

BAB II KERANGKA TEORI

A. Riya'

1. Definisi

Secara bahasa Riya berarti memperlihatkan amalan kebaikan agar dapat dilihat orang lain¹. Riya dan pamer adalah dua hal yang sama yang sering kali terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan memiliki dampak tidak mendukung bagi diri sendiri dan orang lain. Kata pamer dalam kamus besar bahasa Indonesia yaitu menunjukkan sesuatu yang dimiliki orang untuk tujuan diperlihatkan kepada orang lain untuk dibanggakan.² Sedangkan riya menampakkan ibadah dengan tujuan agar dilihat oleh manusia sehingga mereka mendapatkan penghormatan, pujian dan cinta manusia³. Pamer sama halnya dengan flexing yang dalam kamus Cambridge Advanced Learner's Dictionary memiliki arti menunjukkan sesuatu kepemilikan ataupun pencapaian dengan cara yang dianggap orang lain tidak menyenangkan.⁴ Pamer dan *Riya'* adalah dua hal yang sering terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan memiliki dampak tidak mendukung bagi diri sendiri dan orang lain.

Menurut Al-Ghazali dalam bukunya intisari Ihya' ulumuddin beliau mengatakan bahwa *riya'* berasal dari kata Ar-ru'yah yang berarti melihat sedangkan sum'ah berasal dari kata As-sima' yang berarti mendengar. Pada dasarnya, *riya'* berarti menginginkan agar orang lain melihatnya dan mendapatkan pengakuan atasnya.⁵ Penegasan Allah atas larangan *riya'* tercantum dalam Surah Al-Baqarah ayat 264.

¹ Abu Rifqi Al-Hanif dan Nur Kholis Hasin, *Kamus Arab-Indonesia*, (Surabaya: Terbit Terang, Cetakan Ke-1 2000), hlm.266.

² "Pamer", Kemendikbud RI, KBBI 2008, Diakses pada: 29 Januari 2023

³ Ubaid bin Salim Al-Amri, *Dahsyatnya Ikhlas Bahayanya Riya'*, terj. Abdurrahman, (Jakart: Darul Haq, 2020), h. 44

⁴ Kamus Internasional, *Cambridge Advanced Learner's Dictionary*, (Singapore: Cambridge Univerity Press, 2008), 544

⁵ Imam Al-Ghazali, *Intisari Ihya' Ulumuddin*, (Jakarta: Bintang Terang , 2007) hlm. 303.

Imam Nawawi dalam Riyadhus Shalihin juga menyatakan bahwa ayat ini merupakan dalil pengharaman riya.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَبْطُلُوا صَدَقَتَكُمْ بِالْمَنِّ وَالْأَذَىٰ كَالَّذِي يُنْفِقُ مَالَهُ رِئَاءَ
النَّاسِ وَلَا يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ فَمَثَلُهُ كَمَثَلِ صَفْوَانَ عَلَيْهِ ثَرَابٌ
فَأَصَابَهُ وَابِلٌ فَتَرَكَهُ صَلْدًا ۗ لَا يَقْدِرُونَ عَلَىٰ شَيْءٍ مِّمَّا كَسَبُوا ۗ وَاللَّهُ لَا
يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman, jangan membatalkan (pahala) sedekahmu dengan menyebut-nyebutnya dan menyakiti (perasaan penerima), seperti orang yang menginfakkan hartanya karena riya (pamer) kepada manusia, sedangkan dia tidak beriman kepada Allah dan hari Akhir.⁶

Riya' merupakan salah satu dari perbuatan syirik, perbuatan syirik yang samar. Sifat *riya'* ini bersumber dari rasa keinginan seseorang untuk memperoleh perhatian dari sesama makhluk sehingga sang pelaku *riya'* memperoleh jabatan, kedudukan dan juga sanjungan dari orang lain⁷. *Riya'* tergolong syirik kecil atau samar karena yang mengetahui hanya dirinya dan Allah ta'ala⁸. Ali bin Abi Thalib RA, mengatakan bahwa tanda-tanda orang yang bersikap *riya'* antara lain seseorang itu akan menjadi malas apabila sedang sendirian, dan akan menjadi giat dan bersemangat ketika berada diantara orang banyak. Pertanda yang sangat jelas ialah merasa senang jika ada orang yang sedang melihat ketaatannya. Sehingga dapat diketahui bahwa *riya'* itu tersembunyi di dalam hati, layaknya api yang bersembunyi di dalam batu⁹.

Jadi dapat disimpulkan bahwa *riya'* muncul karena rasa keinginan manusia untuk mendapatkan sebuah

⁶ Alquran, Alquran Dan Terjemahnya

⁷ Al-Ghazali, *Membersihkan Hati dari Akhlak Tercela*, penerjemah Ahmad Sunarto, (Jakarta: Pustaka Amani, tt), h. 155

⁸ Maftuh Ahnan dan Lailatus Sa'adah, Kata pengantar dalam buku *Menghindari Bahaya Riya'*, (Delta prima press: 2011), hlm.v.

⁹ Muzakkir, *Tasawuf dan kesehatan*, (Jakarta: Prenadamedia Group, Cet ke 1, 2018).

pengakuan dan perhatian dari orang lain. *Riya'* termasuk dalam syirik kecil atau samar karena yang mengetahui hanya dirinya sendiri dan Allah ta'ala.

2. Faktor-faktor *riya'*/pamer.

Dalam sabda Rasulullah tentang kekhawatiran beliau mengenai syirik yang tersembunyi jauh lebih besar dibandingkan kekhawatiran beliau terhadap Dajjal. Dorongan untuk berbuat *riya'* lebih besar daripada berbuat syirik (kafir). Adapun faktor-faktor yang menyebabkan seseorang berbuat *riya'* secara umum kadalah sebagai berikut¹⁰:

a. Lingkungan Keluarga

Sifat dan perilaku seseorang terbentuk dari lingkungan keluarga. Jika sebuah keluarga selalu memperlihatkan sifat *riya'* maka lambat laun sifat tersebut akan menempel pada anak-anaknya. Oleh sebab itu, Islam menganjurkan kepada umatnya agar memperhatikan faktor agama dalam memilih seseorang yang akan menjadi pasangan hidup.

b. Teman yang berakhlak tidak baik

Dalam hadis riwayat Abu Daud dan Tirmidzi, Rasulullah bersabda :

مَثَلُ الْجَلِيسِ الصَّالِحِ وَالسُّوءِ كَمَا مَلِ الْمَسْكِ وَنَافِخِ الْكَبِيرِ.
فَمَا مَلِ الْمَسْكُ إِلَّا أَنْ يَحْذِيكَ وَإِمَّا أَنْ تَبْتَاعَ مِنْهُ، وَإِمَّا أَنْ تَحْدَ
مِنْهُ رِيحًا طَيِّبَةً، وَنَافِخِ الْكَبِيرِ إِلَّا أَنْ يُحْرِقَ ثِيَابَكَ وَإِمَّا أَنْ تَحْدَ
رِيحًا حَيْثُ

“Permisalan teman duduk yang baik dan teman duduk yang jelek seperti penjual minyak wangi dan pandai besi. (Duduk dengan) penjual minyak wangi bisa jadi ia akan memberimu minyak wanginya, bisa jadi engkau membeli darinya dan bisa jadi engkau akan dapati darinya aroma yang wangi. Sementara (duduk dengan) pandai besi, bisa jadi ia akan membakar

¹⁰ Irhamni, “*Riya dan Cara Penanggulangannya Menurut Pendidikan Islam*”, Jurnal: Mimbar Akademik, Vol. 2 (2), 58-69, 2018.

pakaianmu dan bisa jadi engkau dapati darinya bau yang tak sedap.” (HR. Al-Bukhari dan Muslim)

Jadi jika teman terdekatnya baik, maka baiklah ia. Jika tidak baik akhlak temanya maka tidak baiklah ia .

c. Cinta kehormatan dan kedudukan

Mereka yang memiliki ambisi yang berlebih terhadap kehormatan dan kedudukan akan melakukan hal-hal yang baik namun dengan tujuan semata mata hanya untuk dipuji dan mendapat sebuah hal-hal yang bersifat duniawi. Perbuatan tersebut termasuk dalam firman Allah Ta’ala:

لَا تَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَفْرَحُونَ بِمَا آتَوْا وَيُحِبُّونَ أَنْ يُحْمَدُوا بِمَا لَمْ يَفْعَلُوا فَلَا تَحْسَبَنَّهُمْ بِمَفَازَةٍ مِنَ الْعَذَابِ وَلَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

Artinya: “Janganlah sekali-kali kamu menyangka bahwa orang-orang yang gembira dengan apa yang telah mereka kerjakan dan mereka suka supaya dipuji terhadap perbuatan yang belum mereka kerjakan jangianlah kamu menyangka bahwa mereka terlepas dari siksa”. [Ali Imran/3 :188]¹¹.

Para Ulama menyimpulkan bahwa Allah melarang manusia untuk memuji atas kebaikan seseorang, karena segala pujian milik Allah Subhanahu Wa Ta’ala.

Sehingga dapat disimpulkan, Faktor-faktor yang menyebabkan seseorang melakukan riya adalah lingkungan keluarga, teman yang berakhlak tidak baik, dan cinta kehormatan dan kedudukan. Lingkungan keluarga yang selalu memperlihatkan sifat riya akan mempengaruhi anak-anaknya. Teman yang bergaul dengan seseorang dapat mempengaruhi perilakunya, sehingga Islam menganjurkan untuk memilih teman yang baik. Ambisi yang berlebihan terhadap kehormatan dan kedudukan dapat mendorong seseorang untuk berbuat riya, padahal pujian

¹¹ Alquran, Alquran Dan Terjemahnya.

seharusnya hanya ditujukan kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala. Oleh karena itu, dalam beribadah, penting untuk memperhatikan niat dan menghindari perilaku riya.

3. Tujuan Riya'

Sa'id Hawa mengatakan, manusia yang melakukan perbuatan *riya'* pasti memiliki sebuah tujuan tertentu, adakalanya melakukan perbuatan riya untuk bertujuan mendapatkan harta, kedudukan, dan ada tujuan-tujuan yang lainnya¹². Adapun tujuan *riya'* menurut pandangan imam Al-Ghazali yaitu:

a. Bertujuan untuk bermaksiat.

Bermaksiat yang dimaksud adalah seperti orang yang memamerkan ibadahnya, menunjukkan ketakwaan sedangkan tujuannya adalah supaya orang lain menganggap ia adalah seorang yang dapat dipercaya. Oleh sebab itu, ia berharap agar mendapat kenaikan jabatan atau disertai tanggung jawab untuk membagi-bagikan harta zakat, namun tujuan yang sebenarnya ialah untuk menyalah gunakan kekuasaannya.

Demikian pula orang yang mengghadiri sebuah majelis ilmiah atau nasihat, tetapi tujuannya hannyalah untuk melihat kaum perempuan atau laki-laki yang ia sukai. Hal itu termasuk seburuk-buruknya perbuatan *riya'* menurut Al-Ghazali, karena ketaatannya kepada tuhan dijadikan sebagai bahan untuk bermaksiat kepada-Nya¹³.

b. *Riya'* untuk mendapatkan dunia

Dalam hal ini ibadah yang dilakukan bertujuan untuk memperoleh hal yang bersifat duniawi seperti harta atau ingin menikahi seorang perempuan yang cantik juga seorang bangsawan. Ia akan memperlihatkan ketaatannya agar ia bisa diterima lamarannya atau diberi harta yang dimaksud. *Riya'* ini

¹² Sa'id Hawa, *Menyucikan Jiwa*, Penerjemah Aunur Rofiq Shaleh Tahmid, h. 224.

¹³ Al-Ghazali, *Membersihkan Hati dari Akhlak yang Tercela*, Penerjemah Ahmad Sunarto, h. 148.

pun dilarang, karena dengan berbakti kepada tuhan hanya digunakan untuk mencari benda bersifat duniawi dan kehidupan sementara. Namun dosa golongan ini menurut Al-Ghazali masih di bawah dosa golongan yang pertama.

c. *Riya'* untuk menutupi kekurangan

Ibadah yang dilakukan tidak bertujuan untuk mendapatkan harta atau pernikahan, tetapi ia menempakan ibadah dan ketaatannya kepada Allah hanya semata-mata agar tidak dianggap kurang oleh manusia, sehingga orang-orang mengiranya bahwa ia bukan termasuk golongan yang zuhud atau khusus.

Pendapat Farid menguatkan pendapat dari Al-Ghazali, *riya'* yang tidak dimaksud untuk mendapatkan sesuatu, seperti harta atau menikahi seseorang. Akan tetapi ia menampakkan ibadahnya karena ia merasa takut kekurangannya akan terlihat oleh orang lain, dan tidak dianggap sebagai orang yang memiliki kekhususan dalam ibadah dan kezuhudan, sehingga ia dianggap sebagai orang awam pada umumnya.¹⁴

Termasuk *riya'* yang tidak berniat mencari harta dan menikah, adalah sebagaimana dikatakan Imam Al-Ghazali, orang yang tertawa terbahak-bahak atau bercanda karena takut diremehkan orang dan langsung mengikuti perbuatannya dengan mengucap istigfar atau nafas yang sangat panjang dan seperti itu. Merasa sangat sedih telah melakukan hal seperti itu. Menurut Al-Ghazali, tujuan membaca istigfar dan menarik nafas panjang hanyalah untuk mencari alasan agar tidak mencemooh atau menyinggung perasaan orang. Itu juga berarti bahwa Anda dianggap sebagai orang yang rendah hati, berwibawa, tenang dan damai.¹⁵

¹⁴ Ahmad Farid, *Zuhud dan Kelembutan Hati*, Penerjemah Fuad Ghita Perdana, h. 240.

¹⁵ Al-Ghazali, *Membersihkan Hati dari Akhlak yang Tercela*, Penerjemah Ahmad Sunarto, h. 149.

Sehingga dapat disimpulkan, tujuan dari perbuatan *riya'* adalah untuk mendapatkan sesuatu yang bersifat duniawi seperti harta, kedudukan atau keuntungan pribadi. Ada juga yang melakukan *riya'* untuk menutupi kekurangan dan kebiasaan buruknya. Menurut pandangan Al-Ghazali, tujuan dari *riya'* yang paling buruk adalah untuk bermaksiat dan menggunakan kepatuhannya kepada Tuhan sebagai alat untuk mencapai tujuan-tujuan yang tidak benar. *Riya'* yang dilakukan untuk mencari benda dunia dan *riya'* yang dilakukan untuk menutupi kekurangan sama-sama tidak dianjurkan.

4. Tingkatan-tingkatan Riya'

Menurut Mujeb, Ismail, Syafi'ah dalam Ensiklopedia Tasawuf Imam Al-Ghazali, menyatakan bahwa, apa bila dilihat dari penampilan maka *riya* dibagi menjadi dua yaitu¹⁶:

a. Riya Jali (*riya yang nyata*)

Riya ini sejak awal memang diniatkan bahwa amal yang dilakukan sengaja diperlihatkan untuk tujuan mendapatkan kedudukan atau pujian dari manusia, bukan dikerjakan untuk mendapat ridho dari Allah.

b. Riya Khafi (*riya tersembunyi*)

Riya yang sejak awal dilakukan bukan untuk mendapatkan kedudukan ataupun ingin pujian, tetapi suatu waktu terpeleset dalam tujuan tersebut.

Dilihat dari sudut amal yang diperlihatkan *riya* dibagi menjadi dua, yakni *riya* dalam masalah agama atau disebut *ushul al-aqidah wa asy-syariah* dan *riya* dalam masalah sifat ibadah. *Riya* dalam masalah dasar agama mempunyai tiga tingkatan¹⁷, yakni :

a. *Riya* dalam pokok keimanan, seperti halnya mengucapkan dua kalimat syahadat namun tanpa diiringi dengan pengakuan hati.

¹⁶ M. Abdul Mujeb, Ahmad Ismail, Syafi'ah, *Ensiklopedia Tasawuf Imam Al-Ghazali...*, hal 374.

¹⁷ *Ibid.*, hal, 372-373.

- b. Riya dalam pokok ibadah, membayar zakat hanya karena tidak ingin dicela atau dicap sebagai orang kikir
- c. Riya dalam perbuatan sunah, seperti hanya menghadiri sebuah majelis ilmu agar untuk dipuji orang.

Sehingga dapat disimpulkan terdapat dua jenis riya', yaitu riya' jali yang sengaja dilakukan untuk tujuan mendapatkan kedudukan atau pujian dari manusia, dan riya khafi yang dilakukan tanpa sengaja terpelehet dalam tujuan tersebut. Dalam sudut pandang amal yang diperlihatkan, riya juga dibagi menjadi dua, yaitu riya dalam masalah agama dan riya dalam masalah sifat ibadah. Riya dalam masalah agama memiliki tiga tingkatan, yaitu riya dalam pokok keimanan, riya dalam pokok ibadah, dan riya dalam perbuatan sunah.

B. Respon Sosial

1. Definisi

Respon berasal dari kata *response*, yang memiliki arti sebuah balasan atau tanggapan (reaksi). Dalam istilah psikologi istilah respon digunakan untuk menanamkan reaksi terhadap sebuah rangsangan yang diterima oleh panca indra. Respon adalah tanggapan yang terjadi dan diterima oleh panca Indera dan menyebabkan siap menjadi sebuah tingkah laku dalam menghadapi rangsangan yang diterima. Respon juga dipahami sebagai perilaku atau sikap yang nyata sebelum memahami, mencari, mempengaruhi atau menolak, menyukai maupun tidak menyukai serta memanfaatkan pada suatu kejadian tertentu¹⁸.

Menurut Djalaludin Rakhmat, respon adalah suatu kegiatan (aktivitas) organisme yang tidak semata-mata merupakan gerak positif, setiap jenis kegiatan yang ditimbulkan oleh suatu stimulus dapat juga disebut respon. Secara umum tanggapan atau tanggapan dapat diartikan sebagai hasil atau kesan yang diperoleh (ditinggalkan) dari pengamatan tentang subyek, peristiwa atau hubungan yang

¹⁸ Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: Pustaka Setia, 2003) hlm. 445.

diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.¹⁹

Menurut Ahmad Subandi, respon adalah sebuah timbal balik (*feedback*) yang memiliki peranan atau pengaruh yang besar dalam menentukan baik atau tidaknya sebuah komunikasi²⁰. Dengan adanya respon yang disampaikan dari komunikan dan komunikator maka kan mengurangi kesalahan dalam penafsiran dalam sebuah komunikasi.

Sedangkan menurut Poerdawarminta, respon diartikan sebagai tanggapan, reaksi dan jawaban²¹. Tanggapan akan muncul dari menerima pesan setelah serangkaian komunikasi. Para ahli dalam mengartikan respon antara satu dengan lainnya berbeda. Tetapi meskipun para ahli berbeda dalam mendefinisikan tanggapan, mereka semua memiliki arti yang sama.

Dapat disimpulkan, respons merujuk pada tanggapan atau reaksi yang merupakan hasil dari komunikasi serta menghasilkan kesan dari objek komunikasi baik berupa informasi maupun peristiwa yang diterima panca indera. Bentuk reason dapan terlihat dari perilaku atau sikap yang nyata.

2. Faktor Terbentuknya Respon

Respon adalah suatu bentuk tindakan atau komunikasi yang merupakan tanggapan terhadap tindakan atau sebuah komunikasi terhadap orang lain. Respon memiliki peran penting terhadap hubungan sosial dan dapat mempengaruhi dalam perilaku dan perasaan individu terhadap situasi lingkungan yang terjadi. Adapun faktor yang mempengaruhi sebuah respon sosial ada dua²², yaitu:

a. Faktor Internal

Faktor ini terjadi dari diri individu manusia itu sendiri, arena dalam diri manusia terdapat dua unsur yakni rohani dan jasmani. Apabila salah satu unsur tersebut terganggu maka akan menghasilkan sebuah

¹⁹ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 1999. Hal. 51

²⁰ Ahmad Subandi, *Psikologi sosial*, (Jakarta: Bulan Bintang, 1982) hlm. 50.

²¹ Poerdawarminta, *Psikologi Komunkasi*, Jakarta: UT. 1999. Hal. 43.

²² Bimo Walsito, *Psikologi Umum*, Yogyakarta: UGM, 199, hal. 55

tanggapan yang berbeda intensitasnya pada individu yang melakukan tanggapan atau berbeda tanggapan dengan seseorang yang lain meskipun dari sumber informasi yang sama. Unsur jasmani dan fisiologi meliputi keberadaan, keutuhan dan alat kerja panca indera, urat syaraf dan bagian-bagian tertentu pada otak. Unsur jasmani dan rohani meliputi keberadaan dan perasaan, akal, khayalan, pandangan jiwa, mental, pikiran, motivasi, dan sebagainya.

b. Faktor Eksternal

Faktor ini terjadi karena lingkungan, faktor ini memiliki intensitas dan jenis benda perangsang atau yang menyebutnya dengan faktor stimulus. Dalam buku karangan Bimo walsito menyatakan bahwa faktor psikis yang berhubungan dengan objek menimbulkan stimulus dan stimulus akan direspons panca indera.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi respon sosial, yaitu faktor internal yang terjadi dari diri individu manusia dan faktor eksternal yang terjadi karena lingkungan. Faktor internal meliputi unsur fisik dan fisiologis, serta unsur jasmani dan rohani, sedangkan faktor eksternal meliputi intensitas dan jenis benda rangsangan dari lingkungan. Keduanya berpengaruh terhadap intensitas dan jenis respons sosial yang muncul pada individu.

3. Macam-macam Respon

Istilah respon ialah sebuah bentuk tindakan atau komunikasi yang merupakan tanggapan terhadap tindakan orang lain. Dalam berkomunikasi respon memainkan peran penting dalam membentuk hubungan sosial dan mempengaruhi perilaku dan perasaan individu dalam situasi sosial. Menurut Steven M. Chafe respon dibedakan menjadi tiga bagian²³:

- a. Kognitif : yang dimaksud respon kognitif merupakan respon yang memiliki kaitan erat dengan pengetahuan keterampilan dan informasi seseorang mengenai

²³ Jalaludin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi*. Op. Cit., hal. 118.

sesuatu hal. Respon ini timbul apabila adanya perubahan terhadap yang dipahami khalayak.

- b. Afektif : respon afektif adalah respon yang berhubungan dengan emosi, sikap dan penilaian orang terhadap sesuatu.
- c. Konatif (Psikomotorik) : yang dimaksud dengan respon konatif (psikomotorik) adalah respon yang berhubungan dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan ataupun kebiasaan.

Sehingga dapat disimpulkan jika respon dapat dikelompokkan dalam tiga bentuk/macam, yaitu kognitif, afektif, dan konatif (psikomotorik). Respon kognitif terkait dengan pengetahuan, keterampilan, dan informasi yang dimiliki seseorang mengenai suatu hal. Respon afektif terkait dengan emosi, sikap, dan penilaian orang terhadap suatu hal. Sedangkan respon konatif (psikomotorik) terkait dengan perilaku nyata yang meliputi tindakan ataupun kebiasaan.

C. Media Sosial Instagram

1. Definisi

Media sosial menjadi bagian dari kehidupan modern yang memiliki pengaruh yang besar bagi individu dan masyarakat saat mereka berkomunikasi. Dengan adanya media sosial dan ditambah perkembangan teknologi saat ini yang semakin canggih menciptakan kehidupan baru bermasyarakat, dimana kehidupan bermasyarakat dijalankan secara nyata saat ini dengan adanya media sosial bermasyarakat juga dilakukan di dunia maya atau digital²⁴. Media sosial juga memberi pengaruh pada perilaku remaja di masa kini. Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa remaja menjadi lebih apatis atau tidak peduli dengan sekitarnya serta berperilaku konsumtif karena media sosial membuat para remaja mengikuti tren yang ada saat ini²⁵.

²⁴ Vitri Nainggolan, Sintje A Randuwu, and Grace J Waleleng, "Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Manado", *Jurnal Acta Diurna*, Vol. 7, No. 4, 2018.

²⁵ Feriani Harefa, "Pengaruh Konsep Diri Tentang Pemakaian media Sosial Dengan Perilaku Remaja Di Sma Parulian 1 medan Tahun 2019", Skripsi, 2019. 70.

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang paling populer di dunia. Sejak 2010, aplikasi ini memungkinkan pengagunnya untuk membagikan video, menambah komentar dan suka, dan menemukan konten yang relevan dengan minat para pengguna. Menurut statistik pada tahun 2021, lebih dari 1 miliar akun aktif terdaftar di Instagram setiap bulan, dan rata-rata pengguna menghabiskan lebih dari 30 menit setiap hari untuk menjelajahi platform ini²⁶.

Dengan lebih dari satu miliar pengguna aktif setiap bulan, Instagram telah berkembang menjadi salah satu platform media sosial terbesar dan paling berpengaruh di dunia. Adapun Fungsi dan penyampaian di Instagram antara lain:

- a. Mengunggah maupun membuat foto dan video dengan berbagai filter yang tersedia di Instagram yang bertujuan agar dilihat banyak orang.
- b. Sebagai alat penjualan. Instagram menyediakan fitur yang terbaru yaitu toko dengan fitur tersebut kita dapat menjual berbagai produk maupun jasa.
- c. Instagram menjadi sarana untuk memperoleh sebuah edukasi tentang semua hal, antara lain soal-soal tes, beasiswa maupun edukasi wisata dan lain sebagainya.
- d. Penyampaian pesan menggunakan media visual seperti halnya mengunggah foto maupun video pada akun pribadi. Hal tersebut dapat meningkatkan keterlibatan antar pengguna daripada pesan yang hanya disampaikan dengan teks atau link saja.²⁷

Instagram juga digunakan untuk membentuk sebuah personal branding. Personal branding merupakan kegiatan untuk memberi cap pada diri agar barang atau jasa dapat

²⁶ Forbes (2021). "Instagram adalah media sosial terpopuler di dunia, dengan lebih dari 1 miliar akun aktif". <https://www.forbes.com/sites/forbestechcouncil/2021/02/22/instagram-is-the-worlds-most-popular-social-media-platform-with-over-1-billion-active-accounts.html>

²⁷ Nur Sundawati, "Penggunaan media sosial Instagram dalam upaya meningkatkan hasil belajar dan motivasi siswa kelas xi pada materi sel", Skripsi, Universitas Pasundan, 2018. 14-15.

melekat pada hati masyarakat²⁸. Personal branding dapat mengontrol pandangan/persepsi orang lain terhadap diri seseorang, sehingga dengan adanya personal branding maka seseorang dapat mempengaruhi cara pandang orang lain terhadap dirinya.

Dalam perbandingan dengan media sosial lainnya seperti Facebook, WhatsApp dan TikTok. Instagram menonjol sebagai platform yang terutama fokus pada konten visual pada foto dan video yang kreatif. Instagram juga memiliki perkembangan yang sangat cepat dibuktikan dengan data bahwa keterlibatan Instagram meningkat lebih dari 40% hanya dalam setahun terakhir dibandingkan media sosial lainnya.

Sehingga dapat disimpulkan, Instagram adalah platform media sosial yang sangat populer dengan lebih dari 1 miliar akun aktif terdaftar di seluruh dunia pada tahun 2021. Pengguna Instagram dapat membagikan foto dan video, menambahkan komentar, menyukai dan menemukan konten yang relevan dengan minat mereka. Instagram memiliki beberapa fungsi, diantaranya sebagai platform penjualan, sarana edukasi, sarana untuk memperoleh pesan menggunakan media visual, dan sarana untuk membangun personal branding. Karena itu, Instagram telah menjadi salah satu platform media sosial terbesar dan paling berpengaruh di dunia.

D. Penelitian Terdahulu

Melakukan review terhadap penelitian terdahulu sangat penting dan bermanfaat bagi sebuah penelitian. Penelitian terdahulu dapat memberi gambaran umum tentang topik penelitian saat ini, sehingga mempermudah dalam memahami dan memfokuskan topik penelitian ini. Penulis menemukan beberapa hasil penelitian yang berhubungan langsung maupun tidak secara langsung dengan penelitian yang akan siakukan antaranya yaitu:

Penelitian pertama dari skripsi yang ditulis oleh Mohammad Mufid yang berjudul “Konsep *Riya*’ Menurut

²⁸ Haroen, Burhan. (2014). Personal Branding: Kunci Kesuksesan Berkiprah di Dunia Politik. Jakarta: Gramedia

Imam Al-Ghazali”. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan teknik pembahasan deskriptif-analitis. Hasil dari penelitian ini adalah menemukan deskripsi *riya'* menurut Al-Ghazali dan bahaya *riya'* menurut Al-Ghazali. Letak persamaannya adalah pada objek kajian yang dipakai yaitu konsep *Riya'* menurut Al-Ghazali dan jenis penelitian library research. Meski memiliki objek kajian yang sama namun letak fokus penelitian menjadi pembeda karena penelitian ini konten *riya'* di media sosial Instagram dan juga membahas tentang respon dari konten tersebut.²⁹

Penelitian yang kedua dari skripsi yang ditulis oleh Kiki Maharani yang berjudul “*Riya* menurut Hamka dalam Tafsir Al-Azhar” metode yang digunakan pada skripsinya adalah metode tematik yaitu mengambil penafsiran dari sebuah ayat Al-Qur’an dan dikaitkan dengan hal lainnya atau diambil kesimpulannya. Hasil dari skripsi ini adalah bahwa penafsiran Hamka dalam tafsir Al-Azhar ya menunjukkan bahwa semua ayat yang membicarakan *riya'* dapat diklasifikasikan menjadi dua bentuk ibadah: Ibadah Mahdhah dan Ghairu Mahdhah. Letak persamaannya adalah pada objek kajian yang dipakai yaitu sama membahas bab *Riya'* dan jenis penelitian menggunakan library research. Meski memiliki objek kajian yang sama namun letak fokus penelitian menjadi pembeda karena penelitian ini adalah pada konten *riya'* di media sosial Instagram dan juga membahas tentang respon dari konten tersebut.³⁰

Penelitian yang ketiga dari jurnal yang ditulis oleh Mahyuddin yang berjudul “*Social Climber dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer*” metode yang digunakan adalah paradigma kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Objek penelitiannya adalah masyarakat pengguna media sosial. Hasil dari penelitian mengungkapkan bahwa: 1) Telah terjadi polarisasi baru corak perilaku sosial yang ditampakkan oleh masyarakat hari ini. Gejala-gejala tersebut merepresentasikan sebuah realitas sosial tersendiri di

²⁹ Mohammad Mufid, “Konsep *Riya'* Menurut Al-Ghazali”, Skripsi (Jakarta: Fak. Ushulluddin UIN Syarif Hidayatullah, 2018)

³⁰ Kiki Maharani, “*Riya'* Menurut Hamka dalam Tafsir Al-Azhar”, Skripsi, FUSD IAIN Bengkulu, 2021, hlm. 60-62

mana pemujaan atas konsumsi, kegilaan terhadap gaya hidup, serta benturan identitas sosial (status, citra, diri) adalah suatu hal yang tidak terelakkan. 2) Di era ini, pertukaran simbolis adalah bagian penting yang tidak terhindarkan di mana pada era post modern ini, citra dan penanda selalu direproduksi sebagai strategi aktualisasi atas status diri oleh setiap individu dalam mengarungi berbagai dunia realitas, termasuk dunia gaya hidup. Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah dalam hal membahas sebuah konten yang bersifat pamer, sedangkan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada pendekatan penelitiannya yang dimana penelitian ini menggunakan metode analisis konten sedangkan penelitian terdahulu menggunakan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini menggunakan objek dan sumber data dari konten yang mengandung *riya'* dan juga mengklasifikasikan jenis respon yang muncul pada kolom komentar dari konten tersebut, sedangkan penelitian terdahulu hanya meneliti perkembangan perilaku pada masyarakat yang mengakses media sosial.³¹

Penelitian yang keempat diambil dari jurnal yang berjudul “Analisis Dampak Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Akhlak Ibu-Ibu Rumah Tangga di Kampung Durian Kandang”. Jurnal ini menggunakan metode kualitatif dengan metode pendekatan study kasus, hasil dari penelitian yang dilakukan ialah 1) bentuk penyalahgunaan media sosial facebook yang terjadi di Kampung Durian Kandang yaitu yang pertama, media sosial facebook digunakan sebagai tempat curhat, media sosial facebook digunakan sebagai tempat untuk saling menyindir, dan media sosial facebook digunakan sebagai tempat ajang *riya'*(pamer), 2) dampak media sosial Facebook terhadap akhlak ibu-ibu rumah tangga di Kampung Durian Kandang adalah, akhlak dalam bertutur kata yang kurang sopan, mengumbar hal pribadi atau aib melalui media sosial Facebook baik itu hal privasi rumah tangga maupun keluarga, serta lalai dalam hal beribadah kepada Allah SWT yakni kewajiban dalam Shalat lima waktu,

³¹ Mahyuddin, “*Social Climber dan Budaya Pamer: Paradoks Gaya Hidup Masyarakat Kontemporer*”, *Jurnal kajian Islam Interdisipliner* 2, no.2 (Juli-Desember 2017): h. 117-135.

3) usaha yang dapat dilakukan untuk menghindari penyalahgunaan media sosial Facebook di Kampung Durian Kandang adalah melakukan kegiatan keolahragaan, kegiatan tata boga para ibu-ibu rumah tangga dan wirid Yasin yang dilakukan setiap seminggu sekali. Persamaan antara penelitian ini dan penelitian terdahulu adalah sama dalam hal pembahasan mengenai dampak penggunaan media sosial. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada metode penelitian dan sumber data media sosial yang digunakan, dalam penelitian terdahulu metode penelitian yang digunakan adalah study kasus dimana sang peneliti melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi secara langsung di lokasi penelitian. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode analisis konten menggunakan objek dan sumber data dari konten yang mengandung *riya'* dan juga mengklasifikasikan jenis respon yang muncul pada kolom komentar dari konten tersebut.³²

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kebaharuan dari penelitian ini, jika dibandingkan penelitian-penelitian sebelumnya adalah pada jenis dan objek penelitian yang digunakan, objek penelitian ini adalah konten yang ada di media sosial Instagram yang berkaitan dengan *riya'* atau pamer. Dalam metode analisis konten, peneliti akan menganalisis konten yang tersedia di media sosial Instagram terkait dengan *riya'*, seperti postingan yang diunggah. Peneliti akan mengidentifikasi komentar dari postingan tersebut serta melakukan kategorisasi untuk memahami tingkatan *riya'* dan mengategorikan macam-macam respon dari postingan konten *riya'* di Instagram.

E. Kerangka Berfikir

Dalam era digital saat ini, media sosial Instagram menjadi salah satu platform yang sangat populer dan banyak digunakan. Namun, banyak konten yang diposting di Instagram yang memiliki dampak tidak mendukung terhadap

³² Novella Susanti & Al-Furqon, "Analisis Dampak Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Akhlak Ibu-Ibu Rumah Tangga di Kampung Durian Kandang", *As-Sabiqun: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 4, no.2, November 2022; 1362-1374

akhlak dan moral penggunanya. Salah satunya adalah konten *riya'*/pamer. Dalam hal ini, Imam Al-Ghazali dalam kitab *Ihya' Ulumuddin* memberikan pandangan yang sangat penting untuk menganalisis dampak konten "pamer" di media sosial Instagram.

Menurut pandangan Imam Al-Ghazali, *riya'* dapat mempengaruhi pemikiran dan tindakan pengguna secara tidak mendukung, apapun media dan caranya. Saat ini Instagram menjadi salah satu media yang memiliki konten yang mengarah perilaku *riya'*. Hal ini karena konten *riya'*/pamer seringkali mempromosikan gaya hidup yang materialistik dan mempertontonkan kekayaan dan kemewahan, yang dapat memicu rasa iri dan sombong.

Oleh karena itu, dalam skripsi ini akan dikaji dampak konten *riya'* di media sosial Instagram dalam persepektif kajian Imam Al-Ghazali. Tujuan dari kajian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pandangan Imam Al-Ghazali tentang dampak konten *riya'* di media sosial dan bagaimana analisis ini dapat membantu memahami dan mengatasi dampak negatif konten *riya'* di media sosial Instagram. Berikut peneliti menggambarkan kerangka berfikir dalam bentuk skema :

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

