَاءُونَ فِي الدُّنْيَا فَاَنْظُرُوا هَلْ يَجِدُونَ عِنْدَهُمْ جَزَاءً."

“Rasulullah SAW memberitahukan kepada kita hal yang dikhawatirkannya kepada umatnya itu perbuatan syirik kecil dan ungkapan ini ternyata benar bahwa syirik yang dimaksud adalah perbuatan riya'. Perbuatan ini bisa menjerumuskan kita ke dalam syirik kategori kecil dan sifatnya membuat kita jauh dari Allah SWT, seperti halnya kita ingin melakukan sebuah kegiatan seperti beramal dan ingin dilihat oleh orang yang kita sukai, maka akan menjadi gugur amal tersebut dikarenakan tidak karena Allah SWT.”

¹ Eko Zulfikar, “Interpretasi Makna Riya’ Dalam Al-Qur’an: Studi Kritis Perilaku Riya’ Dalam Kehidupan Sehari-hari,” *Al-Bayan: Jurnal Studi Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir* 3, no. 2 (2019): 143–57, <https://doi.org/10.15575/al-bayan.v3i2.3832>.

Lebih singkatnya bahwa *riya'* itu jika kita melihat dan merasakan senang atas perbuatannya lalu ada dorongan semangat dalam berbuat kebaikan, tetapi jika tidak ada satupun yang melihatnya dalam melakukan hal sesuatu maka itu terasa amat berat sangat jika melakukannya. Sedangkan salah satu ulama tasawuf yang bernama Imām Abū Hamid Muḥammad bin Muḥammad Al-Ġazālī Ath-Thusi yang menjelaskan *riya'* yaitu mencari nama di dalam diri setiap manusia dengan menonjolkan kepada semua orang dari sifatnya berupa kebaikan dan mencari sebuah kejayaan atau populer dan kedudukan dengan menggunakan dalih ibadah. Analogi yang digunakan Imām Ġazālī tentang manusia *riya'* ini seperti dia beribadah dengan memperlihatkan keibadahnya itu dihadapan manusia bukan tuhan.² Sebab manusia itu menjadi *riya'* digolongkan tiga pemicu, diantaranya senang sekali ketika mendapat sebuah sanjungan, takut sangat kepada celaan manusia, serakah apa yang tampak pada orang lain.³ Memang sangat bahaya sekali sifat *riya'* ini seperti apa yang disampaikan penulis diatas sebelumnya, bahwa memang kita sulit sekali antara *riya'* atau ikhlas dalam melakukan hal yang kita jalani, semuanya itu harus dilatih sedemikian giatnya untuk melakukan sesuatu dengan keikhlasan sebisa mungkin dan tentu kita juga tanpa disadari kadang menjalankan hal yang disukai itu ada unsur yang menuju ke dalam sifat *riya'*.

2. Pamer Kemewahan Karena Ingin Dipuji

Dalam hadis:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ عِيسَى حَدَّثَنَا أَبُو عَوَانَةَ حَدَّثَنَا مُحَمَّدٌ يَعْنِي ابْنَ عِيسَى
عَنْ شَرِيكِ عَنْ عُثْمَانَ بْنِ أَبِي زُرْعَةَ عَنْ الْمُهَاجِرِ الشَّامِيِّ عَنْ ابْنِ عُمَرَ
قَالَ فِي حَدِيثِ شَرِيكِ يَرْفَعُهُ قَالَ مَنْ لَبَسَ ثَوْبَ شُهْرَةٍ أَلْبَسَهُ اللَّهُ يَوْمَ
الْقِيَامَةِ ثَوْبًا مِثْلَهُ زَادَ عَنْ أَبِي عَوَانَةَ ثُمَّ تَلَهَّبَ فِيهِ النَّارُ.

² Mohammad Mufid, “Konsep *Riya'* Menurut Al-Ġazālī,” 2018, p. 76.

³ Mahmud Ahmad Mustafa, “*Dahsyatnya Ikhlas*,” Cetakan Ke-2 (Yogyakarta: Mutiara Media, 2009), p. 40.

Yang di mana Rasulullah SAW memberitahukan kepada kita bahwa barang siapa memakai baju kemewahan karena ingin dipuji, maka pada hari kiamat nanti Allah SWT mengenakan baju semisalnya. Dalam hal ini kita sebagai manusia khususnya umat Islam sudah mendapatkan sebuah sinyal melalui hadis nabi tentang orang yang menampakkan kemewahan untuk mendapatkan pujian dan dampaknya akan jatuh kepada sifat sombong. Lalu pendapat ulama bernama Al-Mubarak bin Muhammad bin Abdul Karim bin Abdul Wahid as-Saibani atau yang lebih dikenal dengan sebutan Ibnu Atsir, beliau mengomentari bahwasanya manusia yang seperti ini memperlihatkan dalam kegiatannya itu sesuatu yang sesungguhnya untuk terlihat kepada orang lain, analoginya seperti kita memakai baju yang berbeda ditengah kerumunan orang memakai baju yang sama, maka secara otomatis pandangan akan tertuju kepada kita dan demikian hal tersebut untuk mendapatkan pujian, lalu ini diniatkan untuk menyombongkan dirinya kemudian kelak nanti dihari akhir Allah SWT akan membalasnya dengan memakai baju yang penuh kehinaan atas hukuman perbuatannya tersebut.⁴

Melihat dalam kalimat tersebut berakar kata pakaian, tetapi penulis memaknai kata tersebut bukan pakaian melainkan sifat manusia itu sendiri, memang pakaian yang ditampilkan dengan maksud kemewahan dan sombong berujung pada kehinaan di hari akhir kelak dan menurut pendapat Ali Mustofa Yaqub bahwasanya pakaian popularitas disini adalah hal yang dikenakan untuk tujuan mudah dikenal orang dan tidak diragukan bahwa yang berbeda antara pakaian tersebut dikategorikan sebagai popularitas dilarang. Esensi pernyataan tersebut apabila seseorang ketika menampakkan kemewahan dan menjadi sebuah perhatian khusus dan bahan pembicaraan, maka sebagai lawan dari kemewahan itu adalah ketawadhuhan untuk selalu rendah hati kepada manusia.⁵

3. Pujian Yang Dimakruhkan

Dalam potongan hadis أَوْ قَطَعْتُمْ ظَهْرَ الرَّجُلِ tentu sebagaimana jalur periwayatan mengenai hadis ini tentang sebuah aktivitas para sahabat kala itu seperti biasanya dan kemudian

⁴ Abū al-Thayyib Muhammad Syamsul Haq al-‘Adzim Abadi, *‘Annul Ma’bud*, (Madinah:Maktabah as-Salafiyah, 1968), Juz 7, p. 159

⁵ Hendri Nadhiran, Perspektif Ali dan Mustofa Yaqub, *“Kajian Ma’aniil Hadis Libas Asy-Syubrah”* 2, no. 1 (2021): 1–29.

Rasulullah SAW mendengar ada beberapa dari mereka itu memuji satu sama lain secara berlebihan dan Rasulullah SAW memberikan teguran kepada mereka bahwasanya pujian tersebut telah memutuskan punggung seseorang. Kata ini memiliki kiasan yang teramat dalam karena makna sebenarnya adalah membunuh atau membinasakan. Imām Nawawi mengatakan memberikan pandangan terhadap hadis tersebut tentang memutuskan punggung seseorang di dunia dan termasuk dalam sebuah kerusakan di bidang agama karena sebab pujian yang sangat tinggi dan tentu berakibat membawa sikap kepribadian seseorang menjadi penuh kesombongan.⁶

Adapun bentuk pujian berlebihan yang sesuai dengan makna hadis tersebut diantaranya melakukan pujian terhadap orang lain dengan sesuatu yang dia tidak pernah lakukan, sehingga pujian itu sebenarnya tidaklah pantas didapatkan. Seperti halnya kalimat “Kamu rajin bersedekah ke fakir miskin ya” padahal nyatanya itu tidaklah pernah dilakukan olehnya.

4. Riya dan Sum’ah

Dalam hadis:

حَدَّثَنَا مُسَدَّدٌ حَدَّثَنَا يَحْيَى عَنْ سُفْيَانَ حَدَّثَنِي سَلَمَةُ بْنُ كُهَيْلٍ وَحَدَّثَنَا أَبُو نُعَيْمٍ حَدَّثَنَا سُفْيَانُ عَنْ سَلَمَةَ قَالَ سَمِعْتُ جُنْدَبًا يَقُولُ قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَلَمْ أَسْمَعْ أَحَدًا يَقُولُ قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ غَيْرُهُ فَذَنُوتُ مِنْهُ فَسَمِعْتُهُ يَقُولُ قَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَنْ سَمِعَ سَمِعَ اللَّهَ بِهِ وَمَنْ يُرَائِي يُرَائِي اللَّهَ بِهِ.

“Pada hadis ini Rasulullah SAW memberikan kita peringatan tentang beramal di kehidupan sehari-hari dengan niat sebagai langkah awal, jika itu karena sum’ah maka otomatis Allah SWT akan menjadikannya dikenal sebagai orang sum’ah dan sebaliknya beramal karena riya’ maka otomatis Allah SWT akan menjadikan orang tersebut dikenal sebagai orang yang riya’. Sum’ah sendiri merupakan

⁶ Abū Zakariya Yahya bin Syarif bin Mara al-Nawawi, *al-Manhaj Syarh Sabih Muslim bin Hajaj*, jilid 9, (Beirut: Dar al-Kutub al-‘Alamiyah, 2008), p. 486

sikap seseorang membicarakan atau memberitahukan amalannya kepada orang lain agar dirinya ini mendapat kedudukan, penghargaan, dan pujian. Kita sebagai seorang muslim harus selalu menjaga segala perilaku yang dikerjakan tidak sia-sia hanya karena amalan dan perbuatan terstruktur kepada sum'ah.”

Ibn Hajar al-‘Asqalanī memberikan tanggapan terhadap hadis tersebut di dalam kitab *Fathul Bari*, beliau berkata bahwa mendefinisikan riya’ itu menampakkan ibadah untuk dilihat oleh manusia, lalu memberikan pujian terhadapnya, dan sum'ah ini sama halnya dengan riya’ cuman perbedaan ini dengan panca pendengaran. Kemudian Ibn Hajar menukil perkataan dari Imām al-Khothobi terhadap hadis diatas yang beliau ucapkan:

“Barang siapa yang beramal karena sesuatu amalan dengan tidak ikhlas, hanyalah dia mengkhendaki dengan amalannya ini untuk dilihat dan didengar oleh manusia, maka akan dibalas hal ini dengan Allah SWT memasyhurkan dan memberitahukan apa yang dia sembunyikan dalam hatinya”

5. Perbuatan Dengan Hati dan Amal Bukan Harta

Dalam hadis:

حَدَّثَنَا عَمْرُو النَّاقِدُ حَدَّثَنَا كَثِيرُ بْنُ هِشَامٍ حَدَّثَنَا جَعْفَرُ بْنُ بُرْقَانَ عَنْ
يَزِيدَ بْنِ الْأَصَمِّ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ
إِنَّ اللَّهَ لَا يَنْظُرُ إِلَى صُورِكُمْ وَأَمْوَالِكُمْ وَلَكِنْ يَنْظُرُ إِلَى قُلُوبِكُمْ وَأَعْمَالِكُمْ.

Disini Rasulullah memberikan kabar kepada kita tentang manusia itu sendiri ketika melakukan aktivitas di dunia dilihat oleh Allah SWT tidak dengan harta, bentuk fisik dan apapun itu melainkan dengan hati dan amal perbuatan yang penuh kebajikan, kemudian disini kita bisa mengartikan secara umum perihal selama ini Allah SWT selalu melihat hambanya tidak melalui harta yang dimiliki, fisik mumpuni dari atas sampai bawah, kepameran yang selalu ditampakkan kepada semua orang, melainkan dengan hati didasari keikhlasan akan perbuatan dan amal kebajikan penuh do’a yang selalu dipanjatkan kepada tuhan.

⁷ Abū al-Fadl Ahmad ibn ‘Aliy ibn Muhammad ibn Ahmad ibn Hajar al-Asqalanīy, *Fathul Bari*, (Daar al-Ma’rifah), jilid 11, p. 381.

Dalam pandangan Imām An-Nawawi untuk mengomentari maksud dari hadis ini adalah tentang ketaqwaan seseorang yang berada di dalam hati dan tidak ada seorang yang melihatnya kecuali hakekat dari Allah SWT, maka banyak sekali manusia dengan bentuknya bagus, mempunyai harta, jabatan tinggi, atau kedudukan dunia yang sangat mumpuni tetapi didalam hatinya penuh kekosongan dari buah ketaqwaan, lalu orang yang tidak seperti ini hatinya itu selalu ada esensi taqwa, maka jadi mulialah orang tersebut disisi Allah SWT bahkan lebih baik jalan kehidupannya.⁸

Kontekstualisasi Hadis Flexing di Masa Kini dan Implikasinya Terhadap Etika dan Moralitas Pada Media Sosial

Terkait dengan fenomena flexing dalam platform media sosial di masa kini, hal ini telah menjadi polemik terlebih munculnya para konten kreator, *vlogger*, *Crazy Rich*, dan masih ada banyak hal pastinya yang mungkin tidak semua mereka melakukan hal tersebut, tetapi penulis hanya bisa berkata beberapa oknum dari bagian mereka itu melakukan tindakan yang tidak sepatasnya untuk dinikmati oleh semua orang, terlebih dalam ranah media sosial. Tujuan seseorang dalam melakukan flexing ini bermacam variasi terutama kepentingan endorsement, menunjukkan keahliannya atas suatu kemampuan dan mendapatkan pasangan yang cukup. Taktik ini pada umumnya dilakukan dengan kolaborasi kepada influencer media sosial itu sendiri sehingga dengan cepat menarik perhatian publik. Namun, tidak sedikit yang menggunakan flexing ini sebagai sebuah modus untuk penipuan.⁹ Flexing atau pamer yang saat ini digaungkan oleh sebagian orang ini tidak dapat terhindarkan dari semua manusia, diartikan sebagai bentuk kebahagiaan, ketenangan tidak dianggap lagi sebagai aktualisasi diri atas pencapaian rasa. Bersyukur terhadap diri sendiri sehingga merupakan penurunan kemampuan dari daya berpikir kritis bagi mereka dan penurunan nilai mentalitas, tetapi kebahagiaan adalah kepuasan yang utuh dan alami dengan

⁸ Abū Zakariya Yahya bin Syarif bin Mara al-Nawawi, *al-Manhaj Syarh Sahih Muslim bin Hajjaj*, juz 16, (Beirut: Dar al-Kutub al-‘Alamiyah, 2008), p. 121.

⁹ Monavia Ayu, “Flexing, Tukang Pamer di Media Sosial”, <https://katadata.co.id/>, (diakses pada 29 Juli 2023).

bergantung pada tanda-tanda terlihat yang orang lain dan terdekatnya. Banyak sekali orang dimasa kini yang mereka rela membeli barang mewah, liburan ke luar negeri, dan memilih makan di restoran tinggi dengan semuanya itu ingin mendapatkan pengakuan melalui upload foto di media sosial sehingga ketenaran mereka melambung tinggi.¹⁰

Perubahan ini begitu drastis dalam segi etika dan moralitas terhadap perilaku manusia flexing yang terbukti nyata sebagai bahan konsumsi baru masyarakat di dunia sosial media, saat ini apa yang melampaui batas kegilaan dalam kehidupan sehari-hari umat manusia dipenuhi dengan keindahan hedonisme dan konsumsi yang memiliki simbol dan makna yang sangat dalam antara rasional lalu irasional. Situasi saat ini sudah menjadi budaya baru dan hal tersebut terasa lumrah untuk dilakukan, menjadi kegiatan umum di media sosial, sehingga perilaku ini teramat penting harus diperhatikan untuk diteliti lebih lanjut karena fenomena flexing ini digandrungi oleh banyak masyarakat di media sosial, baik kalangan kelas sosial atas hingga bawah.

Berdasarkan keterangan diatas mengenai fenomena flexing ini memang sedikit terlepas dari nilai etika dan moralitas sebagai manusia secara universal. Seperti halnya dalam hadis tentang sum'ah yang dimana Rasulullah SAW bersabda: *"Barang siapa yang beramal karena sum'ah, maka allah swt menjadikannya amal tersebut sum'ah"*¹¹ melihat dari sudut pandangan masa kini tentang sum'ah di media sosial, berkaitan dengan hadis tersebut, dalam hal ini orang-orang yang menunjukan segala sesuatu di media sosial dengan dasar sum'ah, maka allah menjadikan amal tersebut menjadi sebuah ke-riya'-an. Maksudnya dengan menunjukan dasar kesombongan di media sosial, maka allah menjadikan itu sebuah kesombongan dengan orang-orang yang melihat itu dan mengomentari hal-hal yang buruk dari sebuah kesombongan tersebut, Kemudian penulis mengulas Kembali fenomena beberapa tahun lalu ketika dunia sedang dialami wabah

¹⁰ Nur Khayati, Jurnal Hasil Pemikiran et al., "Jurnal Sosialisasi Fenomena Flexing Di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural Jurnal Sosialisasi" 9 (2022): 113–21.

¹¹ Abū 'Abdillāh Muḥammad ibn Ismā'īl ibn Ibrāhīm ibn al-Muḡīraha al-Ju'fīy al-Bukhārīy, *Al-Jāmi' al-Musnad al-Ṣaḥīḥ al-Mukhtaṣar min Umūr Rasūlillāh Ṣalla Allāh 'alaih waṣallam wa Sunanib wa Ayyāmih*, Editor: Muḥammad Zuhair ibn Nāṣir al-Nāṣir, Cetakan pertama, (Beirut: Dār Ṭauq al-Najāt, 1422H), Jilid:8, p. 104.

penyakit covid-19 yang menjadi ujian bagi seluruh manusia sehingga dunia kerja terpaksa mengalami sistem WFH (Work From Home) yang menganjurkan segala kegiatan kita harus dari rumah untuk menghindari wabah tersebut, tapi ada sebagian kalangan dari kaum influencer, konten kreator, dan youtubers memanfaatkan media sosial mereka dengan cara negatif sehingga crazy rich ini sebenarnya memberikan berita kebohongan bahwa harta yang dimiliki dan dipamerkan ke media sosial itu merugikan satu pihak karena adanya unsur penipuan dengan aplikasi trading dan semacamnya.

Kemudian hal ini sudah diperingatkan oleh Rasulullah SAW dalam hadisnya yang berbunyi: *“Barangsiapa memakai baju kemewahan (karena ingin dipuji), maka pada hari kiamat Allah akan mengenakan untuknya baju semisal”*¹² “ melihat dari sudut pandangan masa kini kemewahan yang dipamerkan di media sosial seperti halnya kasus diatas pasti ingin mendapatkan sebuah pengakuan dari orang lain dan pastinya dia berharap akan sebuah pujian datang terus menerus, kemudian apabila seseorang ketika menampakkkan kemewahan dan menjadi sebuah pusat perhatian dan bahan pembicaraan seantero media sosial karena hal ini terlihat berbeda dengan yang lain.

Lalu korelasi dari fenomena ini, ada sebuah hadis dari Rasulullah SAW yang berbunyi: *“Kalian telah binasa-atau: Kalian telah memutuskan punggung seseorang.”*¹³ pada pandangan masa kini terkait hadis tersebut bahwasanya banyak sekali orang ketika melakukan aksi flexing ingin mendapatkan pujian dan sanjungan sebagai pengakuan dan terkadang ada dari beberapa pujian tersebut berlebihan, seperti halnya ketika orang tersebut mengupload sebuah konten tentang review makanan di restoran mewah atau harta yang dimiliki dirumahnya tentu selain menambah jumlah banyaknya penonton dan pastinya orang itu ingin

¹² Abū Dāwud Sulaimān ibn al-Asy‘aṣ ibn Ishāq ibn Basyīr ibn Syidād ibn ‘Amru al-Azdiy al-Sijistāniy, *Sunan Abi Dāwud*, Editor: Syu‘aibal-Arna’ūt, Cetakan pertama, (Beirut: Dār al-Risālah al-‘Ālamīyah, 1430H), Jilid:6, p. 143.

¹³ Abū ‘Abdillāh Muḥammad ibn Ismā‘īl ibn Ibrāhīm ibn al-Muḡīraha Al-Ju‘fiy al-Bukhāriy, *Al-Jāmi‘ al-Musnad al-Ṣaḥīḥ al-Mukhtaṣar min Umūr Rasūlillāh Ṣallā Allāh ‘alaih wasallam wa Sunanih wa Ayyāmih*, Editor: Muḥammad Zuhair ibn Nāṣir al-Nāṣir, Cetakan pertama, (Beirut: Dār Ṭauq al-Najāt, 1422H), Jilid: 3, p. 177.

sekali dipuji atas kontennya disatu sisi sebagai kerja kerasnya selama ini atau bisa juga dari proses yang tidak diketahui, lalu tanpa disadari pujian atas konten itu dilebih-lebihkan bahkan melewati batas yang tidak sesuai isi konten tersebut.

Kemudian dari penjelasan ketiga hadis yang saling berkaitan mengenai pujian yang berlebihan dan menunjukkan kemewahan dari segala hal yang di upload ke media sosial, maka implikasi dari itu semua adalah hadis mengenai riya' sebagai syirik kecil, sebagaimana Rasulullah SAW bersabda: *"Sesungguhnya yang paling aku khawatirkan dari kalian adalah syirik kecil."* Mereka bertanya: *Apa itu syirik kecil wahai Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam?* Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam menjawab: *"Riya"*¹⁴. Pandangan masa kini jika secara terus menerus melakukan flexing dan ingin dipuji secara berlebihan atau mungkin secara tidak sadar dipuji sama orang lain lalu timbulah sifat sombong sehingga lupa bahwa sesungguhnya kenikmatan itu datang dari tuhan maha kuasa, media sosial sebagai arus informasi dan platform digital yang kita semua sudah terjun ke dalamnya yang sehari-harinya mungkin melakukan update status dan membagikannya dengan motif ingin riya' akan hal yang dimilikinya.

Kemudian dari problematika mengenai flexing dan pamer kemewahan di media sosial dengan berujung kepada riya' sebagai implikasi dari perilaku tersebut, sebenarnya ada suatu jawaban dari hal tersebut. Kita tentu tidak mengetahui perbuatan seseorang itu apakah memang dari hatinya ada sifat riya' atau tidak dan mungkin saja itu semua dilakukan untuk membuat dia senang atas dirinya sendiri. Tapi penulis memberikan sebuah kutipan hadis dari Rasulullah SAW yang berbunyi: *"Sesungguhnya Allah tidak melihat kepada rupa dan harta kalian, tetapi Allah melihat kepada hati dan amal kalian"*¹⁵. Pandangan masa kini dengan media sosial sebagai konsumsi kehidupan sehari-hari kita tentu harus melihat janganlah dari rupa dan harta yang dimiliki, walaupun memang realitanya yang ditunjukkan seperti itu, tapi cobalah kita sebagai manusia melihat kebbaikannya

¹⁴ Abū 'Abdillāh Aḥmad ibn Muḥammad ibn Ḥanbal ibn Hilāl ibn al Syaibāniy, *Musnad al-Imām Aḥmad ibn Ḥanbal*, Editor : Syu'aib al-Arna'ut et.al., Cetakan pertama, (Beirut: Mu'assasah al-Risālah, 1421H), Jilid: 39 p. 39

¹⁵ Muslim ibn al-Ḥajjāj Abū al-Ḥasan al-Qusyairiy al-Naisabūriy, *Al-Musnad al-Ṣaḥīḥ al-Mukhtaṣar binaql al-'Adl 'an al-'Adl ilā Rasūlillāh ṢallāAllāh 'alaihiwasallam*, Editor : Muḥammad Fu'ād 'Abd al-Bāqī, Cetakan pertama, (Beirut: Dār Iḥyā' al-Turāṡ al-'Arabiy, 1424H), Jilid: 4, p. 2564.

sekalipun hal yang ditampakkan tidak sesuai. Seperti halnya ketika orang mengupload kemewahan di suatu tempat yang dikunjungi atau dia sedang makan di sebuah restoran mewah, memang dalam pandangan sebagian orang di itu seolah menampilkan kemewahannya dan berperilaku flexing agar dipuji orang, tapi melihat sisi lainnya ternyata itu untuk kesenangan dirinya dari hasil kerja kerasnya sebagai manusia. Allah melihat manusia dengan pandangan kasih sayang dan kepada hati manusia kemudian amal yang diperbuatnya itu tuhan melihatnya.

Tidak ada larangan untuk menjadi kaya. Namun secara etika , tetaplah selalu rendah hati dan membumi. Dalam memanfaatkan teknologi dalam menyampaikan informasi, kita dituntut memiliki pengetahuan dan kemampuan etis. Ada beberapa tuntunan dalam penggunaan sosial media sebagai referensi untuk mencegah seseorang dari ucapan, pendengaran, penglihatan, hati, serta Tindakan yang mengarah kepada kemungkaran. Flexing tergolong Tindakan yang tidak etis. Itu sebabnya, banyak kalangan melakukan kritik. Flexing dinilai memiliki dampak negatif. Pertama, dampak terhadap akun yang melakukan flexing dapat mengundang orang melakukan kejahatan, efek ingin menjadi kaya secara mendadak, dan flexing dipandang tidak memenuhi syarat etis.

Sosial media dapat digunakan secara sehat, cerdas, dan bijaksana dalam menanggapi kemajuan bangsa berdasarkan nilai-nilai etis. Dalam iartian ini social media memberikan akses terbka kepada pengguna untuk mendapatkan informasi melimpah hingga diperoleh pengetahuan yang dibutuhkan, menjadi sarana pelatihan, peningkatan ide, kreatifitas, dan inovasi, sehingga menjadi sajian informasi melimpah dan mengelolanya menjadi pengetahuan yang bermakna.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dijelaskan, maka dapat diambil sebuah kesimpulan dari judul tersebut, yang dimana fenomena flexing ini merupakan perilaku manusia di era keterbukaan media sosial yang dinilai bertentangan dengan etika dan moralitas kita sebagai umat islam. Kemudian pendapat ulama hadis mengenai hadis flexing ini di platform media sosial menjadi sebuah kenyataan yang menimbulkan problematik dimana fenomena ini sesuai dengan konteks zaman masa kini, perilaku manusia di media sosial sudah harus diperhatikan dengan tuntunan nilai keagamaan yang bersumber melalui hadis tentang riya ini. Kontekstualisasi antara hadis dan perilaku flexing ini berawal dari orang yang ingin mendapatkan pengakuan secara berlebih dan berimplikasi pada lahirnya sikap riya. Tetapi kita harus ingat satu hal, pada akhirnya perilaku manusia yang flexing di media sosial juga tidak luput dari kesalahan akan kurangnya pendekatan nilai keagamaan dan terlebih kita sebagai manusia harus saling mengingatkan satu dengan yang lain, karena sesungguhnya tuhan tidak melihat manusia secara utuh dari harta dan jabatannya, tetapi melalui hati dan ketaqwaannya selama menjalankan tugas di dunia.

Referensi

- Abadi, Abū al-Thayib Muḥammad Syamsul Haq al-‘Adzim, *‘Aunul Ma’bud*, (Madinah:Maktabah as-Salafiyah, 1968)
- Aḥmad , Abdullah ibn ‘Abd Muhsin at-Turki, *Usul Maḥḥab al-Imām*, (Riyad:Maktabah ar-Risyad al-Hadisah,1980 M/1400 H)
- Amri, Muḥammad. 2017. “PEMIKIRAN ETIKA IBNU MISKAWAIH”. KURIOSITAS: Media Komunikasi Sosial Dan Keagamaan 10 (1), 49-59. <https://doi.org/10.35905/kur.v10i1.584>.
- Ananda, “Flexing: Pengertian, Penyebab, Akibat, dan Cara Menghindarinya”, Gramedia.com,2022, <https://www.gramedia.com/best-seller/flexing/>.
- Anggita, Vina, “Fenomena Flexing di Media Sosial, Kaya Beneran atau Boong-boongan?”, <https://swa.co.id.html>.
- Ashari, Maḥmūd, “Crazy Rich,Flexing,dan Melunturnya Budaya Ketimuran”, *Artikel DJKN*, <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/14817.html>.
- Asqalaniy, Abū al-Fadl Aḥmad ibn ‘Aliy ibn Muḥammad ibn Aḥmad ibn Hajar al-, *Tabḥiib al-Tabḥiib*, (India:Da’irah al-Ma’arif al-Nizamiyah, 1995)
- Asqalaniy, Abū al-Fadl Aḥmad ibn ‘Aliy ibn Muḥammad ibn Aḥmad ibn Hajar al-, *Fathul Bari’*, (Daar al-Ma’rifah)
- Ayu, Monavia, “Flexing, Tukang Pamer di Media Sosial”, <https://katadata.co.id/>,
- Bertens, K., *Etika* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1993) Cetakan kesepuluh,
- Bukhāriy, Abū ‘Abdillāh Muḥammad ibn Ismā’īl ibn Ibrāhīm ibn al-Muḡiraha Al-Ju‘fiy al-, *Al-Jāmi‘ al-Musnad al-Ṣaḥiḥ al-Mukhtaṣar min Umūr Rasūlillah Ṣallā Allāh ‘alaiḥ wasallam wa Sunanib wa Ayyāmih*, Editor: Muḥammad Zuhair ibn Nāṣir al-Nāṣir, Cetakan pertama, (Beirut: Dār Ṭauq al-Najāt, 1422H)
- Cahyono, A. S. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. Publiciana, 9.140-157

- Darmalaksana, Wahyudin, "Studi Flexing Dalam Pandangan Hadis Dengan Metode Tematik dan Analisi Etika Media Sosial", *Gunung Djati Conference Series*, Vol. 8, 2022
- Fikri, Kamalul, "*Imām Al-Bukhārī*," Cet Pertama (Yogyakarta: Laksana, 2022).
- Gunawan, M.I.Tri, "Jebakan Flexing Pamer Ibadah Di Media Sosial", *Blog-Latest News*, <https://fpscs.uui.ac.id/blog/2022/07/04>.
- Habibah, Syarifah, "Akhlak Dan Etika Dalam Islam," *Jurnal Pesona Dasar* 1, no. 4 (2015).
- Hardiman, F.Budi, *Franz Magnis Suseno Sosok dan Pemikirannya* (Jakarta: PT Kompas Media Nusantara, 2016),
- Hastuti, Tri, "*Riya' Beragama Melalui Media Sosial*", Suara Aisyiyah (Maret 2021).
- Karim, Abdul, "*Kontribusi Teori Etika Al-Gazālī Untuk Pendidikan Orang Dewasa*," *el-Tarbawi* 13, no. 2 (2020): 105–22, <https://doi.org/10.20885/tarbawi.vol13.iss2.art1>.
- Khairunnisa, Nur, "Etika Komunikasi Di Media Sosial Prespektif Al-Qur'an". (Skripsi, Program S1, UIN "Sumatera Utara," Medan. 2021)
- Khatib, Muḥammad 'Ajjaj al-, *Ushul al-Hadis: Ilmuḥu wa Musthalabuhu*, (Damaskus: Dar al-Fikri, 1975),
- Khayati, Nur, Jurnal Hasil Pemikiran et al., "*Jurnal Sosialisasi Fenomena Flexing Di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural Jurnal Sosialisasi*" 9 (2022).
- Khoiri, Ilham, Kompas.id, "From Mekkah With Selfie"
- Leli, Patimah, "Menanggulangi Dekadensi Moral Generasi Z Akibat Media Sosial Melalui Pendekatan Living Values Education (LVE)," *PEMBELAJAR: Jurnal Ilmu Pendidikan, Keguruan, Dan Pembelajaran* 5, no. 2 (2021): 150.
- Lidwa Pustaka-i Aplication, *Kitab Hadis 9 Imām*
- Lukman, "Moralitas Dalam Prespektif Fazlur Ar-Rahmān", (Skripsi, Program S1, UIN "Ar-Raniry" 2017)
- Mahyuddin, "Sosial Climber dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer", *Kajian Islam Interdisipliner*, Vol. 2, 2017
- Mufid, Mohammad, "*Konsep Riya' Menurut Al-Gazālī*," 2018,.
- Mustafa, Maḥmūd Aḥmad , "*Dahsyatnya Ikbilas*," Cetakan Ke-2 (Yogyakarta: Mutiara Media, 2009)

- Nadhiran, Hendri, Perspektif Ali dan Mustofa Yaqub, “Kajian Ma’ani Hadis Libas Asy-Syuhrah” 2, no. 1 (2021): 1–29.
- NaisAbūriy, Muslim ibn al-Ḥajjāj Abū al-Ḥasan al-Qusyairiy al-, *Al-Musnad al-Ṣaḥīḥ al-Mukhtaṣar binaql al-‘Adl ‘an al-‘Adl ilā Rasūlillāh Ṣallā Allāh ‘alaihwassallam*, Editor : Muḥammad Fu’ād ‘Abd al-Bāqī, Cetakan pertama, (Beirut: Dār Iḥyā’ al-Turāṡ al-‘Arabiy, 1424H)
- Nawawi, Abū Zakariya Yaḥyā bin Syarif bin Mara al-, *al-Manhaj Syarḥ Saḥīḥ Muslim bin Hajjaj*, (Beirut: Dar al-Kutub al-‘Ālamiyah, 2008)
- Nawawi, Muḥammad, Nashoiḥul ‘Ibad, *Terj. Abū Mujaddidul Maḥfūḍ, Nashoiḥul Ibad*, Cet 1 (Surabaya: GITAMEDIA PRESS, 1893), p.51
- Nazir, M., *Metode Penelitian*, (Jakarta: PT Ghalia Indonesia, 2003)
- Nugroho, Dalfin Ponco, “Etika bermedia sosial”, *Artikel DJKN*,
- Nurasih, Wiji, “Islam dan Etika Bermedia Sosial Bagi Generasi Millenial,” *Al-Misbah*, Vol.16, No.1 (Januari-Juni, 2020)
- Orami, “Memahami arti Flexing serta penyebab dan Dampak Dari Perilaku Pamer Berlebihan”, 2022,
- Renata, Nadya, “Representasi Hedonisme Dalam Media Sosial”, *Skripsi*, Universitas Semarang, Semarang, 2019
- Rohamurmuzy M, *Islam Rahmatan Lil ‘Alamin*, (Jakarta: Madina, 2017).
- Septiani Aspita, “Pamer Harta”, <https://osf.io/p4yn2/>.
- Setiawan, Ali Arif, “Moralitas Bermedia Sosial (Distorsi Etika Dalam Perspektif Halal Media : Standar Etika Komunikasi Publik),” *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3, no. 1 (2022)
- Shihab, M. Quraish, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, kesan, keserasian Al-Qur’an*, Jakarta: Lentera Hati, 2002
- Shihab, Muḥammad Quraish, *Mukjizat Al-Qur’an: Ditinjau dari Aspek Kebahasaan, Isyarat Ilmiah, dan Pemberitaan Gaib*, Cet. 2 (Bandung: Mizan, 2007).
- Sijistāniy, Abū Dāwud Sulaimān ibn al-Asy‘aṡ ibn Ishāq ibn Basyīr ibn Syidād ibn ‘Amru al-Azdiy al-, *Sunan Abi Dāwud*, Editor: Syu‘aib al-Arna’ūṡ, Cetakan pertama, (Beirut: Dār al-Risālah al-‘Ālamiyah, 1430H)

- Syaibāniy, Abū ‘Abdillāh Aḥmad ibn Muḥammad ibn Ḥanbal ibn Hilāl ibn al, *Musnad al-Imām Aḥmad ibn Ḥanbal*, Editor : Syu‘aib al-Arna’ūṭ et.al., Cetakan pertama, (Beirut: Mu’assasah al-Risālah, 1421H)
- Zulfikar, Eko, “Interpretasi Makna Riya’ Dalam Al-Qur’an: Studi Kritis Perilaku Riya’ Dalam Kehidupan Sehari-hari,” *Al-Bayan: Jurnal Studi Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir* 3, no. 2 (2019): 143–57, <https://doi.org/10.15575/al-bayan.v3i2.3832>.
- <https://news.detik.com/> “Jejak Kasus Indra Kenz Berujung Vonis 10 Tahun Penjara”