

**FENOMENA *FLEXING CONTENT CREATOR* MUSLIM DI
INSTAGRAM (STUDI KASUS AKUN @jhonlbf)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

MUHAMMAD FURQON
NIM. 3419135

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

**FENOMENA *FLEXING CONTENT CREATOR* MUSLIM DI
INSTAGRAM (STUDI KASUS AKUN @jhonlbf)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

MUHAMMAD FURQON
NIM. 3419135

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2023

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Furqon
NIM : 3419135
Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul "**Fenomena Flexing Content Creator Muslim Di Instagram (Studi Kasus Akun @jhonlbf)**" adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila dikemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 6 November 2023

Yang menyatakan,



MUHAMMAD FURQON
NIM. 3419135

NOTA PEMBIMBING

Mukoyimah, M.Sos

Perum Graha Tirto Asri Jl. Mawar No. 7 Tirto

Lamp : 4 (Empat) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. Muhammad Furqon

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah

c.q Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

di-

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Muhammad Furqon

NIM : 3419135

Judul : **FENOMENA *FLEXING CONTENT CREATOR* MUSLIM DI INSTAGRAM (STUDI KASUS AKUN @jhonlbf)**

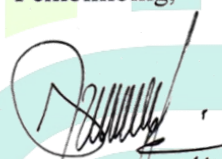
Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya ,sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 3 November 2023

Pembimbing,


Mukoyimah, M.Sos

NIP. 199206202019032016



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara/i:

Nama : **MUHAMMAD FURQON**
NIM : **3419135**
Judul Skripsi : **FENOMENA *FLEXING CONTENT CREATOR* MUSLIM
DI INSTAGRAM (STUDI KASUS AKUN @jhonlbf)**

yang telah diujikan pada Hari Jum'at, 17 November 2023 dan dinyatakan **LULUS**
serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Dr. H. Miftahul Ula, M.Ag
NIP. 197409182005011004

Penguji II

Hanif Ardiansyah, M.M
NIP. 199106262019031010

Pekalongan, 17 November 2023

Disahkan Oleh

Dekan



Prof. Dr. H. Sam'ani, M.Ag
NIP. 197305051999031002

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam Bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistic atau kamus besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, Dalam transliterasi itu sebagian dilambangkan dengan huruf sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je

ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Zei (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Sad	S	Es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	D	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah		Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
ا = a		ا = a
ا = i	اي = ai	ي = i
ا = u	او = au	و = u

3. Ta Marbutah

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh :

مراة جميلة *mar'atun jamilah*

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh :

فاطمة ditulis *Fatimah*

4. *Syaddad* (Tasydid, Geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh :

ربنا ditulis *rabbana*

البرر ditulis *al-birr*

5. Kata sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس	Ditulis	<i>Asy-syamsu</i>
الرجل	Ditulis	<i>ar-rojulu</i>
السيدة	Ditulis	<i>As-sayyidah</i>

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang

Contoh :

القمر	Ditulis	<i>al-qamar</i>
البيدع	Ditulis	<i>al-badi</i>

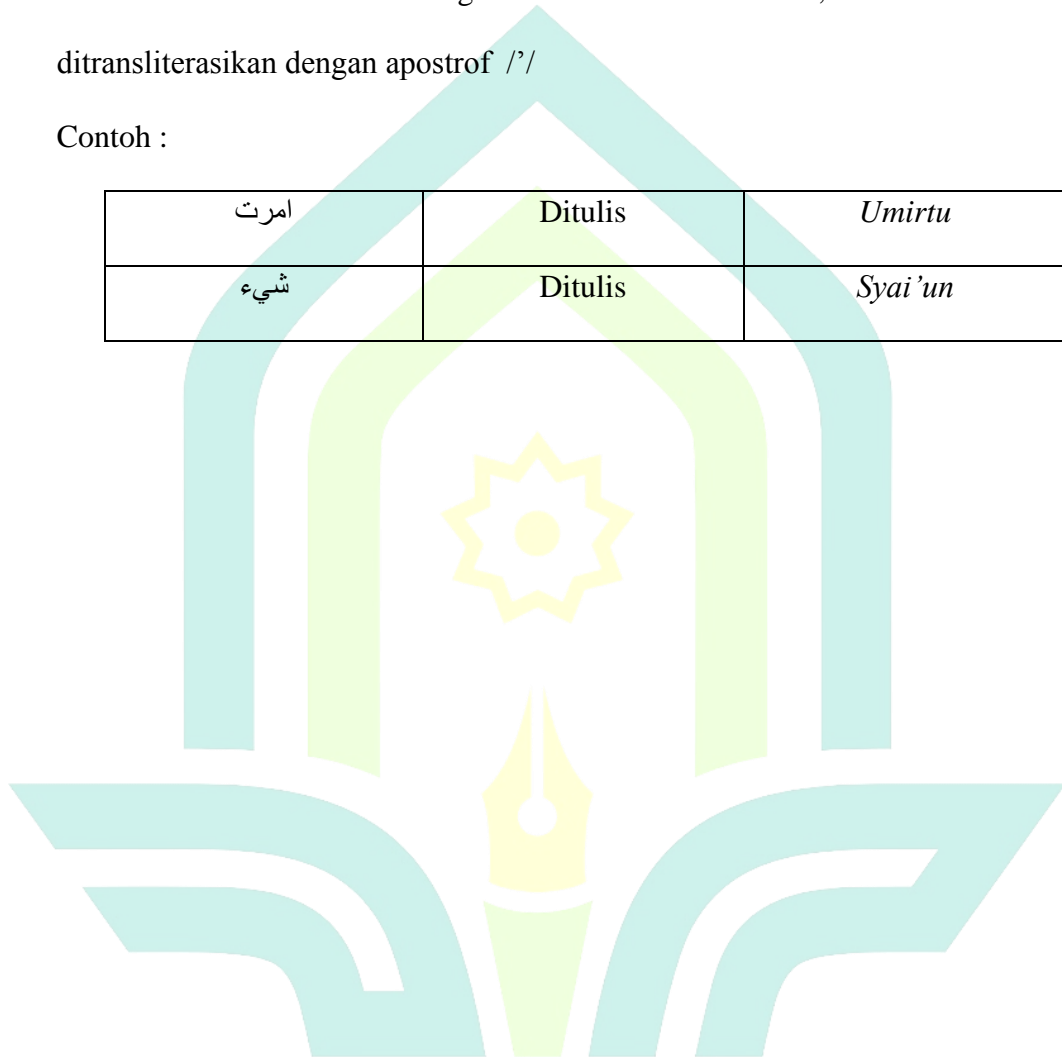
الجلال	ditulis	<i>al-jalal</i>
--------	---------	-----------------

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan akan tetapi jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof /'/'

Contoh :

امرت	Ditulis	<i>Umirtu</i>
شيء	Ditulis	<i>Syai'un</i>



PERSEMBAHAN

“Bismillahirrahmaanirrahim”

Syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang, atas segala rahmat-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam selalu tercurah kepada baginda Nabi Muhammad SAW, dengan hormat dan segala cinta serta kasih sayang yang tulus kupersembahkan karya ini untuk:


1. Kedua orang tua yaitu Ibu Sutrimo dan Bapak Nurul Khaeri tercinta yang selalu mendo'akan dan memberikan yang terbaik dalam segala hal. Semoga Allah SWT memberikan panjang umur dan kesehatan.
2. Diriku sendiri, terima kasih sudah berusaha mampu untuk berjuang dan bertahan sampai tahap ini. Kamu hebat, kamu kuat dan kamu luar biasa.
3. Enam kakak saya, sumber motivasiku yang kusayangi yang senantiasa menjadi partner berjuang dalam membahagiakan orang tua.
4. Ibu Mukoyimah, M.Sos selaku dosen pembimbing yang senantiasa membimbing dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. HMPS KPI yang telah memberikan saya ruang belajar dan telah memberikan pengalaman senang, sedih, bahagia, haru, susah dan lainnya yang begitu banyak hingga tidak bisa saya deskripsikan satu per satu.
6. Deretan teman terbaik saya selama kuliah di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid dan juga teman-teman satu jurusan KPI khususnya angkatan 2019 yang telah melewati perjalanan kuliah bersama-sama. Semoga kita semua sukses. Aamiin.

7. Almamater yang menjadi tempat menimba ilmu, Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid banggakan.

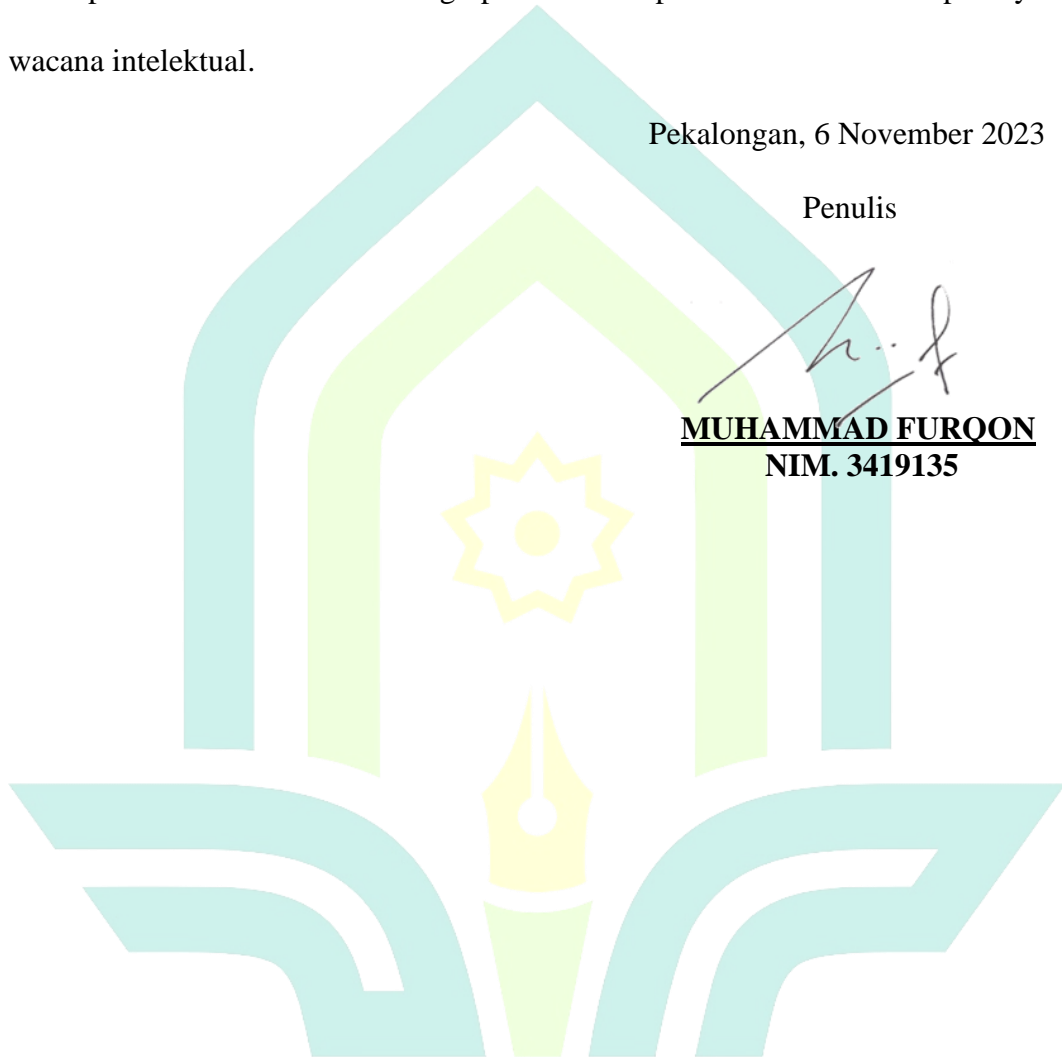
Saya ucapkan terimakasih kepada kalian semua, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat sederhana dan masih banyak kekurangan. Semoga skripsi ini dapat membawa manfaat bagi peneliti dan pembaca dalam memperkaya wacana intelektual.

Pekalongan, 6 November 2023

Penulis



MUHAMMAD FURQON
NIM. 3419135



MOTTO

"Bila kau tak mau merasakan lelahnya belajar, maka kau akan menanggung pahitnya kebodohan" (**Imam Syafi'i**)



ABSTRAK

Furqon, Muhammad. 2023. Fenomena *Flexing Content Creator* Muslim di Instagram (Studi Kasus Akun @jhonlbf) Skripsi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah. Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing Mukoyimah M.Sos.

Kata Kunci : *Flexing, Content Creator, Hiperrealitas, Instagram, dan Akun @jhonlbf.*

Dunia sekarang ini tengah memasuki situasi ketidakpastian, kompleksitas, dan ambiguitas. *Vlogger, Influencer, Content Creator, YouTuber, Tiktokers*, dan lainnya yang menampilkan aktivitas *flexing* atau memamerkan kekayaannya banyak yang muncul di era disrupsi ini. Fenomena *flexing* muncul di era milenial yang kemudian digunakan sebagai konten foto atau video dan bagikan di media sosial seperti Facebook, Tiktok, Instagram, Twitter dan Youtube. Kegiatan *flexing* dianggap tidak memenuhi nilai etis, yang kemudian memunculkan banyak perbincangan dan kritik. Fenomena *flexing* ini telah banyak masuk di kalangan Content Creator Muslim salah satunya akun Instagram @jhonlbf.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana fenomena *flexing content creator* muslim akun @jhonlbf di platform media sosial instagram? dan Bagaimana makna yang terkandung dalam kegiatan *flexing content creator* muslim akun instagram @jhonlbf? Tujuan penelitian untuk mengetahui Untuk mengetahui fenomena *flexing* yang dilakukan oleh content creator muslim akun @jhonlbf di platform media sosial instagram dan mengetahui makna yang terkandung dalam kegiatan *flexing* di akun @jhonlbf. Manfaat penelitian ini menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya di bidang komunikasi islam dan dapat memberi referensi bagi pembaca maupun peneliti yang kedepannya dapat memahami mengenai *flexing* yang dilakukan oleh content creator muslim di media sosial dan memahami *flexing* dari perspektif ajaran Islam.

Teori yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu Teori Hiperrealitas Jean Baudrillard. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif kepustakaan (*library research*) dan pendekatan yang dilakukan dengan Grand Theory Hiperreality. Metode pengumpulan data berupa observasi dengan cara menonton penuh konsentrasi pada postingan *flexing* yang menjadi objek dalam penelitian dan metode dokumentasi, yaitu tangkapan gambar unggahan foto atau video di akun @jhonlbf yang berkaitan dengan fenomena *flexing*. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan ialah analisis semiotika naratif Greimas.

Hasil penelitian menyimpulkan bahwa di akun Instagram @jhonlbf ditemukan beberapa fenomena konten *flexing* didalamnya yang memiliki makna. Makna yang ditemukan yaitu sebagai bentuk marketing dan motivasi untuk masyarakat. Adapun keberhasilan makna tentang konten *flexing* yang dibuat oleh akun @jhonlbf adalah masyarakat tau seorang Jhon LBF memang pada dasarnya seorang yang dermawan walaupun dirinya memberikan citra dengan gayanya yang nyentrik di media sosialnya.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penyusunan skripsi yang berjudul **“Fenomena Flexing Content Creator Muslim Di Instagram (Studi Kasus Akun @jhonlbf)”**. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Prodi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Penyusun skripsi ini tidak akan berhasil dan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak lain. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zainal Mustakim, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Sam’ani, M. Ag., selaku Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Ibu Vyki Mazaya, M.S.I., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
4. Bapak Teddy Dyatmika, M.I.Kom., selaku sekretaris Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Ibu Mukoyimah, M. Sos selaku dosen pembimbing skripsi yang telah ikut berkontribusi dalam penyelesaian skripsi yang saya susun serta memberi

dukungan, bimbingan dan arahan, motivasi kepada saya dalam menyelesaikan skripsi.

6. Bapak Ma'mun, M.S.I., selaku wali dosen yang telah memberikan arahan dan motivasi kepada penulis selama masa studi.
7. Seluruh pihak yang berpartisipasi memberi bimbingan dan dukungan kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu dalam penyelesaian skripsi.

Semoga Allah membalas kebaikan dan jasa semua pihak yang ikut berpartisipasi membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi. Penulis telah berusaha dengan sepenuh kemampuan untuk menyusun skripsi. Namun, tidak dipungkiri tidak bisa dilepaskan dari keterbatasan dari penulis sehingga kritik dan saran dari berbagai pihak sangat penulis harapkan.

Pekalongan, 6 November 2023

Penulis



MUHAMMAD FUROON
NIM. 3419135

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
MOTTO	xii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR BAGAN.....	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Penelitian Relevan.....	7
F. Kerangka Berpikir.....	9
G. Metode Penelitian.....	11
H. Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TEORI <i>FLEXING</i>, MEDIA SOSIAL INSTAGRAM, ETIKA, MORAL DAN AKHLAK DALAM ISLAM	
A. <i>Flexing</i>	18
B. Media Sosial Instagram.....	27
C. Etika, Moral Dan Akhlak Dalam Islam.....	36

BAB III FENOMENA *FLEXING* CONTENT CREATOR MUSLIM OLEH AKUN INSTAGRAM @jhonlbf

- A. Profil Akun Instagram @jhonlbf 46
- B. Temuan Penelitian..... 50
- C. Konten *Flexing* di Akun @jhonlbf 52

BAB IV ANALISIS DATA SEMIOTIKA NARATIF GREIMAS PADA FENOMENA *FLEXING* AKUN INSTAGRAM @jhonlbf DAN GAMBARAN MAKNA HIPERREALITAS DI AKUN INSTAGRAM @jhonlbf DARI PERSPEKTIF ETIKA, MORAL DAN AKHLAK DALAM ISLAM

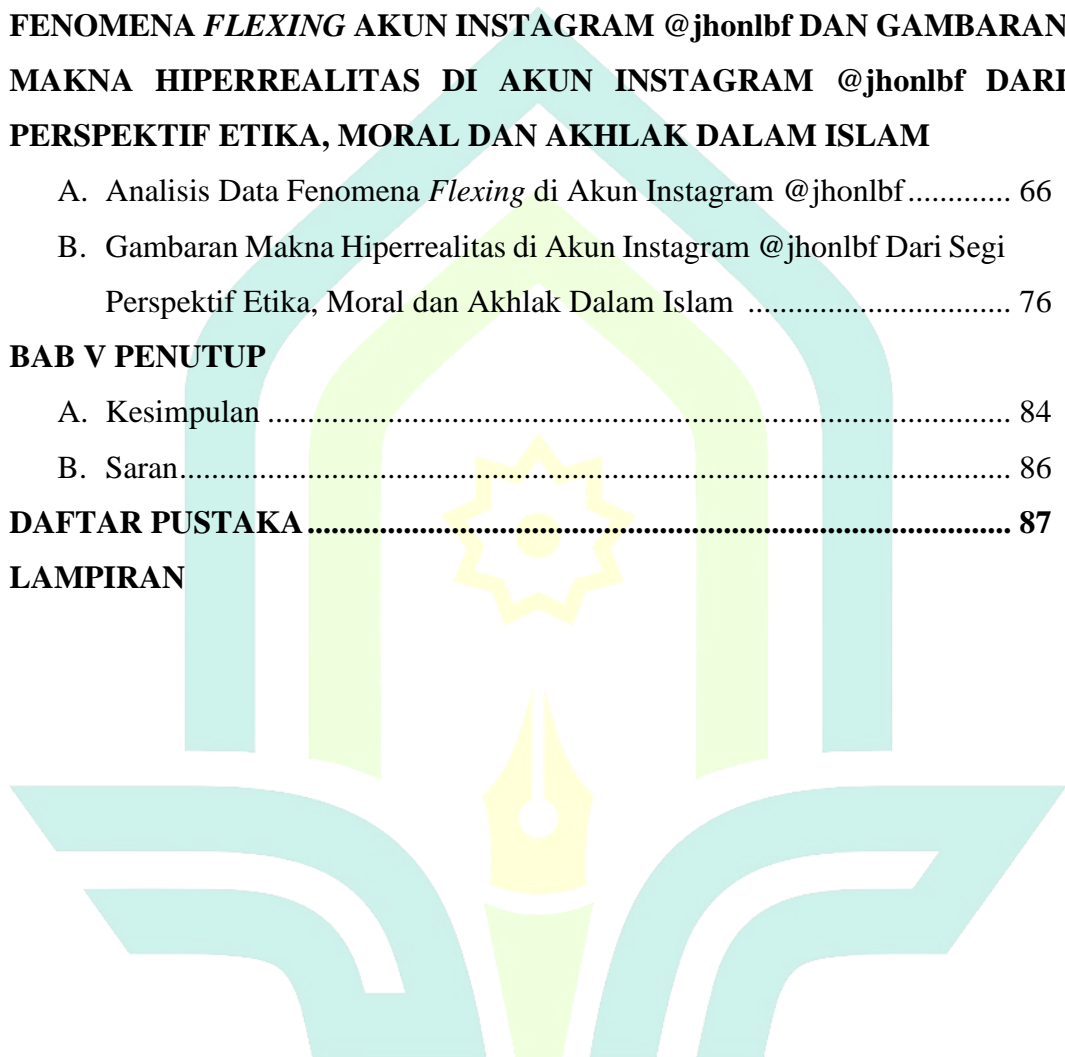
- A. Analisis Data Fenomena *Flexing* di Akun Instagram @jhonlbf 66
- B. Gambaran Makna Hiperrealitas di Akun Instagram @jhonlbf Dari Segi Perspektif Etika, Moral dan Akhlak Dalam Islam 76

BAB V PENUTUP

- A. Kesimpulan 84
- B. Saran..... 86

DAFTAR PUSTAKA 87

LAMPIRAN



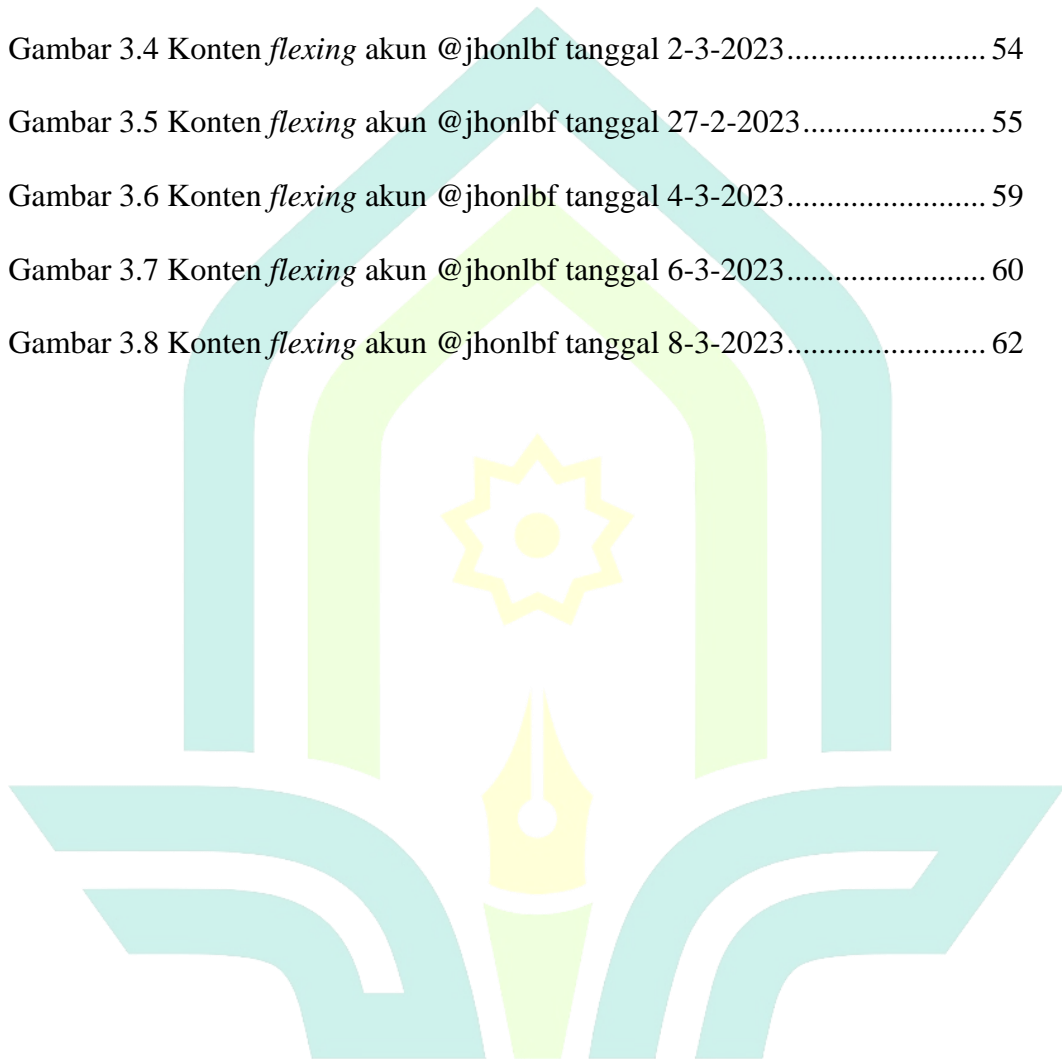
DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Berpikir.....	10
Bagan 1.2 <i>Actantial Mythical Model</i>	17
Bagan 4.1 Oposisi segi empat dalam teks media	68
Bagan 4.2 <i>Actantial Mythical Model</i>	74



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Profil akun Instagram @jhonlbf.....	46
Gambar 3.2 Foto profil akun Instagram @jhonlbf.....	48
Gambar 3.3 Konten <i>flexing</i> akun @jhonlbf tanggal 20-2-2023.....	52
Gambar 3.4 Konten <i>flexing</i> akun @jhonlbf tanggal 2-3-2023.....	54
Gambar 3.5 Konten <i>flexing</i> akun @jhonlbf tanggal 27-2-2023.....	55
Gambar 3.6 Konten <i>flexing</i> akun @jhonlbf tanggal 4-3-2023.....	59
Gambar 3.7 Konten <i>flexing</i> akun @jhonlbf tanggal 6-3-2023.....	60
Gambar 3.8 Konten <i>flexing</i> akun @jhonlbf tanggal 8-3-2023.....	62



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era sekarang telah memasuki era *post truth* dimana subjektivitas dapat mengalahkan fakta objektif. Ditambah lagi bahwa dunia sekarang ini tengah memasuki situasi ketidakpastian, kompleksitas, dan ambiguitas.¹ *Vlogger, Influencer, Content Creator, YouTuber, Tiktokers*, dan lainnya yang menampilkan aktivitas *flexing* atau memamerkan kekayaannya banyak yang muncul di era disrupsi ini. Fenomena *flexing* muncul di era milenial yang kemudian digunakan sebagai konten foto atau video dan bagikan di media sosial seperti Facebook, Tiktok, Instagram, Twitter dan Youtube. Kegiatan *flexing* dianggap tidak memenuhi nilai etis, yang kemudian memunculkan banyak perbincangan dan kritik. Selain itu, perilaku *flexing* dianggap melanggar etika penggunaan media sosial bahkan melanggar etika dalam agama.

Latar belakang "*flexing*" di media sosial merujuk pada suatu usaha untuk memperlihatkan atau memamerkan harta, prestasi, atau penampilan seseorang untuk mendapatkan pengakuan, pujian dan perhatian dari masyarakat melalui platform media sosial. *Flexing* dapat berupa unggahan foto atau video yang memperlihatkan barang yang bernilai fantastis seperti kendaraan, perhiasan, pakaian bahkan liburan di tempat-tempat yang harganya mahal. Di sisi lain, seseorang bisa saja memamerkan pencapaian seperti prestasi akademik, prestasi

¹ Wahyudin Darmalaksana, *Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial*, (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2022), Volume 8, hlm.1

olahraga, atau pengalaman mengesankan yang belum tentu didapatkan oleh orang lain.

Kehidupan masyarakat sedang dilanda oleh budaya pamer harta (*flexing*) di media sosial untuk memamerkan kekayaan. Ironisnya, budaya tersebut terjadi di tengah sebagian besar masyarakat yang kesulitan finansial akibat pandemi *Covid-19*.² Di akun media sosial masing-masing, sejumlah orang terkenal di negeri ini menampilkan saldo rekening yang jumlahnya begitu fantastis. Ada juga yang memajang barang-barang mahal di media sosial mereka seperti sepatu, jam tangan, tas, dan pakaian. Sebenarnya, mereka berhak melakukannya, asalkan tidak bermaksud menyombongkan diri atau menyakiti perasaan orang lain yang melihatnya melalui media sosial.

Kegemaran pamer harta muncul tidak lepas dari adanya media sosial, di mana orang merasa terdorong untuk diperhatikan dan mencari pengakuan dari *followers* mereka. Fenomena *flexing* sedang banyak diperbincangkan semenjak orang-orang superkaya (*crazy rich*) mulai bertambah.³ *Crazy Rich* ramai diperbincangkan masyarakat pada tahun 2020. Nama-nama besar pun muncul seperti Indra Kenz, Doni Salmanan dan yang lainnya. *Selebriti, artis, public figure, content creator, influencer, dan selebgram* menjadi sasaran utama dalam fenomena *flexing* ini. Bahkan di tahun 2023 ini muncul nama-nama pejabat hingga keluarganya yang dianggap melakukan aksi *flexing*. Para pelaku *flexing* ini

² Anisatul Mardiah, *Fenomena Flexing: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Islam* (Pelembang: International Conference on Tradition Religious Studies, 2022), vol.1, hlm.1

³ Nurma Yuwita, dkk, Dramaturgi: *Budaya Flexing Berkedok Penipuan Di Media Sosial (Studi Kasus Indra Kenz Dan Doni Salmanan)* (Pasuruan: Jurnal Komunikasi dan Media, 2022) Vol. 7, hlm. 2.

berusaha mempertahankan kehadiran mereka di platform media sosial masing-masing dengan mengenakan barang mahal dan melakukan perilaku yang terkait dengan kegiatan *flexing*. Instagram merupakan salah satu media sosial yang sering dipakai dalam kegiatan *flexing*. Dengan adanya fitur posting foto dan video pendek melalui *feed* ataupun *instastory* ini yang sering digunakan untuk pamer harta. Tingkat keberanian seseorang dalam melakukan pamer dapat dipengaruhi oleh lingkungan dan status sosialnya. Seringkali, mereka menyukai barang-barang 'mewah' dengan merek-merek terkenal, atau barang yang jarang dimiliki orang lain karena harganya yang begitu mahal. Kemungkinan hal tersebut dilakukan sebagai bukti pencapaian mereka atau sebagai promosi untuk produk bermerek tertentu.

Flexing lebih tertuju kepada cara untuk meningkatkan taraf sosial yang lebih tinggi pada era digital sekarang.⁴ Di Instagram, *selebgram* atau *content creator* secara tidak langsung dapat menarik perhatian publik atau pengikutnya, yang dapat menyebabkan sebuah fenomena baru. Dengan terus-menerus memamerkan kekayaan, kemewahan, atau kepemilikan lainnya, fenomena *flexing* meningkatkan keefektifannya dengan menarik perhatian pengikut pada tujuan dan minat pribadi mereka. Selain memproduksi konten, para *content creator* menggunakan *flexing* untuk menunjukkan keberhasilan atau kesuksesan dalam bidangnya. Kesuksesan para *content creator* tersebut akhirnya menarik keinginan para *follower* di Instagram dan publik untuk menyukainya, namun mereka tidak melihat hasil yang didapatkan pada suatu hari nanti.

⁴ Tedjo Setyo Nugroho dkk, *Persepsi Fenomena Flexing Selebgram Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, (Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945, 2022), hlm.2

Motivasi di balik *flexing* dapat beragam, termasuk mencari validasi sosial, membangun citra diri yang meyakinkan, meningkatkan status sosial, atau sekadar menunjukkan kesuksesan kepada orang lain.⁵ Namun, *flexing* juga dapat menimbulkan kesan permusuhan, iri hati, atau perbandingan yang tidak sehat di antara pengguna media sosial. Pengguna media sosial harus berhati-hati dalam menilai diri mereka sendiri berdasarkan apa yang mereka lihat di platform tersebut, dan mengingat bahwa realitas di balik unggahan tersebut mungkin lebih kompleks atau tidak sepenuhnya akurat. Akun Instagram @jhonlbf beberapa kali menampilkan konten yang berbau unsur *flexing*. Di dalam kontennya terlihat Jhon LBF sering menampilkan cincin di sepuluh jari tangannya dan beberapa kendaraan pribadi seperti mobil Rubicon.

Jika dilihat dari perspektif agama Islam, *flexing* dapat dikatakan sebuah perilaku yang memperlihatkan harta kepada publik dan itu termasuk dalam perilaku sombong. Penjelasan di laman Bimas Kementerian Agama RI menyatakan pamer adalah bagian dari kesombongan, berbangga diri serta sikap *riya'*, ingin dipuji oleh manusia lain. Memamerkan harta dan kekayaan tergolong dalam sikap *riya'*. Sebagai agama yang mengajarkan perilaku akhlak mulia, Islam dengan tegas melarang pemeluknya untuk melakukan perbuatan tercela, salah satunya adalah *riya'*. Perbuatan *riya'* termasuk dalam kategori syirik kecil yang dosanya begitu besar, terlepas dari apakah kita menyadarinya. Dalam agama Islam tindakan *flexing* sangat dilarang, sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah yang artinya: “Dan

⁵ Tedjo Setyo Nugroho dkk, *Persepsi Fenomena Flexing Selebgram Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, (Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945, 2022), hlm.3

janganlah kamu memalingkan wajah dari manusia (karena sombong) dan janganlah berjalan di muka bumi dengan angkuh. Sungguh, Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membanggakan diri.” (Q.S Luqman: 18). Ayat ini merupakan nasihat Luqman yang berkaitan dengan akhlak dan sopan santun dalam melakukan interaksi dengan sesama manusia. Sejatinya, Luqman menasihati anaknya atau siapapun yang ada di muka bumi, agar tidak melakukan penghinaan dan kesombongan.⁶

Bagaimana pandangan Islam melihat *flexing* yang dilakukan oleh *content creator* muslim dan makna yang terkandung di dalamnya adalah masalah utama dalam penelitian ini. Karena Islam adalah sistem yang komprehensif, pembahasan ini akan dibatasi pada prinsip-prinsip akhlak, moral, dan etika.⁷ Perilaku sosial yang digambarkan dalam gambar dan teks di media sosial menjadi fokus penelitian ini. Sesuai dengan *trend* masyarakat saat ini yang suka mencari validasi melalui media sosial. Objek formal diketahui berperan dalam membahas objek material. Mengenai unit kajian ini, yaitu: akhlak dan etika Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan hadits merupakan objek formalnya. Kasus *flexing* adalah objek material, sedangkan Instagram menjadi konteks untuk penelitian ini. Oleh karena itu, penulis membahas fenomena *flexing* yang dilakukan oleh *content creator* muslim di Instagram oleh akun @jhonlbf.

⁶ Anisatul Mardiah, *Fenomena Flexing: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Islam* (Pelembang: International Conference on Tradition Religious Studies, 2022), hlm.8

⁷ Wahyudin Darmalaksana, *Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial*, (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2022), Volume 8, hlm.2

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana fenomena *flexing content creator* muslim akun @jhonlbf di platform media sosial instagram?
2. Bagaimana makna yang terkandung dalam kegiatan *flexing content creator* muslim akun instagram @jhonlbf?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui fenomena *flexing* yang dilakukan oleh *content creator* muslim akun @jhonlbf di platform media sosial instagram.
2. Untuk mengetahui makna yang terkandung dalam kegiatan *flexing content creator* muslim di instagram akun @jhonlbf.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka manfaat yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan bisa memperluas wawasan ilmu pengetahuan khususnya di bidang komunikasi islam dan dapat memberi referensi bagi pembaca maupun peneliti yang kedepannya dapat memahami mengenai *flexing* yang dilakukan oleh *content creator* muslim di media sosial dan memahami *flexing* dari perspektif ajaran Islam.

2. Secara praktis, kegunaan dari hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan untuk mahasiswa maupun masyarakat luas agar lebih memahami *content creator* yang melakukan *flexing* di media sosial.

E. Penelitian Relevan

Pertama, jurnal Wahyudin Darmalaksana (2022)⁸ yang berjudul “Studi *Flexing* dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial”. Kasus *flexing* berdasarkan pandangan hadits adalah subjek dari penelitian ini. Metode tematik dan kualitatif digunakan dalam penelitian ini. Menurut temuan penelitian ini, perilaku *flexing* dapat memiliki konsekuensi negatif, yang bertentangan dengan moral Islam dan etika media sosial, yang dirumuskan dalam tematik hadits. Kesamaan dari penelitian ini yaitu keduanya menganalisis tentang perilaku *flexing* di media sosial dan jenis penelitian yang digunakan sama yaitu penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya, penelitian tersebut lebih menganalisis dari segi pandangan hadis dan juga media yang diteliti lebih luas. Sedangkan peneliti menganalisis dari sisi makna *flexing* yang dilakukan oleh *content creator* muslim di instagram pada akun @jhonlbf.

Kedua, jurnal Anisatul Mardiah⁹ yang berjudul “Fenomena *Flexing*: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Etika Islam”. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan jenis metode fenomenologi, yaitu metode penelitian

⁸ Wahyudin Darmalaksana, *Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial*, (Bandung: UIN Sunan Gunung Djati, 2022), Volume 8, hlm.1

⁹ Anisatul Mardiah, *Fenomena Flexing: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Islam* (Pelemang: International Conference on Tradition Religious Studies, 2022), hlm.1

yang tidak menggunakan hipotesis atau dugaan sementara dalam proses analisisnya. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk memahami fenomena *flexing* di media sosial dalam perspektif etika Islam. Persamaan dari penelitian tersebut yaitu terletak di topik permasalahan yang mengangkat tentang fenomena *flexing* dari segi kacamata Islam. Perbedaannya terletak di objek penelitiannya dimana penelitian yang dilakukan oleh penulis menganalisis terkait salah satu akun di Instagram yang bernama @jhonlbf sedangkan penelitian tersebut meneliti tentang *flexing* di media sosial yang cakupannya lebih luas.

Ketiga, jurnal penelitian oleh Tedjo Detyo Nugroho, Arief Darmawan dan Widiyatmo Ekoputro¹⁰ yang berjudul “Persepsi Fenomena *Flexing Selebgram* Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya”. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dalam mempersepsikan fenomena *flexing* pada *selebgram*. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan Kontruksi Sosial Media Massa dan teori-teori Fenomenologi. Persamaan dari penelitian tersebut ialah sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif, serta topik yang diteliti juga sama yaitu fenomena *flexing* di media sosial Instagram. Perbedaannya terletak di objek yang diteliti dimana penelitian tersebut meneliti *selebgram* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sedangkan penulis meneliti salah satu akun instagram yaitu @jhonlbf.

¹⁰ Tedjo Setyo Nugroho dkk, *Persepsi Fenomena Flexing Selebgram Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*, (Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945, 2022), hlm.1

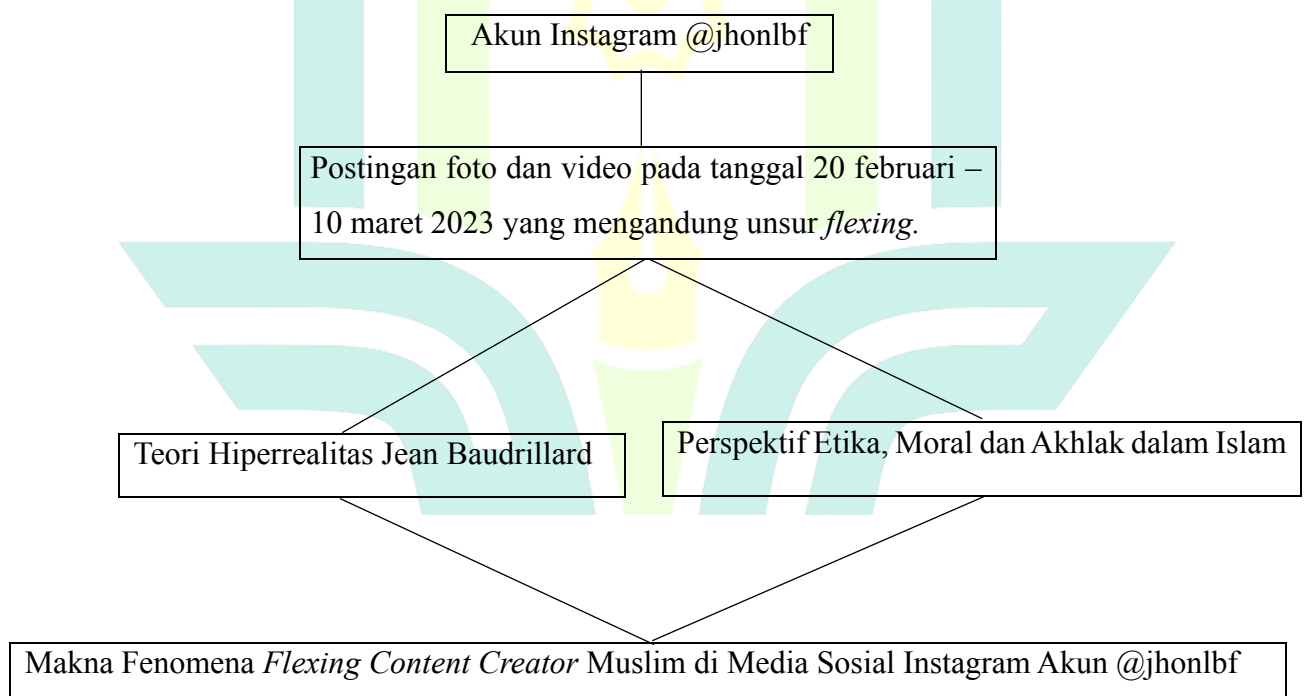
Keempat, skripsi oleh Maulina Puspa Dewi¹¹ mahasiswi Ilmu komunikasi Universitas Dian Nuswantoro Semarang yang Berjudul “Hiperrealitas Pada Film Aquaman (Analisis Semiotika Roland Barthes). Tujuan yang ingin dicapai penulis dalam penelitian tersebut ialah untuk mengetahui bagaimana gambaran hiperrealitas pada film Aquaman berdasarkan semiotika Roland Barthes. Penelitian tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis dan model analisis Semiotika Roland Barthes. Persamaan dengan penelitian tersebut adalah terletak di teori yang digunakan yaitu Teori Hiperrealitas Jean Baudrillard. Sedangkan perbedaannya, penelitian tersebut meneliti tentang film Aquaman yang di analisis menggunakan model analisis Semiotika Roland Barthes dan penelitian yang dilakukan penulis menggunakan objek salah satu akun Instagram yaitu @jhonlbf.

F. Kerangka Berpikir

Penelitian ini membahas tentang fenomena *flexing* yang dilakukan oleh salah satu *content creator* muslim di media sosial Instagram yaitu akun @jhonlbf. Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki fitur membagikan foto dan video durasi pendek. Rata-rata pengguna media sosial Instagram ialah kalangan remaja. Kehadiran Instagram memberikan ruang berekspresi bagi sejumlah masyarakat umum, seperti para *selebritis Instagram* atau yang biasa akrab dipanggil *selebgram*, *content creator*, *influencer* hingga para artis. Dari instagram inilah para

¹¹ Maulina Puspa Dewi, *Hiperrealitas Pada Film Aquaman* (Analisis Semiotika Roland Barthes) (Semarang: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2022), hlm. 15

content creator membagikan hasil foto dan video mereka, mulai dari konten tentang kuliner, bisnis, gaya hidup dan sebagainya. Namun keberadaan Instagram membuat beberapa *content creator* untuk melakukan tindakan *flexing* (pamer harta). Dalam penelitian ini penulis menganalisis salah satu *content creator* muslim dengan nama akun @jhonlbf. Akun @jhonlbf beberapa kali membagikan konten bisnis usahanya yang dinilai melakukan *flexing*. Peneliti mengambil postingan berupa foto dan video yang dinilai mengandung unsur *flexing* pada tanggal 20 Februari sampai 10 Maret 2023. Teori Hiperrealitas akan digunakan peneliti dalam melakukan penelitian ini. Selain itu penelitian ini juga akan melihat fenomena *flexing* dari perspektif etika, moral dan akhlak dalam ajaran Islam. Pada keputusannya, peneliti hendak memberi kesimpulan tentang makna yang terkandung dalam fenomena *flexing content creator* muslim di media sosial instagram oleh akun @jhonlbf.



Bagan 1.1 Kerangka Berpikir

G. Metode Penelitian

1. Paradigma Penelitian

Peneliti bermaksud melakukan penelitian dengan menggunakan paradigma kritis. Paradigma kritis pada dasarnya berasal dari pemikiran Karl Marx. Tujuan utama dari penelitian dengan paradigma kritis adalah untuk menjelaskan, mengungkap, dan memahami hubungan antara struktur kekuasaan sosial serta hubungan media dalam masyarakat.¹² Paradigma kritis melihat bahwa realitas sosial dikonstruksi oleh media merupakan kesadaran palsu yang berbeda dengan realitas objektif. Realitas tidak dapat dilihat begitu saja karena ada nilai-nilai yang mendasarinya.

2. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif library research, yang mana digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.¹³ Buku, jurnal, kamus, dokumen dan lain sebagainya merupakan jenis dari penelitian pustaka yang berasal dari perpustakaan. Tujuan dari jenis penelitian ini adalah untuk sepenuhnya memahami perilaku, persepsi, motivasi, aktivitas, dan fenomena lain dari subjek penelitian.¹⁴ Tahapan penelitian dilaksanakan dengan menghimpun sumber kepustakaan, baik primer maupun sekunder. Penelitian ini melakukan

¹² Rulli Nasrullah, *Teori dan Riset Media Siber (Cibermedia)*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), hlm. 164-165

¹³ Dewi Sadiyah, *Metode Penelitian Dakwah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015), hlm 19-20.

¹⁴ Prof. Dr. Lexy J, Meleong M.A, *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012), hlm.8

klasifikasi data berdasarkan formula penelitian.¹⁵ Pada tahap lanjut dilakukan pengolahan data dan atau pengutipan referensi untuk ditampilkan sebagai temuan penelitian, diabstraksikan untuk mendapatkan informasi yang utuh dan diinterpretasikan hingga menghasilkan pengetahuan untuk penarikan kesimpulan.

Pendekatan yang dilakukan yaitu menggunakan Grand Theory Hiperreality. Grand Theory sendiri merupakan dasar lahirnya teori-teori lain yang mana teori ini bersifat makro atau masih bersifat luas dan kemudian dirumuskan pada level selanjutnya.¹⁶ Hiperrealitas adalah jenis model referensi yang tidak meniru apa pun. Namun, hiperrealitas ditafsirkan sebagai kloning diri. Duplikat dan asli adalah objek yang sebanding dalam hal ini. Dunia hiperrealitas ini seperti sebuah produk simulasi yang telah tersebar luas di berbagai media, salah satunya Media Sosial Instagram. Pendekatan ini digunakan agar bisa menjelaskan perekayasaan makna yang ada di dalam media. Peneliti akan melakukan penelitian yang mendalam terkait realitas yang terjadi di akun @jhonlbf dalam media Instagram. Pendekatan hiperreality ini akan melihat dari sisi akun @jhonlbf, kekayaan yang dimiliki, karakter dan bentuk postingan yang diupload di Media Sosial Instagram dengan dilakukan secara mendalam.

¹⁵ Wahyudin Darmalaksana, *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan* (Bandung: Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati, 2020), hlm.3

¹⁶ Muhammad Minarto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Konveksi Originality Pati)* (Kudus: Repository IAIN Kudus, 2021), hlm.10

3. Subjek dan Objek Penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian yang akurat dan memperoleh data yang valid, maka subjek penelitian yaitu fenomena *flexing Content Creator* muslim di Instagram sedangkan objek penelitian yaitu akun @jhonlbf.

4. Sumber Data

Sumber yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung tanpa perantara yang kemudian dikumpulkan dan diolah sendiri dari berbagai sumber yang didapatkan.¹⁷ Dalam penelitian ini data yang didapatkan yaitu dari postingan content creator muslim yaitu akun @jhonlbf yang mengandung unsur *flexing*. Penulis menggunakan beberapa postingan dengan *purposive sampling* berdasarkan kriteria tentang postingan dari akun @jhonlbf yang dinilai mengandung unsur *flexing* dengan jumlah like dan komentar terbanyak. Penulis akan mengambil 6 postingan dari akun instagram @jhonlbf edisi 20 Februari – 10 Maret 2023. Hal ini dikarenakan pada kurun waktu tersebut *flexing* sedang marak dibicarakan semenjak terjadinya kasus *flexing* yang dilakukan oleh salah satu anak pejabat pegawai pajak yaitu Mario Dandy.

¹⁷ Andrew Fernando Pakpahan, dkk, *Metodologi Penelitian Ilmiah* (Tk: Yayasan Kita Menulis, 2021) hlm 66.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sekumpulan sumber data tambahan yang diambil secara tidak langsung atau sumber yang sudah dibuat oleh orang lain.¹⁸ Dalam penelitian ini sumber data sekunder dapat diambil dari sebuah dokumentasi, buku-buku, jurnal atau hasil penelitian terdahulu dan postingan akun @jhonlbf di instagram yang mengandung unsur *flexing* yang memiliki keterkaitan dalam penelitian ini untuk mendukung dan bisa dijadikan sebagai data primer.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara observasi dan disertai dengan pencatatan keadaan atau tingkah laku objek sasaran. Observasi pada umumnya dilakukan dengan tujuan agar penulis dapat mengumpulkan data informasi sebanyak-banyaknya.¹⁹ Pada penelitian ini observasi yang dimaksud melakukan riset terhadap postingan-postingan yang mengandung unsur *flexing* oleh akun Instagram @jhonlbf.

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode untuk memperoleh informasi dalam bentuk catatan, dokumen, transkrip, buku dan lain-

¹⁸ Ambarwati, *Metode Penelitian Kualitatif* (Pati: Al Qalam Media Lestari, 2022) hlm 117.

¹⁹ Amrudding, dkk, *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2022), hlm. 355

lain.²⁰ Penulis menggunakan metode ini untuk mencatat dan merangkum postingan foto dan video yang dinilai melakukan *flexing* di media sosial Instagram oleh akun @jhonlbf.

6. Teknik Analisis Data

Tahapan yang harus dilakukan setelah pengumpulan data adalah analisis data. Karena digunakan untuk memecahkan masalah penelitian, maka analisis data merupakan suatu bagian yang paling penting. Analisis data kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah proses pengumpulan data selesai dalam kurun waktu tertentu. Sampai data jenuh, analisis data ini dilakukan secara terus menerus dan interaktif.²¹ Analisis Semiotika Naratif Greimas merupakan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

Semiotika Greirmasian menekankan pada peranan bentuk tanda (aktan) yang dalam sebuah karya fiksi, seperti novel, diwakili oleh sosok tokoh utama dalam transisi makna, tokoh utama dalam cerita novel tersebut memiliki peran terhadap bagaimana narasi itu berjalan.²² Semiotika naratif dapat diartikan sebagai usaha untuk menghitung atau membaca kembali sekurang-kurangnya dua keadaan yang secara logikal terhubung, baik yang menyangkut tempat dan waktu, maupun yang berhubungan dengan konsistensi suatu subjek dari keseluruhan teks atau pesan untuk melihat

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2002), cetakan. 12, hlm. 184

²¹ Dr. Sugeng Pujileksono, M. Si, *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*, (Malang: Intrans Publishing, 2015) hlm.152

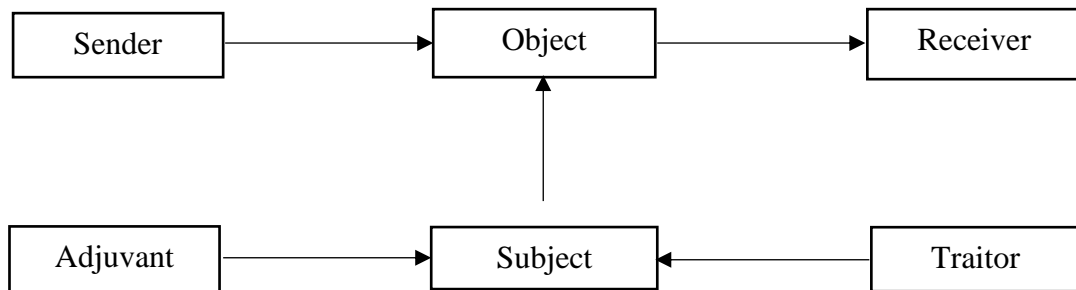
²² Dr. Rulli Nasrullah, M. Si, *Metode Penelitian Jurnalisme Pendekatan Kualitatif*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2020), hlm.123

narasi atau perubahan cerita dari tanda-tanda, termasuk untuk mengungkap makna yang lebih dalam dari tanda tersebut.

Bagi Greimas, semiotika naratif merupakan jalan yang berorientasi pada akhir dan keseluruhan dari penceritaan. Teks pada dasarnya menekankan aktan (*actan*) yang menjadi model atau subjek yang mengatur jalan cerita dari sebuah teks. Aktan memiliki karakteristik, yakni:

1. Pengirim (*destinator/sender*) mewujudkan ideologi teks atau bertanggung jawab untuk menegakkan norma, nilai, dan makna.
2. Karena teks berisi nilai-nilai yang dihasilkan oleh pencipta teks, maka teks dipahami sebagai penerima (*receiver*).
3. Dalam menceritakan pesan yang akan disampaikan, teks mengambil peran sentral sebagai subjek.
4. Objek dimunculkan oleh subjek melalui sebuah narasi. Dengan kata lain, teks mengambil peran sebagai representasi dari tujuan subjek.
5. Subjek dalam mencapai objek atau tujuannya, memerlukan bantuan dari pendukung (*adjuvant*)
6. Selalu ada penghambat (*traitor*) yang bisa menghalangi atau mengaburkan tujuan dari teks yang ingin disampaikan.

Karakteristik tersebut merupakan *actantial mythical model* yang menjelaskan bagaimana narasi perpindahan makna dari sebuah teks (Katilius-Bodystun, 1990). Hubungan dan arah dari aktan dapat dilihat pada gambar berikut:



Bagan 1.2 *Actantial Mythical Model*

H. Sistematika Penulisan

Bab I berisi perihal Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Masalah, Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Penelitian Relevan, Kerangka Berpikir, Metodologi Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Bab II menjelaskan Landasan Teori, memaparkan teori yang menjadi landasan kerja penelitian peneliti yang mencakup Teori *Flexing*, Instagram dan Etika, Moral dan Akhlak dalam Islam

Bab III Pada bab ini memaparkan data tentang fenomena *flexing* content creator muslim di akun Instagram @jhonlbf dan makna postingan *flexing* yang diunggahnya di media sosial Instagram.

Bab IV Analisis data Semiotika Naratif Greimas pada fenomena *flexing* akun Instagram @jhonlbf dan gambaran makna Hiperrealitas di akun Instagram @jhonlbf dari perspektif Etika, Moral dan Akhlak dalam Islam.

Bab V Berisi penutup, kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan proses dari hasil analisis yang telah diuraikan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa pada akun Instagram @jhonlbf, ditemukan banyak postingan konten yang mengandung unsur *flexing*, dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Fenomena konten *flexing* di akun Instagram @jhonlbf

Fenomena *flexing* mulai ramai diperbincangkan oleh masyarakat di media sosial semenjak adanya pandemi *Covid-19*. Banyak postingan konten yang mengandung unsur *flexing* pada akun Instagram @jhonlbf. Setidaknya ada 6 postingan dengan komentar dan like terbanyak pada periode 20 Februari – 10 Maret 2023 di akun Instagram @jhonlbf yang mengandung *flexing* didalamnya. Akun @jhonlbf sangat viral di awal tahun 2023 dikalangan masyarakat. Apalagi perilaku *flexing* juga sedang banyak diperbincangkan oleh masyarakat semenjak adanya kasus *flexing* anak pejabat pegawai pajak atau Mario Dandy pada awal tahun 2023.

Ditemukan juga respon negatif dari masyarakat mengenai akun @jhonlbf mengingat konten yang diposting dinilai banyak mengandung unsur *flexing*. Kemudian dalam konten yang diunggahnya ini terdapat

beberapa unsur *flexing* mulai dari prestasi, kesuksesannya di dunia bisnis hingga harta kekayaan yang dimilikinya.

2. Makna yang terkandung di konten *flexing* akun Instagram @jhonlbf

Dilihat dari cakupan masalah fenomena *flexing* yang dilakukan oleh *content creator* muslim yaitu akun Instagram @jhonlbf, postingan yang diunggahnya merupakan masalah konten positif karena postingan tersebut berisikan prestasi Jhon Lbf dalam membangun bisnisnya. Akun @jhonlbf juga ingin memberikan kesan kepada *followers*-nya agar selalu bekerja keras dalam membangun usaha bisnis apapun itu. Dia juga ingin menyampaikan kepada masyarakat bahwa apa yang ia tampilkan di media sosial Instagramnya merupakan hasil kerja keras dirinya bukan suatu realitas palsu. Sebagian masyarakat menganggap konten *flexing* yang dibuat akun Instagram @jhonlbf itu penting untuk memotivasi masyarakat untuk selalu bekerja keras agar apa yang mereka inginkan bisa mereka miliki. Disisi lain unggahan tersebut sebagai bentuk sindiran terhadap para pelaku *flexing*. Banyak dari mereka yang menampilkan kehidupan mewah di media sosialnya padahal realitas hidupnya tidak seperti apa yang mereka tampilkan.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian mengenai hiperrealitas pada konten *flexing* di akun Instagram @jhonlbf berdasarkan analisis semiotika Naratif Greimas, peneliti ingin menyampaikan saran untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi kedepannya.

1. Kepada peneliti, pertama tulisan ini perlu ditelusuri lebih mendalam lagi dari berbagai sudut pandang alternatif yang dapat dijadikan pijakan eksplorasi analisis. Kedua, hiperrealitas dalam konten *flexing* di akun ini masih perlu dibedah tingkat relevansinya dengan realitas yang nyata di masyarakat.
2. Kepada Masyarakat, pertama, sebuah tindakan *flexing* memberikan pembelajaran kritis bahwa jangan pernah bersikap bohong atau menampilkan realitas palsu di media sosial dan selalu bekerja keras untuk menggapai sesuatu yang diinginkan seperti Jhon LBF. Kedua, masyarakat agar berhati-hati dalam menggunakan media sosial agar tidak mudah percaya terhadap realitas palsu yang banyak bermunculan.
3. Kepada mahasiswa, untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan pengambilan data menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner untuk mengetahui gejala hiperrealitas yang dialami masyarakat, terutama pada kelompok penggemar atau *followers* akun Instagram @jhonlbf.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, A. C. (2019). *Influencer Sebagai Content Creator*. *Binus University*, 5.
- Ambarwati. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Pati: Al Qalam Media Lestari.
- Amrudding, d. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV Media Sains Indonesia.
- Andrew Fernando Pakpahan, D. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Medan: Yayasan Kita menulis.
- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Aura Ramadhan, C. N. (2020). Fenomena Endorsment di Instagram Story di Kalangan Selebgram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 320-321.
- Azwar, M. (2014). Teori Simulakrum Jean Baudrillard Dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas. *Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Kearsipan Khizanah Al-Hikmah*, 38-48.
- Baudrillard, J. (1983). *In The Shadow of The Silent Majorities or The End of The Social and Other Essays*. New York: Foreign Agents Series.
- Baudrillard, J. (2001). Jean Baudrillard: Selected Writings. *Stanford University*, 173.
- Bertens, K. (2007). *Etika*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- CNN Indonesia, "Profil Jhon Lbf yang Viral Dituding Asal PHK Karyawan", 24 Januari 2023, <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20230124115524-92-904141/profil-jhon-lbf-yang-viral-dituding-asal-phk-karyawan> (diakses pada pukul 13.45 WIB)

- Darmalaksana, W. (2020). Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*, 3.
- Darmalaksana, W. (2022). Studi Flexing dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial. *Gunung Djati Conference Series*, 1.
- Dewi, M. P. (2022). Hiperrealitas Pada Film Aquaman (Analisis Semiotika Roland Barthes). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15.
- Eriyanto. (2013). *Analisis Naratif: Dasar-Dasar dan Penerapannya Dalam Analisis teks Berita Media*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Habibah, S. (2015). Akhlak dan Etika Dalam Islam. *Jurnal Pesona Dasar*, 73-74.
- Haris, R. R. (2018). *Buku Ajar Pendidikan Agama Islam Di Perguruan Tinggi*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Hidayat, M. A. (2021). *Jean Baudrillard dan Realitas Budaya Pascamodern*. Yogyakarta: Cantrik Pustaka.
- Jhon_LBF. (2023, Mei 11). Hari Ini Gw Ulang Tahun (Video). Youtube. <https://youtu.be/bUms5PtagA0?si=WnYMKmc-ZAeFgEHI>
- M.A, P. D. (2012). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya.
- Mahdia, A. (2018). Pengaruh Konten Influencer Di Media Sosial Terhadap Kesejahteraan Psikologi Remaja Akhir. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 173.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 155.
- Mardiah, A. (2022). Fenomena Flexing: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Etika Islam. *International Conference On Tradition And Religious Studies*, 2.
- Minarto, M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen. *Repository IAIN Kudus*, 10.

- MS, A. M. (2013). Etika, Moral dan Akhlak. *E-Journal Politeknik Negeri Lhokseumawe*, 78.
- Munir, R. M. (2013). *Filsafat Ilmu*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Nasrullah, R. (2014). *Teori Riset dan Media Siber*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Nevyra, V. I. (2021). Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara. *Repository UIN Sumatera Utara*, 12.
- Ngobrol Asix. (2022, Desember 9). Sultan Viral di Tiktok!! Rahasia Jhon Lbf Ubah Nasib Dari Pengangguran Jadi Milyarder!! (Video). Youtube. https://youtu.be/9tj4T_nDE2s?si=0ttudZ4Rw0TBZc0u
- Nugroho, T. S. (2022). Persepsi Fenomena Flexing Selebgram Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. *Repository Untag Surabaya*, 2.
- Nurhadi, D. Z. (2017). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nurma Yuwita, N. M. (2022). Dramaturgi: Budaya Flexing Berkedok Penipuan Di Media Sosial (Studi Kasus Indra Kenz Dan Doni Salmanan). *Jurnal Komunikasi dan Media*, 2.
- Pratiwi, E. A. (2021). *Dunia Kerja Kekinian: Sebuah Perspektif Psikologi Industri dan Organisasi*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Pratiwi, E. A. (2021). *Dunia Kerja Kekinian: Sebuah Perspektif Psikologi Industri dan Organisasi*. Malang: CV Literasi Nusantara Abadi.
- Priatna, T. (2012). *Etika Pendidikan; Panduan Bagi Guru Profesional*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Pujileksono, S. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.

- Putri, M. (2023). Hiperrealitas Perspektif Agama Di Desa Sei Apung Jaya Kecamatan Tanjung Balai Kabupaten Asahan. *Jurnal Pendidikan dan Sosial Budaya UIN Sumatera Utara*, 460.
- Putri, S. F. (2023). Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 4.
- Rachmawati, W. &. (2019). *Post-Modernisme: Sebuah Pemikiran Filsuf Abad 20*. Yogyakarta: Sociality.
- Rakhmat, J. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sadiyah, D. (2015). *Metode Penelitian Dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sagala, S. (2013). *Etika dan Moralitas Pendidikan*. Jakarta: Kencana.
- Salbino, S. (2014). *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*. Jakarta: Kunci Komunikasi.
- Sari, M. P. (2017). Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau. *Jurnal Online Mahasiswa Bidang Ilmu Sosial dan Politik Universitas Riau*, 5.
- Surojiyo. (2005). *Ilmu Filsafat Suatu Pengantar*. Yogyakarta: PT Bumi Aksara.
- Syahrudin, M. A. (2023). *Fenomena Komunikasi DI Era Virtualisasi (Sebuah Transisi Sosial Sebagai Dampak Eksistensi Media Sosial)*. Cirebon: CV Green Publisher Indonesia.
- Syahrudin, M. A. (2023). *Fenomena Komunikasi Di Era Virtualitas (sebuah transisi sosial sebagai dampak eksistensi media sosial)*. Cirebon: CV Green Publisher Indonesia.
- Wati, H. (2019). Pengaruh Selebgram Sebagai Celebrity Endorsement Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi. *Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 723.

Wibowo, A. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam Di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 345.

Xemandros, W. S. (2010). Hiperrealitas Dalam Iklan Menurut Pemikiran Jean Baudrillard. *Universitas Indonesia Library*, 6.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama : Muhammad Furqon
Tempat/Tanggal Lahir: Pekalongan, 31 Oktober 2001
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Alamat : Dukuh Luwuk, RT/RW 03/02, Desa Pekiringan Alit,
Kecamatan Kajen, Kabupaten Pekalongan
Email : muhammadfurqon3110@gmail.com
Orang Tua :
1. Nama Ayah : Nurul Khaeri
2. Nama Ibu : Sutrimo

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SD Negeri 01 Pekiringan Alit Lulus tahun 2013
2. SMP Negeri 01 Kajen Lulus tahun 2016
3. SMA Negeri 01 Kajen Lulus tahun 2019
4. Tercatat sebagai mahasiswa Strata Satu (S1) pada Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan tahun 2019/2020.

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 8 November 2023

Penulis



MUHAMMAD FURQON

NIM. 3419135