

## **FLEXING SEBAGAI PERSONAL BRANDING DALAM AL-QUR'AN: APLIKASI TEORI TAFSIR MAQĀSID ABDUL MUSTAQIM**

Bela Agustin

Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung  
bela58231@gmail.com

Siti Badi'ah

Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung  
badiyah@radenintan.ac.id

Beko Hendro

Universitas Islam Negeri Raden Intan, Lampung  
beko@radenintan.ac.id

### **Abstrak**

*Penelitian ini menganalisis penafsiran dan pemahaman ulama terhadap ayat-ayat terkait flexing, serta mengkaji korelasinya melalui teori Tafsir maqāṣidi Abdul Mustaqim. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan tafsir maudhui, menganalisis ayat-ayat Al-Qur'an yang relevan dengan konsep flexing dan personal branding seperti surah Al-Qashash [28] 76, Al-Isra' [17]: 37, Yusuf [12]: 55, Luqman [31]: 18, dan Al-Ahzab [33]: 21. Artikel ini membahas tentang etika flexing dalam personal branding berdasarkan lima aspek maqāṣid al-syari'ah: hifz al-mal, hifz al-nafs, hifz al-'aql, hifz al-naṣab, dan hifz al-din. Temuan penelitian menunjukkan bahwa, flexing sebagai personal branding dapat diterima dalam Islam jika memenuhi prinsip maqāṣid syariah, yakni menjaga harta (hifz al-mal), jiwa (hifz al-nafs), akal (hifz al-'aql), keturunan (hifz al-naṣab), dan agama (hifz al-din). Flexing yang bertujuan menginspirasi, memotivasi, mensyukuri nikmat Allah, atau memberikan edukasi kepada masyarakat dapat menjadi strategi personal branding yang baik. Flexing yang berlebihan dan tidak berdasarkan nilai maqāṣid dapat merusak hubungan sosial dan spiritual, sedangkan flexing yang sehat dan berdasarkan nilai dapat menjadi strategi personal branding yang etis dan bermakna. Adapun kebaruan penelitian ini, terletak pada aplikasi teori tafsir maqāṣidi Abdul Mustaqim dalam menganalisis fenomena kontemporer flexing sebagai personal branding perspektif Al-Qur'an. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang bagaimana membangun personal branding yang positif dan Islami, serta menghindari dampak negatif dari flexing.*

*Kata Kunci:* Flexing, Personal Branding, Tafsir Maqāṣidi, Citra Di

### **Abstrak**

*This ponder analyzes the elucidation and understanding of researchers of verses related to flexing, and analyzes the relationship through Abdul Mustaqim's maqāṣidi translation hypothesis. The investigate strategy utilized is subjective with a maudhui elucidation approach, analyzing Qur'anic verses pertinent to the concept of flexing and individual branding such as surah Al-Qashash [28] 76, Al-Isra' [17]: 37, Yusuf [12]: 55, Luqman [31]: 18, and Al-Ahzab [33]: 21. This article talks about the morals of flexing in individual branding based on the five perspectives of maqāṣid al-syari'ah: hifz al-mal, hifz al-nafs, hifz al-'aql, hifz al-naṣab, and hifz al-din. The investigate discoveries appear that, flexing as individual branding is worthy in Islam on the off chance that it fulfills the standards of maqāṣid sharia, specifically securing property (hifz al-mal), soul (hifz al-nafs), judgment skills (hifz al-'aql), sibling (hifz al-naṣab), and religion (hifz al-din). Flexing that points to motivate, spur, be thankful for Allah's favor, or give instruction to the open can be a great individual branding procedure. Flexing that's intemperate and not based on maqāṣid values can harm social and otherworldly connections, whereas solid and value-based flexing can be an moral and important individual branding procedure. The oddity of this investigate lies within the application of Abdul Mustaqim's maqāṣidi elucidation hypothesis in analyzing the modern wonder of flexing as individual branding from the Qur'anic point of view. This inquire about contributes to the understanding of how to construct positive and Islamic individual branding, as well as maintaining a strategic distance from the negative impacts of flexing.*

**Keywords:** *Flexing, Personal Branding, Tafsir Maqāṣidi, Self Image*

## PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadikan flexing sebagai strategi personal branding yang efektif dan inovatif. Individu menggunakan platform seperti Instagram, TikTok, dan Youtube untuk menampilkan pencapaian, kekayaan, dan gaya hidup mereka sebagai cara membangun citra diri yang kuat serta menginspirasi masyarakat luas. Praktik flexing ini tidak hanya sekadar memamerkan, tetapi juga berfungsi sebagai sarana motivasi dan pembuktian atas kerja keras, kreativitas, serta keberhasilan yang telah diraih.<sup>1</sup>

Fenomena *flexing* di media sosial telah menjadi strategi *personal branding* yang semakin populer dan efektif. Penelitian oleh Farhan Ramadhan (2023) terhadap mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya menunjukkan bahwa aktivitas flexing tidak semata-mata untuk pamer, melainkan merupakan bentuk pembuktian dan usaha membangun citra positif. Para pelaku menampilkan gaya hidup mewah, pencapaian bisnis, dan aspek kehidupan yang inspiratif sebagai strategi meraih perhatian, memperluas jaringan sosial, dan membuka peluang bisnis.<sup>2</sup> Selain itu, studi Ai Nurul Fahmi dkk. (2024) menuturkan bahwa generasi Z menggunakan flexing sebagai ekspresi kreativitas dan sarana membangun identitas diri yang aspiratif di dunia digital, membuka peluang endorsement dan kolaborasi yang bernilai ekonomi signifikan.

*Flexing* dalam Al-Qur'an direpresentasikan dengan kata *fakhara* dan padanannya yang bermakna membanggakan diri secara berlebihan, sombong, dan *riya'* atas apa yang dimiliki. Kata *fakhara* berasal dari kata *fa kha* dan *ra*, yang berarti kebanggaan atau kebesaran, dan berkembang menjadi makna berbesar hati atau bangga. Orang yang memiliki sifat ini disebut *al-fakhuur*, yaitu orang yang membanggakan harta dan setatusnya. Sementara *tafaakhur* berarti saling bermegah-megahan atau berbangga-bangga. Dalam Al-Qur'an, kata *fakhara* dan turunannya disebutkan enam kali, yaitu pada QS. An-Nisa [4]: 36, QS. Hud [11]: 10, QS. Luqman [31]: 18, QS. Al-Hadid [57]: 23 dan 20, serta QS. Ar-Rahman [55]:14. Sifat *fakhuur* dalam Al-Qur'an dikaitkan dengan perilaku membanggakan diri atas hal-hal di luar dirinya, seperti kekayaan, anak, atau jabatan, dan dianggap sebagai sifat tercela. Akan tetapi, dalam pembahasan *flexing* kali ini ,ayat yang

<sup>1</sup> Syarifah Fatimah et al., "Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 1204–12.

<sup>2</sup> Farhan Ramadhan, "Flexing Di Media Sosial Sebagai Personal Branding Di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya" (Skripsi: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2023): 104-107.

akan dibahas adalah Q.S. Al-Qashash [28]: 76), Q.S. Al-Isra' [17]: 37, QS. Yusuf[12]: 55, Q.S. Luqman [31]: 18, dan QS. Al- Ahzab[33]: 21.<sup>3</sup>

Fenomena *flexing*, terlihat jelas di media sosial, di mana banyak pengguna yang menunjukkan gaya hidup mewah dan kekayaan mereka untuk memperoleh pengakuan dari masyarakat. Peneliti menganalisis konten dari akun Youtube seperti @Vilmei dan @riasukmawijaya, Analisis ini bertujuan untuk melihat apakah tampilan tersebut hanya sekadar pamer atau bagian dari strategi personal bransing yang lebih terencana. Dalam konten Youtube @Vilmei berjudul "Vilmei Beli Pabrik! Mahal Banget sampe 12 Miliar!!", Vilmei menunjukkan aksi pembelian pabrik parfum seharga 12 miliar, termasuk membawa ahli parfum dari paris ke Indonesia untuk mengembangkan bisnisnya. Konten ini menampilkan flexing atau pamer kekayaan melalui pembelian aset besar dan investasi pada bisnis mewah sebagai bentuk pencapaian finansial yang sangat mencolok. Hal ini terkesan berlebihan dan menimbulkan dampak buruk, seperti tekanan sosial untuk menunjukkan status dan kemewahan. Bahasa yang digunakan dinilai terlalu mencolok dengan menonjolkan angka pembelian pabrik miliaran rupiah dan unsur kemewahan seperti membawa ahli parfum dari paris. Kemudian, *flexing* yang dilakukan Ria SW dalam channel Youtube nya dinilai menampilkan kesuksesan dan pencapaian dengan narasi membangun, edukatif, dan relatable. Konten "Korean Street Food #03" merupakan salah satu konten yang menonjol dalam memperkenalkan makanan korea. Dalam konten tersebut, Ria mengunjungi berbagai tempat makan legendaris atau mahal, menunjukkan pengalaman kualitas makanan mewah di Korea. Namun pembawaannya tetap membumi, mengedukasi soal makanan dan budaya populer, serta membagikan kesan pribadi, bukan sekedar menampilkan lingkungan mewah. Hal ini memperkuat personal branding sebagai sosok inspiratif, tanpa terkesan hanya sekedar pamer kekayaan. aktivitas Ria Sukma Wijaya dapat diinterpretasikan sebagai usaha membangun citra diri sebagai pengusaha sukses atau influencer yang inspiratif. Dengan menonjolkan kesuksesan nya, mereka berpotensi menarik perhatian followers, memotivasi, memperoleh endorsement, menciptakan peluang bisnis, serta membentuk personal branding mereka.

Al-Qur'an memberikan panduan bagi umat muslim tentang bagaimana bersikap dan berperilaku, termasuk dalam hal menampilkan diri. Beberapa ayat melarang perbuatan sompong serta membanggakan diri seperti dalam QS. Luqman [31]: 18, QS. Al-Isra: 37,

---

<sup>3</sup> Novianti Apifah, "Penafsiran Ayat-Ayat Fakhara Dan Padanannya (Flexing) Dalam Al-Qur'an Pendekatan Psikologi" (2022): 1-13.

dan dalam QS. Al-Qashash: 76. Dalam surah Al-Qashash: 76 misalnya, Allah menegaskan melalui kisah Qarun bahwa membanggakan diri atas kekayaan dan kelebihan yang dimiliki adalah perilaku yang tidak disukai-Nya. Sementara itu, ayat lain memberikan contoh tentang bagaimana menampilkan diri dapat dibenarkan jika dilakukan dengan niat yang baik dan memberikan manfaat bagi orang lain (QS. Yusuf [12]: 55). Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana *flexing* sebagai strategi *personal branding* dapat selaras dengan nilai-nilai etika dan moral dalam Al-Qur'an. Untuk memahami lebih dalam motivasi dibalik *flexing*, kita dapat merujuk pada hadis berikut:

عَنْ أَمِيرِ الْمُؤْمِنِينَ أَبِي حَفْصِيْنِ عَمَّرِ بْنِ الْخَطَّابِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: سَمِعْتُ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ يَقُولُ: الْأَعْمَالُ بِالنِّتَّيَاتِ، وَإِنَّمَا لِكُلِّ أَمْرٍ مَا نَوَى، فَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ فَهِجْرَتُهُ إِلَى اللَّهِ وَرَسُولِهِ، «إِنَّمَا وَمَنْ كَانَتْ هِجْرَتُهُ إِلَيْنَا يُنْكِحُهَا فَهِجْرَتُهُ إِلَى مَا هَاجَرَ إِلَيْهِ» [رواه البخاري ومسلم]

”Dari Amirul Mu'minin, Abu Hafs Umar bin Al-Khattab radhiyallahu'anhu, ia berkata: Aku mendengar Rasulullah shallallahu'alaihi wasallam bersabda: ”Sesungguhnya setiap amalan tergantung pada niatnya. Dan setiap orang akan mendapatkan apa yang ia niatkan. Barangsiapa yang hijrahnya karena Allah dan Rasul-Nya, maka hijrahnya itu karena Allah dan Rasul-Nya. Dan barangsiapa yang hijrahnya karena dunia yang ingin diperolehnya atau karena Wanita yang ingin dinikahinya, maka hijrahnya itu kepada apa yang ia hijrah kepadanya.” (HR. Bukhari dan Muslim)

Hadis ini menegaskan bahwa nilai dan penerimaan amal sangat bergantung pada niat yang mendasarinya. Dengan kata lain, *flexing* yang dilakukan dengan niat baik, misalnya untuk membangun personal branding yang positif dan memberikan manfaat kepada orang lain. Berbeda dengan *flexing* yang hanya bertujuan untuk pamer atau menunjukkan kesombongan. Oleh sebab itu, niat menjadi faktor utama dalam menentukan apakah *flexing* tersebut dapat diterima atau tidak menurut ajaran islam.

Seiring dengan berjalannya waktu, fenomena *flexing* telah menarik perhatian dalam berbagai penelitian sebelumnya. Nurmadina (2023) dalam skripsinya yang berjudul “Fenomena Flexing di Media Sosial Perspektif Al-Qur'an” khusus mengkaji surah Al-Baqarah: 264 dengan pendekatan tahlili, dan memahami implikasi *flexing* di media sosial.<sup>4</sup> Berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti, yang lebih fokus pada aspek *personal branding* dengan menggunakan teori maqāṣid Abdul Mustaqim. Selain itu Raden

<sup>4</sup> Nurmadina, “Fenomena Flexing Di Media Sosial Perspektif Al-Qur'an (Studi Analisis QS. Al-Baqarah/2: 264)” (Skripsi: Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene, 2023), 6.

Kurnia Kholiska (2023) dalam tesis berjudul “Fenomena *Flexing* Sebagai *Strategi Marketing* di Media Sosial Analisis Perspektif Tafsir *Maqashidi*” juga membahas tema flexing, tetapi lebih menekankan pada juga membahas tema *flexing*, tetapi lebih menekankan pada strategi marketing secara umum dibandingkan *personal branding*.<sup>5</sup> Dengan demikian, kebaruan penelitian ini terletak dalam penerapan teori serta objek kajian isu kontemporer yang diteliti.

## Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu.<sup>6</sup> Dalam penelitian ini, menggunakan jenis penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif analisis yang dilakukan untuk memilih data yang relevan, baru, unik dan berkaitan dengan rumusan masalah, guna menggali bagaimana *flexing* berperan sebagai strategi personal branding dari perspektif nilai-nilai Al-Qur'an, dengan menerapkan teori tafsir *Maqāṣidi* Abdul Mustaqim. Fokus utama adalah pada ayat-ayat Al-Qur'an yang relevan dengan konsep *flexing*, serta literatur tafsir *maqāṣidi* karya Abdul Mustaqim sebagai sumber data primer. Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan (*library research*) dengan mengumpulkan dan menganalisis sumber primer dan sekunder, seperti kitab tafsir klasik dan kontemporer, jurnal ilmiah, artikel, dan literatur relevan lainnya.<sup>7</sup> Kemudian penelitian ini menggunakan metode tafsir tematik untuk mengidentifikasi tema utama, memahami konteks sosial-spiritual, dan menyimpulkan relevansi nilai-nilai *maqāṣidi syariah*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif, mengumpulkan data terkait kemudian data-data tersebut disusun, diolah dan dianalisis untuk dapat memberikan gambaran masalah yang ada di media sosial yang berhubungan dengan fenomena *flexing*. Validitas data dipastikan melalui tringulasi sumber, dan diskusi ahli dengan kriteria pemilihan literatur berdasarkan relevansi, kredibilitas, dan aktualitas.

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

### Deskripsi *flexing*

*Flexing* merupakan perilaku memamerkan kekayaan, pencapaian, maupun status sosial secara berlebihan, yang kerap dilakukan di media sosial.<sup>8</sup> Dalam konteks penelitian ini, *flexing* dipahami tidak hanya sebagai perilaku negatif yang berpotensi memicu

<sup>5</sup> R K Kholiska, “Fenomena Flexing Sebagai Strategi Marketing Di Media Sosial Analisis Perspektif Tafsir Maqashidi” (Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2023), 4.

<sup>6</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011): 2.

<sup>7</sup> Nursapia Harahap, “Penelitian Kepustakaan,” *Jurnal Iqra* 8, no. 1 (2014): 68–73, <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/iqra/article/view/65/245>.

<sup>8</sup> Evayanti Yuliana Putri and Dien Vidia Rosa, “Flexing Sebagai Simulasi Mesin Hasrat Dan Fragmentasi Tubuh Generasi Z,” *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education* 11, no. 1 (2024): 14–24, <https://doi.org/10.24036/scs.v11i1.622>.

kesombongan, namun juga sebagai strategi untuk membangun personal branding. *Flexing* dapat bernilai positif jika dilakukan dengan niat baik, seperti sebagaimana dicontohkan dalam kisah Nabi Yusuf, Allah SWT berfirman:

قَالَ اجْعُلْنِي عَلَىٰ حَرَابِنَ الْأَرْضِ لَئِنْ حَفِظْتَ عَلَيْهِ

“Dia (Yusuf) berkata, “Jadikanlah aku pengelola perbendaharaan negeri (mesir). Sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga (amanah) lagi sangat berpengetahuan.” (QS. Yusuf [12]: 55)

Hal ini boleh bila diperlukan, sedangkan pihak lain tidak mengetahui kelebihannya. Ia menyebutkan bahwa dirinya *hafizh* artinya penyimpanan yang dapat dipercaya, ‘*aliim* artinya memiliki pengetahuan dan mengerti tugas yang diembannya. Syaibah bin Ni’mah mengatakan, maksudnya menjaga apa yang engkau titipkan padaku dan mengetahui tahun-tahun paceklik itu, sebagaimana diriwayatkan oleh Ibnu Abi Hatim. Ia meminta pekerjaan tersebut karena ia tahu kemampuan dirinya di samping bahwa pekerjaannya itu mendatangkan maslahat bagi orang banyak. Ia meminta dijadikan bendaharawan gudang, yaitu piramid tempat menyimpan hasil bumi sebagai persediaan untuk menghadapi tahun-tahun paceklik yang sulit seperti yang diceritakannya, sehingga ia dapat berbuat dengan cara yang lebih hati-hati, lebih baik, dan lebih tepat bagi mereka. Dengan demikian ayat ini mengisahkan Nabi Yusuf AS yang menawarkan diri untuk mengelola perbendaharaan Mesir, bukan karena kesombongan, akan tetapi karena kemampuannya dapat bermanfaat bagi masyarakat. Hal tersebut relevan dengan *flexing*, di mana menampilkan kemampuan atau pencapaian dapat dibenarkan jika tujuannya adalah memberi manfaat dan kontribusi positif, bukan sekedar pamer atau meninggikan diri.<sup>9</sup>

### Deskripsi Personal Branding

*Personal branding* merupakan gabungan dari dua istilah, yaitu *personal* dan *branding*. Awalnya, konsep *branding* hanya digunakan dalam dunia bisnis dan pemasaran modern. Namun, seiring perkembangan zaman, istilah *branding* kini telah meluas penggunaannya ke berbagai bidang lain seperti politik, pariwisata, bahkan individu. *Branding* sendiri adalah aktivitas membangun citra atau persepsi tertentu. Citra dapat diartikan sebagai gambaran atau *image*, yang terkadang tidak tampak secara fisik namun dapat dirasakan dampaknya. Citra ini bisa dibentuk, dikembangkan, dikelola, dan diperkuat ditengah masyarakat, baik melalui penguatan visual maupun dengan menunjukkan karakter yang kuat lewat kemampuan dan pengalaman yang dimiliki. Kegiatan branding dapat dilakukan secara perorangan maupun secara kelompok.<sup>10</sup>

*Personal branding* dapat diartikan sebagai upaya untuk menciptakan citra diri yang khas dan mengesankan di hadapan publik. Di era digital saat ini, personal branding

<sup>9</sup> Abdullah Bin Muhammad and Abdurrahman Bin Ishaq Al-Sheikh, *Lubaabut Tafsiir Min Ibni Katsiir, Mu-Assasah Daar Al-Hilaal Kairo*, 2003: 433.

<sup>10</sup> Moh Wafiq Ulinnuha, *Personal Branding Dalam Perspektif Al- Qur ' an : Analisis Dengan Pendekatan Ma ' Nā Cum Maghz ā*, vol. 5, (2025). 220

biasanya dilakukan melalui media sosial untuk meningkatkan pengaruh, membangun reputasi, atau mencapai tujuan karir. Penelitian ini menunjukkan bahwa *personal branding* yang baik dapat membantu individu mencapai tujuan karir dan membangun hubungan positif dengan masyarakat. Dengan demikian, *flexing* dapat menjadi bagian dari strategi *personal branding* yang efektif jika dilakukan dengan niat yang baik, jika *flexing* dilakukan dengan niat ikhlas karena Allah, bertujuan untuk bersyukur (tahadduts binni'mah), memotivasi kebaikan, dan tidak menimbulkan dampak negatif pada orang lain, maka itu termasuk dalam *flexing* yang diperbolehkan. Namun, jika niatnya untuk *riya'* (pamer), kesombongan, mencari pengakuan, atau menampilkan hal yang tidak sesuai kenyataan, maka itu termasuk niat yang tidak baik dan termasuk dalam *flexing* yang tidak diperbolehkan, hal ini juga bisa dilihat dari respon audiens yang menyaksikan nya.<sup>11</sup>

### **Tafsir *Maqāṣid***

Tafsir *Maqāṣidi* dapat diartikan sebagai salah satu jenis dan aliran tafsir di antara berbagai aliran tafsir lainnya yang berusaha mengungkap makna-makna rasional serta tujuan-tujuan beragam yang berkaitan dengan Al-Qur'an, baik secara umum maupun khusus. Aliran ini menjelaskan cara pemanfaatan tafsir untuk mewujudkan kemaslahatan bagi umat manusia. Tafsir *Maqāṣidi* yang digunakan dalam penelitian ini yaitu perspektif Abdul Mustaqim, yang mana beliau adalah guru besar bidang Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir dan merupakan salah satu ulama kontemporer bidang tafsir. Analisis *flexing* menggunakan tafsir *maqāṣidi* Abdul Mustaqim dipilih karena pendekatan ini fokus pada tujuan syari'ah dalam Al-Qur'an, memungkinkan identifikasi nilai etika terkait *flexing*, dan menawarkan perspektif kontekstual dari ulama kontemporer untuk menilai keselarasan *flexing* dengan tujuan *syari'ah*.<sup>12</sup> *Maqāṣidi syari'ah* mencakup tidak hanya lima kebutuhan dasar (*din, nafs, 'aql, naṣab, dan mal*), tetapi juga mempertimbangkan integrasi *maslahat* dan *mafsadat* dalam masyarakat modern. Dalam *Tafsir Maqāṣidi* Abdul Mustaqim, pemahaman teks Al-Qur'an didasarkan pada hubungan antara nilai-nilai spiritual, sosial, dan etika dengan situasi dunia.

Tahapan dalam penerapan analisis *Tafsir Maqāṣidi* Abdul Mustaqim terdiri dari beberapa langkah berikut:

*Pertama*, menentukan tema atau topik yang diteliti. *Kedua*, melakukan interpretasi terhadap ayat-ayat yang relevan dengan tema. *Ketiga*, menelaah ayat-ayat menggunakan pendekatan bahasa. *Keempat*, menganalisis ayat berdasarkan aspek historis berupa *asbabun nuzul* dan kondisi masyarakat saat turunnya ayat serta munasabah ayat. *Kelima*, mengidentifikasi sarana dan tujuan dari setiap ayat. *Keenam*, menganalisis nilai-nilai yang terkandung dalam ayat, di mana tafsir *maqāṣidi* terdapat lima nilai yang dimunculkan, yakni nilai kemanusiaan (*isnaniyah*), nilai keadilan (*al-adalah*), nilai kebebasan dan tanggung jawab (*hurriyah mas'uliyah*), nilai moderasi (*wasathiyah*) dan nilai kesetaraan (*al-musawah*).

<sup>11</sup> Ai Nurul Fahmi, Siti Komariah, and Puspita Wulandari, "Flexing Dan Personal Branding: Konten Analisis Sosial Media Generasi Z Di Indonesia," *Jurnal Analisa Sosiologi* 13, no. 1 (2024): 22–40. (Tesis Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2023), 32-33.

<sup>12</sup> Wasfi' 'Asyur Abu Zyd, *Metode Tafsir Maqasidi*, terj. by Ulya Fikriyati (Jakarta: PT Qaf Media Kreativa, 2019),20.

*Ketujuh*, menelusuri aspek-aspek maqasid al-Syari'ah dengan menjaga agama (*hifz al-din*), menjaga keturunan (*hifz nasab*), menjaga jiwa (*hifz al-nafs*), menjaga harta (*hifz mal*), menjaga akal. Dalam konteks indonesia dan kekinian, terdapat dua tambahan aspek penting, yaitu menjaga negara (*hifz al-daulah*) dan menjaga lingkungan (*hifz al-bi'ah*).<sup>13</sup>

### Biografi Abdul Mustaqim

Abdul Mustaqim lahir di Purworejo pada 4 Desember 1972, putra dari KH. Moh Barrddaan dan Hj. Soewati. Pendidikan awalnya dimulai di MTs al-Islam Jono, sembari belajar ilmu nahuw dan shorof secara khusus dengan Kiai Abdullah Umar. Ia kemudian melanjutkan pendidikannya di Pondok Pesantren Krapyak Yogyakarta dari tahun 1988 hingga 1998. Pada jenjang sarjana, ia menempuh studi Tafsir Hadis di IAIN Sunan Kalijaga antara tahun 1991 sampai 1996 dan setelah lulus langsung diangkat menjadi dosen di jurusan tersebut Selanjutnya, ia melanjutkan pendidikan magister dalam bidang Agama dan Filsafat di UIN Sunan Kalijaga pada 1997-1999, kemudian melanjutkan program doktoral Studi Islam dengan fokus pada Tafsir dari tahun 2000 hingga 2007 di universitas yang sama.

Dalam aktivitas sehari-hari, Abdul Mustaqim mengelola pondok pesantren mahasiswa LSQ Ar-Rohmah yang berlokasi di Bantul, Yogyakarta. Selain itu, ia juga mengajar di beberapa perguruan tinggi seperti UIN Sunan Kalijaga, UNSIQ Wonosobo, IIQ an-Nur Bantul, serta Pascasarjana IAIN Tulungagung dan IAIN Kediri. Ia aktif menulis buku dan karya ilmiah mengenai tafsir Al-Qur'an, serta terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat dan pengajian. Abdul Mustaqim pernah memegang berbagai posisi penting, antara lain sebagai ketua Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir di IIQ an-Nur (2005-2010), sekretaris Program Studi Program Studi Agama dan Filsafat Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga (2008-2015), ketua Program Studi Ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam (2015-2020). Pada tahun 2019, ia resmi diangkat sebagai profesor bidang Ulumul Qur'an.<sup>14</sup>

### Penafsiran ayat-ayat terkait *flexing* melalui Teori Tafsir *Maqāṣidi* Abdul Mustaqim

Bagian ini membahas penafsiran *flexing* dalam konteks *personal branding* dengan pendekatan Tafsir *Maqāṣidi* Abdul Mustaqim, yang merujuk pada kitab, jurnal, dan artikel. penulis memilih ayat-ayat yang relevan dengan fenomena *flexing* sebagai bagian dari strategi membangun *personal branding*. Berikut ayat-ayat yang akan dibahas dalam penelitian ini yang diurutkan sesuai urutan turunnya ayat yaitu: QS. Al- Qashash [28]: 76), QS. Al-Isra' [17]: 37, QS. Yusuf [12]: 55, QS. Luqman [31]: 18, dan QS. Al-Ahzab [33]: 21.

#### 1. Ayat tentang larangan sombong dan membanggakan diri

<sup>13</sup> Ayu Nadia Fiyani, "Memaknai Musibah Pandemi Covid-19 Kajian (QS. Al-Hadid [57]: 22-23)Dengan Pendekatan Tafsir Maqāṣidi" (Skripsi IAIN Kudus,2022), 34.

<sup>14</sup> Abdul Mustaqim, "Argumentasi Keniscayaan Tafsir Maqāṣidi Sebagai Basis Moderasi Islam (Pidato Pengukuhan Guru Besar Dalam Bidang Ulumul Qur'an Pada Fakultas Ushuluddin Dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga" (2019), 45-49.

## QS. Al-Qashash: 76

إِنَّ قَارُونَ كَانَ مِنْ قَوْمٍ مُّؤْسَىٰ فَبَغَىٰ عَلَيْهِمْ وَأَتَيْنَاهُ مِنَ الْكُنْزٍ مَا إِنَّ مَفَاتِحَهُ لَتَنُوَّا بِالْعَصْبَةِ أُولَئِي الْفُؤَادِ إِذْ قَالَ لَهُ قَوْمُهُ لَا تَفْرَحْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْفَرِجِينَ

“Sesungguhnya Qarun termasuk kaum Musa, tetapi dia berlaku aniaya terhadap mereka. Kami telah menganugerahkan kepadanya perbendaharaan harta yang kunci-kuncinya sungguh berat dipikul oleh sejumlah orang yang kuat-kuat. (ingatlah) Ketika kaumnya berkata kepadanya, “janganlah engkau terlalu bangga. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang terlalu membanggakan diri.” (Q.S. Al- Qashash [28]: 76)

## a. Aspek Mikro dan Makro

Peneliti tidak menemukan sebab turunnya ayat ini. Akan tetapi, aspek makro QS. Al-Qashash: 76 jika ditinjau dari kisah Qarun sendiri, ayat ini secara umum memberi peringatan umat manusia agar tidak terjerumus dalam kesombongan akibat kekayaan serta tidak menggunakan harta benda untuk membanggakan diri dihadapan orang lain, melainkan untuk kebaikan dan kemaslahatan bersama. Ayat ini menceritakan tentang Qarun, seorang dari kaum Musa yang dikaruniai kekayaan besar namun menjadi pongah serta menindas kaumnya. Hal ini menggambarkan bagaimana kekayaan yang diberikan oleh Allah dapat membuat seseorang terjerumus dalam kesewenangwenangan dan keadilan. Meskipun awalnya termasuk bagian dari umat Musa, Qarun akhirnya terpisah karena terbuai oleh kekayaannya, sehingga kaumnya menasihatinya agar tidak sombong karena Allah tidak menyukai orang-orang yang pongah.<sup>15</sup> Aspek mikro dalam ayat ini menggambarkan kehidupan Qarun, seorang yang kaya raya tetapi justru menjadi angkuh dan gemar memamerkan hartanya kepada orang lain. Fokus pada aspek mikro ini menyoroti perilaku Qarun dalam memanfaatkan kekayaan serta interaksinya dengan kaumnya, yang dijadikan sebagai contoh peringatan mengenai dampak buruk kesombongan dan penyalahgunaan harta.

b. Aspek *Munāsabah*

*Munāsabah* berasal dari kata yang berarti dekat atau sesuai, dan dalam istilah ilmu Al-Qur'an, *munāsabah* mengacu pada hubungan atau keterkaitan antara ayat-ayat maupun surat-surat. Ilmu *munāsabah* mempelajari hikmah dan keterkaitan susunan ayat atau surat dalam Al-Qur'an dengan tujuan mengungkap makna tersembunyi dan memperdalam pemahaman terhadap keajaiban Al-Qur'an.<sup>16</sup>

Ayat berikut memiliki hubungan yang erat dan berkesinambungan dengan ayat-ayat lain. Pada ayat sebelum dan sesudahnya memperlihatkan kesinambungan dalam menyampaikan peringatan tentang bahaya kesombongan dan penyalahgunaan kekayaan. Ayat 75 menegaskan keesaan Allah serta penetapan saksi pada hari kiamat, yang menjadi dasar moral bahwa kekayaan dan kekuasaan bukanlah hal utama, melainkan ketaatan kepada Allah. Sementara itu, ayat 77 melanjutkan kisah Qarun dengan memberikan

<sup>15</sup> Hamka, *Tafsir Al-Azhar Juzu' XX*, (Jakarta: Pustaka Panjimas, 1989), 125-127.

<sup>16</sup> Dian Islamiati, Hamnah, and Sri Sunantri, “Konsep Sombong Dalam Al-Qur'an (Analisis Surah Luqman Ayat 18 dalam Tafsir Jalalain),” *Jurnal Ilmiah Falsafah: Jurnal Kajian Filsafat, Teologi Dan Humaniora* 10, no. 1 (2023): 48–62, <https://doi.org/10.37567/jif.v10i1.2467>.

peringatan bahwa kesombongan dan penindasan akan berakhir dengan kehancuran dan siksa dari Allah. Oleh karena itu, ayat 76 berfungsi sebagai titik tengah yang menggambarkan secara konkret akibat dari kesombongan Qarun, sekaligus menjadi peringatan bagi umat agar tidak meniru perilaku tersebut. *Munāsabah* surah Al-Qashash: 76 dengan ayat sebelum dan sesudahnya menggambarkan hubungan antara kesombongan Qarun yang berlebihan karena kekayaannya, dengan nasihat dari kaumnya, serta dampak negatif dari sikap tersebut. Ayat ini menegaskan bahwa kekayaan merupakan titipan dari Allah yang harus disyukuri dan digunakan dengan bijak, bukan untuk pamer atau menindas, karena kesombongan akan membawa kehancuran.

#### c. Aspek Linguistik

*Iraab*. اذ . اذْ قَالَ لَهُ قَوْمَهُ لَا تَفْرَخْ انَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْفَرَحِينَ adalah kata keterangan waktu (zharf zaman) yang terkait dengan kata آتَيْنَاهُ (kami telah memberinya). قالَ adalah fi'il madhi, dibangun dengan fathah (bina' ala fath). لَهُ terdiri dari huruf jar dan isim majrur (kata benda yang dibaca kasrah), terkait dengan kata قَوْمَهُ . قالَ adalah fa'il (subjek/pelaku) yang marfu' (dibaca dhommah), dan الْهَاءُ adalah mudhaf ilaih (kata yang diikuti oleh kepemilikan). لَا di sini adalah la nahiyyah (untuk larangan), تَفْرَخْ adalah fi'il mudhari' (kata kerja bentuk sekarang) yang dijazmkannya oleh لَا dan tanda jazmnya adalah sukun. اَنْ adalah huruf taukid dan nasb (penegas dan membuat isim manshub), اللَّهُ adalah lafzul jalalah (nama Allah) sebagai isim اَنْ yang manshub. لَا di sini adalah la nafiyah (untuk peniadaan), يُحِبُّ adalah fi'il mudhari' yang marfu' (dibaca dhommah). الْفَرَحِينَ adalah maf'ul bihi awwal (objek pertama) dari kata kerja يُحِبُّ manshub (dapat tanda nasab), dan tanda nasabnya adalah huruf ya'.

*Lughawiyah*. قَارُونَ adalah Qarun Yashhur bin Qahats, bin Lawai bin Yaqub. Qarun adalah putra مِنْ قَوْمٍ مُّؤْسَىٰ dari paman Nabi Musa, sebab Nabi Musa adalah putra Imran bin Qahits. Dia juga termasuk putra dari bibi Nabi Musa, dan termasuk orang yang beriman kepada Nabi Musa. فَبَغَىٰ عَلَيْهِمْ sompong dan angkuh kepada mereka karena hartanya yang banyak. Dia juga menzalimi mereka, meminta supaya mereka ada di bawah perintahnya. كُنْزُ الْمَالِ bentuk jamak dari كُنْزٌ Yakni harta tersimpan. Orang Arab. berkata مَفَاتِحَةٌ لَتَنُوَّا artinya dia mengumpulkan dan menyimpannya. كُنْزٌ kotak-kotaknya berat, atau kunci-kunci gudangnya berat. بِالْعُصْبَةِ أولى الْفُوْزِ orang orang yang mempunyai kekuatan. لَا تَفْرَخْ janganlah kamu bangga karena banyak harta, sompong, mengandalkan dunia bukan akhirat.<sup>17</sup>

#### d. Aspek Penafsiran

Dalam ayat tersebut menyebutkan kisah Qarun. Salah seorang kaum Musa yang bersikap angkuh terhadap mereka melalui dirinya dan hartanya. Allah telah memberinya kekayaan yang sangat besar, dengan kunci-kunci harta yang begitu banyak hingga terasa berat untuk diangkat oleh beberapa pria yang kuat sekalipun. Ketika dia terlena oleh karunia Allah tersebut dan mengingkarinya, kaumnya pun menasihatinya dengan berkata, “Hai Qarun, janganlah engkau terlalu bangga dengan kekayaan yang kau miliki hingga membuatmu lupa kepada Allah yang telah memberikan nikmat itu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang terlalu membanggakan diri dan menjadikan

<sup>17</sup> Wahbah Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir Aqidah, Syari'ah, Manhaj*, Jilid, Gema Insani, 2018, 426.

*kesombongan itu sebagai bagian dari sifat mereka*”. Kemudian Quraish Shihab dalam tafsirnya juga menjelaskan bahwa berbangga terhadap sesuatu yang haq dapat dibenarkan, selama ia tidak melampaui batas dan selama ia diiringi dengan perasaan rendah hati serta bersyukur kepada Allah SWT. Nabi Muhammad Saw. tidak jarang menyebutkan berbagai nikmat Allah yang melimpah yang diberikan kepadanya, namun biasanya beliau mengakhiri ucapannya dengan ungkapan “*wa la fakhr*” yang diartikan oleh sementara ulama bermakna “*Aku menyebutnya tanpa maksud sombong*’ atau “*Tidak ada kebanggaan yang melebihi hal ini*.” Contohnya adalah ketika beliau bersabda, “*Aku adalah pemimpin putra-putri Adam wa la fakhr.*”<sup>18</sup>

1. Ayat tentang larangan berjalan dengan angkuh dan sombong  
Q.S Al-Isra: 37

وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا إِنَّكَ لَنْ تَخْرُقَ الْأَرْضَنَ وَلَنْ تَلْبِغِ الْجِبَالَ طُولًا

“*Dan janganlah engkau berjalan di bumi ini dengan sombong, karena sesungguhnya engkau tidak akan dapat menembus bumi dan tidak akan mampu menjulang setinggi gunung.*” (Q.S. Al-Isra’ [17]: 37)

*a. Aspek Mikro dan Makro*

Dalam surah ini, peneliti tidak menemukan sebab-sebab turunnya ayat. Namun, dapat dipahami bahwa, ayat ini menegaskan larangan bagi setiap individu untuk bersikap sombong dan angkuh dalam kehidupan sehari-hari. Sikap sombong biasanya terlihat melalui perilaku merendahkan orang lain, merasa paling benar, atau berlebihan dalam menonjolkan kelebihan diri. Allah mengingatkan bahwa manusia sehebat apapun, tetap memiliki batasan yang tidak bisa dilampaui, baik fisik maupun kekuasaan. Dalam hal membangun citra diri, hal ini mengingatkan bahwa menunjukkan keunggulan diri (*flexing*) harus dilakukan dengan kesadaran dan sikap rendah hati. *Flexing* yang berlebihan dan didasari kesombongan justru dapat merusak reputasi diri serta hubungan sosial. Oleh karena itu, personal branding yang baik adalah menampilkan kelebihan secara bijaksana, tanpa kesan arogan dan tetap menghormati orang lain.

Secara makro, ayat ini menyampaika pesan penting tentang nilai kerendahan hati dalam kehidupan bermasyarakat. Kesombongan menjadi sumber utama berbagai konflik kerusakan sosial. Ayat ini juga mengingatkan para pemimpin, pejabat, dan orang-orang yang memiliki kelebihan agar tidak menyalahgunakan keunggulannya untuk menindas atau merendahkan sesama.

*b. Aspek *Munāsabah**

Ayat ini mempertegas ayat sebelumnya, yaitu pada surah Al-Isra: 36. Dalam ayat tersebut Allah menekankan bahwa manusia bertanggung jawab atas apa yang didengar, dilihat, dan yang muncul di dalam hati, yang berfungsi sebagai sarana pengetahuan. Ayat 37 secara khusus melarang sikap sombong karena kesombongan merupakan akar utama kebodohan yang menimbulkan penyakit hati dan akhirnya mengarah pada perbuatan buruk.

<sup>18</sup> M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur'an*. Vol. 10. Jakarta: Lentera Hati, 2002, 403-405.

Kesombongan timbul dari rasa puas diri atas ilmu yang dimiliki, yang kemudian mendorong perilaku negatif. Dalam kaitannya, ayat 37 memperkuat larangan pada ayat sebelumnya dengan penekanan yang lebih tegas terhadap bahaya kesombongan, sehingga kedua ayat tersebut saling melengkapi dan memperkuat pesan moral dan spiritual secara utuh.<sup>19</sup>

*c. Aspek Linguistik*

*I'raab.* **وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا** kata *manshuub* sebagai *masdar* **مَرَحًا** dengan huruf *ra'* dikasrah, kata ini *manshuub* sebagai *haal*. **وَلَنْ تَبْلُغُ الْجِبَالَ طُولًا** kata *manshuub* adalah *mashdar* yang berposisi sebagai *haal* bagi kata **الْجِبَالَ** atau *haal* bagi *faa'il* (subjek) dalam kata **تَبْلُغُ**.

*Lughawiyah.* dengan kesombongan dan keangkuhan maksudnya, kamu tidak akan mampu melubangi bumi hingga mencapai ujungnya dengan kesombonganmu, atau kamu tidak akan mampu membuat jalan di dalamnya dengan kekuatanmu **وَلَنْ تَبْلُغُ الْجِبَالَ طُولًا** dan sekali kali kamu tidak akan sampai setinggi gunung, bagaimana kamu bisa bersikap sombong.<sup>20</sup>

*d. Aspek Penafsiran*

Allah melarang manusia untuk berjalan di bumi dengan sikap sombong dan penuh keangkuhan yang timbul dari rasa bangga berlebihan, seolah-olah dirinya paling hebat dan mampu hidup tanpa bantuan siapapun. Padahal manusia adalah makhluk yang lemah dan tidak dapat menembus bumi atau mencapai ketinggian gunung, yang menunjukkan keterbatasan dan ketidakberdayaannya. Oleh karena itu, kesombongan adalah sikap yang tidak berdasar dan sangat dibenci oleh Allah. Menurut Thabathaba'i, ayat ini bermakna kiasan bahwa segala sesuatu yang diperebutkan manusia, seperti kekuasaan, kehormatan, dan harta benda, sebenarnya tidak memiliki hakikat sejati di luar pemahaman manusia dan diciptakan oleh Allah untuk kemaslahatan umat manusia serta pelaksanaan ketetapan-Nya.<sup>21</sup>

3. Ayat tentang citra diri

Q.S Yusuf: 55

فَلَمْ يَجْعَلْنِي عَلَىٰ حَرَابِنَ الْأَرْضِ لَئِنْ حَفِظْتُ عَلَيْهِ

“Dia (Yusuf) berkata, “Jadikanlah aku pengelola perbendaharaan negeri (mesir). Sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga (amanah) lagi sangat berpengetahuan.” (QS. Yusuf [12]: 55)

a. Konsep Mikro dan Makro

<sup>19</sup> Ahmad Ghozali and Indra Saputra, “Konektifitas Al-Quran: Studi Munasabah Antar Ayat Dan Ayat Sesudahnya Dalam Qs. Al-Isra’ Pada Tafsir Al-Misbah,” *Mawa Izh Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan* 12, no. 2 (2021): 206–27, <https://doi.org/10.32923/maw.v12i2.2034>.

<sup>20</sup> Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir Aqidah, Syari'ah, Manhaj*, Jilid. Jilid 8, 83-84.

<sup>21</sup> Shihab, *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur'an*. 464-465.

Surah yusuf ayat 55 tidak memiliki sebab khusus yang melatarbelakangi turunnya secara terpisah dari kisah besar surah yusuf. Secara umum, surah Yusuf diturunkan sebagai jawaban atas permintaan sahabat yang merasa lelah dan membutuhkan kisah yang dapat menguatkan semangat mereka di tengah tekanan dan cobaan berat yang dialami Rasulullah dan para sahabat di Mekah. Dalam konteks ayat ini, peristiwa terjadi setelah Nabi Yusuf dibebaskan dari penjara dan mendapat kepercayaan dari raja Mesir. Yusuf kemudian mengajukan diri untuk mengelola perbendaharaan negara karena ia yakin memiliki kemampuan menjaga dan mengatur harta dengan baik, sifat yang jarang dimiliki seseorang secara bersamaan.<sup>22</sup> Fokus ayat ini adalah pada pribadi Nabi Yusuf yang secara langsung mengajukan permohonan kepada raja Mesir untuk diangkat sebagai bendaharawan negara. Dalam permohonannya, yusuf secara terbuka menonjolkan keunggulan dirinya sebagai sosok yang dapat dipercaya dan berpengetahuan luas (*hafizun 'alim*). Tindakan ini merupakan bentuk flexing yang diperbolehkan karena bertujuan untuk menunjukkan kompetensi dan kejujuran, bukan untuk pamer atau meninggikan diri tanpa alasan. Dalam hal ini, *flexing* menjadi bagian dari personal branding yang positif karena bertujuan membangun kepercayaan dan memberikan manfaat bagi masyarakat luas.

Secara makro, ayat ini mengajarkan bahwa memperlihatkan keunggulan diri (*personal branding*) dapat dibenarkan apabila tujuannya demi kepentingan bersama, misalnya untuk memperbaiki sistem pemerintahan, mencegah kerusakan, serta memaksimalkan potensi diri demi kemaslahatan orang banyak. Dalam kehidupan bermasyarakat, flexing yang bernilai positif adalah menonjolkan keahlian atau prestasi yang memang diperlukan, bukan sekedar memamerkan status atau kekayaan pribadi.

#### b. Aspek Munasabah

Ayat ini memiliki keterkaitan yang erat dengan ayat-ayat sebelumnya yang mengisahkan perjalanan hidup Nabi Yusuf, mulai dari masa ketika beliau difitnah, dipenjara, hingga akhirnya dibebaskan dan dipercaya oleh raja. Surah yusuf ayat 55 menjadi puncak dari rangkaian ujian yang dialami Yusuf, dimana ia memperoleh kesempatan untuk menunjukkan kemampuan dan kapasitasnya. Hal ini menggambarkan bahwa membangun personal branding yang tepat merupakan hasil dari proses yang panjang dan tidak bisa dilakukan secara instan hanya untuk pamer. Ayat-ayat berikutnya kemudian menceritakan keberhasilan yusuf dalam mengelola perbendaharaan negara, yang menegaskan bahwa flexing yang benar adalah yang disertai dengan bukti nyata dan memberikan manfaat luas bagi masyarakat.

#### c. Aspek Linguistik

*I'raab*. حَزَابٌ merupakan isim majrur/kata benda yang di jar kan, dan merupakan mushaf/kata yang disandarkan. الأرض menjadi mudhaf ilaih atau kata yang disandari, majrur kata أَنِّي حَفِيظٌ عَلَيْمٌ merupakan susunan amil nawashib berupa in kemudian dimasukkan ke dhomir muthasil berupa mutakallim wahdah, jadi i'rabb nya berupa nashab.

---

<sup>22</sup> Helmiannoor, "Nilai-Nilai Karakter Dalam Al-Qur'an (Studi Tematik Surah Yusuf Dalam Perspektif Pendidikan Islam)," *Institutional Digital Repository Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin*, (2016), 57–127.

حَفِظْ : khabar/predikat dari “*inna*”, marfu’ atau dirafa’kan. عَلَيْهِ: berupa na’at yang mengikuti man’ut berupa lafadz “*hafizh*”.

*Lughawiyah*. خَلِفَ الْأَرْضَ bendaharawan negara, negara yang dimaksud adalah Mesir. اَنَّى حَفِظَ عَلَيْهِ artinya, pandai menjaga dan berpengetahuan, namun ada pendapat yang mengatakan, Yusuf mampu menulis dan berhitung.<sup>23</sup>

#### d. Aspek penafsiran

“*Jadikanlah aku bendaharawan negara (Mesir), sesungguhnya aku adalah orang yang pandai menjaga lagi berpengetahuan.*” Ia memuji dirinya sendiri. Hal ini boleh jika diperlukan, sedangkan orang lain tidak mengetahui kelebihannya. Syaibah bin Ni’amah menjelaskan bahwa kata *hafiz* berarti mampu menjaga segala sesuatu yang dipercayakan kepadanya, sedangkan kata ‘*alim* berarti memiliki pengetahuan tentang musim paceklik yang akan datang beserta seluk-beluknya. Menurut riwayat Ibnu Abu Hatim, Nabi Yusuf meminta jabatan tersebut karena ia memiliki keahlian dan pengetahuan yang menguasai bidang itu, sehingga mampu mengelolanya dengan baik dan memberikan manfaat bagi masyarakat.<sup>24</sup> pihak baik dalam tahun-tahun subur maupun tahun-tahun paceklik dengan sama rata. Oleh karena itu, Yusuf menyebutkan beberapa kriteria yang dibutuhkan untuk mengembangkan tugas itu. Dia melihat bahwa dia yang paling pantas dan layak untuk kedudukan itu. Dengan pengangkatan itu sesungguhnya terdapat kebaikan yang besar bagi bangsa Mesir dan bangsa-bangsa tetangganya. Permintaan Yusuf disetujui oleh raja dengan menunjuknya sebagai menteri keuangan yang berkuasa mengatur ekonomi negara. Penunjukan ini sudah diperhitungkan dengan matang dan melihat kecerdasan Yusuf yang luar biasa, baik dalam memahami politik, dan menetapkan peraturan.<sup>25</sup>

#### 4. Ayat tentang larangan sombong dan angkuh

Q.S Luqman: 18

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّاكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْتَشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحَّاً إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ

“*Janganlah memalingkan wajahmu dari manusia (karena sombong) dan janganlah berjalan di bumi ini dengan angkuh. Sesungguhnya Allah tidak menyukai setiap orang yang sombong lagi membanggakan diri.*” (Q.S. Luqman [31]: 18)

#### a. Aspek Mikro dan Makro

Mengenai *asbabun nuzul* dalam surah Luqman: 18, peneliti tidak menemukan suatu periyawatan yang menjadi sebab turunnya ayat. Akan tetapi, *asbabun nuzul* surah Luqman ayat 18 dapat dipahami dengan merujuk pada ayat-ayat sebelumnya, khususnya ayat 12. Ayat ini diturunkan oleh Allah SWT untuk menjelaskan hikmah dari kisah Luqman kepada Rasulullah saw. Surah Luqman sendiri terdiri dari 34 ayat yang menurut mayoritas ulama, secara umum diturunkan sebelum Nabi Muhammad hijrah ke Madinah. Oleh karena itu,

<sup>23</sup> Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir Aqidah, Syari’ah, Manhaj*, Jilid 7, 33.

<sup>24</sup> Abdullah Bin Muhammad and Abdurrahman Bin Ishaq Al-Sheikh, *Lubaabut Tafsiir Min Ibni Katsiir, Mu-Assasah Daar Al-Hilaal Kairo*, (2003), 434.

<sup>25</sup> Sayyid Qutub, *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an Di Bawah Naungan Al-Qur'an Jilid 6 (Surah At-Taubah 93-Yusuf 101)* (Jakarta: Gema Insani, 2003), 366.

surah ini digolongkan sebagai surah makkah karena diturunkan saat Nabi berada di Mekah, sebelum peristiwa hijrah. Surah Luqman dinamai berdasarkan nama Luqman yang terkenal karena nasihat-nasihat bijaknya yang diabadikan dalam Al-Qur'an. Mengenai siapa Luqman sebenarnya, terdapat perbedaan pendapat dikalangan ulama; sebagian menyebutnya sebagai Luqman bin 'Anqa' bin Sadun, seorang penasihat yang dikenal karena kesantunan dan kemampuannya mengendalikan diri, bukan seorang Nabi. Luqman adalah sosok yang diberi hikmah dan kearifan oleh Allah berkat kepribadian dan kebijaksanaannya.<sup>26</sup>

Secara makro, ayat ini menyampaikan pesan untuk selalu bersikap rendah hati dan menghormati sesama. Kondisi masyarakat pada saat turunnya surah Luqman ayat 18, masyarakat Mekah pada masa awal Islam yang masih banyak dipengaruhi oleh sikap sombong dan angkuh, dimana orang-orang sering memandang rendah sesama dan menunjukkan sikap meremehkan terhadap orang lain. Kemudian ayat ini turun sebagai nasihat Luqman kepada anaknya untuk menghindari perilaku tersebut dengan tidak memalingkan muka dari orang lain karena kesombongan dan tidak berjalan dengan sikap angkuh. Larangan sombong ini juga terkait dengan konteks sosial yang menuntut umat Islam untuk membangun hubungan yang baik dan menghindari permusuhan, sesuai dengan ajaran Islam pada masa Mekah sebelum hijrah.

### b. Aspek Munasabah

Munasabah surah Luqman ayat 18 menunjukkan keterkaitan erat dengan ayat-ayat sebelumnya seperti surah 12-16 yang membahas mengenai pendidikan ibadah serta ketauhidan kepada Allah SWT, dan sedangkan pada ayat 17-19 membahas tentang pendidikan akhlak anak. Setelah Luqman memerintahkan anaknya untuk taat beribadah dan menegakkan sholat sebagai kewajiban setiap Muslim, ia melanjutkan dengan memberikan nasihat agar peduli terhadap sesama melalui perbuatan baik dan mencegah kemungkaran. Menurut Al-Maraghi, ayat 18 dalam surah Luqman merupakan kelanjutan nasihat-nasihat lain yang diberikan Luqman kepada anaknya agar menjauhi kesombongan serta tidak memalingkan wajah dari orang lain dan tidak berjalan dengan angkuh.<sup>27</sup>

### c. Aspek Linguistik

*I'raab* وَلَا تَنْشَقْ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا جَاءَ دَيْدَ رَكْضًا adalah *mashdar* yang dibaca *nashab* sebagai *haal*. Seperti perkataan

*Lughawiyah*. وَلَا تُصْبِغْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ dan janganlah kamu palingkan pipimu dari manusia dan janganlah kamu membuang muka terhadap mereka, seperti yang dilakukan oleh orang-orang yang sombong, angkuh dan arogan. Kata الصَّعْرُ artinya adalah orang yang memalingkan dan membuang muka karena sombong dan angkuh. Kata ini diambil dari kata الصَّعْرُ yang artinya adalah sejenis penyakit yang menyerang leher unta hingga menyebabkan lehernya miring dan kaku serta susah untuk menoleh dan susah diluruskan.

<sup>26</sup> Islamiati, Hamnah, and Sunantri, "Konsep Sombong Dalam Al-Qur'an."..,56.

<sup>27</sup> Nahliyah Septi Zahra Manik, dkk "Ayat-Ayat Yang Berkaitan Dengan Pendidikan Islam Dalam Surah Al-Luqman Ayat 17-19 Kajian Tafsir Al -Misbah," *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 3, no. 2 (2021), <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/2303>.

Artinya sompong, angkuh dan arogan. Sesungguhnya Allah SWT tidak menyukai setiap orang yang sompong, angkuh dan arogan. Yaitu Allah SWT akan menghukum setiap orang yang sompong, angkuh dan berlagak ketika berjalan, arogan dan tinggi hati terhadap orang lain. Ini adalah illat atau alasan larangan berperilaku seperti itu. **المُخَنَّثُ** artinya adalah orang yang berperilaku sompong, angkuh, arogan, berjalan dengan berlagak karena sompong dan tinggi hati. **الْفَخُورُ** artinya adalah sompong dan membanggakan harta kekayaan, jabatan, kedudukan dan lain sebagainya.<sup>28</sup>

#### d. Aspek Penafsiran

*Ash-Sha'ru* adalah penyakit unta yang membuat lehernya bengkok. Al-Qur'an menggunakan istilah ini untuk mengingatkan manusia agar tidak berlaku sompong, berpura-pura, atau memalingkan muka karena angkuh. Berjalan dengan dada membusung adalah contoh perilaku yang dibenci, yang muncul dari kejiwaan yang tidak sehat dan kurang percaya diri. Salah satu bentuk budi pekerti, kesopanan, dan akhlak mulia adalah menghadapkan wajah kepada lawan bicara saat berinteraksi. Sebagaimana tertera dalam pangkal surah Luqman ayat 18, "Dan janganlah engkau palingkan muka engkau dari manusia." Jika seseorang berbicara kepada kita, namun kita mengarahkan pandangan ke arah lain, hal itu dapat menyakiti perasaannya karena merasa tidak dihargai dan tidak didengarkan. Perilaku congkak dan sompong seringkali muncul akibat perasaan rendah diri yang mendalam. Orang yang bersikap demikian berusaha menutupi kekurangan diri dengan cara meninggikan diri dan mencari perhatian karena merasa tidak diperhatikan. Dalam Islam, kesombongan menunjukkan kelemahan iman.<sup>29</sup> Sebagaimana tercantum dalam hadis berikut:

عن عبد الله بن مسعود رضي الله عنه عن النبي صلى الله عليه وسلم ، قَالَ: «لَا يَدْخُلُ الْجَنَّةَ مَنْ كَانَ فِي قَلْبِهِ مِنْقَالٌ ذَرَّةٌ مِنْ كَبْرٍ» فَقَالَ رَجُلٌ يَحْبُّ أَنْ يَكُونَ ثَوْبَهُ حَسَنًا، وَتَعَلَّهُ حَسَنَةٌ؟ قَالَ: «إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يَحْبُّ  
الْجَمَالَ، الْكَبِيرُ: بَطْرُ الْحَقِّ وَغَمْطُ النَّاسِ» [رواه مسلم].

*Dari Abdullah bin Mas'ud -raḍiyallāhu 'anhu- dari Nabi -ṣallallāhu 'alaihi wa sallam-, beliau bersabda, "Tidak akan masuk surga orang yang dalam hatinya terdapat sifat sompong walaupun sebesar biji sawi." Seorang lelaki bertanya, "Sesungguhnya ada orang yang senang jika pakaianya bagus dan sandalnya pun bagus." Beliau bersabda, "Sesungguhnya Allah itu Maha Indah dan mencintai keindahan. Kesombongan itu ialah menolak kebenaran dan merendahkan sesama manusia." (HR. Muslim)*

Dalam hadis tersebut, dijelaskan bahwa sekecil apapun kesombongan dalam hati akan menghalangi seseorang masuk surga, dan sebaliknya, sekecil apapun iman dalam hati akan menjauhkannya dari neraka.

#### 5. Ayat tentang teladan akhlak

Q.S Al-Ahzab: 21

<sup>28</sup> Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir Aqidah, Syari'ah, Manhaj*, Jilid. 11, 163-165.

<sup>29</sup> Hamka, *Tafsir Al Azhar Juzu' XXI* (Jakarta: Pustaka Panjimas, 2006): 134

أَقْدَمْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أَسْنَةً حَسَنَةً لِمَنْ كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا ﴿٢١﴾

“Sungguh, pada (diri) Rasulullah benar-benar ada suri teladan yang baik bagimu, (yaitu) bagi orang yang mengharap (Rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat serta yang banyak mengingat Allah.” (QS. Al-Ahzab [33]: 21)

a. Aspek Mikro dan Makro

Asbabun nuzul surah Al-Ahzab ayat 21, berkaitan dengan peristiwa perang Khandaq. Pada saat itu, pasukan musuh yang terdiri dari kaum kafir berjumlah sekitar 10.000 orang, sedangkan kaum muslimin hanya berjumlah 3.000 orang. Kondisi ini membuat sebagian kaum muslim merasa takut, terutama di antara mereka yang munafik dan hanya berpura-pura beriman. Oleh karena itu, Allah Swt menurunkan ayat ini untuk memerintahkan kaum muslim yang benar-benar beriman agar meneladani keberanian Nabi Muhammad Saw dalam membela Islam, tanpa takut meskipun jumlah musuh sangat besar.<sup>30</sup> Ayat ini menampilkan sosok Rasulullah Saw. Sebagai contoh utama yang patut diteladani. Dalam hal membangun citra diri atau *personal branding*, Rasulullah menunjukkan keunggulannya melalui akhlak yang mulia, kejujuran dan sikap teladan yang konsisten. Beliau tidak pernah melakukan *flexing* dengan cara memamerkan kelebihan-kelebihan yang dimilikinya, meskipun beliau dianugerahi banyak kelebihan. Sebaliknya, keunggulan-Nya terlihat dari perbuatan nyata dan sikap yang dijalankan, bukan hanya dari kata-kata atau simbol-simbol duniawi yang bersifat pamer.

Secara makro, ayat ini menyampaikan pesan yang berlaku universal bahwa masyarakat memerlukan sosok panutan yang membangun personal branding dengan nilai positif. Pada tataran kemasyarakatan, pembentukan citra diri yang positif akan menghasilkan atmosfer kerukunan, penghormatan mutual, dan efektivitas kolektif. Ketika seseorang menampilkan keunggulan diri (*flexing*), pendekatan yang tepat adalah dengan menonjolkan kualitas-kualitas kebaikan, bukan hanya memamerkan kedudukan atau hasil material yang telah diraih.

a. Munasabah ayat

Surah Al-Ahzab ayat 21 menegaskan bahwa Rasulullah SAW adalah suri tauladan terbaik bagi orang-orang yang beriman, khususnya dalam menghadapi ujian dan cobaan seperti yang terjadi pada peristiwa Perang Ahzab. Allah memerintahkan umat islam untuk meneladani sikap, ucapan, dan perbuatan Nabi Muhammad SAW, terutama dalam hal kesabaran, keteguhan, kesiapan, serta keikhlasan menanti pertolongan Allah. Kemudian pada ayat 22 melanjutkan dengan menggambarkan bagaimana orang-orang mukmin merespons ketika mereka melihat pasukan sekutu yang besar dan menakutkan. Alih-alih merasa takut atau goyah, mereka justru mengingat janji Allah dan Rasul-Nya tentang ujian

<sup>30</sup> Lutviah Nur Azizah, Ika Zafiratul Ulfana, and Nasrul Umam, “Kajian Q.S, Al-Ahzab Ayat 21 Tentang Penanaman Nilai Agama Dan Moral Anak Usia Dini,” *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 8 (2024), 61.

dan kemenangan yang akan datang. Dengan keyakinan penuh, mereka berkata, “*inilah yang telah dijanjikan Allah dan Rasul-Nya kepada kita*” dan mereka menyatakan bahwa Allah dan Rasul-Nya benar dalam Janji-Nya. Situasi yang berat tersebut malah semakin memperkuat keimanan mereka dan menambah ketundukan mereka kepada Allah. Dengan demikian, munasabah antara kedua ayat tersebut adalah dalam ayat 21 menjadi dasar perintah untuk meneladani Nabi Muhammad SAW kemudian dalam ayat 22 menggambarkan hasil dari meneladani Nabi. Para mukmin tetap tegar, bertambah imannya, dan semakin tunduk kepada Allah saat menghadapi ujian, sebagaimana yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW dalam peristiwa Perang Ahzab.<sup>31</sup>

### b. Aspek Linguistik

*I'raab*. لَكُمْ لَمَنْ كَانَ يَرْجُوا اللَّهُ أَسْوَةُ حَسَنَةٍ . *i'raab* rafa karena menjadi sifat kedua untuk kata *أَسْوَةٌ* yaituHuruf *jarr* lam di sini tidak bisa berta'alluq dengan kata *أَسْوَةٌ* jika kata ini dipandang sebagai *mashdar* bermakna *وَالثَّانِي* karena kata ini disifati, sementara apabila *mashdar* disifati, maka tidak bisa beramal

*Lughawiyah*. أَسْوَةُ حَسَنَةٍ suri teladan dan contoh yang baik untuk ditiru dan dijadikan panutan, seperti berani, tegar dan teguh dalam medan pertempuran dan dalam menghadapi berbagai kondisi yang sulit dan berat لَمَنْ كَانَ يَرْجُوا اللَّهُ أَسْوَةٌ bagi orang yang mengharapkan pahala Allah SWT atau pertemuan dengan-Nya dan nikmat akhirat. وَذَكَرَ اللَّهُ كَثِيرًا dan banyak-banyak berdzikir kepada Allah SWT. Di sini, pengharapan tersebut diiringi dengan banyak dzikir kepada Allah SWT yang bisa membuat seseorang senantiasa berkomitmen terhadap ketaatan dan tidak pernah lepas darinya. Karena yang mencontoh, meniru dan meneladani Rasulullah saw. adalah orang yang memang seperti itu.<sup>32</sup>

### c. Aspek Penafsiran

Ayat tersebut, merupakan landasan utama tentang pentingnya meneladani Rasulullah dalam ucapan, tindakan dan perlakunya. Allah SWT memerintahkan manusia untuk mengikuti teladan Nabi khususnya pada peristiwa perang Ahzab, dalam hal kesabaran, keteguhan hati, keberanian, perjuangan, dan ketabahan beliau dalam menanti pertolongan Rabb-Nya. Karena itu, Allah menegur orang-orang yang hatinya goyah, gelisah, dan ragu saat menghadapi ujian di hari Ahzab dengan firman-Nya: أَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أَسْوَةٌ حَسَنَةٌ “Sungguh, pada (diri) Rasulullah benar-benar ada suri teladan yang baik bagimu” Maksudnya, mengapa mereka tidak mencontoh sifat-sifat Nabi? Untuk itu Allah SWT berfirman, لَمَنْ كَانَ يَرْجُوا اللَّهُ وَالْيَوْمَ الْآخِرِ وَذَكَرَ اللَّهُ كَثِيرًا “(yaitu) bagi orang yang mengharap(Rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat serta yang banyak mengingat Allah.” Selanjutnya, Allah menyampaikan tentang hamba-hamba-Nya yang beriman, yang membenarkan janji Allah kepada mereka, sehingga mereka mendapatkan kebaikan di dunia dan akhirat. Rasulullah SAW adalah teladan ideal dalam membangun *personal branding* positif melalui kejujuran, keramahan, kebijaksanaan, dan kasih sayang yang tercermin dalam setiap tindakan dan perkataan beliau. Meneladani Rasulullah SAW berarti

<sup>31</sup> M. Abdul Ghoffar and Abu Ihsan Al-atsari, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 6* (Bogor: Pustaka Imam asy-Syafi'i, 2004).461

<sup>32</sup> Az-Zuhaili, *Tafsir Al-Munir Aqidah, Syari'ah, Manhaj*, Jilid. Jilid 11, 278-281.

mengutamakan nilai moral dan etika Islam, serta memberikan kontribusi positif bagi masyarakat.<sup>33</sup> Sebagaimana yang tertera dalam hadis berikut:

إِنَّمَا بُعِثْتُ إِلَّا تَمَّ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ وَسُلْطَانَ أَجْوَنِجِ الْإِسْلَامِيَّةِ

*"Sesungguhnya aku diutus tidak lain hanyalah untuk menyempurnakan akhlak yang mulia."* (HR Ahmad dalam Musnad-nya (no. 8952)

Hadis ini menunjukkan bahwa tujuan utama diutusnya Rasulullah SAW ke dunia adalah untuk membenahi dan memperindah akhlak umat manusia. Nilai ini selaras dengan makna yang terkandung dalam Q.S. Al-Ahzab ayat 21, yang menyatakan bahwa Rasulullah adalah contoh teladan terbaik bagi siapa pun yang mengharap rahmat Allah serta kebahagiaan di akhirat, sekaligus rajin berdzikir kepada-Nya.

Dalam kaitannya dengan ayat tersebut, Rasulullah SAW tampil sebagai sosok yang menjadi rujukan utama dalam membangun citra diri yang baik. Beliau tidak pernah menonjolkan diri dengan cara pamer atau sompong, melainkan lewat perilaku yang mulia, jujur, dan selalu konsisten dalam setiap tindakan. Ayat ini pun mengingatkan bahwa meneladani Rasulullah bukan cuma soal mengikuti ibadah-ibadah lahiriah, tapi juga meniru seluruh sikap dan perbuatan beliau, terutama ketika menghadapi ujian berat seperti yang dialami saat Perang Ahzab.

### Analisis flexing sebagai Personal Branding dengan pendekatan tafsir Maqāṣid

Melalui pendekatan *Tafsir Maqāṣidi* Abdul Mustaqim, terdapat sejumlah nilai fundamental yang harus menjadi perhatian utama dalam mewujudkan tujuan syariah. Nilai-nilai tersebut meliputi nilai kemanusiaan, keadilan, kebebasan yang diiringi dengan tanggung jawab, moderasi, serta kesetaraan.

#### 1) Nilai Keadilan (*Al-‘Adalah*)

Nilai keadilan merupakan prinsip dasar yang diterapkan di tengah-tengah generasi manusia guna menegakkan kehormatan martabat manusia serta menyampaikan hak asasi nya, sampai terwujudnya ketenteraman, keamanan, serta ikatan hubungan persaudaraan yang harmonis.<sup>34</sup> Keadilan atau *al-‘adalah* dalam Al-Qur'an merupakan prinsip penting yang menolak sikap sompong dan ketidakadilan, sebagaimana diceritakan dalam QS. Al-Qashash ayat 76 tentang Qarun. Qarun diberi kekayaan yang sangat besar, tetapi ia menyalahgunakan hartanya untuk pamer dan menindas orang lain. Secara bahasa, ‘*adalah* berarti menempatkan sesuatu pada posisi yang tepat, dan secara hukum berarti memberikan hak kepada yang berhak tanpa berlebihan atau kekurangan. Abdul Mustaqim dalam tafsir maqāṣidnya menekankan bahwa keadilan berarti menggunakan harta dengan bijak dan bertanggung jawab, bukan untuk pamer yang berlebihan atau menindas. Kesombongan Qarun merupakan pelanggaran terhadap keadilan sosial karena ia tidak memanfaatkan

<sup>33</sup> Ghoffar and Al-atsari, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 6*.

<sup>34</sup> Muhammad Hasbulloh Huda, "Nilai-Nilai Dasar Hak Asasi Manusia Dalam Konsep Maqasid Syariah," *Jurnal Al-Qolam* 2, no. 2 (2019): 1–14.

kekayaannya untuk kebaikan bersama, melainkan untuk memuaskan ego dan menonjolkan diri, ini jelas bertentangan dengan tujuan syariah yang menginginkan keseimbangan antara kepentingan pribadi dan masyarakat. Jadi, jika seseorang melakukan *flexing* yang berlebihan dalam personal branding tanpa memperhatikan keadilan, hal itu justru merusak nilai-nilai *Maqāṣidi* dan menimbulkan dampak negatif. Konteks Berlebihan yang dimaksud dapat dilihat dari intensitas dan frekuensi *flexing* yang terlalu tinggi, penonjolan simbol kekayaan secara berlebihan tanpa memperhatikan etika dan keadilan, sehingga memicu perasaan negatif di masyarakat.

## 2) Nilai Kemanusiaan (*Insaniyah*)

Nilai ini mengajarkan kita untuk saling menghormati dan menjaga perasaan orang lain. Dalam QS. Al-Isra ayat 37, Allah melarang kita berjalan dengan sikap sombong (*takabbur*), yang berarti membesar diri secara berlebihan. Ibnu Katsir menjelaskan bahwa larangan ini bertujuan agar kita selalu rendah hati dan peka terhadap sesama. Merujuk pada fenomena *flexing*, berarti kita tidak boleh memamerkan diri dengan cara yang merendahkan orang lain, melainkan harus tetap menjaga martabat dan perasaan mereka.

## 3) Nilai Moderasi (*Wasathiyah*)

Moderasi atau *wasathiyah* berarti sikap seimbang dan tidak berlebihan. Dalam QS. Luqman ayat 18, Allah melarang kesombongan dan pamer. Secara bahasa, *wasathiyah* berarti tengah atau moderat, dan dalam syariat berarti menjaga keseimbangan dalam segala hal. Jika dikaitkan dengan fenomena *flexing*, prinsip moderasi mengajarkan kita untuk menampilkan diri secara elegan, sederhana, dan proporsional tanpa berlebihan. Dengan kata lain, *flexing* yang sesuai dengan nilai *wasathiyah* bukanlah tindakan pamer yang mencolok dan sombong, melainkan cara membangun citra diri dengan penuh kehati-hatian, tetap menjaga etika nilai dan tanggung jawab sosial.

## 4) Nilai Kebebasan dan Tanggung Jawab (*Hurriyah Mas'uliyah*)

Nilai ini mengajarkan bahwa setiap individu bebas bertindak sesuai kemampuannya, tapi harus siap mempertanggungjawabkan perbuatannya. Dalam QS. Yusuf ayat 55, Nabi Yusuf secara terbuka menawarkan diri untuk mengelola keuangan Mesir karena kemampuannya. Kata *hurriyah* berarti kebebasan, dan *mas'uliyah* berarti tanggung jawab. Ibnu Katsir menjelaskan bahwa kebebasan ini bukan tanpa batas, melainkan kebebasan yang disertai amanah dan integritas. Dalam membangun personal branding, seseorang memiliki kebebasan untuk menampilkan dirinya, namun harus senantiasa menjaga amanah dan menghindari kesan negatif. Dengan demikian, *flexing* bukanlah kebebasan tanpa batas, melainkan kebebasan yang harus dijalankan secara bertanggung jawab dan beretika.

## 5) Nilai Kesetaraan (*Al-Musawah*)

Nilai ini merupakan nilai yang mempromosikan persamaan derajat dalam hak dan kewajiban tanpa batasan atau perbedaan yang didasarkan pada kebangsaan, kelompok,

keturunan, kekayaan atau faktor lain.<sup>35</sup> Kesetaraan atau *al-musawah* berarti semua manusia memiliki kedudukan yang sama di hadapan Allah dan dalam hubungan sosial. QS. Al-Ahzab ayat 21 menegaskan bahwa Rasulullah SAW adalah teladan terbaik bagi semua umat tanpa memandang status sosial. Kata *musawah* berarti sama atau setara. Ibnu Katsir menafsirkan bahwa ayat ini mengajak umat Islam untuk meneladani Rasulullah secara adil dan setara tanpa diskriminasi.<sup>36</sup> Hal berikut mengingatkan kita agar *flexing* tidak digunakan untuk menonjolkan diri dengan cara yang merendahkan orang lain, melainkan menjadi contoh yang menginspirasi dan menjadi teladan yang baik tanpa membedabedakan satu sama lain.

Dalam pendekatan *Tafsir Maqāṣidi*, terdapat aspek-aspek *Maqāṣidi* yang terkandung dalam ayat-ayat terkait *flexing*, di antaranya:

### 1) *Hifz al-Din* (Menjaga Agama)

Dalam surah Al-Ahzab ayat 21, mengatakan bahwa Rasulullah merupakan panutan terbaik bagi umat Islam. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya menjaga agama (*hifz al-din*) melalui peneladanan akhlak, ibadah, dan perilaku sosial yang sesuai dengan syariat Islam. Keteladanan Nabi berfungsi sebagai alat penting untuk mempertahankan dan menguatkan iman umat, memastikan agama tetap lestari dan terlindungi dari pergeseran. Ayat ini mengajak orang-orang untuk mencontoh Rasulullah dalam berbagai aspek kehidupan agar nilai-nilai Islam tetap hidup dan berkembang. Kemudian dalam surah Yusuf: 55, menceritakan bagaimana Nabi Yusuf dipercaya untuk mengelola kekayaan negara karena kejujuran dan amanahnya. Hal ini merupakan bagian dari menjaga agama dengan menerapkan prinsip keadilan dan amanah dalam hal-hal dunia, yang merupakan bagian penting dalam ajaran Islam. Dalam konteks *Maqāṣidi*, menjaga agama tidak terbatas pada pelaksanaan ibadah saja, melainkan juga mencakup menjaga kepercayaan dan penerapan keadilan sosial sebagai wujud nyata dari prinsip-prinsip agama.

### 2) *Hifz al-Nafs* (Menjaga Jiwa)

*Hifz al-Nafs* (menjaga jiwa) terkait dampak psikologis *flexing*, cenderung menimbulkan sifat sombong dan iri hati, yang dalam syariat Islam dilarang karena dapat mengganggu keseimbangan jiwa dan merusak hubungan sosial. Al-Qashash ayat 76 dan Luqman ayat 18 menekankan pentingnya sikap rendah hati, yang berlawanan dengan perilaku *flexing* yang sering memicu perasaan ingin unggul, kecemasan sosial, dan tekanan psikologis. Sebagaimana dalam aspek *Maqāṣidi*, menjaga jiwa berarti melindungi manusia dari tindakan yang merusak masyarakat dan diri sendiri. Surah Al-Isra: 37 dan surah Luqman: 18, menekankan bahwa sikap rendah hati dan tidak berjalan dengan sombong sangat penting

<sup>35</sup> Fairuza Setya Eka Panggita, "Self Serving Bias Dalam Perspektif AL-Qur'an (Aplikasi Teori Tafsir Maqāṣidi Abdul Mustaqim)" (Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2022), <http://e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id/15436/>. 75

<sup>36</sup> Ghoffar and Al-atsari, *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 6*. 461

### 3) *Hifz al-'Aql* (Menjaga Akal)

*Hifz al-'Aql* bertujuan untuk menjaga akal agar tetap terlindungi dari segala sesuatu yang bisa merusak atau menyesatkannya, seperti pengaruh zat-zat yang memabukkan maupun kebodohan. Pemeliharaan akal memerlukan penggunaan nalar dan pertimbangan yang sehat saat melakukan berbagai hal. Flexing yang dilakukan semata-mata karena dorongan nafsu tanpa pemikiran matang bisa merusak reputasi dan hubungan sosial seseorang. Oleh sebab itu, agar hasilnya positif dan terhindar dari fitnah, flexing perlu dilakukan dengan penuh kehati-hatian dan kebijaksanaan. Dalam QS Yusuf: 55, Yusuf dihormati bukan karena pamer, melainkan karena kecerdasan dan kejujurannya, sehingga flexing yang baik harus mencerminkan kualitas asli dari diri seseorang. Selain itu, menjaga akal juga berarti mengembangkan kemampuan intelektual dan pendidikan. Oleh sebab itu, agar hasilnya positif dan terhindar dari fitnah, flexing perlu dilakukan dengan penuh kehati-hatian dan kebijaksanaan.

### 4) *Hifz al-Naṣab* (Menjaga Keluarga)

Aspek ini berpusat pada pengembangan nilai sosial dan keluarga. Flexing yang mengarah pada keangkuhan dapat merusak hubungan keluarga dan masyarakat, serta memberikan contoh yang buruk bagi generasi berikutnya. Surat Luqman [31]: 18 menekankan betapa pentingnya memiliki sikap rendah hati dan menghindari keangkuhan agar tidak mengganggu keselarasan sosial dan keturunan. Oleh karena itu, dalam berperilaku seseorang hendaknya mempertimbangkan dampak sosial dan berusaha menjadi teladan yang baik untuk lingkungan.

### 5) *Hifz al-mal* (Menjaga Harta)

*Hifz al-mal* adalah upaya untuk menjaga harta agar tidak digunakan dengan cara yang merugikan diri sendiri atau orang lain. Selain itu, harta benda harus dikelola dengan penuh tanggung jawab dan niat baik agar menguntungkan kedua orang dan masyarakat. Dalam surah Al-Qashash: 76 menceritakan kisah Qarun yang sombong dengan kekayaannya dan berakhir mendapat azab. Kisah ini mengajarkan pentingnya menjaga harta dengan sikap rendah hati dan penggunaan yang bertanggung jawab. Berdasarkan aspek *Maqāṣidi*, *hifz al-mal* bertujuan melindungi kepemilikan harta agar tidak merugikan individu maupun masyarakat. Hal ini, jika dikaitkan dengan fenomena flexing sebagai personal branding, menampilkan pencapaian atau keberhasilan secara proporsional dan jujur bisa menjadi sarana yang sah untuk memperlihatkan kemampuan dan usaha tanpa terjebak pada kesombongan atau pemborosan yang berlebihan. Surah Yusuf: 55 menunjukkan betapa pentingnya mengelola harta secara profesional dan jujur, sehingga fleksibilitas yang didasarkan pada kejujuran dan tanggungjawab atas harta yang dimiliki dapat diterima selama tidak menyebabkan pemborosan (*israf*) atau pamer (*riya'*), yang keduanya dilarang dalam Islam.<sup>37</sup>

<sup>37</sup> Zilal Afwa Ajidin and Nafkhatul Wahidah, "Fenomena Flexing Di Media Sosial Dan Kaitanya Dengan Israf," *Islamic Business and Finance (IBF)* 4, no. 1 (2023), 12.

## Relevansi Pemahaman Ayat-ayat Flexing terhadap Fenomena Flexing Sebagai Personal Branding.

Pemahaman ayat-ayat Al-Qur'an terkait fenomena flexing sangat relevan dalam konteks pembangunan personal branding yang sehat dan beretika di era digital saat ini. Flexing, yang merupakan perilaku menampilkan pencapaian, kekayaan, atau gaya hidup secara mencolok di media sosial, tidak hanya sebuah fenomena sosiokultural, tetapi juga mengandung dimensi moral dan etis yang dapat dikaji melalui tafsir ayat-ayat Al-Qur'an—seperti larangan kesombongan dan pamer dalam QS. Luqman ayat 18 dan QS. Al-Ahzab ayat 21 yang mengedepankan sikap sederhana dan keteladanan.

Penelitian kontemporer pada generasi muda, terutama Generasi Z di Indonesia, menunjukkan bahwa flexing dan personal branding kerap menjadi strategi untuk membangun citra diri.<sup>38</sup> Mereka cenderung menggunakan flexing sebagai simbol kekayaan, pencapaian, dan hubungan sosial yang menjadi standar sosial baru di media sosial. Namun, penelitian tersebut mengungkapkan dampak negatif seperti alienasi, kesenjangan sosial, dan tekanan psikologis yang muncul akibat persepsi glamor dan ketidakseimbangan ini. Dari perspektif moral, hal ini perlu diwaspadai agar tidak menimbulkan citra negatif yang bertentangan dengan nilai-nilai keadilan dan amanah yang diajarkan dalam Islam.

Studi lain oleh Farhan Ramadhan (2023) pada mahasiswa UIN Sunan Ampel menemukan bahwa flexing dalam personal branding seringkali berangkat dari kebutuhan untuk pembuktian diri dan pengakuan sosial, namun berpotensi mengabaikan nilai-nilai etika dan keadilan. Dalam konteks ini, pemahaman ayat-ayat yang menekankan moderasi (wasathiyah) dan amanah sebagai pengelolaan kekayaan secara bijak menjadi pedoman penting agar flexing tidak berubah menjadi pamer semata yang menimbulkan kecemburuan dan kesenjangan sosial. Penelitian lainnya di kalangan mahasiswa pesantren di Yogyakarta (2023) menegaskan bahwa flexing dan personal branding memberikan pengaruh signifikan pada gaya hidup, terutama bagi generasi muda yang rentan terhadap tekanan sosial dari konten media sosial.<sup>39</sup> Hal ini memperkuat perlunya pendekatan nilai Islam dan integritas personal dalam membangun personal branding yang otentik dan bertanggung jawab.

Secara teoretis, *flexing* yang dibingkai dalam personal branding ideal harus memperhatikan keseimbangan antara menampilkan keberhasilan dan menjaga etika, sebagaimana diingatkan dalam ayat-ayat dan prinsip *maqāṣid* syariah. Prinsip ini merefleksikan pentingnya integritas, kejujuran, dan tanggung jawab sosial agar citra yang dibangun tidak memicu dampak sosial negatif.

Teladan Rasulullah SAW yang hidup sederhana meskipun memiliki kedudukan yang tinggi, sebagaimana dijelaskan dalam QS. Al-Ahzab (33): 21, menjadi pedoman bahwa personal branding yang ideal harus didasarkan pada integritas, akhlak mulia, dan keteladanan. *Flexing* sebagai upaya membangun personal branding bukan sekedar

<sup>38</sup> Nurul Fahmi, Komariah, and Wulandari, "Flexing Dan Personal Branding: Konten Analisis Sosial Media Generasi Z Di Indonesia."

<sup>39</sup> Puji Solikhah, "The Effect of Flexing and Personal Branding on Social Media on the Lifestyle of Milenial Islamic Students in Yogyakarta Indonesia," *Nusantara Islamic Economic* 2 (2023): 54–65.

menonjolkan kemewahan atau popularitas semu semata, tetapi juga harus memperhatikan nilai-nilai yang ditampilkan. Oleh karena itu, ayat-ayat Al-Qur'an mengingatkan bahwa kekayaan dan pencapaian adalah amanah yang harus dikelola dengan penuh kebijaksanaan, bukan sekedar untuk pamer.

Selain itu, ayat-ayat tersebut mengajarkan pentingnya niat dan tujuan dalam setiap tindakan. *Flexing* yang hanya bertujuan mencari validasi sosial atau popularitas semu tidak sesuai dengan prinsip Islam. Namun, jika flexing dilakukan dengan niat berbagi inspirasi, edukasi, atau motivasi agar orang lain berusaha lebih baik, maka hal ini bisa diterima dalam kerangka *maqāṣid syari'ah*. Dalam konteks personal branding, penafsiran ayat-ayat ini bersifat fleksibel sehingga individu dapat menyesuaikan strategi branding agar tetap sesuai nilai Islam. Misalnya, seorang *influencer* yang memamerkan keberhasilan bisnis sambil mengedukasi tentang manajemen keuangan yang sehat dan berbagi tips keberhasilan dapat dianggap melakukan *flexing* yang bermakna dan bermanfaat. Namun, *flexing* yang berlebihan dan tanpa kendali dapat menimbulkan efek buruk seperti konsumtivisme berlebihan, gaya hidup hedonis, bahkan penipuan. Oleh karena itu, pemahaman ayat-ayat ini menjadi landasan moral agar personal branding tidak sekedar mengejar popularitas, tetapi juga membawa manfaat sosial dan spiritual.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian dalam penelitian tersebut, fenomena *flexing* di media sosial yang biasanya dipahami sebagai perilaku memamerkan kekayaan, prestasi, atau gaya hidup mewah ternyata memiliki makna yang lebih mendalam jika dilihat dari perspektif Al-Qur'an. Dengan menggunakan pendekatan tafsir *maqāṣid* Abdul Mustaqim, penelitian ini menunjukkan bahwa *flexing* tidak selalu bernilai negatif atau tercela, asalkan dilakukan dengan niat yang benar dan sesuai dengan prinsip *maqāṣid* syariah. Dalam Al-Qur'an, sikap pamer atau *riya'* memang dilarang, seperti yang dijelaskan dalam ayat-ayat QS. Al-Qashash:76, QS. Al-Isra':37, dan QS. Luqman:18, yang menekankan pentingnya sikap rendah hati dan bahaya kesombongan. Namun, QS. Yusuf:55 justru memberikan contoh bahwa menonjolkan kemampuan dan pencapaian diri diperbolehkan jika bertujuan untuk kebaikan masyarakat dan didasari oleh niat yang ikhlas.

Penelitian ini mengungkap bahwa *flexing* sebagai bagian dari personal branding dapat diterima dalam Islam jika memenuhi prinsip *maqāṣid* syariah, yakni menjaga harta (*hifz al-mal*), jiwa (*hifz al-nafs*), akal (*hifz al-'aql*), keturunan (*hifz al-naṣab*), dan agama (*hifz al-din*). *Flexing* yang bertujuan menginspirasi, memotivasi, mensyukuri nikmat Allah, atau memberikan edukasi kepada masyarakat dapat menjadi strategi personal branding yang bermakna dan etis. Sebaliknya, jika *flexing* hanya didasari oleh niat pamer, mencari pengakuan semu, atau menimbulkan kecemburuhan dan perpecahan sosial, maka hal tersebut bertentangan dengan nilai-nilai Islam dan berpotensi merusak hubungan sosial serta spiritual. Dalam Al-Qur'an, sikap sombong memang dilarang, seperti yang dijelaskan dalam ayat-ayat QS. Al-Qashash:76, QS. Al-Isra':37, dan QS. Luqman:18, yang menekankan pentingnya sikap rendah hati dan bahaya kesombongan. Namun, QS. Yusuf:55 justru memberikan contoh bahwa menonjolkan kemampuan dan pencapaian diri diperbolehkan jika bertujuan untuk kebaikan masyarakat dan didasari oleh niat yang baik

serta tidak berlebihan. Konteks Berlebihan yang dimaksud dapat dilihat dari intensitas dan frekuensi *flexing* yang terlalu tinggi, penonjolan simbol kekayaan secara berlebihan tanpa memperhatikan etika dan keadilan, sehingga memicu perasaan negatif di masyarakat. Oleh karena itu, niat menjadi faktor utama dalam menentukan apakah *flexing* dapat diterima dalam ajaran Islam, sebagaimana ditegaskan dalam hadis yang menekankan pentingnya niat dalam setiap amal.

Dengan demikian, penelitian ini menyimpulkan bahwa *flexing* sebagai personal branding bukanlah sesuatu yang secara mutlak buruk atau baik, melainkan sangat bergantung pada niat, tujuan, dan cara pelaksanaannya. Dengan memahami dan mengaplikasikan nilai-nilai *maqāṣid* syariah, *flexing* dapat menjadi alat efektif untuk membangun citra diri yang positif, inspiratif, dan bermanfaat, sekaligus menghindari dampak negatif seperti kesombongan, *riya'*, atau kecemburuan sosial. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi dan pedoman bagi umat Islam dalam menghadapi fenomena *flexing* di era digital, sehingga mampu menciptakan personal branding yang sehat, beretika, dan sesuai dengan ajaran Islam. Penulis menyarankan agar penelitian selanjutnya lebih mendalami kompleksitas *flexing* sebagai fenomena sosial-kultural kontemporer di era media sosial.

## BIBLIOGRAFI

- Abu Zyd, Wasfi' 'Asyur. *Metode Tafsir Maqasidi*. Edited by Ulya terj. oleh Fikriyati. , (Jakarta: PT Qaf Media Kreativa, 2019).
- Afwa Ajidin, Zilal, and Nafkhatul Wahidah. "Fenomena Flexing Di Media Sosial Dan Kaitanya Dengan Israf." *Islamic Business and Finance (IBF)* 4, no. 1 (2023).
- Apifah, Novianti. "Penafsiran Ayat-Ayat Fakhara Dan Padanannya (Flexing) Dalam Al-Qur'an Pendekatan Psikologi," 2022.
- Az-Zuhaili, Wahbah. *Tafsir Al-Munir Aqidah, Syari'ah, Manhaj, Jilid. Gema Insani*, 2018.
- Fatimah, Syarifah, Oggy Maulidya, Perdana Putri, Pascasarjana Ekonomi, Syariah Universitas, Islam Negeri, Maulana Malik, and Ibrahim Malang. "Flexing: Fenomena Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9, no. 01 (2023): 1204–12.
- Fiyani, Ayu Nadia. "Memaknai Musibah Pandemi Covid-19 Kajian (QS. Al-Hadid [57]: 22-23)Dengan Pendekatan Tafsir Maqashidi," 2022.
- Ghoffar, M. Abdul, and Abu Ihsan Al-atsari. *Tafsir Ibnu Katsir Jilid 6*. Bogor: Pustaka Imam asy-Syafi'i, 2004.
- Ghozali, Ahmad, and Indra Saputra. "Konektifitas Al-Quran: Studi Munasabah Antar Ayat Dan Ayat Sesudahnya Dalam Qs. Al-Isra' Pada Tafsir Al-Misbah." *Mawa Izh Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Sosial Kemanusiaan* 12, no. 2 (2021): 206–27. <https://doi.org/10.32923/maw.v12i2.2034>.
- Hamka. *Tafsir Al Azhar Juz XXI*. Jakarta: Pustaka Panjimas, 2006.
- Harahap, Nursapia. "Penelitian Kepustaka." *Jurnal Iqra* 8, no. 1 (2014): 68–73.

[http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/ikra/article/view/65/245.](http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/ikra/article/view/65/245)

- Helmiannoor. "Nilai-Nilai Karakter Dalam Al-Qur'an (Studi Tematik Surah Yusuf Dalam Perspektif Pendidikan Islam)." *Institutional Digital Repository Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin*, 2016, 57–127.
- Islamiati, Dian, Hamnah, and Sri Sunantri. "Konsep Sombong Dalam Al-Qur'an." *JURNAL ILMIAH FALSAFAH: Jurnal Kajian Filsafat, Teologi Dan Humaniora* 10, no. 1 (2023): 48–62. <https://doi.org/10.37567/jif.v10i1.2467>.
- Kholiska, R K. "Fenomena Flexing Sebagai Strategi Marketing Di Media Sosial Analisis Perspektif Tafsir Maqashidi." *Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*, 2023.
- Misbah, M.Quraish. *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur'an. Lentera Hati*. Jakarta, 2002.
- Muhammad, Abdullah Bin, and Abdurrahman Bin Ishaq Al-Sheikh. *Lubaabut Tafsiir Min Ibni Katsiir. Mu-Assasah Daar Al-Hilaal Kairo*, 2003.
- Muhammad Hasbulloh Huda. "Nilai-Nilai Dasar Hak Asasi Manusia Dalam Konsep Maqasid Syariah." *Jurnal Al-Qolam* 2, no. 2 (2019): 1–14.
- Mustaqim, Abdul. "Argumentasi Keniscayaan Tafsir Maqashidi Sebagai Basis Moderasi Islam (Pidato Pengukuhan Guru Besar Dalam Bidang Ulumul Qur'an Pada Fakultas Ushuluddin Dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga" Hal 45 - 49." In *UIN Sunan Kalijaga*, 9:33, 2019.
- Nur Azizah, Lutviah, Ika Zafiratul Ulfana, and Nasrul Umam. "Kajian Q.S, Al-Ahzab Ayat 21 Tentang Penanaman Nilai Agama Dan Moral Anak Usia Dini." *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 8 (2024): 61.
- Nurmadina. "Fenomena Flexing Di Media Sosial Perspektif Al-Qur'an (Studi Analisis QS. Al-Baqarah/2: 264)." *Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Majene*, 2023.
- Nurul Fahmi, Ai, Siti Komariah, and Puspita Wulandari. "Flexing Dan Personal Branding: Konten Analisis Sosial Media Generasi Z Di Indonesia." *Jurnal Analisa Sosiologi* 13, no. 1 (2024): 22–40.
- Panggita, Fairuza Setya Eka. "Self Serving Bias Dalam Perspektif Al-Quran (Aplikasi Teori Tafsir Maqashidi Abdul Mustaqim)." *Institut Agama Islam Negeri Salatiga*, 2022. <http://e-repository.perpus.uinsalatiga.ac.id/15436/>.
- Putri, Evayanti Yuliana, and Dien Vidia Rosa. "Flexing Sebagai Simulasi Mesin Hasrat Dan Fragmentasi Tubuh Generasi Z." *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education* 11, no. 1 (2024): 14–24. <https://doi.org/10.24036/scs.v11i1.622>.
- Qutub, Sayyid. *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an Di Bawah Naungan Al-Qur'an Jilid 6 (Surah At-Taubah 93-Yusuf 101)*. Jakarta: Gema Insani, 2003.
- Ramadhan, Farhan. "Flexing Di Media Sosial Sebagai Personal Branding Di Kalangan Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya." Skripsi: UIN Sunan Ampel Surabaya, 2023.
- Solikhah, Puji. "The Effect of Flexing and Personal Branding on Social Media on the Lifestyle of Milenial Islamic Students in Yogyakarta Indonesia." *Nusantara Islamic*

*Economic* 2 (2023): 54–65.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2011.

Ulinnuha, Moh Wafiq. *Personal Branding Dalam Perspektif Al- Qur ' an : Analisis Dengan Pendekatan Ma ' Nā Cum Maghz ā*. Vol. 5, 2025.

Zahra Manik, Nahliyah Septi DKK. "Ayat-Ayat Yang Berkaitan Dengan Pendidikan Islam Dalam Surah Al – Luqman Ayat 17-19 Kajian Tafsir Al -Misbah." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling* 3, no. 2 (2021). <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/2303>.

