

## BAB IV HASIL PENELITIAN

### A. Gambaran Umum Objek Penelitian



Fransisca Fortunata atau yang lebih dikenal dengan sebutan sisca kohl, Tiktokers yang dikenal oleh masyarakat digital melalui konten-kontennya. Dia adalah seorang perempuan keturunan Tionghoa, ia lahir di Tangerang pada tahun 2002. Perempuan keturunan tionghoa ini mempunyai beraneka ragam hobi, diantaranya seperti; menari, menyanyi, bermain game, serta berolahraga. Sisca kohl menempuh pendidikan S1 nya di Universitas New South Wales (UNSW Sydney), Australia.<sup>2</sup>

Sisca kohl mulai aktif di platform TikTok pada tahun 2018 dengan jumlah *follower* (pengikut) sebanyak 3,8 juta. Selain aktif di media sosial tiktok, sisca kohl juga aktif di berbagai platform media sosial lainnya seperti instagram dan youtube.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Sisca Kohl, “Sisca Kohl: Google Year In Search 2021,” Instagram, 2021, <https://www.instagram.com/p/CXPkhf2hUu2/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, 10 desember 2022.

<sup>2</sup> Hardina Mahardika, “Ayah Dan Ibu Sisca Kohl Kerja Apa? Simak Biodata, Profil, Dan Total Kekayaan Kekasih Jess No Limit,” Tribun Kaltim, 2022, <https://kaltim.tribunnews.com/2022/10/21/ayah-dan-ibu-sisca-kohl-kerja-apa-simak-biodata-profil-dan-total-kekayaan-kekasih-jess-no-limit?page=2>, 10 desember 2022.

<sup>3</sup> Fiqih Rahmawati, “Mengenal Sisca Kohl, Tiktokers Yang Viral Usai Bongkar Celengan Dan Bikin Es Krim Nasi Padang,” Kompas TV, 2021, <https://www.kompas.tv/article/157033/mengenal-sisca-kohl-tiktokers-yang-viral->

*Follower* (pengikut) sisca kohl dalam platform instagramnya berjumlah 278 ribu, sedangkan dalam *channel* youtubena berjumlah 397 ribu.<sup>4</sup>

*Follower* terkini sisca kohl dalam berbagai platformnya yaitu, TikTok (13 juta),<sup>5</sup> Instagram (2,1 juta),<sup>6</sup> dan youtube (2,67 juta).<sup>7</sup> Sisca kohl seringkali membuat konten-konten mukbang, memasak, *review*, dan *unboxing*, berbagai kebutuhan (primer, sekunder, dan tersier). Konten sisca kohl yang memikat perhatian masyarakat digital pertama kalinya adalah, waktu dirinya dengan sang adik menemukan celengan masa kecilnya yang setelah dibuka ternyata berisikan banyak sekali uang dengan kisaran jutaan hingga puluhan juta rupiah.<sup>8</sup>

Selain menemukan celengan yang berisikan banyak uang, ia juga menemukan ponsel lamanya yang ternyata produksi inggris dan bermerek *verta*. Diketahui ponsel tersebut merupakan keluaran tahun 2008 yang kisaran harganya mencapai Rp. 86 juta. Karena sering berbagi konten primer, sekunder, dan tersier yang bernilai fantastis, sisca kohl kini memiliki sebutan “Crazy Rich TikTok”.<sup>9</sup>

Sisca kohl menjadi selebgram karena konten yang dipublikasikan dalam akun instagramnya menarik bagi masyarakat digital ini. Sisca kohl dikenal sebagai Crazy Rich di media sosial karena foto dan video yang dipublikasikan seringkali dibaluti kemewahan, dan juga sikap berlebih-lebihan. Meski pada awalnya sisca kohl bukan seorang artis, namun karena beberapa konten yang ia bagikan viral di media sosial instagram, perilakunya kemudian banyak ditiru oleh para konten

---

usai-bongkar-celengan-dan-bikin-es-krim-nasi-padang?page=3, 10 desember 2022.

<sup>4</sup> Rahmawati, 10 desember 2022.

<sup>5</sup> Sisca Kohl, “@siscakohl,” TikTok, 2022, 12 desember 2022. [https://www.tiktok.com/@siscakohl?\\_t=8aADMXLhHSU&\\_r=1](https://www.tiktok.com/@siscakohl?_t=8aADMXLhHSU&_r=1).

<sup>6</sup> Kohl, “@siscakohl,” 2022, 12 desember 2022.

<sup>7</sup> Sisca Kohl, “Sisca Kohl,” Youtube, 2022, <https://youtube.com/@SiscaKohl>, 12 desember 2022.

<sup>8</sup> Pramesti Rizki Astarianti, “Profil Sisca Kohl, Seleb Tiktok Yang Dikabarkan Pacaran Dengan Jess No Limit, Dijuluki Carzy Rich,” Tribun Seleb, 2022, <https://www.tribunnews.com/seleb/2022/05/17/profil-sisca-kohl-seleb-tiktok-yang-dikabarkan-pacaran-dengan-jess-no-limit-dijuluki-crazy-rich>, 12 desember 2022.

<sup>9</sup> Mahardika, “Ayah Dan Ibu Sisca Kohl Kerja Apa ? Simak Biodata, Profil, Dan Total Kekayaan Kekasih Jess No Limit, 12 desember 2022.”

creator, selebgram, dan artis. Banyaknya pengikut sisca kohl di media sosial menjadikannya tak jarang dihubungi oleh para pelaku usaha untuk mempromosikan usaha mereka (*endorse*).<sup>10</sup>

Berdasarkan dari data yang ada, sisca kohl memiliki orang tua yang bekerja sebagai pengusaha. Perusahaan yang ditempati oleh orang tua sisca kohl adalah perusahaan cina yang berada di indonesia, perusahaan itu dikenal dengan sebutan *Tencent Holding*, orang tua sisca kohl menjadi salah satu orang yang memiliki jabatan tinggi dalam perusahaan. Selain memiliki orang tua yang berkuasa di perusahaan besar, diketahui juga bahwa sisca kohl adalah keponakan dari Ma Huateng, salah seorang pengusaha yang memiliki kedudukan kekayaan ketiga di asia.<sup>11</sup>

Diketahui sumber kekayaan sisca kohl selain berasal dari orang tua yang bekerja diperusahaan besar, dan juga karena ia keponakan dari orang terkaya ketiga di asia. Sisca kohl juga memiliki penghasilan sendiri yang berasal dari jasa endorsement TikTok dan Instagram, adsense youtube yang tinggi, dan juga tabungan dari masa kecilnya.<sup>12</sup>

## B. Deskripsi Data Penelitian

### 1. Representasi Hedonisme dan Hiperrealitas pada Akun Instagram @siscakohl

Hedonisme merupakan sebuah aliran filsafat yang membahas nilai-nilai etika, etika hedonisme mengartikan kesenangan sebagai kebaikan tertinggi dalam hidup. Hedonisme mengajarkan pengikutnya untuk memperoleh kesenangan dan menghindari ketidakseimbangan.<sup>13</sup> Kemudian hiperrealitas merupakan sebuah realitas ciptaan yang melebihi realitas aslinya. Gambaran hedonisme dan hiperrealitas dalam perilaku *flexing* pada akun instagram

---

<sup>10</sup> Rahmawati, "Mengenal Sisca Kohl, Tiktokers Yang Viral Usai Bongkar Celengan Dan Bikin Es Krim Nasi Padang., 13 desember 2022"

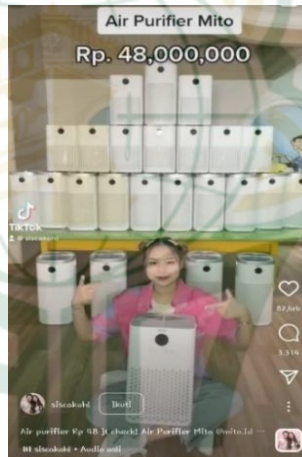
<sup>11</sup> Fitriah Nurul Annisa, "Dijuluki Crazy Rich, Berikut Sumber Kekayaan Sisca Kohl: Keponakan CEO Tencent Hoding," Herstory: Wanita, Cinta & Cerita, 2022,<https://herstory.co.id/read84630/dijuluki-crazy-rich-berikut-sumber-kekayaan-sisca-kohl-keponakan-ceo-tencent-hoding>, 15 desember 2022.

<sup>12</sup> Mahardika, "Ayah Dan Ibu Sisca Kohl Kerja Apa? Simak Biodata, Profil, Dan Total Kekayaan Kekasih Jess No Limit, 16 desember 2022."

<sup>13</sup> Otto Sukatno Cr, *Seks Para Pangeran Tradisi Dan Ritualisasi Hedonisme Jawa* (Yogyakarta: Bentang Budaya, 2002), 124.

@siscakohl, bisa dilihat melalui beberapa konten-konten dari akun instagram @siscakohl sebagai berikut:

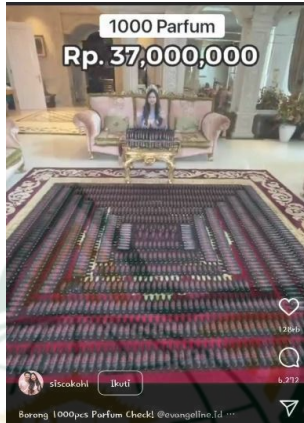
- a. Pada konten di bawah ini, @siscakohl memperlihatkan bahwa dirinya telah membeli Air Purifier Mito yang berjumlah 25 buah, dengan total harga keseluruhan Rp. 45 Jt. Dalam video tersebut @siscakohl mengatakan bahwa ia bersin dan juga kaget karena ada satu debu dirumahnya, seketika kemudian ia langsung membeli Air Purifier Mito dengan jumlah 25 buah dan ia meletakkan Air Purifier Mito yang sudah dibeli di sepanjang tangga di rumahnya dan di setiap penjuru rumah. Mulai dari kamar, ruang tamu, bahkan hingga ke toilet. Udaraku jadi bersih banget, selamat mencoba.<sup>14</sup>



- b. @Siscakohl dalam kontennya tersebut berkata bahwa ia sedang memborong parfum “borong seribu parfum cek”, hari ini @siscakohl meminjam parfum adiknya karena parfumnya habis, wanginya enak sekali, setelah seharian beraktivitas wanginya masih ada. Aku chat adikku dan bertanya ia membelinya dimana, aku kaget sekali dengan tempat membelinya, ternyata adikku membelinya di alfamart. Karena aku juga suka aku borong semua yang ada alfamartnya, sekalian aku bilang ke kasirnya mau borong seribu parfum varian Evangeline black sakura, aku membayarnya di kasir dan membawanya pulang,

<sup>14</sup> Sisca Kohl, “Air Purifier Rp. 48 Jt Check!,” Instagram, 2022, <https://www.instagram.com/reel/CY1LRZwotuZ/?igshid=Yzg5MTU1MDY=>, 18 desember 2022.

total harganya senilai Rp. 37.000.000. Selamat mencoba.<sup>15</sup>



- c. Pada konten yang dipublikasikan dalam akun instagramnya, @siscakohl mengatakan bahwa ia baru saja membeli Anggur Ruby Roman, ia membelinya dengan harga yang begitu fantastis, yaitu Rp. 12,600,000. Dalam video tersebut ia berkata; anggur termahal di dunia, mari kita coba. Ini adalah Anggur Ruby Roman dari jepang, satu kotaknya berharga 6,3 jt, butuh 14 tahun untuk mengembangkan Anggur Ruby Roman. Ketika digigit anggur ini langsung pecah dimulut, satu anggur mempunyai air yang sangat banyak, kulitnya agak asam tapi isinya berasa manis dan seperti jeli, bentuknya besar seperti bola pingpong dan tidak seperti anggur lokal, selamat mencoba.<sup>16</sup>

<sup>15</sup> Sisca Kohl, “Borong 1000 Pcs Parfum Check!,” Instagram, 2021, <https://www.instagram.com/p/CUKN0wUhCM1/?igshid=YmMyMTA2M2Y=%0A>, 22 desember 2022.

<sup>16</sup> Sisca Kohl, “Review Anggur Ruby Roman 13 Jt,” Instagram, 2022, <https://www.instagram.com/reel/Ch7QFpYJPfT/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, 22 desember 2022.



- d. @siscakohl sedang memperlihatkan dan berkata ia telah membeli buah dengan harga yang sangat fantastis, ‘buah jepang 25jt cek’, pertama ada mangga termahal di dunia, ini mangga *taiyo no tamago* harganya 8jt untuk 2 kotak, teksturnya sangat lembut dan berserat, aromanya harum dan memiliki rasa 15x lebih nikmat dari mangga pada umumnya, berikutnya ada *kyoho grapes* harganya 2,8 jt untuk 3 kotak, berikutnya ada *japanese delaware grapes* 2,4 jt. Berikutnya ada *shine muscat grapes* 2,9 jt untuk 1 kotak, yang terakhir ada *shizuoka crown musk* melon dengan harga 10 jt untuk 4 melon. Selamat mencoba.<sup>17</sup>



- e. Dalam video tersebut, terlihat @siscakohl sedang asik bermain mesin capit yang di dalamnya berisikan banyak sekali uang, sekitar jutaan hingga ratusan juta.

<sup>17</sup> Sisca Kohl, “Buah Jepang 25 Jt Check,” Instagram, 2022, <https://www.instagram.com/p/CPvh7HzhkvF/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, 25 desember 2022.

@siscakohl berkata bahwa di rumahnya ada mesin capit isi uang, agar bisa dipakai kita harus memasukan koin buatan yang ada wajahku dan adikku terlebih dahulu. Mari kita coba, masukin koinnya, gerakin tombolnya. Setelah berkali-kali mencoba akhirnya ia berhasil mendapatkan satu tumpukan uang, untung koinku banyak. Hey *guys* akhirnya dapet, aku seneng banget, selamat mencoba.<sup>18</sup>



- f. Pada konten yang di publikasikan akun @siscakohl, sisca berkata: boba 300 jt check, hari ini aku mau jualan boba, jadi aku langsung masak boba dan bikin banner untuk tokoku, namanya sisca kohl boba. Mari kita jualan, setelah menunggu tidak ada yang datang sama sekali. Hingga akhirnya tiba-tiba ada yang datang. Wow pelanggan pertamaku, yaitu adikku, dia tertarik sekali, aku jelaskan ke dia harganya satu gelas seratus juta, dia pun naik untuk mengambil uang dan dia memesan satu gelas boba, dia memberiku uang 100 jt. Aku pun membuat bobanya, aku beri dua sendok makan boba namun dia tidak puas, dan ingin ekstra boba, aku bilang satu ekstra sendok boba 20 jt, dia bilang dia mau 5 sendok, dia memberikan 100 jt, namun dia masih mau ekstra boba 5 sendok lagi, akhirnya dia memberiku 100 jt

---

<sup>18</sup> Sisca Kohl, “Main Mesin Capit Isi Uang Check,” Instagram, 2022, <https://www.instagram.com/reel/CZBuNYDoucc/?igshid=Yzg5MTU1MDY=>, 30 desember 2022.

lagi, aku kasih sama dia, jadi aku kasih emas yang bisa dimakan, dia senang sekali, selamat mencoba.<sup>19</sup>



- g. Nasi goreng 400 Jt Check. Hari ini aku senang sekali, karena aku beli gerobak nasi goreng. Adikku jadi pembeli pertamaku, aku bilang ke adikku untuk membayar seikhlasnya, ia kasih aku 200 jt, aku taruh uangnya di gerobak nasi goreng, setelah itu aku akan memasak nasi gorengnya, mari kita buat nasi gorengnya. Pertama goreng telur, adikku minta pedas jadi aku kasih sambel yang banyak, masukkan bumbu nasi goreng dan sosis, karena adikku suka sosis. Masukan juga nasi dan sayur supaya sehat, masukan juga bumbu lainnya, dan aduk hingga tercampur rata, dan nasi goreng pun jadi. Aku taruh di piring, aku beri kerupuk, bawang goreng, dan acar, agar seperti nasi goreng tektek. Adikku suka sekali, jadi dia beli satu porsi lagi, aku diberi 200 jt lagi, adikku suka sekali nasi gorengnya, kalian juga bisa buat dirumah, selamat mencoba.<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Sisca Kohl, "Boba Rp. 300 Jt," Instagram, 2021, <https://www.instagram.com/p/CQLvQQ3hJmv/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, 30 desember 2022.

<sup>20</sup> Sisca Kohl, "Nasi Goreng Rp. 400 Jt Check!," Instagram, 2021, <https://www.instagram.com/p/CNCKHEMhrxS/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>, 31 desember 2022.





## 2. Perspektif Masyarakat Islam Melihat Hedonisme dan *Flexing* pada Akun Instagram @siscakohl

### a. Perspektif Masyarakat Islam Melihat Hedonisme pada Akun Instagram @siscakohl

Hedonisme sebagai gaya hidup, jika dipahami dengan bahasa Islam mempunyai konsep atau arti yang sama dengan israf, yaitu sama-sama mempunyai arti berlebih-lebihan. *Israf* merupakan perilaku manusia yang berlebih-lebihan dan melampaui batas, kata israf dapat dikaitkan dengan harta (uang, emas, perhiasan, dan lainnya) dan juga non harta (ucapan, perbuatan, dan lainnya).

*Israf* menurut para fuqaha terbagi menjadi dua jenis. Pertama menggunakan harta terhadap sesuatu yang tercela dan diharamkan. Terdapat beberapa kondisi seseorang diperbolehkan untuk mengkonsumsi barang haram, namun tidak boleh *israf*. Misalnya ketika berada dalam kondisi darurat, yaitu ketika dipaksa oleh seseorang untuk memakan sesuatu yang haram, kemudian ketika hanya ada makanan haram dan ketika tidak memakannya bisa meninggal.<sup>21</sup>

Kedua, menggunakan harta pada sesuatu yang halal, namun tidak sesuai dengan aturan syariat Islam. Misalnya ketika makan dan minum secara berlebihan, menggunakan pakaian dan perhiasan secara berlebihan, dan juga ketika beribadah seperti sholat dan zakat kita

<sup>21</sup> Atep Hendang Waluya et al., “Etika Konsumsi Dalam Perspektif Maqāṣ Id Al- Sharī ’ Ah,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8, no. 03 (2022): 2536–44, 2542.

tidak boleh *israf*, karena ibadah tersebut telah ditentukan oleh syariat. Allah SWT memerintahkan kita agar seimbang dan tidak berlebih-lebihan, karena dikhawatirkan seseorang yang berlebihan dapat menjadi kekurangan dan akhirnya meminta-minta.<sup>22</sup>

Perilaku hedonisme atau *israf* pada penelitian kali ini dapat dilihat melalui kutipan foto yang disisipkan oleh penulis, yang diambil dari konten-konten yang dipublikasikan oleh @siscakohl pada akun instagramnya. Konten yang ada pada akun instagram @siscakohl sangat beragam, tetapi selalu dibaluti dengan harga yang fantastis, kemewahan dan berlebih-lebihan.

Konten-konten @siscakohl yang memiliki harga fantastis, mewah, dan berlebih. Jika dibaca menggunakan kacamata Islam, terdapat hubungan antara konten-konten tersebut dengan *israf*. Sebagaimana tanggapan dosen PTKIN terhadap konten-konten @siscakohl sebagai berikut:

“Kalau dilihat dari sisi agama atau aqidah, siscakohl dan pengikutnya terlihat seperti kelompok yang hanya berorientasi kepada kebahagiaan dan kepuasan sesaat, yang berorientasi kepada dunia saja. Mereka terlihat lalai terhadap adanya kebahagiaan dan kepuasan abadi yang sifatnya non duniawi yang akan dicapai kelak, dengan meyakini Tuhan dan hal ghaib lainnya, termasuk kehidupan setelah kematian. Kalau dilihat dari sisi perilaku keberagamaannya juga bertentangan dengan ajaran Islam yang menganjurkan hidup sederhana dan tidak berlebih-lebihan.”<sup>23</sup>

Kemudian ada juga dosen PTKIN yang memberi tanggapan terhadap konten @siscakohl bahwa:

“Dalam Islam itu ada *israf* atau berlebih, secara normatif dan berdasarkan dogma ajaran agama, Allah SWT tidak suka terhadap sesuatu yang berlebih dan menapakkan. Seperti dalam QS. Al-A’raf ayat 31 yang berbunyi:

---

<sup>22</sup> Waluya et al, 2542.

<sup>23</sup> U, “Wawancara Oleh Penulis, Wawancara 1” (Kudus, 2023).

يَبْنِي ۚ آدَمَ خُدُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا  
تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿١٥٦﴾

Artinya: Wahai anak cucu Adam, pakailah pakaianmu yang indah pada setiap (memasuki) masjid dan makan serta minumlah, tetapi janganlah berlebihan. Sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang berlebihan.

Dalam pandangan imam Al-Asy'ari juga menentang perilaku berlebihan, jangankan perilaku, sikap dan pikiran berlebihan saja ditentang oleh imam Al-Asy'ari. Dahulu mu'tazilah berlebihan dalam menilai Al-Qu'ran, sehingga dikenal sebagai aliran rasionalisme, itu berlebihan karena menafikan teks Al-Qur'an, itu ditentang oleh imam asy'ari ketika kelompok Mu'tazilah tidak bisa memberi jawaban secara rasional tentang banyak doa tapi masuk surga, tidak melakukan dosa tapi masuk neraka. Tetapi jika kita mengacu kepada beberapa kelompok, katakanlah kadariyah dan jabariyah, mereka juga pernah melakukan hal senada, seperti yang sekarang muncul di media sosial, seperti Qodariyah dan Jabariyah yang berlebihan menilai teks, harta, agama, dan rizki, dan meskipun kalau kita lihat dalam ayat yang lain tapi tidak bisa dimaknai secara normatif dan tekstualis, dan ceritakanlah nikmat tuhanmu, tidak dalam memberikan kesombongan, tetapi memberikan satu pandangan bahwa Allah SWT maha pengasih dan memberikan kasih sayang, supaya orang tidak putus asa, kita harus bercerita tentang sifat baiknya Allah SWT, jika kita bandingkan antara ajaran agama yang benci berlebihan dengan menceritakan kebaikan, itu lebih banyak membenci berlebihan. Media sosial itu sudah menjadi jamur sekarang, banyak yang memamerkan kekayaan dan juga kemesraan, meskipun ini nikmat tuhan, ini bukan nikmat seperti itu, itu nikmat yang positif dan sudah

diimplementasikan, tapi kita juga harus mengetahui kenapa dia melakukan hal itu.<sup>24</sup>

Selain beberapa pendapat di atas, ada juga dosen PTKIN yang berkomentar sebagai berikut:

“Saya pernah sekilas melihat konten-konten @siscakohl, karena dia juga sempat viral kemarin. Perilaku sisca termasuk kedalam perilaku yang sedang marak terjadi di masyarakat kita, tidak hanya sisca, tetapi ada juga para artis media sosial lain yang ingin eksis di media sosial. Saya rasa motif dia melakukan itu banyak ya mas, entah motifnya untuk meraup followers, entah untuk menunjukkan eksistensinya. Sisca itu hedon banget, dan inilah generasi z sekarang ini, mereka tidak akan merasa eksis kalau tidak hedon. Perilaku hedon itu jauh sekali dari norma yang dimiliki agama kita, Al-Qur’an jelas melarang kita untuk berlebih-lebihan, bermegah-megahan, dan hedonisme itu juga bukan hal yang bisa ditolerir agama kita. Kalau kita mengacu kepada agama kita, jelas bahwa kita dianjurkan untuk hidup dalam kesederhanaan dan tidak berlebih-lebihan. Sisca benar-benar menjadi konsumsi publik tentang kecantikan, busana, make up, gaya hidup hedonnya, dan tanpa kita sadari perilaku yang dilakukan sudah menjadi edukasi kepada masyarakat karena dia merupakan sosok yang cukup viral dan terkenal di media sosial. Perilaku sisca di media sosial sudah termasuk ke dalam mensiarkan atau menyebarkan gaya hidup hedonisme. Eksistensi yang dilakukan melalui perilaku yang tidak bermanfaat, jadi kebanyakan konten di media sosial kini lebih banyak yang jelek daripada yang bagus, apalagi yang menyangkut anak muda. Kecuali konten dakwah yang humanis dan bukan yang radikal. Boleh eksis di media sosial, boleh kita publikasi, tetapi harus mempunyai batasan, karena yang dilihat

---

<sup>24</sup> M.M, “Wawancara” (Kudus, 2023).

dan berkesan oleh para pengguna media sosial pertama kali yaitu penampilannya.”<sup>25</sup>

Berdasarkan pernyataan berikut, dapat diketahui bahwa perilaku @siscakohl jika dilihat dari sisi agama termasuk ke dalam perilaku israf. Karena perilaku @siscakohl dan para pengikutnya, terlihat lalai terhadap kebahagiaan non duniawi dan hanya berseru kepada kebahagiaan duniawi. Perilaku @siscakohl termasuk ke dalam ajaran yang bertentangan dengan Islam yang menganjurkan hidup sederhana dan tidak berlebihan.

**b. Perspektif Masyarakat Islam Melihat *Flexing* pada Akun Instagram @siscakohl**

*Flexing* jika dilihat dari sudut pandang Islam, mengandung unsur yang sama dengan perilaku *riya'*, yaitu sama-sama mengandung arti pamer. Imam al-ghazali mengartikan bahwa *riya'* adalah amal yang diperbuat agar disaksikan manusia untuk memperoleh popularitas, *riya'* bisa dilakukan dengan amal ibadah dan juga non-ibadah. Adapun bahasa mudahnya *riya'* yaitu, jika seseorang melakukan perbuatan dan ada orang yang melihat perbuatannya tersebut dia akan merasa senang, dan apabila tidak ada yang melihatnya dia merasa berat, maka itu termasuk *riya'*.<sup>26</sup>

Klasifikasi *riya'* dalam perilaku manusia terbagi menjadi beberapa jenis, diantaranya yaitu: *riya'* melalui pakaian dan penampilan, *riya'* melalui perkataan, *riya'* melalui amal ibadah, *riya'* melalui persahabatan, *riya'* melalui jabatan, dan *riya'-riya'* melalui segala perbuatan dengan maksud mendapat pujian dan popularitas.

Konten-konten yang dipublikasikan oleh @siscakohl dalam akun instagramnya, jika dilihat melalui kaca mata Islam secara tidak sadar akan dipandang sebagai perilaku *riya'* melalui perilaku konsumsi barang dan perkataan, karena dalam konten @siscakohl terkait dengan konsumsi barang dan review

<sup>25</sup> F.L.K.N, “Wawancara” (Kudus, 2023).

<sup>26</sup> Eko Zulfikar, “Interpretasi Makna Riya’ Dalam Al-Qur’an: Studi Kritis Perilaku Riya’ Dalam Kehidupan Sehari-Hari,” *Al-Bayan: Jurnal Studi Ilmu Al-Qur’an Dan Tafsir* 3, no. 2 (2019): 143–57, <https://doi.org/10.15575/al-bayan.v3i2.3832>, 144.

yang menarik. Sebagaimana tanggapan yang diberikan oleh dosen PTKIN terhadap konten sisca kohl sebagai berikut:

“Terkait akun tersebut, termasuk kategori yang sengaja menunjukkan keberlebihan harta dan kekayaan. Terlepas dari apa motivasi pemilik akun, saya tidak akan mengklaim itu perbuatan *riya*’ atau tidak. Karena tanpa mengkategorikan *riya*’ pun perbuatan mempertontonkan kemewahan semacam itu tidak ada unsur keteladanan berbuat baik di dalamnya. Namun, hanya sebatas tontonan dan hiburan bagi yang melihatnya. Jika pun penonton yang mengklaim itu pamer, maka secara tidak langsung perbuatan tersebut telah menebar keburukan yang dilarang dalam perbuatan Islam.”<sup>27</sup>

Berdasarkan pernyataan berikut, dapat dipahami bahwa perilaku @siscakohl termasuk ke dalam perilaku mempertontonkan harta secara berlebihan. Tanpa diketahui motif aslinya seperti apa, perilaku @siscakohl dapat dikategorisasikan sebagai perilaku *riya*, jika penonton menilai bahwa sisca kohl sedang memamerkan kekayaannya.

---

<sup>27</sup> Salmah Faatin, “Wawancara Oleh Penulis, Wawancara 2” (Kudus, 2023).

### C. Analisis Data Penelitian

#### 1. Analisis Representasi Hedonisme dan Hiperrealitas dalam perilaku *Flexing* pada akun instagram @siscakohl

##### a. Analisis Representasi Hedonisme dalam akun instagram @siscakohl

Representasi hedonisme dari beberapa gambar pilihan di atas terlihat melalui benda, buah, dan uang yang dipublikasikan dalam akun instagram @siscakohl. Konten yang dipublikasikan oleh @siscakohl dalam akun instagramnya selalu terlihat mewah dan memiliki harga yang fantastis.<sup>28</sup>

Meskipun terlihat mewah, mahal, dan terkadang berlebih-lebihan, namun masyarakat kelas atas tentu memiliki cara mendapatkan kesenangan yang berbeda dari kelas menengah ke bawah. Mengeluarkan uang untuk membeli dan melakukan sesuatu agar bisa mendapatkan kesenangan merupakan hal yang mudah bagi masyarakat kelas atas.

Perilaku @siscakohl termasuk ke dalam hedonisme sebagai gaya hidup, @siscakohl menjadikan hedonisme sebagai acuan untuk memperoleh kesenangan. Konsep hedonisme sebagai gaya hidup bisa dilihat pada konten-konten yang ada pada foto yang telah disisipkan oleh penulis, dan pada akun instagramnya.<sup>29</sup>

@siscakohl senantiasa terlihat senang saat melakukan berbagai kegiatan dalam konten-konten yang telah dipublikasikan. Terlebih ketika @siscakohl sedang menikmati buah yang dibeli dengan harga jutaan, dan ketika @siscakohl sedang bermain mesin capit yang di dalamnya berisi uang, meskipun gagal beberapa kali tetapi akhirnya @siscakohl berhasil mendapatkan uangnya.

Masyarakat kelas menengah ke bawah jika senang dengan sesuatu tentu akan berusaha mendapatkannya, tetapi cukup sesuai kebutuhan saja. Berbeda dengan @siscakohl sebagai masyarakat kelas atas, bisa dilihat melalui kontennya yang membeli

---

<sup>28</sup> Kohl, “@siscakohl,” 2022.

<sup>29</sup> Sisca Kohl, “@siscakohl,” Instagram, 2022, <https://instagram.com/siscakohl?igshid=YmMyMTA2M2Y=>.

parfum, @siscakohl suka dengan aroma parfum tersebut dan kemudian membeli sebanyak 1000 parfum.

Tanda-tanda bahwa @siscakohl merepresentasikan hedonisme, terlihat sangat jelas melalui konten yang dipublikasikan di media sosial instagram. Diantaranya seperti beberapa foto konten-konten di atas yang telah disisipkan oleh penulis. Kemudian gaya hidup @siscakohl yang senang mengkonsumsi barang secara berlebih-lebihan, senang membeli barang yang memiliki harga fantastis, serta senang melakukan sesuatu yang dibaluti dengan kekayaan dan kemewahan.

@siscakohl dalam media sosial instagramnya terlihat senang mengkonsumsi nilai tanda yang melekat sebagai sosial daripada nilai fungsi untuk dirinya sendiri. Lebih senang memanfaatkan uang demi menggapai fantasi-fantasinya daripada memanfaatkan uang demi kehidupan nyata sewajarnya saja.

#### **b. Analisis Representasi Hiperrealitas dalam akun instagram @siscakohl**

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan untuk saling berkomunikasi dan mengekspresikan realitas kehidupan manusia pada umumnya.<sup>30</sup> Penggunaan media sosial instagram untuk mengekspresikan realitas dari kehidupan yang nyata saat ini semakin berkurang. Masyarakat lebih sering mengekspresikan hiperrealitas daripada realitas, mereka lebih mementingkan eksistensi daripada esensi, yang dikonsumsi oleh masyarakat sekarang adalah sebuah simulasi, rekayasa, dan manipulasi.

Adanya simulasi, rekayasa, dan manipulasi kemudian memunculkan sebuah hiperrealitas, yaitu sebuah realitas ciptaan yang melebihi realitas aslinya. Hiperrealitas yang dilakukan di media sosial biasanya bertujuan untuk mendapatkan kesenangan dan pengakuan terhadap kelas sosial yang tinggi.<sup>31</sup>

---

<sup>30</sup> Dian Nurvita Sari, "Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting."

<sup>31</sup> Kushendrawati, *Hiperrealitas Dan Ruang Publik: Sebuah Analisis Cultural Studies*, 121.



@siscakohl merupakan salah satu pengguna media sosial yang mempunyai keterkaitan dengan hiperrealitas, keterkaitan @siscakohl dengan hiperrealitas tergambarkan melalui foto dan video yang dipublikasikan pada media sosialnya, mulai dari tik tok, youtube, dan juga instagram. Namun sebelum terciptanya hiperrealitas pada akun instagram @siscakohl, terdapat beberapa rangkaian fase citraan menurut Jean Baudrillard, dan juga proses sedemikian rupa yang dilakukan oleh pemilik akun tersebut.

Rangkaian fase citraan yang menciptakan hiperrealitas dalam akun instagram @siscakohl yaitu, sebagai berikut:

Pertama, citra merefleksikan realitas dasar. Artinya, realitas dasar menciptakan sebuah citraan untuk merefleksikan dirinya. Terciptanya citraan dari realitas dasar merupakan fase paling awal dari simulasi. Realitas dasar merupakan realitas asli yang memiliki substansi, dan citra atau citraan adalah penggambaran atas realitas tersebut. Citra tidak dapat disamakan dengan realitas asli, citra senantiasa mengandung unsur dusta, sekalipun hanya sedikit.

Citra fase pertama pada dasarnya merupakan tanda asli atau duplikasi, yang diciptakan untuk menggambarkan objek aslinya. Misalnya foto, mainan, atau lukisan benda, yang dibuat sesuai dengan objek asli tanpa ada proses penambahan dan pengurangan demi mencapai kesempurnaan. Citra fase pertama memiliki tingkat kemiripan yang tinggi, dan batas antara realitas asli dan ciptaan terlihat jelas.<sup>32</sup>

Citraan dasar pada akun @siscakohl terdapat dalam konten-konten yang dipublikasikan, lebih tepatnya sebelum konten dipublikasikan. Karena konten yang telah dipublikasikan oleh @sisca kohl telah melalui beberapa fase, seperti fase pengambilan foto dan video, kemudian editing, dan juga review.

Konten @siscakohl telah mencapai fase hiperrealitas, dimana realitas asli telah lebur menjadi satu ke dalam realitas ciptaan. Jadi, realitas dasar akun

---

<sup>32</sup> Yasraf Amir Piliang, *Hiper-Realitas Kebudayaan* (Yogyakarta: LKiS, 1999), 88.

@siscakohl hanya ada sebelum konten dipublikasikan, yaitu uang sebagai alat yang memiliki nilai tukar dalam konsumsi, buah yang penuh nutrisi, parfum yang digunakan untuk mengharumkan tubuh, dan pembersih udara ruangan *air purifier mito*.

Kedua, citra menutupi realitas. Pada fase kedua ini citra telah menutupi realitas dasar, objek sebelum difoto merupakan realitas, dan hasil foto merupakan citra yang telah menutupi realitas. Proses realitas menciptakan citra, dan citra menutupi realitas terjadi pada saat pemilik akun @siscakohl mengambil gambar dan video dari benda, buah, dan uang yang akan dipublikasikan ke dalam akun instagramnya.

Realitas asli sebagai pemenuhan kebutuhan biologis telah diubah menjadi sebuah citra, atau tanda untuk menunjukkan eksistensi kepada masyarakat umum. Barang-barang dan juga makanan seolah-olah diberi nyawa berupa tanda, sehingga bagi seseorang yang mengkonsumsi barang atau makanan tersebut terlihat mempunyai prestise tertentu.

Citra atau tanda dari kebutuhan biologi kemudian mulai menutupi realitas aslinya. Misalnya seperti objek yang telah difoto, tentu tidak sama dengan objek aslinya. Objek aslinya bisa dipegang, bisa dimakan, dan memiliki ukuran yang tetap. Sedangkan objek yang telah difoto tentu tidak bisa dipegang dan juga dirasakan, objek tersebut juga memiliki ukuran yang selalu berubah, bisa kecil dan bisa besar.

Ketiga, citra menutup ketiadaan atau lenyapnya dasar realitas. Pada fase ketiga ini, citra telah menutupi lenyapnya realitas dasar. Proses tersebut terjadi ketika pemilik akun @siscakohl melakukan editing dan review terhadap konten-konten yang dipublikasikan. Editing dan review atas konten-konten yang dipublikasikan dilakukan sedemikian rupa, sehingga konten tersebut menjadi lebih baik dari realitas aslinya dan menarik perhatian penonton.<sup>33</sup>

*Editing* dan *review* berusaha menduplikasi realitas, tetapi pada kenyataannya realitas aslinya telah ditutupi dengan editing dan review, sehingga duplikasi

---

<sup>33</sup> Piliang, 88.

sudah tidak ada kaitannya dengan realitas aslinya. Misalnya seperti konten yang memperlihatkan @siscakohl membeli parfum berjumlah 40 buah di atas, penciptaan konten membeli parfum disertai dengan tampilan nota pembelian dengan harga puluhan juta, nota berfungsi sebagai penguat bahwa konten yang dipublikasikan oleh @siscakohl merupakan realitas dan bukan rekayasa.

Pada realitas aslinya, bisa saja nota yang ikut masuk ke dalam konten merupakan hasil dari rekayasa dan kerjasama. Pada realitas asli, @siscakohl juga hanya butuh satu buah parfum untuk dirinya sendiri, tetapi dalam konten yang dipublikasikan terlihat @siscakohl membeli parfum dengan jumlah yang banyak dengan harga yang fantastis.

Selanjutnya buah yang dibeli oleh @siscakohl dengan harga jutaan, buah memiliki realitas asli dengan harga yang cocok bagi semua kalangan masyarakat, dan bisa dinikmati oleh semua kalangan, namun jika buah tersebut sudah mengalami manipulasi dengan editing dan review sehingga terlihat lebih bagus dan manis. Buah tersebut bisa memiliki harga yang terjangkau oleh masyarakat kelas atas.

Keempat, citraan melahirkan realitas yang tidak ada kaitannya dengan realitas aslinya, murni hanya simulacra. Pada fase ini tanda sudah tidak memiliki kaitan dengan realitas aslinya. Realitas ciptaan sudah tidak lagi mengacu pada realitas aslinya, sehingga perbedaan antara realitas ciptaan dan aslinya lebur menjadi satu dan perbedaan antara kedua realitas tersebut menjadi kabur.<sup>34</sup>

Perbedaan yang kabur antara realitas asli dan ciptaan menjadikan kita tidak bisa membedakan keduanya. Misalnya seperti cuplikan konten-konten @siscakohl di atas. @siscakohl yang membeli buah dengan harga jutaan rupiah, membeli parfum dengan jumlah yang tidak wajar, bermain mesin capit uang.

Perilaku @siscakohl sepenuhnya adalah simulacra, *followers* seakan-akan dihipnotis dengan konten yang dipublikasikan oleh konten @siscakohl.

---

<sup>34</sup> Piliang, 88.

Misalnya dari konten @siscakohl yang sedang bermain mesin capit berisi uang, dalam konten tersebut ada komentar dari followers dengan username @hallorisky “ mau nyoba juga kakak, ajak aku dong”. Berdasarkan komentar yang ada, followers tersebut sudah melihat dunia simulacra, karena tidak bisa membedakan realitas aslinya dan realitas ciptaan, maka followers tersebut ingin bisa mencoba bermain mesin capit seperti yang dimainkan oleh @siscakohl.

Kemudian, dari konten @siscakohl yang membeli parfum dengan jumlah yang tak wajar hanya karena dia suka dengan aromanya, dalam konten tersebut ada komentar followers dengan username @astrid\_yuaski30, “serius nanya, ini barangnya habis itu dikemanain kak?”. Selain itu dalam konten tersebut @siscakohl juga menunjukkan nota pembelian parfum dengan total harga yang fantastis.<sup>35</sup>

Berdasarkan komentar yang ada, followers tersebut sudah masuk ke dalam dunia simulacra, karena tidak bisa membedakan realitas ciptaan dan aslinya. Jika dalam realitas asli, apakah mungkin seseorang membeli parfum sekali beli sebanyak itu? sampai kadaluarsa pun parfum tersebut tidak akan habis tentunya.

Relasi hiperrealitas dengan akun instagram @siscakohl, tercipta melalui konten-konten yang dibagikan. Konten yang dibagikan dalam akun instagramnya meruntuhkan perbedaan antara realitas asli dan realitas ciptaan, dan mengakibatkan keduanya lebur menjadi satu. Melalui beberapa fase simulasi yang digunakan untuk menganalisis konten @siscakohl di atas, dan pada akhirnya sampai ke dunia simulacra yang menghasilkan sebuah hiperrealitas.

Hiperrealitas menciptakan dunia konsumsi semakin menjadi-jadi, mulanya konsumsi masyarakat dilakukan sesuai dengan kebutuhan yang sewajarnya, tetapi dengan hiperrealitas, masyarakat melakukan konsumsi demi tercapainya kelas sosial yang tinggi. Konten-konten yang dibagikan oleh @siscakohl pada

---

<sup>35</sup> Sisca Kohl, “Borong 1000 Pcs Parfum Check !,” Instagram, 2021, <https://www.instagram.com/p/CUKN0wUhCM1/?igshid=YmMyMTA2M2Y=%0A>.

mulanya merupakan realitas asli yang wajar, tetapi karena dilakukan secara berlebih-lebihan dan disertai proses penyempurnaan, konten tersebut menjadi terlampau jauh dari realitas aslinya.

Selain melalui proses penyempurnaan demi mencapai tanda kelas sosial yang tinggi, konten @siscakohl yang seringkali berlebih-lebihan juga dibaluti dengan kekayaan dan kemewahan. Hal tersebut merupakan produk dari hiperrealitas, manusia sekarang ini tidak bisa lepas dari efek hiperrealitas, manusia hanya bisa berjalan beriringan dengan hiperrealitas, dan tetap membatasi diri agar tidak terhanyut dalam derasny arus hiperrealitas.

### c. Analisis *Flexing* dalam Tinjauan Hipersemiotika

*Flexing* pada dasarnya merupakan perilaku pamer kekayaan dan kepemilikan atas sesuatu terhadap khalayak umum. Perilaku *flexing* di zaman sekarang banyak sekali dilakukan oleh orang-orang, terlebih media yang bisa digunakan oleh seseorang untuk melakukan *flexing* semakin banyak.<sup>36</sup>

Salah satu media yang bisa digunakan untuk *flexing* yaitu instagram, *Flexing* dalam media sosial instagram dilakukan dengan cara membagikan konten-konten melalui foto dan video di media sosial instagram. Perilaku *flexing* seringkali dilakukan oleh para artis, selebgram, dan berbagai orang yang memiliki banyak *followers*.

Jika dilihat melalui sudut pandang umum, *flexing* di instagram dilakukan karena pelaku merupakan orang kaya yang mempunyai banyak uang dan harta. Dimana seseorang yang kaya tersebut ingin menunjukkan bahwa mereka berada dalam kelas sosial yang tinggi, melalui penciptaan konten yang sedemikian rupa.

Salah satu akun instagram yang mengandung *flexing* dan menarik penulis untuk mendekatinya yaitu akun @siscakohl, dalam akun tersebut banyak sekali perilaku *flexing* yang diciptakan pengguna. Perilaku *flexing* yang dilakukan oleh @siscakohl termasuk ke

---

<sup>36</sup> Nurul Azizah, "Arti Flexing & Asal-Usul Katanya Yang Ramai Di Media Sosial," 21/02/2022, n.d., <https://tirto.id/arti-flexing-asal-usul-katanya-yang-ramai-di-media-sosial-gpgJ>.

dalam perilaku yang berlebih-lebihan dan melampaui realitas.

*Flexing* yang dilakukan oleh @siscakohl terbagi menjadi beberapa jenis, diantaranya yaitu:

Pertama, Buah-buahan. Buah-buahan awalnya merupakan makanan yang memiliki banyak nutrisi, identik dengan kesehatan, dan bisa dinikmati oleh setiap orang. Tetapi, dalam konten @siscakohl di atas, buah menjadi sebuah tanda kekayaan. Buah yang dibeli oleh @siscakohl dari jepang merupakan buah yang memiliki harga fantastis, bagi seseorang pada umumnya, daripada membeli buah dengan harga jutaan, seseorang tersebut tentu lebih ingin menggunakan uangnya demi keperluan lainnya sesuai kadarnya.<sup>37</sup>

Membeli buah dengan harga yang sangat mahal pada dasarnya merupakan tanda, bahwa @siscakohl merupakan seseorang yang kaya. Namun jika dipahami secara seksama, @siscakohl merupakan seorang selebgram yang mempunyai banyak pengikut. Dalam konten membeli dan review buah @siscakohl menandai penjual buah tersebut, jika @siscakohl berniat membeli dan tidak di endorse, untuk apa @siscakohl menandai penjual buah ?, artinya *flexing* yang dilakukan oleh @siscakohl bukan karena dia ingin pamer kekayaannya, tetapi dia sedang melakukan kegiatan iklan buah-buahan.

Kedua, Uang. Pada dasarnya, uang merupakan sebuah tanda atau simbol yang digunakan sebagai nilai tukar, atas atau terhadap suatu barang.<sup>38</sup> Sedangkan, seseorang yang memiliki uang dengan nominal yang banyak sering disebut sebagai orang kaya. Lalu, konten dalam akun instagram @siscakohl terlihat bahwa @siscakohl sedang bermain mesin capit yang berisi banyak uang.<sup>39</sup>

Mesin capit identik sebagai alat yang digunakan oleh seseorang untuk bermain, biasanya mesin capit

---

<sup>37</sup> Sisca Kohl, "Buah Jepang 25 Jt Check," Instagram, 2022, <https://www.instagram.com/p/CPvh7HzhkvF/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>.

<sup>38</sup> Azharsyah Ibrahim et al., *Pengantar Ekonomi Islam* (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2021), 405.

<sup>39</sup> Sisca Kohl, "Main Mesin Capit Isi Uang Check," Instagram, 2022, <https://www.instagram.com/reel/CZBuNYDoucc/?igshid=Yzg5MTU1MDY=>.

berisi makanan ringan, boneka, dan benda-benda lainnya. Namun, pada konten @siscakohl, terlihat dia sedang bermain mesin capit yang berisi banyak sekali uang, kisaran puluhan bahkan sampai ratusan juta.

Ketiga, Benda. @siscakohl senang dengan aroma parfum adiknya, kemudian @siscakohl berinisiatif untuk membeli parfum yang sama dengan adiknya. Namun, ternyata @siscakohl membeli parfum dengan jumlah yang sangat banyak, yaitu seribu parfum dan disertai nota pembelian dengan total harga Rp. 37.000.000. Parfum identik dengan aroma yang harum, yang digunakan untuk pewangi ruangan, pakaian, dan juga badan. Tetapi dalam konten tersebut perilaku @siscakohl terlihat berlebihan, seakan-akan ingin memberi tahu para pengikutnya bahwa dia merupakan orang yang kaya dan bisa membeli sesuatu sebanyak-banyaknya.

Perilaku *flexing* yang dilakukan oleh @siscakohl dalam akun instagramnya terkesan berlebihan dan melampaui realitas. Melalui sudut pandang hipersemiotika, perilaku @siscakohl termasuk bagian dari dunia *hiperrealitas*. Yaitu dunia dimana sesuatu tercipta karena penggunaan tanda yang melampaui realitas aslinya.<sup>40</sup>

Melalui hipersemiotika, kita bisa mengetahui dan mendeskripsikan makna dibalik tanda-tanda atas perilaku *flexing* yang seringkali diciptakan sedemikian rupa hingga melebihi realitas aslinya. Sebelum mendeskripsikan perilaku *flexing* sebagai tanda yang melebihi realitas dalam akun @siscakohl, perlu adanya tahapan-tahapan yang harus dilalui terlebih dahulu, sesuai dengan konsep dan tipologi tanda yang ada pada hipersemiotika. Sebuah tanda bisa dikatakan melampaui batas ketika tanda tersebut sudah keluar dari batas prinsip, sifat, alam, dan fungsi tanda normal sebagai alat komunikasi dan penyampaian.

Konsep dan tipologi tanda hipersemiotika untuk menganalisis akun instagram @siscakohl sebagai berikut:

Pertama, tanda sebenarnya. Tanda sebenarnya merupakan tanda yang memiliki relasi sesuai dengan

---

<sup>40</sup> Piliang, *Semiotika Dan Hipersemiotika*, 53.

objek yang digambarkannya. Pada akun @siscakohl, tanda sebenarnya ada dalam konten-kontennya, seperti video buah, uang, dan benda-benda yang dipublikasikan dan merujuk pada entitas aslinya.

Namun, tanda sebenarnya yang sudah disebutkan tersebut ada sebelum @siscakohl melakukan fase-fase yang sedemikian rupa untuk menciptakan konten dalam akun instagramnya. Karena konten-konten yang dipublikasikan oleh @siscakohl telah melalui bermacam-macam fase seperti foto dan video sebelum menjadi konten, lalu proses editing, review, dan lainnya. Jadi konten tersebut tidak lagi menggambarkan tanda yang sebenarnya. Tanda sebenarnya belum termasuk hiperrealitas.

Kedua, tanda palsu. Merupakan tanda yang bersifat tiruan, tidak tulus, dan mengandung reduksi realitas. Tanda mengaku seakan-akan dia asli, padahal palsu. Misalnya seperti konten dalam akun instagram @siscakohl. Uang, buah-buahan, dan benda yang dipublikasikan oleh @siscakohl dalam akun instagramnya seolah-olah menggambarkan realitas asli, padahal konten tersebut telah melalui proses rekayasa citra.

Proses rekayasa citra menggunakan gambar untuk menjelaskan kejadian yang sesungguhnya tidak sepenuhnya seperti yang digambarkan. Rekayasa citra tertuang ke dalam konten yang dipublikasikan, konten tersebut sudah masuk ke dalam rekayasa citra, karena konten harus melalui proses pengambilan gambar terlebih dahulu sebelum dipublikasikan, hasil pengambilan gambar secara rasional tidak sesuai dengan realitas aslinya. Tanda palsu belum termasuk hiperrealitas, tanda palsu hanya sedikit mengurangi realitas.

Ketiga, tanda dusta. Tanda yang menggunakan penanda yang salah untuk menjelaskan konsep yang salah. Misalnya seperti konten dalam akun instagram @siscakohl, seperti uang, buah, dan benda yang dipublikasikan. Secara rasional konten tersebut telah melalui proses editing yang mengakibatkan terjadinya kamufase warna, dan *review* yang memberi kesan agar objek bertambah menarik. Tanda dusta belum termasuk



hiperrealitas, tetapi jika tanda dusta dapat mengaburkan batas antara realitas asli dan ciptaan, ia bisa menjadi hiperrealitas.<sup>41</sup>

Keempat, tanda daur ulang. Tanda yang digunakan untuk menjelaskan kejadian dimasa lampau. Seperti konten dalam akun instagram @siscakohl yang bisa dinikmati kapan saja, dimana saja meskipun objek aslinya sudah tiada. Tanda daur ulang sudah termasuk ke dalam tanda yang melampaui realitas dan hiperrealitas

Kelima, tanda artifisial. Tanda yang direkayasa melalui teknologi terkini (digital, computer, dan simulasi), yang tidak memiliki acuan dan relasi dengan realitas. Ia juga disebut sebagai tanda buatan dan tidak alamiah. Tanda artifisial dalam konten @siscakohl terlihat dalam video yang dipublikasikannya, setiap video @siscakohl selalu ada tulisan di dalamnya, dan ucapan-ucapan @siscakohl tidak selaras dengan gerakan bibirnya.

Perwujudan tersebut termasuk ke dalam tanda artifisial karena dalam realitas asli, seseorang tidak bisa menciptakan tulisan melayang di sekitarnya tanpa alat bantu, dan setiap ucapan seseorang selalu selaras dengan gerakan bibirnya. Realitas tersebut hanya ada dalam wujud realitas virtual atau digital. Tanda artifisial sudah termasuk ke dalam tanda yang melampaui realitas dan merupakan bagian dari hiperrealitas.<sup>42</sup>

Keenam, tanda ekstrim. Merupakan tanda yang memiliki makna lebih besar daripada realitasnya. Tanda ditarik ke bagian paling ekstrim, sehingga bisa melampaui realitas dan apa yang ada dalam akal sehat manusia. Konten @siscakohl tidak termasuk ke dalam tanda ekstrim, karena konten sebagai tanda yang dipublikasikan oleh @siscakohl termasuk melampaui batas yang masih ada dalam akal sehat manusia.<sup>43</sup>

Selain beberapa tipologi tanda hipersemiotika tersebut, tumpang tindihnya berbagai tanda di atas (tanda

---

<sup>41</sup> Piliang, *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*, 55-56.

<sup>42</sup> Piliang, 56.

<sup>43</sup> Piliang, *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*, 58.

sebenarnya, tanda palsu, tanda dusta, tanda daur ulang, tanda artifisial, dan tanda ekstrim) di dalam satu ruang yang sama menjadikan semuanya lebur menjadi satu dan tidak dapat lagi dibedakan antara realitas asli dan ciptaan. Tumpang tindihnya berbagai tanda di atas juga termasuk ke dalam hipersemiotika.

Setelah melalui beberapa tahapan-tahapan konsep dan tipologi tanda hipersemiotika, dapat diketahui bahwa konten yang dibagikan oleh akun @siscakohl merupakan sebuah hiperrealitas. Disebut sebagai hiperrealitas, karena konten yang dibagikan oleh @siscakohl merupakan konten yang diciptakan sebaik dan semenarik mungkin hingga melampaui realitas aslinya.

Konten yang baik dan menarik diciptakan agar para pengikut @siscakohl tertarik dengan konten yang dibagikannya. Alih-alih promosi terhadap para pengikutnya agar membeli barang yang dipublikasikan, @siscakohl malah terlihat *flexing* dengan barang-barang dan makanan yang memiliki harga di atas rata-rata (mahal).

Penciptaan konten melalui beberapa proses pencarian posisi objek setepat mungkin, selanjutnya melalui proses editing dan review untuk menghilangkan sesuatu yang tidak diharapkan, menghasilkan sesuatu sebaik mungkin, serta mendapatkan simpati dan juga respon yang baik dari para pengikutnya.

## 2. Analisis Perspektif Masyarakat Islam Melihat Hedonisme dan *Flexing* pada Akun Instagram @siscakohl

### a. Analisis Perspektif Masyarakat Islam Melihat Hedonisme pada Akun Instagram @siscakohl

Hedonisme merupakan aliran filsafat etika, yang pada zaman sekarang ini lebih dikenal dan dipahami sebagai gaya hidup. Hedonisme sebagai gaya hidup merupakan kegiatan memperoleh kebahagiaan dan menghindari ketidaksenangan. Perilaku hedonisme bisa dilihat melalui akun instagram @siscakohl.<sup>44</sup>

Konten-konten yang dipublikasikan oleh @siscakohl pada akun instagramnya ada beragam, namun senantiasa dibaluti dengan kemewahan dan

---

<sup>44</sup> Cr, *Seks Para Pangeran Tradisi Dan Ritualisasi Hedonisme Jawa*, 124.

berlebih-lebihan. Gaya hidup yang ditunjukkan oleh @siscakohl pada akun instagramnya merupakan hedonisme sebagai gaya hidup. Dalam Islam, gaya hidup hedonisme termasuk ke dalam klasifikasi perilaku *israf* (berlebih-lebihan).<sup>45</sup>

Perilaku *israf* dapat dilihat melalui konten-konten @siscakohl sebagai berikut:

*Pertama*, konten @siscakohl yang membeli Air Purifier Mito berjumlah 25 buah dengan total harga 48 jt. @siscakohl dalam konten tersebut berkata “aku kaget ada satu debu dirumahku, dan aku membeli pembersih udara ruangan untuk diletakkan di setiap penjuru rumah, agar tidak ada debu lagi”. Konten tersebut menandakan bahwa, @siscakohl merupakan orang yang kaya dan bisa membeli pembersih udara sebanyak yang dia mau, dikatakan sebagai *israf* karena @siscakohl bersikap berlebih-lebihan terhadap adanya satu debu dirumahnya, dan perilaku @siscakohl membeli pembersih udara ruangan sekaligus 25 buah juga berlebih-lebihan.<sup>46</sup>

*Kedua*, konten @siscakohl yang membeli parfum berjumlah 1000 buah dengan total harga 37 jt. @siscakohl dalam konten tersebut suka dengan aroma parfum adiknya, kemudian dia membeli di alfamart pusat dan membeli parfum berjumlah 1000 buah. @siscakohl bersikap berlebih-lebihan karena suka terhadap bau parfum adiknya, umumnya seseorang jika suka terhadap sesuatu, dia akan membeli secukupnya saja, berbeda dengan @siscakohl yang membeli parfum yang dia suka berjumlah 1000 buah dengan total harga 37 Jt. Perilaku @siscakohl membeli parfum tersebut merupakan perilaku yang berlebih-lebihan.

*Ketiga*, konten @siscakohl yang membeli anggur dari jepang dengan total harga 12,6 Jt. Umumnya seseorang membeli buah berdasarkan fungsi dengan harga yang wajar, berbeda dengan @siscakohl yang memperlihatkan bahwa dia mampu membeli buah seharga 12,6 Jt dari jepang, entah buah tersebut benar-

---

<sup>45</sup> Afrina and Achiria, “Rasionalitas Muslim Terhadap Perilaku Israf Dalam Konsumsi Perspektif Ekonomi Islam,” 24.

<sup>46</sup> Kohl, “Air Purifier Rp. 48 Jt Check !”



baik masjid dalam arti bangunan khusus maupun dalam arti yang luas, yaitu bumi ini. Makan dan minumlah apa saja yang kamu sukai, selama tidak memabukkan dan tidak mengganggu kesehatan kamu, dan janganlah berlebih-lebihan dalam segala hal, baik dalam beribadah dengan cara menambah kuantitas, demikian juga dalam makan serta minum atau apa saja. Karena sesungguhnya Allah SWT tidak menyukai, tidak melimpahkan rahmat dan ganjaran kepada orang-orang yang berlebih-lebihan dalam hal apapun.<sup>48</sup>

Anjuran untuk tidak makan dan minum secara berlebih-lebihan dan melampaui batas, merupakan kadar yang harus disesuaikan dengan kondisi setiap individu, bisa jadi cukup bagi seseorang tapi kurang bagi seseorang lain. Dalam konteks berlebihan ditemukan pesan oleh Nabi SAW: tidak ada wadah yang dipenuhi manusia lebih buruk dari perut. Cukuplah bagi putra dan putri adam beberapa suap yang bisa menegakkan tubuh. Kalau pun harus memenuhi perut, maka hendaknya sepertiga untuk makanan, sepertiga untuk minuman, dan sepertiga untuk bernafas. (HR. at-Tirmidzi, Ibnu Majah, dan Ibnu Hibban melalui Miqdam Ibnu Ma'dikarib).

Selain itu ada juga ayat-ayat lainnya yang melarang perilaku israf, yaitu QS. Taha ayat 127

وَكَذَلِكَ نَجْزِي مَنْ أَسْرَفَ وَلَمْ يُؤْمِنْ بِآيَاتِ رَبِّهِ ۗ وَعَلْعَدَابِ  
الْآخِرَةِ أَشَدُّ وَأَبْقَى

Artinya: Demikianlah Kami membalas orang yang melampaui batas dan tidak percaya pada ayat-ayat Tuhannya. Sungguh, azab di akhirat itu lebih berat dan lebih kekal.

Ayat ini menjelaskan balasan kepada orang-orang yang berpaling dari peringatan Allah SWT. Demikianlah balasan dan siksa kepada orang-orang yang melampaui batas dalam mengikuti hawa nafsunya.

<sup>48</sup> Muhammad Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Jilid: Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur'an*, vol. 5 (Tangerang: Lentera Hati, 2017), 75.

Sehingga mempersekutukan Allah SWT dan tidak percaya kepada ayat-ayat Tuhannya, sehingga mengingkari dan tidak mensyukuri nikmatnya. Dan sesungguhnya azab di akhirat, yakni di neraka jauh lebih berat dan lebih kekal daripada siksa dunia, atau siksa kubur, dan siksa yang dialami di padang Mahsyar menjelang masuk ke neraka.<sup>49</sup>

QS. Al-An'am ayat 141

وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ جَنَّاتٍ مَّعْرُوسَاتٍ وَغَيْرَ مَعْرُوسَاتٍ وَالنَّخْلَ وَالزَّرْعَ  
مُخْتَلِفًا أَلْوَانًا وَالزَّيْتُونَ وَالرُّمَانَ مُتَشَابِهًا وَغَيْرَ مُتَشَابِهٍ  
كُلُوا مِنْ ثَمَرِهِ إِذَا أَثْمَرَ وَآتُوا حَقَّهُ يَوْمَ حَصَادِهِ وَلَا  
تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: Dialah yang menumbuhkan tanaman-tanaman yang merambat dan yang tidak merambat, pohon kurma, tanaman yang beraneka ragam rasanya, serta zaitun dan delima yang serupa (bentuk dan warnanya) dan tidak serupa (rasanya). Makanlah buahnya apabila ia berbuah dan berikanlah haknya (zakatnya) pada waktu memetik hasilnya. Akan tetapi, janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.

Ayat ini berpesan bahwa, dan dialah tidak ada selain-Nya yang menjadikan dari tiada. Hanya Allah SWT yang menciptakan pohon kurma, dan tanaman lain dalam keadaan yang mempunyai beragam rasa, aroma, dan bentuk. Allah SWT juga yang menciptakan buah seperti zaitun, delima, dan yang serupa dalam beberapa rasa yang berbeda, padahal semua tumbuh ditanah dan disiram dengan air yang sama. Makanlah sebagian buah

<sup>49</sup> Muhammad Quraish Shihab, "Tafsir Al-Mishbah Jilid 8: Pesan, Kesan, Dan Kerasian Al-Qur'an," *Journal of Chemical Information and Modeling* 53, no. 9 (2017): 1689–99, 392.

yang beragam itu bila ia berbuah, dan tunaikanlah dari sebagian haknya dari memetik hasilnya dengan bersedekah kepada mereka yang membutuhkan dan janganlah kamu berlebih-lebihan dalam segala hal. Jangan menggunakan sesuatu, memberi, maupun menerima sesuatu yang bukan pada tempatnya. Sesungguhnya Allah SWT tidak menyukai, tidak merestui, dan tidak melimpahkan anugerah kepada orang yang berlebih-lebihan, karena tidak ada kebaikan dalam pemborosan.<sup>50</sup>

QS. Al-Maidah ayat 87

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تُحَرِّمُوْا طَيِّبٰتِ مَآ اَحَلَّ اللّٰهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوْا ۗ  
 اِنَّ اللّٰهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِيْنَ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharamkan sesuatu yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.

Ayat ini datang dengan membawa pesan kepada orang-orang beriman. Hai orang-orang beriman, janganlah kamu haramkan, menghalangi diri kamu dengan bernazar atau sumpah, atau melakukan apa saja untuk melakukan apa yang baik, lezat, indah, dan nyaman yang telah Allah SWT halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu memaksakan diri melampaui batas kewajaran, karena Allah SWT seungguhnya tidak menyukai dan tidak melimpahkan rahmat kepada orang yang melampaui batas, walaupun pelampauan batas terkait dengan upaya mendekatkan diri kepada-Nya, sebagaimana orang nasrani yang melakukan *rahbaniyah* dengan mengharamkan apa yang halal.

Menurut paham madzhab Ahlussunah Wal Jama'ah, tidak ada keraguan bahwa kelak manusia akan

<sup>50</sup> Muhammad Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Jilid 4: Pesan, Kesan, Dan Keserasian Al-Qur'an*, vol. 4 (Tangerang: Lentera Hati, 2017), 313=314.

dihidupkan lagi di alam barzakh untuk menjawab pertanyaan malaikat munkar dan nakir sebagaimana mereka hidup di dunia. Oleh karena itu, hendaknya kita harus sadar terhadap bahaya gaya hidup hedonisme yang telah membudaya dikalangan masyarakat kita. Kecintaan terhadap duniawi setidaknya harus lebih rendah daripada kecintaan kita terhadap Allah SWT, jangan sampai mengorbankan keimanan hanya untuk kebahagiaan dunia yang sesaat.<sup>51</sup>

Berdasarkan beberapa uraian dan juga ayat di atas, dapat diketahui bahwa Allah SWT melarang umatnya untuk berlebih-lebihan. Perilaku berlebihan seperti yang ada pada konten @siscakohl selain dibenci oleh Allah SWT, juga merupakan perilaku yang mempunyai pengaruh buruk, baik kepada pelaku, maupun kepada sekitarnya.

**b. Analisis Perspektif Masyarakat Islam Melihat *Flexing* pada Akun Instagram @siscakohl**

*Flexing* merupakan perilaku pamer harta dan kekayaan di media sosial, *flexing* banyak dilakukan oleh artis-artis media sosial, salah satunya yaitu @siscakohl. @siscakohl melakukan *flexing* pada beberapa akun yang dimilikinya pada beberapa media sosial, diantaranya yaitu, instagram, tiktok, dan youtube. Tetapi pada penelitian kali ini, penulis berfokus kepada satu akun, yaitu akun instagram @siscakohl.

Beragam konten yang dipublikasikan oleh @siscakohl pada akun instagramnya selalu disertai dengan menunjukkan kekayaan dan kemewahan. Kegiatan menunjukkan kekayaan dan kepemilikan terhadap khalayak umum di media sosial zaman sekarang ini dikenal sebagai perilaku *flexing*. Dalam Islam, perilaku *flexing* termasuk ke dalam klasifikasi perilaku *riya'* (pamer).

Perilaku *riya'* dapat dilihat melalui konten-konten @siscakohl yang telah disisipkan oleh penulis di atas, lebih jelasnya sebagai berikut:

---

<sup>51</sup> Iin Emy Prastiwi and Tira Nur Fitria, "Budaya Hedonisme Dan Konsumtif Dalam Berbelanja Online Ditinjau Dari Perpektif Ekonomi Syariah," Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 6(03), 2020, 731-736 6, no. 03 (2020): 731–36.



*Pertama*, konten @siscakohl yang membeli mesin capit sendiri, disertai dengan koin bermotif wajahnya dan sang adik. Mesin capit milik @siscakohl tersebut diisi dengan uang yang banyak, nominal tepatnya tidak diketahui berapa, namun jika dilihat berkisar ratusan juta. Umumnya mesin capit berisi boneka, jajanan, dan mainan, dan untuk memainkan mesin capit cukup membeli koin dengan harga yang sangat terjangkau, karena mesin capit merupakan mesin yang kerap di datangi oleh anak-anak. Sisca terlihat seakan-akan ingin memberi tahu para pengikutnya, bahwa dia merupakan orang kaya dan mampu membeli mesin capit sendiri dan memainkan mesin capit berisi uang.<sup>52</sup>

*Kedua*, konten @siscakohl yang membeli gerobak nasi goreng, kemudian dia menjual nasi goreng kepada adiknya dengan harga 200 Jt. Adiknya ketagihan dengan nasi gorengnya lalu membeli satu kali dengan harga 200 Jt lagi, dan total uang dari adiknya untuk membeli nasi goreng yang dijual oleh @siscakohl yaitu 400 Jt. Umumnya nasi goreng merupakan makanan yang bisa dibeli siapa pun dan dengan harga yang sangat terjangkau. Namun, dalam konten @siscakohl, nasi goreng di ubah menjadi media untuk menunjukkan eksistensi bahwa dia mempunyai banyak uang melalui adiknya sebagai perantara.<sup>53</sup>

*Ketiga*, konten @siscakohl yang menjual boba kepada adiknya, boba yang semula berharga kisaran 10-20 ribu, ditangan artis media sosial (@siscakohl) diubah seharga 300 Jt. Minuman boba digunakan sebagai media untuk menunjukkan eksistensi bahwa @siscakohl adalah orang yang mempunyai kekayaan dan banyak uang.<sup>54</sup>

Imam Al-Ghazali berpendapat bahwa, *riya'* merupakan perilaku yang dilakukan untuk mendapatkan kedudukan, pengakuan, serta popularitas, baik itu bersifat

---

<sup>52</sup> Kohl, "Main Mesin Capit Isi Uang Check."

<sup>53</sup> Kohl, "Nasi Goreng Rp. 400 Jt Check !"

<sup>54</sup> Kohl, "Boba Rp. 300 Jt."

non duniawi maupun duniawi (ibadah maupun tidak). Al-Ghazali memberi instruksi kepada para pelajar:<sup>55</sup>

“Jangan beranggapan setiap orang akan selamat hanya dengan berniat baik ketika belajar keilmuan, sementara di dalam hati masih terdapat sifat *riya'*, *hasad*, dan *ujub*. Jika belum mampu membersihkan hati dari ketiganya, maka terhadap sifat tercela lainnya tidak akan mampu, karena sifat tercela lainnya bermula dari ketiga sifat tersebut.”

Sifat *riya'* merupakan sifat tercela yang termasuk kedalam perilaku munafik, sebagaimana orang-orang menipu Allah SWT dengan sifat *riya'*, seperti yang tertuang dalam QS. An-Nisa ayat 142

إِنَّ الْمُنَافِقِينَ يُخَادِعُونَ اللَّهَ وَهُوَ خَدِيعُهُمْ وَإِذَا قَامُوا إِلَى الصَّلَاةِ قَامُوا كُسَالَى يُرَاءُونَ النَّاسَ وَلَا يَذْكُرُونَ اللَّهَ إِلَّا قَلِيلًا ﴿١٤٢﴾

Artinya: Sesungguhnya orang-orang munafik itu hendak menipu Allah, tetapi Allah membalas tipuan mereka (dengan membiarkan mereka larut dalam kesesatan dan penipuan mereka). Apabila berdiri untuk shalat, mereka melakukannya dengan malas dan bermaksud *riya'* di hadapan manusia. Mereka pun tidak mengingat Allah, kecuali sedikit sekali.

Menurut Muhammad Quraish Shihab, ayat tersebut mempunyai penjelasan bahwa: Sesungguhnya orang-orang munafik menipu Allah SWT, tetapi Allah SWT membalas tipuan mereka. Apa Allah juga menipu? menipu itu kan buruk, Allah SWT itu memperlakukan hambanya sesuai perlakuan hamba terhadapnya, kalau anda mencintai Allah SWT maka begitu pula sebaliknya, kalau anda membenci Allah SWT maka begitu pula sebaliknya. Bagaimana tipuan Allah SWT itu? ada yang berkata bahwa orang munafik pura-pura beriman ingin menipu Allah SWT dan rasul, dan Allah SWT berpura-

<sup>55</sup> Zulfikar, “Interpretasi Makna *Riya'* Dalam Al-Qur'an: Studi Kritis Perilaku *Riya'* Dalam Kehidupan Sehari-Hari”, 144.

pura mengakui bahwa mereka beriman, yang mereka tipu bukan Allah SWT, tetapi rasul dan orang beriman. Orang yang taat kepada rasul berarti taat kepada Allah SWT, artinya orang yang menipu rasul sama dengan menipu Allah SWT. Orang munafik dalam sholatnya pamer, lihat-lihat orang, kalau ada orang dia sholat, dan kalau tidak ada orang dia tidak sholat, orang beriman mungkin juga malas tetapi dia berusaha untuk bangkit agar bisa beribadah.<sup>56</sup>

Berdasarkan beberapa uraian dan ayat dari Al-Qur'an di atas, dapat dipahami bahwa perilaku @siscakohl jika dilihat melalui sudut pandang Islam merupakan perilaku yang kurang terpuji, dan juga bertentangan dengan aqidah, karena dengan adanya *riya'* seseorang akan terlihat lebih beriman kepada masyarakat daripada kepada Allah SWT. Karena perilaku tersebut bisa menimbulkan berbagai akibat buruk, baik kepada diri sendiri, dan sekitarnya.

---

<sup>56</sup> Muhammad Quraish Shihab, "1429 H Surat #4 An-Nisa Ayat 142-147 Tafsir Al-Misbah Metro TV 2008," Youtube, 2008, <https://youtu.be/8RtgWHKCEeU>, diakses pada 14 maret 2023.