

**NILAI-NILAI SOSIAL PROFETIK DALAM QS. AL-AN'AM (6): 74-79
SERTA RELEVANSINYA TERHADAP FLEXING DAN HEDONISME
MAHASISWA MUSLIM YOGYAKARTA**



TESIS

Oleh:

MUHAMMAD SALMAN ALFARUOI

24205031104

**PROGRAM MAGISTER ILMU AL-QUR'AN DAN TAFSIR
KONSENTRASI STUDI AL-QUR'AN**

FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA

YOGYAKARTA

2026



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1473/Un.02/DU/PP.00.9/08/2026

Tugas Akhir dengan judul : NILAI-NILAI SOSIAL PROFETIK DALAM QS. AL-AN'AM (6): 74-79
SERTA RELEVANSINYA TERHADAP FLEXING DAN HEDONISME
MAHASISWA MUSLIM YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD SALMAN ALFARUQI, S.Ag
Nomor Induk Mahasiswa : 24205031104
Telah diujikan pada : Senin, 03 Agustus 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Dian Nur Anna, S.Ag., M.A.
SIGNED

Valid ID: 6a716a0206d7



Penguji I

Prof. Dr. Muhammad, M.Ag
SIGNED

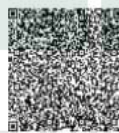
Valid ID: 6a8663ee0cab7



Penguji II

Dr. Rr. Siti Kurnia Widiastuti, S.Ag MPd.
M.A.
SIGNED

Valid ID: 6a871c2e973c51



Yogyakarta, 03 Agustus 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Prof. Dr. H. Robhy Habiba Abroz, S.Ag., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 6a871c2d9681a

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Salman Alfaruqi
NIM : 24205031104
Jenjang : Magister
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Program Studi : Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian karya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika kemudian hari ditemukan bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap untuk ditindak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 14 Juli 2026



Salman
Muhammad Salman Alfaruqi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Salman Alfaruqi
NIM : 24205031104
Jenjang : Magister
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Program Studi : Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 14 Juli 2026



Muhammad Salman Alfaruqi

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Ketua Program Studi Magister (S2) Ilmu
Al-Qur'an dan Tafsir
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN
Sunan Kalijaga Yogyakarta
Assalamu'alaikum wr.wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul:

Nilai-Nilai Sosial Profetik Dalam Qs. Al-An'am (6): 74-79 Serta Relevansinya Terhadap Flexing Dan Hedonisme Mahasiswa Muslim Yogyakarta

Yang ditulis oleh:

Nama : Muhammad Salman Alfaruqi
NIM : 24205031104
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : Magister

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Program Studi Magister Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir (S2) Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Magister Agama.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 14 Juli 2026



Dr. Dian Nur Anna, S.Ag., M.A.

MOTTO

لَا نُرِيدُ مِنْكُمْ جَزَاءً وَلَا شُكْرًا

***“Kami Tidak Menghendaki Balasan Dari Kamu Dan Tidak Pula
Ucapan Terima Kasih” (QS. Al-Insan [76]: 9)***

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tulisan yang tidak seberapa ini dipersembahkan untuk:

Ibu, tempat segala lelah kembali pulang, yang doanya selalu lebih dulu sampai sebelum langkah penulis dimulai. Ayah, sosok yang diamnya menyimpan perjuangan, yang letihnya sering tidak terlihat, tetapi kasihnya selalu terasa. Adik tersayang, yang kehadirannya menjadi penghibur, penyemangat, dan alasan kecil untuk terus berjalan. Semoga karya sederhana ini menjadi bagian kecil dari rasa terima kasih penulis atas cinta, doa, dan pengorbanan yang tidak pernah mampu penulis balas sepenuhnya.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini berangkat dari problem Pergeseran orientasi nilai dalam fenomena flexing dan hedonism dikalangan mahasiswa Muslim, yaitu ketika citra, status, kepemilikan, validasi sosial, dan kesenangan dijadikan ukuran keberhasilan hidup. Problem ini penting dibaca melalui QS. Al-An'am (6): 74–79 karena ayat tersebut memuat kritik Nabi Ibrahim terhadap kecenderungan manusia mengagungkan sesuatu yang terbatas. Penelitian ini bertujuan menganalisis nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi dalam QS. Al-An'am (6): 74–79 melalui Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo serta menjelaskan relevansinya terhadap fenomena flexing dan hedonisme mahasiswa Muslim, khususnya dalam konteks Yogyakarta.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif berbasis kepustakaan. Sumber primer penelitian ini adalah QS. Al-An'am (6): 74–79, kitab-kitab tafsir, dan karya Kuntowijoyo tentang Ilmu Sosial Profetik. Sumber sekunder meliputi buku, artikel jurnal, skripsi, tesis, dan karya ilmiah lain yang berkaitan dengan tafsir QS. Al-An'am (6): 74–79, Ilmu Sosial Profetik, *flexing*, hedonisme, budaya digital, dan gaya hidup konsumtif mahasiswa Muslim. Data dianalisis secara deskriptif-analitis dengan menempatkan humanisasi, liberasi, dan transendensi sebagai kategori pembacaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa QS. Al-An'am (6): 74–79 memuat nilai sosial profetik yang tampak dalam narasi Nabi Ibrahim. Nilai humanisasi terlihat pada upaya memulihkan manusia sebagai makhluk berakal dan bermartabat melalui dialog, kritik, dan penyadaran terhadap kelemahan objek-objek yang diposisikan secara keliru sebagai Tuhan. Nilai liberasi tampak pada pembebasan manusia dari pengetahuan palsu, tradisi sosial-keagamaan yang membelenggu, serta orientasi hidup yang menempatkan sesuatu yang terbatas sebagai pusat penghambaan. Nilai transendensi menjadi puncak dari keseluruhan proses tersebut, yaitu penghadapan diri kepada Allah sebagai Pencipta langit dan bumi dalam keadaan *ḥanīf*. Relevansinya terhadap *flexing* dan hedonisme terletak pada kritik terhadap pergeseran orientasi nilai manusia modern. *Flexing* dan hedonisme tidak disamakan secara literal dengan penyembahan berhala, tetapi dibaca secara analogis sebagai kecenderungan memberi nilai berlebihan kepada citra, status, kepemilikan, popularitas, validasi sosial, konsumsi, dan kesenangan. Dengan demikian, QS. Al-An'am (6): 74–79 melalui Ilmu Sosial Profetik menawarkan kritik terhadap budaya citra dan konsumsi sekaligus mengarahkan manusia agar kembali menempatkan Allah sebagai pusat nilai kehidupan.

Kata Kunci: QS. Al-An'am (6): 74–79, Ilmu Sosial Profetik, *flexing*, hedonisme.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab Latin yang merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
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	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Šad	Š	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)

ظ	Za'	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	' _	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
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

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

مُتَعَقِّدِينَ	ditulis	<i>Muta' aqqidin</i>
عِدَّة	ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta marbūṭah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

(Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam Bahasa Indonesia seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

حِكْمَة	ditulis	<i>Ḥikmah</i>
عِلَّة	ditulis	<i>'Illah</i>

2. Bila diikuti kata sandang “al” serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ditulis (*h*).

كرامة الاولياء	ditulis	<i>Karāmah al-auliyā'</i>
----------------	---------	---------------------------

3. Bila *Ta marbūṭah* hidup atau dengan harakat *fathah*, *kasrah* dan *Ḍammah* ditulis t atau h

زكاة الفطر	ditulis	<i>Zakāh al-fītri</i>
------------	---------	-----------------------

D. Vokal Pendek

اَ	<i>Fathah</i>	ditulis	A
فعل		ditulis	<i>Fa'ala</i>
اِ	<i>Kasrah</i>	ditulis	I
ذكر		ditulis	<i>Žukira</i>
اُ	<i>Ḍammah</i>	ditulis	U
يذهب		ditulis	<i>yaḏhabu</i>

E. Vokal Panjang

1	<i>Fathah + alif</i> جاهلية	ditulis	Ā
		ditulis	<i>Jāhiliyyah</i>
2	<i>Fathah + ya' mati</i> تنسى	ditulis	Ā
		ditulis	<i>Tansā</i>
3	<i>Kasrah + ya' mati</i> كريم	ditulis	Ī
		ditulis	<i>Karīm</i>
4	<i>Ḍammah + Wau mati</i> فروود	ditulis	U
		ditulis	<i>yaḏhabu</i>

F. Vokal Rangkap

1	<i>Fathah + ya' mati</i> بينكم	ditulis	Ai
		ditulis	<i>Baynakum</i>
2	<i>Fathah + wau mati</i> قول	ditulis	Au
		ditulis	<i>Qawlu</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata dipisahkan dengan Apostrof.

أَنْتُمْ	ditulis	<i>A'antum</i>
أَعَدْتُ	ditulis	<i>U'iddat</i>
لَنْ شَكَرْتُمْ	ditulis	<i>La'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qomariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “l”

الْقُرْآن	ditulis	<i>Al-Qur'ān</i>
الْقِيَّاس	ditulis	<i>Al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf “l” (el)

السَّمَاء	ditulis	<i>As-Samā'</i>
الشَّمْس	ditulis	<i>Asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِ الْفُرُوض	ditulis	<i>Zawī al-furūd</i>
أَهْلُ السُّنَّة	ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Alḥamdulillāhi rabbil ‘ālamīn. Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. atas limpahan rahmat, taufik, hidayah, dan pertolongan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Nilai-Nilai Sosial Profetik Dalam Qs. Al-An’am (6): 74-79 Serta Relevansinya Terhadap Flexing Dan Hedonisme Mahasiswa Muslim Yogyakarta.” Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW, sosok teladan agung yang membawa risalah tauhid, kemanusiaan, dan pembebasan bagi seluruh umat manusia.

Penulis menyadari bahwa tesis ini tidak mungkin selesai hanya karena kemampuan pribadi penulis. Proses panjang penyusunan tesis ini melibatkan arahan, doa, dukungan, kritik, dan bantuan dari banyak pihak. Dalam perjalanan tersebut, penulis belajar bahwa karya akademik tidak hanya dibangun oleh ketekunan membaca dan menulis, tetapi juga oleh kesabaran, bimbingan, serta kebaikan orang-orang yang hadir di sekitar penulis. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Pil., Ph.D. Selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta jajarannya.
2. Bapak Prof. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum. Selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta beserta segenap staffnya.
3. Bapak Dr. Ali Imron, S.Th.I., M.S.I dan Dr. Muhammad Akmaluddin,

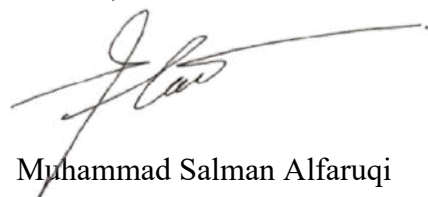
M.S.I. Selaku kepala dan sekretaris Program Studi Magister Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, serta Ibu Intan selaku bagian Tata Usaha yang penuh sabar menjawab pertanyaan-pertanyaan dan permintaan bantuan dari kami semua.

4. Ibu Dr. Dian Nur Anna, S.Ag., M.A. Selaku dosen pembimbing yang penulis kagumi keilmuannya, yang penuh sabar membimbing kebingungan penulis, yang berdedikasi penuh atas tanggung jawabnya, yang membantu penulis mendapatkan referensi-referensi terbatas. dan yang memberikan penulis pemahaman bahwa keilmuan yang tinggi bukanlah alasan menganggap orang lain rendah. Terima kasih, Ibu.
5. Seluruh jajaran dosen Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, diantaranya Dr. Fachruddin Faiz, M.Ag tempat kami mahasiswa mendapat tenang diantara pelik dalam kajian-kajian di Masjid Jendral Sudirman. Prof. Muhammad, Prof. Baidowi, Dr. Siti Khadija Nurul Aula, M.Ag dan segenap dosen lainnya yang meski tidak tertulis namanya, namun peran dan bimbingannya banyak sedikitnya menyemai keimuan-keilmuan baru bagi penulis.
6. Ibu, cinta pertama dan dunia paling hangat bagi penulis, yang terus mencurahkan kasih sayang tanpa batas, yang hingga hari ini tetap memeluk penulis dengan doa, kesabaran, dan cinta, meskipun penulis kerap kali “kalah” oleh banyak hal. Ayah, sosok kuat yang diamnya menyimpan doa, letihnya menjadi jalan, dan pengorbanannya menjadi alasan penulis untuk terus bertahan dan menyelesaikan perjalanan ini. Adik tersayang, yang

kehadirannya menjadi penghibur, penyemangat, dan pengingat bahwa perjuangan ini tidak pernah dijalani sendirian. Kepada seluruh keluarga besar penulis, terima kasih atas doa, kasih sayang, dan dukungan yang tidak pernah putus. Semoga segala hal baik senantiasa menyertai keluarga penulis tersayang.

7. Kepada perempuan yang penuh kesabaran, kelembutan dan perjuangan yang tak terkira untuk mengusahakan kebahagiaan penulis, terima kasih! Segala doa baik, semoga Tuhan kabulkan.
8. Segenap teman-teman MIAT E Angkatan 2024 yang sedari semester awal selalu menjadi pendengar segala keluhan penulis, Fandi, Ilul, Maslah, Nanat, Lulu, Agnes, Johan, Ikhsan, Ridho, Yusrul, Eka, Kholifah, Haiylen, Ulin, Dinda, Azizah yang sering lupa waktu kalau ngopi (tapi terimakasih atas segala pengalaman dan cerita-cerita hangatnya), teman kami yang telah Allah panggil lebih dahulu, Ahmad Ass'ari. Semoga sedikit doa kami membawa tenang disana. Serta teman-teman lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih untuk banyak hal baik yang terus kalian berikan.
9. Serta tak lupa terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang keras dan tidak memilih menyerah dalam segala keadaan.

Yogyakarta, 20 Juli 2026.
Penulis,



Muhammad Salman Alfaruqi

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	viii
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	11
D. Kajian Pustaka.....	13
E. Kerangka Teori.....	55
F. Metode Penelitian.....	64
G. Sistematika Pembahasan	75
BAB II AL-AN'AM (6): 74-79 DAN PENAFSIRANNYA	77
A. Deskripsi Umum QS. Al-An'am dan Posisi QS. Al-An'am (6): 74-79.	77
B. Teks dan Terjemah QS. Al-An'am (6): 74-79.....	83
C. Penafsiran Mufassir terhadap QS. Al-An'am (6): 74-79.....	85
BAB III ANALISIS NILAI-NILAI SOSIAL PROFETIK DALAM QS. AL-AN'AM (6): 74-79.....	106
A. Analisis Nilai Humanisasi dalam QS. Al-An'am (6): 74-79	106
B. Analisis Nilai Liberasi dalam QS. Al-An'am (6): 74-79	115
C. Analisis Nilai Transendensi dalam QS. Al-An'am (6): 74-79.....	122
BAB IV RELEVANSI NILAI SOSIAL PROFETIK QS. AL-AN'AM (6) 74-79 TERHADAP FENOMENA <i>FLEXING</i> DAN HEDONISME	129

A. Relevansi Nilai Humanisasi terhadap Fenomena <i>Flexing</i> dan Hedonisme.....	129
B. Relevansi Nilai Liberasi terhadap Fenomena <i>Flexing</i> dan Hedonisme .	154
C. Relevansi Nilai Transendensi terhadap Fenomena <i>Flexing</i> dan Hedonisme.....	176
BAB V PENUTUP.....	196
A. Kesimpulan	196
B. Saran.....	198
DAFTAR PUSTAKA	199
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	205



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel. 1	Indikator Pilar Humanisasi-----	30
Tabel. 2	Indikator Pilar Liberasi -----	31
Tabel. 3	Indikator Pilar Transendensi-----	32
Tabel. 4	Operasionalisasi Ilmu Sosial Profetik -----	33
Tabel. 5	Kerangka Indikator Ilmu Sosial Profetik-----	78
Tabel. 6	Nilai Humanisasi dalam QS. Al-An'am (6): 74-79 -----	88
Tabel. 7	Nilai Liberasi dalam QS. Al-An'am (6): 74-79-----	96
Tabel. 8	Nilai Transendensi dalam QS. Al-An'am (6): 74-79 -----	102
Tabel. 9	Relevansi Nilai Humanisasi terhadap Fenomena Flexing dan Hedonisme -----	133
Tabel. 10	Relevansi Nilai Liberasi terhadap Fenomena Flexing dan Hedonisme -----	152
Tabel. 11	Relevansi Nilai Transendensi terhadap Fenomena Flexing dan Hedonisme -----	171

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Al-Qur'an menempati posisi sentral dalam kehidupan umat Islam karena tidak hanya berfungsi sebagai bacaan ritual, tetapi juga sebagai sumber petunjuk, nilai, dan orientasi hidup. Kandungan Al-Qur'an mencakup relasi manusia dengan Allah, sesama manusia, dan realitas kehidupan secara luas. Fazlur Rahman menegaskan bahwa tema-tema pokok Al-Qur'an berkaitan dengan Tuhan, manusia, masyarakat, kenabian, dan tanggung jawab moral.¹ M. Quraish Shihab juga menjelaskan bahwa Al-Qur'an membahas berbagai persoalan manusia, mulai dari keimanan, ibadah, akhlak, hubungan sosial, hingga kehidupan sehari-hari.² Hal ini menunjukkan bahwa Al-Qur'an tidak hanya memuat ajaran teologis, tetapi juga menghadirkan arahan etis bagi kehidupan sosial manusia.

Salah satu inti ajaran Al-Qur'an adalah tauhid. Tauhid tidak hanya berarti pengakuan terhadap keesaan Allah secara teologis, tetapi juga mengandung konsekuensi etis dan sosial. Keyakinan kepada Allah menuntut manusia untuk tidak menundukkan diri kepada sesuatu yang semu, terbatas, dan tidak memiliki otoritas ilahiah. Toshihiko Izutsu menjelaskan bahwa relasi Tuhan dan manusia merupakan struktur penting dalam pandangan dunia Al-Qur'an karena membentuk cara manusia memahami dirinya, orientasi

¹ Fazlur Rahman, *Major Themes of the Qur'an*, 2nd ed. (Chicago: University of Chicago Press, 2009), h. 1–73.

² M. Quraish Shihab, *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Tematik atas Pelbagai Persoalan Umat* (Bandung: Mizan, 1996), h. 3–4, 35–39, 110–133, 394–408, dan 477–482.

hidupnya, dan tanggung jawabnya di hadapan Allah.³ Dengan demikian, tauhid dapat dipahami sebagai dasar pembebasan manusia dari berbagai bentuk penghambaan palsu, termasuk penghambaan kepada benda, status, kekuasaan, citra, popularitas, atau kesenangan.

Pesan tauhid tersebut disampaikan Al-Qur'an melalui berbagai bentuk, salah satunya melalui kisah para nabi. Kisah dalam Al-Qur'an tidak sekadar menghadirkan cerita masa lalu, tetapi juga menjadi sarana pendidikan nilai, pembentukan kesadaran, dan penyampaian pelajaran moral. Mannā' Khalīl al-Qaṭṭān menjelaskan bahwa *qasas al-Qur'ān* berkaitan dengan pemberitaan tentang umat terdahulu, para nabi, dan berbagai peristiwa yang mengandung pelajaran. Melalui kisah, Al-Qur'an menghadirkan nilai teologis, moral, dan sosial dalam bentuk narasi yang hidup dan reflektif.⁴

Dalam konteks ini, Nabi Ibrahim merupakan figur penting yang banyak dikaitkan dengan tauhid, pencarian kebenaran, dan kritik terhadap penyembahan palsu. Al-Qur'an menggambarkan Nabi Ibrahim bukan hanya sebagai sosok yang memiliki keteguhan iman, tetapi juga sebagai figur yang menggunakan akal, dialog, dan kritik dalam menghadapi keyakinan masyarakatnya. Ketokohan Nabi Ibrahim menjadi penting karena ia berhadapan dengan masyarakat yang menjadikan objek-objek tertentu sebagai pusat pemujaan. Penolakan Nabi Ibrahim terhadap penyembahan palsu menunjukkan bahwa manusia harus membebaskan dirinya dari ketundukan

³ Toshihiko Izutsu, *God and Man in the Qur'an: Semantics of the Qur'anic Weltanschauung*, 2nd ed. (Kuala Lumpur: Islamic Book Trust, 2002), h. 3–18 dan 76–100.

⁴ Mannā' Khalīl al-Qaṭṭān, *Mabāḥiṣ fī 'Ulūm al-Qur'ān* (Beirut: Mu'assasah al-Risālah, 1998), h. 305–306.

kepada sesuatu yang tidak berdasar pada kebenaran ilahiah.

Narasi Nabi Ibrahim juga memiliki relevansi dengan kehidupan modern. Bentuk penyembahan manusia modern tidak selalu hadir dalam bentuk berhala fisik, tetapi dapat tampak dalam kecenderungan mengagungkan benda, citra, status sosial, kemewahan, popularitas, validasi digital, dan kesenangan. Manusia dapat kehilangan orientasi ketika nilai dirinya diukur melalui kepemilikan material, tampilan sosial, dan pengakuan publik. Pada titik ini, tauhid perlu dibaca bukan hanya sebagai doktrin keimanan, tetapi juga sebagai kritik terhadap orientasi hidup yang menempatkan sesuatu yang duniawi sebagai pusat makna.

Salah satu bagian Al-Qur'an yang memuat narasi penting tentang Nabi Ibrahim adalah QS. Al-An'am (6): 74–79. Ayat-ayat ini menampilkan dialog Nabi Ibrahim dengan ayahnya, kritik terhadap penyembahan berhala, serta perenungan terhadap bintang, bulan, dan matahari sebagai bagian dari proses peneguhan tauhid. Narasi tersebut penting karena tidak hanya memperlihatkan persoalan keyakinan, tetapi juga menunjukkan bagaimana manusia diarahkan untuk membebaskan dirinya dari orientasi hidup yang keliru. QS. Al-An'am (6): 74–79 berbunyi sebagai berikut:

وَإِذْ قَالَ إِبْرَاهِيمُ لِأَبِيهِ أَرَزَرْتَنِي أَصْنَامًا إِلَهًا إِنِّي أَرَىٰ أَرْكَكَ وَقَوْمَكَ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ ۖ وَكَذَلِكَ نُرِي إِبْرَاهِيمَ مَلَكُوتَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَلِيَكُونَ مِنَ الْمُوقِنِينَ ۖ فَلَمَّا جَنَّ عَلَيْهِ اللَّيْلُ رَأَىٰ كَوْكَبًا ۖ قَالَ هَذَا رَبِّي فَلَمَّا أَفَلَ قَالَ لَا أَحِبُّ الْآفِلِينَ ۖ فَلَمَّا رَأَى الْقَمَرَ بَازِعًا قَالَ هَذَا رَبِّي فَلَمَّا أَفَلَ قَالَ لَيْسَ لَمْ يَهْدِنِي رَبِّي لَأَكُونَ مِنَ الْقَوْمِ الضَّالِّينَ ۖ فَلَمَّا رَأَى الشَّمْسَ بَازِعَةً قَالَ هَذَا رَبِّي هَذَا أَكْبَرُ فَلَمَّا أَفَلَتْ قَالَ يُقَوْمِ إِنِّي بَرِيءٌ مِّمَّا تُشْرِكُونَ ۖ إِنِّي وَجَّهْتُ وَجْهِيَ لِلَّذِي فَطَرَ

السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ حَنِيفًا وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ^٥

Artinya : 74) (Ingatlah) ketika Ibrahim berkata kepada ayahnya, Azar, "Apakah (pantas) engkau menjadikan berhala-berhala itu sebagai tuhan? Sesungguhnya aku melihat engkau dan kaummu dalam kesesatan yang nyata." 75) Demikianlah Kami memperlihatkan kepada Ibrahim kekuasaan (Kami yang terdapat) di langit dan bumi dan agar dia termasuk orang-orang yang yakin. 76) Ketika malam telah menjadi gelap, dia (Ibrahim) melihat sebuah bintang (lalu) dia berkata, "Inilah Tuhanku." Maka, ketika bintang itu terbenam dia berkata, "Aku tidak suka kepada yang terbenam." 77) Kemudian, ketika dia melihat bulan terbit dia berkata (kepada kaumnya), "Inilah Tuhanku." Akan tetapi, ketika bulan itu terbenam dia berkata, "Sungguh, jika Tuhanku tidak memberi petunjuk kepadaku, pastilah aku termasuk kaum yang sesat." 78) Kemudian, ketika dia melihat matahari terbit dia berkata (lagi kepada kaumnya), "Inilah Tuhanku. Ini lebih besar." Akan tetapi, ketika matahari terbenam dia berkata, "Wahai kaumku, sesungguhnya aku berlepas diri dari yang kamu persekutukan." 79) Sesungguhnya aku menghadapkan wajahku (hanya) kepada Yang menciptakan langit dan bumi dengan (mengikuti) agama yang lurus dan aku bukanlah termasuk orang-orang musyrik. (Al-An'am (6): 74-79)⁵

Narasi QS. Al-An'am (6): 74–79 memperlihatkan bahwa tauhid tidak hadir sebagai doktrin yang kosong, tetapi ditampilkan melalui dialog, kritik, perenungan, dan penegasan sikap. Nabi Ibrahim tidak hanya menolak penyembahan berhala secara normatif, tetapi juga menunjukkan kelemahan objek-objek yang dianggap sebagai Tuhan. Bintang, bulan, dan matahari yang tampak agung ternyata tetap berubah, tenggelam, terbatas, dan tidak memiliki kekuasaan mutlak. Ayat ini menegaskan bahwa sesuatu yang fana tidak layak dijadikan pusat penghambaan manusia.

Kekuatan narasi ini terletak pada proses penyadaran yang dibangun Nabi Ibrahim. Ia tidak sekadar menyampaikan doktrin tauhid, tetapi mengarahkan manusia untuk berpikir, menilai, dan membedakan antara yang

⁵ Kementerian Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, QS. Al-An'am/6: 74–79.

sementara dan yang mutlak. Dengan demikian, QS. Al-An'am (6): 74–79 tidak hanya memuat pesan akidah, tetapi juga membentuk kesadaran agar manusia tidak tunduk kepada sesuatu yang semu, tidak mengabsolutkan benda atau simbol, serta tidak menjadikan realitas duniawi sebagai pusat orientasi hidup.

Penafsiran para mufassir memperkuat pembacaan tersebut. Al-Ṭabarī dan Ibn Kathīr menegaskan bahwa dialog Nabi Ibrahim merupakan kritik terhadap kesesatan kaumnya, bukan bentuk keraguan Nabi Ibrahim terhadap Tuhan.⁶ Al-Rāzī menekankan aspek rasional dalam pembedaan antara sesuatu yang berubah dan Tuhan yang tidak berubah.⁷ Al-Marāghī dan Ibn 'Āsyūr membaca narasi ini sebagai pengajaran tauhid yang bersifat dialogis, argumentatif, dan pedagogis.⁸ Dalam konteks tafsir Indonesia, Hamka dan Quraish Shihab juga menegaskan bahwa ungkapan Nabi Ibrahim terhadap bintang, bulan, dan matahari merupakan strategi argumentatif untuk menunjukkan bahwa sesuatu yang tenggelam, berubah, dan tidak abadi tidak pantas disembah.⁹

Berdasarkan arah penafsiran tersebut, QS. Al-An'am (6): 74–79 dapat dibaca sebagai narasi tauhid yang memiliki dimensi sosial-profetik. Proses

⁶ Muḥammad ibn Jarīr al-Ṭabarī, *Jāmi' al-Bayān 'an Ta'wīl Āy al-Qur'ān*, ed. Aḥmad Muḥammad Syākir, juz 11 (Kairo: Dār al-Ma'ārif, 1955), h. 466–469; Ismā'īl ibn 'Umar ibn Kathīr, *Tafsīr al-Qur'ān al-'Aẓīm*, ed. Sāmī ibn Muḥammad al-Salāmah, juz 3 (Riyadh: Dār Ṭayyibah, 1999), h. 289–290.

⁷ Fakhr al-Dīn al-Rāzī, *Mafātīḥ al-Ghayb*, juz 13 (Beirut: Dār Ihya' al-Turās al-'Arabī, 1999), h. 29 dan 39–40.

⁸ Aḥmad Muṣṭafā al-Marāghī, *Tafsīr al-Marāghī*, juz 7 (Mesir: Muṣṭafā al-Bābī al-Ḥalabī, 1946), h. 168–171; Muḥammad al-Ṭāhir ibn 'Āsyūr, *Al-Taḥrīr wa al-Tanwīr*, juz 7 (Tunis: Al-Dār al-Tūnisīyyah li al-Nasyr, 1984), h. 311–315.

⁹ Hamka, *Tafsīr Al-Azhar*, jil. 3 (Singapura: Pustaka Nasional PTE LTD, 2001), h. 2076–2091; M. Quraish Shihab, *Tafsīr Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*, vol. 4 (Jakarta: Lentera Hati, 2002), h. 158–170.

penyadaran Nabi Ibrahim dapat dipahami sebagai nilai humanisasi, kritik terhadap penyembahan palsu sebagai nilai liberasi, dan penghadapan diri kepada Allah sebagai Pencipta langit dan bumi sebagai nilai transendensi. Tiga nilai ini sejalan dengan Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo yang menempatkan humanisasi, liberasi, dan transendensi sebagai dasar transformasi sosial Islam.¹⁰

Pembacaan sosial-profetik terhadap QS. Al-An'am (6): 74–79 menjadi relevan ketika dihubungkan dengan problem kehidupan kontemporer. Masyarakat modern menghadapi pergeseran orientasi hidup ketika nilai diri manusia semakin sering diukur melalui kepemilikan material, citra sosial, popularitas, validasi digital, dan kesenangan. Pergeseran ini tidak selalu hadir sebagai penolakan langsung terhadap agama, tetapi dapat muncul melalui kecenderungan menjadikan simbol-simbol duniawi sebagai pusat makna kehidupan.

Fenomena kontemporer yang relevan dibaca melalui nilai sosial profetik QS. Al-An'am (6): 74–79 adalah *flexing* dan hedonisme di kalangan generasi muda, termasuk mahasiswa Muslim. Keduanya menunjukkan adanya pergeseran orientasi nilai ketika manusia semakin sering menilai diri melalui citra, status, kepemilikan, popularitas, validasi sosial, dan kesenangan. Dalam konteks ini, *flexing* dan hedonisme tidak hanya dapat dilihat sebagai persoalan gaya hidup, tetapi juga sebagai gejala sosial yang berkaitan dengan cara

¹⁰ Kuntowijoyo, *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*, ed. baru, cet. I (Bandung: Mizan, 2008), h. 478–484; Kuntowijoyo, *Islam sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika*, ed. II, cet. I (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007), h. 87–99.

manusia membangun makna diri di tengah budaya digital dan konsumsi modern.¹¹

Flexing berkaitan dengan praktik menampilkan kepemilikan, pencapaian, status, atau gaya hidup tertentu di ruang sosial, terutama media sosial. Praktik ini tidak selalu dipahami secara tunggal sebagai tindakan pamer, tetapi juga dapat berkaitan dengan aktualisasi diri, pencarian validasi, pengelolaan kesan, *personal branding*, dan kebutuhan memperoleh pengakuan sosial. Beberapa kajian menunjukkan bahwa *flexing* telah menjadi bagian dari dinamika generasi muda dalam membangun citra diri, identitas, dan posisi sosialnya di ruang digital.¹²

Flexing menjadi problematis ketika citra diri, status sosial, dan kepemilikan material dijadikan ukuran utama nilai manusia. Media sosial memungkinkan seseorang menampilkan pencapaian, barang mewah, pengalaman konsumsi, maupun simbol keberhasilan tertentu. Dalam konteks ini, *flexing* tidak hanya berkaitan dengan kepemilikan benda, tetapi juga menyentuh persoalan pengakuan kelas sosial, FOMO, krisis pendidikan Islam, *self-reward*, etika konsumsi, dan orientasi hidup. Dengan demikian, *flexing*

¹¹ Langit Gemintang Muhammad Hartono, “*Flexing* di Media Sosial: Studi Fenomena Konten *Flexing* Mahasiswa Generasi Z di Instagram” (Skripsi, Universitas Gadjah Mada, 2024), <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/237173>; Anis Amrina Hafan, “Analisis Fenomena *Flexing* di Sosial Media pada Generasi Z dalam Perspektif Konsumsi Islam: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia” (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2023), <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/48014>.

¹² Keyrina Adinda, “*Flexing* di Instagram: Antara Narsisisme dan Benefit,” *EMIK: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial* 6, no. 1 (2023): 68–90, <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/emik/article/view/1787>; Mohammad Hariyono Arik dan Hengki Hendra Pradana, “Fenomena *Flexing* pada Media Sosial: Persepsi Generasi Z,” *Psycho Aksara: Jurnal Psikologi* 2, no. 1 (2024): 29–36, <https://ojs.unublitar.ac.id/index.php/pyschoaksara/article/view/1341>.

perlu dibaca bukan sekadar sebagai gaya komunikasi digital, tetapi sebagai gejala sosial yang berkaitan dengan nilai, etika, konsumsi, dan pembentukan kesadaran.¹³

Selain *flexing*, hedonisme juga menjadi gejala penting dalam kehidupan generasi muda. Hedonisme dapat dipahami sebagai kecenderungan menjadikan kesenangan, kenikmatan, dan kepuasan diri sebagai orientasi utama hidup. Dalam konteks mahasiswa, hedonisme sering berkaitan dengan gaya hidup konsumtif, penggunaan *e-commerce*, dompet digital, *paylater*, dan budaya belanja yang semakin mudah diakses. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa hedonisme dan konsumsi digital dapat ditemukan dalam perilaku mahasiswa Muslim, khususnya melalui penggunaan dompet digital, aplikasi belanja, dan layanan *paylater*.¹⁴

Relasi antara religiusitas dan hedonisme memperlihatkan persoalan yang tidak sederhana. Identitas sebagai Muslim tidak otomatis membebaskan seseorang dari kecenderungan konsumtif, pencitraan, atau orientasi

¹³ Nur Khayati, Dinda Apriliyanti, Victoria Nastacia Sudiana, Aji Setiawan, dan Didi Pramono, "Fenomena *Flexing* di Media Sosial sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural," Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan 9, no. 2 (2022): 113–121, <https://ojs.unm.ac.id/sosialisasi/article/view/32543>; Raudhatul Jannah, Ajahari, dan Saiful Lutfi, "Fenomena *Flexing* Culture di Media Sosial Mahasiswa Pendidikan Agama Islam: Perspektif Krisis Pendidikan Islam," Kamaya: Jurnal Ilmu Agama 7, no. 3 (2024): 137–144, <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/kamaya/article/view/3567>.

¹⁴ Eva Nur Hidayati dan Muhammad Yazid, "Tinjauan Fiqh Muamalah terhadap Budaya *Flexing* dan *Self Reward* di Media Sosial pada Gen Z," Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik 2, no. 6 (2025): 912–918, <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jmia/article/view/7344>; Devy Midayatus Shofa, "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Kemudahan, dan Hedonisme terhadap Perilaku Mahasiswa Muslim Yogyakarta dalam Menggunakan Dompet Digital: Analisis Multigroup Gender" (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023), <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/59384/>; Dinda Rifka Mentari Potabuga, "Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Penggunaan Aplikasi Shopee sebagai E-Commerce: Studi Kasus Mahasiswa Muslim Bolaang Mongondow Raya (BMR) di D.I. Yogyakarta" (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2022), <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/31566/>.

kesenangan. Karena itu, *flexing* dan hedonisme dalam konteks mahasiswa Muslim dapat dibaca sebagai problem orientasi nilai. Mahasiswa sebagai kelompok intelektual muda seharusnya memiliki kapasitas kritis, etis, dan spiritual dalam menghadapi perubahan sosial, tetapi budaya digital dan konsumsi modern sering mendorong manusia untuk menilai diri melalui tampilan, status, kepemilikan, kesenangan, dan pengakuan sosial.¹⁵

QS. Al-An'am (6): 74–79 menjadi relevan dalam konteks tersebut karena narasi Nabi Ibrahim mengandung kritik terhadap objek-objek yang diagungkan manusia. Bintang, bulan, dan matahari dalam ayat tersebut tampak besar dan memesona, tetapi tidak layak dijadikan pusat penghambaan karena bersifat terbatas, berubah, dan tidak memiliki kekuasaan mutlak. Dalam konteks modern, benda, status, citra, popularitas, validasi sosial, dan kesenangan juga dapat diberi nilai secara berlebihan. Penelitian ini tidak menyamakan penyembahan berhala pada masa Nabi Ibrahim dengan *flexing* dan hedonisme secara literal, tetapi menempatkannya dalam hubungan analogis pada tingkat orientasi nilai. Kesamaan problemnya terletak pada kecenderungan manusia menjadikan sesuatu yang terbatas sebagai pusat makna hidup.

Kebutuhan akademik untuk membaca QS. Al-An'am (6): 74–79

¹⁵ Susilo Nur Aji Cokro Darsono, Muhammad Rizarda, dan Sobar M. Johari, "Fenomena *Paylater* di Kalangan Mahasiswa: Gaya Hidup, Sosial, dan Motivasi Hedonisme sebagai Pemicu Perilaku Konsumtif," *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia* 9, no. 1 (2025): 125–138, <https://journal.umy.ac.id/index.php/rab/article/view/26015>; Saskia Okti Granita dan Zulian Fikry, "Hubungan Religiusitas dengan Gaya Hidup Hedonisme yang Ditampilkan Mahasiswa Muslim Universitas Negeri Padang di Instagram," *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 2 (2021): 2978–2985, <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1329>.

melalui Ilmu Sosial Profetik didasarkan pada celah kajian terdahulu. Kajian terhadap QS. Al-An'am (6): 74–79 sejauh ini banyak bergerak pada pembahasan pendidikan tauhid, pendidikan keimanan, pencarian Tuhan Nabi Ibrahim, tafsir komparatif, dan analisis lafaz tertentu. Kajian tentang Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo umumnya membahas konstruksi pemikiran, paradigma ilmu sosial Islam, relasi humanisasi-liberasi-transendensi, dan penerapannya dalam pendidikan. Sementara itu, kajian tentang *flexing* dan hedonisme lebih banyak menggunakan perspektif komunikasi, psikologi, ekonomi, perilaku konsumen, atau pendidikan Islam. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil posisi untuk menghubungkan QS. Al-An'am (6): 74–79, Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo, dan fenomena *flexing* serta hedonisme mahasiswa Muslim dalam satu kerangka analisis. Dengan posisi tersebut, penelitian ini diharapkan dapat menunjukkan bahwa QS. Al-An'am (6): 74–79 memiliki daya kritik terhadap problem orientasi nilai manusia modern.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, penelitian ini diarahkan untuk menjawab dua pertanyaan pokok sebagai berikut:

1. Bagaimana nilai-nilai sosial profetik dalam QS. Al-An'am (6): 74–79 berdasarkan Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo?
2. Bagaimana relevansi nilai-nilai sosial profetik dalam QS. Al-An'am (6): 74–79 terhadap fenomena *flexing* dan hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim Yogyakarta?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis nilai-nilai sosial profetik yang terkandung dalam QS. Al-An'am (6): 74–79 dengan menggunakan Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo sebagai kerangka analisis. Analisis tersebut diarahkan untuk menemukan dimensi humanisasi, liberasi, dan transendensi yang termuat dalam narasi Nabi Ibrahim sebagaimana digambarkan dalam ayat tersebut.

Penelitian ini juga bertujuan untuk menjelaskan relevansi nilai-nilai sosial profetik dalam QS. Al-An'am (6): 74–79 terhadap fenomena *flexing* dan hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim, khususnya dalam konteks Yogyakarta. Relevansi tersebut diletakkan sebagai upaya membaca nilai Al-Qur'an dalam hubungannya dengan problem sosial kontemporer yang berkaitan dengan gaya hidup, pencarian citra diri, konsumsi simbolik, dan orientasi kesenangan.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan kajian Al-Qur'an, khususnya dalam pembacaan QS. Al-An'am (6): 74–79 melalui perspektif Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo. Kajian ini berupaya memperlihatkan bahwa ayat Al-Qur'an tidak hanya memuat pesan teologis, tetapi juga mengandung nilai-nilai sosial yang dapat dianalisis melalui kerangka humanisasi,

liberasi, dan transendensi.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya diskursus akademik tentang relasi antara tafsir Al-Qur'an dan teori sosial profetik. Pembacaan terhadap QS. Al-An'am (6): 74–79 melalui Ilmu Sosial Profetik dapat membuka ruang kajian yang menghubungkan teks Al-Qur'an dengan problem sosial kontemporer secara kritis, konseptual, dan transformatif.

b. Kegunaan Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada mahasiswa Muslim mengenai pentingnya nilai-nilai sosial profetik dalam menghadapi fenomena *flexing* dan hedonisme. Nilai-nilai yang terkandung dalam QS. Al-An'am (6): 74–79 dapat menjadi dasar reflektif untuk mengkritisi pola hidup yang terlalu menekankan citra diri, konsumsi berlebihan, pencarian pengakuan sosial, dan orientasi kesenangan.

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi mahasiswa, akademisi, pendidik, dan masyarakat Muslim dalam membangun kesadaran religius dan sosial yang lebih profetik. Nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi yang dianalisis dalam penelitian ini dapat diarahkan sebagai landasan etis untuk membentuk pola hidup yang lebih kritis, bermakna, dan berorientasi pada nilai ketuhanan.

D. Kajian Pustaka

1. Ilmu Sosial Profetik

a. Pengertian Ilmu Sosial Profetik

Ilmu Sosial Profetik merupakan gagasan Kuntowijoyo mengenai paradigma pengembangan ilmu sosial yang menjadikan nilai-nilai Islam sebagai landasan dalam memahami dan mengarahkan kehidupan sosial. Istilah “profetik” berasal dari kata *prophetic* yang berarti kenabian. Namun, penggunaan istilah tersebut tidak dimaksudkan untuk menghadirkan kembali kenabian, melainkan menunjuk pada upaya menjadikan misi dan nilai-nilai kenabian sebagai orientasi dalam pengembangan ilmu dan kehidupan sosial.

Dengan demikian, Ilmu Sosial Profetik merupakan ilmu sosial yang tidak hanya berusaha memahami realitas masyarakat, tetapi juga memiliki orientasi nilai dalam mengarahkan perubahan sosial.¹⁶

Menurut Kuntowijoyo, ilmu sosial pada dasarnya tidak cukup apabila hanya digunakan untuk menjelaskan berbagai gejala yang terjadi dalam masyarakat. Pengetahuan yang dihasilkan oleh ilmu sosial perlu memiliki orientasi terhadap tindakan, sebab realitas sosial senantiasa berkaitan dengan persoalan nilai dan tujuan kehidupan manusia. Oleh karena itu, ilmu sosial perlu ditempatkan dalam hubungan antara pengetahuan mengenai realitas, nilai yang menjadi

¹⁶ Kuntowijoyo, *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*, ed. baru, cet. I (Bandung: Mizan, 2008), h. 478–484

pedoman dalam menilai realitas, dan tindakan yang diarahkan terhadap perubahan realitas tersebut. Dalam kerangka inilah Ilmu Sosial Profetik ditempatkan sebagai paradigma yang menghubungkan ilmu pengetahuan dengan orientasi etis dan transendental.¹⁷

Kedudukan nilai menjadi salah satu karakter penting dalam pengertian Ilmu Sosial Profetik. Kuntowijoyo tidak menerima begitu saja anggapan bahwa ilmu sosial harus sepenuhnya dilepaskan dari nilai. Baginya, nilai justru perlu memperoleh tempat dalam kegiatan keilmuan, terutama ketika ilmu digunakan untuk memahami dan memengaruhi kehidupan manusia. Kuntowijoyo menegaskan pentingnya menjadikan nilai, termasuk nilai-nilai Islam, sebagai bagian integral dari aktivitas ilmuwan.¹⁸

Meskipun demikian, masuknya nilai Islam ke dalam ilmu sosial tidak berarti menghilangkan sifat ilmiah dari ilmu tersebut. Realitas sosial tetap harus dikaji secara rasional, sistematis, dan empiris. Yang berbeda adalah orientasi yang mendasari proses memahami realitas tersebut. Ilmu Sosial Profetik menempatkan nilai Islam sebagai sumber orientasi sehingga ilmu tidak berhenti pada kemampuan menjelaskan realitas, tetapi juga mempunyai arah mengenai realitas sosial yang seharusnya diwujudkan.

Dalam pengertian tersebut, Ilmu Sosial Profetik dapat

¹⁷ Kuntowijoyo, *Islam sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika*, ed. II, cet. I (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007), h. 87–99.

¹⁸ Kuntowijoyo, *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*, ed. baru, cet. I (Bandung: Mizan, 2008), h. 478–484

dipahami sebagai paradigma yang mempertemukan tiga unsur, yaitu realitas sosial, nilai Islam, dan transformasi sosial. Realitas sosial merupakan objek yang dikaji; nilai Islam memberikan dasar normatif dalam memahami dan menilai realitas; sedangkan transformasi sosial merupakan arah penggunaan pengetahuan yang dihasilkan. Hubungan ketiga unsur tersebut membuat Ilmu Sosial Profetik memiliki karakter yang tidak hanya deskriptif, tetapi juga normatif dan transformatif.

Kuntowijoyo juga menempatkan gagasan tersebut dalam kerangka hubungan antara interpretasi dan aksi. Islam tidak hanya dipahami pada tingkat penafsiran terhadap ajaran, tetapi juga harus mempunyai konsekuensi terhadap kehidupan nyata. Karena itu, pemahaman terhadap Islam perlu memiliki orientasi praksis yang memungkinkan nilai-nilai keislaman diterapkan dalam kehidupan sosial. Gagasan mengenai hubungan interpretasi dan aksi tersebut menjadi salah satu ciri penting pemikiran Kuntowijoyo dalam Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi.¹⁹

Berdasarkan pengertian tersebut, Ilmu Sosial Profetik tidak dapat disamakan dengan teori sosial yang hanya digunakan untuk menjelaskan satu objek atau fenomena tertentu. Ia lebih tepat dipahami sebagai paradigma, yaitu kerangka berpikir yang menentukan bagaimana realitas sosial dipahami, nilai apa yang

¹⁹ Kuntowijoyo, *Islam sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika*, ed. II, cet. I (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007), h. 87–99.

digunakan untuk membaca realitas, dan ke arah mana perubahan sosial diarahkan. Dengan paradigma tersebut, ilmu sosial tidak ditempatkan sebagai pengetahuan yang terpisah dari persoalan moral, melainkan sebagai pengetahuan yang mempunyai tanggung jawab terhadap kehidupan manusia.

b. Latar Belakang Pemikiran Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo

Gagasan Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo muncul dalam konteks perkembangan ilmu sosial modern yang semakin kuat dipengaruhi oleh pemikiran Barat. Kuntowijoyo melihat bahwa perkembangan masyarakat modern dan ilmu sosial pada abad ke-19 berjalan beriringan dengan menguatnya pendekatan positivistik dalam ilmu-ilmu sosial. Pendekatan tersebut kemudian mendorong berkembangnya pandangan bahwa ilmu sosial dapat dan seharusnya bersifat *value-free* atau bebas nilai. Akibatnya, agama dan pertimbangan keagamaan cenderung ditempatkan di luar aktivitas ilmiah.²⁰

Persoalan tersebut menjadi titik penting dalam pemikiran Kuntowijoyo. Apabila ilmu sosial hanya diposisikan sebagai kegiatan ilmiah yang bebas nilai, maka ilmu berpotensi kehilangan pertanyaan mengenai tujuan dan arah penggunaannya. Ilmu dapat menjelaskan bagaimana masyarakat bekerja, tetapi belum tentu memberikan dasar

²⁰ Kuntowijoyo, *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*, ed. baru, cet. I (Bandung: Mizan, 2008), h. 478–484

mengenai perubahan sosial seperti apa yang seharusnya diwujudkan. Dalam pandangan Kuntowijoyo, persoalan tersebut menunjukkan perlunya paradigma ilmu sosial yang tidak hanya mempunyai kekuatan analitis, tetapi juga memiliki orientasi etis.

Kritik terhadap ilmu sosial modern kemudian berkembang semakin kuat pada akhir abad ke-20. Kuntowijoyo mencatat munculnya berbagai kritik terhadap paradigma ilmu sosial modern, termasuk perkembangan pemikiran pascamodern yang mempertanyakan kemungkinan pemisahan ilmu dari nilai. Dalam konteks tersebut, Kuntowijoyo melihat adanya ruang untuk mengembangkan ilmu sosial yang mengakui keberadaan nilai dalam aktivitas keilmuan. Nilai Islam, menurutnya, dapat ditempatkan sebagai bagian integral dalam pengembangan ilmu sosial.²¹

Dari titik tersebut, Kuntowijoyo berusaha membangun suatu paradigma yang mampu mempertemukan tradisi ilmiah dengan nilai keislaman. Upaya tersebut tidak diarahkan untuk menggantikan metode ilmiah dengan doktrin keagamaan, tetapi untuk memberikan orientasi nilai terhadap penggunaan ilmu. Dengan kata lain, ilmu tetap menggunakan kemampuan rasional dan empiris dalam memahami realitas, sementara nilai agama memberikan dasar etis mengenai bagaimana realitas tersebut seharusnya diarahkan.

²¹ Kuntowijoyo, *Islam sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika*, ed. II, cet. I (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007), h. 87–99.

Istilah “profetik” dipilih karena Kuntowijoyo melihat misi kenabian sebagai model yang dapat memberikan orientasi bagi perubahan masyarakat. Dalam perspektif tersebut, nabi tidak hanya dipahami sebagai penyampai ajaran keagamaan, tetapi juga sebagai figur yang membawa perubahan terhadap kehidupan masyarakat. Karena itu, nilai-nilai yang terkandung dalam misi kenabian dapat dijadikan orientasi bagi ilmu sosial yang hendak memberikan kontribusi terhadap transformasi kehidupan manusia.

Landasan normatif yang kemudian digunakan Kuntowijoyo adalah QS. Ali 'Imran [3]: 110:

كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَتُؤْمِنُونَ
بِاللَّهِ

Ayat tersebut memberikan gambaran mengenai karakter khairu ummah melalui tiga orientasi, yaitu menyeru kepada kebaikan, mencegah kemungkaran, dan beriman kepada Allah. Struktur nilai tersebut kemudian menjadi dasar bagi Kuntowijoyo dalam merumuskan kerangka Ilmu Sosial Profetik. Kuntowijoyo secara eksplisit menyebut tiga unsur tersebut sebagai bagian penting dari Ilmu Sosial Profetik dan menghubungkannya dengan Nabi sebagai teladan ideal bagi manusia.²²

Dengan demikian, latar belakang Ilmu Sosial Profetik dapat

²² Kuntowijoyo, *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*, ed. baru, cet. I (Bandung: Mizan, 2008), h. 478–484

dipahami sebagai respons terhadap persoalan epistemologis dan aksiologis ilmu sosial modern. Pada tingkat epistemologis, Kuntowijoyo mempertanyakan kecenderungan ilmu sosial yang memisahkan agama dan nilai dari kegiatan ilmiah. Pada tingkat aksiologis, ia mempertanyakan ilmu yang tidak memiliki orientasi yang jelas terhadap perubahan sosial. Sebagai alternatif, ia menawarkan paradigma yang mengintegrasikan ilmu, nilai Islam, dan orientasi transformasi.

Pemikiran tersebut juga sejalan dengan proyek intelektual Kuntowijoyo yang lebih luas dalam mengembangkan pemahaman Islam yang memiliki konsekuensi terhadap tindakan. Dalam *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*, Kuntowijoyo menempatkan interpretasi terhadap realitas keislaman dalam hubungan dengan transformasi sosial. Buku tersebut diterbitkan Mizan pada 1991 dan menjadi salah satu karya penting dalam perkembangan pemikiran Kuntowijoyo mengenai Islam dan perubahan sosial.²³

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa Ilmu Sosial Profetik lahir bukan sekadar sebagai istilah baru dalam ilmu sosial, tetapi sebagai respons Kuntowijoyo terhadap keterbatasan paradigma ilmu sosial yang memisahkan ilmu dari nilai serta terhadap

²³ Kuntowijoyo, *Islam sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika*, ed. II, cet. I (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007), h. 87–99.

kebutuhan menghadirkan ilmu sosial yang memiliki orientasi etis dan transendental. Dari landasan inilah kemudian Kuntowijoyo merumuskan tiga pilar yang menjadi struktur utama Ilmu Sosial Profetik.

c. Pilar-Pilar Ilmu Sosial Profetik

Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo dibangun atas tiga pilar utama, yaitu humanisasi, liberasi, dan transendensi. Ketiga pilar tersebut berangkat dari pemaknaan terhadap QS. Ali 'Imran [3]: 110. *Amar ma'ruf* menjadi dasar bagi orientasi humanisasi, *nahi munkar* menjadi dasar bagi liberasi, sedangkan *tu'minuna billah* menjadi dasar bagi transendensi. Kuntowijoyo menempatkan ketiga unsur tersebut sebagai satu kesatuan yang menjadi ciri utama Ilmu Sosial Profetik.²⁴

1) Humanisasi

Humanisasi merupakan orientasi Ilmu Sosial Profetik yang berkaitan dengan upaya memanusiakan manusia. Konsep tersebut berangkat dari *amar ma'ruf*, yaitu orientasi untuk menyeru kepada kebaikan. Dalam kerangka ilmu sosial, humanisasi mengandung tuntutan agar kehidupan sosial diarahkan pada penghargaan terhadap martabat manusia.

Humanisasi menjadi penting karena perkembangan kehidupan modern dapat menghasilkan berbagai bentuk

²⁴ Kuntowijoyo, *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*, ed. baru, cet. I (Bandung: Mizan, 2008), h. 478–484

dehumanisasi. Manusia dapat diperlakukan semata-mata sebagai alat produksi, konsumen, objek kekuasaan, atau simbol status. Dalam kondisi demikian, nilai manusia berisiko diukur berdasarkan fungsi, kepemilikan, prestasi material, atau posisi sosialnya. Humanisasi hadir sebagai orientasi untuk mengembalikan manusia pada kedudukannya sebagai subjek yang memiliki martabat.

Dengan demikian, humanisasi tidak sekadar berarti bersikap baik kepada orang lain, tetapi merupakan orientasi sosial yang menolak segala bentuk proses yang merendahkan nilai kemanusiaan. Ilmu sosial yang berorientasi profetik dituntut untuk melihat apakah suatu kondisi sosial menghasilkan kehidupan yang semakin manusiawi atau justru menyebabkan manusia mengalami dehumanisasi.

2) Liberasi

Liberasi merupakan pilar kedua yang berangkat dari konsep nahi munkar, yaitu mencegah kemungkaran. Dalam Ilmu Sosial Profetik, liberasi berarti membebaskan manusia dari berbagai bentuk keterbelengguan yang menghambat terwujudnya kehidupan yang sesuai dengan nilai kemanusiaan dan keadilan.

Liberasi memiliki dimensi kritis karena mengharuskan ilmu sosial mengidentifikasi kondisi yang menyebabkan manusia terbelenggu. Keterbelengguan tersebut tidak hanya dapat

berbentuk penindasan secara langsung, tetapi juga dapat muncul melalui struktur sosial, budaya, ideologi, dan berbagai mekanisme yang membuat manusia kehilangan kebebasan dalam menentukan kehidupannya.

3) Transendensi

Transendensi merupakan pilar ketiga yang berangkat dari *tu'minuna billah*, yaitu keimanan kepada Allah. Transendensi memberikan dimensi ketuhanan terhadap seluruh proses dalam Ilmu Sosial Profetik. Jika humanisasi berorientasi pada martabat manusia dan liberasi berorientasi pada pembebasan manusia, maka transendensi memberikan dasar nilai yang mengarahkan keduanya.

Transendensi berarti menempatkan kehidupan manusia dalam hubungan dengan realitas yang melampaui kehidupan material, yaitu Allah Swt. Kesadaran transendental membuat manusia memahami bahwa kehidupan tidak hanya diukur berdasarkan keberhasilan duniawi. Kekayaan, kekuasaan, popularitas, dan berbagai bentuk pencapaian material bukanlah ukuran tunggal keberhasilan manusia.

Dalam kerangka ini, transendensi berfungsi sebagai orientasi spiritual dan moral. Manusia diarahkan untuk menjadikan keimanan kepada Allah sebagai dasar dalam menentukan sikap dan tindakan. Dengan demikian, kehidupan

sosial tidak hanya dinilai berdasarkan manfaat material atau kepuasan individual, tetapi juga berdasarkan kesesuaiannya dengan nilai-nilai ketuhanan.

Transendensi juga memberikan batas terhadap kecenderungan manusia untuk menjadikan dunia material sebagai tujuan akhir. Kepemilikan harta dan kenikmatan duniawi tetap berada dalam wilayah kehidupan manusia, tetapi keduanya harus ditempatkan dalam kerangka tanggung jawab kepada Allah. Dengan demikian, transendensi mengarahkan manusia agar tidak menjadikan materi sebagai pusat orientasi kehidupannya.

2. Flexing dan Hedonisme

a. Pengertian Flexing

Istilah flexing merupakan istilah populer yang berkembang dalam budaya digital untuk menggambarkan tindakan seseorang dalam menunjukkan atau mempertontonkan sesuatu yang dianggap bernilai, terutama kekayaan, barang bermerek, pencapaian, status sosial, maupun gaya hidup kepada orang lain. Dalam praktiknya, perilaku tersebut tidak hanya dilakukan melalui interaksi langsung, tetapi semakin mudah dilakukan melalui media sosial. Media sosial memungkinkan seseorang memilih, mengatur, dan menampilkan aspek tertentu dari kehidupannya kepada khalayak sehingga kepemilikan dan pengalaman pribadi dapat berfungsi sebagai sarana pembentukan citra diri. Penelitian mengenai konsumsi mencolok di

media sosial menunjukkan bahwa platform digital memberikan ruang yang semakin luas bagi individu untuk menampilkan simbol status dan membangun representasi dirinya.²⁵

Secara konseptual, flexing memiliki kedekatan dengan konsep conspicuous consumption yang dikemukakan Thorstein Veblen. Veblen menjelaskan bahwa konsumsi barang tidak selalu dilakukan semata-mata untuk memenuhi kebutuhan praktis, tetapi dapat digunakan sebagai sarana untuk menunjukkan kemampuan ekonomi dan memperoleh penghargaan sosial. Dalam konteks tersebut, nilai suatu barang tidak hanya terletak pada manfaat penggunaannya, tetapi juga pada kemampuan barang tersebut menjadi tanda kekayaan dan status pemiliknya.²⁶ Konsep ini menjadi salah satu dasar penting untuk memahami perilaku flexing karena tindakan mempertontonkan barang atau gaya hidup pada dasarnya mengandung dimensi komunikasi sosial.

Dalam perkembangan masyarakat digital, bentuk konsumsi mencolok tersebut mengalami perubahan. Jika pada masa sebelumnya status sosial lebih banyak ditunjukkan melalui kepemilikan dan penggunaan barang secara langsung, media sosial memungkinkan seseorang mempertontonkan barang, pengalaman, maupun

²⁵ Carolin Siepmann and Lisa Carola Holthoff, "Conspicuous Consumption of Luxury Experiences: An Experimental Investigation of Status Perceptions on Social Media," *Journal of Product & Brand Management* 31, no. 3 (2022): 454–468, <https://doi.org/10.1108/JPBM-08-2020-3047>.

²⁶ Thorstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions* (New York: Macmillan, 1899), hlm. 4.

pencapaian kepada khalayak yang jauh lebih luas. Penelitian mengenai konsumsi mencolok di media sosial menunjukkan bahwa pengalaman mewah maupun nonmewah dapat ditampilkan sebagai simbol status melalui platform seperti Instagram.²⁷ Dengan demikian, sesuatu yang dipamerkan tidak harus selalu berupa barang mewah; pengalaman, perjalanan, tempat tertentu, aktivitas sosial, maupun pencapaian juga dapat digunakan sebagai sarana pembentukan citra.

Flexing juga berkaitan dengan konsep self-presentation atau presentasi diri. Presentasi diri merupakan proses ketika seseorang mengatur informasi mengenai dirinya yang ingin diketahui oleh orang lain untuk membentuk kesan tertentu. Dalam lingkungan media sosial, individu mempunyai kontrol yang relatif besar terhadap apa yang hendak ditampilkan dan bagaimana dirinya ingin dipersepsikan. Kajian mengenai perilaku presentasi diri di media sosial menunjukkan bahwa pengguna dapat menggunakan berbagai konten untuk membangun identitas virtual dan menyampaikan citra tertentu kepada pengguna lain.²⁸

Dengan demikian, flexing tidak tepat dipahami hanya sebagai tindakan memamerkan kekayaan. Di dalamnya terdapat unsur

²⁷ Carolin Siepmann and Lisa Carola Holthoff, "Conspicuous Consumption of Luxury Experiences: An Experimental Investigation of Status Perceptions on Social Media," *Journal of Product & Brand Management* 31, no. 3 (2022): 454–468, <https://doi.org/10.1108/JPBM-08-2020-3047>.

²⁸ Elaine Wallace and Isabel Buil, "Antecedents and Consequences of Conspicuous Green Behavior on Social Media: Incorporating the Virtual Self-Identity into the Theory of Planned Behavior," *Journal of Business Research* 157 (2023): 113549.

komunikasi simbolik, yaitu penggunaan benda, pengalaman, pencapaian, atau gaya hidup sebagai tanda yang menyampaikan pesan tertentu kepada orang lain. Pesan tersebut dapat berupa keberhasilan, kemampuan ekonomi, status, prestise, keunikan, atau posisi sosial. Karena itu, flexing memiliki dimensi sosial yang lebih luas daripada sekadar perilaku konsumsi.

Perbedaan antara penggunaan atau pemanfaatan sesuatu secara wajar dengan flexing terletak pada fungsi penampilan dan pesan sosial yang menyertainya. Seseorang dapat memiliki barang mahal atau memperoleh pencapaian tertentu tanpa bermaksud memamerkannya. Perilaku tersebut belum tentu dapat disebut flexing. Sebaliknya, ketika kepemilikan, pencapaian, atau pengalaman sengaja ditonjolkan untuk memperoleh perhatian, pengakuan, prestise, atau membentuk persepsi tertentu mengenai diri, perilaku tersebut lebih dekat dengan konsep flexing.

Dalam konteks media sosial, karakter tersebut menjadi semakin terlihat karena pengguna dapat mengunggah foto, video, cerita, maupun konten lain mengenai kehidupan pribadi. Penelitian mengenai influencer dan konsumsi mencolok menemukan bahwa paparan terhadap influencer dapat meningkatkan perbandingan sosial, fear of missing out (FOMO), keinginan untuk meniru, serta kecenderungan materialistik yang kemudian berkaitan dengan

konsumsi mencolok.²⁹ Hal tersebut menunjukkan bahwa flexing tidak berdiri dalam ruang sosial yang kosong, tetapi berkaitan dengan mekanisme perbandingan dan pengakuan sosial.

Berdasarkan uraian tersebut, flexing dalam penelitian ini dipahami sebagai perilaku menampilkan atau mempertontonkan kepemilikan, pencapaian, status, pengalaman, atau gaya hidup tertentu kepada orang lain dengan tujuan atau fungsi membangun citra diri, memperoleh pengakuan, menunjukkan status, atau mendapatkan perhatian sosial, baik melalui interaksi langsung maupun media sosial. Pengertian tersebut menjadi batas konseptual untuk mengidentifikasi berbagai bentuk perilaku flexing pada pembahasan berikutnya.

b. Bentuk-Bentuk Perilaku Flexing

Perilaku flexing dapat muncul dalam berbagai bentuk karena objek yang ditampilkan tidak terbatas pada kekayaan dalam bentuk uang. Sesuatu yang dipertontonkan dapat berupa benda, pencapaian, pengalaman, status, maupun gaya hidup. Perkembangan media sosial semakin memperluas bentuk tersebut karena pengguna dapat menjadikan berbagai aspek kehidupan pribadi sebagai materi untuk ditampilkan kepada publik.

Pertama, flexing melalui kepemilikan barang mewah atau bermerek. Bentuk ini merupakan salah satu manifestasi yang paling

²⁹ Thi Cam Tu Dinh and Yoonjae Lee “Social Media Influencers and Followers’ Conspicuous Consumption: The Mediation of Fear of Missing Out and Materialism,” *Heliyon* 10, no. 16 (2024): e36387.

mudah dikenali. Individu menampilkan kendaraan, pakaian, jam tangan, telepon pintar, perhiasan, tas, atau barang bermerek lainnya sebagai simbol kemampuan ekonomi dan status. Dalam perspektif konsumsi mencolok, barang tersebut tidak hanya digunakan berdasarkan fungsi utilitasnya, tetapi juga berdasarkan kemampuan barang tersebut memberikan sinyal mengenai posisi sosial pemiliknya. Konsep Veblen mengenai konsumsi mencolok menjelaskan bahwa konsumsi dapat berfungsi sebagai bukti yang terlihat mengenai kemampuan ekonomi seseorang.³⁰

Kedua, flexing melalui tampilan kekayaan atau kemampuan finansial. Bentuk ini dapat berupa mempertontonkan jumlah atau nilai barang yang dimiliki, kendaraan yang digunakan, tempat tinggal, aktivitas belanja, maupun berbagai simbol lain yang menunjukkan kemampuan ekonomi. Dalam konteks media sosial, tampilan tersebut dapat dikemas melalui foto, video, maupun unggahan yang memperlihatkan gaya hidup tertentu.

Ketiga, flexing melalui pencapaian. Flexing tidak selalu berkaitan dengan kekayaan. Seseorang dapat mempertontonkan prestasi akademik, pekerjaan, jabatan, penghargaan, keberhasilan bisnis, maupun pencapaian pribadi lainnya. Dalam bentuk ini, objek yang ditampilkan adalah keberhasilan atau prestasi yang digunakan

³⁰ Thorstein Veblen, *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions* (New York: Macmillan, 1899), hlm. 4.

untuk membentuk citra tertentu mengenai diri.

Keempat, flexing melalui pengalaman dan gaya hidup. Perjalanan ke tempat tertentu, mengunjungi restoran eksklusif, menghadiri acara tertentu, menggunakan fasilitas premium, atau menjalani aktivitas yang dianggap bergengsi dapat menjadi bentuk flexing. Penelitian mengenai konsumsi mencolok atas pengalaman menunjukkan bahwa pengalaman mewah yang ditampilkan melalui media sosial dapat berfungsi sebagai alternatif simbol status selain barang-barang mewah tradisional.³¹

Kelima, flexing melalui status sosial dan lingkungan pergaulan. Individu dapat menampilkan kedekatannya dengan tokoh tertentu, kelompok tertentu, tempat tertentu, atau lingkungan yang dianggap memiliki prestise. Dalam bentuk ini, status yang ditampilkan tidak selalu berasal dari kepemilikan pribadi, tetapi dapat berasal dari hubungan sosial dan lingkungan yang diasosiasikan dengan dirinya.

Keenam, flexing melalui media sosial. Media sosial dapat menjadi ruang utama untuk mempertontonkan berbagai bentuk tersebut. Foto, video, story, unggahan perjalanan, unboxing, tampilan barang, dokumentasi kegiatan, dan berbagai konten lain dapat digunakan untuk membangun representasi diri. Penelitian mengenai

³¹ Carolin Siepmann and Lisa Carola Holthoff, "Conspicuous Consumption of Luxury Experiences: An Experimental Investigation of Status Perceptions on Social Media," *Journal of Product & Brand Management* 31, no. 3 (2022): 454–468, <https://doi.org/10.1108/JPBM-08-2020-3047>.

perilaku presentasi diri menunjukkan bahwa media sosial memungkinkan individu melakukan pengelolaan terhadap informasi yang ditampilkan mengenai dirinya.³²

Berdasarkan bentuk-bentuk tersebut, dapat diketahui bahwa flexing mempunyai objek yang beragam. Namun, seluruh bentuk tersebut memiliki kesamaan, yaitu adanya penonjolan suatu atribut diri yang dianggap memiliki nilai sosial. Atribut tersebut dapat berupa kekayaan, barang, prestasi, pengalaman, hubungan sosial, maupun gaya hidup.

c. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perilaku Flexing

Perilaku flexing tidak muncul secara tunggal dari keinginan seseorang untuk menunjukkan sesuatu. Perilaku tersebut dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, budaya, dan perkembangan teknologi. Oleh karena itu, memahami faktor yang memengaruhinya diperlukan untuk melihat mengapa seseorang terdorong menampilkan kekayaan, pencapaian, atau gaya hidup kepada orang lain.

Pertama, kebutuhan akan pengakuan sosial. Individu pada dasarnya hidup dalam lingkungan sosial yang memungkinkan munculnya kebutuhan untuk dihargai dan diakui. Kepemilikan atau pencapaian tertentu dapat digunakan untuk memperoleh penghargaan dari lingkungan. Dalam konteks konsumsi mencolok, barang dan

³² Elaine Wallace and Isabel Buil, "Antecedents and Consequences of Conspicuous Green Behavior on Social Media: Incorporating the Virtual Self-Identity into the Theory of Planned Behavior," *Journal of Business Research* 157 (2023): 113549.

pengalaman dapat berfungsi sebagai simbol yang menyampaikan status kepada orang lain.³³

Kedua, presentasi diri (self-presentation). Seseorang dapat menampilkan aspek tertentu dari dirinya untuk membentuk kesan yang diinginkan. Media sosial memperluas kesempatan tersebut karena pengguna dapat memilih foto, video, tulisan, dan aktivitas yang ingin ditampilkan. Penelitian mengenai penggunaan media sosial menunjukkan bahwa karakteristik kepribadian tertentu berkaitan dengan perilaku promosi diri dan presentasi diri secara daring.³⁴

Ketiga, pencarian status sosial. Status menjadi salah satu alasan penting seseorang menunjukkan kepemilikan atau konsumsi tertentu. Barang bermerek, pengalaman eksklusif, dan gaya hidup tertentu dapat menjadi simbol untuk menunjukkan posisi seseorang dalam lingkungan sosial. Penelitian mengenai konsumsi mencolok menunjukkan bahwa pengalaman yang ditampilkan secara publik dapat digunakan sebagai simbol status.³⁵

Keempat, perbandingan sosial (social comparison). Individu

³³ Carolin Siepmann and Lisa Carola Holthoff, "Conspicuous Consumption of Luxury Experiences: An Experimental Investigation of Status Perceptions on Social Media," *Journal of Product & Brand Management* 31, no. 3 (2022): 454–468, <https://doi.org/10.1108/JPBM-08-2020-3047>.

³⁴ Phil Reed and Jo Saunders "Sex Differences in Online Assertive Self-Presentation Strategies," *Personality and Individual Differences* 166 (2020): 110214. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110214>

³⁵ Carolin Siepmann and Lisa Carola Holthoff, "Conspicuous Consumption of Luxury Experiences: An Experimental Investigation of Status Perceptions on Social Media," *Journal of Product & Brand Management* 31, no. 3 (2022): 454–468, <https://doi.org/10.1108/JPBM-08-2020-3047>.

sering kali menilai dirinya dengan membandingkannya dengan orang lain. Lingkungan media sosial memperbanyak kesempatan untuk melakukan perbandingan tersebut karena kehidupan orang lain dapat terlihat secara terus-menerus. Penelitian mengenai influencer media sosial menunjukkan bahwa paparan terhadap influencer dapat mendorong perbandingan sosial dan keinginan meniru yang kemudian berhubungan dengan konsumsi mencolok.³⁶

Kelima, pengaruh media sosial. Media sosial menyediakan sarana teknis sekaligus lingkungan sosial bagi perilaku flexing. Intensitas penggunaan media sosial dan komunikasi elektronik dari mulut ke mulut (electronic word of mouth) telah ditemukan berkaitan dengan konsumsi mencolok.³⁷ Dengan media sosial, sesuatu yang sebelumnya hanya dapat dilihat oleh lingkungan terdekat dapat ditampilkan kepada khalayak yang jauh lebih luas.

Keenam, materialisme. Orientasi materialistik membuat kepemilikan dan keberhasilan material memperoleh posisi penting dalam penilaian terhadap kehidupan. Penelitian kontemporer menunjukkan bahwa materialisme merupakan salah satu faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumsi mencolok dan presentasi diri

³⁶ Thi Cam Tu Dinh and Yoonjae Lee “Social Media Influencers and Followers’ Conspicuous Consumption: The Mediation of Fear of Missing Out and Materialism,” *Heliyon* 10, no. 16 (2024): e36387.

³⁷ Amonrat Thoumrungroje “The Influence of Social Media Intensity and EWOM on Conspicuous Consumption,” *Procedia—Social and Behavioral Sciences* 148 (2014): 7–15. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.009>

di media sosial.³⁸

Ketujuh, keinginan untuk memperoleh perhatian dan membangun citra. Konten yang menampilkan keberhasilan, kemewahan, atau keunikan dapat digunakan sebagai strategi untuk memperoleh perhatian. Dalam lingkungan digital, perhatian tersebut dapat diwujudkan melalui likes, komentar, pengikut, maupun bentuk respons sosial lainnya. Dengan demikian, kebutuhan terhadap perhatian dapat menjadi salah satu dorongan yang membuat individu terus menampilkan aspek tertentu dari kehidupannya.

Berdasarkan uraian tersebut, faktor yang memengaruhi flexing dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok besar, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal mencakup kebutuhan pengakuan, presentasi diri, pencarian status, materialisme, dan kebutuhan memperoleh perhatian. Sementara itu, faktor eksternal mencakup media sosial, kelompok sosial, perbandingan dengan orang lain, budaya konsumsi, serta lingkungan yang memberikan penghargaan terhadap simbol-simbol material.

d. Pengertian Hedonisme

Istilah hedonisme berasal dari bahasa Yunani *hēdonē* yang berarti kesenangan atau kenikmatan. Dalam pengertian filosofis, hedonisme merujuk pada pandangan yang menempatkan kesenangan

³⁸ Thi Cam Tu Dinh and Yoonjae Lee “Social Media Influencers and Followers’ Conspicuous Consumption: The Mediation of Fear of Missing Out and Materialism,” *Heliyon* 10, no. 16 (2024): e36387.

atau kenikmatan sebagai unsur penting dalam menentukan nilai kehidupan. Dalam perkembangannya, istilah tersebut digunakan dalam berbagai konteks sehingga perlu dibedakan antara hedonisme sebagai teori filsafat dengan hedonisme sebagai kecenderungan gaya hidup.

Dalam kajian perilaku konsumen, konsep hedonisme mempunyai pengertian yang lebih spesifik. Hirschman dan Holbrook memperkenalkan perspektif hedonic consumption, yaitu aspek perilaku konsumsi yang berkaitan dengan pengalaman multisensori, fantasi, dan emosi yang muncul dalam penggunaan produk.³⁹ Perspektif tersebut memperluas pemahaman tentang konsumsi yang sebelumnya banyak menekankan fungsi utilitarian atau manfaat praktis. Konsumsi dapat dilakukan bukan hanya karena seseorang membutuhkan suatu barang, tetapi juga karena pengalaman, kesenangan, perasaan, dan kepuasan yang diperoleh dari proses konsumsi tersebut.

Holbrook dan Hirschman juga menjelaskan bahwa konsumsi mempunyai dimensi pengalaman yang bersifat simbolik, hedonik, dan estetis. Konsumen dapat mengejar fantasi, perasaan, dan kesenangan melalui pengalaman konsumsi.⁴⁰ Dengan demikian, orientasi hedonis

³⁹ Elizabeth C. Hirschman and Morris B. Holbrook, "Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions," *Journal of Marketing* 46, no. 3 (1982).

⁴⁰ Morris B. Holbrook and Elizabeth C. Hirschman, "The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun," *Journal of Consumer Research* 9, no. 2 (1982): 132–140.

berkaitan erat dengan cara seseorang memperoleh kepuasan dari pengalaman yang menyenangkan, bukan semata-mata dari manfaat fungsional suatu produk.

Dalam konteks kehidupan sosial modern, hedonisme kemudian berkembang menjadi kecenderungan gaya hidup yang memberikan perhatian besar terhadap kesenangan, hiburan, pengalaman, kenyamanan, dan kepuasan pribadi. Perkembangan teknologi dan media sosial turut memperluas ruang bagi gaya hidup tersebut karena berbagai pengalaman konsumsi dapat dengan mudah ditemukan, ditiru, dan ditampilkan kepada orang lain.

Meskipun demikian, perlu dibedakan antara menikmati kesenangan secara wajar dan gaya hidup hedonis. Menikmati makanan, melakukan perjalanan, membeli barang yang disukai, atau mencari hiburan tidak dengan sendirinya menunjukkan hedonisme. Perilaku tersebut menjadi bagian dari gaya hidup hedonis apabila kesenangan dan kepuasan material memperoleh posisi dominan dalam orientasi kehidupan, terutama ketika keinginan untuk memperoleh kesenangan mengalahkan pertimbangan kebutuhan, proporsionalitas, dan tanggung jawab.

Dalam konteks konsumsi digital, orientasi hedonis dapat terlihat dari kecenderungan individu menggunakan aktivitas konsumsi untuk memperoleh kesenangan dan pengalaman. Penelitian mengenai perilaku konsumen daring menunjukkan bahwa konsumen dengan

orientasi hedonis cenderung berbelanja karena kesenangan dan pengalaman yang diperoleh dari aktivitas tersebut, bukan hanya karena kebutuhan fungsional.⁴¹

Dengan demikian, hedonisme dalam penelitian ini dipahami sebagai kecenderungan orientasi kehidupan yang menempatkan kesenangan, kenikmatan, kepuasan, dan pengalaman menyenangkan sebagai pertimbangan dominan dalam perilaku, terutama ketika orientasi tersebut tercermin dalam pola konsumsi dan gaya hidup. Pengertian ini menjadi dasar untuk mengidentifikasi bentuk dan karakteristik perilaku hedonisme.

e. Bentuk dan Karakteristik Perilaku Hedonisme

Perilaku hedonisme dapat dikenali melalui pola kehidupan yang memberikan tempat dominan kepada kesenangan dan kepuasan pribadi. Bentuknya tidak selalu sama pada setiap individu karena dipengaruhi oleh lingkungan sosial, kondisi ekonomi, usia, budaya, dan perkembangan teknologi.

- 1) Orientasi kuat terhadap kesenangan. Individu dengan kecenderungan hedonis menjadikan kesenangan sebagai pertimbangan penting dalam memilih aktivitas. Kegiatan dilakukan karena memberikan pengalaman yang menyenangkan, menghibur, atau memuaskan secara emosional.

⁴¹ Daniele Scarpi "Work and Fun on the Internet: The Effects of Utilitarianism and Hedonism Online," *Journal of Interactive Marketing* 26, no. 1 (2012): 53–67. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2011.08.001>

- 2) Konsumsi yang berorientasi pada kepuasan pengalaman. Konsumsi tidak hanya dilakukan untuk memperoleh fungsi suatu barang, tetapi juga untuk mendapatkan pengalaman emosional dan sensoris. Perspektif konsumsi hedonis menjelaskan bahwa fantasi, perasaan, dan kesenangan merupakan bagian penting dari pengalaman konsumsi.⁴²
- 3) Mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan. Salah satu karakteristik gaya hidup hedonis adalah kecenderungan menjadikan keinginan pribadi sebagai dasar utama dalam melakukan konsumsi. Seseorang dapat membeli atau menggunakan sesuatu bukan karena benar-benar membutuhkannya, tetapi karena menginginkannya dan memperoleh kepuasan dari kepemilikan atau penggunaannya.
- 4) Kecenderungan terhadap konsumsi dan pengalaman yang memberikan prestise. Gaya hidup hedonis dapat berhubungan dengan pemilihan barang, tempat, atau aktivitas yang memberikan kesan eksklusif. Pengalaman tersebut dapat sekaligus menjadi sumber kesenangan dan simbol sosial.
- 5) Orientasi terhadap tren dan gaya hidup. Perkembangan media sosial menyebabkan gaya hidup tertentu dapat menyebar dengan cepat. Individu dapat melihat pola konsumsi dan aktivitas orang

⁴² Morris B. Holbrook and Elizabeth C. Hirschman, "The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun," *Journal of Consumer Research* 9, no. 2 (1982): 132–140.

lain kemudian menjadikannya sebagai referensi dalam menentukan gaya hidupnya sendiri.

- 6) Pencarian pengalaman baru. Gaya hidup hedonis dapat ditandai oleh kecenderungan mencari variasi dan pengalaman baru yang memberikan kepuasan. Hal tersebut dapat berupa perjalanan, kuliner, hiburan, kegiatan rekreasi, maupun pengalaman konsumsi lainnya.
- 7) Orientasi terhadap kepuasan jangka pendek. Dalam kecenderungan hedonis, keputusan dapat lebih banyak dipengaruhi oleh kesenangan yang segera diperoleh daripada pertimbangan manfaat jangka panjang. Karena itu, kepuasan emosional dan pengalaman menyenangkan menjadi pertimbangan yang kuat dalam perilaku.

f. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Hedonisme

Gaya hidup hedonis terbentuk melalui interaksi berbagai faktor yang berasal dari dalam diri individu maupun lingkungan sosial. Oleh karena itu, hedonisme tidak tepat dipahami semata-mata sebagai sifat bawaan seseorang.

- 1) Kebutuhan terhadap kesenangan dan kepuasan pribadi. Faktor internal yang paling mendasar adalah kecenderungan individu mencari pengalaman yang menyenangkan. Perspektif konsumsi hedonis menjelaskan bahwa konsumen dapat melakukan aktivitas konsumsi karena aspek emosional, multisensori, fantasi, dan

kesenangan yang diperoleh dari pengalaman tersebut.⁴³

- 2) Pencarian identitas diri. Konsumsi dapat digunakan untuk membentuk dan mengekspresikan identitas. Barang, merek, tempat, dan pengalaman tertentu dapat menjadi simbol mengenai siapa seseorang dan bagaimana ia ingin dilihat oleh orang lain. Dengan demikian, kebutuhan untuk membangun identitas dapat mendorong seseorang memilih gaya hidup tertentu.
- 3) Pengaruh teman sebaya dan kelompok sosial. Lingkungan pergaulan dapat membentuk standar mengenai aktivitas yang dianggap menarik, menyenangkan, modern, atau bergengsi. Individu dapat mengikuti pola konsumsi kelompok untuk memperoleh penerimaan dan mempertahankan kedekatan sosial.
- 4) Media sosial. Media sosial memberikan paparan yang sangat besar terhadap berbagai gaya hidup. Individu dapat melihat pengalaman, barang, perjalanan, hiburan, dan aktivitas konsumsi orang lain secara terus-menerus. Penelitian mengenai media sosial dan konsumsi menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial dapat berkaitan dengan konsumsi mencolok, sedangkan paparan influencer dapat mendorong perbandingan sosial, FOMO, keinginan meniru, dan kecenderungan materialistik.⁴⁴

⁴³ Hirschman and Holbrook, "Hedonic Consumption," *Journal of Marketing* 46, no. 3 (1982).

⁴⁴ Amonrat Thoumrungroje "The Influence of Social Media Intensity and EWOM on Conspicuous Consumption," *Procedia—Social and Behavioral Sciences* 148 (2014): 7–15.

- 5) Budaya konsumtif. Lingkungan budaya yang memberikan penghargaan tinggi terhadap kepemilikan barang dan pengalaman konsumsi dapat memperkuat gaya hidup hedonis. Dalam kondisi tersebut, konsumsi bukan hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga menjadi bagian dari cara seseorang memperoleh kesenangan dan menentukan status sosial.
- 6) Perkembangan teknologi dan kemudahan akses konsumsi. Perdagangan digital, pembayaran elektronik, layanan pesan antar, perjalanan daring, dan berbagai bentuk kemudahan teknologi membuat aktivitas konsumsi semakin mudah dilakukan. Kemudahan tersebut dapat memperkuat kecenderungan konsumsi yang berorientasi pada kepuasan apabila tidak diimbangi dengan kemampuan mengendalikan keinginan.
- 7) Materialisme dan orientasi status. Ketika kepemilikan material dipandang sebagai ukuran keberhasilan dan status, individu lebih mudah menghubungkan konsumsi dengan kebahagiaan dan pencapaian diri. Penelitian mengenai konsumsi mencolok menunjukkan bahwa materialisme dan konformitas dapat memengaruhi cara individu menampilkan pengalaman konsumsi di media sosial.⁴⁵
- 8) Perbandingan sosial. Individu dapat membandingkan kondisi

<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.009>

⁴⁵ Yomna Sorour and Hadeer Hammad "Traveling as a Conspicuous Experience: The Role of Self-Presentation on Social Media," *Journal of Hospitality and Tourism Insights* 9, no. 5 (2026): 2008–2028.

dirinya dengan orang lain, terutama ketika media sosial memperlihatkan kehidupan orang lain secara terus-menerus. Perbandingan tersebut dapat menimbulkan keinginan untuk mengikuti atau melampaui gaya hidup yang ditampilkan oleh orang lain.

Berdasarkan uraian tersebut, faktor yang memengaruhi hedonisme dapat dikelompokkan menjadi faktor internal, seperti kebutuhan terhadap kesenangan, kepuasan pribadi, pencarian identitas, dan orientasi status; serta faktor eksternal, seperti teman sebaya, lingkungan sosial, media sosial, budaya konsumtif, perkembangan teknologi, dan pengaruh gaya hidup masyarakat.

Dengan demikian, hedonisme merupakan kecenderungan yang terbentuk melalui hubungan antara dorongan individu untuk memperoleh kesenangan dengan lingkungan sosial yang menyediakan, memperkuat, dan menormalisasi berbagai bentuk konsumsi serta gaya hidup. Pemahaman tersebut penting karena dalam konteks penelitian ini, hedonisme tidak hanya dilihat sebagai pilihan individual, tetapi sebagai fenomena sosial yang dapat berkaitan dengan pola interaksi, simbol status, media sosial, dan budaya konsumsi.

3. Penelitian Terdahulu

Studi literatur dalam penelitian ini diarahkan untuk memetakan penelitian-penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan objek

material, objek formal, dan konteks sosial penelitian. Objek material penelitian ini adalah QS. Al-An'am (6): 74–79, sedangkan objek formalnya adalah nilai-nilai sosial profetik yang dianalisis melalui Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo. Kajian mengenai *flexing* dan hedonisme generasi muda, khususnya mahasiswa Muslim, ditempatkan sebagai konteks sosial kontemporer yang menjadi ruang relevansi penelitian.

Pemetaan studi literatur dilakukan melalui tiga klaster utama. Klaster pertama membahas penelitian terdahulu tentang QS. Al-An'am (6): 74–79. Klaster kedua membahas kajian tentang Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo. Klaster ketiga membahas penelitian tentang *flexing* dan hedonisme generasi muda. Pembagian ini diperlukan agar posisi penelitian dapat terlihat secara jelas di antara kajian tafsir, kajian teori sosial profetik, dan kajian sosial kontemporer.

1. Kajian tentang QS. Al-An'am (6): 74–79

Kajian terhadap QS. Al-An'am (6): 74–79 dalam penelitian terdahulu umumnya menempatkan ayat ini sebagai salah satu narasi penting tentang Nabi Ibrahim dalam proses peneguhan tauhid. Ayat-ayat tersebut dipahami sebagai kisah dialogis yang memperlihatkan kritik Nabi Ibrahim terhadap penyembahan berhala, bintang, bulan, dan matahari. Fokus utama dari beberapa kajian yang telah dilakukan cenderung berada pada aspek pendidikan tauhid, pendidikan keimanan, proses pencarian Tuhan, penafsiran kisah Nabi Ibrahim, serta analisis terhadap istilah tertentu dalam ayat.

Rumpun kajian pertama menempatkan QS. Al-An'am (6): 74–79 sebagai dasar pendidikan tauhid dan pendidikan keimanan. Cahaya, Siti Hawa Lubis, Hamiyah Zuleika Alifah, dan Tomi Prandana⁴⁶ membaca kisah Nabi Ibrahim sebagai model pendidikan Islam berbasis tauhid, terutama melalui penegasan tauhid *rubūbiyyah*, tauhid *ulūhiyyah*, dan penolakan terhadap penyembahan selain Allah. Rizkah Fadliah⁴⁷ mengkaji metode pendidikan tauhid yang terkandung dalam QS. Al-An'am (6): 74–79 dan mengaitkannya dengan pembelajaran Pendidikan Agama Islam. Fikri Latipatul Huda⁴⁸ membahas pendidikan keimanan dalam QS. Al-An'am (6): 74–79 dengan menekankan fungsi ayat sebagai sarana penanaman keyakinan kepada Allah. Indri Satrianti⁴⁹ juga mengarahkan kajiannya pada konsep pendidikan keimanan dalam ayat tersebut, terutama melalui pembacaan terhadap tujuan, materi, metode, dan sumber pendidikan keimanan. Keempat penelitian tersebut memperlihatkan bahwa QS. Al-An'am (6): 74–79 banyak dipahami sebagai teks pedagogis-teologis yang berfungsi menanamkan akidah, membentuk

⁴⁶ Cahaya, Siti Hawa Lubis, Hamiyah Zuleika Alifah, dan Tomi Prandana, "Pendidikan Islam Berbasis Tauhid pada Kisah Nabi Ibrahim pada Al-Qur'an Surah Al-'An'am Ayat 74–79," At-Tazakki: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan Islam dan Humaniora 7, no. 2 (2023): 256–271, <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/attazakki/article/view/18896>

⁴⁷ Rizkah Fadliah, "Metode Pendidikan Tauhid yang Terkandung dalam Al-Qur'an Surat Al-An'am Ayat 74–79" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/43268>.

⁴⁸ Fikri Latipatul Huda, "Pendidikan Keimanan: Kajian Tafsir Surat Al-An'am Ayat 74–79" (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/28438>.

⁴⁹ Indri Satrianti, "Konsep Pendidikan Keimanan: Kajian Tafsir Surat Al-An'am 74–79" (Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019), <https://repository.radenintan.ac.id/7844/1/SKRIPSI.pdf>.

kesadaran iman, dan membimbing manusia menuju pengakuan terhadap keesaan Allah.

Rumpun kajian kedua membaca QS. Al-An'am (6): 74–79 sebagai narasi pencarian Tuhan Nabi Ibrahim dan ruang penafsiran kontekstual. Lailatul Khasanah⁵⁰ mengkaji pencarian Tuhan Nabi Ibrahim dalam QS. Al-An'am (6): 74–79 melalui perspektif tafsir *maqāṣidī* dan mengaitkannya dengan konteks kekinian. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa ayat kisah tidak hanya mengandung makna historis, tetapi juga memiliki pesan *maqāṣid* yang dapat digali untuk menjawab problem kehidupan kontemporer. Ruskha Nurur Ru'fah⁵¹ membahas konsep pencarian Tuhan dalam kisah Nabi Ibrahim dengan menekankan tiga aspek penting, yaitu penggunaan akal, pengaruh fenomena alam, dan hidayah. Dua penelitian ini memperlihatkan bahwa QS. Al-An'am (6): 74–79 tidak hanya dibaca sebagai ayat tauhid, tetapi juga sebagai narasi epistemologis tentang proses manusia mengenali kebenaran melalui akal, pengalaman kosmis, dan bimbingan ilahi.

Rumpun kajian ketiga bergerak pada wilayah tafsir komparatif dan analisis istilah tertentu dalam QS. Al-An'am (6): 74–79. Joko Setiyo melakukan studi komparatif antara Tafsir al-Marāghī dan

⁵⁰ Lailatul Khasanah, "Pencarian Tuhan Nabi Ibrahim AS dalam QS. Al-An'am [6]: 74–79 Perspektif Tafsir Maqasidi dan Relevansinya dengan Konteks Kekinian" (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2024), <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/63921/>.

⁵¹ Ruskha Nurur Ru'fah, "Konsep Pencarian Tuhan dalam Kisah Nabi Ibrahim QS. Al-An'am: 74–79" (Skripsi, Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta, 2012), <https://repository.iiq.ac.id/handle/123456789/2746>.

Tafsir al-Mishbāh dalam membaca nilai-nilai pendidikan pada kisah Nabi Ibrahim mencari Tuhan.⁵² Penelitian tersebut menyoroti perbedaan penafsiran terhadap beberapa istilah kunci seperti *abīhi*, *al-mūqinīn*, *kaukaban*, *hāzā*, dan *ḥanīf*, serta menyimpulkan adanya nilai pendidikan tauhid, ukhuwah, dan metode pendidikan dalam ayat tersebut. Aji Ahmad Amrozi⁵³ secara lebih khusus membahas makna lafaz *abū* dan tokoh *Āzar* dalam QS. Al-An'am ayat 74 berdasarkan perspektif tafsir era klasik hingga modern. Dua penelitian ini menunjukkan bahwa QS. Al-An'am (6): 74–79 masih terbuka untuk dikaji melalui pendekatan perbandingan tafsir, analisis kebahasaan, dan sejarah penafsiran.

Pemetaan terhadap penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kajian QS. Al-An'am (6): 74–79 sejauh ini memiliki beberapa kecenderungan utama. Kecenderungan pertama ialah pembacaan ayat sebagai dasar pendidikan tauhid dan pendidikan keimanan. Kecenderungan kedua ialah pembacaan ayat sebagai narasi pencarian Tuhan Nabi Ibrahim yang menekankan peran akal, pengamatan kosmis, dan hidayah. Kecenderungan ketiga ialah pembacaan ayat melalui pendekatan tafsir komparatif, tafsir *maqāṣidī*, dan analisis istilah tertentu. Tiga kecenderungan tersebut

⁵² Joko Setiyo, "Nilai-Nilai Pendidikan pada Kisah Nabi Ibrahim Mencari Tuhan dalam Al-Qur'an Surat Al-An'am Ayat 74–79: Studi Komparatif Tafsir Al-Maraghi dan Tafsir Misbah" (Tesis, Universitas Wahid Hasyim Semarang, 2020), <https://eprints.unwahas.ac.id/3993/>.

⁵³ Aji Ahmad Amrozi, "Makna Lafaz *Abū* dan *Azar* dalam Q.S. Al-An'am Ayat 74 Perspektif Tafsir Era Klasik hingga Modern" (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2025), <https://digilib.uinsa.ac.id/75988/>

menunjukkan bahwa QS. Al-An'am (6): 74–79 telah memperoleh perhatian akademik yang cukup kuat, terutama dalam wilayah teologi, pendidikan Islam, dan penafsiran kisah Nabi Ibrahim.

Penelitian ini mengambil posisi berbeda dari kajian-kajian sebelumnya. QS. Al-An'am (6): 74–79 tidak hanya dibaca sebagai narasi tauhid, pendidikan iman, atau proses pencarian Tuhan, tetapi juga sebagai teks yang memuat nilai-nilai sosial profetik. Pembacaan tersebut diarahkan untuk menemukan dimensi humanisasi, liberasi, dan transendensi dalam narasi Nabi Ibrahim melalui kerangka Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo. Posisi ini penting karena penelitian terdahulu belum secara khusus mengonstruksi QS. Al-An'am (6): 74–79 sebagai basis nilai sosial profetik yang dapat direlevansikan dengan problem sosial kontemporer, khususnya fenomena *flexing* dan hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim.

2. Kajian tentang Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo

Kajian tentang Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo dalam penelitian terdahulu umumnya bergerak pada pembahasan paradigma keilmuan Islam, relasi agama dan ilmu sosial, serta konstruksi etika sosial yang bertumpu pada nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi. Gagasan Ilmu Sosial Profetik dipahami sebagai upaya menghadirkan ilmu sosial yang tidak berhenti pada penjelasan realitas, tetapi juga mengandung orientasi transformasi sosial. Kerangka ini menempatkan nilai-nilai profetik sebagai dasar untuk

membaca realitas kemanusiaan, membebaskan manusia dari berbagai bentuk penindasan, serta mengarahkan perubahan sosial kepada nilai ketuhanan.

Rumpun kajian pertama menempatkan Ilmu Sosial Profetik sebagai bangunan konseptual yang bertumpu pada relasi humanisasi, liberasi, dan transendensi. Maskur⁵⁴ mengkaji Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo dengan menitikberatkan pada hubungan antara humanisasi, liberasi, dan transendensi sebagai tiga unsur utama dalam formulasi teoritiknya. Alfiansyah Anwar, Musafir Pababbari, dan Musdalifa Ibrahim⁵⁵ membaca Ilmu Sosial Profetik sebagai paradigma pemikiran Kuntowijoyo yang menempatkan humanisasi sebagai proses pemanusiaan, liberasi sebagai pembebasan dari penindasan, dan transendensi sebagai orientasi melampaui keterbatasan manusia menuju nilai ketuhanan. Dua penelitian tersebut menunjukkan bahwa kajian Ilmu Sosial Profetik banyak diarahkan pada upaya memahami struktur dasar pemikiran Kuntowijoyo sebagai teori sosial Islam yang bersifat etik, kritis, dan transformatif.

Rumpun kajian kedua menghubungkan Ilmu Sosial Profetik dengan pengembangan pendidikan Islam. Adellia Widya Pratama dan Acep Mulyadi membahas konsep Ilmu Sosial Profetik dan

⁵⁴ Maskur, "Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo: Telaah atas Relasi Humanisasi, Liberasi, dan Transendensi" (Tesis, UIN Alauddin Makassar, 2012), https://repositori.uin-alauddin.ac.id/5754/1/Tesis_Maskur_opt.pdf.

⁵⁵ Alfiansyah Anwar, Musafir Pababbari, dan Musdalifa Ibrahim, "Analisis Paradigma Ilmu Sosial Profetik: Telaah Pemikiran Kuntowijoyo," *Shoutika: Jurnal Studi Komunikasi dan Dakwah* 3, no. 2 (2023), <https://jurnal.stainmajene.ac.id/index.php/shoutika/article/view/619>.

relevansinya terhadap Pendidikan Agama Islam⁵⁶ dengan menekankan pentingnya humanisme teosentris dalam membangun martabat kemanusiaan. Muhammad Fery⁵⁷ juga mengkaji konsep Ilmu Sosial Profetik dan relevansinya dalam Pendidikan Agama Islam melalui telaah pemikiran Kuntowijoyo. Dua penelitian ini memperlihatkan bahwa Ilmu Sosial Profetik sering digunakan sebagai kerangka normatif untuk membangun pendidikan Islam yang tidak hanya berorientasi pada transfer pengetahuan keagamaan, tetapi juga pada pembentukan kesadaran sosial, etika profetik, dan transformasi kehidupan peserta didik.

Rumpun kajian ketiga lebih dekat dengan penelitian ini karena menggunakan Ilmu Sosial Profetik dalam pembacaan teks Al-Qur'an dan narasi Nabi Ibrahim. Irwanto⁵⁸ membahas pendekatan Ilmu Sosial Profetik dalam memahami makna ayat-ayat Al-Qur'an. Penelitian tersebut penting karena menempatkan Ilmu Sosial Profetik bukan hanya sebagai teori sosial, tetapi juga sebagai pendekatan untuk membaca kandungan Al-Qur'an melalui kategori konseptual yang bersifat profetik. Dewi Robiah mengkaji pola komunikasi Ibrahim

⁵⁶ Adellia Widya Pratama dan Acep Mulyadi, "Konsep Ilmu Sosial Profetik dan Relevansinya terhadap Pendidikan Agama Islam: Telaah Pemikiran Kuntowijoyo," *Jurnal Turats* 17, no. 1 (2024): 31–47, <https://media.neliti.com/media/publications/585167-konsep-ilmu-sosial-profetik-dan-relevans-d34f33f8.pdf>.

⁵⁷ Muhammad Fery, "Konsep Ilmu Sosial Profetik dan Relevansinya dalam Pendidikan Agama Islam: Studi Analisis Pemikiran Kuntowijoyo" (Tesis, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2025), <https://etheses.uin-malang.ac.id/77708/>.

⁵⁸ Irwanto, "Pendekatan Ilmu Sosial Profetik dalam Memahami Makna Ayat-Ayat Al-Qur'an," *Literasi: Jurnal Ilmu Pendidikan* 5, no. 1 (2014): 1–12, <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/LITERASI/article/view/401>

dalam Al-Qur'an dengan menggunakan analisis Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo.⁵⁹ Penelitian tersebut menemukan bahwa paradigma sosial profetik dalam kisah Ibrahim berhubungan dengan rasionalitas, kepasrahan, dialog, dan pengentasan nasib sosial. Dua penelitian ini menunjukkan bahwa Ilmu Sosial Profetik memiliki peluang metodologis untuk digunakan dalam pembacaan ayat-ayat Al-Qur'an, khususnya ayat-ayat kisah yang mengandung pesan kenabian, transformasi sosial, dan pembebasan kesadaran manusia.

Pemetaan terhadap penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kajian Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo sejauh ini memiliki beberapa kecenderungan utama. Kecenderungan pertama ialah pembacaan Ilmu Sosial Profetik sebagai paradigma keilmuan Islam yang menekankan relasi humanisasi, liberasi, dan transendensi. Kecenderungan kedua ialah penggunaan Ilmu Sosial Profetik sebagai kerangka pengembangan pendidikan Islam. Kecenderungan ketiga ialah penerapan Ilmu Sosial Profetik dalam pembacaan ayat-ayat Al-Qur'an dan narasi Nabi Ibrahim. Tiga kecenderungan tersebut menunjukkan bahwa Ilmu Sosial Profetik telah memperoleh tempat penting dalam kajian akademik, terutama sebagai paradigma ilmu, teori sosial Islam, pendekatan pendidikan, dan alat baca terhadap teks keagamaan.

⁵⁹ Dewi Robiah, "Pola Komunikasi Ibrahim dalam Al-Qur'an: Studi Analisis Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo" (Tesis, UIN Walisongo Semarang, 2022), <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/20835/>

Penelitian ini mengambil posisi berbeda dari kajian-kajian sebelumnya. Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo tidak hanya ditempatkan sebagai objek kajian konseptual atau paradigma pendidikan, tetapi digunakan sebagai pisau analisis utama untuk membaca QS. Al-An'am (6): 74–79. Penelitian ini diarahkan untuk menemukan nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi dalam narasi Nabi Ibrahim, kemudian merelevansikannya dengan problem sosial kontemporer berupa *flexing* dan hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim. Posisi ini penting karena penelitian terdahulu belum secara khusus menggunakan Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo untuk mengonstruksi nilai sosial profetik dalam QS. Al-An'am (6): 74–79.

3. Kajian tentang *Flexing* dan Hedonisme Generasi Muda

Kajian tentang *flexing* dan hedonisme generasi muda dalam penelitian terdahulu umumnya bergerak pada beberapa wilayah utama, yaitu media sosial, budaya konsumsi, pencarian pengakuan, pembentukan citra diri, perilaku konsumtif, penggunaan teknologi finansial, serta relasi antara religiusitas dan gaya hidup. Fenomena *flexing* banyak dibaca sebagai praktik menampilkan kepemilikan, pencapaian, status sosial, atau citra tertentu di ruang digital. Fenomena hedonisme lebih banyak dikaitkan dengan kecenderungan mencari kesenangan, konsumsi berlebihan, penggunaan dompet digital, *paylater*, serta gaya hidup mahasiswa dalam masyarakat kontemporer.

Rumpun kajian pertama menempatkan *flexing* sebagai fenomena presentasi diri dan pembentukan citra di media sosial. Langit Gemintang Muhammad Hartono⁶⁰ mengkaji konten *flexing* mahasiswa Generasi Z di Instagram dan melihat *flexing* sebagai bagian dari aktualisasi diri, validasi, kebanggaan, serta ekspresi individualitas di ruang digital. Anis Amrina Hafan⁶¹ membaca fenomena *flexing* di media sosial pada Generasi Z dalam perspektif konsumsi Islam dengan mengambil mahasiswa Universitas Islam Indonesia sebagai kasus penelitian. Keyrina Adinda⁶² membahas *flexing* di Instagram dalam hubungan antara narsisisme, *personal branding*, *self-appreciation*, rasa *insecure*, dan manfaat sosial tertentu yang diperoleh pelaku. Mohammad Hariyono Arik dan Hengki Hendra Pradana⁶³ menyoroti persepsi Generasi Z terhadap *flexing* di media sosial melalui pendekatan fenomenologis. Keempat penelitian tersebut menunjukkan bahwa *flexing* tidak hanya dapat dipahami sebagai perilaku pamer, tetapi juga sebagai bentuk presentasi diri, pencarian validasi, pengelolaan kesan, dan upaya memperoleh

⁶⁰ Langit Gemintang Muhammad Hartono, “*Flexing* di Media Sosial: Studi Fenomena Konten *Flexing* Mahasiswa Generasi Z di Instagram” (Skripsi, Universitas Gadjah Mada, 2024), <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/237173>.

⁶¹ Anis Amrina Hafan, “Analisis Fenomena *Flexing* di Sosial Media pada Generasi Z dalam Perspektif Konsumsi Islam: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia” (Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2023), <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/48014>.

⁶² Keyrina Adinda, “*Flexing* di Instagram: Antara Narsisisme dan Benefit,” *EMIK: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial* 6, no. 1 (2023): 68–90, <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/emik/article/view/1787>

⁶³ Mohammad Hariyono Arik dan Hengki Hendra Pradana, “Fenomena *Flexing* pada Media Sosial: Persepsi Generasi Z,” *Psycho Aksara: Jurnal Psikologi* 2, no. 1 (2024): 29–36, <https://ojs.unublitar.ac.id/index.php/pyschoaksara/article/view/1341>

pengakuan dalam budaya digital.

Rumpun kajian kedua membaca *flexing* sebagai praktik sosial yang berkaitan dengan pengakuan kelas, *FOMO*, krisis pendidikan Islam, dan norma konsumsi keagamaan. Nur Khayati, Dinda Apriliyanti, Victoria Nastacia Sudiana, Aji Setiawan, dan Didi Pramono⁶⁴ mengkaji *flexing* di media sosial sebagai ajang pengakuan kelas sosial melalui teori fungsionalisme struktural. Alisha Diandra Adjiwibowo, Azkia Zulfah Fauziah, Fatya Nurnayla, Haura Sabitta Zikra Loen, dan Jasmine Alifa Humaira⁶⁵ menghubungkan *flexing* dengan *FOMO* dalam persepsi Generasi Z terhadap sejumlah akun Instagram populer. Raudhatul Jannah, Ajahari, dan Saiful Lutfi⁶⁶ membaca *flexing* culture di media sosial mahasiswa Pendidikan Agama Islam sebagai bagian dari krisis pendidikan Islam. Eva Nur Hidayati dan Muhammad Yazid⁶⁷ meninjau budaya *flexing* dan *self-reward* di media sosial pada Generasi Z melalui perspektif fiqh muamalah. Kajian-kajian tersebut memperlihatkan bahwa *flexing*

⁶⁴ Nur Khayati, Dinda Apriliyanti, Victoria Nastacia Sudiana, Aji Setiawan, dan Didi Pramono, "Fenomena *Flexing* di Media Sosial sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural," Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan 9, no. 2 (2022): 113–121, <https://ojs.unm.ac.id/sosialisasi/article/view/32543>.

⁶⁵ Alisha Diandra Adjiwibowo, Azkia Zulfah Fauziah, Fatya Nurnayla, Haura Sabitta Zikra Loen, dan Jasmine Alifa Humaira, "Fenomena *Flexing* dan *FOMO* di Instagram: Persepsi Generasi Z terhadap Akun Instagram @siscakohl, @zhafiraiha, dan @Jeromepolin," Jurnal Interaksi Sosiologi 2, no. 2 (2023): 62–69, <https://jos.unsoed.ac.id/index.php/jis/article/view/8782>.

⁶⁶ Raudhatul Jannah, Ajahari, dan Saiful Lutfi, "Fenomena *Flexing* Culture di Media Sosial Mahasiswa Pendidikan Agama Islam: Perspektif Krisis Pendidikan Islam," Kamaya: Jurnal Ilmu Agama 7, no. 3 (2024): 137–144, <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/kamaya/article/view/3567>.

⁶⁷ Eva Nur Hidayati dan Muhammad Yazid, "Tinjauan Fiqh Muamalah terhadap Budaya *Flexing* dan *Self Reward* di Media Sosial pada Gen Z," Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik 2, no. 6 (2025): 912–918, <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jmia/article/view/7344>.

bukan hanya persoalan gaya komunikasi digital, tetapi juga berkaitan dengan struktur sosial, tekanan psikologis, identitas keagamaan, perilaku konsumsi, dan batas etis dalam penggunaan harta.

Rumpun kajian ketiga menempatkan hedonisme generasi muda dalam relasinya dengan perilaku konsumtif dan penggunaan teknologi finansial. Devy Midayatus Shofa⁶⁸ mengkaji pengaruh literasi keuangan syariah, persepsi kemudahan, dan hedonisme terhadap perilaku mahasiswa Muslim Yogyakarta dalam menggunakan dompet digital. Dinda Rifka Mentari Potabuga⁶⁹ meneliti pengaruh perilaku konsumtif dan gaya hidup hedonisme terhadap penggunaan aplikasi Shopee pada mahasiswa Muslim Bolaang Mongondow Raya di D.I. Yogyakarta. Susilo Nur Aji Cokro Darsono, Muhammad Rizarda, dan Sobar M. Johari⁷⁰ membahas fenomena *paylater* di kalangan mahasiswa dengan menempatkan gaya hidup, pengaruh sosial, dan motivasi hedonisme sebagai pemicu perilaku konsumtif. Tiga penelitian tersebut penting bagi penelitian ini karena menunjukkan bahwa isu hedonisme di kalangan mahasiswa

⁶⁸ Devy Midayatus Shofa, “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Kemudahan, dan Hedonisme terhadap Perilaku Mahasiswa Muslim Yogyakarta dalam Menggunakan Dompet Digital: Analisis Multigroup Gender” (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023), <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/59384/>.

⁶⁹ Dinda Rifka Mentari Potabuga, “Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Penggunaan Aplikasi Shopee sebagai E-Commerce: Studi Kasus Mahasiswa Muslim Bolaang Mongondow Raya (BMR) di D.I. Yogyakarta” (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2022), <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/31566/>.

⁷⁰ Susilo Nur Aji Cokro Darsono, Muhammad Rizarda, dan Sobar M. Johari, “Fenomena *Paylater* di Kalangan Mahasiswa: Gaya Hidup, Sosial, dan Motivasi Hedonisme sebagai Pemicu Perilaku Konsumtif,” *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia* 9, no. 1 (2025): 125–138, <https://journal.umy.ac.id/index.php/rab/article/view/26015>

tidak hanya berkaitan dengan orientasi kesenangan, tetapi juga berhubungan dengan pola konsumsi digital, kemudahan transaksi, pengaruh sosial, dan perilaku ekonomi berbasis teknologi.

Rumpun kajian keempat menghubungkan hedonisme dengan religiusitas dan ekspresi gaya hidup mahasiswa Muslim di media sosial. Saskia Okti Granita dan Zulian Fikry⁷¹ meneliti hubungan religiusitas dengan gaya hidup hedonisme yang ditampilkan mahasiswa Muslim Universitas Negeri Padang di Instagram. Kajian ini memperlihatkan bahwa hedonisme mahasiswa Muslim dapat dibaca melalui relasi antara tingkat religiusitas, ekspresi diri, dan tampilan gaya hidup di ruang digital. Penelitian tersebut relevan sebagai pembandingan karena menunjukkan bahwa identitas Muslim tidak otomatis menghilangkan kecenderungan hedonistik, terutama ketika gaya hidup ditampilkan melalui media sosial.

Pemetaan terhadap penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kajian tentang *flexing* dan hedonisme generasi muda memiliki beberapa kecenderungan utama. Kecenderungan pertama ialah pembacaan *flexing* sebagai praktik presentasi diri, validasi sosial, *personal branding*, dan pencarian pengakuan di media sosial. Kecenderungan kedua ialah pembacaan *flexing* sebagai fenomena sosial yang berkaitan dengan pengakuan kelas, *FOMO*,

⁷¹ Saskia Okti Granita dan Zulian Fikry, "Hubungan Religiusitas dengan Gaya Hidup Hedonisme yang Ditampilkan Mahasiswa Muslim Universitas Negeri Padang di Instagram," Jurnal Pendidikan Tambusai 5, no. 2 (2021): 2978–2985, <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1329>

krisis pendidikan Islam, dan etika konsumsi. Kecenderungan ketiga ialah pembacaan hedonisme sebagai bagian dari gaya hidup konsumtif mahasiswa yang diperkuat oleh dompet digital, *paylater*, *e-commerce*, dan pengaruh sosial. Kecenderungan keempat ialah pembacaan hedonisme dalam hubungannya dengan religiusitas dan ekspresi identitas mahasiswa Muslim di media sosial.

Penelitian ini mengambil posisi berbeda dari kajian-kajian sebelumnya. *Flexing* dan hedonisme tidak dijadikan sebagai objek utama yang diteliti secara lapangan, tetapi ditempatkan sebagai konteks sosial kontemporer untuk membaca relevansi nilai-nilai sosial profetik dalam QS. Al-An'am (6): 74–79. Penelitian terdahulu umumnya membahas *flexing* dan hedonisme melalui pendekatan komunikasi, sosiologi, psikologi, ekonomi, perilaku konsumen, pendidikan Islam, atau fiqh muamalah. Penelitian ini berupaya menghubungkan fenomena tersebut dengan nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi dalam Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo. Posisi ini penting karena belum banyak kajian yang mengaitkan problem *flexing* dan hedonisme generasi muda, khususnya mahasiswa Muslim, dengan konstruksi nilai sosial profetik dari QS. Al-An'am (6): 74–79.

E. Kerangka Teori

Kerangka teori dalam penelitian ini menggunakan Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo sebagai alat analisis utama. Teori ini dipilih karena memiliki tiga pilar dasar, yaitu humanisasi, liberasi, dan transendensi, yang dapat digunakan

untuk membaca nilai-nilai sosial profetik dalam QS. Al-An'am (6): 74–79. Penelitian ini tidak menempatkan Ilmu Sosial Profetik sebagai objek kajian yang dibahas secara luas, tetapi sebagai kerangka operasional untuk menemukan nilai sosial profetik dalam ayat dan menjelaskan relevansinya terhadap fenomena *flexing* dan hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim.

1. Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo

Ilmu Sosial Profetik merupakan gagasan Kuntowijoyo yang berupaya menghadirkan ilmu sosial yang tidak hanya menjelaskan realitas, tetapi juga mengarahkan perubahan sosial berdasarkan nilai-nilai profetik. Gagasan ini berangkat dari kesadaran bahwa ilmu sosial tidak cukup berhenti pada fungsi deskriptif dan analitis, melainkan perlu memiliki arah etik untuk membangun kehidupan manusia yang lebih bermartabat, adil, dan berorientasi kepada nilai ketuhanan.

Gagasan Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo dapat ditelusuri dari Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi. Buku tersebut menjadi salah satu rujukan awal yang memperlihatkan arah pemikiran Kuntowijoyo tentang Islam sebagai paradigma transformasi sosial. Rumusan yang lebih sistematis mengenai hubungan Islam, ilmu, epistemologi, metodologi, dan etika kemudian dapat dibaca dalam Islam sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika. Dalam kerangka ini, Islam tidak hanya diposisikan sebagai sumber ajaran normatif, tetapi juga sebagai sumber nilai untuk membangun cara pandang keilmuan dan praksis sosial.⁷²

⁷² Kuntowijoyo, Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi (Bandung: Mizan, 1991).

Ilmu Sosial Profetik bertumpu pada tiga nilai utama, yaitu humanisasi, liberasi, dan transendensi. Tiga nilai tersebut dikembangkan dari pembacaan Kuntowijoyo terhadap misi profetik Islam, terutama gagasan amar *ma'ruf*, nahi *munkar*, dan *tu'minūna billāh*. Humanisasi berkaitan dengan upaya memanusiakan manusia, liberasi berkaitan dengan pembebasan manusia dari berbagai bentuk penindasan dan kesadaran palsu, sedangkan transendensi berkaitan dengan pengembalian orientasi hidup kepada nilai ketuhanan.⁷³

2. Tujuan Penggunaan Ilmu Sosial Profetik dalam Penelitian

Ilmu Sosial Profetik digunakan dalam penelitian ini untuk membaca QS. Al-An'am (6): 74–79 sebagai teks Al-Qur'an yang tidak hanya memuat pesan teologis, tetapi juga mengandung nilai sosial profetik. Penggunaan teori ini bertujuan untuk memperluas pembacaan terhadap ayat dari sekadar pembahasan tauhid menuju pemaknaan yang lebih transformatif. Nilai tauhid dalam ayat tidak hanya dipahami sebagai keyakinan kepada Allah, tetapi juga sebagai dasar pembentukan kesadaran manusia, pembebasan dari orientasi hidup yang keliru, dan peneguhan nilai ketuhanan dalam kehidupan sosial.

Teori ini juga digunakan untuk menjaga agar pembahasan penelitian memiliki arah analisis yang jelas. Humanisasi, liberasi, dan transendensi berfungsi sebagai kategori konseptual untuk mengidentifikasi

⁷³ Kuntowijoyo, *Islam sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika* (Jakarta: Teraju, 2004).

nilai-nilai sosial profetik dalam QS. Al-An'am (6): 74–79. Tiga kategori tersebut membantu peneliti membedakan aspek pemanusiaan, aspek pembebasan, dan aspek ketuhanan yang terkandung dalam teks.

Penggunaan Ilmu Sosial Profetik dalam penelitian ini juga bertujuan untuk membangun jembatan antara teks Al-Qur'an dan fenomena sosial kontemporer. Nilai yang ditemukan dari QS. Al-An'am (6): 74–79 kemudian direlevansikan dengan fenomena *flexing* dan hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim. Posisi *flexing* dan hedonisme dalam penelitian ini bukan sebagai objek penelitian lapangan, melainkan sebagai konteks sosial yang dibaca melalui data kepustakaan.

3. Kerangka Operasional Analisis

Kerangka operasional analisis dalam penelitian ini disusun berdasarkan tiga pilar Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo, yaitu humanisasi, liberasi, dan transendensi. Tiga pilar tersebut tidak diposisikan hanya sebagai konsep normatif, tetapi digunakan sebagai perangkat analisis untuk membaca nilai-nilai sosial profetik dalam QS. Al-An'am (6): 74–79. Agar analisis tidak bersifat subjektif, setiap pilar diturunkan ke dalam indikator teoretis yang berpijak pada rumusan Kuntowijoyo.

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini tidak dimaksudkan sebagai daftar kaku yang berdiri sendiri, melainkan sebagai aspek-aspek konseptual yang diturunkan dari gagasan Ilmu Sosial Profetik. Humanisasi diturunkan dari gagasan memanusiakan manusia; liberasi diturunkan dari gagasan pembebasan manusia dari sistem yang membelenggu; sedangkan

transendensi diturunkan dari gagasan iman kepada Allah dan orientasi ketuhanan sebagai dasar transformasi sosial.

a. Pilar Humanisasi

Humanisasi dalam Ilmu Sosial Profetik dipahami sebagai upaya memanusiakan manusia. Kuntowijoyo menempatkan humanisasi sebagai transformasi dari misi *amar ma'ruf*, yaitu mendorong manusia menuju kebaikan dan kehidupan yang lebih manusiawi. Dalam rumusan Kuntowijoyo, humanisasi berhubungan dengan usaha memanusiakan manusia serta menghilangkan unsur kebendaan, ketergantungan, kekerasan, dan kebencian dari manusia.⁷⁴

Berdasarkan rumusan tersebut, humanisasi dalam penelitian ini digunakan sebagai kategori analisis untuk membaca nilai pemanusiaan dalam QS. Al-An'am (6): 74–79. Dengan demikian, indikator humanisasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

Tabel 1
Indikator Pilar Humanisasi

No.	Indikator	Arah Pembacaan dalam Penelitian
1	Memanusiakan manusia	Nilai yang menempatkan manusia sebagai makhluk yang memiliki kesadaran, akal, dan tanggung jawab moral.
2	Menghilangkan kebendaan	Kritik terhadap keadaan ketika manusia direduksi oleh orientasi kepada benda atau realitas material.
3	Menghilangkan ketergantungan	Pemulihan manusia dari ketergantungan kepada sesuatu

⁷⁴ Kuntowijoyo, *Islam sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika*, ed. II, cet. I (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007), h. 87. Kuntowijoyo, *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*, ed. baru, cet. I (Bandung: Mizan, 2008), h. 478–480.

		yang membatasi kebebasan dan kesadarannya.
4	Menghilangkan kekerasan	Penolakan terhadap cara, tindakan, atau pola relasi yang merendahkan nilai kemanusiaan melalui kekerasan.
5	Menghilangkan kebencian	Nilai yang mengarahkan manusia pada relasi yang lebih etis, bermartabat, dan tidak didasarkan pada kebencian.

b. Pilar Liberasi

Liberasi dalam Ilmu Sosial Profetik dipahami sebagai upaya pembebasan manusia dari berbagai bentuk keterbelengguan. Konsep ini berakar dari misi *nahi munkar*, yaitu mencegah dan membebaskan manusia dari kemungkaran yang merusak kehidupan. Dalam rumusan Kuntowijoyo, liberasi diarahkan pada pembebasan manusia dari sistem-sistem yang membelenggu, terutama sistem pengetahuan, sistem sosial, sistem ekonomi, dan sistem politik.⁷⁵

Berdasarkan rumusan tersebut, liberasi dalam penelitian ini digunakan sebagai kategori analisis untuk membaca unsur pembebasan dalam QS. Al-An'am (6): 74–79. Dalam konteks analisis ayat, indikator-indikator tersebut akan digunakan secara proporsional. Indikator liberasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

Tabel 2
Indikator Pilar Liberasi

No.	Indikator	Arah Pembacaan dalam Penelitian
-----	-----------	---------------------------------

⁷⁵ Kuntowijoyo, *Islam sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika*, ed. II, cet. I (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007), h. 90–94; Kuntowijoyo, *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*, ed. baru, cet. I (Bandung: Mizan, 2008), h. 481–482.

1	Pembebasan dari sistem pengetahuan yang membelenggu	Keluar dari cara berpikir, keyakinan, atau konstruksi pengetahuan yang menutup manusia dari kebenaran.
2	Pembebasan dari sistem sosial yang membelenggu	Kritik terhadap tatanan, kebiasaan, atau struktur sosial yang membuat manusia terikat pada kesalahan kolektif.
3	Pembebasan dari sistem ekonomi yang membelenggu	Nilai pembebasan dari relasi ekonomi yang merendahkan martabat manusia.
4	Pembebasan dari sistem politik yang membelenggu	Nilai pembebasan dari dominasi kekuasaan yang menghalangi manusia menuju kehidupan yang benar dan bermartabat.

c. Pilar Transendensi

Transendensi dalam Ilmu Sosial Profetik dipahami sebagai orientasi ketuhanan yang menjadi dasar bagi humanisasi dan liberasi. Konsep ini berakar dari *tu'minūna billāh*, yaitu iman kepada Allah. Dalam pemikiran Kuntowijoyo, transendensi menjaga agar humanisasi dan liberasi tidak berhenti pada agenda kemanusiaan semata, tetapi tetap memiliki dasar, arah, dan tujuan ketuhanan.⁷⁶

Berdasarkan rumusan tersebut, transendensi dalam penelitian ini digunakan sebagai kategori analisis untuk membaca nilai ketuhanan dalam QS. Al-An'am (6): 74–79. Transendensi tidak hanya dipahami sebagai pengakuan iman secara teologis, tetapi juga sebagai dasar nilai yang mengarahkan manusia melampaui keterbatasan orientasi duniawi menuju nilai yang lebih tinggi. Dengan demikian, indikator

⁷⁶ Kuntowijoyo, *Islam sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika*, ed. II, cet. I (Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007), h. 97–99; Kuntowijoyo, *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*, ed. baru, cet. I (Bandung: Mizan, 2008), h. 483–484.

transendensi dalam penelitian ini meliputi:

Tabel 3
Indikator Pilar Transendensi

No.	Indikator	Arah Pembacaan dalam Penelitian
1	Iman kepada Allah	Nilai yang menempatkan keimanan kepada Allah sebagai dasar kesadaran dan tindakan manusia.
2	Menjadikan nilai ketuhanan sebagai dasar humanisasi dan liberasi	Proses pemanusiaan dan pembebasan manusia diarahkan oleh nilai ilahiah.
3	Melampaui batas kemanusiaan menuju nilai yang lebih tinggi	Dorongan agar manusia tidak berhenti pada orientasi duniawi, material, atau semata-mata manusiawi, tetapi bergerak menuju orientasi ketuhanan.

4. Operasionalisasi Ilmu Sosial Profetik dalam Penelitian

Operasionalisasi Ilmu Sosial Profetik dalam penelitian ini dilakukan melalui dua tahap. Tahap pertama ialah pembacaan terhadap QS. Al-An'am (6): 74–79 untuk menemukan nilai-nilai sosial profetik berdasarkan kategori humanisasi, liberasi, dan transendensi. Tahap ini diarahkan untuk menjawab rumusan masalah pertama, yaitu bagaimana nilai-nilai sosial profetik dalam QS. Al-An'am (6): 74–79 jika dianalisis menggunakan Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo.

Tahap kedua ialah pembacaan relevansi nilai-nilai sosial profetik tersebut terhadap fenomena *flexing* dan hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim. Tahap ini diarahkan untuk menjawab rumusan masalah kedua. Fenomena *flexing* dan hedonisme tidak dijadikan dasar dalam merumuskan indikator humanisasi, liberasi, dan transendensi, melainkan ditempatkan sebagai konteks sosial kontemporer yang akan dibaca setelah

nilai-nilai sosial profetik dalam ayat ditemukan. Dengan demikian,

Skema operasional teori dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

Tabel 4
Operasionalisasi Ilmu Sosial Profetik

No.	Pilar ISP	Pertanyaan Analisis	Arah Penggunaan Penelitian
1	Humanisasi	Aspek pemanusiaan apa yang dapat ditemukan dalam QS. Al-An'am (6): 74–79?	Menemukan nilai yang berkaitan dengan memanusiakan manusia, menghilangkan kebendaan, menghilangkan ketergantungan, menghilangkan kekerasan, dan menghilangkan kebencian.
2	Libarasi	Bentuk pembebasan apa yang dapat ditemukan dalam QS. Al-An'am (6): 74–79?	Menemukan nilai pembebasan dari sistem pengetahuan, sistem sosial, sistem ekonomi, dan sistem politik yang membelenggu, sejauh indikator tersebut relevan dengan struktur makna ayat.
3	Transendensi	Bagaimana orientasi ketuhanan dibangun dalam QS. Al-An'am (6): 74–79?	Menemukan nilai iman kepada Allah, nilai ketuhanan sebagai dasar humanisasi dan liberasi, serta orientasi yang melampaui batas kemanusiaan menuju nilai yang lebih tinggi.
4	Relevansi	Bagaimana nilai-nilai tersebut relevan terhadap <i>flexing</i> dan hedonisme mahasiswa Muslim?	Menjelaskan relevansi nilai sosial profetik yang ditemukan dalam ayat terhadap budaya citra, konsumsi, validasi sosial, dan orientasi kesenangan pada Bab IV.

Kerangka teori ini menjadi dasar bagi analisis pada bab berikutnya.

Bab III akan menggunakan humanisasi, liberasi, dan transendensi untuk

membaca nilai sosial profetik dalam QS. Al-An'am (6): 74–79. Bab IV akan menggunakan hasil analisis tersebut untuk menjelaskan relevansinya terhadap fenomena *flexing* dan hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim, khususnya dalam konteks Yogyakarta berdasarkan studi kepustakaan.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif berbasis kepustakaan (library research). Penelitian kualitatif dipilih karena kajian ini tidak berorientasi pada pengukuran angka, melainkan pada pemahaman, penafsiran, dan analisis mendalam terhadap teks, konsep, serta fenomena sosial yang dikaji. Moleong menjelaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena yang dialami subjek penelitian secara holistik melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa.⁷⁷

Penelitian kepustakaan digunakan karena sumber utama dalam penelitian ini berupa bahan-bahan tertulis. Mestika Zed menjelaskan bahwa penelitian kepustakaan merupakan serangkaian kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca, mencatat, serta mengolah bahan penelitian.⁷⁸ Berdasarkan pengertian tersebut, penelitian ini dilakukan melalui penelusuran dan pengkajian terhadap QS. Al-An'am (6): 74–79, kitab-kitab tafsir, karya Kuntowijoyo tentang Ilmu Sosial Profetik, serta literatur akademik yang berkaitan dengan *flexing*, hedonisme,

⁷⁷ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, ed. revisi, cet. ke-38 (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), hlm. 6.

⁷⁸ Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan*, cet. ke-1 (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008), hlm. 3.

generasi muda, dan mahasiswa Muslim.

Penelitian ini tidak menggunakan data lapangan berupa wawancara, observasi, atau penyebaran angket. Data mengenai fenomena *flexing* dan hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim, khususnya dalam konteks Yogyakarta, diperoleh melalui kajian terhadap penelitian-penelitian terdahulu. Posisi fenomena *flexing* dan hedonisme dalam penelitian ini bukan sebagai objek empiris yang diteliti secara langsung, melainkan sebagai konteks sosial kontemporer untuk membaca relevansi nilai-nilai sosial profetik dalam QS. Al-An'am (6): 74–79.

Objek material dalam penelitian ini adalah QS. Al-An'am (6): 74–79, sedangkan objek formalnya adalah nilai-nilai sosial profetik yang dianalisis melalui Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo. Penelitian ini diarahkan untuk menemukan nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi dalam QS. Al-An'am (6): 74–79, kemudian menjelaskan relevansi nilai-nilai tersebut terhadap fenomena *flexing* dan hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim.

2. Sumber Data

Sumber data merupakan asal atau tempat diperolehnya data yang digunakan dalam penelitian. Suharsimi Arikunto menjelaskan bahwa sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh.⁷⁹ Berdasarkan pengertian tersebut, sumber data dalam penelitian ini adalah berbagai bahan

⁷⁹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, cet. ke-15 (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 172.

tertulis yang memuat informasi, penafsiran, konsep, dan kajian akademik yang relevan dengan QS. Al-An'am (6): 74–79, Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo, serta fenomena *flexing* dan hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim.

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Sugiyono membedakan sumber primer sebagai sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui dokumen atau sumber lain.⁸⁰ Pembagian ini penting agar penelitian memiliki kejelasan mengenai sumber utama yang dianalisis dan sumber pendukung yang digunakan untuk memperkuat pembahasan.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah QS. Al-An'am (6): 74–79 sebagai teks utama yang menjadi objek material penelitian.

Ayat tersebut dikaji untuk menemukan nilai-nilai sosial profetik yang terkandung dalam narasi Nabi Ibrahim. Sumber primer berikutnya adalah karya-karya Kuntowijoyo yang memuat gagasan Ilmu Sosial Profetik, terutama Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi dan Islam sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika. Karya-karya tersebut digunakan untuk memahami konsep humanisasi, liberasi, dan

⁸⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, cet. ke-26 (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 225.

transendensi sebagai pisau analisis penelitian.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini meliputi kitab-kitab tafsir klasik, modern, dan kontemporer yang membahas QS. Al-An'am (6): 74–79. Literatur tafsir digunakan untuk melihat ragam penafsiran para mufassir terhadap ayat tersebut, baik dari aspek kebahasaan, teologis, historis, maupun pesan keagamaannya.

Sumber data sekunder juga mencakup buku, artikel jurnal, skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah lain yang membahas Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo, nilai-nilai sosial profetik, *flexing*, hedonisme, generasi muda, mahasiswa Muslim, media sosial, gaya hidup konsumtif, budaya pencitraan, dan perilaku konsumsi digital. Literatur tersebut digunakan untuk memperkuat analisis teoritis serta membangun konteks sosial kontemporer yang menjadi ruang relevansi penelitian.

Pemilihan sumber data dalam penelitian ini dilakukan secara selektif berdasarkan relevansinya dengan fokus kajian. Mestika Zed menekankan bahwa penelitian kepustakaan menuntut peneliti untuk berhadapan langsung dengan teks atau data pustaka, bukan dengan pengetahuan langsung dari lapangan.⁸¹ Berdasarkan hal tersebut, seluruh data dalam penelitian ini diperoleh melalui penelusuran dan

⁸¹ Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008), 4–5.

pembacaan kritis terhadap sumber-sumber tertulis yang berhubungan dengan objek material, objek formal, dan konteks sosial penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik dokumentasi. Teknik dokumentasi dipilih karena penelitian ini merupakan penelitian kepustakaan yang seluruh datanya bersumber dari bahan-bahan tertulis. Mestika Zed menjelaskan bahwa penelitian kepustakaan berkaitan dengan kegiatan pengumpulan data pustaka, membaca, mencatat, dan mengolah bahan penelitian.⁸² Berdasarkan pengertian tersebut, pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menelusuri dan menghimpun literatur yang relevan dengan QS. Al-An'am (6): 74–79, Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo, serta fenomena *flexing* dan hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim.

Suharsimi Arikunto menjelaskan bahwa metode dokumentasi dilakukan dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda, dan sebagainya.⁸³ Teknik dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mengumpulkan sumber-sumber berupa Al-Qur'an, kitab tafsir, buku pemikiran Kuntowijoyo, artikel jurnal, skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah lain yang berhubungan dengan fokus penelitian. Data yang dikumpulkan tidak diperoleh melalui wawancara, observasi, atau angket,

⁸² Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan* (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008), hlm. 3.

⁸³ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 274.

melainkan melalui pembacaan terhadap dokumen dan literatur ilmiah.

Sugiyono menjelaskan bahwa dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu dan dapat berbentuk tulisan, gambar, atau karya monumental seseorang.⁸⁴ Pengertian ini relevan dengan penelitian ini karena sumber yang digunakan berupa dokumen tertulis, baik dokumen primer maupun sekunder. Dokumen primer meliputi QS. Al-An'am (6): 74–79 dan karya-karya Kuntowijoyo tentang Ilmu Sosial Profetik. Dokumen sekunder meliputi kitab tafsir, buku, jurnal ilmiah, skripsi, tesis, disertasi, serta hasil penelitian terdahulu tentang *flexing*, hedonisme, generasi muda, mahasiswa Muslim, media sosial, dan gaya hidup konsumtif.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa tahap. Tahap pertama adalah inventarisasi sumber, yaitu mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan objek material dan objek formal penelitian. Tahap kedua adalah pembacaan kritis terhadap sumber yang telah dikumpulkan. Tahap ketiga adalah pencatatan data yang relevan dengan tema penelitian. Tahap keempat adalah klasifikasi data berdasarkan kebutuhan analisis, yaitu data tentang QS. Al-An'am (6): 74–79, data tentang penafsiran para mufassir, data tentang Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo, serta data tentang *flexing* dan hedonisme mahasiswa Muslim. Tahap kelima adalah seleksi data untuk menentukan sumber yang paling relevan dengan rumusan masalah penelitian.

⁸⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 240.

Teknik pengumpulan data ini dilakukan secara selektif agar penelitian tetap fokus. Literatur tafsir digunakan untuk memahami kandungan QS. Al-An'am (6): 74–79. Literatur Ilmu Sosial Profetik digunakan untuk membangun kerangka analisis humanisasi, liberasi, dan transendensi. Literatur tentang *flexing* dan hedonisme digunakan untuk membangun konteks sosial kontemporer yang menjadi ruang relevansi penelitian. Seluruh data yang dikumpulkan kemudian dipersiapkan untuk dianalisis dengan pendekatan sosial-profetik.

4. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif-analitis. Analisis deskriptif digunakan untuk menguraikan data yang berkaitan dengan QS. Al-An'am (6): 74–79, penafsiran para mufassir, konsep Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo, serta fenomena *flexing* dan hedonisme berdasarkan literatur yang telah dikumpulkan. Analisis analitis digunakan untuk membaca, menafsirkan, menghubungkan, dan mengonstruksi nilai-nilai sosial profetik dalam QS. Al-An'am (6): 74–79 melalui kategori humanisasi, liberasi, dan transendensi.

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan melalui proses pengorganisasian dan penyusunan data secara sistematis. Sugiyono menjelaskan bahwa analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari berbagai sumber, kemudian mengorganisasikannya ke dalam kategori, menjabarkannya ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun pola, memilih data penting, dan

membuat kesimpulan.⁸⁵ Berdasarkan pengertian tersebut, analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menata data kepustakaan sesuai kebutuhan rumusan masalah.

Miles, Huberman, dan Saldana menjelaskan bahwa analisis data kualitatif mencakup tiga alur kegiatan, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan serta verifikasi kesimpulan.⁸⁶ Kerangka tersebut digunakan dalam penelitian ini untuk mengolah data kepustakaan secara sistematis. Kondensasi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan informasi yang relevan dari sumber primer dan sekunder. Penyajian data dilakukan dengan menyusun data berdasarkan tema utama, yaitu QS. Al-An'am (6): 74–79, penafsiran para mufassir, Ilmu Sosial Profetik, serta fenomena *flexing* dan hedonisme. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan merumuskan nilai-nilai sosial profetik yang ditemukan dan menjelaskan relevansinya terhadap fenomena sosial kontemporer.

Analisis terhadap teks dan literatur dalam penelitian ini juga menggunakan prinsip analisis isi kualitatif. Krippendorff menjelaskan bahwa analisis isi berkaitan dengan pembacaan data sebagai teks yang memiliki makna dalam konteks tertentu.⁸⁷ Prinsip ini relevan karena penelitian ini berhadapan dengan teks Al-Qur'an, kitab tafsir, karya

⁸⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, cet. ke-26 (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 244–245.

⁸⁶ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 3rd ed. (Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014), hlm. 12–14.

⁸⁷ Klaus Krippendorff, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, 4th ed. (Los Angeles: SAGE Publications, 2018), hlm. 24.

pemikiran, dan hasil penelitian terdahulu. Analisis isi dalam penelitian ini tidak digunakan untuk menghitung frekuensi kata atau kecenderungan statistik, tetapi untuk memahami kandungan makna, konsep, dan nilai yang terdapat dalam sumber-sumber tertulis.

Langkah analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahap. Tahap pertama adalah membaca QS. Al-An'am (6): 74–79 dan penafsiran para mufassir untuk memahami makna dasar ayat. Tahap kedua adalah mengidentifikasi unsur-unsur yang memiliki keterkaitan dengan nilai sosial profetik. Tahap ketiga adalah mengklasifikasikan temuan ke dalam tiga kategori Ilmu Sosial Profetik, yaitu humanisasi, liberasi, dan transendensi. Tahap keempat adalah menghubungkan hasil analisis tersebut dengan fenomena *flexing* dan hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim berdasarkan studi kepustakaan. Tahap kelima adalah menarik kesimpulan mengenai konstruksi nilai sosial profetik QS. Al-An'am (6): 74–79 dan relevansinya terhadap problem sosial kontemporer.

Analisis terhadap fenomena *flexing* dan hedonisme tidak dilakukan untuk membuat generalisasi empiris terhadap seluruh mahasiswa Muslim. Fenomena tersebut dianalisis berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang membahas media sosial, gaya hidup konsumtif, budaya pencitraan, pencarian validasi, penggunaan teknologi finansial, dan kecenderungan hedonistik di kalangan mahasiswa atau generasi muda. Data tersebut digunakan sebagai konteks sosial untuk menunjukkan relevansi nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi dalam merespons problem kehidupan

kontemporer.

5. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan sosial-profetik. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak hanya bertujuan memahami kandungan QS. Al-An'am (6): 74–79 secara deskriptif, tetapi juga berupaya menemukan nilai-nilai sosial profetik yang terkandung di dalamnya. Pendekatan sosial-profetik dalam penelitian ini bertumpu pada Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo, khususnya tiga pilar utama berupa humanisasi, liberasi, dan transendensi.

Pendekatan dalam penelitian tafsir diperlukan untuk menentukan sudut pandang peneliti dalam membaca ayat. Abdul Mustaqim menjelaskan bahwa penelitian Al-Qur'an dan tafsir dapat diarahkan melalui objek material dan objek formal.⁸⁸ Objek material penelitian ini adalah QS. Al-An'am (6): 74–79, sedangkan objek formalnya adalah nilai-nilai sosial profetik yang dianalisis melalui Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo. Pemisahan objek material dan objek formal ini penting agar penelitian tidak berhenti pada pemaparan ayat, tetapi memiliki sudut analisis yang jelas.

Pendekatan sosial-profetik digunakan untuk membaca QS. Al-An'am (6): 74–79 sebagai teks yang memiliki dimensi teologis sekaligus sosial. Dimensi teologis tampak pada pesan tauhid dalam narasi Nabi Ibrahim, sedangkan dimensi sosial dibaca melalui nilai humanisasi, liberasi,

⁸⁸ Abdul Mustaqim, *Metode Penelitian Al-Qur'an dan Tafsir* (Yogyakarta: Idea Press, 2014), hlm. 34–36.

dan transendensi. Kuntowijoyo⁸⁹ menempatkan tiga nilai tersebut sebagai dasar Ilmu Sosial Profetik yang bersumber dari misi amar ma'ruf, *nahi munkar*, dan *tu'minūna billāh*. Berdasarkan kerangka tersebut, penelitian ini menggunakan humanisasi untuk membaca nilai pemanusiaan, liberasi untuk membaca nilai pembebasan, dan transendensi untuk membaca orientasi ketuhanan.

Pendekatan sosial-profetik dalam penelitian ini juga digunakan untuk menjembatani teks Al-Qur'an dengan fenomena sosial kontemporer. Nilai-nilai yang ditemukan dalam QS. Al-An'am (6): 74–79 tidak hanya dijelaskan sebagai konsep normatif, tetapi juga direlevansikan dengan fenomena *flexing* dan hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim. Fenomena tersebut tidak diteliti melalui observasi atau wawancara, melainkan dibaca melalui penelitian-penelitian terdahulu sebagai konteks sosial yang memperlihatkan problem citra diri, konsumsi simbolik, pencarian validasi, dan orientasi kesenangan.

Pendekatan ini membuat penelitian memiliki dua arah kerja. Arah pertama adalah membaca QS. Al-An'am (6): 74–79 untuk menemukan nilai sosial profetik. Arah kedua adalah menjelaskan relevansi nilai tersebut terhadap problem sosial kontemporer. Dengan demikian, pendekatan sosial-profetik dipakai untuk menunjukkan bahwa ayat Al-Qur'an tidak hanya mengandung ajaran tauhid, tetapi juga memiliki daya kritik sosial terhadap kecenderungan hidup yang menjauhkan manusia dari martabat

⁸⁹ Kuntowijoyo, *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi* (Bandung: Mizan, 1991).

kemanusiaan, kebebasan moral, dan orientasi ketuhanan.

G. Sistematika Pembahasan

Bab I berisi pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, metode penelitian, dan sistematika pembahasan. Bab ini menjadi dasar awal penelitian karena menjelaskan alasan akademik pemilihan tema, arah pertanyaan penelitian, tujuan yang ingin dicapai, posisi penelitian di antara kajian terdahulu, teori yang digunakan, serta metode yang ditempuh dalam penelitian.

Bab II membahas QS. Al-An'am (6): 74–79 dan penafsirannya. Pembahasan dalam bab ini meliputi deskripsi umum QS. Al-An'am, teks dan terjemah QS. Al-An'am (6): 74–79, gambaran umum kandungan ayat, konteks narasi Nabi Ibrahim, serta penafsiran para mufassir terhadap ayat tersebut. Bab ini bertujuan memberikan landasan tekstual dan tafsiriah sebelum ayat dianalisis melalui Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo.

Bab III berisi analisis nilai-nilai sosial profetik dalam QS. Al-An'am (6): 74–79. Bab ini membahas Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo sebagai kerangka analisis, kemudian menguraikan nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi yang dapat dibaca dari QS. Al-An'am (6): 74–79. Pembahasan dalam bab ini diarahkan untuk mengonstruksi nilai-nilai sosial profetik yang terkandung dalam narasi Nabi Ibrahim.

Bab IV membahas relevansi nilai-nilai sosial profetik QS. Al-An'am (6): 74–79 terhadap fenomena *flexing* dan hedonisme. Pembahasan dalam bab

ini meliputi *flexing* dan hedonisme sebagai fenomena sosial kontemporer, serta relevansi nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi terhadap problem tersebut. Bab ini tidak dimaksudkan sebagai penelitian lapangan, tetapi sebagai kontekstualisasi nilai sosial profetik berdasarkan studi kepustakaan.

Bab V merupakan penutup yang berisi kesimpulan dan rekomendasi penelitian lanjutan. Kesimpulan disusun berdasarkan jawaban terhadap rumusan masalah penelitian. Rekomendasi penelitian lanjutan diberikan sebagai arahan bagi peneliti berikutnya yang ingin mengembangkan kajian tentang QS. Al-An'am (6): 74–79, Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo, maupun relevansi nilai-nilai Al-Qur'an terhadap problem sosial kontemporer.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. QS. Al-An'am (6): 74–79 memuat nilai-nilai sosial profetik yang dapat dikonstruksi melalui tiga pilar utama Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo, yaitu humanisasi, liberasi, dan transendensi. Nilai humanisasi tampak pada cara Nabi Ibrahim membangun kesadaran manusia melalui dialog, pertanyaan kritis, dan argumentasi terhadap objek-objek yang diposisikan secara keliru sebagai Tuhan. Nabi Ibrahim tidak membiarkan manusia tunduk kepada berhala, bintang, bulan, dan matahari yang semuanya bersifat terbatas, berubah, tenggelam, dan tidak memiliki kekuasaan mutlak. Dalam hal ini, humanisasi bekerja sebagai pemulihan manusia agar tidak kehilangan akal, martabat, dan kesadaran tauhidnya.

Nilai liberasi tampak pada kritik Nabi Ibrahim terhadap sistem pengetahuan dan sistem sosial-keagamaan yang membelenggu ayah dan kaumnya. Penyembahan terhadap berhala dan benda-benda langit tidak hanya dipahami sebagai kesalahan individual, tetapi juga sebagai kesesatan kolektif yang telah diterima sebagai tradisi. Melalui argumentasi terhadap bintang, bulan, dan matahari, Nabi Ibrahim membebaskan manusia dari pengetahuan palsu yang menempatkan sesuatu yang terbatas sebagai pusat penghambaan. Adapun nilai transendensi menjadi puncak dari keseluruhan proses tersebut, yaitu ketika Nabi Ibrahim menghadapkan dirinya kepada Allah sebagai Pencipta langit dan bumi dalam keadaan *ḥanīf* dan menegaskan diri bukan termasuk orang-orang musyrik. Dengan

demikian, QS. Al-An'am (6): 74–79 tidak hanya berisi penolakan terhadap kemusyrikan, tetapi juga memuat pola penyadaran, pembebasan, dan pengembalian orientasi hidup manusia kepada Allah.

2. Nilai-nilai sosial profetik dalam QS. Al-An'am (6): 74–79 relevan untuk membaca fenomena *flexing* dan hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim, khususnya dalam konteks Yogyakarta, sebagai problem orientasi nilai. Relevansi tersebut tidak diletakkan dalam bentuk penyamaan literal antara penyembahan berhala pada masa Nabi Ibrahim dengan *flexing* dan hedonisme masa kini, melainkan dalam hubungan analogis pada tingkat orientasi nilai. Pada masa Nabi Ibrahim, problem yang dikritik adalah kecenderungan manusia menjadikan sesuatu yang terbatas sebagai pusat penghambaan. Dalam konteks modern, *flexing* dan hedonisme menunjukkan kecenderungan manusia memberi nilai berlebihan kepada citra, status, kepemilikan, popularitas, validasi sosial, konsumsi, dan kesenangan.

Nilai humanisasi relevan sebagai kritik terhadap reduksi manusia menjadi citra digital, simbol status, konsumen, dan pencari pengakuan.

Nilai liberasi relevan sebagai kritik terhadap keterbelengguan manusia oleh budaya digital, tekanan sosial, tren konsumsi, *e-commerce*, dompet digital, *paylater*, influencer, dan standar popularitas yang membentuk kesadaran palsu tentang keberhasilan dan kebahagiaan. Nilai transendensi relevan sebagai kritik terhadap hilangnya orientasi ketuhanan ketika manusia lebih mengarahkan hidupnya kepada pandangan orang lain dan

pemenuhan kesenangan daripada kepada Allah. Dengan demikian, nilai sosial profetik dalam QS. Al-An'am (6): 74–79 memberikan dasar kritik terhadap budaya *flexing* dan hedonisme agar manusia tidak berhenti pada sesuatu yang tampak, populer, menyenangkan, dan sementara, tetapi kembali menghadapkan hidupnya kepada Allah sebagai pusat nilai.

B. Saran

1. Penelitian selanjutnya dapat memperluas kajian terhadap ayat-ayat lain yang memuat kisah Nabi Ibrahim, seperti QS. Al-Anbiyā', QS. Maryam, QS. Al-Sāffāt, atau QS. Al-Mumtaḥanah. Perluasan tersebut penting untuk melihat bagaimana nilai humanisasi, liberasi, dan transendensi dalam kisah Nabi Ibrahim muncul dalam konteks narasi yang lebih luas.
2. Penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan kajian ini melalui penelitian lapangan terhadap fenomena *flexing* dan hedonisme di kalangan mahasiswa Muslim. Karena penelitian ini bersifat kepustakaan, maka penelitian berikutnya dapat menggunakan wawancara, observasi, survei, atau etnografi digital untuk melihat secara langsung bagaimana mahasiswa Muslim memahami citra diri, konsumsi, validasi sosial, penggunaan media sosial, dan orientasi kesenangan dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Abū al-Ḥasan ‘Alī ibn Aḥmad al-Wāḥidī. *Asbāb Nuzūl al-Qur’ān*. Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1991.
- Adellia Widya Pratama dan Acep Mulyadi. “Konsep Ilmu Sosial Profetik dan Relevansinya terhadap Pendidikan Agama Islam: Telaah Pemikiran Kuntowijoyo.” *Jurnal Turats* 17, no. 1 (2024): 31–47. <https://media.neliti.com/media/publications/585167-konsep-ilmu-sosial-profetik-dan-relevans-d34f33f8.pdf>.
- Adinda, Keyrina. “Flexing di Instagram: Antara Narsisisme dan Benefit.” *EMIK: Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial* 6, no. 1 (2023): 68–90. <https://ejournals.umma.ac.id/index.php/emik/article/view/1787>.
- Adjiwibowo, Alisha Diandra, Azkia Zulfah Fauziah, Fatya Nurnayla, Haura Sabitta Zikra Loen, dan Jasmine Alifa Humaira. “Fenomena *Flexing* dan *FOMO* di Instagram: Persepsi Generasi Z terhadap Akun Instagram @siscakohl, @zhafiraiha, dan @Jeromepolin.” *Jurnal Interaksi Sosiologi* 2, no. 2 (2023): 62–69. <https://jos.unsoed.ac.id/index.php/jis/article/view/8782>.
- Al-Biqā’ī, Burhān al-Dīn. *Naẓm al-Durar fī Tanāsuh al-Āyāt wa al-Suwar*. Kairo: Dār al-Kitāb al-Islāmī, 1984.
- Alfiansyah Anwar, Musafir Pababbari, dan Musdalifa Ibrahim. “Analisis Paradigma Ilmu Sosial Profetik: Telaah Pemikiran Kuntowijoyo.” *Shoutika: Jurnal Studi Komunikasi dan Dakwah* 3, no. 2 (2023). <https://jurnal.stainmajene.ac.id/index.php/shoutika/article/view/619>.
- Al-Marāghī, Aḥmad Muṣṭafā. *Tafsīr al-Marāghī*. Juz 7. Mesir: Syarikah Maktabah wa Maṭba‘ah Muṣṭafā al-Bābī al-Ḥalabī wa Awlāduh, 1365 H/1946 M.
- Al-Qaṭṭān, Mannā’ Khalīl. *Mabāhiṣ fī ‘Ulūm al-Qur’ān*. Beirut: Mu’assasah al-Risālah, 1998.
- Al-Qurṭubī, Muḥammad ibn Aḥmad. *Al-Jāmi‘ li Ahkām al-Qur’ān*. Al-Maktabah al-Islāmiyyah IslamWeb.
- Al-Rāzī, Fakhr al-Dīn. *Maḥāṣil al-Ghayb*. Juz 13. Beirut: Dār Iḥyā’ al-Turās al-‘Arabī, 1999.
- Al-Ṭabarī, Muḥammad ibn Jarīr. *Jāmi‘ al-Bayān ‘an Ta’wīl Āy al-Qur’ān*. Ed. Aḥmad Muḥammad Syākir. Juz 11. Kairo: Dār al-Ma‘ārif, 1955.
- Al-Ṭabarī, Muḥammad ibn Jarīr. *Jāmi‘ al-Bayān ‘an Ta’wīl Āy al-Qur’ān*. Juz 11.

Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1992.

Al-Zamakhsharī, Maḥmūd ibn ‘Umar. *Al-Kasysyāf ‘an Ḥaqā’iq Ghawāmiḍ al-Tanzīl*. Juz 2. Al-Maktabah al-Islāmiyyah IslamWeb.

Al-Zarqānī, Muḥammad ‘Abd al-‘Azīm. *Manāhil al-‘Irfān fī ‘Ulūm al-Qur’ān*. Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmiyyah, 1996.

Al-Zuhaylī, Wahbah. *Al-Tafsīr al-Munīr fī al-‘Aqīdah wa al-Syarī’ah wa al-Manhaj*. Jil. 4. Damaskus: Dār al-Fikr, 2009.

Amrozi, Aji Ahmad. “Makna Lafaz Abū dan Azar dalam Q.S. Al-An’am Ayat 74 Perspektif Tafsir Era Klasik hingga Modern.” Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2025. <https://digilib.uinsa.ac.id/75988/>.

Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Cet. ke-15. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.

Arik, Mohammad Hariyono, dan Hengki Hendra Pradana. “Fenomena *Flexing* pada Media Sosial: Persepsi Generasi Z.” *Psycho Aksara: Jurnal Psikologi* 2, no. 1 (2024): 29–36. <https://ojs.unublitar.ac.id/index.php/psychoaksara/article/view/1341>.

Cahaya, Siti Hawa Lubis, Hamiyah Zuleika Alifah, dan Tomi Prandana. “Pendidikan Islam Berbasis Tauhid pada Kisah Nabi Ibrahim pada Al-Qur’an Surah Al-‘An’am Ayat 74–79.” *At-Tazakki: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan Islam dan Humaniora* 7, no. 2 (2023): 256–271. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/attazakki/article/view/18896>.

Darsono, Susilo Nur Aji Cokro, Muhammad Rizarda, dan Sobar M. Johari. “Fenomena *Paylater* di Kalangan Mahasiswa: Gaya Hidup, Sosial, dan Motivasi Hedonisme sebagai Pemicu Perilaku Konsumtif.” *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia* 9, no. 1 (2025): 125–138. <https://journal.umy.ac.id/index.php/rab/article/view/26015>.

Dinh, Thi Cam Tu, and Yoonjae Lee. “Social Media Influencers and Followers’ Conspicuous Consumption: The Mediation of Fear of Missing Out and Materialism.” *Heliyon* 10, no. 16 (2024): e36387.

Fadliah, Rizkah. “Metode Pendidikan Tauhid yang Terkandung dalam Al-Qur’an Surat Al-An’am Ayat 74–79.” Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/43268>.

Fery, Muhammad. “Konsep Ilmu Sosial Profetik dan Relevansinya dalam Pendidikan Agama Islam: Studi Analisis Pemikiran Kuntowijoyo.” Tesis,

- UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2025. <https://etheses.uin-malang.ac.id/77708/>.
- Granita, Saskia Okti, dan Zulian Fikry. "Hubungan Religiusitas dengan Gaya Hidup Hedonisme yang Ditampilkan Mahasiswa Muslim Universitas Negeri Padang di Instagram." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 5, no. 2 (2021): 2978–2985. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/1329>.
- Hafan, Anis Amrina. "Analisis Fenomena *Flexing* di Sosial Media pada Generasi Z dalam Perspektif Konsumsi Islam: Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia." Skripsi, Universitas Islam Indonesia, 2023. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/48014>.
- Hamka. *Tafsir Al-Azhar*. Jil. 3. Singapura: Pustaka Nasional PTE LTD, 2001.
- Hartono, Langit Gemintang Muhammad. "*Flexing* di Media Sosial: Studi Fenomena Konten *Flexing* Mahasiswa Generasi Z di Instagram." Skripsi, Universitas Gadjah Mada, 2024. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/237173>.
- Hidayati, Eva Nur, dan Muhammad Yazid. "Tinjauan Fiqh Muamalah terhadap Budaya *Flexing* dan *Self Reward* di Media Sosial pada Gen Z." *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik* 2, no. 6 (2025): 912–918. <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jmia/article/view/7344>.
- Hirschman, Elizabeth C., and Morris B. Holbrook. "Hedonic Consumption: Emerging Concepts, Methods and Propositions." *Journal of Marketing* 46, no. 3 (1982). <https://doi.org/10.1177/002224298204600314>.
- Holbrook, Morris B., and Elizabeth C. Hirschman. "The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun." *Journal of Consumer Research* 9, no. 2 (1982): 132–140.
- Huda, Fikri Latipatul. "Pendidikan Keimanan: Kajian Tafsir Surat Al-An'am Ayat 74–79." Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/28438>.
- Ibn 'Āsyūr, Muḥammad al-Ṭāhir. *Al-Taḥrīr wa al-Tanwīr*. Juz 7. Tunis: Al-Dār al-Tūnisiyyah li al-Nasyr, 1984.
- Ibn Kathīr, Ismā'īl ibn 'Umar. *Tafsīr al-Qur'ān al-'Aẓīm*. Ed. Sāmī ibn Muḥammad al-Salāmah. Juz 3. Riyadh: Dār Ṭayyibah, 1999.
- Indri Satrianti. "Konsep Pendidikan Keimanan: Kajian Tafsir Surat Al-An'am 74–79." Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2019. <https://repository.radenintan.ac.id/7844/1/SKRIPSI.pdf>.

- Irwanto. "Pendekatan Ilmu Sosial Profetik dalam Memahami Makna Ayat-Ayat Al-Qur'an." *Literasi: Jurnal Ilmu Pendidikan* 5, no. 1 (2014): 1–12. <https://ejournal.almaata.ac.id/index.php/LITERASI/article/view/401>.
- Izutsu, Toshihiko. *God and Man in the Qur'an: Semantics of the Qur'anic Weltanschauung*. 2nd ed. Kuala Lumpur: Islamic Book Trust, 2002.
- Jannah, Raudhatul, Ajahari, dan Saiful Lutfi. "Fenomena *Flexing* Culture di Media Sosial Mahasiswa Pendidikan Agama Islam: Perspektif Krisis Pendidikan Islam." *Kamaya: Jurnal Ilmu Agama* 7, no. 3 (2024): 137–144. <https://jayapanguspress.penerbit.org/index.php/kamaya/article/view/3567>.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. QS. Al-An'am/6: 74–79.
- Kementerian Agama RI. *Al-Qur'an dan Tafsirnya*. Jil. 3. Jakarta: Kementerian Agama RI, 2011.
- Khasanah, Lailatul. "Pencarian Tuhan Nabi Ibrahim AS dalam QS. Al-An'am [6]: 74–79 Perspektif Tafsir Maqasidi dan Relevansinya dengan Konteks Kekinian." Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2024. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/63921/>.
- Khayati, Nur, Dinda Apriliyanti, Victoria Nastacia Sudiana, Aji Setiawan, dan Didi Pramono. "Fenomena *Flexing* di Media Sosial sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural." *Jurnal Sosialisasi: Jurnal Hasil Pemikiran, Penelitian dan Pengembangan Keilmuan Sosiologi Pendidikan* 9, no. 2 (2022): 113–121. <https://ojs.unm.ac.id/sosialisasi/article/view/32543>.
- Krippendorff, Klaus. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. 4th ed. Los Angeles: SAGE Publications, 2018.
- Kuntowijoyo. *Islam sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika*. Jakarta: Teraju, 2004.
- Kuntowijoyo. *Islam sebagai Ilmu: Epistemologi, Metodologi, dan Etika*. Ed. II, cet. I. Yogyakarta: Tiara Wacana, 2007.
- Kuntowijoyo. *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*. Bandung: Mizan, 1991.
- Kuntowijoyo. *Paradigma Islam: Interpretasi untuk Aksi*. Ed. baru, cet. I. Bandung: Mizan, 2008.
- Maskur. "Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo: Telaah atas Relasi Humanisasi, Liberasi, dan Transendensi." Tesis, UIN Alauddin Makassar, 2012.

https://repositori.uin-alauddin.ac.id/5754/1/Tesis_Maskur_opt.pdf.

- Mestika Zed. *Metode Penelitian Kepustakaan*. Cet. ke-1. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldaña. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 3rd ed. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, 2014.
- Moleong, Lexy J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Ed. revisi, cet. ke-38. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Mustaqim, Abdul. *Metode Penelitian Al-Qur'an dan Tafsir*. Yogyakarta: Idea Press, 2014.
- Potabuga, Dinda Rifka Mentari. "Pengaruh Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Penggunaan Aplikasi Shopee sebagai *E-commerce*: Studi Kasus Mahasiswa Muslim Bolaang Mongondow Raya (BMR) di D.I. Yogyakarta." Skripsi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2022. <https://etd.umy.ac.id/id/eprint/31566/>.
- Quṭb, Sayyid. *Fī Zilāl al-Qur'ān*. Jil. 2. Kairo: Dār al-Syurūq, 2003.
- Rahman, Fazlur. *Major Themes of the Qur'an*. 2nd ed. Chicago: University of Chicago Press, 2009.
- Reed, Phil, and Jo Saunders. "Sex Differences in Online Assertive Self-Presentation Strategies." *Personality and Individual Differences* 166 (2020): 110214. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2020.110214>.
- Robiah, Dewi. "Pola Komunikasi Ibrahim dalam Al-Qur'an: Studi Analisis Ilmu Sosial Profetik Kuntowijoyo." Tesis, UIN Walisongo Semarang, 2022. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/20835/>.
- Ru'fah, Ruskha Nurur. "Konsep Pencarian Tuhan dalam Kisah Nabi Ibrahim QS. Al-An'am: 74–79." Skripsi, Institut Ilmu Al-Qur'an Jakarta, 2012. <https://repository.iiq.ac.id/handle/123456789/2746>.
- Scarpi, Daniele. "Work and Fun on the Internet: The Effects of Utilitarianism and Hedonism Online." *Journal of Interactive Marketing* 26, no. 1 (2012): 53–67. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2011.08.001>.
- Setiyo, Joko. "Nilai-nilai Pendidikan pada Kisah Nabi Ibrahim Mencari Tuhan dalam Al-Qur'an Surat Al-An'am Ayat 74–79: Studi Komparatif Tafsir Al-Maraghi dan Tafsir Misbah." Tesis, Universitas Wahid Hasyim Semarang, 2020. <https://eprints.unwahas.ac.id/3993/>.

- Shihab, M. Quraish. *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an*. Vol. 4. Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Shihab, M. Quraish. *Wawasan Al-Qur'an: Tafsir Tematik atas Pelbagai Persoalan Umat*. Bandung: Mizan, 1996.
- Shofa, Devy Midayatus. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Persepsi Kemudahan, dan Hedonisme terhadap Perilaku Mahasiswa Muslim Yogyakarta dalam Menggunakan Dompot Digital: Analisis Multigroup Gender." Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2023. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/59384/>.
- Siepmann, Carolin, and Lisa Carola Holthoff. "Conspicuous Consumption of Luxury Experiences: An Experimental Investigation of Status Perceptions on Social Media." *Journal of Product & Brand Management* 31, no. 3 (2022): 454–468. <https://doi.org/10.1108/JPBM-08-2020-3047>.
- Sorour, Yomna, and Hadeer Hammad. "Traveling as a Conspicuous Experience: The Role of Self-Presentation on Social Media." *Journal of Hospitality and Tourism Insights* 9, no. 5 (2026): 2008–2028.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cet. ke-26. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Suyūṭī, Jalāl al-Dīn al-. *Al-Itqān fī 'Ulūm al-Qur'ān*. Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmiyyah, 2008.
- Suyūṭī, Jalāl al-Dīn al-. *Lubāb al-Nuqūl fī Asbāb al-Nuzūl*. Beirut: Mu'assasah al-Kutub al-Šaqāfiyyah, 2002.
- Thoumrungroje, Amonrat. "The Influence of Social Media Intensity and EWOM on Conspicuous Consumption." *Procedia—Social and Behavioral Sciences* 148 (2014): 7–15. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.009>.
- Veblen, Thorstein. *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. New York: Macmillan, 1899.
- Wallace, Elaine, and Isabel Buil. "Antecedents and Consequences of Conspicuous Green Behavior on Social Media: Incorporating the Virtual Self-Identity into the Theory of Planned Behavior." *Journal of Business Research* 157 (2023): 113549.