

Meneropong Fenomena *Flexing* dalam al-Qur'an: Analisis Semantik QS. Al-Ḥadīd [57]: 20

Nur Shadiq Sandimula*

IAIN Manado

Email: nur.sandimula@iain-manado.ac.id

Syarifuddin Syarifuddin

IAIN Manado

Email: syarifuddin.mala@iain-manado.ac.id

Ridwan Jamal

IAIN Manado

Email: ridwan.jamal@iain-manado.ac.id

Abstract

Advancements in information technology and its central feature of global connectivity permit the exchange of information and interactions among diverse cultures and religions. Social media platforms have released the boundaries of geographical stretch and demographic regions that approve the infiltration of particular mindsets, lifestyles, and behavioral tendencies. The use of social media in the public sphere has led to a distinctive social behavior in the form of lifestyle dubbed flexing. The flexing lifestyle is a behavioral phenomenon to exhibit one's wealth and self-achievement to urge society to be wasteful. This study aims to examine the phenomenon of flexing from the perspective of the Qur'an; analyze the term *al-ḥayāt al-dunyā* in the verse of QS. al-Ḥadīd [57]: 20. This research employs interpretive-qualitative analysis using a semantic analysis approach designed by Syed Muhammad Naquib al-Attas in examining conceptual meanings in the Qur'an. The results of this study indicate that flexing is a nefarious consumption behavior in socio-economic theory refers as emulative consumption. This behavior has become a lifestyle and has impacted

* Correspondence: IAIN Manado, Jln. S.H. Sarundajang, Kawasan Ring Road I, Malendeng, Paal Dua, Manado

the community's mode of living. This lifestyle in the Qur'anic term is called *al-ḥayāt al-dunyā*, semantically a lowly lifestyle. This concept emerges from a semantic analysis of the phrase *al-ḥayāt al-dunyā* comprising the meanings *la'ib* (game), *lahw* (joking), *zīnah* (things that are dear to human lust), *tafākhur* (proud of one's achievements in facade of people), *takāsur* (competing in the accumulation of wealth), *farḥ* (momentary happiness), *matā'* (temporary pleasure), and *ghurūr* (something that deceives). In the light of the Qur'an, this behavior is a demeaning mode of living, because it disregards the disobedient from remembering God and the afterlife.

Keywords: Al-Attas' Semantic analysis, *Flexing*, Qur'anic Psycho-economic,

Abstrak

Kemajuan teknologi informasi dengan fitur utama berupa keterhubungan secara global memberikan dampak yang sangat besar dalam pertukaran informasi dan interaksi dari berbagai budaya dan agama. Adanya platform media sosial telah melepas sekat jarak geografis dan lingkup demografis sehingga terbuka ruang adanya infiltrasi cara pandang, gaya hidup, hingga tren perilaku tertentu. Adanya media sosial, telah memunculkan suatu perilaku sosial yang disebut dengan *flexing*. Gaya hidup *flexing* adalah suatu perilaku memamerkan harta kekayaan dan pencapaian diri sehingga menuntut masyarakat untuk berlaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk menyoroti fenomena *flexing* dalam perspektif al-Qur'an berdasarkan ayat QS. al-Ḥadīd [57]: 20 yang menggunakan terma *al-ḥayāt al-dunyā*. Metode penelitian ini adalah interpretif-kualitatif dengan menggunakan pendekatan analisis semantik yang dikembangkan oleh Syed Muhammad Naquib al-Attas dalam membedah makna konseptual di dalam al-Qur'an. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena *flexing* merupakan perilaku konsumsi yang tercela yang dalam teori sosio-ekonomi disebut sebagai *emulative consumption*. Perilaku ini telah menjadi gaya hidup dan diikuti oleh masyarakat luas. Gaya hidup tersebut dalam istilah al-Qur'an disebut *al-ḥayāt al-dunyā* yaitu gaya hidup rendahan. Gaya hidup ini berdasarkan analisis semantik atas terma *al-ḥayāt al-dunyā* mengandung makna *la'ib* (permainan), *lahw* (senda gurau), *zīnah* (perkara yang disukai syahwat manusia), *tafākhur* (berbangga-bangga atas pencapaian diri di hadapan manusia), *takāsur* (berlomba-lomba dalam akumulasi harta), *farḥ* (kebahagiaan sesaat), *matā'* (kesenangan sementara), dan *ghurūr* (sesuatu yang memperdaya). Perilaku ini dipandang tidak mencerminkan gaya hidup yang baik menurut al-Qur'an, sebab melalaikan pelakunya dari mengingat Tuhan dan pada kehidupan akhirat.

Kata Kunci: Analisis Semantik al-Attas; *Flexing*; Psiko-ekonomi al-Qur'an.

Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi dengan fitur utama berupa keterhubungan secara global memberikan dampak yang sangat besar dalam pertukaran informasi dan interaksi dari berbagai budaya. Adanya platform media sosial telah melepas sekat jarak geografis dan lingkup demografis sehingga dimungkinkan terbukanya ruang adanya infiltrasi cara pandang, gaya hidup, hingga tren perilaku tertentu. Media sosial sebagai tempat untuk menunjukkan eksistensi diri telah memunculkan suatu pola perilaku sosial yang disebut dengan *flexing*. Secara umum istilah *flexing*¹ merujuk pada suatu perilaku memamerkan sesuatu.² Namun dalam perkembangannya, terutama dengan adanya media sosial, *flexing* menjadi suatu perilaku memamerkan harta atau kekayaan di media sosial dengan motif untuk mendapatkan pengakuan dari pihak lain.³ Bahkan perilaku *flexing* di media sosial dilakukan untuk menaikkan citra diri secara artifial atau palsu,⁴ sehingga banyak

¹ Istilah *flexing* dalam pengertian generik dalam kamus Merriam – Webster, diartikan *to make an ostentatious display of something: show off*, atau sikap mencari perhatian dan pemujaan dengan memamerkan sesuatu. Konsep dalam istilah ini memiliki kesamaan makna dengan *conspicuous consumption* yang diperkenalkan oleh Ekonom Institusionalis Thorstein Veblen (1899) yang mengartikannya sebagai perilaku mengkonsumsi produk bukan semata-mata karena kegunaan dasarnya (*primary utility*) melainkan sebagai satu perilaku konsumtif yang dilakukan untuk menunjukkan kekayaan, status, kelas atau *secondary utility*. Lihat Syarifah Fatimah and Oggy Maulidya Perdana Putri, "Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 1204–12, <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.6824>.

² Roida Pakpahan and Donny Yoesgiantoro, "Analisa Pengaruh Flexing Di Media Sosial Terhadap Kehidupan Masyarakat," *Jisicom* 7, no. 1 (2023): 173–78, <https://doi.org/10.52362/jisicom.v7i1.1093>.

³ Nadia Kusuma Putri, Shinta Alya Mumtazah, and Emilia Agustin, "The Influence of Social Media on Flexing Culture Phenomenon in Indonesian Society," in *Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan*, vol. 3, 2022, 603–10.

⁴ Syafruddin Pohan, Putri Munawwarah, and July Susanty Br Sinuraya, "Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Menaikkan Popularitas Diri Sebagai Gaya Hidup," *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)* 3, no. 2 (2023): 490, <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i2.851>.

para pelakunya akhirnya terjerat pidana *cyber crime* karena melakukan manipulasi, penipuan, dan penyebaran berita palsu (*hoax*)⁵, seperti yang dilakukan oleh Indra Kenz dan Doni Salmanan yang merupakan afiliator *binary options*.⁶

Perilaku *flexing* dalam perspektif psiko-ekonomi termasuk perilaku konsumerisme, yang ditandai dengan kecenderungan untuk mencari kesenangan dan kepuasan secara berlebihan dalam membeli dan mengonsumsi barang-barang mewah dan mahal.⁷ Perilaku ini dalam teori sosio-ekonomi disebut *conspicuous consumption*, yaitu suatu perilaku dalam membelanjakan harta serta membeli barang-barang mewah yang dipamerkan secara publik untuk menunjukkan status sosialnya.⁸ Perilaku ini juga terlihat pada masyarakat kelas bawah yang berangkat dari motif mengikuti gaya hidup santai masyarakat kelas atas.⁹ Konten *flexing* yang mengandaikan bahwa harta dan kemewahan sebagai unsur utama untuk memperoleh kebahagiaan dan kenyamanan telah menjadi pemicu orang lain untuk berperilaku konsumtif dan bergaya hidup hedonistik, serta berpotensi merusak kesehatan mental individu.¹⁰

Perilaku konsumtif ini telah menjadi sebuah gaya hidup

⁵ Jawade Hafidz Arsyad, "Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Aspek Hukum Pidana," *Jurnal Cakrawala Informasi* 2, no. 1 (2022): 10–28, <https://doi.org/10.54066/jci.v2i1.158>.

⁶ Nurma Yuwita, Naili Mauhibatillah, and Himmatul 'Ulyah, "Dramaturgi: Budaya Flexing Berkedok Penipuan Di Media Sosial (Studi Kasus Indra Kenz Dan Doni Salmanan)," *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media* 7, no. 1 (2022): 1–14, <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/view/6602%0Ahttps://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/download/6602/3084>.

⁷ Muhammad Fathrul Quddus, "Kritik Konsumerisme Dalam Etika Konsumsi Islam," *Malia: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 1 (2021): 43–60, <https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2771>.

⁸ Thorstein Veblen, *The Theory of The Leisure Class* (New York: Oxford University Press, 2007), 49–69.

⁹ Veblen, *The Theory of The Leisure Class*, 154.

¹⁰ Pakpahan and Yoesgiantoro, "Analisa Pengaruh Flexing Di Media Sosial Terhadap Kehidupan Masyarakat."

bagi masyarakat modern dengan menjadikan aspek kebendaan (*materialism*) sebagai tujuan utama, dan sebagai bentuk serta penyembahan atas materi, mereka melakukan konsumsi secara berlebihan.¹¹ Fenomena *flexing* merupakan model gaya hidup mewah yang diperlihatkan kepada orang luas sebagai bentuk pencapaian yang prestisius. Popularitas diraih dengan cara memamerkan gaya hidup konsumtif.¹² Oleh karena itu, kegiatan konsumsi tidak dimaknai sekedar memenuhi kebutuhan hidup, melainkan menjadi sebuah simbol dan tanda dari suatu gaya hidup dan status sosial yang tinggi.¹³ Dampak yang ditimbulkan adalah tersebarnya gaya hidup konsumerisme secara sporadis di tengah-tengah masyarakat, terutama melalui adanya media sosial.¹⁴

Setidaknya ada beberapa indikator yang menjadi karakteristik dari perilaku *flexing*, sebagai berikut: 1) Motif utama adalah memperoleh pengakuan sebagai kalangan elit; 2) Perilakunya adalah memamerkan kekayaan dan kepemilikan; 3) Standar kekayaan adalah akumulasi pendapatan maupun barang mewah; 4) Hasilnya adalah perilaku konsumtif secara berlebihan; dan 5) Dampaknya adalah tersebarnya pola perilaku sosial berupa konsumerisme dan gaya hidup santai. Perilaku ini dalam pandangan Islam lahir dari kecenderungan jiwa pada sisi kebinatangan manusia yang menekankan pada kepuasan diri dan mengabaikan pihak lain.¹⁵ Oleh karena itu

¹¹ Rafli Maulana Lubis and Hasan Sazali, "Analysis of the Flexing Phenomenon on Social Media from an Islamic Perspective," *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 17, no. 1 (2023): 89–101, <https://doi.org/10.24090/komunika.v17i1.7888>.

¹² Pohan, Munawwarah, and Sinuraya, "Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Menaikkan Popularitas Diri Sebagai Gaya Hidup."

¹³ Pakpahan and Yoesgiantoro, "Analisa Pengaruh Flexing Di Media Sosial Terhadap Kehidupan Masyarakat."

¹⁴ Putri, Mumtazah, and Agustin, "The Influence of Social Media on Flexing Culture Phenomenon in Indonesian Society."

¹⁵ Hafas Furqani and Abdelghani Echchabi, "Who Is Homo Islamicus? A Qur'anic Perspective on the Economic Agent in Islamic Economics," *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 2021, <https://doi.org/10.1108/IJIF-05->

dalam tinjauan etika Islam, perilaku ini merupakan tindakan yang tercela karena mengabaikan aspek moralitas dan spiritualitas.¹⁶ Demikian pula apabila ditinjau dari perspektif perilaku konsumsi Islami, *flexing* dianggap sebagai perbuatan yang bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar konsumsi Islami, yaitu: 1) Prinsip keadilan; 2) Prinsip kesucian; 3) Prinsip kesederhanaan; 4) Prinsip kemurahan hati; dan 5) Prinsip moralitas.

Pada hakekatnya seluruh kesimpulan hukum dan etika tentang perilaku *flexing* bermuara pada sumber konsep yang pertama dan paling utama di dalam Islam, yaitu al-Qur'an. Al-Qur'an mempunyai terma khusus yang merujuk pada perilaku ini, yang di dalam QS. al-Ḥadīd: 20 diistilahkan dengan *al-ḥayāt al-Dunyā* atau kehidupan duniawi (kehidupan rendahan¹⁷/ *lowly life*). Pemaknaan atas istilah ini mengacu kepada makna semantik dari terma tersebut dalam konteks pandangan al-Qur'an. Toshihiko Izutsu secara khusus menggunakan analisis semantik atas al-Qur'an, menemukan adanya perbedaan sikap antara masyarakat Jahiliyyah pra-Islam dengan penganut Islam dalam melihat kehidupan dunia. Pandangan atas dunia (*worldview*) mengenai kehidupan dunia pada giliran memunculkan sikap dan perilaku tertentu terhadapnya.¹⁸ Sedangkan pandangan dunia tersebut tercermin dari bahasa

2021-0102.

¹⁶ Anisatul Mardiah, "Fenomena Flexing: Pamer Di Media Sosial Dalam Perspektif Etika Islam," in *International Conference on Tradition and Religious Studies*, vol. 1, 2022, 309–19, <http://proceedings.radenfatah.ac.id/index.php/lc-TiaRS/article/view/239>.

¹⁷ Istilah *al-Ḥayāt al-Dunyā* dalam konteks ini diterjemahkan dengan arti kehidupan rendahan itu mengacu pada akar katanya yaitu *dunuw* juga mengandung makna *sufi* (rendah), oleh karena itu istilah ini juga sering digunakan dalam pengertian kerendahan maknawi (*al-hubūṭ al-ma'nawī*) yakni remehnya nilai sesuatu (*qillah qimah al-sya'i*). Lihat Muhammad Hasan Hasan Jabal, *Al-Mu'jam Al-Isytiqāqī Al-Muaṣṣal Li Alfāzh Al-Qur'an Al-Karīm* (Kairo: Maktabah al-Adab, 2010), 683.

¹⁸ Toshihiko Izutsu, *Ethico-Religious Concept in the Qur'an* (London: Mc-Gill-Queen's University Press, 2002), 49-50.

dan kosa kata yang digunakan al-Qur'an.¹⁹

Sebagai Wahyu Ilahi yang bersifat verbatim, al-Qur'an sangat menekankan pada bahasa serta penggunaan simbol linguistik yang benar untuk sampai pada makna yang tepat. Makna-makna tersebut dapat diidentifikasi melalui penggunaan analisis semantik.²⁰ Analisis semantik secara metodologis adalah model penafsiran al-Qur'an yang di era modern yang kembali diperkenalkan oleh Toshihiko Izutsu dan kemudian dikembangkan oleh Syed Muhammad Naquib al-Attas (selanjutnya disingkat SMN al-Attas). Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis teks al-Qur'an terlebih dahulu dari aspek linguistiknya sebelum didefinisikan secara kontekstual.²¹ Pendekatan ini pada kenyataannya merupakan model pendekatan para ulama klasik berupa *tafsīr al-Qur'ān bil al-Qur'ān* atau *tafsīr* itu sendiri²² yang berangkat dari karakteristik esensial dari bahasa Arab, yaitu; 1) Sistem akar kata (*root system*); 2) Struktur medan semantik (*semantic field*); dan 3) Kodifikasi ketetapan semantiknya (*semantic permanence*).²³ Oleh karena itu, menurut al-Attas bahwa bahasa Arab itu bersifat saintifik karena makna yang tepat dari kosakata maupun konsepnya tidak bersifat relatif dan senantiasa berubah.²⁴

Penelitian terdahulu yang membahas tentang tema

¹⁹ Salina Ahmad, "Al-Attas on Language and Thought: Its Relation to Worldview, Change and Translation," *TAFHIM: IKIM Journal of Islam and the Contemporary World* 12, no. No. 2 (2019): 83–97.

²⁰ Salina Ahmad, "Al-Attas' Semantic Analysis in Tafsīr: With Special Reference to On Justice and the Nature of Man," in *Persidangan Antarabangsa Pandangan Alam Dan Peradaban on the 8th to 10th*, 2019, 1–28.

²¹ Nur Shadiq Sandimula, "Analisis Semantik Atas Kata 'Thayyibah' Dalam Al-Qur'an," *AL QUDS : Jurnal Studi Alquran Dan Hadis* 6, no. 2 (2022): 759, <https://doi.org/10.29240/alquds.v6i2.3324>.

²² Ahmad, "Al-Attas' Semantic Analysis in Tafsīr: With Special Reference to On Justice and the Nature of Man."

²³ Syed Muhammad Naquib Al-Attas, *The Concept of Education in Islam* (Kuala Lumpur: Ta'dib International, 2018), 2.

²⁴ Wan Mohd Nor Wan Daud, *The Educational Philosophy and Practice of Syed Naquib Al-Attas* (Kuala Lumpur: International Institute of Islamic Thought and Civilization (ISTAC), 1998), 330, 333.

flexing pada umumnya dapat diklasifikasi menjadi dua dari aspek tinjauan, yaitu pertama ditinjau dari kajian ilmu sosial dan komunikasi, seperti: 1) Kajian Pakpahan dan Yoesgiantoro yaitu Analisa Pengaruh *Flexing* Di Media Sosial Terhadap Kehidupan Masyarakat²⁵; 2) Pohan, Munawarah dan Sinuraya yang berjudul Fenomena *Flexing* Di Media Sosial Dalam Menaikkan Popularitas Diri Sebagai Gaya Hidup²⁶; dan 3) Penelitian Yuwita, Mauhibatillah dan 'Ulyah yang bertajuk Dramaturgi: Budaya *Flexing* Berkedok Penipuan di Media Sosial (Studi Kasus Indra Kenz dan Doni Salmanan)²⁷. Kedua ditinjau dari kajian keislaman yang mencakup etika Islam, ekonomi Islam, dan Hadits, seperti: 1) Penelitian Mardiah yang berjudul Fenomena *Flexing*: Pamer di Media Sosial dalam Perspektif Etika Islam²⁸; 2) Penelitian Fatimah dan Putri yang berjudul *Flexing*: Fenomena Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam²⁹; 3) Mustamin yang meneliti tentang Fenomena *Flexing* sebagai permasalahan ekonomi ditinjau dari persepektif Ekonomi Islam³⁰; dan 4) Darmalaksana yang berjudul Studi *Flexing* dalam Pandangan Hadis dengan Metode Tematik dan Analisis Etika Media Sosial.³¹ Berdasarkan uraian ini, maka telah nampak posisi penelitian ini dari aspek *novelty*, bahwa penelitian ini berfokus pada analisis semantik al-Qur'an

²⁵ Pakpahan and Yoesgiantoro, "Analisa Pengaruh Flexing Di Media Sosial Terhadap Kehidupan Masyarakat."

²⁶ Pohan, Munawarah, and Sinuraya, "Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Menaikkan Popularitas Diri Sebagai Gaya Hidup."

²⁷ Yuwita, Mauhibatillah, and 'Ulyah, "Dramaturgi: Budaya Flexing Berkedok Penipuan Di Media Sosial (Studi Kasus Indra Kenz Dan Doni Salmanan)."

²⁸ Mardiah, "Fenomena Flexing: Pamer Di Media Sosial Dalam Perspektif Etika Islam."

²⁹ Fatimah and Putri, "Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam."

³⁰ Yuliana Mustamin, "Fenomena Flaxing Dalam Perspektif Ekonomi Islam," *Kodifikasi* 16, no. 2 (2022): 88–100, <https://doi.org/10.21154/kodifikasi.v16i2.4899>.

³¹ Wahyudin Darmalaksana, "Studi Flexing Dalam Pandangan Hadis Dengan Metode Tematik Dan Analisis Etika Media Sosial," in *Gunung Djati Conference Series*, vol. 8, 2022, 412–27, <https://conferences.uinsgd.ac.id/gdcs>.

yang digunakan untuk meneropong fenomena *flexing*.

Berkenaan dengan konteks penelitian, maka secara metodologis, penelitian ini menggunakan analisis semantik al-Qur'an yang dikembangkan al-Attas. Analisis secara semantik dilakukan secara *maudhū'i* yang berkenaan dengan tema psiko-ekonomi dalam ayat-ayat al-Qur'an.³² Analisis secara semantik atas terma dalam suatu ayat dapat menyingkapkan ragam korelasi makna dalam medan semantiknya yang pada gilirannya dapat dijadikan sebagai *framework* konseptual untuk membaca beragam fenomena-fenomena kontemporer yang dijadikan obyek kajian, seperti perilaku *flexing*. Riset ini bersifat interdisipliner karena melibatkan dua disiplin ilmu, yaitu studi al-Qur'an dan ekonomi Islam. Penelitian ini berkontribusi pada usaha untuk merevitalisasi kembali konsep penafsiran al-Qur'an secara semantik yang diasumsikan tidak mampu mengatasi ragam persoalan kontemporer dibandingkan model tafsir hermeneutik. Demikian pula, penelitian ini dapat berkontribusi dalam pengembangan ilmu Ekonomi Islam, karena hasil temuan penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar meta-ekonomi untuk membangun secara konseptual model perilaku ekonomi yang sejalan dengan pandangan Islam.

Pembahasan

Konsep Gaya Hidup Duniawi

Terma *al-ḥayāt al-dunyā* terdiri dari dua kata yaitu *al-ḥayāt* yang berarti kehidupan, dan *al-dunyā* yang berarti 'dunia'. Istilah ini di dalam al-Qur'an disebutkan sebanyak 63 (enam puluh tiga) kali yang tersebar dalam berbagai surat.³³

³² Yunahar Ilyas, *Kuliah Ulumul Qur'an* (Yogyakarta: Itqan Publishing, 2014), 282.

³³ Lihat QS. Al-Baqarah (2): 75, 76, 204 dan 212, Ali 'Imrān (3): 14, 117 dan 185, al-Nisā' (4): 74, 94, dan 109, al-An'ām (6): 29, 32, 70, 130, al-A'rāf (7): 32, 51, 152, al-Taubah (9): 38, 55, Yūnus (10): 7, 24, 64, 88, 98, Hūd (11): 15 al-Ra'd (13): 26, 34, Ibrāhīm (14): 3, 27, al-Nahl (16): 107, al-Kahf (18): 28, 45, 104, Ṭāhā (20): 72, 131, al-Mu'minūn (23): 33, 37, al-Nūr (24): 33, al-Qaṣaṣ (28):

al-Iṣḥāḥānī menjelaskan bahwa konteks ayat yang menyebut istilah *al-ḥayāt al-dunyā* merujuk pada karakteristik dan perihal kehidupan dunia (*al-a'rad al-dunyawiyyah*).³⁴ Sedangkan al-Jurjānī memaknai *al-ḥayāt al-dunyā* sebagai suatu gaya hidup yang memalingkan pelakunya dari akhirat.³⁵ Secara semantik, kata *al-dunyā* merujuk pada sifat dekat (*al-qarīb*) dan hina (*al-dināyah*). Dunia disebut dekat karena dunia merupakan alam yang dekat dibandingkan akhirat, adapun dunia disebut hina karena menggambarkan kehidupan rendahan semata untuk memenuhi kebutuhan nafsu rendahan manusia.³⁶

SMN al-Attas menjelaskan bahwa istilah al-Qur'an *al-ḥayāt al-dunyā* ini ekuivalen dengan konsep kehidupan sekuler yang berkembang dari peradaban Barat. Sekularisme yang dimaksud terdiri dari tiga elemen dasar yaitu: 1) Pembersihan unsur spiritual dari alam semesta; 2) De-sakralisasi politik dan pemerintahan; dan 3) Penghapusan nilai-nilai yang berasal dari agama.³⁷ Istilah *al-dunya* yang berasal dari kata *danā* yang bermakna sesuatu yang dekat (*qarīb*); maka dunia adalah sesuatu yang dekat dengan pengalaman inderawi dan akli manusia serta menjadi kesadaran berpikirnya.³⁸ Hal ini menunjukkan bahwa sekularisme telah menjadi cara berpikir masyarakat modern (*mode of thinking*) yang kemudian melahirkan tata cara

60, 61, 79, al-Ankabūt (29): 25, 64, al-Rūm (30): 7, Luqmān (31): 33, al-Aḥzāb (33): 28, Fāṭir (35): 5, al-Zumar (39): 26, Ghāfir (40): 39, 51, Fuṣṣilat (41): 16, 31, al-Syūrā (42): 38, al-Zukhrūf (43): 32, 35, al-Jāsiyah (45): 24, 35, al-Aḥqāf (46): 20, Muḥammad (47): 36, al-Najm (53): 29, al-Ḥadīd (57): 20, dan al-Nāzi'āt (79): 38, al-A'lā (87): 16.

³⁴ Al-Rāghib Al-Iṣḥāḥānī, *Mufradāt Alfāz Al-Qur'ān* (Damaskus: Dār al-Qalam, 2009), 269.

³⁵ al-Sayyid al-Syarīf Al-Jurjānī, *Al-Ta'rifāt* (Beirut: Dār al-Kutub al-Ilmiyyah, 2013), 83.

³⁶ Ibnu Manẓūr, *Lisān Al-Arab*, Juz 14 (Kairo: Dār al-Ma'ārif, 1990), 271-275.

³⁷ Nur Shadiq Sandimula, "De-Westernisasi Konsep Manusia: Menelaah Konsep Syed Naquib Al-Attas Tentang Hakikat Manusia," *Refleksi Jurnal Filsafat Dan Pemikiran Islam* 22, no. 2 (2023): 1–35, <https://doi.org/10.14421/ref.2022.2202-01>.

³⁸ Syed Muhammad Naquib Al-Attas, *Islam and Secularism* (Kuala Lumpur: Ta'dib International, 2019), 41.

dan gaya hidup yang hanya menekankan pada pentingnya kehidupan dunia, sebagaimana yang disebutkan dalam ayat berikut:

اعْلَمُوا أَنَّمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَهَوٌّ وَزِينَةٌ وَتَفَاخُرٌ بَيْنَكُمْ وَتَكَاثُرٌ فِي الْأَمْوَالِ وَالْأَوْلَادِ، كَمَثَلِ غَيْثٍ أَعْجَبَ الْكُفَّارَ تَبَاطُهُ ثُمَّ يَهِيْجُ فَتَرَاهُ مُصْفَرًّا ثُمَّ يَكُونُ حُطْمًا، وَفِي الْآخِرَةِ عَذَابٌ شَدِيدٌ وَمَغْفِرَةٌ مِّنَ اللَّهِ وَرِضْوَانٌ، وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا مَتَاعُ الْغُرُورِ.

Terjemahannya:

Ketahuiilah bahwa kehidupan dunia itu hanyalah permainan, kelengahan, perhiasan, dan saling bermegah-megahan di antara kamu serta berlomba-lomba dalam banyaknya harta dan anak keturunan. (Perumpamaannya adalah) seperti hujan yang tanamannya mengagumkan para petani, lalu mengering dan kamu lihat menguning, kemudian hancur. Di akhirat ada azab yang keras serta ampunan dari Allah dan keridaanNya. Kehidupan dunia (bagi orang-orang yang lengah) hanyalah kesenangan yang memperdaya.³⁹

Terkait konteks ayat QS. al-Ḥadīd [57]: 20 di atas, istilah *al-hayāt al-dunyā* merujuk pada suatu gaya hidup (*lifestyle*), yang dimaknai sebagai tata cara hidup (*mode of living*) yang distingtif dan terlihat dalam perilaku. Gaya hidup yang dimaksud di sini adalah gambaran perilaku (*behavior*) yang bersifat ekspresif dan terlihat dari diri manusia secara individual maupun kolektif, termasuk di dalamnya adalah sikap (*attitude*) dan nilai (*value*) kehidupan yang dianut.⁴⁰ Oleh karena itu, istilah *al-hayāt* dengan predikat *al-dunyā* juga dapat dimaknai sebagai suatu gaya hidup yang rendahan (*lowly lifestyle*) dalam pandangan al-Qur'an, sebab predikat dunia yang dimaksud bermakna *dināyah*

³⁹ Tim Penyempurnaan Penerjemahan Al-Qur'an, *Al-Qur'an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019* (Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf al-Qur'an, 2019), 798.

⁴⁰ Michael E. Sobel, *Lifestyle and Social Structure* (New York: Academic Press, 1981), 28.

(kehinaan), sebab perkara-perkara yang disebutkan termasuk perkara yang rendahan (*muḥaqqarāt*) menurut al-Qur'an.

Berdasarkan hal itu, maka cara berpikir sekuler melahirkan suatu gaya hidup yang dianggap tercela dalam pandangan dunia al-Qur'an. Gaya hidup ini muncul dari dieksploitasinya sisi kebinatangan manusia *nafs ḥayawaniyyah* yang membuat jiwa manusia terus menuntut untuk memenuhi segala hasrat dan syahwat badaniah. Jiwa manusia dalam keadaan ini disebut dengan *al-nafs al-'ammārah bi al-sū'* yaitu jiwa yang senantiasa menyuruh untuk melakukan perbuatan buruk, serta terus gundah untuk memenuhi hasrat yang tidak terpuaskan itu.⁴¹ Kondisi ini melahirkan suatu gaya hidup (*mode of living*) yang menekankan pada aspek kebendaan dan pemenuhan nafsu syahwat.

Karakteristik Gaya Hidup Rendahan

Gaya hidup rendahan (*muḥaqqarāt*) yang disebutkan dalam QS. Al-Ḥadīd [57]: 20 adalah merujuk pada perilaku hidup yang hanya diisi dengan *la'ib* (perkara yang tidak ada manfaatnya), *lahw* (perkara yang melalaikan), *zīnah* (perkara yang nampak menyenangkan), *tafākḥur* (saling membanggakan diri), dan *takāṣur* (saling berlomba-lomba mengumpulkan banyak harta).⁴² Ibn Asyūr menjelaskan bahwa lima hal ini merupakan perkara yang pada umumnya dilakukan oleh manusia, dan perkara-perkara ini menyebabkan mereka mengabaikan perilaku yang terpuji dan tercebur dalam urusan-urusan yang tercela. Perkara-perkara ini merupakan tipikal kehidupan masyarakat pada umumnya, dan hal tersebut mencerminkan gaya hidup setiap fase kehidupan manusia,

⁴¹ Hasan Al-Syarqawi, *Mu'jam Alfazh Al-Sufiyyah* (Kairo: Muassasah Mukhtar, 1987), 271.

⁴² Jārullah Abū Qāsim Maḥmūd Al-Zamakhsharī, *Al-Kaṣṣāf an Ḥaqāiq Ghawāmiḍ Al-Tanzīl Wa 'Uyūn Al-Aqāwīl Fi Wujūh Al-Ta'wīl*, Juz 6 (Riyadh: Maktabah Ubeykān, 1998), 39.

mulai dari balita (*la'ib*), kanak-kanak (*lahw*), remaja (*zīnah*), dewasa (*tafākhur*), hingga orangtua (*takāsur*).⁴³ Lima istilah ini merujuk pada karakteristik dasar dari kehidupan dunia yang rendahan. Analisis secara semantik dapat menguraikan hakekat spektrum maknanya dalam satu kesatuan bersama ayat-ayat lain yang memiliki relevansi dan diksi yang serupa.

Pertama, Permainan (La'ib)

Istilah *la'ib* merupakan bentuk infinitif (*maṣdar*) dari akar *lam-'ain-ba'* yang bermakna suatu perbuatan yang dilakukan tanpa kesungguhan (*ḍidd al-jidd*). Hal tersebut dapat dimaknai sebagai suatu perbuatan yang dilakukan yang tidak mengandung manfaat sama sekali.⁴⁴ Seseorang disebut *lā'ib* (bermain) jika dia melakukan suatu perbuatan tanpa tujuan yang sah dan jelas⁴⁵, oleh karena itu ekspresi ini digunakan untuk merujuk pada perilaku anak balita yang melakukan suatu hal sampai bosan yang tidak memiliki makna sama sekali.⁴⁶ Derivatnya yang lain dari akar kata ini adalah *la'āb* yang bermakna air liur yang mengalir seperti anak balita. Demikian pula terdapat pecahan katanya yang lain yaitu *lu'bah* yang dapat dimaknai orang pandir yang dapat dikendalikan.⁴⁷ Oleh karena itu, secara semantik, ekspresi *la'ib* merepresentasikan kondisi serta sikap anak balita yang melakukan hal secara acak tanpa tujuan apapun.

Ibn Asyūr menjelaskan lebih rinci konteks kata *la'ib* dalam al-Qur'an merujuk pada suatu perkataan atau perbuatan berupa permainan yang dimaksudkan untuk semata menghabiskan waktu atau menghilangkan rasa kesepian, keheningan, dan kebosanan, atau dilakukan untuk sekedar memperoleh rasa

⁴³ Ibnu Asyūr, *Tafsīr Al-Taḥrīr Wa Al-Tanwīr*, Juz 27 (Tūnis: Dār al-Tūnisiyyah, 1984), 401.

⁴⁴ Manẓur, *Lisān Al-Arab*, Juz 1, 739.

⁴⁵ Al-Iṣḥāḥānī, *Mufradāt Alfāz Al-Qur'ān*, 741.

⁴⁶ Al-Jurjānī, *Al-Ta'rīfāt*, 161.

⁴⁷ Majd al-Dīn Muḥammad bin Ya'qūb al-Fayrūz Abadi, *Al-Qāmūs Al-Muḥīṭ* (Damaskus: Muassasah al-Risālah, 1998), 134.

senang dan bahagia sesaat. Perbuatan ini biasanya dilakukan oleh anak balita yang belum mencapai kesadaran diri. Jika perbuatan ini dilakukan oleh selain balita secara berlebihan, maka hal ini termasuk penyalahgunaan fungsi akal. Dalam al-Qur'an, perbuatan ini dianggap sebagai gaya hidup manusia pada umumnya di dunia.⁴⁸ Al-Qur'an tatkala mengungkapkan istilah ini, biasanya diurutkan secara bergantian dengan ungkapan setelahnya yaitu *lahw* (senda gurau), misalnya seperti yang disebutkan dalam QS. al-Ankabūt [29]: 64⁴⁹ dan Muḥammad [47]: 36⁵⁰. Sebab secara semantik kedua istilah ini sering dipertukarkan untuk merujuk makna umum yang sama, yaitu suatu perbuatan sia-sia (*'abaṣ*).⁵¹ Kedua ayat tersebut membicarakan tentang realitas kehidupan dunia dalam konteks meremehkan (*taṣṣīr*), sebab kehidupan dunia adalah sesuatu yang lekas hilang dan bersifat sementara.

Kedua, Senda Gurau (Lahw)

Kata *lahw* berasal dari akar *lam-ha'-wawu* yang mengandung medan makna segala sesuatu yang melalaikan (*ghaflah*). Bentuk pecahannya seperti kata *talāha* yang bermakna suatu usaha menghibur diri, dan *al-ulhūwwah* yang berarti sesuatu yang dapat menghibur seperti alat musik, wanita, anak-anak, serta apa saja yang dapat memberikan kepuasan.⁵² Berdasarkan hal itu, secara semantik kata *lahw* bermakna apa saja yang dapat memalingkan manusia dari hal yang penting baginya serta membuatnya lalai darinya⁵³, sedangkan perkara-perkara yang melalaikan itu adalah apa saja yang dapat mendatangkan kelezatan badaniah yang bersifat sementara.⁵⁴

⁴⁸ Asyūr, *Tafsīr Al-Taḥrīr Wa Al-Tanwīr*, Juz 27, 401, 402.

⁴⁹ QS. al-Ankabūt (29): 64 yang berbunyi: (وَمَا هَذِهِ الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَهْوٌ وَلَعِبٌ).

⁵⁰ QS. Muḥammad (47): 36 yang berbunyi: (إِنَّمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَلَهْوٌ).

⁵¹ Manẓūr, *Lisān Al-Arab*, Juz 15, 259.

⁵² Manẓūr, *Lisān Al-Arab*, Juz 15, 258-259.

⁵³ Al-Isfahānī, *Mufradāt Alfāz Al-Qur'ān*, 748.

⁵⁴ Al-Jurjānī, *Al-Ta'rifāt*, 163.

Perbedaannya dengan kata *la'ib* adalah dari sisi pelaku yang melakukan suatu perkara; kalau pelaku *la'ib* adalah orang yang belum mencapai kesadaran diri, maka seluruh perbuatannya secara asal memang tidak bermakna. Sedangkan kata *lahw* merupakan predikat pada suatu perbuatan yang dilakukan oleh orang yang telah memiliki kesadaran diri, akan tetapi membuatnya terpalang dari makna dan tujuan utamanya. Ibn Asyūr menguraikan bahwa kata *lahw* itu merujuk pada suatu ucapan atau perbuatan yang tujuannya semata untuk mencapai kepuasan jiwa, dan pada saat yang bersamaan dapat memalingkannya atau membuatnya lupa dari kepedihan yang dihasilkan dari kelelahan jasad, kesedihan, atau duka.⁵⁵

Perbuatan menyibukan diri pada perkara yang sementara berupa permainan dan kesia-siaan disifatkan oleh al-Qur'an sebagai sesuatu yang memperdaya dengan istilah *ghurūr*, sebagaimana yang dinyatakan oleh ayat berikut:

...الذين اتخذوا دينهم لعبا ولهوا و غرهم الحياة الدنيا⁵⁶.

Al-Qurtūbī menjelaskan bahwa dunia memperdaya manusia melalui gaya hidup untuk memenuhi kesenangan yang sementara, sebab mereka hanya melihat pada aspek kebendaan dari kehidupan dunia yang memikat bagi jiwa syahwatnya.⁵⁷ Oleh karena itu kehidupan dunia juga disebut dengan *matā'* (kesenangan). Istilah *matā'* di dalam al-Qur'an merujuk pada kesenangan atau kemanfaatan yang bersifat sementara di dunia dibandingkan dengan di akhirat, sebagaimana dalam QS al-Qaṣaṣ [28]: 60 berikut:

و ما أوتيتم من شيء فمتاع الحياة الدنيا و زينتها و ما عند الله خير و أبقى.

Berdasarkan akar katanya *mim-ta'-'ain*, istilah *matā'* mengandung medan makna yang berkenaan dengan durasi

55 Asyūr, *Tafsīr Al-Tahrīr Wa Al-Tanwīr*, Juz 27, 402.

56 QS. al-An'ām (6): 70.

57 Abdullāh bin Aḥmad Al-Qurtūbī, *Al-Jāmi' Li Aḥkām Al-Qur'ān*, Juz 8 (Beirut: Muassasah al-Risalah, 2006), 424.

atau ukuran. Istilah ini dapat juga bermakna perabot yang dapat dimanfaatkan yang ada di rumah. Derivatnya yang lain adalah kata *mut'ah* yang berarti suatu pemberian yang diberikan kepada istri yang diceraikan untuk digunakan dalam masa idahnya.⁵⁸ Istilah *matā'* menggambarkan suatu kemanfaatan yang diperoleh manusia yang sebagai suatu standar nilainya, baik dinilai berdasarkan masa penggunaan ataupun jumlah atau ukuran benda, seperti perhiasan hasil tambang.⁵⁹ Dari sini istilah ini terkait dengan istilah berikut dalam QS. al-Ḥadīd [57]: 20, yaitu *zīnah* yang bermakna perhiasan.

Ketiga, Perhiasan (Zīnah)

Ungkapan *zīnah* berasal dari akar *zay-ya'-nun* yang mengandung makna 'menghiasi' atau 'membuat nampak indah'. Bentuk infinitif dari istilah ini adalah *zayn* yang bermakna 'bagus atau indah'. Ibn Manẓūr dalam *Lisān al-'Arab* menjelaskan bahwa istilah *al-zīnah* itu adalah kata benda yang bersifat meliputi (*ism jāmi'*) segala sesuatu yang dapat dijadikan perhiasan agar yang dihias dapat terlihat indah.⁶⁰ Segala hal yang tujuannya adalah untuk memperindah suatu benda atau tempat agar supaya enak dipandang oleh manusia disebut dengan *zīnah*, dan merupakan watak dasar manusia untuk menyukai segala hal yang indah dan menyenangkan jika dipandang. Sesuatu yang pada umumnya diperindah dalam kehidupan dunia adalah berkenaan dengan tempat tinggal (*mansion*) dan gaya berpakaian (*fashion*).⁶¹

Secara umum, kata *zīnah* merujuk pada tiga konsep; 1) *zīnah nafsīyyah* seperti ilmu, adab, dan akhlak yang baik; 2) *zīnah badaniyyah* seperti kesehatan tubuh, tingginya postur, dan kekuatan fisik; dan 3) *zīnah khārijiyyah* seperti pangkat, jabatan,

⁵⁸ Al-Iṣfahānī, *Mufradāt Alfāz Al-Qur'ān*, 757.

⁵⁹ al-Ḥusain bin Muḥammad Al-Dāmighānī, *Iṣlāḥ Al-Wujūh Wa Al-Nazāir Fi Al-Qur'ān Al-Karīm* (Beirut: Dar al-Ilm li al-Malayin, 1983), 427.

⁶⁰ Manẓūr, *Lisān Al-Arab*, Juz 13, 201-202.

⁶¹ Asyūr, *Tafsīr Al-Taḥrīr Wa Al-Tanwīr*, Juz 27, 402.

dan harta.⁶² Dalam QS. al-Ḥadīd [57]: 20, diksi *zīnah* yang dimaksud dalam ayat tersebut adalah *zīnah khārijīyyah*, sebab istilah tersebut terkait dengan konsep *matā'* yang dalam QS. Ali 'Imrān [3]: 14 terdiri dari ragam kesenangan dan kepuasan syahwat:

زِين للناس حب الشهوات من النساء و البنين و القناطير المقنطرة من الذهب
و الفضة و الخيل المسومة و الأنعام و الحرث، ذلك متاع الحياة الدنيا و الله
عنده حسن المآب.

Ayat ini menunjukkan bahwa Allah telah membuat beberapa perkara menjadi indah (*zuyyina*) dalam pandangan syahwat manusia. Syahwat adalah apa saja yang dapat memuaskan nafsu serta adanya kecondongan dan keinginan untuk menikmatinya.⁶³ Diantaranya adalah wanita sebagai pasangan hidup, anak-anak sebagai penerus keturunan, harta yang banyak berupa emas dan perak, kendaraan yang bagus, aset berupa hewan ternak dan pertanian serta perkebunan. Kemudian dalam konteks ayat di atas, semua yang disebutkan jatuh dalam sifat *matā'* (kesenangan sementara) di dunia.⁶⁴

Jika perkara-perkara ini membuat manusia lalai dari mengingat Tuhan dan adanya kehidupan akhirat, maka sikap ini dipandang tercela dalam Islam. Adapun al-Qur'an merendahkan ragam *zīnah* dalam kehidupan dunia ini bukan berasal dari substansinya melainkan dari sifat manusia yang terperdaya olehnya, hal tersebut diindikasikan dari ungkapan *matā' al-ghurūr* yang disebutkan pada akhir ayat QS al-Ḥadīd [57]: 20 yaitu:

وَمَا الْحَيَوةُ الدُّنْيَا إِلَّا مَتَاعُ الْغُرُورِ.

Segala jenis keinginan syahwat manusia ini yang menjadi

⁶² Al-Isfahānī, *Mufradāt Alfāz Al-Qur'ān*, 388.

⁶³ Wahbah Al-Zuhaylī, *Tafsīr Al-Munīr*, Juz 2 (Damaskus: Dār al-Fikr, 2009), 179.

⁶⁴ Al-Zuhaylī, *Tafsīr Al-Munīr*, Juz 2, 182.

obyek-obyek yang dibanggakan dan dikumpulkan sebanyak-banyak oleh manusia yang terkait dengan dua konsep setelah kata zīnah di dalam QS. al-Ḥadīd [57]: 20, yaitu tafākhur dan takāsur.

Keempat, Berbangga-bangga (Tafākhur)

Kata *tafākhur* berasal dari akar *fa'-kha'ra'* yang dalam bentuk infinitifnya *fakhr*, *fakhār* dan *fakhārah* mengandung makna kemuliaan (*'aẓm*), kebanggaan (*bahā'*) dan kesombongan (*takabbur*). *Tafākhur* merupakan bentuk wazan *tafā'ul* yang mengandung makna 'saling', sehingga ungkapan ini dimaknai sebagai suatu perbuatan saling membangga-banggakan dan menyombongkan diri (*ta'āzum*). Orang yang membanggakan diri disebut *fakhūr* yang bermakna orang yang angkuh (*mutakabbir*).⁶⁵ Dalam konteks al-Qur'an, istilah ini digunakan untuk merujuk pada suatu sikap membanggakan diri melalui perkara-perkara luaran yang dianggap menarik dalam pandangan syahwat manusia (*zīnah khārijiyyah*).⁶⁶ Perilaku ini menggambarkan gaya hidup manusia pada umumnya di dunia, sikap membanggakan diri dan angkuh sehingga dapat melahirkan rasa iri dan dengki.⁶⁷

Kemudian kenikmatan dan kebahagiaan yang muncul dengan dipuaskannya nafsu syahwat dalam terma al-Qur'an disebut dengan *farḥ*.⁶⁸ Di sini ekspresi *tafākhur* di dalam al-Qur'an terkait dengan makna *farḥ* dalam ayat QS. al-Ra'd [13]: 26 yang berbunyi:

و فرحوا بالحياة الدنيا.

Istilah *farḥ* di sini bermakna kesenangan sesaat dan pada umumnya hal tersebut berkenaan dengan kesenangan

⁶⁵ Manẓur, *Lisān Al-Arab*, Juz 5, 48-49.

⁶⁶ Al-Iṣfahānī, *Mufradāt Alfāz Al-Qur'ān*, 627.

⁶⁷ Asyūr, *Tafsīr Al-Tahrīr Wa Al-Tanwīr*, Juz 27, 402.

⁶⁸ Al-Jurjānī, *Al-Ta'rīfāt*, 138.

jasmani dan duniawi.⁶⁹ Dalam ayat di atas kata *farḥ* bermakna rela (*riḍā*) dan bahagia (*surūr*) dengan gaya hidup duniawi yang rendah; dimana kebahagiaan itu diekspresikan dengan suatu kesenangan yang melampaui batas dengan berupa sikap sombong dan kufur nikmat, hal tersebut sebagaimana yang disinggung dalam QS Hūd [11]: 10 dengan redaksi:

إنه لفرح فخور.^{٧٠}

Menurut al-Qurṭubī, bahwa kegembiraan yang melampaui batas (*farḥ*) diekspresikan dengan aktivitas yang tidak bermakna dan sia-sia seperti yang juga terkandung dalam makna ungkapan *la'ib* dan *lahw*.⁷¹ Oleh karena itu di dalam al-Qur'an, Allah mengecam sikap berbahagia secara berlebih-lebihan dan melampaui batas yang diekspresikan dengan menggunakan istilah *farḥ*.⁷² Menurut al-Iṣfahānī bahwa Allah mengecam seluruh bentuk kebahagiaan sementara (*farḥ*) kecuali dalam dua ayat yang terkait dengan kebahagiaan tatkala memperoleh karunia dan pahala dari Tuhan.⁷³

Kelima, Berbanyak-banyak Kepemilikan (Takāṣur)

Istilah *takāṣur* berasal dari akar *kaf-ṣā'-ra'* yang bentuk infinitifnya adalah *kaṣrah* yang bermakna jumlah banyak (*ḍidd al-qall*). Istilah ini biasanya digunakan untuk merujuk pada obyek yang dapat dibagi dan dihitung (*al-kammiyyah al-munfaṣilah*).⁷⁴ Bentuk kata sifatnya adalah *kaṣīr* yang bermakna (sifat) banyak. Biasanya konteks dari kata ini merujuk pada banyaknya harta atau kepemilikan (*possession*) seperti ungkapan

⁶⁹ Al-Iṣfahānī, *Mufradāt Alfāz Al-Qur'ān*, 628.

⁷⁰ al-Ḥusain bin Muḥammad Al-Dāmighānī, *Iṣlāḥ Al-Wujūh Wa Al-Nazā'ir Fī Al-Qur'ān Al-Karīm* (Beirut: Dār al-Ilm li al-Malāyīn, 1983), 353.

⁷¹ Abdullāh bin Aḥmad Al-Qurṭubī, *Al-Jāmi' Li Aḥkām Al-Qur'ān*, Juz 8 (Beirut: Muassasah al-Risalah, 2006), 423.

⁷² QS. al-Qaṣaṣ (28): 76 yang berbunyi: (إن الله لا يحب الفرحين)

⁷³ Al-Iṣfahānī, *Mufradāt Alfāz Al-Qur'ān*, 628.

⁷⁴ Al-Iṣfahānī, *Mufradāt Alfāz Al-Qur'ān*, 703.

rajūl mukšir yakni orang yang banyak harta.⁷⁵ Sedangkan istilah *takāsur* mengandung makna *tafākhur* yang berarti saling membanggakan harta yang banyak.⁷⁶ Sikap membanggakan banyaknya harta tersebut dilakukan dalam bentuk persaingan (*tabārī*) antar individu dengan yang lainnya.⁷⁷ Dalam konteks QS. al-Ḥadīd [57]: 20, ekspresi *takāsur* dalam bentuk wazan *tafā'ul* memberikan implikasi makna superlatif (*mubālaghah*), yaitu adanya suatu persaingan untuk saling mengunggulkan banyaknya harta dengan orang lain.⁷⁸

Persaingan dalam memperbanyak harta di antara manusia dalam ayat tersebut terkait dengan sifatnya sebagai suatu hal yang dapat memalingkan dari hal yang penting dalam kehidupan dunia. Konteks ini terlihat dari korelasi makna kata *takāsur* pada QS. al-Takāsur [102]: 1 yang terdapat redaksi *alhākum* yang merupakan bentuk kata kerja transitif (*muta'addī*) dari kata *lahw* sebagai berikut:

أَلْهَاكُمُ التَّكَاثُرُ.

Al-Zamakhsharī dalam *Tafsīr al-Kasysyāf* menjelaskan bahwa persaingan dan membanggakan diri dengan banyaknya harta dapat memalingkan manusia dari perkara yang penting. Sedangkan obyek yang banyak yang memperdaya manusia itu adalah harta benda (*al-amwāl*) dan anak-anak (*al-awlād*) sebagaimana konteks QS. al-Ḥadīd [57]: 20.⁷⁹ Dalam suatu riwayat yang dikutip oleh Ibn Manẓūr dalam *Lisān al-'Arab* bahwa makna *takāsur* di dalam ayat ini adalah *tafākhur*, sebab perilaku tercela bukan berasal dari substansi banyaknya harta, melainkan dari sikap dan gaya hidup memamerkan pencapaian

⁷⁵ Manẓūr, *Lisān Al-Arab*, Juz 5, 132.

⁷⁶ Manẓūr, *Lisān Al-Arab*, Juz 5, 132.

⁷⁷ Al-Iṣfahānī, *Mufradāt Alfāz Al-Qur'ān*, 703.

⁷⁸ Asyūr, *Tafsīr Al-Tahrīr Wa Al-Tanwīr*, Juz 27, 402.

⁷⁹ Jārullah Abū Qāsim Maḥmūd Al-Zamakhsharī, *Al-Kaṣṣāf an Ḥaqāiq Ḥawāmīd Al-Tanzīl Wa 'Uyūn Al-Aqāwīl Fī Wujūh Al-Ta'wīl*, Juz 6, 424.

diri yang tercela dalam pandangan al-Qur'an.⁸⁰ Sedangkan dalam konteks al-Qur'an gaya hidup tersebut dianggap tercela sebab melalaikan manusia dari mengingat Tuhan dan kehidupan di akhirat

Perilaku ini berimplikasi pada munculnya suatu pola konsumsi yang disebutkan di dalam al-Qur'an sebagai *isrāf* yaitu setiap sikap yang melampaui batas yang dilakukan oleh manusia, yang biasanya istilah ini merujuk pada suatu perilaku konsumtif.⁸¹ Termasuk pula *tabzīr* yaitu penyalahgunaan harta dengan digunakan pada perkara yang tidak bermanfaat.⁸² Bahkan perilaku ini juga dianggap sebagai *ifsād* yaitu suatu perilaku menyimpang dari rambu-rambu agama dan etika.⁸³ Seluruh makna dari istilah-istilah ini telah tercakup dalam terma *takāsur*, sehingga perilaku ini dianggap tercela karena melalaikan manusia dari ketentuan dan aturan agama.

Medan Semantik *al-Ḥayāt al-Dunyā*

Berdasarkan uraian dari makna setiap kata kunci dalam QS. Al-Ḥadīd [57]: 20 dalam konteks kehidupan dunia yang rendah, maka terdapat jaringan makna yang menghubungkan antara satu konsep dengan konsep yang lain dari ragam istilah tersebut yang disebut al-Attas sebagai *semantic gestalt* (suatu susunan yang memiliki pola makna).⁸⁴ Jaringan makna ini menciptakan suatu medan semantik yang menjalin seluruh makna dalam suatu lingkup makna. Medan semantik ini terdiri dari ragam kata kunci yang terhimpun dalam suatu kata kunci tertentu.⁸⁵ Disamping itu, setiap makna itu memiliki relasi yang menunjukkan kesepaduan konseptual dari terma utamanya.

⁸⁰ Manẓur, *Lisān Al-Arab*, Juz 5, 132.

⁸¹ Al-Iṣḥāḥānī, *Mufradāt Alfāz Al-Qur'ān*, 407.

⁸² Al-Iṣḥāḥānī, *Mufradāt Alfāz Al-Qur'ān*, 114.

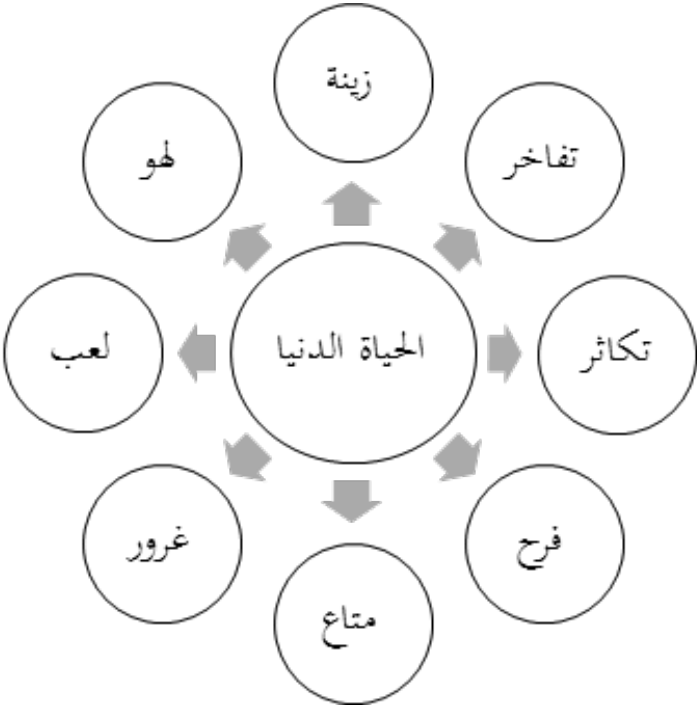
⁸³ Al-Iṣḥāḥānī, *Mufradāt Alfāz Al-Qur'ān*, 636.

⁸⁴ Ahmad, "Al-Attas' Semantic Analysis in Tafsīr : With Special Reference to On Justice and the Nature of Man."

⁸⁵ Ahmad.

Terma *al-ḥayāt al-dunyā* dalam konteks QS. Al-Ḥadīd [57]: 20 di atas mengandung beberapa makna yang direpresentasikan dengan kata kuncinya masing-masing, seperti *la'ib*, *lahw*, *zīnah*, *tafākhur*, *takāsur*, *matā'*, dan *ghurūr*. Kemudian ayat ini juga mengandung makna *farḥ* sebagai bagian dari jejaring medan semantik karena mengacu pada QS. al-Ra'd [13]: 26 tentang *al-ḥayāt al-dunyā*. Seluruh makna ini terhimpun dalam satu konsep *al-ḥayāt al-dunyā*. Hal tersebut dapat terlihat dalam diagram berikut:

Diagram 1
Medan Semantik al-Ḥayāt al-Dunyā (lowly life)



Sumber: Olahan Mandiri (2023)

Diagram di atas menunjukan bahwa terma *al-ḥayāt al-dunyā* yang merujuk pada gaya hidup (*mode of living*) rendahan

yang direpresentasikan salah satu makna semantiknya yaitu *diyānah*. Istilah tersebut mengandung elemen-elemen yang memiliki korelasi secara semantik antara satu dengan yang lainnya; memberikan implikasi medan semantik dari konsep kehidupan dunia dalam *welt-anschauung* (pandangan dunia) al-Qur'an. Berdasarkan ketetapan semantik ini, maka gaya hidup yang hanya diisi dengan permainan, senda gurau semata, perkara yang memikat syahwat manusia, berbangga-bangga, berlomba-lomba banyaknya harta, serta kesenangan sesaat, semuanya merupakan perkara sementara yang dianggap rendah dalam pandangan al-Qur'an, dan hal tersebut mencerminkan gaya hidup orang-orang yang tidak beriman pada kehidupan akhirat.

Flexing sebagai Gaya Hidup Duniawi

Kata *flexing* secara bahasa berasal dari bahasa Inggris yang bermakna '*bend*' (bengkok) dalam pengertian sendi yang dibengkokkan, dan dapat juga bermakna '*demonstrate*' (menunjukkan). Sebagai kata benda (*noun*) kata ini dapat bermakna secara formal '*flexlibility*'. Sedangkan pengertian informal dari istilah ini adalah '*an act of bragging and showing off*' (suatu perbuatan memamerkan).⁸⁶ Istilah ini banyak disebut di dunia maya, dengan adanya kemunculan para orang-orang yang terlampau kaya yang disebut dengan '*crazy rich*' memamerkan kekayaan (*flexing*) berupa barang-barang mewah dan mahal.⁸⁷ Di Indonesia misalnya, para selebritis dan artis yang mempunyai kekayaan fantastis mendapat julukan '*sultan*' yang konotasinya merujuk pada akumulasi kekayaan yang besar layaknya seorang raja.⁸⁸ Pada dasarnya

⁸⁶ Merriem-webster.com, "Flex," accessed August 1, 2023, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/flexing>.

⁸⁷ Mardiah, "Fenomena Flexing: Pamer Di Media Sosial Dalam Perspektif Etika Islam."

⁸⁸ Lubis and Sazali, "Analysis of the Flexing Phenomenon on Social Media from an Islamic Perspective."

perilaku memamerkan harta ini bertujuan untuk memperoleh pengakuan publik, terutama di media sosial, bahkan tidak jarang para *crazy rich* atau ‘sultan’ palsu melakukan tindakan ini untuk memanipulasi publik media sosial.⁸⁹

Sebab adanya budaya *flexing* di media sosial, maka mengakibatkan munculnya wabah sosial, sebagai berikut; 1) Rasa iri dan dengki dari masyarakat umum; 2) Meningkatkan hutang atas kebutuhan yang tidak penting; dan 3) Menciptakan imitasi dan peniruan gaya hidup palsu.⁹⁰ Perilaku ini berasal dari gaya hidup Barat berupa materialisme, konsumerisme, dan hedonisme yang semuanya berpangkal pada cara pandang sekuler, bahwa manusia berhak memutuskan setiap urusannya tanpa dipengaruhi dan dikekang oleh otoritas agama dan Tuhan.⁹¹ Penekanan pada pemuasan hasrat diri secara berlebihan merupakan gaya hidup yang hanya memperturut hawa nafsu rendah; yang dalam terma al-Qur’an disebut dengan *al-ḥayāt al-dunyā* atau gaya hidup rendah (*lowly lifestyle*).

Perilaku ini sangat sesuai dengan apa yang disebut dalam al-Qur’an sebagai *tafākhur* dan *takāsur* yaitu persaingan dalam memamerkan banyak harta untuk mendapatkan pengakuan di tengah-tengah masyarakat. Dampak dari perilaku ini memunculkan suatu pola konsumsi yang tercela berupa konsumsi secara berlebihan dan penyalahgunaan harta yang disebut *isrāf*, *tabzīr*, dan *ifsād*. Sebagai suatu persaingan, maka perilaku ini disebut dengan *la’ib* dan *lahw*, karena perilaku ini memiliki tujuan yang tidak sah dan tidak jelas dalam pandangan al-Qur’an. Apa yang diperlombakan adalah berupa ragam kesenangan duniawi yang disebut dengan *zīnah* dan *matā’*, sedangkan apa yang dicapai dari memperoleh

⁸⁹ Yuwita, Mauhibatillah, and ‘Ulyah, “Dramaturgi: Budaya Flexing Berkedok Penipuan Di Media Sosial (Studi Kasus Indra Kenz Dan Doni Salmanan).”

⁹⁰ Putri, Mumtazah, and Agustin, “The Influence of Social Media on Flexing Culture Phenomenon in Indonesian Society.”

⁹¹ Sandimula, “De-Westernisasi Konsep Manusia: Menelaah Konsep Syed Naquib Al-Attas Tentang Hakikat Manusia.”

segala kesenangan duniawi hanya bersifat *farḥ* (kebahagiaan sementara) dan *ghurūr* (memperdaya).

Oleh karena itu, tepat untuk dikatakan bahwa perilaku *flexing* merupakan gaya hidup yang tercela di dalam al-Qur'an yang disebut dengan *al-ḥayāt al-dunyā* atau gaya hidup duniawi yang memperdaya manusia dari tujuan asalnya sebagai hamba Tuhan dan penduduk kampung akhirat. Dalam perspektif al-Qur'an, *flexing* adalah perilaku buruk yang berasal dari eksploitasi sisi jiwa rendahan manusia (*al-naḥs al-ammārah bi al-sū'*). Hal ini karena perilaku ini memberikan dampak psiko-sosio-ekonomi yang buruk bagi masyarakat yang terpengaruhi olehnya berupa konsumsi berlebihan (*over-consumption*), ketidak-puasan hasrat (*endless yearning*), dan kegundahan terus-menerus (*perpetual anxiety*).

Kesimpulan

Perilaku *flexing* merupakan gambaran perilaku memamerkan harta kekayaan untuk mendapatkan pengakuan dan apresiasi publik. Perilaku ini lahir dari kecenderungan konsumerisme, materialisme, dan hedonisme yang merupakan buah dari gaya berpikir sekuler. Di dalam al-Qur'an perilaku seperti ini dideskripsikan secara komprehensif dalam ayat QS. Al-Ḥadīd [57]:20 yang disebut dengan *al-ḥayāt al-dunyā* atau gaya rendahan yang mengacu pada salah satu makna semantiknya yaitu *diyānah* (remeh/hina). Secara semantik istilah *al-ḥayāt al-dunyā* mengandung makna-makna yang merefleksikan gaya hidup yang dianggap remeh dan rendahan dalam pandangan al-Qur'an, yaitu *la'ib* (permainan), *lahw* (kesia-siaan), *zīnah* (perkara yang disukai syahwat), *tafākḥur* (berbangga-bangga diri di hadapan manusia), *takāṣur* (memamerkan kelimpahan harta pada manusia), *farḥ* (kebahagiaan sesaat), *matā'* (kesenangan sementara), dan *ghurūr* (sesuatu yang memperdaya). Maka dalam pandangan al-Qur'an, perilaku *flexing* merupakan gaya hidup yang tercela, sebab melalaikan manusia dari mengingat

Tuhan dan kehidupan akhirat.

Penelitian dengan menggunakan analisis semantik perlu dikembangkan mengingat banyak gagasan konseptual yang dapat digali melalui pendekatan ini di dalam al-Qur'an. Di samping itu, analisis semantik yang dikembangkan SMN al-Attas merupakan langkah yang paling awal dalam usaha untuk melakukan islamisasi ilmu-ilmu kontemporer berdasarkan *worldview* Islam. Proyek Islamisasi merupakan gagasan utama keberadaan institusi perguruan tinggi keagamaan Islam agar dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan keilmuan Islam di era kontemporer. Saran agar penelitian dalam studi Qur'an dapat dikorelasikan dengan disiplin ilmu kontemporer, baik ilmu alam maupun sosial, seperti ilmu ekonomi Islam. Sebab perkembangan keilmuan ekonomi Islam pada umumnya terfokus pada kajian keuangan Syariah, padahal banyak gagasan konseptual yang dapat digali di dalam al-Qur'an kemudian direlevansikan dengan isu-isu ekonomi kontemporer.

Daftar Pustaka

- Abadi, Majd al-Din Muhammad bin Ya'qub al-Fayruz. *Al-Qamus Al-Muhith*. Damaskus: Muassasah al-Risalah, 1998.
- Ahmad, Salina. "Al-Attas' Semantic Analysis in Tafsir : With Special Reference to On Justice and the Nature of Man." In *Persidangan Antarabangsa Pandangan Alam Dan Peradaban on the 8th to 10th*, 1–28, 2019.
- . "Al-Attas on Language and Thought: Its Relation to Worldview, Change and Translation." *TAFHIM: IKIM Journal of Islam and the Contemporary World* 12, no. No. 2 (2019): 83–97.
- Al-Attas, Syed Muhammad Naquib. *Islam and Secularism*. Kuala Lumpur: Ta'dib International, 2019.
- . *The Concept of Education in Islam*. Kuala Lumpur: Ta'dib International, 2018.
- Al-Damighani, al-Husain bin Muhammad. *Ishlah Al-Wujuh Wa Al-Nazhair Fi Al-Qur'an Al-Karim*. Beirut: Dar al-Ilm li al-

- Malayin, 1983.
- Al-Ishfahani, Al-Raghib. *Mufradat Alfazh Al-Qur'an*. Damaskus: Dar al-Qalam, 2009.
- Al-Jurjani, al-Sayyid al-Syarif. *Al-Ta'rifat*. Beirut: Dar al-Kutub al-Ilmiyyah, 2013.
- Al-Qur'an, Tim Penyempurnaan Penerjemahan. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya Edisi Penyempurnaan 2019*. Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan Mushaf al-Qur'an, 2019.
- Al-Qurthubi, Abdullah bin Ahmad. *Al-Jami' Li Ahkam Al-Qur'an*. Beirut: Muassasah al-Risalah, 2006.
- Al-Syarqawi, Hasan. *Mu'jam Alfazh Al-Sufiyyah*. Kairo: Muassasah Mukhtar, 1987.
- Al-Zamakhshari, Jarullah Abu Qasim Mahmud. *Al-Kashshaf an Haqaiq Ghawamidh Al-Tanzil Wa Uyun Al-Aqawil Fi Wujuh Al-Ta'wil*. Riyadh: Maktabah Ubeykan, 1998.
- Al-Zuhayli, Wahbah. *Tafsir Al-Munir*. Damaskus: Dar al-Fikr, 2009.
- Arsyad, Jawade Hafidz. "Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Aspek Hukum Pidana." *Jurnal Cakrawala Informasi* 2, no. 1 (2022): 10–28. <https://doi.org/10.54066/jci.v2i1.158>.
- Asyur, Ibnu. *Tafsir Al-Tahrir Wa Al-Tanwir*. Tunis: Dar al-Tunisiyyah, 1984.
- Darmalaksana, Wahyudin. "Studi Flexing Dalam Pandangan Hadis Dengan Metode Tematik Dan Analisis Etika Media Sosial." In *Gunung Djati Conference Series*, 8:412–27, 2022. <https://conferences.uinsgd.ac.id/gdcs>.
- Daud, Wan Mohd Nor Wan. *The Educational Philosophy and Practice of Syed Naquib Al-Attas*. Kuala Lumpur: International Institute of Islamic Thought and Civilization (ISTAC), 1998.
- Fathrul Quddus, Muhammad. "Kritik Konsumerisme Dalam Etika Konsumsi Islam." *Malia: Jurnal Ekonomi Islam* 13, no. 1 (2021): 43–60. <https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2771>.
- Fatimah, Syarifah, and Oggy Maulidya Perdana Putri. "Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 1204–12.

<http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i1.6824>.

Furqani, Hafas, and Abdelghani Echchabi. "Who Is Homo Islamicus? A Qur'anic Perspective on a the Economic Agent in Islamic Economics." *ISRA International Journal of Islamic Finance*, 2021. <https://doi.org/10.1108/IJIF-05-2021-0102>.

Ilyas, Yunahar. *Kuliah Ulumul Qur'an*. Yogyakarta: Itqan Publishing, 2014.

Izutsu, Toshihiko. *Ethico-Religious Concept in the Qur'an*. London: Mc-Gill-Queen's University Press, 2002.

Jabal, Muhammad Hasan Hasan. *Al-Mu'jam Al-Isytiquqi Al-Muashshal Li Alfazh Al-Qur'an Al-Karim*. Kairo: Maktabah al-Adab, 2010.

Lubis, Rafli Maulana, and Hasan Sazali. "Analysis of the Flexing Phenomenon on Social Media from an Islamic Perspective." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 17, no. 1 (2023): 89–101. <https://doi.org/10.24090/komunika.v17i1.7888>.

Manzhur, Ibnu. *Lisan Al-Arab*. Kairo: Dar al-Ma'arif, 1990.

Mardiah, Anisatul. "Fenomena Flexing: Pamer Di Media Sosial Dalam Perspektif Etika Islam." In *International Conference on Tradition and Religious Studies*, 1:309–19, 2022. <http://proceedings.radenfatah.ac.id/index.php/lc-TiaRS/article/view/239>.

Merriem-webster.com. "Flex." Accessed August 1, 2023. <https://www.merriam-webster.com/dictionary/flexing>.

Mustamin, Yuliana. "Fenomena Flaxing Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Kodifikasia* 16, no. 2 (2022): 88–100. <https://doi.org/10.21154/kodifikasia.v16i2.4899>.

Pakpahan, Roida, and Donny Yoesgiantoro. "Analisa Pengaruh Flexing Di Media Sosial Terhadap Kehidupan Masyarakat." *Jisicom* 7, no. 1 (2023): 173–78. <https://doi.org/10.52362/jisicom.v7i1.1093>.

Pohan, Syafruddin, Putri Munawwarah, and July Susanty Br Sinuraya. "Fenomena Flexing Di Media Sosial Dalam Menaikkan Popularitas Diri Sebagai Gaya Hidup."

- Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)* 3, no. 2 (2023): 490. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i2.851>.
- Putri, Nadia Kusuma, Shinta Alya Mumtazah, and Emilia Agustin. "The Influence of Social Media on Flexing Culture Phenomenon in Indonesian Society." In *Prosiding Konferensi Ilmiah Pendidikan*, 3:603–10, 2022.
- Sandimula, Nur Shadiq. "Analisis Semantik Atas Kata 'Thayyibah' Dalam Al-Qur'an." *AL QUDS: Jurnal Studi Alquran Dan Hadis* 6, no. 2 (2022): 759. <https://doi.org/10.29240/alquds.v6i2.3324>.
- . "De-Westernisasi Konsep Manusia: Menelaah Konsep Syed Naquib Al-Attas Tentang Hakikat Manusia." *Refleksi Jurnal Filsafat Dan Pemikiran Islam* 22, no. 2 (2023): 1–35. <https://doi.org/10.14421/ref.2022.2202-01>.
- Sobel, Michael E. *Lifestyle and Social Structure*. New York: Academic Press, 1981.
- Veblen, Thorstein. *The Theory of The Leisure Class*. New York: Oxford University Press, 2007.
- Yuwita, Nurma, Naili Mauhibatillah, and Himmatul 'Ulyah. "Dramaturgi: Budaya Flexing Berkedok Penipuan Di Media Sosial (Studi Kasus Indra Kenz Dan Doni Salmanan)." *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media* 7, no. 1 (2022): 1–14. <https://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/view/6602%0Ahttps://ejournal.upbatam.ac.id/index.php/commed/article/download/6602/3084>.

