



# Etika Bermedia Sosial Dalam Al-Qur'an: Solusi Mengatasi *Flexing* di Media Sosial

Muhammad Fadli

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan menganalisis fenomena *flexing* di media sosial dengan pendekatan Tafsir Kontekstual Abdullah Saeed guna menggali nilai-nilai al-Qur'an sebagai solusi atas fenomena *flexing* di media sosial, khususnya pada QS. Luqman [31]:18-19. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan analisis teks Al-Qur'an secara kontekstual dengan mengikuti langkah-langkah penafsiran kontekstual Abdullah Saeed yang meliputi analisis kritis, historis, dan kontemporer. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *flexing* tidak sejalan dengan nilai-nilai Al-Qur'an yang melarang kesombongan dan membanggakan diri. QS. Luqman [31]: 18-19 mengandung larangan bersikap sombong dan angkuh serta ajaran bersikap santun dan sederhana. Dengan pendekatan tafsir kontekstual Abdullah Saeed, nilai-nilai yang terkandung pada QS. Luqman [31]: 18-19 menjadi solusi atas perilaku *flexing* di media sosial dengan menekankan pentingnya sikap rendah hati dan kesederhanaan dalam berinteraksi di ruang digital.

**Kata Kunci:** Abdullah Saeed, *Flexing*, Tafsir Kontekstual

DOI:

<https://doi.org/10.47134/jsiat.v1i4.221>

\*Correspondence: Muhammad Fadli

Email: [sfadli036@gmail.com](mailto:sfadli036@gmail.com)

Received: 25-05-2025

Accepted: 25-06-2025

Published: 25-07-2025



**Copyright:** © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license

(<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstract:** This study aims to analyze the phenomenon of *flexing* on social media using Abdullah Saeed's contextual interpretation approach in order to explore Qur'anic values as a solution to this issue, with a particular focus on QS. Luqman [31]:18–19. The research employs a qualitative method with a contextual analysis of Qur'anic texts, following the interpretative steps formulated by Abdullah Saeed, which include critical, historical, and contemporary analysis. The findings show that *flexing* is not in line with the values of the Qur'an, which prohibit arrogance and self-glorification. QS. Luqman [31]:18–19 contains prohibitions against pride and arrogance, and promotes humility and simplicity. Through Abdullah Saeed's contextual interpretation approach, the values contained in QS. Luqman [31]:18–19 provide a solution to *flexing* behavior on social media by emphasizing the importance of humility and simplicity in digital interaction.

**Keywords:** Abdullah Saeed, Contextual Interpretation, *Flexing*

## Pendahuluan

Di era digital yang kian pesat peran media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern (Juminem, 2019). Platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter telah banyak memberikan mamfaat kepada penggunaanya. Seperti halnya sebagai sarana komunikasi dan bertukar informasi dunia hari ini. Namun keberadaan berbagai platform tersebut tidak selalu dimamfaatkan sebagai sarana yang positif. Terkadang juga dijadikan sebagai panggung bagi individu untuk membangun citra diri. Salah satu fenomena yang mencuat dalam praktik bermedia sosial di era sekarang ini adalah *flexing*. *Flexing* adalah perilaku yang suka menunjukkan diri dengan tampil glamor,

kelimpahan dengan kekayaan yang mereka miliki sebagai bentuk merek diri mereka untuk menunjukkannya kepada orang lain (Rojiati & Afifah, 2024).

Perilaku flexing disebabkan oleh keinginan individu mencari eksistensi diri, harga diri, citra diri dan menginginkan adanya status sosial tertentu.(Fatimah et al., 2023) Seseorang yang memamerkan dan membanggakan apa yang ia miliki kepada publik disertai keinginan dirinya memiliki tempat sebagai pusat perhatian khalayak ramai. Dengan membanggakan diri ia berharap akan menjadi pusat perhatian orang lain dan mendapatkan posisi atau derajat tertentu dalam status sosial (Usrah, 2023). Orang yang melakukan flexing senantiasa menunjukkan citra dirinya dengan harapan agar berada pada posisi status sosial tertentu. Mirisnya lagi pelaku *flexing* adalah mereka yang sesungguhnya bukanlah orang kaya sungguhan dengan kata lain pura-pura kaya. Mereka terkadang memamerkan kemewahan yang bahkan bukan miliknya dan bahkan tidak ia miliki (Pohan et al, 2023). Akibat dari fenomena tersebut telah menimbulkan sifat riya' atau sombong yang tidak sesuai dengan etika sosial di masyarakat (Fatimah et al, 2023). Lebih jauh dari itu flexing telah memberikan dampak persaingan antar individu. Mereka berusaha memaksakan keadaan dirinya memenuhi hasrat untuk tampil dengan segala kemewahannya di media sosial dengan motif menandingi orang lain. Ia akan berusaha sebisa mungkin bagaimana caranya agar ia mampu menampilkan citra mewahnya dihadapan publik (Wahidah & Khodijah, 2023).

Artikel ini bukanlah tulisan pertama kali yang membahas tentang flexing. Telah banyak tulisan terdahulu yang membahas tema ini. Seperti artikel yang ditulis oleh Rangga Salam dan Dewi Sundari dengan judul "Pengaruh Flexing di Sosial Media Dalam Perspektif Islam". Artikel ini membahas bagaimana fenomena flexing mempengaruhi publik di media sosial. Artikel ini memberikan solusi agar publik tidak terjerumus pada perilaku flexing dari pandangan ekonomi Islam (Salam & Sundari, 2023). Kemudian artikel Arip Budiman yang berjudul "Analisis Etika Ibnu Maskawaih Terhadap Fenomena Flexing di Media Sosial". Artikel ini membahas bagaimana pandangan Ibnu Maskawaih sebagai solusi atas fenomena flexing di Media Sosial.(Budiman, 2023) Berikutnya skripsi Khairatul Usrah yang berjudul "Fenomena Flexing di Media Sosial Dalam Pandangan Al-Qur'an". Artikel ini membahas bagaimana pandangan al-Qur'an terhadap perilaku flexing dengan memaparkan ayat-ayat dari al-Qur'an (Usrah, 2023).

Dari berbagai penelitian diatas belum ada yang mengkaji fenomena flexing dengan menggunakan pendekatan Tafsir Kontekstual Abdullah Saeed. Dengan demikian artikel ini berusaha mengisi celah kekosongan pada penelitian-penelitian terdahulu dengan memberikan tawaran solusi atas fenomena flexing dengan pendekatan Tafsir Kontekstual Abdullah Saeed. Dengan pendekatan tafsir kontekstual Abdullah Saeed diharapkan dapat memberikan novelty dalam penelitian ini.

Kajian terhadap fenomena ini menjadi penting untuk dilakukan dengan pendekatan tafsir kontekstual Abdullah Saeed. Pendekatan tafsir kontekstual Abdullah Saeed menekankan pemahaman Al-Qur'an dengan mempertimbangkan konteks sosio-historis dan realitas sosial kekinian (Fina, 2015). Dengan demikian diharapkan pendekatan ini menghadirkan solusi yang relevan terhadap budaya flexing yang berpotensi merusak

tatanan sosial. Dengan demikian hadirnya penelitian ini akan memberikan pembacaan Al-Qur'an yang responsif terhadap zaman yang menjadi usaha untuk membentuk etika bermedia sosial bagi Muslim yang berlandaskan ajaran Al-Qur'an.

## Metodologi

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan Tafsir Kontekstual Abdullah Saeed. Yang menjadi sumber data primer adalah kitab-kitab tafsir dan buku Tafsir kontekstual Abdullah Saeed yang berjudul *Interpreting the Quran Towards a Contemporary Approach*. Adapun sumber data sekunder pada penelitian ini adalah kamus bahasa arab yang *mu'tabar* dan artikel jurnal yang relevan dengan isu yang dikaji. Adapun teknik pengumpulan data dokumentasi dan review terhadap dokumen-dokumen yang menjadi referensi pada penelitian ini.

Teknik analisis data pada penelitian ini mengiktui langkah-langkah penafsiran kontekstual Abdullah Saeed yang diklasifikasikan menjadi empat tahap. *Pertama*, perjumpaan dengan dunia teks (*encounter the text*), pada tahap diperlukan analisis linguistik serta penafsiran teks. *Kedua*, melakukan analisis historis. Tahapan ini dilakukan dengan merujuk pada *asbab an-nuzul* ayat serta konteks masyarakat Arab dan sekitarnya ketika ayat ini diturunkan. *Ketiga*, menghubungkan teks yang bersangkutan dengan konteks kekinian guna menggali makna kontemporer. *Keempat*, mengkontekstualkan ayat dengan zaman sekarang. Pada tahap terakhir ini diperlukan adanya interpretasi yang relevan untuk melihat signifikansi dan hierarki nilai dari ayat yang dimaksud (Saeed, 2006).

Abdullah Saeed mengklasifikasikan hierarki nilai menjadi lima: *Pertama*, nilai wajib yang bersifat absolut dan tidak dapat ditinggalkan (*obligatory values*). *Kedua*, nilai fundamental yang menopang ajaran Islam secara umum (*fundamental values*). *Ketiga*, nilai perlindungan nilai yang bertujuan melindungi kehidupan dan ketertiban sosial (*protectional values*). *Keempat*, nilai implementasi yang berkaitan dengan bentuk pelaksanaan ajaran (*implementational values*). *Kelima*, nilai instruksional (*instructional values*) nilai yang bersifat petunjuk teknis dan dapat berubah mengikuti konteks (Saeed, 2006).

## Hasil dan Pembahasan

### Konsep Etika Bermedia Sosial

Etika berasal dari bahasa Yunani *ethos* yang berarti tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, akhlak, perasaan maupun cara berpikir (Kusnadi & Mardani, 2022). Etika juga bermakna karakter yang berhubungan dengan penilaian baik buruk, benar salah, pantas tidak pantas dan prinsip umum dalam membenarkan tentang menggunakan sesuatu (Ahmad et al, 2022). Secara istilah etika bisa dilihat dari beberapa pendapat para ahli. Menurut Ki Hajar Dewantara Etika adalah etika adalah pengetahuan yang mempelajari soal baik dan buruk dalam hidup manusia secara keseluruhan. Menurut Nur Cholis Madjid etika bukan hanya berkaitan dengan kesopanan, namun merupakan konsep yang komprehensif yang menjadi pangkal pandangan hidup manusia tentang baik dan buruk. Selanjutnya Soegarda Poerbakawatja mendefinisikan etika adalah filsafat nilai yang mempelajari tentang baik dan buruk (Luqman, 2021). Dengan demikian dapat

disimpulkan bahwasanya etika adalah konsep yang komprehensif yang menjadi dasar pandangan manusia dalam melihat sisi baik dan buruk.

Adapun pengertian media sosial adalah alat komunikasi yang berbasis pada teknologi internet yang mampu menghubungkan warga global untuk saling berinteraksi, baik melalui pesan ataupun unggahan (Ali, 2023). Dengan pengertian masing-masing kata diatas dapat disimpulkan bahwasanya etika bermedia sosial adalah pandangan yang menjadi dasar atas sisi baik dan buruk dalam penggunaan media sosial sebagai ruang berinteraksi warga global melauai pesan dan unggahan.

Mengutip dari Kusnadi dan Mardani terkait etika penggunaan media sosial di Indonesia telah di atur dalam undang-undang ITE No. 19 tahun 2016 tentang informasi dan transaksi elektronik yang terdiri dari lima pasal yang mengatur tentang etika dalam menggunakan media sosial (Kusnadi & Mardani, 2022):

#### 1. Pergunaan bahasa yang baik

Penggunaan bahasa yang baik dan benar di media sosial sangat penting dalam menjaga kualitas komunikasi. Akan tetapi penggunaan bahasa Indonesia di media sosial sering kali terjadi kesalahan penggunaannya. Seperti kesalahan ejaan, diksi kata, struktur kata, bahasa Inggris yang bercampur dengan bahasa Indonesia, bahasa gaul, dan bahasa daerah setempat.(Gabe Hotmaida Silaban et al., 2024) Kesalahan-kesalahan tersebut telah memberikan dampak negatif terhadap pengguna media sosial. Penggunaan bahasa Indonesia yang tidak baku telah memberikan implikasi dalam penggunaan bahasa yang santun dan tekah memudahkan karakter bangsa. Mengingat bahwasanya bahasa berfungsi sebagai alat komunikasi antar individu. Dalam kondisi bangsa Indonesia yang plural dengan keanekaragaman suku, ras, dan agama, maka bahasa Indonesia yang baik merupakan sarana pengungkapan perasaan pikiran manusia sehingga semuanya mampu saling memahami dan mengenali satu sama lain (Nugrahani, 2017) Oleh karena itu, penting bagi pengguna media sosial untuk membudayakan penggunaan bahasa yang baik dan benar dalam interaksi di media sosial sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan penghormatan terhadap bahasa nasional.

#### 2. Hindari penyebaran SARA, pornografi, dan aksi kekerasan

Pengguna media sosial sangat perlu memiliki pengaturan terhadap apa yang mesti di keluarkan dan apa yang mesti tidak di keluarkan. Pengaturan tersebut merupakan tanggung jawab seorang pengguna media sosial yang baik. Salah satu bentuk tanggung jawab itu adalah menghindari penyebaran konten yang mengandung unsur SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan), pornografi, serta aksi kekerasan (Muzaki et al, 2023). Penyebaran konten yang mengandung unsur SARA, pornografi dan aksi kekerasan merupakan perilaku yang telah memudahkan nilai-nilai sopan santun di dalam masyarakat Indonesia (Putra et al, 2023). Oleh sebab itu, pengaturan diri dalam bermedia sosial yang baik sangat diperlukan agar media sosial tetap menjadi ruang yang sehat dan mampu +

#### 3. Periksa kembali kebenaran dari berita atau informasi

Memeriksa kebenaran informasi sebelum menyebarkannya di media sosial merupakan langkah penting untuk mencegah penyebaran hoaks dan menjaga ruang digital yang sehat (Batoebara & Hasugian, 2023). Perkembangan media sosial yang pesat hari ini

telah menciptakan penyebaran informasi yang beragam dan sangat cepat. Namun di era banjirnya informasi di platform media sosial tidak jarang berisikan informasi yang tidak berdasarkan fakta yang di kenal dengan istilah hoax. Keberadaan berita hoax di media sosial tersebut telah menimbulkan dampak negatif di tengah-tengah masyarakat (Aksin & Baedowi, 2020). Oleh karena itu, pengguna media sosial harus mencari kebenaran setiap informasi yang diterima dengan cara menghindari judul berita yang provokatif, memeriksa sumber berita, memeriksa fakta, mengecek setiap foto/video yang di bagikan, dan bergabung dengan grub anti hoax. Dengan tindakan ini tidak hanya melindungi diri sendiri dari informasi keliru, tetapi juga menunjukkan seorang yang bertanggung jawab dalam berkomunikasi di ruang publik.

#### 4. Menghargai karya orang lain

Menghargai karya orang lain di media sosial adalah wujud etika digital yang sangat penting untuk di terapkan. Dalam era keterbukaan informasi dan kemudahan berbagi konten, karya seperti tulisan, foto, desain grafis, hingga video sering kali dibagikan ulang tanpa mencantumkan sumber atau izin dari pembuatnya. Praktik dari perilaku seperti ini merupakan sikap yang tidak bermoral dan tidak mengapresiasi karya orang lain. (Masyuni Sujayanthi, 2020) Padahal mencantumkan nama pembuat atau sumber karya adalah bentuk apresiasi sederhana yang bisa membangun budaya digital yang sehat dan beradab. Dengan membiasakan menghargai karya orang lain, kita turut menjaga integritas diri sekaligus mendorong terciptanya ekosistem digital yang adil dan saling menghormati.

#### 5. Jangan menubar informasi yang sifatnya pribadi dan bukan konsumsi publik

Pemeliharaan data privasi di media sosial masih menjadi masalah yang kurang di perhatikan publik. Media sosial sebagai ruang publik telah menjadikan manusia dengan mudah mengunggah berbagai hal pribadinya ke media sosial (Haj et al, 2023). Akibatnya akan terjadi kebocoran data pribadi yang dapat berdampak negatif seperti eksploitasi akun, spam, dan kerugian materi. Ada beberapa data dan informasi yang sifatnya privasi yang tidak layak itu di konsumsi oleh publik. Seperti dokumen surat pribadi, tanggal lahir, alamat, dan data keluarga (Rahmawati et al, 2023). Selain itu kejahatan digital sering kali menyadap data pribadi seseorang. Setidaknya ada beberapa cara yang dapat di lakukan untuk mengatasi hal demikian. Yaitu memberikan password yang kuat, membatasi informasi ke ruang publik, membaca dengan cermat syarat dan ketentuan media sosial, meningkatkan kesadaran, memantau riwayat akun, dan menggunakan aplikasi yang aman dan terpercaya. Dengan tidak mengumbar informasi pribadi ke ruang publik, maka pengguna media sosial telah menjaga integritas dan martabat pribadinya untuk tidak di ganggu kehidupannya oleh orang lain (Haj et al, 2022)

### **Konsep Etika Bermedia Sosial Dalam Al-Qur'an**

Berbicara Etika dalam al-Qur'an sering kali dimunculkan dengan kata akhlak. Akhlak merupakan perangai, tingkah laku, kelakuan, watak, kebiasaan yang dinilai baik berdasarkan pada tuntunan agama. Etika dalam al-Qur'an dapat dipahami sebagai seperangkat nilai dan prinsip yang mengatur perilaku manusia berdasarkan tuntunan wahyu (Luqman, 2021). Dalam konteks media sosial, etika menjadi sangat penting karena

ruang digital adalah perluasan dari ruang sosial, di mana tanggung jawab moral dan akhlak tetap berlaku. Al-Qur'an tidak secara langsung menyebut media sosial, namun nilai-nilai universal dalam Al-Qur'an sangat relevan dalam mengatur aktivitas bermedia sosial, terutama dalam hal menjaga adab, kesantunan, kejujuran, dan tanggung jawab atas apa yang diucapkan atau disebarkan.

Dalam kaitannya dengan fenomena flexing, penelusuran terhadap perilaku flexing yang di telusuri dengan kata *fakhoro* yang bermakna membanggakan diri yang merupakan sebab dari perilaku *flexing*. Penelusuran pada *Mu'jam al-Mufahros li Alfazhi al-Quran* (Al-Baqi, 1945) di temukan pada 6 ayat, yaitu QS. An-Nisa [4]: 36, QS. Huud[11]: 10, QS. Luqman [31]: 18, dan QS. Al-Hadid [57]: 20 & 23 dan QS. Ar-Rahman [55]: 14. Namun dari berbagai ayat tersebut yang menjadi bahasan dari penelitian ini adalah QS. Luqman [31]: 18-19. Pemilihan ayat tersebut dikarenakan di nilai relevan dan dapat memberikan solusi dari permasalahan yang di bahas pada penelitian ini.

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ ۖ وَاقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاعْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ ۚ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ ۗ

“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 sederhanakanlah dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai.” (QS. Luqman [31]: 18-19)

Ayat ini menegaskan larangan bersikap sombong, memalingkan wajah dari orang lain, membanggakan diri, dan perintah untuk kesederhanaan dan kelembutan dalam berinteraksi. Nilai-nilai ini menentang budaya pamer atau membanggakan diri yang kini marak di media sosial, di mana individu berusaha membangun citra diri dengan menonjolkan kekayaan atau gaya hidup mewah, bahkan dengan cara yang manipulatif. Al-Qur'an menyebut perilaku tersebut sebagai bagian dari sifat orang yang *mukhtal fakhur* yaitu orang yang sombong dan membanggakan diri.

## 1. Identifikasi Makna Teks

Langkah kerja pertama dalam pendekatan tafsir kontekstual Abdullah Saeed adalah perjumpaan dengan dunia teks (*encounter the text*). Pada tahap ini diperlukan analisis linguistik serta melihat penafsiran terhadap teks.

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ ۖ وَاقْصِدْ فِي مَشْيِكَ وَاعْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ ۚ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ ۗ

“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 sederhanakanlah dalam berjalan dan lunakkanlah suaramu. Sesungguhnya seburuk-buruk suara ialah suara keledai. (QS. Luqman [31]: 18-19)

Kata *تَصَعَّرَ* berasal dari kata *so'aro* yang berarti kemiringan atau kecondongan pada wajah. Kondisi ini merupakan kondisi yang menjadi bawaan pada manusia dan unta yang terkena penyakit sehingga lehernya menjadi miring. Selain itu kemiringan wajah itu juga menunjukkan pada manusia karena kesombongannya dan menganggap remeh orang lain (Ibn Manzhur, 2003).

Kata *مَرَحًا* berasal dari kata *maroha* yang berarti kegembiraan yang berlebih-lebihan. (Ashfahani, 2003) Menurut Ibn Manzhur *maroha* bermakna kegembiraan yang sangat dan semangat yang berlebih-lebihan sampai melewati batas kewajaran. Makna lainnya adalah kesombongan dan berbangga diri yang berlebih-lebihan (Ibn Manzhur, 2003).

Kemudian makna dari kata *مُخْتَالٍ* berasal dari akar kata *khoyala* yang bermakna *al-khuyalaa* yaitu kebesaran hati, kesombongan, atau kemegahan. (Ibn Manzhur, 2003) Raghīb al-Ashfahani mengatakan kesombongan yang muncul itu merupakan seseorang yang membayangkan keutamaan yang tampak bagi dirinya. Dari sini muncul makna kata *khaylu* orang yang menunggang kuda. Tidak ada orang yang menunggangi kuda kecuali ia menemukan keberanian dalam dirinya (Ibn Faris, 1005).

Selanjutnya kata *فَخُورٍ* pada ayat menurut Raghīb al-Ashfahani kata tersebut berakar kata dari *fakhor* yang bermakna membanggakan sesuatu yang berasal dari luar diri seseorang, seperti harta dan kedudukan. (Ashfahani, 2003) Menurut Ibn Manzhur *fakhor* bermakna orang yang suka membanggakan diri (Ibn Manzhur, 2003).

Kata *أَفْصَدُ* berasal dari akar kata *qoshoda* yang berarti keselarasan jalan. Raghīb al-Ashfahani mengatakan bahwa makna ini berada diantara dua kubu yang ekstrem. Misalnya dalam hal ekonomi tidak boros dan tidak pelit, namun dermawan (Ashfahani, 2003). Istilah lain dari makna ini bisa dikatakan dengan moderat yaitu jalan tengah yang tidak berlebih-lebihan dan tidak berkekurangan (Ibn Manzhur, 2003).

Untuk melihat makna yang terkandung pada ayat sangat perlu untuk merujuk kepada penafsiran para ulama tafsir. Menurut Imam At-Thabari *وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ* bermakna seruan kepada manusia agar tidak memalingkan wajahnya dari orang lain ketika mereka berbicara dengannya dikarenakan sifat menyombongkan diri dan merendahkan lawan bicaranya. Kata *الصعر* bermakna penyakit yang ada pada leher atau kepala unta, sehingga karena sakit yang diderita unta tersebut ia memalingkan kepalanya. Begitulah perumpamaan orang-orang yang menyombongkan dirinya. Allah SWT juga melarang manusia berjalan dimuka buminya ini dengan keangkuhan. *إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ* Dan Allah tidaklah menyukai mereka yang sombong serta membanggakan diri mereka kepada yang lainnya. *فَخُورٍ* bermakna orang-orang yang menghitung-hitung apa yang telah diberikan Allah kepadanya. Namun mereka tidak mensyukurinya. Ayat selanjutnya *وَأَفْصَدُ* *فِي مَشْيِكَ وَأَغْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ* agar manusia bersikap rendah hati jika berjalan,

janganlah bersikap sombong dan jangan tergesa-gesa, namun bersikap tenanglah (At-Thabari, 2001).

Ibnu Katsir mengatakan *وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ* bermakna larangan kepada manusia untuk tidak memalingkan wajahnya dari manusia lainnya apabila mereka sedang berkomunikasi satu sama lain disebabkan karena merendahkan mereka atau karena sifat sombong yang ada pada diri manusia. Namun rendahkanlah dirimu dan maniskanlah wajahmu terhadap mereka. *وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا* bermakna janganlah manusia itu berjalan dimuka buminya Allah ini dengan penuh kesombongan, keangkuhan, keotoriteran dan menjadi manusia yang pembangkang. Sesungguhnya Allah memurkai perilaku yang demikian itu. Untuk itu Allah katakan selanjutnya *إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ* sesungguhnya Allah tidaklah menyukai mereka yang sombong dan membanggakan diri. Fakhurr bermakna sombong kepada orang lain. Selanjutnya Allah katakan *وَاقْصِدْ فِي مَشْيِكَ* agar manusia menyederhanakan dirinya dalam berjalan, tidak terlalu cepat dan tidak terlalu lambat, akan tetapi adil atau pertengahan. *وَاعْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ* dan Allah perintahkan kepada manusia untuk melunakkan suaranya ketika berbicara dan tidak mengeraskan suara pada sesuatu yang tidak bermamfaat. *إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ* Sesungguhnya seburuk-buruk suara adalah suara keledai (Ibn Katsir, 1999).

Wahbah Az-Zuhaily menjelaskan didalam tafsirnya Al-Munir bahwa QS. Luqman [31]: 18-19 *وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ* Maknanya janganlah kamu sombong, tinggi hati, bersikap belagak, berpaling dan membuang muka. Namun bersifat *tawadhu*'lah kamu, rendah hati, santun, menampilkan wajah yang berseri dan ceria penuh nuansa persahabatan, kedekatan, dan kekeluargaan. *وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا* bermakna janganlah kamu berjalan dimuka bumi ini dengan berlagak tinggi hati, angkuh, sombong, dan arogan, mengagumi diri sendiri, merendahkan orang lain dan merasa lebih dari orang lain. Yang demikian itu dibenci oleh Allah SWT. Kata *فَخُورٍ* pada ayat tersebut bermakna orang-orang yang menghitung-hitung apa yang diberikan kepada dirinya dengan membanggakan-banggakannya dan tidak bersyukur kepada Allah (Az-Zuhaili, 2003).

Kemudian ayat selanjutnya *اقْصِدْ فِي مَشْيِكَ* bermakna berjalanlah kamu dengan cara yang lumrah, sedang dan wajar yang tidak terlalu lambat dan lunglai sehingga tampak seperti orang zuhud dan tidak cepat seperti lompatan setan. *وَاعْضُضْ مِنْ صَوْتِكَ* إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ janganlah kamu berteriak mengeraskan suaramu untuk sesuatu yang tidak ada gunanya, tapi rendahkanlah suaramu. Sesungguhnya suara yang keras menyakitkan telinga yang mengindikasikan congkak, membanggakan diri sendiri dan tidak mempedulikan orang lain. Berbicaralah dengan nada wajar sehingga lebih muda ditangkap dan dipahami (Az-Zuhaili, 2003).

Selanjutnya menurut M. Quraish Shihab QS. Luqman [31]: 18-19 merupakan nasihat Luqman al-Hakim kepada anaknya tentang akhlak dan sopan santun dalam berinteraksi dengan manusia. Beliau menasehati anaknya dengan mengatakan "*wahai anakku, janganlah*

engkau berkeras memalingkan pipimu yaitu mukamu kepada manusia siapapun dia karena dorongan kesombongan dan penghinaan kepada mereka." *تصغر* berasal dari kata *الصَّعْر* yang berarti penyakit yang menimpa unta yang menjadikan lehernya keseleo. Sehingga unta tersebut memaksakan dirinya untuk memalingkan wajahnya. Begitulah perumpamaan orang yang memalingkan wajahnya dari manusia, mereka berusaha keras untuk bersikap angkuh dan menghina orang lain. Namun tampillah engkau dengan wajah berseri dan penuh dengan kerendahan hati (Shihab, 2002).

Apabila engkau melangkah di muka bumi, janganlah berjalan dengan angkuh, tetapi berjalanlah dengan lemah lemu penuh dengan wibawa. Kata *في الأرض* pada ayat tersebut mengisyaratkan bahwasanya asal manusia itu tanah, sehingga hendaknya janganlah ia menyombongkan diri dan melangkah angkuh di temoat ia berasal. Mengutip dari apa yang dikatakan al-Biq'a'i bahwasanya bumi ini adalah tempat semua manusia berjalan, ada yang kuat, yang lemah, kaya, miskin, penguasa, rakyat jelata. Ini menunjukkan kesamaan dan dengan demikian tidak wajarlah untuk merasa lebih baik dari orang lain karena kita menginjak bumi yang sama. Sesungguhnya Allah tidak menyukai yakni tidak akan dianugerahkan kasih sayang kepada mereka yang sombong dan membanggakan diri. Kata *mukhtalan* terambil dari kata yang sama dengan *khayal*. Karena kata ini pada mulanya berarti orang yang tingkah lakunya diarahkan oleh khayalannya. Bukan karena kenyataan yang ada pada dirinya. Dan seseorang yang *mukhtal* seringkali membanggakan apa yang dimilikinya, bahkan tidak jarang membanggakan apa yang bukan miliknya. Dan itulah yang ditunjukkan oleh kata *fakhuran* yakni seringkali membanggakan diri.

Adapun selanjutnya menurut HAMKA congkak, sombong, takabur, membanggakan diri, semuanya itu menurut penyelidikan ilmu jiwa munculnya dari perasaan bahwa diri itu sebenarnya tidak begitu tinggi harganya. Diangkat-angkat ke atas, ditonjol-tonjolkan karena didalam lubuk jiwa terasa bahwa diri itu memang rendah atau tidak kelihatan. Dia hendak meminta perhatian orang. Sebab merasa tidak kelihatan. Ayat berikutnya menyampaikan agar jangan cepat-cepat dorong mendorong, takut kalau lekas payah. Jangan lambat tertegun-tegun, sebab itu membawa malas dan membuang waktu di jalan. Namun bersikaplah sederhana. Selanjutnya lunakkanlah suaramu. Janganlah bersuara keras tidak sepadan dengan yang hadir. Apakah lagi jika bergaul dengan orang ramai di tempat umum. Orang yang tidak tahu sopan santun lupa bahwa ditempat itu bukanlah dia saja yang duduk (HAMKA, 2003).

Dari penafsiran para mufassir diatas dapatlah disimpulkan bahwasanya QS. Luqman [31]: 18-19 menyampaikan pesan kepada manusia agar tidak membanggakan diri dan berlaku sombong ketika berjalan dimuka bumi ini. Allah benci terhadap perilaku orang-orang yang berjalan dengan kesombongan dan keangkuhan di muka bumi ini. Maka Allah perintahkanlah kepada manusia untuk berjalan dengan sederhana dimuka bumi ini.

## 2. Identifikasi Makna Sosial-Historis

Identifikasi makna historis merupakan tahap kedua dalam pendekatan tafsir kontekstual Abdullah Saeed. Tahapan ini dilakukan dengan merujuk pada *asbab an-nuzul* ayat serta konteks masyarakat Arab dan sekitarnya ketika ayat ini diturunkan. Ayat al-Qur'an tidaklah turun dalam ruang hampa. Melainkan ada faktor yang menyebabkan ayat tersebut turun. (Hasbiyallah, 2018) Dilihat dari konteks sosio-historis, QS. Luqman [31]: 18-19 turun dalam kebiasaan orang-orang Arab yang suka berbangga-bangga terhadap nasab dan nenek moyang mereka. Setiap kabilah hafal akan silsilah keluarganya yang menjadi kebanggaan bagi mereka terhadap kabilah yang lain. Kebiasaan orang Arab dalam membangga-banggakan nasab dan nenek moyangnya seringkali disertai dengan upaya merendahkan nenek moyang kabilah lain (Thaib, 2020).

Kebiasaan orang-orang Arab membanggakan nasab mereka juga disebutkan didalam al-Qur'an. Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah [2]: 200.

فَإِذَا قَضَيْتُمْ مَنَاسِكَكُمْ فَاذْكُرُوا اللَّهَ كَذِكْرِكُمْ آبَاءَكُمْ أَوْ أَشَدَّ ذِكْرًا فَمِنَ النَّاسِ مَن يَقُولُ رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِن خَلَقٍ

"Apabila kamu telah menyelesaikan manasik (rangkaiian ibadah) haji, berzikirlah kepada Allah sebagaimana kamu menyebut-nyebut nenek moyang kamu, bahkan berzikirlah lebih dari itu. Di antara manusia ada yang berdoa, "Ya Tuhan kami, berilah kami (kebaikan) di dunia," sedangkan di akhirat dia tidak memperoleh bagian apa pun." (QS. Luqman [31]: 18-19)

Ayat diatas memerintahkan kepada orang-orang Arab setelah berislam untuk lebih banyak mengingat Allah dalam manasik haji mereka melebihi banyaknya mereka mengungkit dan membanggakan apa yang sudah dilakukan ayah dan nenek moyang mereka. (Thaib, 2020) Nabi Muhammad SAW juga mengatakan dalam sebuah Hadits yang diriwayatkan oleh Muslim bahwa membangga-banggakan kebesaran luhur merupakan perbuatan jahiliyah.

أَرْبَعٌ فِي أُمَّتِي مِنْ أَمْرِ الْجَاهِلِيَّةِ لَا يَتْرُكُوهُنَّ الْفَخْرُ فِي الْأَحْسَابِ وَالطَّعْنُ فِي الْأَنْسَابِ وَالْإِسْتِسْقَاءُ بِالنُّجُومِ وَالنِّيَاحَةُ وَقَالَ النَّاحِيَةُ إِذَا لَمْ تَتُبْ قَبْلَ مَوْتِهَا تَقَامُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَعَلَيْهَا سِرْبَالٌ مِنْ قَطْرَانٍ وَدِرْعٌ مِنْ جَرَبٍ

"Empat hal yang terdapat pada umatku yang termasuk perbuatan jahiliyah yang susah untuk ditinggalkan: (1) membangga-banggakan kebesaran leluhur, (2) mencela keturunan, (3) mengaitkan turunnya hujan kepada bintang tertentu, dan (4) meratap mayit (niyahah)". Lalu beliau bersabda, "Orang yang melakukan niyahah bila mati sebelum ia bertaubat, maka ia akan dibangkitkan pada hari kiamat dan ia dikenakan pakaian yang berlumuran dengan cairan tembaga, serta mantel yang bercampur dengan penyakit gatal." (HR. Muslim).

Tidak hanya sampai disitu, bangsa Arab tidak hanya membangga-banggakan nasabnya. Bangsa Arab juga mempunyai kebiasaan berperang. Kabilah yang menang akan membangga-banggakan kabilahnya kepada kabilah yang lainnya. Kemudian riwayat-

riwayat mereka itu dituliskan dalam bentuk syair sebagai bentuk bahagia mereka dan disebarkan kepada yang lain. Dengan demikian tersebar luaslah berita yang ada pada syair itu tentang saling bangga membanggakan antar kabilah (Tabrani et al, 2023).

### 3. Identifikasi Makna Kontemporer

Pada tahap ini akan menghubungkan teks yang bersangkutan dengan konteks kontemporer. Penulis berupaya menarik makna ayat QS. Luqman [31]: 18–19 ke dalam konteks kekinian, khususnya dalam kaitannya dengan etika bermedia sosial di era digital. Fenomena yang berkembang saat ini menunjukkan fenomena perilaku flexing yang menampilkan gaya hidup mewah, memamerkan kekayaan dan membentuk citra diri secara berlebihan melalui media sosial (Rojiati & Afifah, 2024). Dalam konteks sosio-historis masyarakat Arab kala itu yang suka berbangga-bangga dengan nasab leluhur mereka. Orang-orang Arab juga memiliki kebiasaan membanggakan antar kabilahnya yang mereka pamerkan lewat syair mereka dan disebar ke berbagai penjuru Arab. (Thaib, 2020) Meskipun keduanya memiliki ekspresi kesombongan yang berbeda, namun esensi dari kesombongan zaman dahulu dengan zaman sekarang memiliki kesamaan. Yaitu untuk menonjolkan apa yang mereka miliki.

QS. Luqman [31]: 18-19 turun dalam ruang masyarakat Arab memiliki kebiasaan membanggakan nasab dan nenek moyang mereka. Kebiasaan ini disertai tujuan untuk merendahkan nasab dan nenek moyang orang lain. Selain itu kebiasaan merek dalam berperang telah menjadi kebanggaan bagi kabilah yang menang. Setiap kabilah yang menang akan menuliskan kemenangan mereka dalam syair dan di kirimkan ke berbagai tempat. Hal ini bertujuan agar orang-orang mengetahui mereka adalah kabilah yang hebat dan meremehkan kabilah yang di kalahkan (Tabrani et al, 2023).

Dalam ruang modern saat ini dengan pesatnya perkembangan teknologi telah memunculkan sifat yang sama dengan apa yang dimiliki orang Arab dahulunya di saat QS. Luqman [31]: 18-19 turun. Keberadaan media sosial yang telah menjadi ruang publik di gunakan oleh penggunanya sebagai sarana membangga-banggakan dirinya. Mereka menunjukkan glamor dirinya, kemewahan, dan kekayaan yang mereka miliki kepada ruang publik. Tujuan dari itu semua adalah untuk membangga-banggakan diri, mencari status sosial yang tinggi, mencari harga diri dan ingin di akui oleh banyak orang. Akibatnya perilaku flexing telah menimbulkan kesombongan, *riya'*, dan persaingan antar individu yang tidak sehat di media sosial. Fenomena tersebut telah mengekspresikan kesombongan seperti yang terjadi pada orang-orang Arab dahulunya. Meskipun bentuk mengekspresikannya berbeda cara, namun perilaku flexing yang terjadi hari ini memiliki esensi yang sama dengan sifat orang Arab yaitu kesombongan dan membangga-banggakan diri.

#### Diskusi

Bagian ini akan mengkontekstualkan ayat dengan zaman sekarang untuk melihat signifikansi dan hierarki nilai dari QS. Luqman [31]: 18–19 dalam menjawab permasalahan kontemporer terkait fenomena flexing. Flexing mencerminkan kebutuhan mendesak akan

pedoman moral yang mampu mengarahkan perilaku bermedia secara bijak. Flexing merupakan perilaku membangga-banggakan diri dengan menunjukkan glamor, kemewahan, dan kekayaan yang dimiliki keada ruang publik dengan tujuan mencari pengakuan dari orang lain dalam status sosial (Rojiati & Afifah, 2024). Di sisi lain flexing merupakan perilaku yang telah mengakibatkan persaingan antar individu. Yang menjadi problem pada perilaku flexing adalah sifat sombong dan membangga-banggakan diri.

Dalam hubungannya dengan konteks kekinian, QS. Luqman [31]: 18–19 hadir sebagai panduan moral yang menawarkan solusi atas perilaku flexing. Larangan untuk berjalan dengan sombong dan angkuh وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا jika dikaitkan dengan perilaku flexing maka berisi ajakan al-Quran kepada manusia untuk membangun budaya bermedia sosial yang tidak disertai dengan kesombongan dengan memamerkan glamor, kemewahan dan kekayaan yang dimiliki karena kegembiraan yang berlebihan dan tujuan merendahkan orang lain. Lanjutan ayatnya وَأَقْصِدْ فِي مَشْيِكَ mengajarkan kepada manusia sebuah sikap rendah hati, sederhana, dan santun dalam bermedia sosial. Perintah untuk sederhana itu merupakan perilaku yang berada di tengah-tengah, tidak berkekurangan dan tidak pula berlebihan. Maka sederhanalah dalam menggunakan media sosial. Kehadiran media sosial merupakan sebagai sarana yang telah memudahkan komunikasi. Maka selayaknya perilaku flexing tidaklah di lakukan pada media sosial. Namun milikilah sikap pertengahan yang tidak berlebih-lebihan dalam penggunaannya, yakni menggunakan sebagaimana fungsinya. Yang demikian itu merupakan sikap rendah hati dan santun dalam bermedia sosial.

Dalam konteks ini, hasil temuan penulis tidak hanya menegaskan pentingnya nilai-nilai akhlak dalam ruang digital, tetapi juga memperlihatkan bagaimana Al-Qur'an tetap relevan dalam menjawab tantangan moral masyarakat modern. Melalui interpretasi terhadap QS. Luqman [31]: 18–19 dengan tafsir kontekstual Abdullah Saeed bukan hanya sekadar pemaknaan spiritual atau moral, tetapi juga memiliki implikasi praktis dalam membangun etika bermedia sosial yang sehat. Ayat ini menuntun manusia untuk selalu bersikap rendah hati, menahan diri dari arogansi digital, dan menjaga etika dalam setiap ekspresi komunikasi. Penerapan nilai-nilai tersebut dapat menjadi solusi atas permasalahan flexing di media sosial. Dengan menjadikan Al-Qur'an sebagai pedoman, khususnya melalui pendekatan kontekstual seperti yang digunakan dalam penelitian ini, masyarakat diharapkan mampu menumbuhkan budaya bermedia sosial yang lebih bertanggung jawab, santun, dan beradab.

## Simpulan

Fenomena *flexing* di media sosial yang ditandai oleh perilaku pamer dan membanggakan diri merupakan perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai Al-Qur'an. Dengan menggunakan pendekatan tafsir kontekstual Abdullah Saeed terhadap QS. Luqman [31]:18–19, dapat disimpulkan bahwa Islam mengajarkan sikap rendah hati, kesederhanaan, dan etika dalam berinteraksi sosial, termasuk di ruang digital. Ayat ini mengandung larangan bersikap sombong dan angkuh, serta anjuran untuk bersikap santun

dan sederhana. Dengan mempertimbangkan konteks sosial-historis dan kebutuhan kontemporer bahwa ayat ini tidak hanya relevan dalam interaksi langsung, tetapi juga dalam konteks digital. Maka, QS. Luqman [31]:18–19 menjadi dasar etis dalam membentuk budaya bermedia sosial yang lebih arif, bijak, dan beradab, serta menghindari tindakan pamer atau flexing yang merusak nilai sosial.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk membahas fenomena-fenomena media sosial lainnya seperti *body shaming*, *cyberbullying*, dan fenomena lainnya di media sosial dengan menggunakan pendekatan tafsir kontekstual Abdullah Saeed atau dengan pendekatan tafsir lainnya. Mengkaji fenomena-fenomena di media sosial akan memperkaya pemahaman nilai-nilai al-Qur'an dalam konteks digital. Dengan demikian diharapkan akan memunculkan etika bermedia sosial yang berlandaskan pada nilai-nilai al-Qur'an.

### Daftar Pustaka

- Ahmad, F., Niam, M., Fatmawati, N., Uyun, A., Firdaus, I. N. N., & Zulfahmi, M. N. (2022). Etika bermedia sosial dalam perseperktif NU. *JASNA: Journal for Aswaja Studies*, 2(2), 83–101. <https://doi.org/10.34001/jasna.v2i2.4065>
- Aksin, N., & Baedowi, S. (2020). Berita bohong (hoax) perspektif hukum Islam. *Jurnal Informatika Upgris*, 6(1), 79–88. <https://doi.org/10.26877/jiu.v6i1.6792>
- Al-Baqi, M. F. A. (1945). *Mu'jam al-mufahras li alfazh al-Qur'an*. Kairo: Dar al-Kutub al Mishriyyah.
- Ali, A. F. (2023). Etika bermedia sosial: Kajian kontekstual hadis *Al-Muslimu man salima al-Muslimūna min lisānihi wa yadihi*. *Tammat (Journal of Critical Hadith Studies)*, 1–12. <https://ejournal.uinsgd.ac.id/index.php/tammat/article/view/15>
- Ashfahani, A. Q. H. b. M. al-M. (2003). *Al-mufrodāt fi gharib al-Qur'an*. Kairo: Al-Maktabah At-Taufikiyah.
- Ath-Thabari, A. J. M. b. J. (2001). *Tafsir At-Thabari Jami' al-Bayan 'an Ta'wil Ay al-Qur'an al-Juzu al-'Isyruna*. Kairo: Dar al-Hijr.
- Az-Zuhaili, W. (2003). *Al-Tafsir al-Munir fi al-'Aqidah wa asy-Syariah wa al-Manhaj al-Mujallidu al-Hadiya 'Asyar* (Vol. 10). Damaskus: Dar al-Fikri.
- Batoebara, M. U., & Hasugian, B. S. (2023). Isu hoaks meningkat menjadi potensi kekacauan informasi. *Device: Journal of Information System, Computer Science and Information Technology*, 4(2), 64–79. <https://doi.org/10.46576/device.v4i2.4044>
- Budiman, A. (2023). Analisis etika Ibnu Miskawaih terhadap fenomena 'flexing' di media sosial. *SETYAKI: Jurnal Studi Keagamaan Islam*, 1(4), 30–40. <https://doi.org/10.59966/setyaki.v1i4.647>
- Fatimah, S., Maulidya, O., Putri, P., Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. (2023). Flexing: Fenomena perilaku konsumen dalam perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 1204–1212.
- Fina, L. I. N. (2015). Interpretasi kontekstual Abdullah Saeed: Sebuah penyempurnaan terhadap gagasan tafsir Fazlur Rahman. *Hermeneutik*, 9(1), 65–90.
- Haj, A. A., Wahyudi, D., Nawawi, M., Esya, R. A., Nisa, S. K., & Zahra, S. M. (2022). Privasi dalam bersosial media. *KOMMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 66–72.

- HAMKA. (2003). *Tafsir Al-Azhar* (Vol. 7). Singapura: Pustaka Nasional PTE LTD Singapura.
- Hasbiyallah, M. (2018). Paradigma tafsir kontekstual: Upaya membumikan nilai-nilai al-Qur'an. *Al-Dzikra: Jurnal Studi Ilmu Al-Qur'an dan Al-Hadits*, 12(1), 21–50. <https://doi.org/10.24042/al-dzikra.v12i1.2924>
- Imaduddin, I. b. A. b. K. al-Q. a.-D. (1999). *Tafsir al-Qur'an al-Azhim*. Saudi Arabiyah: Dar Thaybah.
- Juminem. (2019). Adab bermedia sosial dalam pandangan Islam. *Geneologi PAI: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(1), 23–34. <https://doi.org/10.32678/geneologipai.v6i1.1799>
- Kusnadi, K., & Mardani, M. (2022). Etika bermedia sosial dalam era globalisasi. *Begawan Abioso*, 13(2), 89–103. <https://doi.org/10.37893/abioso.v13i2.190>
- Luqman, M. (2021). Etika bermedia sosial dalam al-Qur'an (Analisis tahlili terhadap Surah Al-Hujurat). *Repository PTIQ Jakarta*. Institut Perguruan Tinggi Ilmu Al-Qur'an Jakarta.
- Manzhur, I. A. (2003). *Lisan al-Arab*. Kairo: Dar al-Hadits.
- Muzaki, D., Nasichah, N., Raya, M. H., Fatiyah, N., & Damayanti, N. I. (2023). Etika dalam penggunaan media sosial: Perilaku komunikasi yang bertanggung jawab. *Jurnal Teknik Informatika dan Elektro*, 5(2), 60–72. <https://doi.org/10.55542/jurtie.v5i2.706>
- Nugrahani, F. (2017). Penggunaan bahasa dalam media sosial dan implikasinya terhadap karakter bangsa. *Stilistika*, 3(1), 1–18. <https://journal.univetbantara.ac.id/index.php/stilistika/article/view/1/1>
- Pohan, S., Munawwarah, P., & Sinuraya, J. S. B. (2023). Fenomen flexing di media sosial dalam menaikkan popularitas diri sebagai gaya hidup. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial*, 3(2), 490–493. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i2.851>
- Putra, A. E., Doho, Y. D. B., Savitri, G. A., & Fianto, L. (2023). Prinsip dan etika komunikasi dalam penggunaan media baru. *Jurnal Nomosleca*, 9(2), 216–232. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v9i2.9815>
- Rahmawati, D., Aksana, M. D. A., & Mukaromah, S. (2023). Privasi dan keamanan data di media sosial: Dampak negatif dan strategi pencegahan. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(1), 571–580. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v3i1.354>
- Rojiati, U., & Afifah, N. (2024). Analisis fenomena flexing: Keterkaitan antara gaya hidup dan popularitas. *Komsospol*, 4(1), 38–47. <https://doi.org/10.47637/komsospol.v4i1.1220>
- Saeed, A. (2006). *Interpreting the Qur'an: Towards a contemporary approach* (Vol. 1). Abingdon: Routledge Taylor & Francis Group.
- Sahetapy, D. S., Pratama, F. N. G., Siagian, H. P., & Hendrawan, E. S. (n.d.). Analisis penyebaran informasi hoax melalui media sosial di kalangan masyarakat. *Jurnal Hukum Media Justia Nusantara*.
- Salam, R., & Sundari, D. (2023). Pengaruh flexing di sosial media dalam perspektif Islam. *Al-Sharf Jurnal Ekonomi Islam*, 4(3), 276–285.
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, kesan dan keserasian al-Qur'an* (Vol. 11). Jakarta: Lentera Hati.
- Silaban, G. H., Pangaribuan, M. S., Simanjuntak, P. A., & Surip, M. (2024). Pengaruh etika berbahasa Indonesia yang buruk di media sosial terhadap individu. *Fonologi: Jurnal*

- Ilmuan Bahasa dan Sastra Inggris*, 2(2), 104–110.  
<https://doi.org/10.61132/fonologi.v2i2.655>
- Sujayanthi, N. W. M. (2020). Peranan moral dalam mengapresiasi hasil karya seni. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 35(2), 196–201. <https://doi.org/10.31091/mudra.v35i2.1053>
- Tabrani, A., Sutiyono, A., Khunaifi, A., & Istiyani, D. (2023). *Kondisi bangsa Arab pra Islam dan awal*. Direktorat Jenderal Pendidikan Islam Kementerian Agama Republik Indonesia.
- Thaib, Z. B. H. (2020). *Adat kebiasaan bangsa Arab dalam pembahasan al-Qur'an*. <http://repository.dharmawangsa.ac.id/601/1/Buku%20Adat%20Kebiasaan%20bangsa%20Arab%20dalam%20Pembahasan%20al-Qur%27an.pdf>
- Usrah, K. (2023). *Fenomena flexing di media sosial dalam pandangan al-Qur'an*. UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh.
- Wahidah, J. N., & Khodijah, K. (2023). Fenomena flexing di medsos: Dampaknya pada hubungan sosial dan ekonomi. *Hidmah: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 22–33.
- Zakaria, A. H. A. b. F. (1005). *Al-Mu'jam al-Maqayis al-Lughoh*. Kairo: Dar al-Fikri.