

**PERSEPSI MAHASISWA
UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
TENTANG FENOMENA *FLEXING* DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memproleh Gelar Sarjana Pendidikan dalam
Bidang Pendidikan Agama Islam*

Oleh:

**RIZQI HIDAYAH TANJUNG
NIM. 2220100005**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM

**FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2026

**PERSEPSI MAHASISWA
UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
TENTANG FENOMENA *FLEXING* DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**



SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Syarat
Memproleh Gelar Sarjana Pendidikan dalam
Bidang Pendidikan Agama Islam*

Oleh

**RIZQI HIDAYAH TANJUNG
NIM. 2220100005**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM

**FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2026**

**PERSEPSI MAHASISWA
UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
TENTANG FENOMENA *FLEXING* DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**



SKRIPSI



Diajukan Sebagai Syarat

*Memproleh Gelar Sarjana Pendidikan
dalam Bidang Pendidikan Agama Islam*

Oleh:

RIZQI HIDAYAH TANJUNG

22201000005

Pembimbing I

Dr. Abdusima Nasution, M.A.
NIP. 1974092120050110002

Pembimbing II

Efrida Mandasari Dalimunthe, M.Psi.
NIP. 198808092019032006

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM

FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY

PADANGSIDIMPUAN

2026

SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING

Hal : Skripsi
a.n. Rizqi Hidayah Tanjung
Lampiran : -

Padangsidimpun, Juni 2026
Kepada Yth,
Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu
Keguruan UIN Syekh Ali Hasan
Ahmad Addary Padangsidimpun
di-
Padangsidimpun

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan sepenuhnya terhadap skripsi a.n Rizqi Hidayah Tanjung yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpun Tentang Fenomena *Flexing* di Media Sosial Tiktok”**, maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar sarjana pendidikan (S.Pd) dalam bidang Ilmu Program Studi Pendidikan Agama Islam pada Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpun.

Seiring dengan hal di atas, maka saudara tersebut dapat menjalani sidang munaqosyah untuk mempertanggung jawabkan skripsi ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat dimaklumi dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

PEMBIMBING I,



Dr. Abdusima Nasution, M.A.
NIP. 1974092120050110002

PEMBIMBING II,



Efrida Mandasari Dalimunthe, M.Psi
NIP. 198808092019032006

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizqi Hidayah Tanjung
NIM : 2220100005
Program Studi : Pendidikan Agama Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Tentang Fenomena *flexing* di Media Sosial Tiktok

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak syah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Pasal 14 Ayat 12 Tahun 2023.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam Pasal 19 Ayat 2 Tahun 2023 tentang Kode Etik Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, Juni 2026

Saya yang Menyatakan,



Rizqi Hidayah Tanjung
NIM. 2220100005

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizqi Hidayah Tanjung
NIM : 2220100005
Program Studi : Pendidikan Agama Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul “Persepsi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan Tentang Fenomena *flexing* di Media Sosial Tiktok” Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada Tanggal : Juni 2026

Ienyatakan,

Rizqi Hidayah Tanjung
NIM. 2220100005



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : Rizqi Hidayah Tanjung
NIM : 2220100005
Program Studi : Pendidikan Agama Islam
Fakultas : Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidimpuan Tentang Fenomena *Flexing* di Media Sosial Tiktok

Ketua

Sekretaris

Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag
NIP. 19641013 199103 1 003

Efridawati Harahap, M. Pd.I
NIP. 19870627 202521 2 050

Anggota

Prof. Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag
NIP. 19641013 199103 1 003

Efridawati Harahap, M. Pd.I
NIP. 19870627 202521 2 050

Anita Angraini Lubis, M.Hum
NIP. 19931020 202012 2 011

Saqdiatul Khoiriyah, M.Pd
NIP. 19920928 202521 2 012

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Ruang Ujian Munaqasyah Prodi PAI
Hari/Tanggal : Kamis, 18 Juni 2026
Pukul : 09.00 WIB s/d Selesai
Hasil/Nilai : Lulus/80 (A)
Indeks Prestasi Kumulatif : Cumlaude/ Pujian



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : Persepsi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad
Addary Padangsidempuan Tentang Fenomena
flexing di Media Sosial Tiktok**

NAMA : Rizqi Hidayah Tanjung

NIM : 2220100005

Telah dapat diterima untuk memenuhi
syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan (S.Pd)



Padangsidempuan, Juni 2026

Dekan,

Dr. Hamka, M.Hum.

NIP 19840815 200912 1 005

ABSTRAK

Nama : Rizqi Hidayah Tanjung
Nim : 2220100005
Program Studi : Pendidikan Agama Islam
Judul Skripsi : Persepsi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Tentang Fenomena *Flexing* Di Media Sosial Tiktok.

Maraknya fenomena *flexing* di media sosial TikTok yang menampilkan gaya hidup mewah, kekayaan, dan pencapaian sebagai bentuk pencitraan diri di ruang digital dinilai berpotensi memengaruhi pola pikir dan perilaku mahasiswa dalam kehidupan sosial. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tentang fenomena *flexing* di media sosial TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis persepsi mahasiswa tentang fenomena tersebut. Kajian teori dalam penelitian ini membahas tentang konsep persepsi, mahasiswa, media sosial TikTok, serta fenomena *flexing* dalam perspektif umum dan pandangan Islam. Penelitian ini menjelaskan bahwa *flexing* merupakan perilaku pamer kekayaan atau pencapaian yang dapat menimbulkan dampak positif maupun negatif dalam kehidupan sosial. Penelitian ini dilaksanakan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif melalui pendekatan deskriptif. Sumber data diperoleh dari mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam angkatan 2022. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan dokumentasi, kemudian dianalisis dengan teknik reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa memiliki persepsi negatif tentang fenomena *flexing* di media sosial TikTok. Sebagian mahasiswa menilai *flexing* dapat menjadi motivasi apabila disampaikan secara positif, namun secara umum fenomena tersebut dipandang dapat memicu perilaku konsumtif, rasa iri, serta bertentangan dengan nilai kesederhanaan dalam Islam.

Kata kunci: Persepsi Mahasiswa, *Flexing*, Media Sosial, TikTok.

ABSTRACT

Name : Rizqi Hidayah Tanjung
Student ID : 2220100005
Study Program : Islamic Religious Education
Thesis Title : *Students' Perceptions of UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan on the Phenomenon of Flexing on Tiktok Social Media*

The rise of the flexing phenomenon on TikTok social media, which showcases luxurious lifestyles, wealth, and achievements as a form of self-image construction in the digital space, is considered to have the potential to influence students' mindsets and social behavior. The formulation of the problem in this study is how students of UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan perceive the phenomenon of flexing on TikTok social media. This study aims to identify and analyze students' perceptions of the phenomenon. The theoretical framework of this study discusses the concepts of perception, students, TikTok social media, and the phenomenon of flexing from both general and Islamic perspectives. This study explains that flexing is a behavior of showing off wealth or achievements that may create both positive and negative impacts in social life. This research was conducted at UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan using a qualitative research method with a descriptive approach. The data sources were obtained from students of the Islamic Education Study Program, class of 2022. Data collection techniques were carried out through interviews and documentation, then analyzed using data reduction, data presentation, and conclusion drawing techniques. The results of the study indicate that the majority of students have negative perceptions toward the flexing phenomenon on TikTok social media. Some students believe that flexing can serve as motivation if presented positively; however, in general, the phenomenon is viewed as potentially triggering consumptive behavior, feelings of envy, and contradicting the Islamic values of simplicity.

Keywords : *Student Perception, Flexing, Social Media, TikTok.*

ملخص

الاسم : رزقي هدايه تنجوغ

الرقم الجامعي : ٢٢٢٠١٠٠٠٠٥

التخصص : التربية الدينية الإسلامية

عنوان الرسالة : تصورات طلاب جامعة الشيخ علي حسن أحمد أداري بادانجسيديمبوان الإسلامية الحكومية
حول ظاهرة التباهي على تيك توك

تعد ظاهرة التباهي المنتشرة في وسائل التواصل الاجتماعي، ولا سيما تطبيق تيك توك، والتي تظهر أنماط الحياة الفاخرة والثروة والإنجازات بوصفها وسيلة لبناء الصورة الذاتية في الفضاء الرقمي، من الظواهر التي ينظر إليها على أنها قد تؤثر في طريقة تفكير الطلبة وسلوكهم الاجتماعي. وتتمثل مشكلة البحث في: كيف هي تصورات طلبة جامعة الشيخ علي حسن أحمد الداري الإسلامية الحكومية بادانج سيديمبوان تجاه ظاهرة التباهي في تطبيق تيك توك؟ ويهدف هذا البحث إلى معرفة وتحليل تصورات الطلبة حول هذه الظاهرة. ويتناول الإطار النظري في هذا البحث مفاهيم الإدراك، والطلبة، ووسائل التواصل الاجتماعي تيك توك، وظاهرة التباهي من المنظور العام والمنظور الإسلامي. كما يوضح البحث أن التباهي هو سلوك يقوم على إظهار الثروة أو الإنجازات، وقد يترتب عليه آثار إيجابية وسلبية في الحياة الاجتماعية. أجري هذا البحث في جامعة الشيخ علي حسن أحمد الداري الإسلامية الحكومية بادانج سيديمبوان باستخدام المنهج البحثي النوعي من خلال المدخل الوصفي. وتم الحصول على البيانات من طلبة قسم تربية الدين الإسلامي دفعة ٢٠٢٢. وجمعت البيانات من خلال المقابلات والتوثيق، ثم حللت باستخدام أساليب اختزال البيانات، وعرضها، واستخلاص النتائج. وأظهرت نتائج البحث أن غالبية الطلبة لديهم تصورات سلبية تجاه ظاهرة التباهي في تطبيق تيك توك. ويرى بعض الطلبة أن التباهي قد يكون مصدرا للتحفيز إذا عرض بصورة إيجابية، إلا أن هذه الظاهرة تعد بشكل عام سببا في تعزيز السلوك الاستهلاكي، وإثارة مشاعر الحسد، كما أنها تتعارض مع قيم التواضع والبساطة التي يدعو إليها الإسلام.

الكلمات المفتاحية: تصورات الطلاب، التباهي، وسائل التواصل الاجتماعي، تيك توك

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah rabbi ‘alamin, segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt, karena atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “ *Persepsi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Tentang Fenomena Flexing di Media Sosial Tiktok* ” . Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad Saw, beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini membahas tentang “**Persepsi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Tentang Fenomena *Flexing* di Media Sosial Tiktok**”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi Pendidikan Agama Islam di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, bantuan, motivasi, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis dengan tulus menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Abdusima Nasution, M.A., selaku pembimbing I yang telah membimbing dan memotivasi dalam penulisan skripsi ini, dan Ibu Efrida

Mandasari Dalimunthe, M.Psi. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.

2. Bapak Prof. Dr. . Sumper Mulia Harahap , M. Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang telah memberikan kesempatan untuk menimba ilmu diperguruan tinggi ini dan kebijakan dalam menempuh studi serta Prof Arbanurrasyid, M.A., Wakil Rektor Bidang Akademik dan Kelembagaan, Prof Dr. Darwis Harahap, M. A., Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, dan Dr. Ikhwanuddin Harahap, M. Ag., Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerja Sama.
3. Bapak Dr. Hamka, M. Hum, Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan, Dr. Akhiril Pane, S. Ag., M.Pd. Wakil Dekan Akademik dan Bidang Kelembagaan, Dr. Suparni, S. Si., M.Pd, Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Dr. Muhlison M. Ag., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Alumni dan Kerja Sama. Serta Ibu Ketua Program Studi Pendidikan Agama Islam yang selalu memberikan arahan dan dukungan.
4. Seluruh Dosen dan Staf Administrasi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan yang telah memberikan ilmu dan pelayanan selama penulis menempuh studi.
5. Ibu Nursri Hayati, M.A. Ketua Program Studi Pendidikan Agama Islam.
6. Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A., Selaku Penasehat Akademik yang membimbing peneliti selama perkuliahan.

7. Bapak Yusri Fahmi, S. Ag., S. M. Hum., Kepala UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan beserta seluruh pegawai perpustakaan.
8. Teristimewa kepada orang tua tercinta, Ayah dan Ibu. Kalian adalah sumber kekuatan, inspirasi, serta cahaya yang selalu menerangi setiap Langkah perjalanan hidup penulis. Dari pengorbanan dan kerja keras Ayah, penulis belajar tentang arti keteguhan dan tanggung jawab. Dari kelembutan kasih sayang serta doa yang tak pernah putus dari Ibu, penulis belajar tentang kesabaran, ketulusan, dan keiklasan. Setiap doa yang terucap dari hati kalian telah menjadi kekuatan yang mengiringi setiap Langkah penulis hingga sampai tahap ini. Semoga Allah Swt senantiasa melimpahkan Kesehatan, kebahagiaan, serta pahala berlipat ganda atas segala pengorbanan yang telah diberikan
9. Untuk adik-adikku tersayang Mutiah Fitri Tanjung, Efrina Marito Tanjung, dan Husnul Hotimah Tanjung yang selalu memberikan keceriaan, dukungan, dan semangat kepada penulis. Kehadiran kalian menjadi sumber kebahagiaan yang mampu menghapus kelelahan ditengah perjalanan Panjang ini. Semoga kebersamaan, kasih sayang, dan ikatan keluarga yang kita miliki senantiasa terjaga dan menjadi kekuatan dalam menjalani kehidupan di masa yang akan datang.
10. Terima kasih untuk diriku sendiri. Terimakasih karena telah mampu bertahan melewati berbagai proses yang tidak selalu mudah. Terimakasih karena tidak menyerah meskipun sering merasa Lelah dan ragu. Setiap Langkah, setiap

perjuangan, dan setiap air mata yang pernah jatuh telah menjadi bagian perjalanan berharga dalam meraih impian ini. Semoga semua usaha yang telah dilakukan menjadi awal dari Langkah-langkah kebaikan yang leboh besar di masa depan. Dan penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, menambah khazanah ilmu pengetahuan, serta menjadi amal kebaikan yang bernilai disisi Allah Swt.

11. Terima kasih kepada sahabat- sahabat ku yang menjadi bagian dari perjalanan ini Mintana Rizki Lubis, Nurhadawiyah Ismayani Hasibuan, dan Rosmasita Siregar, Gud Maini Tambunan, Nopri Dayanti Lubis, Zhesa, Zii. Kebersamaan yang kita lalui, baik dalam suka maupun duka, telah memberikan warna tersendiri dalam proses perjuangan ini. Kehadiran kalian menjadi penguat di saat lelah, menjadi penyemangat di saat semangat mulai meredup, serta menjadi pengingat bahwa setiap perjuangan akan terasa lebih ringan ketika dijalani bersama.
12. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan karya ilmiah ini. Akhir kata, semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya, serta bagi para pembaca dan pengembangan pendidikan agama Islam pada umumnya.

Padangsidimpuan, Juni 2026

Rizqi Hidayah Tanjung

2220100005

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi Arab-Latin dalam skripsi ini berdasarkan Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No. 158 tahun 1987 dan No. 0543 b/u/1987 yang secara garis besar dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem penulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam Transliterasi ini sebagian dilambangkan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan Transliterasinya dengan huruf Latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	 ‘ ...	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	Fathah	A	A
—	Kasrah	I	I
—	Dammah	U	U

Contoh:

- كتب - kataba
- فعل - fa'ala
- ذكر - zukira
- يذهب - yazhabu
- سئل - suila

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasi gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan huruf	Nama
ي ...	Fathah dan ya	ai	a dan i
و ...	Fathah dan wau	au	a dan u

Contoh:

- كيف - kaifa
- هول - haula

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang lambangnya dengan harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ي ... ا ...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ي ...	Kasroh dan ya	Ī	i dan garis di atas
و ...	Dammah dan waw	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قال	- qāla
رمي	- ramā
قيل	- qīla
يقول	- yaqūlu

d. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

1) Ta Marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau yang mendapat harkat fathah, kasroh dan dammah, transliterasinya adalah /t/.

2) Ta' Marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

روضة الاطفال	- raudatul al-atfal
	- raudatu al-atfal
المدينة المنورة	- al-Madīnah al-Munawwarah
	- al-Madīnatul Munawwarah

e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah tersebut.

Contoh:

ربنا	- rabbanā
نزل	- nazzala
البر	- al-birr
نعم	- nu'ima
الحج	- al-hajju

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال. Namun dalam transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qomariah.

1) Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu. Pola yang dipakai ada dua, seperti berikut:

2) Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

Kata sandang yang diikuti huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiah maupun qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sambung/hubung.

Contoh:

الرجل	- ar-rajulu
الشمس	- asy-syamsu
البيدع	- al-badi'u
السيدة	- as-sayyidatu
القلم	- al-qalamu
الجلال	- al-jalālu

g. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan *opostrof*. Namun, hal ini hanya terletak di tengah dan akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

1) Hamzah di awal:

امرت	- umirtu
اكل	- akala

2) Hamzah ditengah:

تأخذون	- takhuẓūna
تأكلون	- takulūna

3) Hamzah di akhir:

شيء	- syaiun
النوء	- an-nauu

h. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *huruf* ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan. Maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara, bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan. Contoh:

و ان الله لهو خير الرازقين	- Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn.
	- Wa innallāha lahuwa khairur-rāziqīn.

فاوفوا الكيل والميزان	- Fa aufū al-kaila wa al-mīzāna.
	- Fa aufū al-kaila wal-mīzāna.

بسم الله مجرّها و مرسها	- Bismillāhi majrēhā wa mursāhā.
-------------------------	----------------------------------

و لله على الناس حج البيت	- Wa lillāhi 'alā an-nāsi hijju al-baiti
	manistatā'a ilaihi sabīlā.

من استطاع اليه سبيلا

- Wa lillāhi 'alā an-nāsi hijju al-baiti
manistatā'a ilaihi sabīlā.

i. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

و ما محمد الا رسول

- Wa mā **Muhammadun** illā rasūl.

ان اول بيت وضع للناس للذي ببكة مباركا
– Inna awwala baitin wudi'a lin-nāsi
lillaẓī Bi Bakkata mubārakan.

شهر رمضان الذي انزل فيه القرآن

- Syahru **Ramadāna** al-laẓī unzila fīhi
al-**Qurānu**.

ولقد راه بالفق المبين

- Wa laqad raāhu bil-ufuqil-mubīni.

الحمد لله رب العلمين

- Al-hamdu lillāhi rabbil-'ālamīna.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak digunakan.

Contoh:

نصر من الله وفتح قريب

- Nasrum **minallāhi** wa fathun qarīb.

الله الامر جميعا

- **Lillāhi** al-amru jamī'an.

- Lillāhil amru jamī'an.

والله بكل شيء عليم

- **Wallāhu** bikulli syaiin 'alīmun.

j. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	
HALAMAN SAMPUL	
SURAT PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQOSAH	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iv
PEDOMAN TRENSLITERASI ARAB LATIN.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Masalah.....	7
C. Batasan Istilah	7
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian.....	10
F. Manfaat Penelitian	11
G. Sistematika Pembahasan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. Persepsi	13
a. Pengertian persepsi	13
b. Jenis-jenis persepsi.....	14
c. Komponen - komponen persepsi	17
d. Faktor - faktor yang memengaruhi pepsepsi	18
2. Mahasiswa.....	19
a. Pengertian Mahasiswa	19
b. Peran Mahasiswa	19
3. Media Sosial Tiktok	21
a. Pengertian Media Sosial	21
b. Karakteristik Media Sosial	23
c. Dampak Penggunaan Media Sosial	25
d. Tiktok	26
4. <i>Flexing</i>	30
a. Pengertian <i>Flexing</i>	30
b. Contoh <i>Flexing</i> di Media Sosial Tiktok	35
c. Faktor-faktor Penyebab <i>Flexing</i>	37
d. Dampak Positif dan Negatif <i>Flexing</i>	38

e. <i>Flexing</i> di Media Sosial dalam Pandangan Islam.....	40
B. Penelitian Terdahulu	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	51
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	51
B. Jenis Penelitian	51
C. Subjek Penelitian	52
D. Sumber Data	52
E. Teknik Pengumpulan Informan	54
F. Teknis Pengumpulan Data	55
G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data.....	57
H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
B. Deskripsi Data Penelitian	65
1. <i>Flexing</i> Sebagai Pamer kekayaan dan Gaya Hidup Mewah.....	66
2. <i>Flexing</i> sebagai Motivasi dan Ekspresi Diri.....	68
3. <i>Flexing</i> dalam pandangan Islam	71
C. Pengolahan dan Analisis Data	73
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	81
E. Keterbatasan Penelitian.....	84
BAB V Penutup.....	86
A. Kesimpulan	86
B. Implikasi Hasil Penelitian	87
C. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	48
Tabel 4.1 Tabel Hasil Wawancara	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Pedoman Wawancara
Lampiran II Hasil Wawancara
Lampiran III Dokumentasi

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era digitalisasi, teknologi berkembang pesat cenderung lebih fokus pada dunia virtual daripada realitas. Orang-orang bersedia melakukan berbagai hal untuk menampilkan diri mereka dengan baik di dunia virtual, yang biasanya merujuk pada kehidupan di media sosial seperti Youtube, Instagram, Tiktok, dan lainnya. Baru-baru ini, fenomena *flexing* telah muncul dan diadopsi oleh hampir semua pengguna media sosial dalam upaya mereka untuk mencari popularitas. *Flexing* dalam istilah sederhana, berarti memamerkan diri dengan tujuan mendapatkan perhatian orang lain.¹

Di tengah maraknya penggunaan tiktok, muncul fenomena yang disebut dengan “*flexing*” (pamer kekayaan, pencapaian, dan gaya hidup mewah).² Di era maraknya penggunaan Tiktok sebagai media sosial populer, fenomena *flexing* mulai banyak terlihat, yaitu tindakan memamerkan kekayaan, pencapaian, serta gaya hidup mewah di ruang publik digital.

Seiring meningkatnya pemanfaatan Tiktok sebagai *platform* berbagi konten, muncul pula kecenderungan pengguna untuk memperlihatkan harta, prestasi, maupun kehidupan glamor. Fenomena ini dikenal dengan istilah

¹Umi Rojati, dan Noor Afifah, Analisis Fenomena *Flexing*: Keterkaitan Antara Gaya Hidup dan Popularitas, *Jurnal Komunikasi Sosial dan Politik*, Volume 4 Nomor 1, 2024, Hal 38.

²Ika Himmiatus Salamah, Muhammad Fadhi Wathani dkk, “*Personal Branding* ala Generasi Digital: Kajian Tafsir Maqasihid Terhadap *Trend Flexing*”, *Jurnal Ilmu Alquran Tafsir*, Volume 4, No. 2, 2025, hlm. 236.

flexing yang menggambarkan upaya seseorang dalam menunjukkan status sosialnya kepada publik. Fenomena ini ditandai dengan munculnya konten-konten yang menampilkan barang-barang *branded*, kendaraan mewah, liburan keluar negeri, makanan di restoran mahal, hingga gaya hidup hedonis lainnya. *Flexing* telah menjadi tren yang viral dan memicu pro-kontra di kalangan masyarakat, terutama karena dapat menimbulkan dampak psikologis seperti rendah diri, kecemasan sosial, dan perilaku konsumtif di kalangan penontonnya.³

Adapun dampak *flexing* yaitu: 1. cenderung konsumtif, perilaku ini akan menyebabkan seseorang bersifat israf (boros), sehingga seseorang yang selalu merasa kurang dan lupa untuk selalu bersyukur atas nikmat yang Allah berikan kepadanya. 2. memperkuat status sosial, *flexing* bisa menjadi cara bagi orang untuk menunjukkan kekayaan, status, atau popularitas mereka, memperkuat hierarki sosial dan memperlebar jurang antara orang kaya dan miskin. 3. tekanan untuk berprestasi, *flexing* dapat menciptakan tekanan bagi orang untuk selalu tampil sempurna dan berprestasi dalam segala hal, yang dapat menyebabkan kecemasan, depresi, dan bahkan gangguan mental.

Berdasarkan uraian tersebut, dampak dari praktik *flexing* sangat bervariasi, baik bagi pelaku maupun bagi orang yang menyaksikannya, dan hal ini tergantung pada cara individu menghadapinya. Bagi pelaku *flexing*,

³ Ety Nurhayat, dan Rakhmaditya Dewi Noorrizki, *Flexing: Perilaku Pamer Kekayaan di Media Sosial dan Kaitannya dengan Self-Esteem*, *Jurnal Flourishing*, Vol 2 Nomor 5, 2022, Hal 370.

tujuannya mungkin positif, seperti untuk mengekspresikan apresiasi terhadap pencapaian pribadi atau memberikan motivasi kepada orang lain bahwa hasil yang baik dapat dicapai melalui usaha. Namun, dampak negatif dari *flexing* juga bisa membahayakan pelaku, misalnya, praktik tersebut mengundang rasa iri atau akan memicu reaksi negatif dari orang lain.⁴

Flexing sebenarnya adalah bahasa baru. Dalam Islam istilah *flexing* lebih dikenal dengan perbuatan riya. Islam selaku agama yang mengajarkan perilaku mulia melarang pemeluknya melakukan perilaku tercela, dan juga riya. Memperlihatkan kekayaan itu dianggap riya disadari ataupun tidak. Perilaku riya itu adalah tindakan syirik yang kecil namun dosanya besar sekali.⁵

Nilai nilai Islam mengajarkan kesederhaaan dan menghindari sikap riya atau pamer yang dapat merusak nilai spiritual seseorang.⁶ Namun disisi lain mahasiswa juga merupakan bagian dari masyarakat digital yang terpapar oleh berbagai konten media sosial setiap harinya. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan mempersepsikan fenomena *flexing* di media sosial tiktok, apakah mahasiswa melihatnya sebagai

⁴ Mala Hayati, dan Luthviah Romziana, Budaya *Flexing* dan Implikasinya terhadap Mentalitas Masyarakat Muslim: Perspektif Al-Qur'an dan Psikologi Sosial, Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar, Vol. 10, No, 2025, hlm.222.

⁵ Shine Al Anjuwi, dan Vensy Alaisyahda, Pandangan Hukum Islam Terhadap Fenomena *Flexing* di Media Sosial, *Jurnal Kajian Hukum Islam*, Vol. 8, No. 2 Desember 2023, Hal 205.

⁶ Syarifah Fatimah, dan Oggy Maulidya Perdana Putri, Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol 9 Nomor 1, 2023, Hal 6.

motivasi, bentuk ekspresi diri yang wajar atau sebagai perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam.

Menurut Imam Al- Ghazali dalam karyanya pandangan Imam Al- Ghazali tentang takabbur dan ujub, kesombongan merupakan sikap menolak kebenaran dan meremehkan orang lain dengan merasa dirinya lebih cerdas, lebih tinggi, lebih mulia. Orang sombong biasanya enggan menerima nasehat, tetapi menuntut agar dirinya selalu diterima orang lain. Dengan demikian, siapapun yang merasa lebih baik dibandingkan dengan orang lain termasuk kedalam golongan orang yang sombong.⁷

Kesombongan sendiri dapat diartikan sebagai perasaan memiliki kelebihan baik dalam hal status, kecerdasan, kekayaan, maupun kehormatan dibandingkan dengan orang lain. Terdapat dalam firman Allah Swt dalam QS. Al- Isro Ayat (17) :37, Sebagai berikut:

وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّكَ لَنْ تَخْرِقَ الْأَرْضَ وَلَنْ تَبْلُغَ الْجِبَالَ
طُورًا ٣٧

Artinya: “Janganlah engkau berjalan di bumi ini dengan sombong karena sesungguhnya engkau tidak akan dapat menembus bumi dan tidak akan mampu menjulang setinggi gunung.”⁸

M. Quraish Shihab dalam Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an menjelaskan QS Al-Isro Ayat (17) :37 diatas dalam arti

⁷ Ahmad Rusdi, Psikoterapi Penyakit Sombong Pesspektif Al-Ghazali. *Prosiding Konferensi Nasional III Psikologi Kesehatan* – Fakultas Psikologi YARSI. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2021, Hal 92.

⁸ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), hlm. 370.

kiyasan yakni kesombongan yang dilakukan untuk menampakkan kekuasaan dan kekuatan pada hakikatnya adalah hanya waham dan ilusi. Waham menurut KBBI Artinya keyakinan atau pikiran yang salah karena bertentangan dengan dunia nyata serta dibangun atas unsur yang tidak berdasarkan logika, sangka, curiga.⁹ Sebab sebenarnya ada yang lebih kuat daripada engkau yakni bumi, terbukti kakimu tidak dapat menembus bumi, dan ada juga yang lebih tinggi dari kamu yakni gunung. Maka akuilah bahwa engkau sebenarnya rendah lagi hina. Tidak ada sesuatu yang dikehendaki dan diperebutkan manusia dalam hidup ini seperti kerajaan, kekuasaan, kemuliaan, harta benda dan lain-lain kecuali hal-hal yang bersifat waham yang tidak mempunyai hakikat diluar pengetahuan batas manusia. Itu semua diciptakan dan ditundukkan Allah untuk diandalkan manusia guna memakmurkan bumi dan penyempurnaan kalimat (ketetapan Allah).¹⁰

Adapun penjelasan ayat diatas adalah ayat ini mengandung pesan moral agar manusia tidak bersikap sombong dan angkuh dimuka bumi. Allah melarang manusia berjalan dengan penuh kesombongan karena hakikatnya manusia adalah mahluk yang lemah dan terbatas, sombong dalam berjalan dimaknai sebagai simbol perilaku yang menunjukkan keangkuhan hati, merasa diri lebih tinggi dan lebih hebat dari orang lain.

⁹Kamus Besar Bahasa Indonesia Online “ *Waham*” ([Arti kata waham - Kamus Besar Bahasa Indonesia \(KBBI\) Online](#)) diakses pada tanggal 15 November 2025 pukul 11:45 WIB.

¹⁰M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm.466-467.

Padahal, sebesar apapun kekuatan atau kelebihan manusia, ia tidak akan mampu menembus bumi maupun menjulang setinggi gunung. Larangan ini menegaskan bahwa semua bentuk keangkuhan adalah tidak pastas bagi makhluk ciptaan Allah yang sejatinya penuh keterbatasan.

Selain itu, ayat ini juga mengajarkan nilai tawadhu' (rendah hati) sebagai lawan dari sifat sombong. Kesombongan sering kali muncul karena seseorang lupa bahwa segala nikmat dan kelebihan berasal dari Allah, bukan hasil kekuatan dirinya sendiri.

Dengan menyadari hakikat dirinya sebagai hamba, manusia akan terhindar dari penyakit hati seperti takabbur, riya', dan ujub. Oleh karena itu, ayat ini menjadi dasar penting dalam pembinaan akhlak agar setiap individu menumbuhkan sikap rendah hati dan tidak berlebihan dalam menampakkan kebanggaan diri di hadapan orang lain.

Dalam konteks fenomena *flexing* di media sosial Tiktok, persepsi mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menjadi hal yang penting untuk dikaji. Mahasiswa sebagai generasi muda intelektual sekaligus calon penerus bangsa memiliki cara pandang tersendiri dalam menilai perilaku pamer kekayaan dan gaya hidup mewah di dunia digital.

Dengan memahami bagaimana persepsi mahasiswa tentang fenomena *flexing*, peneliti dapat mengetahui sejauh mana nilai-nilai keislaman, khususnya tentang kesederhanaan dan kerendahan hati, dipahami dan diterapkan dalam kehidupan bermedia sosial. Hal inilah yang

mendorong peneliti untuk melakukan penelitian mengenai Persepsi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Tentang fenomena *Flexing* di Media Sosial Tiktok.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti mengangkat judul **Persepsi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Tentang Fenomena *Flexing* di Media Sosial Tiktok.**

B. Fokus Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus dan dapat diselesaikan dengan baik, penelitian ini dibatasi pada persepsi mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tentang penggunaan media sosial TikTok, khususnya fenomena *flexing*. Penelitian ini hanya melibatkan mahasiswa UIN Syahada Padangsidempuan sebagai informan . Fokus kajian diarahkan pada pandangan mahasiswa tentang *flexing* di TikTok yang dalam perspektif Islam berkaitan dengan perilaku riya dan termasuk syirik kecil, serta dampaknya terhadap akhlak dan perilaku mahasiswa.

C. Batasan Istilah

1. Persepsi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia persepsi diartikan tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu atau proses seseorang mengetahui beberapa hal melalui pancainderanya ¹¹ . Secara terminologis persepsi merupakan peroses pengolahan serta penafsiran

¹¹ KBBI Online “Pepsepsi” ([Arti kata persepsi - Kamus Besar Bahasa Indonesia \(KBBI\) Online](#)) diakses 14 November 2025 pukul 21:07 WIB.

informasi yang diperoleh melalui pancaindera sehingga individu dapat memberikan arti atau pemahaman tentang suatu rangsangan, baik berupa objek, peristiwa, maupun hubungan antar fenomena.¹² Dalam penelitian ini, persepsi yang diteliti peneliti adalah persepsi mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Program Studi Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022.

2. Mahasiswa

Mahasiswa adalah orang yang menempuh Pendidikan di perguruan tinggi seperti Universitas, Institut, atau akademi, dan mereka yang terdaftar sebagai siswa disana disebut mahasiswa. Namun, konsep ini lebih luas dari sekedar administratif. Kata kemahasiswaan berasal dari kata “mahasiswa” yang terdiri dari maha artinya ter dan “siswa” artinya terpelajar. Mahasiswa artinya yang terpelajar. Hal ini menunjukkan siswa tidak hanya belajar, tetapi juga menerapkan pengetahuan, berinovasi, dan berkoreasi tinggi.

Status Pelajar adalah kebanggaan sekaligus tantangan besar, dengan ekspektasi dan tanggung jawab tinggi. Mereka berperan sebagai agen perubahan yang memberikan solusi bagi masalah masyarakat.¹³

Dalam penelitian ini mahasiswa yang dimaksud adalah mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Program Studi Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022.

¹² Dina Sukma, *Psikologi Umum* (Depok: Rajawali Pers, 2021), hlm. 100.

¹³ Ahmad Qomaruddin, Hilangnya Kesadaran Diri Mahasiswa Untuk Kuliah, *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, Volume 3, Nomor 1, April 2021, Hal 3.

3. *Flexing*

Menurut Kamus Merriam – Webster, *Flexing* diartikan *to make an ostentatious display of something : show off*, yakni memamerkan sesuatu atau yang dimiliki secara mencolok.¹⁴ Berdasarkan Kamus Merriam-Webster, *Flexing* diartikan sebagai tindakan menonjolkan atau memperlihatkan sesuatu secara mencolok dengan tujuan menarik perhatian. Istilah ini menggambarkan kebiasaan seseorang yang suka memperlihatkan apa yang dimilikinya - seperti harta, kemampuan, atau prestasi - dengan cara yang mencuri perhatian agar terlihat unggul atau istimewa di mata orang lain.

4. Media Sosial

Media Sosial adalah alat bantu dalam menyampaikan informasi dari seseorang kepada seseorang atau kelompok orang, untuk mencapai tujuan individu maupun tujuan kelompok. Menurut Nasrullah Media Sosial dapat dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media. Sebagai platform media yang memfokuskan kepada eksistensi pengguna dan memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna,

¹⁴Kamus Merriam-Webster Online “*flexing*” ([FLEXING | definition in the Cambridge English Dictionary](#)) diakses pada tanggal 15 November 2025 pukul 07: 08 WIB.

sekaligus sebagai ikatan sosial. Ada berbagai bentuk media sosial yaitu seperti facebook, Instagram, YouTube, Tiktok, Twitter.¹⁵ Adapun media yang dimaksud dalam penelitian ini adalah media sosial Tiktok

5. Tiktok

Tiktok merupakan sebuah *platform* media sosial yang memungkinkan pemakaiannya menciptakan video pendek disertai dengan berbagai macam pilihan fitur seperti musik, stiker filter dan beberapa fitur kreatif lainnya. Popularitas tiktok ini memungkinkan banyak pengguna, terutama kalangan anak muda, memanfaatkan *platform* ini untuk memperoleh informasi dan pemberitahuan yang dikemas padat dan jelas melalui konten tiktok.¹⁶

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tentang fenomena *flexing* di media sosial Tiktok?

E. Tujuan Penelitian

Melihat permasalahan yang ada, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tentang fenomena *flexing* di media sosial tiktok.

¹⁵ Rino Febrianno Boer, *Menyelisik Media Sosial* (Malang: CV Literasi Nusantara Abadi, 2021), hlm. 27-29

¹⁶Almaidah Bahri, dan Chella Meira Damayanti, Yosephine Helena Sirait, Fitri Alfarisy, Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris di Indonesia, *Jurnal Indonesia Sains*, Vol. 3 No. 1 Januari 2022, Hal 1120.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat untuk mengetahui pandangan mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tentang fenomena *Flexing* di media sosial tiktok

2. Manfaat praktis

- a. Menambah pengetahuan baru bagi penyusun khususnya mahasiswa pada umumnya tentang fenomena *flexing* di media sosial tiktok. agar mahasiswa lebih bijak dalam menggunakan media sosial tiktok.
- b. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dalam bidang Pendidikan Islam (S.Pd) di Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan.

G. Sistematika Pembahasan

Agar dapat mempermudah mengenai gambaran pada proposal ini, maka peneliti menggambarkan sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab sebagai berikut:

BAB I : Pendahuluan, bab ini merupakan pembahasan tentang latar belakang masalah, batasan masalah, batasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika pembahasan.

BAB II : Landasan teori, berisi tentang persepsi: pengertian persepsi, jenis-jenis persepsi, komponen-komponen persepsi, dan faktor-faktor yang

memengaruhi persepsi. Mahasiswa: pengertian mahasiswa, peran mahasiswa. Media Sosial Tiktok: pengertian media sosial, karakteristik media sosial, dan dampak penggunaan media sosial, dan Tiktok . *flexing* : definisi *flexing* , Contoh *flexing* di media sosial tiktok, faktor-faktor penyebab *flexing* , dampak positif dan negatif *flexing* , dan *flexing* di media sosial dalam pandangan al-qur'an., dan kajian terdahulu/ penelitian terdahulu.

BAB III : Metodologi penelitian, bab ini merupakan pembahasan tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan informan, instrument pengumpulan data, teknik pengecekan keabsahan data, dan Teknik analisis data.

BAB IV : Hasil penelitian yang membahas tentang deskripsi data hasil penelitian, pembahasan, dan keterbatasan penelitian

BAB V : Merupakan penutup yang memuat kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Persepsi

a. Pengertian Persepsi

Persepsi berasal dari bahasa latin: *perception, percipio*. Kata tersebut mengandung arti tindakan menyusun, mengenali dan menafsirkan informasi sensoris guna memberikan gambaran dan pemahaman tentang lingkungan.¹⁷

Menurut KBBI Persepsi adalah tanggapan (penerimaan) langsung dari sesuatu.¹⁸ Persepsi merupakan salah satu tahapan dari serangkaian proses pengolahan informasi pada diri manusia atau biasa disebut dengan komunikasi intrapersonal yaitu proses seseorang dalam menerima informasi, mengolahnya, menyimpannya, dan menghasilkannya Kembali. Persepsi adalah pengalaman tentang suatu peristiwa , objek atau hubungan-hubungan yang dapat diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. persepsi adalah memberikan makna pada stimulus indrawi. Pengertian persepsi menurut Desirato adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan- hubungan

¹⁷ Rachmat Hendayana, *Persepsi dan Adopsi Teknologi* (Jakarta: IAARD PRESS, 2019), hlm. 6

¹⁸ Dendi Sugono, *Kamus Bahasa Indonesia* (Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional, 2008), hlm. 1167

yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Pesan dapat dikatakan sebagai pemberian makna pada stimuli indrawi (sensory stimuli).¹⁹

Jadi peneliti dapat simpulkan Persepsi merupakan proses internal dalam diri seseorang untuk menerima, mengolah, dan menafsirkan informasi dari lingkungan hingga menjadi pengalaman yang bermakna. Setiap individu dapat memiliki hasil persepsi yang berbeda karena perbedaan dalam perasaan, kemampuan berpikir, serta pengalaman hidup masing-masing. Dengan demikian, persepsi berperan penting dalam membentuk cara seseorang memahami dan merespons berbagai stimulus yang diterimanya.

b. Jenis- jenis Persepsi

Menurut Irwanto, setelah individu melakukan interaksi dengan objek-objek yang dipersepsikan maka hasil persepsi dapat dibagi menjadi dua yaitu:

- 1) Persepsi Positif, merupakan pemahaman dan tanggapan seseorang tentang suatu objek yang kemudian diwujudkan melalui pemanfaatan serta dukungan secara aktif. Dalam hal ini, individu menunjukkan keterbukaan, penerimaan, dan kesediaan untuk mendukung objek yang dipersepsikan.

¹⁹ Dzul Fahmi, *Persepsi bagaimana sejatinya persepsi membentuk kontruksi berpikir kita* (Yogyakarta: Psikologi Corner, 2020, hlm. 11.

- 2) Persepsi Negatif, merupakan pemahaman dan tanggapan seseorang tentang suatu objek yang tidak sesuai dengan karakteristik atau harapan tentang objek tersebut. Sikap ini ditunjukkan melalui penolakan, kritik, atau perlawanan tentang objek yang dipersepsikan.²⁰

Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa persepsi, baik yang positif maupun yang negatif, selalu mempengaruhi seseorang dalam melakukan tindakan. Kemunculan persepsi positif dan negatif sepenuhnya bergantung pada bagaimana cara seseorang menggambarkan segala hal yang diketahuinya melalui persepsi.

Soejorno Soekanto dalam bukunya *sosiologi suatu pengantar* mengatakan persepsi dapat dibedakan beberapa jenis yaitu:

1) Persepsi Auditori

Persepsi auditori merupakan salah satu modalitas dalam proses berpersepsi yang berkaitan dengan kemampuan individu dalam menangkap, memahami, serta menginterpretasikan rangsangan yang diterima melalui indera pendengaran.

²⁰ Tias Febtiana Sari, Peran Efikasi Diri Terhadap Persepsi Mahasiswa Menghadapi Program Merdeka Belajar- kampus Merdeka, *JurnalCendikia Ilmiah*, Volume. 3 No. 6, Oktober 2025, hlm. 1642.

Dalam konteks fenomena *flexing* di media sosial Tiktok persepsi auditori mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan terbentuk melalui unsur bunyi yang terdapat dalam konten tersebut, seperti musik latar, narasi, maupun dialog yang digunakan pembuat konten tersebut. Unsur-unsur tersebut memengaruhi bagaimana mahasiswa menafsirkan makna yang ingin disampaikan oleh creator. Misalnya, musik dengan nada mewah, atau kata-kata bernada sombong dapat menimbulkan persepsi bahwa konten tersebut bermaksud memamerkan kekayaan atau status sosial.

2) Persepsi Visual

Persepsi visual merupakan kemampuan individu dalam menangkap mengenali, dan menafsirkan rangsangan yang diterima melalui indera penglihatan. Proses melihat tidak hanya bersifat fisik, tetapi juga melibatkan unsur kognitif seperti perhatian, interpretasi, serta pemaknaan tentang objek yang diamati.

Dalam konteks fenomena *flexing* di media sosial Tiktok persepsi visual mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tentang *flexing* di media sosial Tiktok terbentuk melalui penglihatan atau pengamatan tentang tampilan visual yang ditampilkan oleh para konten

creator. Tampilan tersebut dapat berupa pakaian mewah, kendaraan pribadi, barang beremerek, hingga latar tempat yang menunjukkan kemewahan dan status sosial. Melalui proses persepsi visual, mahasiswa menafsirkan simbol-simbol tersebut dengan berbagai sudut pandang.²¹

c. Komponen - Komponen Persepsi

Dalam kajian psikologi dikatakan bahwa tingkah laku seseorang, harus merupakan fungsi dari cara dia memandang. Oleh karena itu untuk mengubah tingkah laku seseorang, harus dimulai dari mengubah persepsinya. Dalam proses persepsi, terdapat 3 komponen utama yaitu:

- 1) Seleksi, merupakan proses penyaringan oleh indera tentang rangsangan dari luar, intensitas dan jenisnya dapat banyak atau sedikit.
- 2) Interpretasi, yaitu proses mengorganisasikan informasi sehingga mempunyai arti bagi seseorang. Interpretasi juga bergantung pada kemampuan seseorang untuk mengadakan pengkategorian informasi yang diterimanya, yaitu melalui reduksi informasi yang kompleks menjadi sederhana

²¹Andi Syaputra, dan Heri Rahmatsyah, Persepsi Masyarakat Terhadap Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM), *Jurnal Prodi Kominikasi*, dan Penyiaran Islam Volume. 11 No. 1, Juni 2020, hlm. 6-7

- 3) Interpretasi dan persepsi kemudian diterjemahkan dalam bentuk tingkah laku sebagai reaksi.²²

d. Faktor-faktor yang Memengaruhi Persepsi

Adapun faktor-faktor yang memengaruhi persepsi adalah:

- 1) Faktor perhatian, yaitu sebagai proses mental Ketika stimulus menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimulus lainnya melemah. Perhatian terjadi jika mengkonsentrasikan diri pada salah satu indera kita, dan mengenyampingkan masukan – masukan alat indera yang lain.
- 2) Faktor personal, yaitu berasal dari kebutuhan pengalaman masa lalu dan hal hal lain termasuk apa yang disebut sebagai faktor-faktor personal dan yang menentukan persepsi bukan jenis atau bentuk stimulus, tetapi karakteristik orang yang memberikan respons pada stimulus itu.
- 3) Faktor Situasional, yaitu berasal dari sifat stimulus fisik dan efek-efek syaraf yang ditimbulkan pada system syaraf individu.²³

²² Erwin Hafid, " Persepsi Mahasiswa Mengenai Dampak Penerapan Metode Pembelajaran Dosen Studi Pada Jurusan Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Alauddin Maakassar)", *Jurnal* Volume VII, Nomor. 1, Januari -Juni 2018, Hlm.116.

²³ Marco E. N. Sumarandak, Aristotulus E. Tungka, "Pinkan Peggy Egam, Persepsi Masyarakat terhadap Kawasan Monumen di Manado", *Jurnal Spasial* Vol. 8, 2, 2021, hlm. 257

2. Mahasiswa

a. Pengertian Mahasiswa

Kata mahasiswa terbentuk dari dua kata esensial yaitu “maha “ dan “siswa”. Maha artinya unggul atau tinggi, sedangkan siswa berarti orang yang sedang belajar. Kombinasi dari dua kata ini mengacu pada keuntungan khusus bagi orang yang menyandangnya.

Dalam PP No. 30 Tentang Pendidikan Tinggi disebutkan bahwa mahasiswa adalah mahasiswa yang terdaftar yang menempuh Pendidikan di perguruan tinggi perorangan. Yaitu Lembaga Pendidikan yang bertujuan untuk mempersiapkan mahasiswa menjadi anggota masyarakat yang memiliki keterampilan akademis dan profesional dapat mengembangkan atau menciptakan ilmu pengetahuan, teknologi, atau seni.²⁴

b. Peran Mahasiswa

- 1) Dalam memperdalam dan mengembangkan diri dalam bidang karya ilmiah yang dipraktikkannya sehingga ia memiliki kemampuan memikul tanggung jawab intelektual.
- 2) Menjadi jembatan antara dunia akademis dan dunia empiris dalam arti pemetaan pemecahan masalah kehidupan, khususnya menurut bidangnya.

²⁴ Riswan Jaenuddin dkk, *Sikap Mahasiswa Universitas Sriwijaya dan Omdurman Islamic University terhadap permasalahan Sosial* (Palembang: Bening Media Publishing, 2020), Hlm. 20.

- 3) Mahasiswa adalah perubahan dinamis dalam masyarakat menuju pembangunan yang lebih baik (agen perubahan)

Adapun peran mahasiswa dalam kehidupan sosial masyarakat yaitu:

a) Peran Moral

Masiswa memiliki peran moral dalam kehidupan masyarakat yaitu sebagai penjaga nilai-nilai kebenaran, kejujuran, dan keadilan. mahasiswa juga berperan sebagai penggerak perubahan yang membawa dampak positif bagi masyarakat dengan cara bermoral dan beradab bukan melalui kekerasan.

b) Peran Sosial

Mahasiswa harus memupuk jiwa sosial yang tulus atau dengan kata lain solidaritas kemanusiaan. Solidaritas itu tidak dibatasi oleh batas-batas kelompok, tetapi solidaritas kemanusiaan universal secara utuh.

c) Peran Akademik

Sesibuk apapun mahasiswa, turun jalan, turun kemasyarakat dengan aksi sosial, sebanyak apapun agenda kegiatannya, tidak membuat mereka lupa bahwa mahasiswa

adalah para akademisi. Mahasiswa dengan segala kesibukannya harus memelihara perkuliahannya.²⁵

3. Media Sosial Tiktok

a. Pengertian media Sosial

Istilah media sosial terdiri atas dua kata yaitu media dan sosial. Media berarti komunikasi, sedangkan kata sosial diartikan sebagai realitas sosial bahwa setiap orang melakukan tindakan yang memberikan kontribusi tentang masyarakat.²⁶

McGraw Hill *Dictionary* mendefenisikan media sosial adalah media yang digunakan oleh kebanyakan orang agar dapat berinteraksi satu sama lain dengan cara melahirkan, dan menciptakan, berbagi, serta bertukar informasi dan gagasan dalam sebuah jaringan dan komunitas virtual.²⁷

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual, dsb. Jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan masyarakat diseluruh dunia.²⁸

²⁵Nazmi Nur Alifa, Ulya Salwa Shabihah dkk, Peran Mahasiswa Dalam Pengembangan Desa Melalui Perspektif *Community Development*, *Jurnal Pekerjaan Sosial*, Volume 6, No. 1, Juli 2023, hlm. 207.

²⁶Shine Al Anjuwi, dan Vensy Alaisyahda, dkk, Pandangan Hukum Islam Terhadap Fenomena Flexing di Media Sosial, *Jurnal Kajian Hukum Islam*, Volume 8, No. 2, Desember, hlm. 207.

²⁷Andi Asari dkk, *Peran Media Sosial Dalam Pendidikan* (Yogyakarta: CV Istana Agency, 2023), hlm.86.

²⁸A.Rafiq, Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Volume 1, No. 1, 2020, hlm. 19

Adapun menurut para ahli pengertian media sosial yaitu:

- 1) Menurut Philip dan Kevin Keller pengertian media sosial adalah sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya.
- 2) Andreas Kaplan dan Michael Haenlaen mendefinisikan media sosial sebagai “ sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi teknologi web 2,0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran “*User-generated content*” jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat *web page* pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.
- 3) Menurut M. Terry definisi media sosial adalah suatu media komunikasi dimana pengguna dapat mengisi kontennya secara Bersama dan menggunakan teknologi penyiaran berbasis internet yang berbeda dari media cetak dan media siaran tradisional.²⁹

Jadi penulis dapat simpulkan media sosial adalah media berbasis teknologi internet (media online) yang membuat masyarakat bisa berhubungan sosial, berkolaborasi, dan

²⁹Anang Sugeng Cahyono, Dampak Media Sosial Terhadap Permasalahan Sosial Anak, *Jurnal Unita. Ac.id*, hlm 91-92

membagikannya dengan orang lain. Dengan itu, pengguna dapat lebih mudah ikut serta, berbagi dan membuat postingan.

b. Karakteristik Media Sosial

Menurut Nasrullah, ada beberapa karakteristik media sosial yaitu:

1) Jaringan (*Network*)

Kata jaringan (*Network*) bisa dipahami dalam terminology bidang teknologi seperti ilmu computer yang berarti infrastruktur yang menghubungkan antara coputer dan perangkat keras (*hardware*) lainnya. Media sosial memiliki karakter jejaring sosial, media sosial terbangun dari struktur jaringan atau internet.

2) Informasi (*information*)

Informasi menjadi entitas yang penting dari media sosial. Karena tidak seperti media lainnya di internet, pengguna media soal mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3) Arsip (*archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan dimanapun. Kekuatan media sosial sebagai bagian dari media baru yang tidak hanya bekerja

berdasarkan jaringan dan informasi semata, tetapi juga memiliki arsip.

4) Interaksi (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak hanya sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut, interaksi yang terjadi di media sosial terbentuk saling mengomentari, atau memberikan tanda seperti jempol, like, share dan lain-lain.

5) Simulasi Sosial (*Simulation*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat didunia virtual. Memahami makna simulasi, menurut Jean Baudrillard, mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang real dibenak hal layak semakin berkurang dan tergantikan dengan realita semu.

6) Konten Oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Karakteristik ini lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). Term ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi symbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keluasan pengguna untuk berpartisipasi.

7) Penyebaran (*Share/ Sharing*)

Media Sosial tidak hanya menyediakan konten yang dibangun dari dan dikonsumsi oleh penggunanya. Ini merupakan ciri dari media sosial yang menunjukkan bahwa hal layak aktif menyebarkan konten sekaligus menyebarkannya.³⁰

c. Dampak Penggunaan Media Sosial

1) Dampak Positif

Adapun dampak Positif penggunaan media sosial secara umum yaitu:

- a) Mempererat hubungan sosial.
- b) Memudahkan akses informasi untuk belajar.
- c) Memperluas jaringan pertemanan.
- d) Meningkatkan keterampilan berkomunikasi secara digital.
- e) Meningkatkan keberanian bereksperimen.
- f) Meningkatkan kemampuan berpikir kreatif melalui konten edukatif dan interaksi online.³¹

³⁰ Neng Dewi Kurnia, dan Riche Chintia Johan, Gema Rullyana, Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di UPT Perpustakaan Itenas, P-ISSN: 2089-6549 E- ISSN: 2582-2182, Volume 8, No. 1, Mei 2018, hlm. 5-6.

³¹ Muhammad Rafif Dzikri, Siti Aisyah, dan Ainun Mahfuzah, Dampak Positif dan Negatif Media Sosial Terhadap Perilaku Siswa Madrasah Ibtidaiyah, *Jurnal Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah*, Volume 7, No. 2, 2024, hlm. 141.

2) Dampak Negatif

Adapun dampak negatif penggunaan media sosial yaitu mengurangi intensitas bergaul dan berkumpul dengan orang lain disekitarnya, adanya kurang kepedulian tentang sesama karena lebih sering berinteraksi dengan media sosial daripada interaksi secara langsung didunia nyata.³²

d. Tiktok

Tiktok merupakan aplikasi yang menyediakan berbagai efek unik dan menarik yang mudah digunakan oleh penggunanya untuk membuat video pendek. Aplikasi ini berasal dari Tiongkok dan dikembangkan oleh perusahaan besar bernama *Bytedance* pada bulan September 2016. Sebelum dikenal luas seperti sekarang, Tiktok awalnya bernama Douyin, yang hanya memungkinkan pengguna mengunggah video berdurasi 15 detik.

Seiring dengan perkembangan teknologi, aplikasi ini dengan cepat menyebar ke seluruh dunia dan berhasil mencapai 100 juta pengguna hanya dalam waktu satu tahun. Namun, karena nama Douyin kurang populer di kalangan masyarakat global, perusahaan kemudian menggantinya menjadi Tiktok.

³² Muhammad Ayub, dan Sofia Farzanah Sulaeman, Dampak Sosial media Terhadap Interaksi Sosial Pada Remaja: Kajian Sistematis, *Jurnal Penelitian Bimbingan Konseling*, Volume 7, No. 1, 2022, hlm .29.

Tingkat popularitas Tiktok melonjak pesat pada tahun 2019, ketika jumlah unduhannya di Google Play Store telah mencapai lebih dari 500 juta pengguna aktif di seluruh dunia. Tiktok menjadi populer di kalangan mahasiswa karena menggabungkan unsur musik dan lipsync dengan fitur-fitur kreatif yang belum dimiliki aplikasi lain.³³

Tiktok merupakan sebuah aplikasi media sosial dan *platform* video musik dari Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016. Tiktok adalah aplikasi yang memungkinkan penggunaannya membuat, mengedit, dan membagikan video pendek dengan beragam efek dan filter menarik. Selain itu, Tiktok menyediakan pilihan musik latar yang bisa dimanfaatkan untuk membuat video menjadi lebih atraktif. Popularitas aplikasi ini meluas di berbagai kalangan, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa.

Berdasarkan data dari Kompas.com (2024), Indonesia menjadi negara dengan pengguna media sosial TikTok terbesar di dunia pada 2024. Berdasarkan data Statista pada Agustus 2024, Indonesia menempati urutan pertama pengguna Tiktok terbanyak dengan jumlah 157,6 juta orang per Juli 2024. Banyaknya pengguna Tiktok disebabkan oleh kontennya yang

³³ Dwi Rabiatal Adawiyah, Pengaruh Penggunaan Tiktok Terhadap Tingkat Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang, *jurnal Komunikasi*, Volume 14, No. 2, September 2020, hlm. 14

sesuai dengan minat masyarakat, yaitu ringan, menghibur, dan cepat dinikmati.

Pada aplikasi Tiktok, pengguna dapat dengan mudah membuat berbagai konten video sesuai keinginan mereka. Mereka tidak hanya bisa melihat dan meniru video orang lain, tetapi juga memiliki kebebasan untuk menciptakan video secara mandiri dengan ide-ide kreatif mereka sendiri. Konten yang dihasilkan beragam, mulai dari video menarik, tarian, lipsylypsync, hingga mengikuti tantangan yang dibuat oleh pengguna lain.

Tiktok dikenal sebagai aplikasi yang mampu menghibur penggunanya. Safitri, Y. R, Menyatakan bahwa banyak pengguna yang menyebutnya sebagai aplikasi yang menghadirkan hiburan sekaligus menumbuhkan kreativitas di kalangan pengguna melalui tampilan konten yang ada di beranda. Aplikasi ini juga memungkinkan penggunanya menjadi dikenal atau terkenal berkat video yang mereka buat. Ada yang dikenal karena kreativitas, kelucuan, atau keunikan videonya, dan popularitas ini bergantung pada bagaimana setiap penonton atau pengguna lain menilainya.

Dampak Positif Penggunaan Tiktok

Menurut Batoebara, M. U. (2020), terdapat beberapa keunggulan Tiktok yang menjadikannya salah satu aplikasi media sosial dengan banyak pengguna.

- 1) Tiktok mendorong kreativitas pengguna dalam menghasilkan karya, terutama dalam format video.
- 2) Aplikasi ini memberi ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan kreativitas mereka, khususnya dalam pembuatan konten video.
- 3) Tiktok memungkinkan pengguna mengasah keterampilan dalam mengedit video, yang dapat dimanfaatkan untuk menghasilkan konten-konten yang lebih bermakna.
- 4) Tiktok juga berfungsi sebagai terapi healing, karena menyediakan konten motivasi yang bisa menjadi penyemangat atau sumber inspirasi penggunanya.
- 5) Tiktok kini tidak hanya menyediakan konten music, tetapi juga telah merambah kedua bisnis, sehingga dapat digunakan sebagai *platform* untuk berbagai kegiatan bisnis.

Dampak Negatif Penggunaan Tiktok

- 1) Aplikasi ini dapat membuat pengguna menyia-nyiakan waktu. Dengan banyaknya variasi konten di Tiktok, pengguna sering kali mengabaikan waktu produktif mereka yang seharusnya bisa dimanfaatkan untuk belajar atau melakukan aktivitas positif lainnya.

- 2) Tiktok tidak memiliki Batasan usia yang ketatTikTok tidak memiliki batasan usia yang ketat, sehingga akses tentang konten di platform ini terbuka untuk semua kalangan, termasuk anak-anak. Hal ini memungkinkan mereka mengakses konten yang kurang sesuai untuk usia mereka.
- 3) Aplikasi Tiktok kerap disalahgunakan oleh beberapa kreator untuk menyebarkan ujaran kebencian. Tindakan ini dilakukan untuk mencari ketenaran dengan cara saling menghujat atau menyebarkan kebencian, yang dapat memberikan dampak negatif tentang audiensnya.³⁴

4. *Flexing*

a. Pengertian *Flexing*

Flexing secara bahasa memiliki arti “pamer” atau “*showing off*”. *Flexing* di media sosial merupakan cara untuk memperoleh pengakuan dari masyarakat dengan menggunakan simbol-simbol tertentu. seperti penampilan, kekayaan, dan pencapaian.³⁵

Istilah *flexing* memang baru muncul dalam qurun waktu dekat ini, namun, fenomena *flexing* ini sudah ada sejak zaman

³⁴Justiyan Warism Luthpi Saepuloh dkk, Pengaruh Penggunaan Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Sejarah Terhadap Minat Belajar Siswa Kelas XI SMAN 4 Sukabumi, *Jurnal Review dan Pengajaran*, Volume 8, No. 1, 2025, hlm. 2917-2918

³⁵Ai Nurul Fahmi, Siti Komariah dkk, *Flexing* dan Personal Branding : konten Analisis Sosial Media Generasi Z di Indonesia, *Jurnal Analisa Sosiologi*, Vol 13 (1), 2024, hlm 29.

dahulu serta contohnya sudah dijelaskan didalam Al-Qur'an Surah Al-Qasas (28) : 76 yang bunyinya:³⁶

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

Artinya: “Sesungguhnya Qarun termasuk kaum Musa, tetapi dia berlaku aniaya tentang mereka. Kami telah menganugrahkan kepadanya perbendaharaan harta yang kunci-kuncinya sungguh berat dipikul oleh sejumlah orang yang kuat-kuat. (ingatlah) Ketika kaumnya berkata kepadanya, “janganlah engkau terlalu bangga. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang teralu membanggakan diri”. (Al-Qasas, 28: 76).³⁷

Dari Tafsir Ibn Kathir dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan larangan Allah tentang Orang-orang berlebihan dalam membanggakan diri, menurut Ibn Abbas, adalah sikap kesombongan. Mujahid Menambahkan bahwa yang termasuk katagori tersebut ialah orang-orang yang sombong, angkuh, serta tidak menyukuri nikmat yang telah Allah anugrahkan kepada mereka.³⁸

³⁶ Aprisilia Risky Wijaya, *Sains dan Kesehatan dalam perspektif Islam* (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2022), hlm. 45.

³⁷ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam, 2002), hlm. 616

³⁸ Abdullah Muhammad, *Tafsir Ibnu Kathir, jilid 6, Terj, Abdul Ghoffar*, (Bogor: Pustaka Imam Al- Syafi'i, 2004), hlm. 297-298

Berdasarkan kisah tersebut, tampak bahwa Qarun terseret pada kehancuran akibat kekayaan yang melimpah serta sifat angkuh dan sombong yang menguasai dirinya. Fenomena ini relevan dengan perilaku *flexing* pada masa kini, dimana tindakan memamerkan harta atau pencapaian dipandang tidak sejalan dengan nilai moral dan etika islam, bahkan tidak memenuhi prinsip etika dalam penggunaan media sosial.³⁹

Larangan berperilaku sombong dan menjadikan harta sebagai ukuran kemuliaan juga ditegaskan dalam hadis Rasulullah SAW:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: إِنَّ اللَّهَ لَا يَنْظُرُ إِلَى صُورِكُمْ وَأَمْوَالِكُمْ، وَلَكِنْ يَنْظُرُ إِلَى قُلُوبِكُمْ وَأَعْمَالِكُمْ. (رواه مسلم)

Artinya: “Dari Abu Hurairah r.a , ia berkata: Rasulullah bersabda, “Sesungguhnya Allah tidak melihat rupa dan harta kalian, tetapi Allah melihat hati dan amal perbuatan kalian.” (HR. Muslim).⁴⁰

Hadis tersebut menunjukkan bahwa kemuliaan seseorang tidak diukur dari penampilan maupun kekayaan yang dimiliki, melainkan dari ketulusan hati dan amal salehnya. Oleh

³⁹ Wahyuddin Darmalaksana, Studi *flexing* dalam pandangan Hadis dengan metode tematik dan Analisis Etika Media Sosial, *Jurnal Gunung Djati Conference Series*, Vol. 8 2022, hlm. 413

⁴⁰ Imam Muslim, *Shahih Muslim*, Juz IV (Beirut: Dar Ihya' al-Turats al-'Arabi, t.t.), h. 1987, Hadis No. 2564.

karena itu, perilaku *flexing* yang bertujuan memperoleh pujian dan pengakuan sosial tidak sejalan dengan nilai-nilai Islam yang mengedepankan kesederhanaan dan kerendahan hati.

Selain itu, Rasulullah SAW juga bersabda:

عَنْ أَبِي عَبْدِ الرَّحْمَنِ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ قَالَ: لَا يَدْخُلُ
الْجَنَّةَ مَنْ كَانَ فِي قَلْبِهِ مِثْقَالُ ذَرَّةٍ مِنْ كِبَرٍ. (رواه مسلم)

Artinya: Dari Abu Abdurrahman Abdullah bin Mas'ud r.a., dari Nabi beliau bersabda: "Tidak akan masuk surga seseorang yang di dalam hatinya terdapat kesombongan walaupun sebesar zarrah (sekecil atom) (HR. Muslim).⁴¹

Hadis ini menegaskan bahwa kesombongan merupakan sifat tercela yang harus dihindari oleh setiap muslim. Dalam konteks media sosial, perilaku *flexing* yang dilakukan untuk menunjukkan keunggulan diri, kekayaan, atau status sosial berpotensi menumbuhkan sikap sombong yang bertentangan dengan ajaran Islam.

Pengertian *flexing* yang lebih spesifik dalam kamus *Cambridge Dictionary* adalah menunjukkan sesuatu kepemilikan atau pencapaian dengan cara yang dianggap orang lain tidak menyenangkan. Pada kamus Merriam Webster, arti *flexing* adalah memamerkan sesuatu atau yang dimiliki

⁴¹ Ibnu Majah, *Sunan Ibnu Majah*, Kitab Al-Libas, Bab Man Labisa Tsauba Syuhrah, No. Hadis 3606 (Beirut: Dar al-Fikr, t.t.), h. 1192.

secara mencolok, menghabiskan uang hanya untuk membeli barang-barang mewah dan layanan premium demi menunjukkan kemampuan finansial atau status.⁴²

Flexing adalah istilah populer dari Amerika yang berarti seseorang yang suka menunjukkan diri mereka dengan menampilkan glamor, kelimpahan kekayaan yang mereka miliki. *Flexing* adalah istilah yang cukup populer dalam media sosial. Istilah ini berasal dari bahasa Inggris “*to flex*”, yang secara harfiah berarti membengkokkan atau melenturkan otot. Namun, dalam konteks sosial dan budaya, “*flexing*” merujuk pada tindakan memamerkan kekayaan, prestasi, atau seseorang secara berlebihan.⁴³

Melansir dari Kompas.com, *flexing* adalah istilah yang digunakan untuk seseorang yang gemar pamer kekayaan. Dulu pamer dianggap hal yang kurang pantas, namun kini hal tersebut bermunculan di dunia maya.⁴⁴

Jadi dapat peneliti simpulkan *flexing* adalah perilaku berlebihan dan berpenampilan untuk diperlihatkan kepada orang lain demi mendapatkan pengakuan.

⁴²Jawade Hafidz, Fenomena *flexing* di Media Sosial dalam aspek Hukum pidana, *Jurnal Cakrawala Informasi*, Volume 13, No. 1, 2022, hlm. 13.

⁴³Umami Rojati, dan Noor Afifah, Analisis Fenomena *flexing* : Keterkaitan antara Gaya Hidup dan Popularitas, *Komsopol: Jurnal Komunikasi Sosial dan Politik*, Volume 4, No. 1, 2024, hlm. 40.

⁴⁴Aprisilia Risky Wijaya, *Sains dan Kesehatan dalam Perspektif Islam* (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, Juni 2022), hlm 43.

b. Contoh *Flexing* di Media Sosial Tiktok

Tiktok adalah salah satu media sosial yang sedang tren saat ini. *Diplatform* ini terdapat fitur yang mempermudah kita menonton konten menarik yang dibuat oleh seluruh pengguna tiktok. menonton konten menarik yang dibuat oleh seluruh pengguna tiktok. Sebagai seorang pengguna media tersebut kita juga bisa mengunggah konten yang kita buat. Sayangnya, dari berbagai konten menarik dan kreatif diaplikasi ini, tidak sedikit juga yang kita temui konten berbau *flexing* atau pamer, contoh yang pertama seperti sebuah konten yang diunggah oleh *crazy rich* dengan nama akun WILLIE SALIM dengan jumlah pengikut 82,9 Juta. Dari akun tersebut dilihat sebuah konten yang diunggah pada tanggal 1 Desember 2023, konten tersebut menampilkan seorang pemilik akun memperlihatkan uang hasil yang ia dapatkan. Dengan bangganya dia meletakkan uang seratus ribuan yang tak terhitung jumlahnya diatas tempat tidurnya sambil berkata: guys semua ini adalah penghasilan aku ditahun 2023 wawww banyak banget. Hal ini merupakan salah satu sikap pengguna tiktok yang mempraktikkan perilaku *flexing* di media sosial tiktok.⁴⁵

Contoh kasus yang kedua, kasus *owner Skincare* asal Palembang serta beberapa pengusaha *skincare* yang menggunakan aplikasi tiktok untuk sarana promosi , hal ini menjadi sorotan oleh masyarakat. Banyak influencer dan pakar-pakar pengusaha yang mempertanyakan bagaimana bisa usaha yang baru dirintis dalam jangka waktu kurang dari 3 tahun dapat menghasilkan omset miliaran

⁴⁵ Mohammad Wildan Zulfikar, Analisis *flexing* Culture Dalam Perspektif Al-Quran: Studi Praktek Hedonisme di Media Sosial, *Jurnal Of Qur'anic and Studies*, Volume, No. 1, Juni 2025, hlm. 37-38.

dalam sehari yang bahkan mengalahkan omset dari produk yang sudah lama terkenal seperti wardah dsb. *flexing* di media sosial menjadi tanda tanya besar. Tindakan *flexing* tersebut terutama dilakukan oleh public figure dengan memanfaatkan follower yang dimiliki untuk memperoleh keuntungan dan kekayaan yang tidak wajar. Dikalangan pengusaha *skincare* yang sedang viral ini banyak memamerkan kekayaan yang dimiliki seperti, menyewa Gedung pernikahan termahal dikota hanya untuk membuat tiktok *packing* barang, menggunakan outfit dari *brand* ternama menggunakan mobil mewah, serta menghambur-hamburkan uang dengan hal yang kurang berguna. Hal ini dapat menunjukkan sikap arogansi dan ketidak bertanggungjawaban tentang pengeluaran uang.

Beberapa pakar menyebutkan bahwa pejabat pemerintah tidak diperbolehkan untuk memamerkan kekayaan. Prof. Dr. Wahyudi Kumorotomo, guru besar Departemen Manajemen dan kebijakan Publik, Fisipol, UGM memberikan pendapatnya, yaitu: karena itu, ASN yang melakukan *flexing* di media sosial, sebenarnya dapat dikategorikan sebagai kurang berempati tentang kondisi masyarakat. berdasarkan kasus diatas, perilaku *flexing* saat ini dapat dilakukan oleh siapa saja, tidak terkecuali public Figur. Yang seharusnya public figure yang memiliki banyak *followers* bisa memberikan contoh atau tips dapat meraih kesuksesan bukn hanya memamerkan harta yang dimiliki.⁴⁶

⁴⁶ Juma'iyah Nur Wahidah, dan Khodijah, Fenomena *flexing* di Medsos : Dampaknya Pada Hubungan Sosila dan Ekonomi, *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, Volume 2, No. 1 Desember 2023, hlm. 30.

Contoh yang ketiga Konten Tiktok milik seleb Adelina Margaret dengan jumlah pengikut 7,8 Juta, yang menampilkan gaya hidup mewah dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi simbolik menurut teori Roland Barthes. Secara makna denotatif, video tersebut secara langsung menunjukkan kekayaan dan kemewahan seperti pamer tas mahal, pakaian bermerek, serta perilaku yang menggambarkan gaya hidup hedonis. Namun, pada makna konotatifnya, tindakan itu memiliki arti lebih dalam, yaitu melambangkan status sosial tinggi, popularitas, dan citra sukses di mata publik. Lebih jauh lagi, pada tingkat mitos, konten seperti ini membentuk cerita atau gambaran tentang kehidupan ideal yang dianggap patut dicontoh oleh banyak orang. Dengan demikian, perilaku *flexing* yang dilakukan Adelina Margaret bukan sekadar pamer harta, tetapi juga merupakan simbol sosial yang menanamkan nilai bahwa kemewahan adalah ukuran kesuksesan dan kebahagiaan..⁴⁷

c. Faktor-faktor Penyebab *Flexing*

Beberapa faktor yang mendorong seseorang melakukan *Flexing* adalah:

1. Sebagai wujud eksistensi diri, harga diri, citra diri, dan menginginkan adanya status sosial tertentu.
2. Untuk tujuan marketing atau pemasaran yang membuat orang tertarik untuk ikut dalam investasi atau marketing tertentu. Sayangnya strategi ini malah disalahgunakan dengan tujuan penipuan.

⁴⁷ Salza Leza Octamadian, Sapta Sari dkk, Fenomena *Flexing* Seleb Tiktok Adelina Margaret Sebagai Komunikasi Simbolik, *Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, Volume 11 No. 2, Desember 2024, hlm. 474

3. Lingkungan, tuntutan gaya hidup mewah dari lingkungan dapat menjadi faktor penyebab perilaku *Flexing* ⁴⁸

d. Dampak Positif dan Negatif *Flexing*

Flexing yaitu perilaku menunjukkan kekayaan atau pencapaian di media sosial, dapat memiliki sejumlah dampak positif pada gaya hidup seseorang yaitu:

- 1) Inspirasi dan Motivasi: melihat orang lain memamerkan pencapaian atau barang-barang mewah di media sosial dapat berfungsi sebagai sumber inspirasi dan motivasi bagi orang lain. Ini dapat mendorong mereka lebih keras dan mencapai tujuan mereka sendiri.
- 2) Pemberdayaan diri: menunjukkan pencapaian atau perjalanan sukses dapat membuat individu merasa dihargai dan dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka.
- 3) Dokumentasi kenangan: media sosial memberikan *platform* bagi orang untuk berbagi momen berharga dalam hidup mereka, dengan memamerkan pengalaman ini, individu dapat merayakan pencapaian mereka dan berbagi kenangan mereka dengan orang lain.
- 4) Membentuk citra diri: *Flexing* memungkinkan individu untuk membentuk dan mengendalikan citra diri mereka. dengan menunjukkan kekayaan atau pencapaian mereka, mereka dapat menciptakan citra diri yang kuat dan menunjukkan keberhasilan mereka dalam mencapai gaya hidup yang mereka inginkan.

⁴⁸ Syarifah Fatimah, dan Oggy Maulidya Perdana Putri, *Flexing* : Fenomena Perilaku konsumen dalam perspektif Islam, *Jurnal Ekonomi Islam*, Volume 9, No. 1, 2023, hlm.3.

Meskipun *flexing* dapat memiliki dampak positif, perilaku ini juga memiliki dampak negatif jika dilakukan secara berlebihan. Adapun dampak negatif *flexing* pada gaya hidup seseorang yaitu:

- a) Ketidakpuasan melihat orang lain secara Stabil memamerkan kehidupan mewah mereka dapat membuat seseorang merasa tidak puas dengan apa yang mereka miliki. Ini dapat memicu perasaan rendah diri dan iri hati.
- b) Kesenjangan Sosial: *Flexing* dapat memperlebar jarak sosial antara yang mampu dan tidak mampu. Orang yang kurang mampu bisa merasa tidak percaya diri, sedangkan yang sering *flexing* bisa dianggap sombong.
- c) Kurangnya rasa syukur: melihat orang lain terus pamer kekayaan dapat membuat merasa kurang, iri hati atau rendah diri tentang kehidupan sendiri
- d) *Insecure*: konsep diri adalah gagasan tentang konsep diri yang mencakup keyakinan, pandangan dan penilaian seseorang tentang dirinya sendiri.⁴⁹ hal ini berkaitan dengan dengan insecure, rasa insecure sering menjadi alasan seseorang melakukan *flexing*. Ketidakpercayaan diri kadang-kadang membuat seseorang akhirnya menutupi dengan cara memamerkan segala hal yang dimilikinya.

⁴⁹ Efrida Mandasari Dalimunthe, dan Muhammad Ihsan, Hubungan Antara Konsep diri Dengan Regulasi Diri Terhadap Tingkat Prokrastinasi Mahasiswa Pendidikan Agama Islam, *Darul Ilmi*, Volume 08, No. 01 Juni 2020, hlm. 136.

e. *Flexing* di Media Sosial dalam Pandangan Islam

Flexing sebenarnya adalah bahasa baru. Dalam istilah *flexing* lebih dikenal dengan perbuatan riya. Memperlihatkan kekayaan dianggap riya disadari maupun tidak disadari, perilaku riya itu adalah Tindakan syirik kecil namun dosanya besar sekali. Allah Swt berfirman:

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

Artinya: “Janganlah memalingkan wajahmu dari manusia (karena sombong) dan janganlah berjalan di bumi ini dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai setiap orang yang sombong lagi sangat membanggakan diri. QS. Luqman (31) : 18.⁵⁰

Mengenai QS Luqman ayat 18 menjelaskan tentang nasihat Luqman kepada anaknya jangan sekali-kali bersifat angkuh dan sombong, membanggakan diri dan memandang rendah orang lain. Tanda-tanda seseorang yang bersifat angkuh dan sombong adalah bila berjalan dan bertemu orang lain, ia memalingkan mukanya. Kadang juga tidak mau menegur atau memperlihatkan sikap ramah. Tanda orang yang sombong juga Nampak pada saat ia berjalan dengan sikap angkuh, seakan - akan iya yang berkuasa dan yang paling terhormat. Hendaklah berjalan secara wajar, tidak dibuat-buat

⁵⁰Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, (Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam, 2002), hlm. 654

dan kelihatan angkuh dan sombong , dan lemah lembutlah dalam berbicara, sehingga orang yang melihat dan mendengarnya merasa tenang dan tentram hatinya. Berbicara dengan sikap keras, angkuh, dan sombong dilarang oleh Allah karena berbicara dengan gaya yang semacam tidak enak didengar, serta menyakitkan hati dan telinga orang lain. Hal itu diibaratkan oleh Allah dengan suara keledai yang tidak nyaman untuk didengar,⁵¹

Adapun Hubungan QS Luqman Ayat 18 dengan *Flexing* yaitu ayat tersebut melarang sombong dan angkuh, ayat ini melarang sikap merendahkan orang lain (memalingkan muka) dan berjalan di bumi dengan angkuh. *Flexing* adalah tindakan memamerkan kekayaan atau gaya hidup mewah dengan tujuan menunjukkan status sosial yang lebih tinggi, yang mencerminkan ksombongan.

Mukhtalim Fahur secara harfiah berarti “orang yang sombong lagi sangat membanggakan diri. Perilaku *flexing* didorong oleh keinginan untuk dipuji, dikagumi, dan menonjolkan diri sendiri yang dapat sesuai dengan deskripsi “membanggakan diri dalam ayata ini”⁵²

Apalagi jika sikap pamer itu berupa menganggap dirinya kian unggul dari orang lain, akibatnya meremehkan, menghina, dan

⁵¹ M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an* (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm.138-140.

⁵² Dian Islamiati, Hammah dkk, Konsep Sombong dalam Al-Qur'an, *Jurnal Ilmiah Falsafah*, Volume 10, N0 1, Januari 2024, hlm. 50

merendahkan orang lain melalui tindakan dan perkataan. Islam sebagai dasar berbijak dalam Pendidikan Islam ternyata banyak memberikan dorongan dalam memikirkan pendidikan Islam⁵³. Dalam Pendidikan Islam, Islam menjadi dasar dalam membentuk Akhlak yang menekankan sikap kesederhanaan, dan rendah hati. Islam selaku agama yang mengajarkan perilaku mulia melarang pemeluknya melakukan perilaku tercela dan juga riya. Memperlihatkan kekayaan dianggap riya. Dalam KBBI, riya (pamer) artinya memperlihatkan atau memamerkan sesuatu dengan tujuan untuk mendapatkan pujian atau menunjukkan keunggulan dengan cara pamer.⁵⁴

Imam An-Nawawi Bab 72 Haramnya sikap sombong dan ujub Nomor 610 yang berbunyi:

وَعَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ، عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: «لَا يَدْخُلُ الْجَنَّةَ مَنْ كَانَ فِي قَلْبِهِ مِثْقَالُ ذَرَّةٍ مِنْ كِبَرٍ»؛ فَقَالَ رَجُلٌ: إِنَّ الرَّجُلَ يُحِبُّ أَنْ يَكُونَ ثَوْبُهُ حَسَنًا، وَنَعْلُهُ حَسَنًا قَالَ: «إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ، الْكِبَرُ بَطَرُ الْحَقِّ وَغَمَطُ النَّاسِ» رَوَاهُ مُسْلِمٌ

Artinya: “Dari Abdullah bin Mas’ud r.a. dari Nabi Saw sabdanya: Tidak dapat masuk surga seseorang yang dalam hatinya

⁵³ Abdusima Nasution, *Filsafat Pendidikan Islam*, (Yogyakarta: PT Nas Media Pustaka , 2022), Hlm. 13.

⁵⁴ Shine Al Anjuwi, dan Vensy Alaisyahda, dkk, Pandangan Hukum Islam Terhadap Fenomena Flexing di Media Sosial, *Jurnal Kajian Hukum Islam*, Volume 8, No. 2, Desember,2022, hlm. 205.

ada sifat kesombongannya seberat debu.” Kemudian ada orang berkata: “Sesungguhnya seseorang itu ada yang senang jikalau pakaiannya itu baik dan terumpahnya itu baik.” Lalu bersabda: “Sesungguhnya Allah itu Maha Indah dan mencintai keindahan. Kesombongan itu ialah menolak kebenaran dan menghinakan orang banyak.” (Riwayat Muslim).⁵⁵

Adapun penjelasan Hadist diatas yaitu Hadist ini mengajarkan bahwa kesombongan adalah dosa besar yang menghalangi seseorang dari surga. Nabi meluruskan bahwa berpenampilan rapi bukanlah sombong. Beliau mendefenisikan kesombongan sebagai menolak kebenaran dan menghinakan orang lain. Sombong dianggap sebagai dosa yang pertama yang dilakukan iblis. Umat muslim dianjurkan menghindari kesombongan agar tidak dijauhkan dari rahmat Allah. Hubungannya dengan *flexing* istilah *flexing* (memamerkan kekayaan, pencapaian, dan gaya hidup mewah) memiliki hubungan erat dengan larangan sombong yaitu:

1. Meremehkan manusia (وَعَمَّطُ النَّاسِ) Tindakan *Flexing* sering kali secara tersirat menunjukkan superioritas diri atas orang lain. Meskipun seseorang mungkin beralasan hanya berbagi kebahagiaan, esensi dari pamer adalah menonjolkan diri dan hartanya di hadapan publik, yang dapat menimbulkan perasaan iri, minder pada orang

⁵⁵ Imam Naawawi, Riyadhus Shalihin, Ter. Salim Bahseisy (Bandung: PT. Alma'arif, 1999). Hlm. 350.

lain. Ini berpotensi jatuh dalam katagori meremehkan atau merasa lebih baik dari orang lain.

2. Menolak kebenaran (بَطَرُ الْحَقِّ) : orang yang terjerumus dalam sifat sombong karena hartanya cenderung sulit menerima nasihat atau kritik(kebenaran) bahwa semua kekayaan tersebut adalah titipan Allah. Mereka mungkin lupa bersyukur dan menganggap hasil tersebut semata-mata karena kemampuan mereka sendiri.⁵⁶

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penelitian yang relevan dengan penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Penelitian pertama yaitu skripsi yang ditulis oleh Anis Amrina Hafan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Tahun 2023 dengan judul: Analisis Fenomena *Flexing* di Sosial Media Pada Generasi Z dalam Perspektif Konsumsi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena *Flexing* pada mahasiswa Universitas Islam Indonesia Cenderung muncul dalam bentuk pamer pencapaian dibandingkan pamer kekayaan material. Media sosial memiliki pengaruh pada perilaku ini, namun tingkatnya hanya sedang, karena sebagian besar mahasiswa lebih menggunakan media sosial untuk

⁵⁶ Amar Fidaus, dan Muhammad Alif, Takabbur dalam Perspektif Hadist, *Jurnal Ilmu Hadist*, Volume 4, No. 1, Januari, 2024, hlm. 82.

berbagi aktivitas *positif* daripada memamerkan status sosial. Dari perspektif konsumsi Islam, maka mahasiswa menilai bahwa *Flexing* yang berlebihan tidak sesuai dengan prinsip kesederhanaan (*iqtishad*), larangan berlebihan (*israf*), dan pemborosan (*tabdzir*). Secara umum mahasiswa bersikap selektif dan kritis dalam menggunakan media sosial serta berupaya menghindari perilaku *Flexing* yang dapat menimbulkan kesombongan atau dampak negatif bagi orang lain.⁵⁷

2. Skripsi yang ditulis oleh Puspa Sari Rani Mahasiswa Universitas Andalas Padang Tahun 2024 yang berjudul *Fenomena flexing di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Andalas Padang)* hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku *flexing* mahasiswa Universitas Andalas di media sosial muncul karena dorongan untuk menunjukkan pencapaian, meningkatkan citra diri, serta mendapatkan pengakuan dari orang lain. *Flexing* dilakukan melalui berbagai bentuk, seperti memamerkan prestasi akademik, aktivitas organisasi, gaya hidup, maupun kepemilikan barang tertentu. Meskipun sebagian tindakan pamer yang berlebihan, sebagian lainnya melihatnya sebagai bentuk motivasi dan inspirasi positif. Dengan demikian, *Flexing* memiliki dua sisi: dapat menimbulkan persepsi

⁵⁷ Anis Amrina Hafan, Analisis Fenomena Flexing di Sosial Media Pada Generasi Z dalam Pespektif Konsumsi Islam (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia, *Skripsi*, (Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2023).

negatif jika berlebihan, namun juga dapat berdampak positif bila digunakan untuk memotivasi diri dan orang lain.⁵⁸

3. Skripsi yang ditulis oleh Farhan Ramadhan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Tahun 2023 dengan judul: *Flexing* di Media Sosial sebagai Personal Branding di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya melakukan *Flexing* tersebut dilatarbelakangi oleh keinginan untuk membuktikan diri, menciptakan citra positif, serta menarik perhatian public. Bentuk *flexing* yang muncul antara lain memamerkan usaha pribadi, mengonsumsi makanan dan minuman di tempat terkenal, berbelanja barang bermerek, serta berlibur ke lokasi yang membutuhkan biaya besar. Analisis ini menggunakan teori modal dan arena Pierre Bourdieu menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai arena bagi mahasiswa untuk membangun citra diri, sedangkan aktivitas *flexing* menjadi bentuk modal ekonomi, sosial, dan simbolik yang mereka gunakan untuk meningkatkan posisi sosialnya di ruang digital.⁵⁹
4. Skripsi yang ditulis oleh Hasnur Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2024 dengan judul: Representasi Umpan

⁵⁸ Rani Puspa Sari, Fenomena *Flexing* di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Andalas Padang), *Skripsi*, (Padang: Universitas Andalas Padang, 2024).

⁵⁹ Farhan Ramadhan, *Flexing* di Media Sosial Sebagai Personal Branding di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya, *Skripsi*, (Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2023).

Balik Netizen tentang Perilaku *flexing Influencer* di Media Sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku *flexing* yang dilakukan oleh tiga influencer Andre Taulany, Rafi Ahmad, dan Atta Halilintar di YouTube memenuhi empat dari lima strategi empat dari lima strategi manajemen impresi, yaitu *self-promotion*, *exemplification*, *intimidation*, dan *supplication*. Andre dan Raffi cenderung memamerkan koleksi mobil mewah sebagai bentuk dominasi status, sementara Atta lebih menonjolkan citra positif melalui kedekatan dengan keluarga. Analisis menggunakan software Communalytic memperlihatkan bahwa respons netizen beragam, mulai dari kritik tentang kesombongan, apresiasi tentang sisi hiburan atau hadiah yang diberikan influencer, hingga komentar yang bersifat netral dan sekadar mengikuti alur cerita. Secara keseluruhan, fenomena *flexing* influencer memunculkan dinamika persepsi publik yang kompleks, karena meskipun populer dan menarik perhatian, konten tersebut sering kali dinilai tidak sesuai dengan nilai etika dan ajaran Islam mengenai kesederhanaan dan penggunaan harta yang bijak.⁶⁰

5. Skripsi yang ditulis Oleh Hanifah Abir Andriana Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Tahun 2025 dengan judul: Fenomena *flexing* di Media Sosial YouTube Channel Vilmei dalam

⁶⁰Hasnur, Representasi Umpan Balik Netizen Terhadap Perilaku *Flexing* Influencer di Media Sosial, *Skripsi*, (Parepare: Institut Agama Islam Negeri Parepare, 2024)

(Analisis Isi Model Philip Mayring) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten *flexing* pada YouTube Channel Vilmei didominasi oleh aktivitas yang menonjolkan kekayaan seperti penggunaan barang branded, kendaraan mewah, hingga gaya hidup mahal, sehingga menggambarkan pencarian pengakuan sosial yang kuat di media sosial. Analisis isi menggunakan model Philipp Mayring menemukan bahwa *flexing* pada channel ini terutama berupa luxury things dan expensive lifestyle, yang kemudian menimbulkan berbagai respons dari penonton, mulai dari komentar positif hingga sindiran atau kritik negatif. Secara keseluruhan, penelitian menyimpulkan bahwa fenomena *flexing* pada channel Vilmei bukan hanya sebatas hiburan, tetapi juga menjadi representasi gaya hidup konsumtif dan upaya pembentukan citra diri di ruang digital.⁶¹

Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu 2.1

No	Judul Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1.	Penelitian Skripsi yang dilakukan oleh Anis Amrina Hafan Mahasiswa Universitas Islam Indonesia Yogyakarta Tahun 2023 dengan judul: Analisis	1. Penelitian ini berfokus kepada menganalisis perilaku <i>Flexing</i> itu sendiri, khususnya menguji apakah perilaku tersebut sesuai dengan prinsip-prinsip konsumsi dalam	1. mengkaji fenomena <i>Flexing</i> (pamer kekayaan atau gaya hidup mewah) yang terjadi di media sosial

⁶¹Hanifah Abir Andriana, Fenomena *Flexing* Di Media Sosial YouTube Channel Vilmei dalam (Analisis Isi Model Philipp Mayring), *Skripsi*, (Purwokerto: UIN PROF. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2025)

	Fenomena <i>Flexing</i> di Sosial Media Pada Generasi Z dalam Perspektif Konsumsi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)	islam seperti kesederhanaan, tidak boros/tabzir.	
2.	Penelitian Skripsi yang dilakukan oleh Puspa Sari Rani Mahasiswa Universitas Andalas Padang Tahun 2024 yang berjudul Fenomena <i>Flexing</i> di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Andalas Padang)	1. Penelitian ini berfokus pada perilaku <i>Flexing</i> itu sendiri, bagaimana mahasiswa melakukan <i>Flexing</i> , bentuknya, faktor penyebab, dampaknya dan konteks sosial dikampus tersebut.	1. Penelitian ini berfokus kepada media sosial tiktok sebagai salah satu media tempat <i>Flexing</i> terjadi.
3.	Penelitian Skripsi yang dilakukan oleh Farhan Ramadhan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya Tahun 2023 dengan judul: <i>Flexing</i> di Media Sosial sebagai Personal Branding di Kalangan	1. Penelitian ini berfokus kepada fungsi <i>Flexing</i> sebagai strategi <i>personal branding</i> penelitian ini melihat <i>Flexing</i> sebagai alat komunikasi diri, dan cara mahasiswa membangun identitas digital positif.	1. Penelitian ini berfokus membahas perilaku pamer kekayaan, pencapaian, atau gaya hidup di media sosial.

	Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.		
4.	Penelitian yang dilakukan oleh Hasnur Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2024 dengan judul: Repsesentasi Umpan Balik Netizen tentang Perilaku <i>Flexing Influencer</i> di Media Sosial	1 .Penelitian ini berfokus pada reaksi komentar netizen terhadap <i>Flexing influencer</i> . 2.Menganalisis bentuk umpan balik (komentar, balasan, like, share)	1. Penelitian ini berfokus pada perilaku pametrkekayaan/ gaya hidup, pencapaian dimedia sosial.
5.	Penelitian yang dilakukan oleh Hanifah Abir Andriana Mahasiswa UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Tahun 2025 dengan judul: Fenomena <i>Flexing</i> di Media Sosial YouTube Channel Vilmei dalam (Analisis Isi Model Philip Mayring)	1.penelitian ini berfokus pada konten <i>Flexing</i> yang ditampilkan oleh <i>channel</i> Vilmei. 2.Tujuan utamanya adalah mendeskripsikan, dan menganalisis video menggunakan model analisis isi Philip. 3.Pokus pada penelitian ini adalah konten media, bukan respon penonton.	1.Fokus pada penelitian ini menyoroti perilaku pamer kekayaan/ gaya hidup/ pencapaian dimedia sosial.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang terletak di Jln. T. Rizal Nurdin KM 4,5 Sihitang Kota Padangsidempuan, Provinsi Sumatera Utara. Penelitian ini Dilaksanakan mulai dari tanggal 23 Februari 2026 s/d 23 Maret 2026.

B. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata aatau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁶² dapat diartikan sebagai suatu proses penelitian dan pemahaman yang berdasarkan pada metodologi yang menyelidiki suatu fenomena sosial dan masalah manusia. Pada pendekatan ini, peneliti membuat suatu gambaran kompleks, meneliti kata-kata, laporan rinci dari laporan pandangan informan, dan melakukan studi pada situasi yang dialami.

Penelitian kualitatif , peneliti adalah kunci instrument kunci. Oleh karena itu, peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas jadi bisa bertanya, menganalisis dan mengkonstruksi obyek yang di teliti

⁶²Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan* (Bandung: Citapustaka, 2016), hlm.18.

menjadi lebih jelas . peneliti ini lebih menekankan pada makna dan terkait nilai. Penelitian kualitatif digunakan jika masalah belum jelas, untuk mengetahui makna yang tersembunyi, untuk memahami interaksi sosial, untuk mengembangkan teori, untuk memastikan teori, untuk memastikan kebenaran data, dan meneliti sejarah perkembangan.⁶³

C. Subjek Penelitian

Sumber atau subjek penelitian dalam ketentuan ilmiah juga dapat dinamakan sumber data. Sumber data adalah subjek darimana data itu diperoleh. Dan dapat juga didefinisikan sebagai objek atau individu yang diteliti oleh peneliti melalui observasi, membaca, atau melakukan tanya jawab terkait dengan masalah tertentu.⁶⁴

Untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, maka yang menjadi subjek penelitian ini adalah Mahasiswa/wi Program Studi Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022.

D. Sumber Data

Data adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan keterangan ataupun informasi yang ada kaitannya dengan tujuan dari penelitian. Subjek dapat diperoleh menjadi sumber data dalam penelitian. Wawancara yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan data atau informasi yang akan menjadi sumber data. Informan yang

⁶³ Ahmad Nizar Rangkuti, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, PTK, dan Penelitian Pengembangan*, (Bandung: Citapustaka Media, 2016), hlm. 18.

⁶⁴ Mochamad Nashrullah dkk, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Surabaya: UMSIDA Press, 2023), hlm. 1.

dimaksud dalam penelitian ini adalah orang yang menjawab pertanyaan peneliti baik pertanyaan melalui lisan maupun tulisan.

Dalam penelitian sumber data dibagi kedalam dua jenis sumber data. Hak ini dapat mendukung informasi atau data yang dibutuhkan dalam penelitian.⁶⁵

1. Sumber data primer adalah sumber data yang dikumpulkan langsung di lapangan yang dilakukan oleh sipeneliti dan hal tersebut akan menjadi data paling utama dalam penelitian. Sumber data dalam penelitian ini adalah mahasiswa program studi Pendidikan Agama Islam yang aktif menggunakan Tiktok. Adapun sumber data primer pada penelitian ini adalah mahasiswa program studi Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan.
2. Sumber data sekunder adalah sumber data yang memiliki fungsi sebagai data pendukung bagi data primer yang diperoleh dari buku mengenai teori-teori kepustakaan, website, artikel, jurnal dan lainnya yang dapat digunakan sebagai pendukung dan memperkuat data primer. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data skunder yaitu buku, artikel, serta jurnal untuk mendukung data primer.

⁶⁵ Farida Nugraha, *Metode Penelitian Kualitatif* (Surakarta: Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, 2014), hlm. 136.

E. Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan yang digunakan peneliti adalah teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan informan sebagai sumber informasi berdasarkan pada maksud, tujuan dan kegunaan. Teknik ini harus mempertimbangkan hal tertentu dalam pengambilan informannya. Penentuan informan ini dilakukan untuk mendapatkan informasi lebih mendalam.⁶⁶ Teknik penentuan informan pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan fokus penelitian. Dari Sembilan kelas Program Studi Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022, Peneliti menetapkan informan yang dinilai mampu memberikan informasi mendalam terkait persepsi terhadap fenomena *flexing* di media sosial tiktok. Pemilihan dilakukan dengan mempertimbangkan informan yang aktif menggunakan aplikasi tiktok. Adapun jumlah informan yang peneliti butuhkan 40 informan. 35 Perempuan, 5 Laki-laki. Alasan lebih sedikit mengambil informan laki-laki dibanding perempuan karena perempuan lebih banyak daripada laki-laki.

⁶⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung : Alfabeta, 2013), hlm. 85.

F. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif ada beberapa Teknik pengumpulan data yaitu sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data melalui pengamatan langsung terhadap gejala, fenomena, serta fakta empiris yang relevan dengan permasalahan penelitian. Teknik ini digunakan untuk mengamati perilaku sosial dan interaksi yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari, termasuk fenomena di media sosial. Berdasarkan pelaksanaannya, observasi terbagi menjadi observasi partisipan (peneliti terlibat langsung dalam kegiatan) dan observasi non-partisipan (peneliti hanya mengamati tanpa terlibat). Dengan demikian, metode observasi dalam penelitian ini digunakan untuk menangkap fenomena *flexing* di media sosial TikTok secara langsung maupun tidak langsung, seperti mengamati bentuk-bentuk konten pamer kekayaan, gaya hidup mewah, dan respons mahasiswa tentang konten tersebut sebagai dasar untuk memahami persepsi mereka tentang fenomena *flexing*.

2. Wawancara

Wawancara adalah situasi peran antar-pribadi bersemuka (*face to face*), Ketika seseorang, yakni pewawancara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk memperoleh jawaban -

jawaban yang relevan dengan masalah penelitian kepada seseorang yang diwawancarai.⁶⁷ Wawancara terstruktur adalah wawancara yang dilakukan peneliti dengan baik menggunakan pedoman wawancara secara sistematis dan tersusun.

- a. Wawancara semi terstruktur adalah wawancara yang dilakukan lebih bebas dibandingkan wawancara terstruktur, tujuannya adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka.⁶⁸

Adapun jenis wawancara yang dilakukan peneliti adalah wawancara semi terstruktur yaitu, dimana peneliti menggunakan pedoman wawancara yang sudah disusun secara sistematis akan tetapi wawancara yang dilakukan sangat terbuka dan lebih leluasa dan membuat pertanyaannya. Alasan peneliti melakukan wawancara semi terstruktur adalah untuk menyesuaikan pertanyaan dengan informan agar lebih terarah. Hal ini akan mendapatkan informasi yang lebih relevan dari informan penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi berfungsi sebagai pelengkap dalam mengumpulkan data observasi dan wawancara. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan data yang lebih akurat dan terpercaya. Pada proses ini peneliti akan mengumpulkan data yang sesuai dengan

⁶⁷ Sulaiman Saat, dan Sitti Mania, *Pengantar Metodologi Penelitian* (Gowa: Pusaka Almaila, 2019), hlm. 84

⁶⁸ Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian*, (Jogjakarta: KBM Indonesia, 2021), hlm.46

dokumentasi yang dipaparkan oleh informan. Dengan mempelajari dokumen tersebut peneliti bisa menemukan informasi tentang masalah penelitian.⁶⁹

G. Teknik Pengecekan Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data pemeriksaan data peneliti menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Metode Triangulasi adalah penggunaan metode ganda untuk memaknai masalah seperti wawancara, pengamatan, daftar pertanyaan terstruktur dan dokumen. Seorang peneliti dapat menguji kebenaran data yang diberikan oleh informan dengan membandingkan informasi-informasi dari berbagai sumber. Dalam perkembangannya, teknik triangulasi ini sudah dibedakan menjadi 4, yaitu metode, sumber data, teori, dan peneliti.⁷⁰

Untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan oleh peneliti lebih akurat maka perlu dilakukan wawancara ulang yaitu dengan melakukan *re-interview* (wawancara ulang), dapat dilakukan untuk menguji keabsahan data penelitian kuantitatif apabila informannya sama dengan informan pada wawancara pertama. Selanjutnya peneliti harus memberikan rentang waktu minimal dua minggu, dengan begitu

⁶⁹ Ulfatin Nurul, *Metode Penelitian Kualitatif Dibiidang Pendidikan*, (Malang: Media Nusa Kreatif, 2015), hlm. 16.

⁷⁰ Zainial Aqib dan Mohammad Hasan Rasidi, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Yogyakarta: Andi, 2019), hlm. 75.

diasumsikan informan kita tidak mengingat lagi dengan jawaban yang sudah diberikannya pada interview yang pertama.

Terakhir wawancara harus diubah, kalau pada wawancara pertama peneliti menggunakan teknik wawancara terbuka dan tidak terstruktur, maka pada wawancara kedua peneliti harus menggunakan wawancara tertutup dan terstruktur, atau semi terstruktur. Wawancara yang dilakukan berulang-ulang dengan banyak informan yang berbeda-beda maka itu tidak lagi dinamakan dengan teknik reinterview, tetapi teknik triangulasi. Peneliti dapat membandingkan informasi yang diberikan informan yang berbeda dan beragam tersebut.⁷¹

H. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Setelah data terkumpul peneliti mengadakan analisis data dengan Langkah-langkah sebagai berikut:⁷²

1. Editing data, yaitu Menyusun redaksi dan menjadi suatu susunan kalimat yang sistematis.
2. Reduksi Data, yaitu memeriksa kelengkapan data untuk mencari yang lebih kurang dan mengesampingkan yang tidak relevan.
3. Deskripsi Data, yaitu menguraikan data secara sistematis. Untuk mendeskripsikan Persepsi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tentang Fenomena *Flexing* di Media Sosial Tiktok

⁷¹ Icol Dianto, "Keabsahan Data Penelitian Kualitatif"

⁷² Lexi J. Moeleong. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2000) hlm. 190.

4. Penarikan Kesimpulan, yaitu merangkum uraian-uraian data dalam kalimat yang mengandung suatu pengertian secara singkat dan padat.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan

Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (Syahada) Padangsidempuan adalah salah satu Perguruan Tinggi Negeri di wilayah pantai barat Sumatera Utara. Secara historis, UIN Syahada Padangsidempuan berawal dari Perguruan Tinggi Nahdlatul Ulama (PERTINU) yang didirikan pada tahun 1962 di Padangsidempuan dengan satu fakultas, yaitu Fakultas Syariah. Pada tahun 1963 dibuka Fakultas Tarbiyah, disusul Fakultas Ushuluddin pada tahun 1965. Perkembangan ini mendorong perubahan PERTINU menjadi Universitas Nahdlatul Ulama Sumatera Utara (UNUSU). Pada saat itulah terjadi perubahan Yayasan PERTINU menjadi Yayasan UNUSU dan menetapkan Syekh Ali Hasan Ahmad sebagai Rektor.

Pada tahun 1968, Fakultas Tarbiyah UNUSU dinegerikan menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Cabang Imam Bonjol Padang. Selanjutnya, tahun 1973, statusnya berubah menjadi Fakultas Tarbiyah IAIN Sumatera Utara Cabang Padangsidempuan. Perubahan signifikan terjadi pada tahun 1997 melalui Keputusan Presiden Nomor 11 Tahun 1997, ketika fakultas ini bertransformasi menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Padangsidempuan (STAIN) yang berdiri secara otonom.

Upaya pengembangan kelembagaan terus dilakukan hingga akhirnya melalui Peraturan Presiden Nomor 52 Tahun 2013, STAIN Padangsidimpuan resmi beralih status menjadi Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan (IAIN), dan diresmikan pada tahun 2014. Puncaknya, berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia No 87 Tahun 2022 tertanggal 8 Juni 2022 yang menetapkan Peraturan Presiden tentang Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary, Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan atau IAIN Padangsidimpuan hari ini bertransformasi menjadi Universitas Islam Negeri (UIN), dengan nama Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan (UIN SYAHADA PADANGSIDIMPUAN) dengan Rektor Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag.⁷³

2 .Visi dan Misi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

a. Visi

Terdepan dalam inovasi, berdaya saing dan responsife terhadap perubahan globalisasi Pendidikan yang berbasis integrasi iman, ilmu, dan akhlak mulia.

b. Misi

- 1) Melaksanakan dan menggambarkan Pendidikan dan Pengajaran Pendidikan Islam.
- 2) Membagi tenaga-tenaga ahli dalam bidang Pendidikan Islam.

⁷³ UIN Syahada Padangsidimpuan, *Panduan Akademik* (Padangsidimpuan, 2022). Hlm. 1-

- 3) Melaksanakan Pendidikan kependidikan untuk pengembangan Pendidikan Islam.
 - 4) Menganalisis perkembangan dan pemecahan masalah Pendidikan Islam serta persoalan Keguruan yang berkembang sesuai dengan ilmu pengetahuan dan teknologi.
 - 5) Melakukan Pengabdian kepada masyarakat dalam bidang Pendidikan Islam.
4. Visi, Misi, dan Tujuan Karakteristik Program Studi Pendidikan Agama Islam

a. Visi

Menjadi Program Studi yang Menghasilkan Sarjana Pendidikan Agama Islam yang Profesional, Kompetitif dan Inovatif tahun.

b. Misi

- 1) Menyelenggarakan Pendidikan dan Pembelajaran untuk menghasilkan Sarjana Pendidikan Agama Islam yang beriman, bertakwa, berahlak mulia dan professional di bidangnya.
- 2) Meningkatkan kualitas manajemen akademis untuk menjamin mutu lulusan dan pengelolaan manajemen Program Studi.
- 3) Melaksanakandan mengembangkan penelitian dalam bidang Pendidikan Agama Islam.
- 4) Melaksanakan dan mengembangkan Pengabdian kepada Masyarakat dalam bidang Pendidikan Agama Islam.

- 5) Menjalin kerja sama/ kemitraan dengan Lembaga-lembaga Pendidikan.⁷⁴

Berdasarkan visi dan misi Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan serta Program Studi Pendidikan Agama Islam tersebut, terlihat bahwa lembaga pendidikan memiliki orientasi yang kuat dalam membentuk lulusan yang tidak hanya unggul secara akademik, tetapi juga memiliki integritas keimanan, akhlak mulia, serta kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan global. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa diharapkan mampu menjadi individu yang profesional sekaligus memiliki landasan moral dan spiritual yang kuat.

Jika dikaitkan dengan teori persepsi pembentukan persepsi mahasiswa tidak terlepas dari pengaruh lingkungan pendidikan, nilai-nilai yang diajarkan, serta pengalaman yang mereka peroleh selama proses pembelajaran. Dalam hal ini, visi dan misi yang berbasis integrasi iman, ilmu, dan akhlak seharusnya menjadi faktor utama dalam membentuk cara pandang mahasiswa terhadap berbagai fenomena sosial.

Namun, dalam realitasnya, perkembangan media sosial seperti TikTok menghadirkan berbagai fenomena baru, salah satunya adalah *flexing*, yang tidak selalu sejalan dengan nilai-nilai kesederhanaan dan etika dalam Islam. Hal ini menunjukkan

⁷⁴ Dokumen Profil UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

adanya potensi kesenjangan antara nilai ideal yang diharapkan oleh lembaga pendidikan dengan realitas sosial yang dihadapi mahasiswa di era digital.

Oleh karena itu, persepsi mahasiswa tentang fenomena *flexing* menjadi menarik untuk dikaji, karena mencerminkan sejauh mana nilai-nilai yang ditanamkan melalui visi dan misi lembaga mampu diinternalisasikan dalam kehidupan nyata. Mahasiswa yang memiliki pemahaman nilai keislaman yang baik cenderung mampu bersikap kritis dan selektif, sedangkan mahasiswa yang lebih terpengaruh oleh lingkungan digital kemungkinan memiliki persepsi yang berbeda.

5. Tujuan

Tujuan Program Studi Pendidikan Agama Islam (PAI) adalah membentuk Sarjana Pendidikan Islam yang ahli dalam bidang Pendidikan dan pengajaran agama islam.

6. Data Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022

Mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau Lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Kegiatan perkuliahan tidak akan terlaksanakan jika tidak ada Mahasiswa. Karena Mahasiswa merupakan objek Pendidikan.

Berdasarkan pengamatan Peneliti Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 terdiri dari 9 ruangan.

B. Deskripsi Data Penelitian

Hasil observasi yang dilakukan di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menunjukkan bahwa sebagian mahasiswa aktif menggunakan media sosial TikTok dan cukup sering menjumpai konten *flexing*, seperti pamer kekayaan, gaya hidup mewah, serta pencapaian pribadi. Dari pengamatan yang dilakukan, terlihat bahwa fenomena tersebut menimbulkan beragam tanggapan di kalangan mahasiswa; ada yang menganggapnya sebagai bentuk motivasi, namun ada pula yang memandangnya sebagai perilaku riya yang kurang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, observasi juga menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial turut memengaruhi cara mahasiswa memahami dan menilai fenomena *flexing* dalam kehidupan sehari-hari.⁷⁵

Untuk mengetahui Persepsi Mahasiswa tentang Fenomena *Flexing* di Media Sosial Tiktok, maka peneliti mengadakan Wawancara dengan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022.

Persepsi Mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 Tentang Fenomena *flexing* di Media Sosial Tiktok Mahasiswa yang diwawancarai menjawab bahwa *flexing* di Media Sosial Tiktok menjawab tentang persepsi Fenomena *flexing* di Media Sosial

⁷⁵ Hasil Observasi (UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addari Padangsidempuan, 23 Februari 2026. Jam: 10:00 WIB).

Tiktok. Jadi faktor masalah mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022 tentang Fenomena *flexing* di Media sosial Tiktok adalah:

1. *Flexing* sebagai Pamer Kekayaan dan Gaya Hidup Mewah

Peneliti melakukan wawancara dengan mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam selaku memberikan persepsinya tentang fenomena *flexing* di media sosial tiktok. Melalui wawancara dengan saudari Aprini Harahap menyatakan bahwa:

“*Flexing* kekayaan serta pencapaian gaya hidup mewah di media sosial tiktok sering kali para pelaku melakukannya dalam gaya berlebihan dan kurang bijak, dimana mereka rata-rata membutuhkan validasi / pengakuan atas kekayaan ataupun pencapaian mereka dan saya melihatnya sebagai perilaku yang bertentangan dengan nilai-nilai islam⁷⁶.”

Berdasarkan hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa telah melalui proses interpretasi terhadap stimulus yang mereka lihat di media sosial. Konten *flexing* yang ditampilkan dalam bentuk visual seperti barang mewah, kendaraan, dan gaya hidup glamor menjadi stimulus yang kemudian ditafsirkan oleh mahasiswa berdasarkan nilai dan pengalaman yang dimiliki. Dalam teori jenis-jenis persepsi, pandangan tersebut termasuk dalam kategori persepsi negatif, yaitu persepsi yang disertai dengan penolakan karena tidak sesuai dengan nilai yang dianut. Dalam hal ini, nilai keislaman yang mengajarkan kesederhanaan dan melarang sikap riya’ menjadi dasar utama dalam membentuk persepsi mahasiswa.

⁷⁶ Aprini Harahap, Mahasiswa, Wawancara, Program Studi Pendidikan Agama Islam, Tanggal 23 Februari 2026, Jam 09.00.

Dengan demikian, persepsi negatif mahasiswa tentang *flexing* tidak hanya terbentuk dari pengamatan visual, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor personal, khususnya pemahaman keagamaan yang kuat.

Disisi lain Saudari Dinda Nabila menyatakan bahwa:

“Saya menganggap hal tersebut merupakan motivasi karena itu dapat memberikan dorongan dan perubahan bagi diri saya dan tidak semuanya *Flexing* itu buruk tergantung cara kita melihatnya”.⁷⁷

Kemudian ini termasuk dalam persepsi positif, yaitu penerimaan terhadap suatu fenomena yang kemudian dimanfaatkan sebagai dorongan untuk berkembang. Mahasiswa yang memiliki persepsi ini cenderung melakukan seleksi dan interpretasi terhadap konten *flexing* dengan melihat sisi inspiratifnya, seperti kerja keras dan pencapaian. Selain itu, berdasarkan teori media sosial, TikTok sebagai platform digital memungkinkan pengguna untuk menampilkan identitas diri melalui *user generated content* (UGC). Oleh karena itu, *flexing* juga dipahami sebagai bagian dari ekspresi diri dalam ruang digital.

Namun demikian, penerimaan tentang *flexing* tetap bersifat terbatas, karena mahasiswa tetap mempertimbangkan nilai moral dan agama. Hal ini menunjukkan bahwa persepsi positif yang muncul bersifat kondisional, tergantung pada niat dan cara penyampaian konten tersebut

Pandangan serupa juga diungkapkan oleh Saudara Muammar Kadafi yang menyatakan:

⁷⁷ Dinda Nabilah, Mahasiswa, Wawancara, Program Studi Pendidikan Agama Islam, Tanggal 23 Februari 2026, 09.30.

“bahwa *flexing* dapat memicu sikap sombong dan berlebihan dalam kehidupan sosial. *flexing* itu termasuk perilaku pamer yang dekat dengan sifat riya’ dan sombong, sehingga tidak sesuai dengan ajaran Islam yang mengajarkan kesederhanaan.”⁷⁸

Persepsi tersebut berkaitan dengan dampak negatif media sosial, dimana individu cenderung melakukan perbandingan sosial (*social comparison*) yang dapat memengaruhi kondisi psikologis. Selain itu, dalam perspektif Islam, *flexing* memiliki keterkaitan dengan perilaku riya’, ujub, dan takabbur, yang merupakan sikap tercela. Oleh karena itu, persepsi mahasiswa yang cenderung menolak *flexing* menunjukkan bahwa mereka telah mengaitkan fenomena sosial dengan nilai normatif agama. Dalam teori persepsi, hal ini termasuk dalam faktor personal, dimana latar belakang keagamaan menjadi faktor utama dalam membentuk cara pandang individu terhadap suatu fenomena.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan persepsi mahasiswa tidak hanya bersifat sosial, tetapi juga bersifat religius, karena didasarkan pada ajaran Islam. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dipahami bahwa mahasiswa cenderung menilai *flexing* sebagai perilaku negatif karena bertentangan dengan nilai-nilai kesederhanaan dan kerendahan hati.

2. *Flexing* sebagai Motivasi dan Ekspresi Diri

Meskipun demikian, terdapat sebagian mahasiswa yang memandang *flexing* dari sisi positif. Menurut mahasiswa, *flexing* dapat menjadi bentuk

⁷⁸ Muammar Kadafi Lubis, Mahasiswa, Wawancara, Program Studi Pendidikan Agama Islam, Tanggal 25 Februari 2026, Jam 08.00

motivasi dan ekspresi diri apabila dilakukan secara wajar dan tidak berlebihan. Pandangan ini diungkapkan oleh saudara fatur rahman sebagai berikut:

“Saya berpendapat tentang *flexing* bahwa hal tersebut tergantung dari sudut pandang masing-masing orang dan hal tersebut sebenarnya jika dilihat posisi positifnya dapat memberikan dorongan serta motivasi untuk diri seseorang untuk mencapai hal yang dia ingin dapatkan. Selagi tidak melanggar nilai-nilai ajaran islam.”⁷⁹

Disisi lain saudari Minta Rizki menyatakan bahwa:

“Jika *flexing* dilakukan untuk menunjukkan hasil kerja keras dan pencapaian yang halal, menurut saya hal tersebut masih bisa diterima dan dapat menjadi motivasi bagi orang lain Dan hal tersebut juga merupakan bentuk apresiasi diri sendiri dengan niat yang baik.”⁸⁰

Hasil wawancara dengan saudari Nurhadawiyah Ismayani Hasibuan menyatakan bahwa :

“Saya berpendapat bahwa *flexing* di tiktok sebenarnya tergantung dari niat dan caranya. Ada *flexing* untuk memotivasi menunjukkan hasil kerja keras agar orang lain ikut semangat mengejar mimpi dan hal tersebut wajar saja dan menurut saya pribadi.”⁸¹

pandangan tersebut termasuk dalam persepsi positif, yaitu bentuk penerimaan individu terhadap suatu fenomena yang kemudian dimanfaatkan sebagai dorongan atau motivasi. Dalam teori persepsi dijelaskan bahwa individu melalui tahapan seleksi dan interpretasi dalam memaknai suatu stimulus. Dalam hal ini, mahasiswa melakukan seleksi

⁷⁹ Fatur Rahman, Mahasiswa, Wawancara, Program Studi Pendidikan Agama Islam, Tanggal 25 Februari 2026, Jam 10.00.

⁸⁰ Mintana Rizki, Mahasiswa, Wawancara, Program Studi Pendidikan Agama Islam, Tanggal 2 Maret 2026, Jam 10.00

⁸¹ Nurhadawiyah Ismayani Hasibuan, Wawancara, Program Studi Pendidikan Agama Islam, Tanggal 2 Maret 2026, Jam 11.15.

terhadap konten *flexing* yang mereka lihat di media sosial, kemudian menginterpretasikannya sebagai sesuatu yang memiliki nilai inspiratif dan motivatif. Selain itu, berdasarkan teori media sosial, TikTok sebagai platform digital memiliki karakteristik *user generated content* (UGC), dimana pengguna bebas menampilkan identitas, pencapaian, dan pengalaman mereka. Hal ini memungkinkan *flexing* dipahami sebagai bagian dari ekspresi diri dalam ruang digital, bukan semata-mata sebagai perilaku pamer. Lebih lanjut, dalam teori faktor-faktor yang memengaruhi persepsi, pandangan positif mahasiswa ini dipengaruhi oleh faktor personal, seperti pengalaman, pola pikir, dan cara individu dalam memaknai keberhasilan orang lain. Mahasiswa yang memiliki pola pikir terbuka cenderung melihat *flexing* sebagai inspirasi, bukan sebagai ancaman sosial.

Namun demikian, persepsi positif ini tetap bersifat kondisional, karena mahasiswa menekankan bahwa *flexing* hanya dapat diterima apabila tidak berlebihan dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat penerimaan, mahasiswa tetap menggunakan nilai moral dan keagamaan sebagai landasan dalam menilai fenomena tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa *flexing* tidak selalu dipersepsikan secara negatif, tetapi juga dapat dimaknai sebagai motivasi dan ekspresi diri, tergantung pada proses interpretasi individu serta nilai yang melatarbelakanginya. Dari hasil wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa sebagian mahasiswa masih menerima

flexing dalam batas tertentu, khususnya apabila memiliki nilai edukatif dan motivatif.

3. *Flexing* dalam Pandangan Islam

Mayoritas mahasiswa menilai bahwa fenomena *flexing* tidak sepenuhnya sejalan dengan nilai-nilai Islam. Menurut mahasiswa, Islam mengajarkan umatnya untuk hidup sederhana, rendah hati, dan menjauhi sikap riya' serta takabbur.

Melalui wawancara dengan saudari Novi Annisa Putri menyatakan bahwa:

"Flexing itu banyak menimbulkan hal negatif dikarenakan tidak semua orang berkecukupan ekonominya sehingga hal tersebut dapat memberikan dampak yang kurang baik. Dalam *flexing* pencapaian hal tersebut dapat membuat orang lain melihatnya menjadi *insecure* sehingga dapat berdampak buruk kepada orang lain."⁸²

Namun, beberapa informan menegaskan bahwa Islam tidak melarang umatnya untuk memiliki kekayaan dan pencapaian, selama harta tersebut digunakan untuk kebaikan dan tidak dipamerkan secara berlebihan.

Disisi lain saudari Fitri Handayani menyatakan bahwa :

"Flexing itu tidak baik apalagi di media sosial semua orang akan melihatnya. Alasannya, didalam islam kita diajarkan hidup sederhana dan tidak berlebihan agar tidak menimbulkan hal negatif."⁸³

⁸² Novi Annisa Putri, Wawancara, Program Studi Pendidikan Agama Islam, Tanggal 3 Maret 2026, Jam 10.25

⁸³ Fitri Handayani, Wawancara, Program Studi Pendidikan Agama Islam, Tanggal 3 Maret 2026, Jam 14.00.

jika dikaitkan dengan teori pada Bab II, persepsi mahasiswa tersebut termasuk dalam persepsi negatif, yaitu bentuk penolakan terhadap suatu fenomena karena dianggap tidak sesuai dengan nilai dan norma yang dianut. Dalam hal ini, nilai-nilai keislaman menjadi dasar utama dalam membentuk cara pandang mahasiswa terhadap fenomena *flexing*.

Selain itu, dalam teori dampak penggunaan media sosial, dijelaskan bahwa media sosial dapat menimbulkan dampak negatif seperti perasaan tidak puas, iri hati, dan rendah diri akibat perbandingan sosial. Hal ini sesuai dengan pernyataan informan yang menyebutkan bahwa *flexing* dapat menyebabkan rasa insecure pada individu yang melihatnya.

Lebih lanjut, dalam kajian *flexing* dalam perspektif Islam pada Bab II, perilaku tersebut berkaitan dengan konsep *riya'*, *ujub*, dan *takabbur*, yang merupakan sifat tercela dalam ajaran Islam. Oleh karena itu, mahasiswa cenderung menilai bahwa *flexing* yang dilakukan secara berlebihan bertentangan dengan nilai moral dan etika keislaman.

Dalam teori faktor-faktor yang memengaruhi persepsi, pandangan ini juga dipengaruhi oleh faktor personal, khususnya latar belakang keagamaan dan pemahaman individu terhadap ajaran Islam. Mahasiswa yang memiliki pemahaman agama yang kuat cenderung lebih kritis dalam menilai fenomena *flexing*. Dengan demikian, persepsi mahasiswa tentang *flexing* tidak hanya terbentuk dari pengaruh media sosial, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai-nilai religius yang menjadi landasan dalam menilai suatu fenomena sosial.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan tersebut, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa menilai *flexing* sebagai fenomena yang perlu disikapi secara bijak agar tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

Untuk mengetahui persepsi mahasiswa tentang fenomena *flexing* di media sosial TikTok, peneliti melakukan wawancara terhadap 40 mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022.

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, diperoleh variasi persepsi yang diklasifikasikan ke dalam tiga kategori, yaitu persepsi negatif, persepsi positif, dan persepsi netral. Dari 40 informan, sebanyak 26 mahasiswa memiliki persepsi negatif, 9 mahasiswa memiliki persepsi positif, dan 5 mahasiswa memiliki persepsi netral terhadap fenomena *flexing* di media sosial TikTok.

Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa cenderung memandang fenomena *flexing* sebagai sesuatu yang lebih banyak memberikan dampak negatif.

C. Pengolahan dan Analisis Data

Setelah data diperoleh dan disajikan dalam bentuk uraian, selanjutnya data tersebut dianalisis. Analisis data tersebut meliputi:

1. *Flexing* sebagai pamer kekayaan dan gaya hidup mewah.

Analisis hasil penelitian berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menunjukkan

bahwa mayoritas mahasiswa memaknai *flexing* sebagai perilaku memamerkan kekayaan dan gaya hidup mewah di media sosial TikTok.

a. Bentuk *Flexing* di Media Sosial TikTok

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, mahasiswa menilai bahwa perilaku *flexing* ditunjukkan melalui unggahan yang menampilkan simbol-simbol kemewahan, seperti penggunaan barang bermerek, kendaraan pribadi, aktivitas hiburan, serta pola hidup konsumtif lainnya. Konten tersebut dipandang sebagai bentuk pencitraan diri yang bertujuan memperoleh perhatian dan pengakuan sosial dari pengguna media sosial.

b. Persepsi Mahasiswa terhadap Perilaku *Flexing*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, sebagian besar mahasiswa memiliki persepsi negatif tentang fenomena *flexing* karena dipandang mencerminkan perilaku berlebihan, sikap pamer, serta kecenderungan materialistis. Persepsi tersebut terbentuk melalui proses pengamatan dan interpretasi mahasiswa terhadap berbagai konten yang mereka konsumsi di media sosial TikTok.

c. Pengaruh Media Sosial terhadap Pembentukan Persepsi

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, media sosial TikTok memiliki pengaruh yang cukup besar dalam membentuk persepsi mahasiswa tentang fenomena *flexing*. Intensitas paparan konten yang menampilkan gaya hidup mewah menyebabkan

mahasiswa lebih mudah mengenali serta menilai dampak sosial dari perilaku tersebut, baik terhadap individu maupun lingkungan sosial.

2. *Flexing* sebagai motivasi dan ekspresi diri.

Analisis hasil penelitian berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa terdapat sebagian mahasiswa yang memandang *flexing* sebagai bentuk motivasi dan ekspresi diri, selama dilakukan secara proporsional dan tidak berlebihan.

a. *Flexing* sebagai Sarana Motivasi

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, beberapa mahasiswa berpendapat bahwa *flexing* dapat memberikan dorongan motivasi kepada individu lain untuk mencapai keberhasilan dan meningkatkan kualitas hidup. Dalam pandangan tersebut, konten yang menampilkan hasil kerja keras dianggap mampu memberikan inspirasi bagi pengguna media sosial lainnya.

b. *Flexing* sebagai Bentuk Ekspresi Diri

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, sebagian mahasiswa memandang *flexing* sebagai bentuk ekspresi diri dan personal branding di media sosial. Namun demikian, mahasiswa juga menegaskan bahwa ekspresi tersebut perlu dilakukan secara wajar agar tidak menimbulkan persepsi negatif dari masyarakat.

c. Variasi Persepsi Mahasiswa tentang Fenomena *Flexing*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, ditemukan adanya perbedaan persepsi di kalangan mahasiswa tentang

fenomena *flexing*. Sebagian mahasiswa memandang *flexing* sebagai sarana motivasi dan apresiasi terhadap pencapaian pribadi, sedangkan sebagian lainnya menilai bahwa perilaku tersebut berpotensi menimbulkan kecemburuan sosial, perilaku konsumtif, serta persaingan sosial yang tidak sehat.

3. *Flexing* dalam pandangan Islam.

Analisis hasil penelitian berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa menilai fenomena *flexing* tidak sejalan dengan nilai-nilai keislaman.

a. *Flexing* sebagai Bentuk Perilaku Riya', Ujub, dan Takabbur

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, mahasiswa berpendapat bahwa perilaku *flexing* mengandung unsur riya', ujub, dan takabbur karena dilakukan untuk memperoleh pujian dan pengakuan dari orang lain. Mahasiswa menilai bahwa perilaku tersebut bertentangan dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya sikap rendah hati dan kesederhanaan dalam kehidupan sosial.

b. Pandangan Islam terhadap Perilaku Pamer

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, mahasiswa memahami bahwa Islam tidak melarang umatnya memiliki harta maupun mencapai keberhasilan, namun Islam melarang perilaku memamerkan kekayaan secara berlebihan. Oleh karena itu, mahasiswa menilai bahwa penggunaan media sosial seharusnya

diarahkan pada aktivitas yang memberikan manfaat serta tidak menimbulkan dampak negatif bagi individu lain.

c. Integrasi Nilai Keislaman dalam Menilai Fenomena *Flexing*

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, mahasiswa cenderung menggunakan nilai-nilai keislaman sebagai landasan dalam menilai fenomena flexing di media sosial TikTok. Hal tersebut menunjukkan bahwa pemahaman agama memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk cara pandang mahasiswa terhadap fenomena sosial di era digital.

Tabel Hasil Wawancara 4.1

No	Nama Responden	Jawaban		
		Negatif	Positif	Netral
1	Aprini Harahap	✓		
2	Sri Legi Rahmadani		✓	
3	Dinda Nabilah		✓	
4	Gudmaini Tambunan	✓		
5	Nita Delila Tamba	✓		
6	Dina Hanifa Rangkuti		✓	
7	Fitri Handayani	✓		
8	Muammar Kadafi	✓		
9	Mintana Rizki			✓

10	Nurhadawiyah Ismayani Hasibuan			✓
11	Nur Hamida Sihombing	✓		
12	Widia Rahma	✓		
13	Yulan Agustina	✓		
14	Herawati Harahap	✓		
15	Uba Lestari Sumarito Daulay		✓	
16	Novi Annisa Putri	✓		
17	Shoibatul Aslamiyah Harahap		✓	
18	Hotmardiyah Matondang			✓
19	Fazri Almasyah Siregar	✓		
20	Rizka Nizzariyah	✓		
21	Luthfiah Hairani	✓		
22	Rosmasita Siregar		✓	
23	Indah Hairani Simbolon	✓		
24	Indah Toyyiba		✓	
25	Rifka Ismawani Siregar	✓		
26	Deli Asmawati Siregar	✓		
27	Suci Rahmayani		✓	
28	Mujib Hagabean Nasution	✓		

29	Khairul Asyur Ritonga			✓
30	Muhammad Nuh	✓		
31	Ratna Sari Harahap		✓	
32	Sarintan Harahap	✓		
33	Nur Holila Harahap	✓		
34	Fatur Rahman			✓
35	Salwah Lubis	✓		
36	Rizka Nabila	✓		
37	Abdurrahman Tambak	✓		
38	Salwah F. Ramadani	✓		
39	Pahrul Rezi Pulungan	✓		
40	Mawaddah Khofifah	✓		

Berdasarkan Hasil Penelitian dari 40 responden, dapat disimpulkan bahwa mayoritas Mahasiswa memiliki persepsi negatif tentang fenomena *flexing* di media sosial tiktok yaitu sebanyak 26 Orang. Hal ini menunjukkan bahwa *flexing* dipandang sebagai perilaku yang cenderung mengarah pada sikap pamer, riya', dan kurangnya rasa syukur dan tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam yang mengajarkan kesederhanaan dan rendah hati. Selain itu fenomena itu juga dianggap dapat memicu kecemburuan sosial, tekanan psikologis, serta perilaku konsumtif dikalangan pengguna media sosial.

Sementara itu, 9 responden memiliki persepsi positif dengan anggapan bahwa *flexing* dapat menjadi sarana motivasi dan bentuk ekspresi diri, *personal branding*, serta cara seseorang dalam menunjukkan hasil usaha yang telah dicapai, selama tidak dilakukan secara berlebihan.

Sementara itu sebanyak 5 responden bersikap netral karena menilai bahwa fenomena *flexing* memiliki dampak positif maupun negatif tergantung pada konteks dan cara individu dalam memaknainya. Responden menganggap bahwa *flexing* dapat diterima apabila dilakukan secara wajar, tidak berlebihan, dan tidak bertujuan untuk merendahkan orang lain, namun akan menjadi negative apabila dilakukan secara berlebihan dan mengarah pada kesombongan.

Secara keseluruhan, dapat disimpulkan bahawa persepsi Mahasiswa tentang fenomena *flexing* di media sosial tiktok didominasi oleh pandangan negatif. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat kesadaran yang cukup tinggi terhadap nilai-nilai sosial dan nilai-nilai Islam yang menekankan pentingnya sikap sederhana, rendah hati, serta menjahui perilaku pamer. Dengan demikian fenomena *flexing* perlu disikapi secara bijak agar tidak memberikan dampak negatif bagi individu maupun lingkungan sosial sekitarnya.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, persepsi mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan tentang fenomena *flexing* di media sosial TikTok menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memahami *flexing* sebagai perilaku yang memperlihatkan kekayaan, gaya hidup mewah, maupun berbagai pencapaian pribadi dengan tujuan memperoleh perhatian dan pengakuan dari orang lain. Mahasiswa juga berpendapat bahwa fenomena *flexing* memiliki dampak positif dan negatif. Dampak positifnya dapat berupa munculnya motivasi untuk berkembang dan mencapai keberhasilan, sedangkan dampak negatifnya dapat memicu rasa iri, perilaku konsumtif, serta kecenderungan untuk menampilkan kehidupan yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Temuan penelitian ini memiliki keterkaitan dengan beberapa penelitian terdahulu yang sama-sama mengangkat fenomena *flexing* di media sosial. Penelitian Anis Amrina Hafan membahas fenomena *flexing* pada generasi Z dalam perspektif Islam, sedangkan penelitian ini berfokus pada persepsi mahasiswa terhadap fenomena *flexing* di TikTok. Penelitian Puspa Sari Rani mengkaji bentuk-bentuk perilaku *flexing* yang dilakukan mahasiswa, sementara penelitian ini lebih menitikberatkan pada pandangan mahasiswa terhadap fenomena tersebut ditinjau dari perspektif Islam. Penelitian Farhan Ramadhan membahas *flexing* sebagai sarana personal branding, sedangkan penelitian ini lebih menyoroti dampak sosial dan moral yang ditimbulkan oleh perilaku tersebut. Sementara itu,

penelitian Hasnur mengkaji respons netizen terhadap perilaku *flexing* influencer di YouTube, sedangkan penelitian ini berfokus pada persepsi mahasiswa terhadap fenomena *flexing* yang berkembang di TikTok. Adapun penelitian Hanifah Abir Andriana membahas *flexing* sebagai bentuk pencitraan diri di media sosial, sedangkan penelitian ini menggunakan wawancara langsung untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai pandangan mahasiswa.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada fokus pembahasan, subjek yang diteliti, serta media sosial yang dijadikan objek kajian. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih menekankan pada perilaku *flexing*, personal branding, pola konsumsi, maupun respons masyarakat terhadap fenomena tersebut. Sebaliknya, penelitian ini secara khusus mengkaji persepsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan mengenai fenomena *flexing* di media sosial TikTok dengan pendekatan perspektif Islam.

Keunggulan penelitian ini terletak pada upayanya menghubungkan fenomena sosial yang sedang berkembang dengan nilai-nilai keislaman. Penelitian ini tidak hanya menggambarkan bagaimana mahasiswa memahami fenomena *flexing*, tetapi juga menelaah pandangan mahasiswa mengenai kesesuaian perilaku tersebut dengan ajaran Islam yang menekankan sikap tawadhu', kesederhanaan, serta menjauhi perilaku riya' dan berlebihan. Selain itu, pemilihan TikTok sebagai objek penelitian

menjadikan penelitian ini relevan dengan kondisi saat ini, mengingat platform tersebut merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh kalangan mahasiswa dan menjadi wadah yang sering menampilkan konten *flexing*.

Keunggulan lain dari penelitian ini adalah penggunaan metode wawancara secara langsung, sehingga data yang diperoleh lebih mendalam dan mampu menggambarkan pengalaman serta pandangan informan secara nyata. Melalui pendekatan tersebut, peneliti dapat memahami persepsi mahasiswa secara lebih komprehensif tentang fenomena *flexing* yang mereka temui dalam kehidupan sehari-hari. Sepanjang pengetahuan peneliti, masih terbatas penelitian yang secara khusus mengkaji persepsi mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan mengenai fenomena *flexing* di media sosial TikTok dalam perspektif Islam. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki nilai kebaruan pada aspek fokus penelitian, subjek penelitian, objek kajian, serta pendekatan analisis yang digunakan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa menyadari pentingnya menggunakan media sosial secara bijaksana sesuai dengan nilai-nilai Islam. Mahasiswa berpendapat bahwa perilaku *flexing* yang dilakukan secara berlebihan berpotensi bertentangan dengan ajaran Islam yang mengajarkan kesederhanaan, kerendahan hati, dan menghindari sikap pamer. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperluas pemahaman mengenai fenomena *flexing*

serta meningkatkan kesadaran mahasiswa untuk menggunakan media sosial secara lebih bertanggung jawab dan selaras dengan etika serta ajaran Islam.

E. Keterbatasan Penelitian

Pertama, penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan dalam memahami hasil penelitian. Pertama, penelitian ini hanya dilakukan pada mahasiswa Program Studi Pendidikan Agama Islam angkatan 2022 di UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, sehingga ruang lingkup penelitian masih terbatas pada kelompok mahasiswa tertentu dan belum dapat mewakili persepsi seluruh mahasiswa di universitas tersebut maupun mahasiswa dari program studi lainnya.

Kedua, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, sehingga data yang diperoleh lebih menekankan pada pemahaman mendalam mengenai persepsi informan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini bersifat kontekstual dan tidak dimaksudkan untuk melakukan generalisasi secara luas.

Ketiga, keterbatasan waktu dan kondisi penelitian menyebabkan proses pengumpulan data hanya melibatkan 40 orang informan, sehingga kemungkinan masih terdapat pandangan atau pengalaman lain dari mahasiswa yang belum sepenuhnya tergali dalam penelitian ini.

Keempat, penelitian ini hanya berfokus pada fenomena *flexing* di media sosial TikTok, sehingga tidak membahas fenomena serupa yang mungkin terjadi pada platform media sosial lainnya seperti Instagram,

YouTube, maupun platform digital lain yang juga populer di kalangan mahasiswa.

Kelima, penelitian ini lebih menitikberatkan pada persepsi mahasiswa terhadap fenomena *flexing*, sehingga belum mengkaji secara mendalam mengenai dampak psikologis, sosial, maupun perilaku mahasiswa akibat paparan konten *flexing* di media sosial.

Berdasarkan keterbatasan tersebut, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memperluas objek penelitian dengan melibatkan lebih banyak responden dari berbagai program studi, menggunakan pendekatan metode yang berbeda, serta mengkaji fenomena *flexing* pada berbagai platform media sosial secara lebih komprehensif.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah mengenai bagaimana persepsi mahasiswa tentang fenomena *flexing* di media sosial TikTok, dapat disimpulkan bahwa variasi persepsi yang terbagi ke dalam tiga kecenderungan utama, yaitu persepsi positif, negatif, dan netral, dengan kecenderungan yang paling menonjol pada persepsi negatif. Berdasarkan hasil temuan dari 40 informan, secara deskriptif diperoleh bahwa 9 informan memiliki persepsi positif, 26 informan memiliki persepsi negatif, dan 5 informan lainnya memiliki persepsi netral.

1. Persepsi Positif

Sebagian kecil informan memandang fenomena *flexing* sebagai sesuatu yang dapat memberikan motivasi dan inspirasi. Hal ini dilatarbelakangi oleh pandangan bahwa konten yang menampilkan pencapaian dan keberhasilan dapat mendorong semangat untuk berkembang, selama disajikan secara wajar, tidak berlebihan, dan mengandung nilai positif.

2. Persepsi Negatif

Sebagian besar informan memiliki persepsi negatif tentang fenomena *flexing*. Hal ini disebabkan oleh anggapan bahwa fenomena tersebut lebih banyak menimbulkan dampak yang kurang baik, seperti mendorong perilaku konsumtif, memunculkan rasa iri dan kecemburuan

sosial, serta memicu perasaan tidak percaya diri (*insecure*). Selain itu, *flexing* juga dinilai tidak sejalan dengan nilai kesederhanaan serta bertentangan dengan nilai-nilai Islam, khususnya berkaitan dengan perilaku riya' (pamer).

3. Persepsi Netral

Sebagian informan lainnya menunjukkan persepsi netral dengan pertimbangan bahwa fenomena *flexing* bersifat kontekstual, tergantung pada tujuan dan cara penyajiannya. Informan dalam kategori ini memandang bahwa *flexing* dapat diterima apabila digunakan untuk tujuan positif, seperti promosi atau berbagi pengalaman, namun akan berdampak negatif apabila dilakukan secara berlebihan.

Secara keseluruhan, persepsi mahasiswa tentang fenomena *flexing* di media sosial TikTok menunjukkan kecenderungan yang paling menonjol pada persepsi negatif. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kemampuan berpikir kritis dan selektif dalam memahami fenomena sosial di media digital, serta mempertimbangkan aspek sosial dan keagamaan dalam membentuk persepsi mereka.

B. Implikasi Hasil Penelitian

1. Implikasi Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini memperkuat kajian tentang perilaku sosial generasi muda dalam konteks media digital, khususnya terkait pembentukan persepsi dan sikap terhadap fenomena budaya populer di media sosial. Penelitian ini juga memberikan kontribusi

dalam pengembangan teori literasi digital dan pendidikan karakter, terutama dalam perspektif pendidikan agama Islam. Temuan penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai keagamaan dan moral tetap memiliki peran penting dalam membentuk cara pandang mahasiswa terhadap fenomena sosial modern seperti *flexing*.

Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi akademik dalam pengembangan kurikulum yang mengintegrasikan pendidikan etika bermedia sosial dalam pembelajaran Pendidikan Agama Islam, sehingga pembentukan karakter tidak hanya dilakukan dalam konteks kehidupan nyata, tetapi juga dalam ruang digital.

2. Implikasi Praktis

Secara praktis, penelitian ini menunjukkan pentingnya peningkatan literasi digital dan penguatan nilai karakter di kalangan mahasiswa. Fenomena *flexing* dapat diminimalisir dampak negatifnya apabila mahasiswa dibekali dengan pemahaman yang kuat tentang etika bermedia sosial, pengendalian diri, serta kesadaran akan nilai kesederhanaan dan rasa syukur.

Hasil penelitian ini juga menjadi bahan evaluasi bagi lembaga pendidikan untuk lebih aktif memberikan edukasi mengenai penggunaan media sosial yang bijak, agar mahasiswa tidak terjebak dalam budaya pamer yang berlebihan serta tetap menjaga identitas dan integritas diri sebagai generasi intelektual.

C. Saran

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa diharapkan lebih bijak dalam menggunakan media sosial serta tidak terpengaruh oleh trend *flexing* yang dapat mendorong perilaku konsumtif.

2. Bagi kampus atau Dosen

Pihak kampus diharapkan dapat memberikan edukasi tentang etika bermedia sosial kepada mahasiswa.

3. Bagi Penulis Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian ini dengan cakupan yang lebih luas, baik dari segi jumlah responden maupun pendekatan penelitian yang digunakan. Penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji dampak psikologis *flexing* secara lebih mendalam atau membandingkan persepsi mahasiswa antar program studi. Selain itu, penelitian lanjutan dapat meneliti strategi pendidikan yang efektif dalam membentuk kesadaran etis mahasiswa dalam menggunakan media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Abir Hanif Andriana, (2025), *Fenomena Flexing di Media Sosial YouTube Channel Vilmei (Analisis Isi Model Philipp Mayring)*. Skripsi. UIN Prof. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Aguwi, Shine Al, dan Vensy Alaisyahda, (2023), “Pandangan Hukum Islam Tentang Fenomena *Flexing* di Media Sosial.” *Jurnal Kajian Hukum Islam*.
- Aibah, Anis Amrina Hafan, (2023), *Analisis Fenomena Flexing di Sosial Media Pada Generasi Z dalam Perspektif Konsumsi Islam*. Skripsi. Universitas Islam Indonesia.
- Akmadiansyah, Salza Leza Octamadian, Sapta Sari, dkk, (2024), “Fenomena *Flexing* Seleb TikTok Adelina Margaret Sebagai Komunikasi Simbolik.” *Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*.
- Alaisyah, Dina Sukma, (2021), *Psikologi Umum*. Depok: Rajawali Pers.
- Al-Aqib, Zainial, dan Mohammad Hasan Rasidi, (2019), *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta: Andi.
- Alaq, Icol Dianto. t.t. “Keabsahan Data Penelitian Kualitatif.”
- Alfarisy, Fitri, Chella Meira Damayanti, Almaidah Bahri, Yosephine Helena Sirait, (2022), “Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris di Indonesia.” *Jurnal Indonesia Sains*.
- Amri, Ahmad Rusdi, (2021), *Psikoterapi Penyakit Sombong Perspektif Al-Ghazali*. Prosiding Konferensi Nasional Psikologi Kesehatan – Fakultas Psikologi YARSI.
- Amrullah, Mohammad Wildan Zulfikar, (2025), “Analisis *Flexing* Culture dalam Perspektif Al-Qur’an.” *Jurnal Qur’anic and Studies*.
- Andriana, Hanifah Abir, (2025), *Fenomena Flexing di Media Sosial YouTube Channel Vilmei (Analisis Isi Model Philipp Mayring)*. Skripsi. UIN Prof. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Asari, Andi, dkk, (2023), *Peran Media Sosial Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: CV Istana Agency.
- Asnawi, Andi Syaputra, dan Heri Rahmatsyah, (2020), “Persepsi Masyarakat Tentang Kegiatan Kuliah Pengabdian Masyarakat (KPM).” *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*.

- Bahri, Almaidah, Chella Meira Damayanti, Yosephine Helena Sirait, Fitri Alfarisy, (2022), "Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Inggris di Indonesia." *Jurnal Indonesia Sains*.
- Boer, Rino Febrianno, (2021), *Menyelisik Media Sosial*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.
- Cahyono, Anang Sugeng, (2018), "Dampak Media Sosial tentang Permasalahan Sosial Anak." *Jurnal Unita.ac.id*.
- Dalimunthe, Efrida Mandasari, dan Muhammad Ihsan, (2020), "Hubungan Antara Konsep Diri dan Regulasi Diri tentang Tingkat Prokrastinasi Mahasiswa PAI." *Darul Ilmi*.
- Darmalaksana, Wahyuddin, (2022), "Studi *Flexing* dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik." *Jurnal Gunung Djati Conference Series*.
- Dewi, Neng Kurnia, Riche Chintia Johan, Gema Rullyana, (2018), "Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media." *P-ISSN 2089-6549*.
- Dina Sukma, (2021), *Psikologi Umum*. Depok: Rajawali Pers.
- Diyanto, Icol. t.t. "Keabsahan Data Penelitian Kualitatif."
- Egam, Pingkan Peggy, Marco E. N. Sumarandak, Aristotulus E. Tungka, (2021), "Persepsi Masyarakat tentang Kawasan Monumen di Manado." *Jurnal Spasial*.
- Erwin Hafid, (2018), "Persepsi Mahasiswa Mengenai Dampak Penerapan Metode Pembelajaran Dosen." *Jurnal Pendidikan Agama Islam*.
- Ety Nurhayat, dan Rakhmaditya Dewi Noorrizki, (2022), "*Flexing* : Perilaku Pamer Kekayaan di Media Sosial dan Kaitannya dengan Self-Esteem." *Jurnal Flourishing*.
- Fahmi, Ai Nurul, Siti Komariah, dkk, (2024), "*Flexing* dan Personal Branding: Konten Analisis Sosial Media Generasi Z di Indonesia." *Jurnal Analisa Sosiologi*.
- Fahmi, Dzul. (2020). *Persepsi: Bagaimana Sejatinya Persepsi Membentuk Konstruksi Berpikir Kita*. Yogyakarta: Psikologi Corner.

- Farhan Ramadhan, (2023), *Flexing di Media Sosial Sebagai Personal Branding*. Skripsi. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Farida Nugraha, (2014), *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Tiga Serangkai.
- Ghoffar, Abdul (penerj.). Lihat Abdullah Muhammad. 2004.
- Hafid, Erwin, (2018), “Persepsi Mahasiswa Mengenai Dampak Penerapan Metode Pembelajaran Dosen.” *Jurnal Pendidikan Agama Islam*.
- Hafidz, Jawade, (2022), “Fenomena *Flexing* di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana.” *Jurnal Cakrawala Informasi*.
- Hasnur, (2024), *Representasi Umpan Balik Netizen tentang Perilaku Flexing Influencer di Media Sosial*. Skripsi. IAIN Parepare.
- Hidayat, Rani Puspa Sari, (2024), *Fenomena Flexing di Kalangan Mahasiswa*. Skripsi. Universitas Andalas.
- Himam, Dian Islamiati, Hammah, dkk, (2024), “Konsep Sombong dalam Al-Qur’an.” *Jurnal Ilmiah Falsafah*.
- Himmiatus Salamah, Ika, Muhammad Fadhi Wathani, dkk, (2025), “Personal Branding ala Generasi Digital: Kajian Tafsir Maqasid tentang Tren *Flexing*.” *Jurnal Ilmu Al-Qur’an dan Tafsir*.
- Jaenuddin, Riswan, dkk, (2020), *Sikap Mahasiswa Universitas Sriwijaya dan Omdurman Islamic University tentang Permasalahan Sosial*. Palembang: Bening Media Publishing.
- KBBI Online, (2025), “Persepsi.” Diakses 14 November.
- KBBI Online, (2025), “Waham.” Diakses 15 November.
- Kamus Merriam-Webster Online, (2025), “*Flexing* .”
- Kurnia, Neng Dewi, Riche Chintia Johan, Gema Rullyana, (2018), “Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media.” *P-ISSN 2089–6549*.
- Muhammad, Abdullah, (2004), *Tafsir Ibnu Kathir*, jilid 6, terj. Abdul Ghoffar. Bogor: Pustaka Imam Asy-Syafi’i.
- Nashrullah, Mochamad, dkk, (2023), *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: UMSIDA Press.

Nasution, Abdusima, (2022), *Filsafat Pendidikan Islam*, Yogyakarta: PT Nas Media Pustaka.

Noor Afifah, Ummi Rojiati, dan, (2024), “Analisis Fenomena *Flexing* : Keterkaitan Gaya Hidup dan Popularitas.” *Komsopol: Jurnal Komunikasi Sosial dan Politik*.

Nur Wahidah, Juma’iyah, dan Khodijah, (2023), “Fenomena *Flexing* di Media Sosial: Dampaknya Pada Hubungan Sosial dan Ekonomi.” *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*.

Octamadian, Salza Leza, Sapta Sari, dkk, (2024), “Fenomena *Flexing* Seleb TikTok Adelina Margaret Sebagai Komunikasi Simbolik.” *Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*.

Qomaruddin, Ahmad, (2021), “Hilangnya Kesadaran Diri Mahasiswa untuk Kuliah.” *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*.

Rachmat Hendayana, (2019), *Persepsi dan Adopsi Teknologi*. Jakarta: IAARD Press.

Rafiq, A, (2020), “Dampak Media Sosial tentang Perubahan Sosial Suatu Masyarakat.” *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*.

Rangkuti, Ahmad Nizar, (2016), *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, PTK, dan Penelitian Pengembangan*. Bandung: Citapustaka Media.

Rangkuti, Ahmad Nizar, (2016), *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Citapustaka

Rino Febrianno Boer, (2021), *Menyelisik Media Sosial*. Malang: Literasi Nusantara Abadi.

Saepuloh, Justiyen Warism Luthpi, dkk, (2025), “Pengaruh Penggunaan TikTok sebagai Media Pembelajaran Sejarah.” *Jurnal Review dan Pengajaran*.

Saat, Sulaiman, dan Sitti Mania, (2019), *Pengantar Metodologi Penelitian*. Gowa: Pusaka Almaila.

Shihab, M. Quraish, (2002), *Tafsir Al-Misbah*. Jakarta: Lentera Hati.

Sumarandak, Marco E. N., Aristotulus E. Tungka, Pingkan Peggy Egam, (2021), “Persepsi Masyarakat Tentang Kawasan Monumen di Manado.” *Jurnal Spasial*.

Sugiyono, (2013), *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Syarifah Fatimah, dan Oggy Maulidya Perdana Putri, (2023), “*Flexing : Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam.*” *Jurnal Ekonomi Islam*.

Ulfatin, Nurul, (2015), *Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan*. Malang: Media Nusa Kreatif.

Wijaya, Aprisilia Risky, (2022), *Sains dan Kesehatan dalam Perspektif Islam*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Zulfikar, Mohammad Wildan, (2025), “*Analisis Flexing Culture dalam Perspektif Al-Qur’an.*” *Jurnal Qur’anic and Studies*.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Rizqi Hidayah Tanjung
Nim : 2220100005
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Tanjung Rokan, 27 November 20003
Anak Ke- : 1 dari 4 Bersaudara
Alamat : Desa Tanjung Rokan, Kec, Aek Nabara
Barumun, Kab, Padang Lawas
E-mail : rizqihidayaht@gmail.com

II. IDENTITAS ORANG TUA

a. Ayah

Nama : Mukti Ali Tanjung
Pekerjaan : Petani/pekebun
Alamat : Desa Tanjung Rokan, Kec, Aek Nabara
Barumun. Kab, Padang Lawas
Tempat/ Tanggal Lahir : Tanjung Rokan, 15 Maret 1978

b. Ibu

Nama : Mirawati Siregar
Pekerjaan : Petani/pekebun
Alamat : Desa Tanjung Rokan, Kec, Aek Nabara
Barumun. Kab, Padang Lawas
Tempat/Tanggal Lahir : Silenjang, 10 Januari 1977

III. Riwayat Pendidikan

1. SDN 1106 Padang Garugur Jae
2. MTSS Darurrisalah Padang Hunik
3. Aliyah di Pondok Pesantren Al-Hakimiyah Paringgonan.

Lampiran I

PEDOMAN WAWANCARA

Untuk data-data yang dibutuhkan dalam penyusunan Skripsi yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Tentang Fenomena *Flexing* di Media Sosial Tiktok”**. Maka peneliti ini perlu yang perlu diwawancarai adalah Mahasiswa/wi jurusan Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022.

A. Wawancara dengan Mahasiswa/wi Program Studi Pendidikan Agama Islam.

a. Identitas Diri

Nama :

Nim :

Ruangan :

b. Pertanyaan :

1. Seberapa sering anda menggunakan Tiktok dalam sehari?
2. Biasanya konten apa yang paling sering anda tonton di Tiktok?
3. Menurut Anda, apa itu *Flexing* di media sosial Tiktok?
4. Konten *Flexing* seperti apa yang paling sering anda temui di Tiktok?
5. Bagaimana perasaan anda Ketika melihat konten tersebut?
6. Menurut anda apakah *Flexing* itu hal yang wajar atau berlebihan?
7. Apakah konten *Flexing* dapat memberikan motivasi bagi anda ?
8. Bagaimana pandangan anda tentang *Flexing* jika dikaitkan dengan ajaran islam, seperti kesederhanaan ?
9. Menurut anda bagaimana sebaiknya mahasiswa bersikap dalam menggunakan Tiktok agar lebih bijak?

Lampiran II

PEDOMAN HASIL WAWANCARA

Untuk data-data yang dibutuhkan dalam penyusunan Skripsi yang berjudul **“Persepsi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Tentang Fenomena *Flexing* di Media Sosial Tiktok”**. Maka peneliti ini perlu yang perlu diwawancarai adalah Mahasiswa/wi jurusan Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022.

A. Hasil Wawancara dengan Mahasiswa/wi Program Studi Pendidikan Agama Islam.

Nama : Dinda Nabilah

Nim : 2220100189

Ruangan : PAI 6

No	Pertanyaan	Deskripsi Hasil
1.	Seberapa sering anda menggunakan Tiktok dalam sehari?	Saya Menggunakan TikTok setiap hari beberapa kali.
2.	Biasanya konten apa yang paling sering anda tonton di Tiktok?	Biasanya konten yang paling sering saya tonton Konten hiburan dan trend terbaru.
3.	Menurut Anda, apa itu <i>Flexing</i> di media sosial Tiktok?	Menurut saya <i>Flexing</i> adalah pamer kekayaan untuk menarik perhatian orang.
4.	Konten <i>Flexing</i> seperti apa yang paling sering anda temui di Tiktok?	Konten <i>Flexing</i> Seperti Pamer barang mahal dan gaya hidup mewah, pencapaian juga.
5.	Bagaimana perasaan anda Ketika melihat konten tersebut?	Perasaan saya Ketika melihat konten <i>flexing</i> Saya merasa termotivasi. Karena saya melihat orang

		yang <i>flexing</i> itu dari sisi positif.
6.	Menurut anda apakah <i>Flexing</i> itu hal yang wajar atau berlebihan?	Menurut saya itu termasuk hal yang wajar. Apalagi untuk <i>flexing</i> pencapaian itu untuk apresiasi diri juga.
7.	Apakah konten <i>Flexing</i> dapat memberikan motivasi bagi anda?	Iya, apalagi <i>flexing</i> nya itu bentuk pencapaian, saya merasa kenapa dia bisa berarti saya juga bisa. jadi saya merasa termotivasi dan lebih bersemangat lagi.
8.	Bagaimana pandangan anda tentang <i>Flexing</i> jika dikaitkan dengan ajaran islam, seperti kesederhanaan?	Kalau dilihat dari pandangan Islam Tidak sesuai dengan nilai-nilai islam apabila secara berlebihan.
9.	Menurut anda bagaimana sebaiknya mahasiswa bersikap dalam menggunakan Tiktok agar lebih bijak?	Jadi menurut saya sebagai Mahasiswa Harus membatasi diri dan tidak terpengaruh. Dan lebih bijak lagi untuk bermedia Sosial.

Nama : Nurhadawiyah Ismayani Hasibuan

Nim : 2220100141

Ruangan : PAI 4

No	Pertanyaan	Deskripsi Hasil
1.	Seberapa sering anda menggunakan Tiktok dalam sehari?	Saya menggunakan TikTok setiap hari dengan frekuensi cukup sering sebagai hiburan.
2.	Biasanya konten apa yang paling sering anda tonton di Tiktok?	Saya lebih sering menonton konten hiburan dan video viral.
3.	Menurut Anda, apa itu <i>flexing</i> di media sosial Tiktok?	Menurut saya <i>flexing</i> itu adalah Tindakan memamerkan kekayaan atau gaya hidup mewah.
4.	Konten <i>flexing</i> seperti apa yang paling sering anda temui di Tiktok?	Pamer barang <i>branded</i> , kendaraan mewah dan liburan mahal.
5.	Bagaimana perasaan anda Ketika melihat konten tersebut?	Merasa biyasa aja, namun kadang membandingkan diri.
6.	Menurut anda apakah <i>flexing</i> itu hal yang wajar atau berlebihan?	Iya hal yang wajar apalagi <i>flexing</i> untuk pencapaian.
7.	Apakah konten <i>flexing</i> dapat memberikan motivasi bagi anda?	Iya. Bisa memberikan motivasi jika dilihat

		dari sisi positif. Karena ada <i>flexing</i> untuk motivasi yaitu menunjukkan hasil kerja keras supaya orang lain ikut semangat mengejar mimpi.
8.	Bagaimana pandangan anda tentang <i>Flexing</i> jika dikaitkan dengan ajaran islam, seperti kesederhanaan?	Iya bertentangan jika berlebihan dan tidak mencerminkan kesederhanaan.
9.	Menurut anda bagaimana sebaiknya mahasiswa bersikap dalam menggunakan Tiktok agar lebih bijak?	Menurut saya harus lebih bijak dan selektif dalam menggunakan TikTok.

Nama : Rosmasita Siregar

Nim : 2220100144

Ruangan : PAI 4

No	Pertanyaan	Deskripsi Hasil
1.	Seberapa sering anda menggunakan Tiktok dalam sehari?	Saya sering menggunakan TikTok setiap hari.
2.	Biasanya konten apa yang paling sering anda tonton di Tiktok?	Biasanya konten yang paling sering saya tonton di Tiktok seperti hiburan dan edukasi ringan.
3.	Menurut Anda, apa itu <i>flexing</i> di media sosial Tiktok?	Menurut saya <i>flexing</i> itu adalah pamer
4.	Konten <i>flexing</i> seperti apa yang paling sering anda temui di Tiktok?	Konten seperti pamer gaya hidup mewah, harta dan pencapaian.
5.	Bagaimana perasaan anda Ketika melihat konten tersebut?	Saya cenderung merasa tidak nyaman dan terkadang merasa <i>insecure</i> , karena konten tersebut membuat saya membandingkan diri dengan orang lain..
6.	Menurut anda apakah <i>Flexing</i> itu hal yang wajar atau berlebihan?	Menurut saya, <i>flexing</i> cenderung berlebihan karena lebih banyak menimbulkan dampak negatif, seperti rasa iri, tidak bersyukur, dan keinginan untuk terlihat sama meskipun tidak sesuai kemampuan.
7.	Apakah konten <i>Flexing</i> dapat	Menurut saya, konten <i>flexing</i> jarang

	memberikan motivasi bagi anda?	memberikan motivasi yang sehat, karena lebih sering memicu tekanan sosial dibandingkan dorongan untuk berkembang secara positif.
8.	Bagaimana pandangan anda tentang <i>Flexing</i> jika dikaitkan dengan ajaran islam, seperti kesederhanaan?	Menurut saya, <i>flexing</i> tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam karena mendorong sikap riya', berlebihan, dan kurang mencerminkan kesederhanaan yang diajarkan dalam Islam.
9.	Menurut anda bagaimana sebaiknya mahasiswa bersikap dalam menggunakan Tiktok agar lebih bijak?	Mahasiswa sebaiknya lebih bijak dalam menggunakan TikTok dengan memilah konten yang bermanfaat, menghindari konten <i>flexing</i> , serta tidak mudah terpengaruh oleh gaya hidup yang tidak sesuai dengan kondisi .

Nama : Novi Annisa Putri

Nim : 2220100015

Ruangan : PAI I

No	Pertanyaan	Deskripsi Hasil
1.	Seberapa sering anda menggunakan Tiktok dalam sehari?	Saya menggunakan Tiktok sering 1-3 jam dalam sehari.
2.	Biasanya konten apa yang paling sering anda tonton di Tiktok?	Konten yang paling sering saya tonton adalah seperti konten viral dan hiburan.
3.	Menurut Anda, apa itu <i>Flexing</i> di media sosial Tiktok?	Menurut saya <i>flexing</i> itu adalah pamer kekayaan di media sosial.
4.	Konten <i>Flexing</i> seperti apa yang paling sering anda temui di Tiktok?	Konten <i>flexing</i> yang sering saya temui di Tik Tok yaitu seperti pamer barang <i>branded</i> dan gaya hidup mewah.
5.	Bagaimana perasaan anda Ketika melihat konten tersebut?	Saya merasakan bahwa konten tersebut tidak hanya memunculkan dorongan semangat, tetapi juga berpotensi menimbulkan tekanan psikologis serta kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain.
6.	Menurut anda apakah <i>Flexing</i> itu hal yang wajar atau berlebihan?	Menurut saya, <i>flexing</i> merupakan perilaku yang cenderung berlebihan karena lebih menonjolkan pencitraan diri dibandingkan nilai kesederhanaan dan keaslian.

7.	Apakah konten <i>flexing</i> dapat memberikan motivasi bagi anda?	Saya berpendapat bahwa motivasi yang muncul dari konten <i>flexing</i> bersifat kurang autentik, karena lebih didorong oleh keinginan untuk menyamai orang lain daripada pengembangan diri yang sebenarnya.
8.	Bagaimana pandangan anda tentang <i>Flexing</i> jika dikaitkan dengan ajaran islam, seperti kesederhanaan?	Menurut saya, fenomena <i>flexing</i> bertentangan dengan prinsip kesederhanaan dalam ajaran Islam, karena mengandung unsur pamer (riya') dan berpotensi menimbulkan kesenjangan sosial.
9.	Menurut anda bagaimana sebaiknya mahasiswa bersikap dalam menggunakan Tiktok agar lebih bijak?	Saya berpendapat bahwa mahasiswa perlu bersikap lebih selektif dan kritis dalam menggunakan TikTok, dengan menghindari konten yang bersifat pamer serta lebih memfokuskan diri pada konten yang edukatif dan bermanfaat.

Nama : Fatur Rahman

Nim : 2220100108

Ruangan : PAI 3

No	Pertanyaan	Deskripsi Hasil
1.	Seberapa sering anda menggunakan Tiktok dalam sehari?	Saya menggunakan TikTok setiap hari.
2.	Biasanya konten apa yang paling sering anda tonton di Tiktok?	Biasanya konten yang paling sering saya tonton di TikTok konten hiburan dan gaya hidup mewah.
3.	Menurut Anda, apa itu <i>Flexing</i> di media sosial Tiktok?	Menurut saya <i>flexing</i> itu adalah pamer.
4.	Konten <i>flexing</i> seperti apa yang paling sering anda temui di Tiktok?	Konten <i>flexing</i> yang paling sering saya temui di TkTok adalah pamer liburan dan barang mahal.
5.	Bagaimana perasaan anda Ketika melihat konten tersebut?	Persaaan saya Ketika melihan konten tersebut biasa saja.
6.	Menurut anda apakah <i>flexing</i> itu hal yang wajar atau berlebihan?	Berlebihan
7.	Apakah konten <i>flexing</i> dapat memberikan motivasi bagi anda?	Menurut saya bisa menjadi motivasi jika dilihat dari sisi positif.
8.	Bagaimana pandangan anda tentang <i>flexing</i> jika dikaitkan dengan ajaran islam, seperti kesederhanaan?	Menurut saya tidak sesuai jika berlebihan.

	Menurut anda bagaimana sebaiknya mahasiswa bersikap dalam menggunakan Tiktok agar lebih bijak?	Menurut saya harus lebih bijak dalam bersosial media.
--	--	---

link:https://drive.google.com/file/d/1_SrgaN-7ZskmJxR-68sey2tSaTGs5nUG/view?usp=drivesdk

Lampiran III

DOKUMENTASI

1. Wawancara dengan Mahasiswa/wi Program Studi Pendidikan Agama Islam Angkatan 2022.



Wawancara dengan Dinda Nabilah, Senin tanggal 23 Februari 2026
Jam 09.00.



Wawancara dengan saudara Fatur Rahman, Rabu, tanggal 25 Maret
2026 jam 10.30.



Wawancara dengan Rosmasita Siregar, Kamis tanggal 26 Februari 2026
jam 11.00.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Fax/mile (0634) 24022

Nomor : 0652 /Un.28/E.2/TL.00.9/02/2026

26 Februari 2026

Lampiran : -

Hal : Izin Riset

Penyelesaian Skripsi

Yth. Ketua Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah
Dan Ilmu Keguruan

Nama : Rizqi Hidayah Tanjung
NIM : 2220100005
Fakultas : Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan
Program Studi : Pendidikan Agama Islam
Alamat : Tanjung Rokan

Adalah Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul **"Persepsi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Tentang Fenomena *Flexing* di Media Sosial Tiktok"**

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin Riset penelitian dengan judul di atas.mulai dari tanggal 23 Februari 2026 s/d 23 Maret 2026
Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

a.n. Dekan

Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum
Perencanaan Dan Keuangan



Ali Asrun Lubis, S.Ag.,M.Pd.
NIP 19710424 199903 1 004



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS TARBIYAH DAN ILMU KEGURUAN
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 1070 /Un.28/E/PP.00.9/03/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Lelya Hilda, M.Si.
NIP : 19720920 200003 2 002
Pangkat/Gol. Ruang : Pembina Utama Muda / (IV/c)
Jabatan : Lektor Kepala / Dekan Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan
Unit Kerja : Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
Padangsidempuan

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa di bawah ini:

NIM	Nama	Program Studi
2220100005	Rizqi Hidayah Tanjung	Pendidikan Agama Islam

adalah benar telah melaksanakan penelitian di Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan dengan judul Skripsi "**Persepsi Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan Tentang Fenomena *Flexing* di Media Sosial TikTok**"

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Padangsidempuan, 31 Maret 2026
Dekan

Dr. Lelya Hilda, M.Si
NIP 1972092020000320