



Fenomena Flexing dalam Interaksi Agama dan Publik: Studi Kasus Kehidupan Pendakwah Ustaz Solmed

Rizki Laelani¹

¹UIN Sunan Gunung Djati, Bandung, Indonesia

*2249090027@student.uinsgd.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menjawab pertanyaan tentang bagaimana fenomena flexing digunakan sebagai strategi komunikasi dalam dakwah Islam, dengan fokus pada pandangan Ustaz Solmed. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif melalui analisis literatur, wawancara, dan pengamatan konten media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa flexing, ketika digunakan dengan niat untuk memotivasi dan menginspirasi umat, dapat menjadi alat dakwah yang efektif tanpa melanggar prinsip Islam. Namun, praktik ini juga memiliki potensi menimbulkan kesalahpahaman. Dampaknya, flexing dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan dakwah, namun memerlukan batasan etis untuk menjaga keaslian pesan dakwah. Penelitian ini memberikan wawasan tentang relevansi gaya komunikasi modern dalam menyampaikan nilai-nilai agama serta potensi flexing dalam membangun citra positif dakwah.

Kata kunci: flexing; dakwah; komunikasi Islami.

ABSTRACT

This study examines the phenomenon of "flexing" within Islamic proselytization (dakwah) by analyzing its application as a communication strategy based on Ustaz Solmed's perspective. The research seeks to address how flexing, commonly associated with showcasing material wealth or achievements, can be utilized in dakwah without contradicting Islamic principles. Employing qualitative methods through literature reviews and case studies, the study identifies the dual nature of flexing in inspiring societal success while cautioning against arrogance and ostentation (riya).

The findings reveal that flexing, when used with the right intentions, aligns with Islamic teachings as a form of gratitude and motivation for collective betterment. However, its implementation requires ethical considerations to ensure it does not promote materialism or social inequality. This research highlights the importance of balancing contemporary communication trends with traditional Islamic values, offering insights into adapting dakwah strategies for modern audiences.

Keywords: flexing; dakwah; Islamic communication.

PENDAHULUAN

Istilah flexing berasal dari Bahasa Inggris, menjadi semakin populer akhir-akhir ini. Flexing bisa disebut perilaku pamer. Flexing (Syafuruddin Pohana, Putri Munawwarahb, July Susanty Br Sinuraya, 2023) digambarkan sebagai gaya hidup dengan menampilkan sisi lain kehidupan manusia. Mereka yang berperilaku flexing sering dihubungkan sebagai orang super kaya dan senang memamerkan kekayaannya dengan melakukan pola hidup glamour.

Flexing secara harfiah berarti "melenturkan" atau "memamerkan sesuatu." (Nuur An-Nafi, 2024) Dalam konteks budaya populer di media sosial, flexing digunakan untuk menggambarkan tindakan memamerkan kekayaan, prestasi, atau gaya hidup mewah dengan tujuan menunjukkan status atau keberhasilan.

Flexing awalnya (Ratna Dewi, 2022) digunakan dalam konteks budaya hip-hop di Amerika Serikat. Pada akhir 1980-an hingga awal 1990-an, istilah ini sering muncul dalam lirik lagu rap yang menggambarkan kebanggaan atas pencapaian atau menunjukkan keberanian. Secara spesifik tidak ada satu individu yang dianggap sebagai "penemu" istilah ini. Tetapi, banyak musisi hip-hop seperti LL Cool J dan Tupac Shakur menggunakan kata tersebut dalam lirik mereka.

Kemudian, istilah ini menjadi lebih umum di berbagai genre musik dan media sosial. Di era digital, flexing berkembang menjadi istilah yang menggambarkan perilaku memamerkan kekayaan atau pencapaian di platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook. Flexing awalnya (Ratna Dewi, 2022) digunakan dalam konteks budaya hip-hop di Amerika Serikat. Pada akhir 1980-an hingga awal 1990-an, istilah ini sering muncul dalam lirik lagu rap yang menggambarkan kebanggaan atas pencapaian atau menunjukkan keberanian. Secara spesifik tidak ada satu individu yang dianggap sebagai "penemu" istilah ini. Tetapi, banyak musisi hip-hop seperti LL Cool J dan Tupac Shakur menggunakan kata tersebut dalam lirik mereka.

Kemudian, istilah ini menjadi lebih umum di berbagai genre musik dan media sosial. Di era digital, flexing berkembang menjadi istilah yang menggambarkan perilaku memamerkan kekayaan atau pencapaian di platform media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook.

Menurut Prof. Rhenald Kasali, guru besar Universitas Indonesia dan founder Yayasan Rumah Perubahan, seharusnya jika seseorang menjadi semakin kaya, ia akan semakin diam. Merujuk pada sebuah pepatah lama yang berbunyi, "Prosperity whispers.", flexing dapat dinilai sebagai satu di antara sikap bragging yang dilakukan oleh manusia.

Sifat bragging, jika mengutip dari Australian Institute of Professional Counselors, adalah tindakan membual atau menyombongkan sesuatu secara berlebihan dan cenderung mengada-ngada. Orang cenderung menyukai pamer kekayaan atau memamerkan karena aksi pamer atau flexing dilakukan orang yang merasa kurang eksis. Dalam arti lain, mereka ingin hadir di tengah masyarakat dengan cara pamer kekayaan. Perkembangan media sosial juga ikut serta memperbesar peluang seseorang untuk melakukan flexing.

Sekitar tahun 2000-an, sulit sekali melihat lingkungan sekitar atau pencapaian orang lain. Satu-satunya cara adalah dengan mengabarkannya melalui mulut ke mulut atau hanya dengan sambungan telepon. Namun, dengan perkembangan internet, orang-orang dapat melihat agenda kegiatan orang lain. Kita dapat melakukan flexing dalam format foto bahkan hingga video.

Di sisi lain (Hamzah Ya'qub, 1996) menjelaskan dakwah adalah kegiatan menyampaikan ajaran Islam berisi ajakan kepada masyarakat menuju kehidupan yang lebih baik sesuai tuntunan agama. Dalam konteks kekinian, dakwah tidak hanya dilakukan melalui ceramah di masjid-masjid atau media konvensional, tetapi juga melalui berbagai platform digital seperti media sosial.

Sementara itu, flexing sering muncul di media sosial dan menjadi sorotan karena dapat menimbulkan kesenjangan sosial, iri hati, atau budaya konsumtif. Fenomena ini bisa bertentangan dengan nilai-nilai Islam yang menekankan kesederhanaan, keikhlasan, dan menghindari riya (memamerkan amalan).

Dalam perspektif dakwah (Wibowo, W. 2019) fenomena flexing bisa dianggap sebagai satu di antara tantangan baru. Flexing dapat memicu sikap riya atau takabur, yang bertentangan dengan nilai Islam. Fenomena flexing, yang awalnya dikenal dalam dunia ekonomi, kini telah merambah ke ranah dakwah, terutama dengan berkembangnya media sosial. Praktik flexing, yang sering kali melibatkan pemameran pencapaian materil, kini ditemukan dalam interaksi dakwah, termasuk dalam kehidupan tokoh agama seperti Ustaz Solmed. Selain menyampaikan ajaran agama, Ustaz Solmed juga menunjukkan pencapaian materilnya, seperti bisnis yang ia jalankan. Fenomena ini menarik perhatian karena menggabungkan unsur kesuksesan duniawi dengan dakwah yang mengajak orang untuk berusaha dan mencapai kebahagiaan bersama.

Untuk mengkaji dampak komunikasi flexing dalam dakwah Islam berdasarkan penjelasan Ustaz Solmed, peneliti merujuk pada wawasan yang disampaikan mengenai hubungan antara menunjukkan pencapaian atau kesuksesan dengan niat untuk mengajak orang lain berusaha bersama. Dalam konteks dakwah, hal ini dipahami sebagai bentuk motivasi yang bisa memberikan dampak positif, selama tidak menyentuh prinsip-prinsip kesombongan atau riya.

Menurut Ustaz Solmed (ALVIN in LOVE, 2024), flexing dalam konteks dakwah berbeda dengan niat pamer yang bisa merendahkan orang lain. Fokusnya adalah pada niat untuk berbagi keberhasilan agar orang lain termotivasi dan ikut sukses bersama. Dalam Islam, selama niat tersebut baik bukan dianggap sebagai riya, melainkan sebagai bentuk syukur terhadap nikmat yang diberikan Allah.

Komunikasi dakwah, dan prinsip-prinsip dalam Islam, khususnya yang mengaitkan niah dengan tindakan sosial, tanpa melupakan zakat atau sedekah sebagai bentuk keberhasilan yang benar.

Mengamati dan menganalisis wawancara Ustaz Solmed Bersama Alvin Adam, peneliti mencoba mengkaji dan mendiskusikan konsep "flexing" dalam dakwah Islam. Ustaz Solmed menjelaskan bahwa flexing merujuk pada tindakan seseorang yang memamerkan keberhasilannya—seperti dalam bisnis—dengan tujuan menarik perhatian orang lain untuk ikut serta dalam kesuksesan tersebut. Fenomena ini, menurutnya, bukanlah hal yang negatif selama tidak bertujuan merendahkan orang lain atau menyombongkan diri secara berlebihan.

Ustaz Solmed juga menghubungkan flexing dengan konsep riya dalam Islam. Riya, dalam pengertian Islam, adalah pamer yang muncul karena niat untuk menunjukkan kelebihan atau keberhasilan dengan tujuan merendahkan orang lain atau menolak kebenaran. Ustaz Solmed menyatakan, pamer dalam Islam bukan soal menunjukkan kekayaan, tetapi lebih pada sikap hati yang sombong.

Jika niatnya untuk mengajak orang lain ikut dalam kesuksesan atau kebajikan, seperti dalam berdagang atau berbisnis, maka itu sah menurut Islam. Sebagai contoh, Nabi Muhammad dan sahabat-sahabatnya, seperti Abdurrahman bin Auf dan Sayidina Abu Bakar, meskipun kaya raya, tetap memberikan contoh tentang kewajiban zakat dan berbuat baik kepada sesama. Kekayaan yang digunakan untuk kebaikan tidaklah dilarang dalam Islam.

Ustaz Solmed mengingatkan bahwa yang dilarang dalam Islam bukanlah kekayaan itu sendiri, tetapi perilaku buruk yang muncul dari kekayaan tersebut, seperti pelit dan enggan membayar zakat. Dengan demikian, dalam dakwah Islam, flexing yang bertujuan untuk mengajak orang ke arah yang lebih baik—termasuk dalam bidang usaha dan bisnis—dapat menjadi sarana dakwah yang sah, asalkan niatnya untuk mengajak kepada kebaikan dan bukan untuk pamer semata.

Tujuan utama dari pembuatan pembuatan mini riset tentang dakwah dengan pendekatan komunikasi flexing berdasarkan pandangan Ustaz Solmed. Menurut Ustaz Solmed, flexing dapat menjadi alat dakwah yang efektif selama dilakukan untuk menginspirasi dan mendorong orang lain menuju keberhasilan bersama tanpa melanggar prinsip Islam, seperti menghindari sifat sombong dan riya.

Dakwah (Syaiikh Mahmud Al-Mishri, 2018) merupakan metode menyampaikan ajaran Islam yang bertujuan memperbaiki akhlak dan mengajak umat kepada kebenaran. Dalam era modern, strategi komunikasi dakwah terus berkembang, termasuk dengan fenomena yang dikenal sebagai komunikasi flexing. Flexing, yang biasanya identik dengan pamer keberhasilan atau kekayaan, telah menjadi pendekatan yang menarik perhatian dalam dakwah, terutama di media sosial.

Harapannya, bisa menganalisis konsep flexing dalam dakwah Islam. Mengidentifikasi (H. Sholeh Mahmood Nasution, 2023) bagaimana istilah yang biasanya digunakan dalam dunia ekonomi dan media sosial ini dapat diterapkan sebagai strategi komunikasi dalam dakwah. Menggali nilai-nilai Islam terkait flexing: Memahami batasan antara menunjukkan keberhasilan untuk motivasi umat dan peringatan terhadap sifat ria atau sombong menurut ajaran Islam.

Kemudian mampu memahami pengaruh flexing terhadap audiens dakwah dengan cara mengeksplorasi bagaimana gaya komunikasi yang menunjukkan keberhasilan dapat menarik partisipasi masyarakat untuk meningkatkan kebaikan bersama. Lalu mengkaji relevansi konsep ini dengan budaya dan kebutuhan umat masa kini dengan cara menyesuaikan pendekatan dakwah dengan perkembangan sosial dan tren masyarakat tanpa melanggar nilai-nilai keislaman.

Selain itu mampu menyusun panduan dakwah flexing yang sesuai syariat dengan cara memberikan panduan kepada pendakwah agar bisa memanfaatkan gaya komunikasi ini secara efektif dan tetap etis.

Pada mini riset ini peneliti mencoba hal yang belum terkupas antara flexing dan dakwah di media sosial. Misal, belum banyak dibahas bagaimana flexing dapat digunakan untuk menunjukkan keberhasilan dakwah secara kolektif, seperti memperlihatkan kemajuan pembangunan masjid, program sosial, atau kegiatan dakwah yang melibatkan banyak komunitas. Fokus lebih pada individu, sementara aspek kolektif ini relevan dalam membangun citra positif institusi dakwah.

Kemudian bagaimana audiens dari berbagai latar belakang (seperti generasi muda, kelas ekonomi tertentu, atau komunitas konservatif) memandang perilaku flexing dari tokoh agama. Persepsi ini penting untuk memahami dampak jangka panjang terhadap kredibilitas pendakwah. Selain itu melihat bagaimana dampak flexing terhadap penyebaran nilai kesederhanaan Islam. Fenomena ini tampaknya bertentangan dengan ajaran kesederhanaan (zuhud).

Selain itu disajikan juga analisis psikologis dan sosial pendakwah yang melakukan flexing. Pendekatan motivasi individu pendakwah melakukan flexing, apakah lebih untuk membangun branding, menarik audiens, atau kebutuhan personal. Demikian pula, pengaruh sosial terhadap pendakwah yang memamerkan

kekayaan juga belum diulas secara mendalam.

Lalu tentang flexing dan etika komunikasi dakwah yang mengupas bagaimana prinsip-prinsip etika komunikasi Islam (seperti tabayyun, kejujuran, dan hikmah) seharusnya diterapkan dalam fenomena flexing untuk mencegah kesalahpahaman atau kritik publik yang bisa merugikan dakwah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih lanjut tentang fenomena flexing dalam dakwah, khususnya yang dilakukan oleh Ustaz Solmed, serta untuk melihat dampaknya dalam perspektif sosiologi dan komunikasi. Bagaimana fenomena flexing ini dapat dijelaskan melalui teori sosial dan apa pengaruhnya terhadap masyarakat merupakan hal yang menarik untuk dibahas. Melalui kajian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman lebih dalam mengenai hubungan antara agama, dakwah, dan fenomena budaya kontemporer di era media sosial.

Penting untuk dicatat bahwa dalam Islam, flexing yang bertujuan untuk mengajak orang menuju kesuksesan bersama dan berbagi nikmat Allah tidak dianggap sebagai pamer yang merugikan, asalkan tidak disertai dengan niat buruk atau kesombongan. Dalam perspektif teori sosial, fenomena ini dapat dianalisis dengan menggunakan teori simbolik interaksionisme dan teori dramatisasi yang dikemukakan oleh para tokoh seperti George Herbert Mead dan Erving Goffman, untuk memahami bagaimana individu membentuk identitas sosial melalui interaksi dengan masyarakat.

Secara metodologis untuk mengkaji fenomena flexing dalam konteks dakwah Islam seperti yang dijelaskan dalam tulisan ini, metode yang relevan adalah penelitian kualitatif. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna, pengalaman, dan pandangan secara mendalam mengenai fenomena flexing dalam dakwah, terutama di media sosial. Penelitian kualitatif juga cocok untuk menganalisis fenomena sosial budaya yang kompleks, seperti pengaruh flexing pada nilai-nilai Islam.

Kemudian pendekatan metodologis yang bisa digunakan adalah studi kasus dengan mengkaji contoh spesifik (seperti Ustaz Solmed) untuk menganalisis bagaimana flexing digunakan dalam dakwah dan dampaknya terhadap audiens. Kemudian Analisis wacana kritis untuk menganalisis narasi tentang flexing dalam dakwah untuk memahami konstruksi makna dan dampak sosialnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut kutipan wawancara Ustad Solmed bersam Alvin Adam:

“Pertama, kalau dibilang flexing, sebetulnya tuh istilah ekonomi yang

Fenomena Flexing dalam Interaksi Agama dan Publik: Studi Kasus Kehidupan Pendakwah Ustaz Solmed bagaimana seseorang itu menampilkan sesuatu yang sukses, berhasil, tapi benar-benar gitu, tujuannya untuk menarik. Kalau orang bilang ada investasi, mau modal, mau ikut jualan, mau ikut dagang, karena dari situ orang akan bertanya, "Kok bisa, dari mana?" Dari dagang. "Lu mau ikut?" "Ayo, gua mau dong!" Pencapaian bisa kayak gitu, dan kita fa-feran, "Ayo, mau usaha apa? Mau usaha vila? Mau usaha kafe? Mau usaha jualan rokok sinetron?"

Mau usaha jualan kopi?" Misalnya, ayo! Kami tidak jual mimpi, kami jual kopi. Nah, dari situ ternyata banyak sekarang, justru banyak orang taruh untuk apa? Untuk bisnis bareng-bareng. Iya, nah yang kedua soal Ria tadi. Ria itu kan bicara hati, dan Ria itu enggak harus menunjukkan kekayaan."

"Aduh, jelek aja bisa Ria. Iya, betul. Misalnya, dulu saya tinggal di kampung ya, unel, "Eh, lu beli di mana sih?" "Tuh, gua beli di pasar sono." Eh, pasar dekat got, ya. "Nih, gua belinya di sono, pasar malam." Jadi, adu pasar dekat gua sama adu pasar malam itu adu sombong. Berarti enggak harus kaya, karena bicara Ria itu di sini, oke? Tidak pada kebendaan. Bahkan yang tidak menunjukkan benda saja, kalau di hatinya bilangin, "Hm, Uncle pakai jam bagus, kayak TV, untung aku pakai yang ini, yang ini bukan." Pai, untung enggak makai ini. Bu besar sekali. Ini sombong sekali, ada po-nya. Kayak di sinetron kan, blagu. Pasti dia lagi pamer tuh, aduh. Gua enggak boleh yang ini, Ustaz, kayak gue dong. Di hatinya tuh ada kalimat kayak, "Gue dong biar bagus juga, gua enggak Nora."

"Itu udah jadi sombong. Itu pun ya, itu, ah, sombongnya karena hati mainan. Jadi, definisi pamer menurut Islam apa? Sesuatu yang kita tunjukkan untuk merendahkan orang lain, he, dan menolak kebenaran. Sombong tuh kan di situ tuh. Iya, nah itu definisi sombong dalam Islam. Sehingga ada sahabat bertanya-tanya, "Ya Rasulullah, tuh ada teman kita itu pakai sendal bagus banget. Wah, dia tuh Ria." "Tuh, oh, enggak, itu justru menunjukkan karunia Allah." Iya, karena sombong itu kata Nabi."

"Nah, baru di situ tuh, ya, mengecilkan orang, merendahkan orang, dan menolak kebenaran. Berarti kalau misalkan menunjukkan keberhasilan supaya mengajak orang juga ikut, yuk berhasil bareng-bareng, boleh dong. Boleh, boleh, tinggal sudut pandang yang lihat aja. Bagaimana? Kan bisa jadi gini, Uncle. Banyak teman-teman waktu dia usaha a, b, c, dia enggak sukses. Begitu kami ajak, subhanallah, penjualannya dahsyat, alhamdulillah. Berarti memang harus di sini."

"Nah, buat orang yang pengen benar-benar mau usaha, ini jadi jalan orang bisa kayak buka jalan lah, sebetulnya ya. Silakan, mau disambut, ya silakan. Enggak pun, ya enggak apa-apa. Tapi ada kok konkritnya. Misalnya, "Kay,

Git, ya mau disambut juga boleh, disambit juga enggak apa-apa." Kalau istiraj itu istidraj, itu Islam. Sesuatu yang kamu dapat penuh dengan kemewahan, tapi kamu tidak mau ibadah. Semakin kamu enggak ibadah, semakin kamu diberikan nikmat, itu namanya istidraj. Makanya yang dilarang dalam Islam bukan kayanya Uncle, tapi pada saat kamu kaya, kamu masih bayar zakat, enggak? Oke, kamu masih mau sedekah, enggak?"

"Berbuat baik, enggak? Masih mau berbuat baik, enggak? Iya, itu tidak dilarang. Nabi Sulaiman kaya, Nabi Muhammad kaya, Abdurrahman bin Auf sahabat nabi kaya, Sayidina Abu Bakar, Konglomerat, Sayidina Umar Utsman kaya, raya. Bahkan banyak ulama yang kaya, termasuk Imam Malik, gurunya para imam mazhab kaya raya, Imam Syabani kaya raya. Tidak dilarang, yang dilarang pelit, iya, tidak mau zakat. Nah, itu yang tidak boleh. Kayanya mah kalau bisa harus. Ibu, Masyaallah, yang penting hati, ya kan? Kita di mana-mana kita ngerasa bahagia, senang, walaupun rumah segede gini, tapi jarang di sini karena harus kerja."

"Ya, udah dinikmati. Iya, kantornya diseberang. Iya, diseberang. Iya, tapi good point, lho. Membuat kantor berdekatan dengan rumah, iya. Ya, silakanlah. Sibuk jami, harus pulang, makan siang bisa pulang, dan itu sebenarnya intinya adalah irit bensin. Oh, iya, lagi nih. Heeh, kalau beli bensin kan, Masyaallah, ada pom bensin, ya? Kagak juga buat tadi aku, tadi aku ma masukin mobil kan, lumayan, ya, full tank masuk dalam gitu loh, pulang-pulang kan enak gitu. Kayaknya lebih besar perawatan ini, gua di lantai, gua dia hancurangel masuk. Aduh, aduh, tapi lucu, seru ngelihatnya, ya. Tapi itulah viral langsung. Wih, rumah ada POM bensin, ada lapangan, ini ada itu. Dia enggak tahu ada hati yang indah di dalam, Masyaallah. Iya kan? Iya kan? Kayak gitu kan? Nah, tapi wujud membangun rasa syukur itu mungkin bisa sharing ke viewers-ku, ustaz."



Sumber: Youtube ALVIN in LOVE, 2024

Mengamati dan menganalisis wawancara Ustaz Solmed Bersama Alvin Adam, peneliti mencoba mengkaji dan mendiskusikan konsep "flexing" dalam dakwah Islam. Ustaz Solmed menjelaskan bahwa flexing merujuk pada tindakan seseorang yang memamerkan keberhasilannya—seperti dalam bisnis—dengan tujuan menarik perhatian orang lain untuk ikut serta dalam kesuksesan tersebut. Fenomena ini, menurutnya, bukanlah hal yang negatif selama tidak bertujuan merendahkan orang lain atau menyombongkan diri secara berlebihan.

Ustaz Solmed juga menghubungkan flexing dengan konsep riya dalam Islam. Riya, dalam pengertian Islam, adalah pamer yang muncul karena niat untuk menunjukkan kelebihan atau keberhasilan dengan tujuan merendahkan orang lain atau menolak kebenaran. Ustaz Solmed menyatakan, pamer dalam Islam bukan soal menunjukkan kekayaan, tetapi lebih pada sikap hati yang sombong.

Jika niatnya untuk mengajak orang lain ikut dalam kesuksesan atau kebajikan, seperti dalam berdagang atau berbisnis, maka itu sah menurut Islam. Sebagai contoh, Nabi Muhammad dan sahabat-sahabatnya, seperti Abdurrahman bin Auf dan Sayidina Abu Bakar, meskipun kaya raya, tetap memberikan contoh tentang kewajiban zakat dan berbuat baik kepada sesama. Kekayaan yang digunakan untuk kebaikan tidaklah dilarang dalam Islam.

Ustaz Solmed mengingatkan bahwa yang dilarang dalam Islam bukanlah kekayaan itu sendiri, tetapi perilaku buruk yang muncul dari kekayaan tersebut, seperti pelit dan enggan membayar zakat. Dengan demikian, dalam dakwah Islam, flexing yang bertujuan untuk mengajak orang ke arah yang lebih baik—termasuk dalam bidang usaha dan bisnis—dapat menjadi sarana dakwah yang sah, asalkan niatnya untuk mengajak kepada kebaikan dan bukan untuk pamer semata.

Tujuan utama dari pembuatan pembuatan mini riset tentang dakwah dengan pendekatan komunikasi flexing berdasarkan pandangan Ustaz Solmed. Menurut Ustaz Solmed, flexing dapat menjadi alat dakwah yang efektif selama dilakukan untuk menginspirasi dan mendorong orang lain menuju keberhasilan bersama tanpa melanggar prinsip Islam, seperti menghindari sifat sombong dan riya.

Dakwah (Syaiikh Mahmud Al-Mishri, 2018) merupakan metode menyampaikan ajaran Islam yang bertujuan memperbaiki akhlak dan mengajak umat kepada kebenaran. Dalam era modern, strategi komunikasi dakwah terus berkembang, termasuk dengan fenomena yang dikenal sebagai komunikasi flexing. Flexing, yang biasanya identik dengan pamer keberhasilan atau kekayaan, telah menjadi pendekatan yang menarik perhatian dalam dakwah, terutama di media sosial.

Harapannya, bisa menganalisis konsep flexing dalam dakwah Islam. Mengidentifikasi (H. Sholeh Mahmood Nasution, 2023) bagaimana istilah yang biasanya digunakan dalam dunia ekonomi dan media sosial ini dapat diterapkan sebagai strategi komunikasi dalam dakwah. Menggali nilai-nilai Islam terkait flexing: Memahami batasan antara menunjukkan keberhasilan untuk motivasi umat dan peringatan terhadap sifat ria atau sombong menurut ajaran Islam.

Kemudian mampu memahami pengaruh flexing terhadap audiens dakwah dengan cara mengeksplorasi bagaimana gaya komunikasi yang menunjukkan keberhasilan dapat menarik partisipasi masyarakat untuk meningkatkan kebaikan bersama. Lalu mengkaji relevansi konsep ini dengan budaya dan kebutuhan umat masa kini dengan cara menyesuaikan pendekatan dakwah dengan perkembangan sosial dan tren masyarakat tanpa melanggar nilai-nilai keislaman.

Selain itu mampu menyusun panduan dakwah flexing yang sesuai syariat dengan cara memberikan panduan kepada pendakwah agar bisa memanfaatkan gaya komunikasi ini secara efektif dan tetap etis.

Pada mini riset ini peneliti mencoba hal yang belum terkusap antara flexing dan dakwah di media sosial. Misal, belum banyak dibahas bagaimana flexing dapat digunakan untuk menunjukkan keberhasilan dakwah secara kolektif, seperti memperlihatkan kemajuan pembangunan masjid, program sosial, atau kegiatan dakwah yang melibatkan banyak komunitas. Fokus lebih pada individu, sementara aspek kolektif ini relevan dalam membangun citra positif institusi dakwah.

Kemudian bagaimana audiens dari berbagai latar belakang (seperti generasi muda, kelas ekonomi tertentu, atau komunitas konservatif) memandang perilaku flexing dari tokoh agama. Persepsi ini penting untuk memahami dampak jangka panjang terhadap kredibilitas pendakwah. Selain itu melihat bagaimana dampak

Fenomena Flexing dalam Interaksi Agama dan Publik: Studi Kasus Kehidupan Pendakwah Ustaz Solmed flexing terhadap penyebaran nilai kesederhanaan Islam. Fenomena ini tampaknya bertentangan dengan ajaran kesederhanaan (zuhud).

Selain itu disajikan juga analisis psikologis dan sosial pendakwah yang melakukan flexing. Pendekatan motivasi individu pendakwah melakukan flexing, apakah lebih untuk membangun branding, menarik audiens, atau kebutuhan personal. Demikian pula, pengaruh sosial terhadap pendakwah yang memamerkan kekayaan juga belum diulas secara mendalam.

Lalu tentang flexing dan etika komunikasi dakwah yang mengupas bagaimana prinsip-prinsip etika komunikasi Islam (seperti tabayyun, kejujuran, dan hikmah) seharusnya diterapkan dalam fenomena flexing untuk mencegah kesalahpahaman atau kritik publik yang bisa merugikan dakwah.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji lebih lanjut tentang fenomena flexing dalam dakwah, khususnya yang dilakukan oleh Ustaz Solmed, serta untuk melihat dampaknya dalam perspektif sosiologi dan komunikasi. Bagaimana fenomena flexing ini dapat dijelaskan melalui teori sosial dan apa pengaruhnya terhadap masyarakat merupakan hal yang menarik untuk dibahas. Melalui kajian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman lebih dalam mengenai hubungan antara agama, dakwah, dan fenomena budaya kontemporer di era media sosial.

Penting untuk dicatat bahwa dalam Islam, flexing yang bertujuan untuk mengajak orang menuju kesuksesan bersama dan berbagi nikmat Allah tidak dianggap sebagai pamer yang merugikan, asalkan tidak disertai dengan niat buruk atau kesombongan. Dalam perspektif teori sosial, fenomena ini dapat dianalisis dengan menggunakan teori simbolik interaksionisme dan teori dramatisasi yang dikemukakan oleh para tokoh seperti George Herbert Mead dan Erving Goffman, untuk memahami bagaimana individu membentuk identitas sosial melalui interaksi dengan masyarakat.

Secara metodologis untuk mengkaji fenomena flexing dalam konteks dakwah Islam seperti yang dijelaskan dalam tulisan ini, metode yang relevan adalah penelitian kualitatif. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali makna, pengalaman, dan pandangan secara mendalam mengenai fenomena flexing dalam dakwah, terutama di media sosial. Penelitian kualitatif juga cocok untuk menganalisis fenomena sosial budaya yang kompleks, seperti pengaruh flexing pada nilai-nilai Islam.

Kemudian pendekatan metodologis yang bisa digunakan adalah studi kasus dengan mengkaji contoh spesifik (seperti Ustaz Solmed) untuk menganalisis bagaimana flexing digunakan dalam dakwah dan dampaknya terhadap audiens. Kemudian Analisis wacana kritis untuk menganalisis narasi tentang flexing dalam dakwah untuk memahami konstruksi makna dan dampak sosialnya. *Flexing*,

sebagaimana dijelaskan oleh Syafruddin Pohana, Putri Munawwarahb, dan July Susanty Br Sinuraya (2023), adalah gaya hidup untuk menampilkan sisi lain dari hidup manusia, seringkali berkaitan dengan pamer kekayaan dan gaya hidup glamor. Namun, di balik fenomena ini, muncul pertanyaan: apakah pamer keberhasilan dalam dakwah, seperti yang dilakukan oleh beberapa tokoh agama dalam hal ini Ustaz Solmed, dapat diterima jika dilakukan dengan niat yang baik? Hal ini perlu dilihat dalam konteks dakwah Islam yang berfokus pada penyampaian pesan agama dan peningkatan kualitas hidup umat.

Dalam Islam, dakwah bertujuan untuk memberikan pencerahan dan membimbing umat menuju kehidupan yang lebih baik sesuai dengan tuntunan agama. Dakwah tidak hanya dilakukan melalui ceramah, tetapi juga melalui media sosial, di mana para pendakwah dapat menyebarkan pesan agama dengan cara yang lebih modern dan mudah diakses. Di sini, pamer keberhasilan bisa dilihat sebagai dua hal yang berbeda: inspirasi dan kesombongan.

Fenomena flexing dalam dakwah dapat dilihat sebagai tantangan baru dalam menyebarkan nilai-nilai Islam. Jika dilakukan dengan niat yang benar, flexing dapat menjadi alat untuk menginspirasi orang lain. Pamer keberhasilan ini dapat memperlihatkan bahwa kekayaan yang diperoleh dengan cara yang benar harus digunakan untuk tujuan yang bermanfaat, seperti zakat, sedekah, dan membantu sesama.

Namun, jika flexing dilakukan dengan niat untuk merendahkan orang lain atau untuk mencari pengakuan, maka ini dapat dianggap sebagai bentuk kesombongan atau riya, yang sangat dilarang dalam Islam. Riya adalah perbuatan yang merusak esensi amal baik dan merusak pahala yang seharusnya diterima. Oleh karena itu, pamer keberhasilan dalam dakwah harus memiliki niat yang tulus dan bukan untuk mencari pujian atau popularitas.

Flexing dalam Konteks Dakwah: Studi Kasus Ustaz Solmed

Fenomena flexing dalam dakwah dapat dilihat melalui contoh tokoh agama seperti Ustaz Solmed. Dalam wawancara bersama Alvin Adam, Ustaz Solmed menjelaskan bahwa niat di balik menunjukkan kesuksesan adalah untuk menginspirasi orang lain agar mengikuti jejak yang sama, seperti dalam dunia bisnis. Menurutnya, flexing yang dilakukan dalam dakwah bukan untuk pamer semata, tetapi sebagai bentuk motivasi bagi orang lain untuk berusaha dan mencapai kesuksesan bersama. Hal ini berbeda dengan riya yang hanya bertujuan untuk mendapatkan pengakuan dan pujian.

Penting untuk diingat bahwa dalam Islam, keberhasilan dan kekayaan bukanlah masalah, tetapi bagaimana cara kita menggunakannya untuk tujuan yang

Fenomena Flexing dalam Interaksi Agama dan Publik: Studi Kasus Kehidupan Pendakwah Ustaz Solmed baik dan bermanfaat bagi orang lain. Oleh karena itu, flexing yang dilakukan dengan niat baik untuk mengajak orang lain berbuat baik adalah suatu hal yang positif dalam dakwah.

Batasan Islam Terhadap Flexing

Dalam Islam, prinsip kesederhanaan dan keikhlasan sangat ditekankan, dan hal ini berseberangan dengan fenomena flexing yang cenderung mendorong individu untuk memamerkan kekayaan atau prestasi mereka. Islam mengajarkan bahwa niat dalam segala bentuk amal harus tulus karena Allah, bukan untuk menarik perhatian atau mendapatkan pujian dari orang lain. Salah satu ajaran penting dalam Islam yang relevan dengan fenomena flexing adalah larangan riya (memamerkan amal untuk tujuan mendapatkan pujian dari manusia) sebagaimana tercantum dalam Surah Al-Baqarah ayat 264:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu menghapus pahala sedekahmu dengan menyebut-nyebut dan menyakiti (perasaan orang yang diberi), seperti orang yang menafkahkan hartanya karena riya kepada manusia...”

Ajaran ini menekankan bahwa setiap tindakan, termasuk berbagi kekayaan atau prestasi, harus dilakukan dengan niat yang tulus tanpa mengharap pujian dari manusia.

Fungsi Inovatif Flexing dalam Dakwah

Seiring berkembangnya media sosial, flexing tidak lagi terbatas pada mereka yang memamerkan gaya hidup mewah, tetapi juga digunakan oleh tokoh-tokoh agama dalam konteks dakwah. Ustaz Solmed, misalnya, menggunakan platform digital untuk menunjukkan kesuksesan pribadinya dalam bisnis dan berusaha mengajak pengikutnya untuk terinspirasi dan bekerja keras dalam kehidupan. Menurut Solmed (2024), tujuan dari flexing dalam dakwah bukanlah untuk menunjukkan kekayaan atau prestasi sebagai bentuk kesombongan, tetapi untuk memberikan motivasi agar orang lain dapat mengikuti jejak yang positif dan berusaha lebih keras.

Pentingnya niat yang benar dalam flexing ini diperjelas dalam sebuah hadis Nabi Muhammad SAW: "Tidaklah kekayaan itu menyebabkan keburukan, namun yang buruk adalah hati yang tamak" (HR. Muslim). Oleh karena itu, fenomena flexing dalam dakwah bisa memberi dampak positif jika dilakukan dengan tujuan yang baik, seperti mengajak orang untuk berusaha dan berbuat baik.

Dampak Flexing terhadap Audiens Dakwah

Fenomena flexing dalam konteks dakwah menghadirkan tantangan dan peluang. Dampak positifnya dapat dilihat apabila digunakan untuk memberikan inspirasi dan motivasi kepada umat, sedangkan dampak negatifnya muncul apabila flexing

digunakan untuk pamer kekayaan atau pencapaian pribadi demi memperoleh pujian. Oleh karena itu, niat yang tulus dan kesederhanaan dalam menyampaikan dakwah tetap menjadi kunci utama dalam menjaga kredibilitas pendakwah dan esensi dakwah itu sendiri.

Persepsi masyarakat terhadap pendakwah yang terlibat dalam flexing sangat dipengaruhi oleh latar belakang sosial dan budaya audiens. Berdasarkan penelitian oleh Syafruddin Pohana et al. (2023), flexing dapat dilihat sebagai representasi gaya hidup mewah yang sering dikaitkan dengan materialisme dan kesombongan. Di kalangan masyarakat yang mengedepankan nilai-nilai kesederhanaan, tindakan memamerkan kekayaan ini bisa dilihat sebagai sesuatu yang tidak sesuai dengan prinsip hidup Islami yang diajarkan dalam Al-Qur'an dan Hadis.

Namun, di sisi lain, bagi audiens yang lebih terbuka terhadap gaya hidup modern dan penggunaan media sosial, flexing dapat diterima sebagai bentuk aktualisasi diri atau bukti keberhasilan seseorang. Menurut Nuur An-Nafi (2024), persepsi terhadap flexing bergantung pada niat dan konteks di balik tindakan tersebut. Jika flexing digunakan untuk motivasi dan berbagi inspirasi, audiens bisa menganggapnya sebagai bentuk pencerahan yang dapat memotivasi orang lain untuk berusaha lebih keras.

Kredibilitas, Citra, dan Kepercayaan pada Pendakwah

Penggunaan flexing dalam dakwah dapat berpengaruh besar terhadap kredibilitas pendakwah. Dalam Islam, kepercayaan umat terhadap pendakwah sangat bergantung pada integritas dan keteladanan yang ditunjukkan. Jika pendakwah terlalu sering menonjolkan kemewahan atau kekayaan pribadi mereka, hal ini dapat merusak citra mereka sebagai contoh teladan dalam hidup sederhana dan ikhlas.

Dakwah yang ideal adalah dakwah yang menyentuh hati dan mengajak umat untuk hidup sesuai dengan ajaran agama tanpa kesan riya atau pamer. Kredibilitas pendakwah akan dipertanyakan jika audiens merasa bahwa tujuan dari dakwah tersebut hanya untuk kepentingan pribadi atau materialistis, bukan untuk menyebarkan pesan kebaikan dan kebajikan. Sebaliknya, jika pendakwah menggunakan flexing dengan niat untuk berbagi inspirasi dan memberikan contoh mengenai kerja keras, ini bisa meningkatkan kredibilitasnya di mata audiens yang melihat kesuksesan tersebut sebagai hasil dari usaha yang jujur dan tulus.

Motivasi Pendakwah dalam Flexing

Flexing dalam konteks dakwah dapat dimotivasi oleh beberapa faktor, baik yang bersifat pribadi maupun strategis. Secara psikologis, flexing bisa dipandang

Fenomena Flexing dalam Interaksi Agama dan Publik: Studi Kasus Kehidupan Pendakwah Ustaz Solmed sebagai kebutuhan untuk membangun citra diri yang sukses, serta meningkatkan daya tarik audiens. Pendakwah yang memamerkan kekayaan atau pencapaian materi mereka mungkin merasa bahwa hal ini dapat memperkuat citra mereka sebagai individu yang berhasil dan mampu memberikan inspirasi kepada pengikutnya. Hal ini terkait dengan teori motivasi sosial yang menyebutkan bahwa individu melakukan flexing untuk mendapatkan pengakuan sosial, status, dan rasa hormat dari orang lain.

Selain itu, penggunaan flexing dalam dakwah dapat dilihat sebagai strategi branding untuk menarik audiens yang lebih luas. Dalam dunia digital yang penuh dengan kompetisi, pendakwah perlu memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan diri dan mencapai khalayak yang lebih besar. Dalam hal ini, flexing menjadi alat untuk menunjukkan kesuksesan yang dapat memotivasi orang untuk mengikuti ajaran atau prinsip yang dibawa oleh pendakwah.

Pengaruh Sosial dari Fenomena Flexing dalam Dakwah

Fenomena flexing memiliki dampak sosial yang signifikan, terutama dalam konteks dakwah. Di satu sisi, flexing dapat berfungsi sebagai contoh positif bagi pengikutnya. Namun, di sisi lain, flexing dapat menciptakan kecemburuan sosial dan ketimpangan antara mereka yang memamerkan kekayaan dan mereka yang merasa kurang beruntung.

Dalam konteks dakwah, penggunaan flexing yang berlebihan dapat menimbulkan kesan negatif, terutama jika dipersepsikan sebagai upaya untuk merendahkan orang lain atau menunjukkan kesombongan. Hal ini bertentangan dengan ajaran Islam yang menekankan kesederhanaan, kerendahan hati, dan menghindari riya (memamerkan amalan untuk mendapatkan pujian). Sebagai contoh, hadis Nabi Muhammad SAW yang mengatakan, "Tidaklah kekayaan itu menyebabkan keburukan, namun yang buruk adalah hati yang tamak" (HR. Muslim), menunjukkan bahwa niat dalam menggunakan kekayaan harus murni untuk kebaikan, bukan untuk memperlihatkan status sosial.

Teori Sosial untuk Memahami Fenomena Flexing

Fenomena flexing dapat dianalisis melalui beberapa teori sosial yang relevan, di antaranya teori simbolik interaksionisme dan teori dramatisasi.

Teori Simbolik Interaksionisme

Teori ini menekankan pada pentingnya simbol dalam pembentukan identitas sosial individu. Flexing, dalam hal ini, dapat dilihat sebagai simbol status sosial yang ingin ditunjukkan oleh pendakwah. Melalui perilaku memamerkan kekayaan, pendakwah menciptakan citra diri yang sesuai dengan nilai-nilai tertentu yang ingin mereka proyeksikan. Seperti yang dijelaskan oleh Nuur An-Nafi (2024),

flexing dapat menjadi cara seseorang untuk menegaskan identitas sosial mereka di dunia maya, yang dilihat sebagai ruang interaksi simbolik yang kuat.

Teori Dramatisasi

Teori dramatisasi, yang dikembangkan oleh Erving Goffman, melihat kehidupan sosial sebagai sebuah pertunjukan di mana individu memainkan peran tertentu untuk memenuhi harapan sosial. Dalam konteks dakwah, flexing dapat dilihat sebagai bagian dari "pertunjukan" yang dimainkan oleh pendakwah untuk mempengaruhi audiens mereka. Dalam hal ini, perilaku flexing bertujuan untuk menarik perhatian dan mengesankan audiens bahwa pendakwah tersebut adalah individu yang sukses dan memiliki otoritas dalam bidang yang mereka ajarkan.

Fenomena flexing dalam konteks dakwah membawa dampak yang kompleks, baik dari segi sosial maupun psikologis. Meskipun bisa dimotivasi oleh niat baik, seperti memberikan inspirasi dan motivasi kepada pengikut, flexing yang berlebihan juga dapat menimbulkan dampak negatif, seperti kecemburuan sosial dan kesan kesombongan. Oleh karena itu, penting bagi pendakwah untuk memastikan bahwa niat mereka dalam melakukan flexing adalah murni dan tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama yang mengajarkan kesederhanaan dan kerendahan hati.

Strategi Komunikasi Dakwah Flexing Perspektif Individu dan Kolektif

Dalam menghadapi fenomena flexing yang semakin marak di kalangan pengguna media sosial, dakwah dapat mengadopsi pendekatan ini untuk menyampaikan pesan-pesan positif, baik pada level individu maupun kolektif. Namun, untuk memastikan bahwa flexing yang digunakan dalam dakwah tetap sesuai dengan ajaran Islam, pendakwah harus memperhatikan niat yang benar, menghindari riya, dan memberikan manfaat kepada masyarakat. Dengan mengikuti panduan praktis yang telah disebutkan, dakwah flexing dapat menjadi strategi komunikasi yang efektif dan syar'i dalam membawa masyarakat menuju kebaikan.

Dalam kajian ini, peneliti membahas penerapan strategi komunikasi dakwah yang mengadopsi konsep flexing, terutama dalam mempromosikan keberhasilan kolektif seperti pembangunan masjid atau program sosial. Kami juga akan membahas bagaimana panduan praktis bagi pendakwah untuk menggunakan flexing secara efektif dan syar'i, serta menyesuaikan dengan prinsip-prinsip Islam dan budaya yang berkembang saat ini.

Flexing dalam Dakwah: Fokus Individu dan Kolektif

Flexing dalam konteks dakwah bisa juga diarahkan untuk menonjolkan keberhasilan kolektif yang mendukung kebaikan umat, seperti pembangunan

Fenomena Flexing dalam Interaksi Agama dan Publik: Studi Kasus Kehidupan Pendakwah Ustaz Solmed masjid atau program sosial yang bermanfaat bagi masyarakat. Pada level individu, dakwah dengan menggunakan pendekatan flexing bisa berupa penyampaian prestasi pribadi pendakwah yang mencerminkan keberhasilan dalam bisnis atau usaha yang halal.

Hal ini dapat memotivasi masyarakat untuk melakukan hal serupa, dengan niat yang tulus untuk memperbaiki kondisi ekonomi sekaligus mendekatkan diri kepada Allah SWT. Pendakwah seperti Ustaz Solmed yang juga memperlihatkan pencapaian duniawinya dalam bentuk bisnis yang bermanfaat, menunjukkan bahwa keberhasilan dunia bisa menjadi alat untuk menarik perhatian masyarakat dan mengajak mereka berbuat baik.

Di sisi lain, pada level kolektif, flexing dalam dakwah bisa digunakan untuk menunjukkan hasil-hasil yang dicapai oleh komunitas, seperti suksesnya pembangunan masjid atau kegiatan sosial yang memberikan dampak positif. Ini menjadi bentuk dakwah yang mengedepankan kebersamaan, di mana pendakwah tidak hanya menonjolkan prestasi pribadi, tetapi juga keberhasilan yang diperoleh melalui kerja sama dan kontribusi bersama untuk tujuan yang lebih besar.

Panduan Praktis: Flexing yang Efektif dan Syari

Untuk memastikan bahwa penggunaan flexing dalam dakwah tetap sesuai dengan prinsip Islam, diperlukan pedoman yang jelas. Berikut adalah panduan praktis bagi pendakwah untuk menggunakan flexing dengan cara yang syar'i:

Niat yang Benar: Seperti yang diajarkan dalam Islam, setiap amal harus didasari dengan niat yang ikhlas hanya karena Allah. Oleh karena itu, pendakwah harus memastikan bahwa flexing yang dilakukan bertujuan untuk mengajak orang lain berbuat baik, bukan untuk pamer atau menunjukkan kesombongan.

Menghindari Riya: Dalam hadis Nabi Muhammad SAW disebutkan bahwa riya adalah perbuatan yang sangat tercela. Oleh karena itu, pendakwah harus berhati-hati agar tidak jatuh dalam perbuatan riya ketika memamerkan pencapaian atau keberhasilan. Fokuskan pada tujuan untuk menginspirasi dan memberi contoh yang baik, bukan untuk menarik pujian dari orang lain.

Memberikan Manfaat: Flexing haruslah dilandasi dengan nilai manfaat, seperti menunjukkan hasil kerja keras yang dapat memberikan contoh positif bagi masyarakat. Misalnya, jika seorang pendakwah memamerkan keberhasilannya dalam bisnis, pastikan bahwa bisnis tersebut mendukung tujuan dakwah, seperti menyediakan lapangan pekerjaan atau berkontribusi pada program sosial.

Penyampaian yang Sederhana: Hindari cara penyampaian yang berlebihan atau glamour. Dakwah harus tetap mengedepankan kesederhanaan, sesuai dengan prinsip Islam yang mengajarkan untuk hidup dengan tidak berlebihan.

Kesesuaian Budaya: Penyesuaian Dakwah Flexing dengan Tren Sosial

Dakwah tidak dapat dipisahkan dari konteks sosial budaya masyarakat. Oleh karena itu, penting untuk menyesuaikan gaya komunikasi dakwah dengan tren sosial yang ada tanpa melanggar prinsip-prinsip Islam. Dalam hal ini, penggunaan flexing dalam dakwah bisa dipertimbangkan sebagai salah satu cara untuk menjangkau generasi muda yang sangat aktif di media sosial.

Akan tetapi, pendakwah harus tetap bijaksana dalam menyesuaikan dakwah dengan tren yang berkembang. Misalnya, meskipun flexing bisa dilihat sebagai cara efektif untuk menarik perhatian di media sosial, pendakwah harus memastikan bahwa penyampaian pesan dakwah tetap sesuai dengan nilai-nilai Islam yang mengedepankan kesederhanaan dan menghindari materialisme.

Panduan bagi Pendakwah untuk Memanfaatkan Flexing

Pendakwah dapat memanfaatkan fenomena flexing dengan cara yang positif, yaitu dengan menunjukkan pencapaian atau keberhasilan mereka dalam konteks dakwah yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Salah satu contoh yang dapat diambil adalah penggunaan media sosial untuk menampilkan usaha dan kesuksesan dalam bisnis, seperti yang dilakukan oleh tokoh agama Ustaz Solmed. Menurutnya, flexing dalam dakwah dapat digunakan untuk memotivasi orang lain untuk berusaha dan mencapai kesuksesan, namun dengan niat yang benar yaitu untuk berbagi dan bukan untuk pamer.

Selain itu, pendakwah dapat mengajak umat untuk menggunakan kekayaan dan pencapaian mereka untuk tujuan yang bermanfaat, seperti zakat, sedekah, dan membantu sesama. Dalam Islam, kekayaan bukanlah tujuan akhir, tetapi alat untuk berbuat baik dan mendekatkan diri kepada Allah.

Komentar Audiens terhadap Konten YouTube "Ustadz Solmed Ngomong Soal Pamer & Flexing!"

-  **@azizahnurrahma9215** 10 bulan yang lalu
Ini bukan pamer tp memberi semacam edukasi bagi umat Islam yg berjiwa miskin
Org Islam harus kaya dong
👍 10 🗨️ Balas
📄 2 balasan
-  **@niaanjarsari6014** 10 bulan yang lalu
Seorang ustadz harus nya tdk boleh pamer apalagi flexing,masya allah
👍 9 🗨️ Balas
-  **@idhafw.galelapengawas-ambo3413** 8 bulan yang lalu
Masya Allah... Pengn ketemu Ustadz...
Kecurigaan banyak yg muncul, ada apa di balik kecurigaan banyak org? Terlepas dari iri dan heran... Berapa tahun menabung?
Jujur di awal tadi ada kedua orgtua tiba2 gk ada dan pohon pun jadi kering... Ada apa dg semua ini? Semoga orgtuanya ...
Baca selengkapnya
👍 🗨️ Balas
-  **@muhammadjufri9033** 10 bulan yang lalu
Sy pribadi melihat si solmed ini lebih terkesan artis ketimbang org alim. Ilmu agamanya hanya bersarang di otak, tdk di qolbu. Jadi hanya ilmu hafalan, bukan pengamalan akhlak.
👍 4 🗨️ Balas

Sumber: Youtube ALVIN in LOVE, 2024

Video berjudul “Ustadz Solmed Ngomong Soal Pamer & Flexing! Jadi yang Paling Cuan yang Mana Nih?” memicu berbagai respons, mulai dari kritik hingga dukungan, yang mencerminkan dinamika persepsi masyarakat terhadap hubungan antara agama, gaya hidup, dan eksposur media.

Menganalisis persepsi audiens terhadap figur publik yang dianggap sebagai pendakwah dalam konteks kehidupan modern. Dari sana bisa mengeksplorasi hubungan antara dakwah dan aspek materialisme dalam persepsi audiens. Dengan pendekatan kualitatif melalui analisis isi dengan pengkodean tematik bisa disimpulkan respons audiens pada dakwah Islam Ustad Solmed. Mulai dari kategori kritik, apresiasi, humor/sarkasme, dan pertanyaan reflektif.

Hasilnya video sekitar 42 menit di channel Youtube ALVIN in LOVE berjudul USTADZ SOLMED NGOMONG SOAL PAMER & FLEXING! JADI YANG PALING CUAN YANG MANA NIH?, sudah ditonton 10.974 kali dan dikomentari 55 audien. Terdapat kritik terhadap gaya hidup Ustad Solmed sebesar 43 persen. Banyak audiens yang mengkritik Ustadz Solmed karena dianggap memamerkan kekayaan flexing. Contoh komentat audiens “Faham apa dia agama Islam, cuman tau teori aja prakteknya nggak ada, flexing tentang harta bangga.”. “Malu-maluin aja, pendakwah kok begitu, pamer.” Kritik ini sering dikaitkan dengan harapan bahwa pendakwah seharusnya menjalani gaya hidup yang lebih sederhana.

R. Laelani



@YazidBermainBelajar 10 bulan yang lalu

Entah kenapa aku salfo setiap ada tamu disuguhinya seuprit dibanding dengan kemewahan yg di pertontonkan.... Bertamu ke gubuk2 kecil disuguhin teh anget n kopi atau cemilan kecil itu udah luar biasa krena rumahnya kecil... ini knpa gede tp makanannya dikit bgt pdahal buat kliling rumah kan pasti capek n laper juga haus. Mbokya di suguhi macem2 gt adab menjamu tamu
Baca selengkapnya



2 Balas



@ASHIRA_735 10 bulan yang lalu (diedit)

Penyuh barokah ustadz... rumahnya mashaallah kereeeen,❤ segala ada ky rmhnya nabi sulaiman kali ini istana nya memotivasi kita yg lg terpuruk menjadi booster biar naik derajat ky ustz



1 Balas



@Ryanhutami 10 bulan yang lalu (diedit)

Mashaallah mantap buat motivasi karena islam itu harus kaya. Rasulullah aja umur 12 tahun udah bisnis dan islam memang dianjurkan kaya.rosulullah itu kaya.Terimakasih ilmunya pak ustaz



Balas



@niningkumalasari1369 10 bulan yang lalu

Yuuuk Dirjen Pajak, bisa yuuuuuuk

Dua tahun ratusan M.



7 Balas

Sumber: Youtube ALVIN in LOVE, 2024

Kemudian ada juga audiens yang mengapresiasi dan memotivasi sebanyak 27 persen. Sebagian audiens ini menilai positif kekayaan Ustadz Solmed sebagai motivasi bagi umat Islam untuk hidup sukses. Contoh komentar audien “Islam memang dianjurkan kaya. Rasulullah aja umur 12 tahun udah bisnis.”. “Masya Allah, rumahnya keren, memotivasi kita yang lagi terpuruk.”

Banyak komentar bersifat sarkastik atau menggunakan humor untuk mengkritik secara tidak langsung sebesar cynisme dan humor 15 persen. Contoh komentar “Jualan agama enak kan? Ustad kaya, umat tetap jadi cetakan kere.”. “Ustadz amplop.”

Kemudian ada juga menjadikan tayangan tersebut sebuah refleksi dan pertanyaan kritis, yakni sebanyak 15 persen. Beberapa komentar mengajukan pertanyaan mendalam terkait konsistensi dakwah dan gaya hidup. Contohnya “Apakah ustadz sudah bikin pesantren dan rumah yatim semewah rumah Anda?”. “Ada apa di balik kecurigaan banyak orang?”

Komentar audiens menunjukkan ekspektasi terhadap pendakwah tidak hanya mencakup kapasitas keilmuan, tetapi juga keselarasan antara ucapan dan tindakan. Kemudian ada penilaian materialisme vs. spiritualitas. Ada ambiguitas dalam persepsi masyarakat tentang hubungan antara kekayaan dan agama.

Fenomena Flexing dalam Interaksi Agama dan Publik: Studi Kasus Kehidupan Pendakwah Ustaz Solmed
Sebagian mendukungnya sebagai motivasi, sementara yang lain mengkritik sebagai bentuk riya.

Kemudian dalam peran dakwah bisa dieksposur media, dapat memengaruhi cara audiens menilai pendakwah. Konten yang menyoroti aspek materialisme cenderung lebih mudah memicu kontroversi.



Sumber: Youtube ALVIN in LOVE, 2024

PENUTUP

Komentar audiens mencerminkan kompleksitas dinamika persepsi terhadap pendakwah di era digital. Isu seperti materialisme, keaslian dakwah, dan eksposur media menjadi sorotan utama. Penelitian ini menunjukkan bahwa penting bagi pendakwah untuk menjaga harmoni antara pesan spiritual dan gaya hidup yang sesuai dengan nilai-nilai agama, terutama dalam ruang publik seperti media sosial. Kemudian pendakwah perlu lebih bijak dalam menyampaikan pesan melalui media sosial untuk menghindari persepsi negatif.

Konten dakwah sebaiknya lebih fokus pada pendidikan agama yang substantif daripada memamerkan aspek material. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi dampak komentar audiens terhadap strategi komunikasi dakwah di era digital.

Beragam persepsi audiens yang terlihat dalam komentar mencerminkan beragam pandangan, mulai dari apresiasi terhadap motivasi yang disampaikan hingga kritik keras terkait gaya hidup dan sikap Ustadz Solmed yang dinilai cenderung pamer. Banyak komentar menyoroti ketidaksesuaian antara pesan agama yang disampaikan dengan praktik kehidupan sehari-hari, khususnya terkait kemewahan dan "flexing".

Lalu ada juga polarisasi pandangan yang sebagian audiens memandang dakwah sebagai sarana inspirasi untuk hidup lebih baik, sementara sebagian lain mengkritik keras pendekatan yang dinilai lebih mirip selebritas daripada ulama. Kritik terhadap pamer harta sering dikaitkan dengan persoalan etika, tanggung jawab sosial, dan kepercayaan masyarakat terhadap dakwah.

Ustadz dan pendakwah sebaiknya mempertimbangkan bagaimana pesan dan gaya hidup mereka diterima oleh masyarakat. Mengutamakan kesederhanaan dan kejujuran dapat meningkatkan kredibilitas di mata audiens. Kemudian dakwah dapat diarahkan untuk memberikan edukasi yang jelas tentang peran kekayaan dalam Islam, sehingga tidak menimbulkan persepsi negatif seperti riya atau pamer.

Pendakwah yang memanfaatkan media digital sebaiknya menjaga transparansi, misalnya dalam kegiatan sosial seperti pembangunan pesantren atau amal. Hal ini dapat mengurangi kecurigaan dari audiens. Lalu memadukan pendekatan yang lebih personal dengan gaya ceramah yang tetap sarat ilmu dapat membantu menjangkau berbagai segmen audiens, termasuk mereka yang skeptis.

Bagian penting lain adalah peningkatan literasi digital dakwah. Para pendakwah perlu memahami bagaimana algoritma media sosial memengaruhi respons audiens dan menciptakan konten yang lebih edukatif, informatif, serta inspiratif tanpa menimbulkan kontroversi.

DAFTAR PUSTAKA

- ALVIN in LOVE. (2024). Youtube: Ustadz Solmed Ngomong Soal Pamer & Flexing! Jadi yang Paling Cuan yang Mana Nih?. Diakses dari <https://www.youtube.com/watch?v=YPK2Mcch6Ts>
- Hamzah Ya'qub. (1996). Komunikasi Dakwah: Pendekatan Konseptual dan Kontekstual (hlm. 75–77). Bandung: Penerbit Insani.
- Lebih Baik. (2022). Youtube: Kenapa Banyak Orang Pamer? | [Menenal Flexing]. <https://www.youtube.com/watch?v=DCvzXCsf5k>
- Nuur An-Nafi. (2024). Konsep Tahaddust bin Ni'mah Surah Ad-Duha Ayat 11 dalam Perspektif Tafsir Al-Misbah (hlm. 341). DOI: <https://doi.org/10.62017/jppi.v1i3.1194>

- Fenomena Flexing dalam Interaksi Agama dan Publik: Studi Kasus Kehidupan Pendakwah Ustaz Solmed Pohana, S., Munawwarah, P., & Sinuraya, J. S. (2023). *Fenomena Flexing di Media Sosial: Pengaruh dan Dampaknya terhadap Masyarakat*. Jakarta: Penerbit Ilmiah.
- Pohana, S., Munawwarah, P., & Sinuraya, J. S. (2023). *Flexing: Gaya Hidup dan Fenomena Sosial*. Jakarta: Penerbit Media Sosial.
- Ratna Dewi. (2022). *Digital Narcissism: Fenomena Flexing di Era Media Sosial* (hlm. 45–58). Jakarta: Gramedia.
- Sholeh Mahmood Nasution, H. (2022). *Dakwah di Era Media Sosial: Tantangan dan Solusi* (hlm. 45–56). Surabaya: Pustaka Amanah.
- Solmed, Ustaz. (2023). *Dakwah dan Komunikasi Islam: Konsep Flexing dalam Perspektif Islam* (hlm. 145–148). Jakarta: Pustaka Dakwah.
- Syaikh Mahmud Al-Mishri. (2018). *Fiqh Dakwah: Prinsip dan Praktik Dakwah Rasulullah* (hlm. 76–80). Surabaya: Penerbit Qibla Press.
- Syafruddin Pohana, Putri Munawwarahb, & July Susanty Br Sinuraya. (2023). *Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Menaikkan Popularitas Diri sebagai Gaya Hidup* (hlm. 490). DOI: <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i2.851>
- Wibowo, W. (2019). *Fenomena Flexing dalam Media Sosial dan Dampaknya terhadap Perilaku Sosial Remaja* (hlm. 89–92). Jakarta: Penerbit Media Sosial Nusantara.
- Wibowo, W. (2019). *Komunikasi Dakwah di Era Digital* (hlm. 72). Bandung Barat: Remaja Rosdakarya.

