

FENOMENA *FLEXING* DI MEDIA SOSIAL

Ragil Kasuda, Reva Mahendra

Universitas Paramadina, Indonesia

kasuda.ragil@gmail.com, revamahendra997@gmail.com

ABSTRAK

Pertumbuhan teknologi komunikasi saat ini telah menciptakan media baru yang mengubah cara orang berkomunikasi. Fenomena *flexing* di media sosial menjadi salah satu dampak dari perkembangan ini, di mana individu berusaha menunjukkan status sosial dan prestasi mereka secara berlebihan. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki penerapan teori komunikasi dalam fenomena *flexing* di media sosial dan untuk memahami sejauh mana perilaku ini dipengaruhi oleh faktor sosial dan psikologis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi dan studi pustaka untuk menganalisis perilaku *flexing* yang muncul di kalangan pengguna media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *flexing* sering kali didorong oleh kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan sosial dan validasi dari lingkungan. Selain itu, perilaku ini juga terkait dengan rasa tidak aman dan tekanan sosial yang dialami individu. Fenomena *flexing* adalah hasil dari kemajuan teknologi komunikasi dan difusi inovasi yang memfasilitasi interaksi sosial di dunia maya. *Flexing* tidak hanya sebatas pamer harta, tetapi juga mencerminkan bentuk *self-disclosure* yang lebih luas, yang bertujuan untuk mendapatkan perhatian dari audiens di media sosial.

Kata Kunci: determinisme teknologi; difusi inovasi; *flexing*; media sosial; pengungkapan diri.

ABSTRACT

The growth of communication technology today has created new media that changes the way people communicate. The phenomenon of flexing on social media is one of the impacts of this development, where individuals try to show their social status and achievements excessively. This study aims to investigate the application of communication theory in the phenomenon of flexing on social media and to understand the extent to which this behavior is influenced by social and psychological factors. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through observation and literature study to analyze the flexing behavior that appears among social media users. The results of the study indicate that flexing is often driven by the need to gain social recognition and validation from the environment. In addition, this behavior is also related to the insecurity and social pressure experienced by individuals. The phenomenon of flexing is the result of advances in communication technology and the diffusion of innovations that facilitate social interaction in cyberspace. Flexing is not only about showing off wealth, but also reflects a broader form of self-disclosure, which aims to gain attention from the audience on social media.

Keywords: *technology determinism; innovation diffusion; flexing; social media; self-disclosure.*



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi di bidang komunikasi merupakan kebutuhan yang tidak dapat dihindari, munculnya media baru adalah salah satu bentuk penetrasi teknologi dalam dunia komunikasi. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mentransformasi berbagai aspek kehidupan, terutama dengan dukungan internet. Namun, teknologi tidak selalu memberikan dampak positif bagi penggunaannya. Oleh karena itu, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi perlu disikapi dengan bijak agar tidak berujung pada hal-hal yang merugikan pengguna. Keberadaan internet memungkinkan individu terhubung dengan orang-orang di seluruh dunia. Kebutuhan akan internet telah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi banyak orang saat ini, terutama generasi yang dikenal sebagai Gen Z atau *Net Generation*, yang seolah-olah tidak dapat hidup tanpa internet.

Sebelum teknologi komunikasi berkembang pesat seperti saat ini, manusia berkomunikasi secara langsung (tatap muka) dengan bertemu secara fisik di tempat dan waktu yang sama. Namun, seiring perkembangan dan kemajuan teknologi komunikasi serta munculnya internet, konvergensi teknologi tersebut telah menciptakan Media Baru (New Media) sebagai sarana penyampaian pesan atau alat komunikasi, sehingga komunikasi kini dapat dilakukan secara online atau virtual. Media baru telah menghilangkan batasan jarak dan waktu (Hafan, 2023).

Menurut Nordenstreng dan Varis (1973) dalam Bungin (2020), fase perkembangan historis teknologi komunikasi meliputi: pertama, penemuan bahasa sebagai alat komunikasi; kedua, fase penemuan tulisan dan berkembangnya kemampuan menggunakan bahasa; ketiga, fase penemuan mesin cetak yang memfasilitasi komunikasi massa; dan keempat, perkembangan teknologi komunikasi digital atau elektronik.

Perkembangan teknologi komunikasi ini mengakibatkan perubahan dalam masyarakat. Teknologi diciptakan untuk mempermudah kehidupan, tetapi seiring perkembangan teknologi, masyarakat harus beradaptasi dengan teknologi yang telah ada. Dengan adanya teknologi, terjadi transisi aktivitas manusia dari dunia fisik (alam) menuju dunia virtual atau siber, termasuk dalam hal komunikasi setelah munculnya media baru. Seperti yang dikatakan oleh McLuhan (1994), "media adalah pesan itu sendiri."

Dalam konteks ini, penyampaian pesan dalam komunikasi saat ini dapat berupa teks, gambar, dan video, yang telah menjadi tren dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Media baru dapat menyampaikan pesan kepada banyak orang; jika merujuk pada model Lasswell, media berfungsi sebagai alat komunikasi. Didukung oleh internet dan perkembangan pesat teknologi komunikasi, lahirlah berbagai platform media sosial dan aplikasi mobile, lengkap dengan sistem operasi (OS) yang memberikan kemudahan bagi pengguna (Liliweri, 2017).

Heidi Cohen dalam Liliweri (2015) menyatakan bahwa media sosial adalah platform yang dirancang agar pengguna situs jejaring sosial dapat membuat konten, berinteraksi, dan berpartisipasi dengan audiens untuk memberikan komentar sesuai dengan kapasitas pengguna atau masyarakat umum. Menurut Alfeno dan Tiana (2018), aplikasi mobile adalah perangkat lunak yang ditanamkan pada perangkat smartphone untuk mempermudah penggunaannya (Bungin, 2006).

Ketersediaan situs jejaring sosial adalah bentuk layanan aplikasi berbasis web yang memungkinkan pengguna membuat profil pribadi, melihat jumlah pengguna, serta menerima atau mengajukan pertemanan di situs atau aplikasi yang digunakan. Dengan demikian, hubungan di perangkat mobile dengan halaman di web melalui "jejaring sosial" menjadi hal yang umum dalam komunikasi era digital. Situs pertemanan di jejaring sosial telah melahirkan platform seperti Friendster, yang kemudian berkembang menjadi situs podcast, MySpace, Facebook, Twitter, Instagram, TikTok, dan lainnya (Jannah et al., 2024).

Penggunaan perangkat seperti smartphone telah mengonversi alat komunikasi, internet, dan penyiaran menjadi satu operasi, atau dengan kata lain, penggunaannya telah menggeser pola hubungan sosial yang dulunya membutuhkan pertemuan fisik menjadi pertemuan di dunia maya (virtual). Aktivitas di dunia maya atau siber semakin dominan di kalangan Gen Z atau *Net Generation*. Seiring dengan produksi smartphone dengan sistem operasi (OS), perkembangan berbagai aplikasi semakin mendekati kehidupan nyata, yang bertujuan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi penggunaannya.

Salah satu dampak dari perkembangan teknologi dan internet adalah fenomena *flexing* yang muncul akibat penggunaan media komunikasi. Fenomena ini terjadi karena seseorang merasa tidak aman, kurang empati, memiliki masalah kepribadian, serta tekanan sosial yang diakibatkan oleh gaya hidup, serta keinginan untuk sensasi dan perhatian terkait kondisi psikologis seseorang (Cholik, 2021).

Flexing dapat diartikan sebagai tindakan pamer. Di sisi lain, *flexing* merupakan ekspresi yang ditujukan pada tindakan seseorang yang mencoba memamerkan kepemilikan secara berlebihan untuk memberi kesan pada orang lain tentang status dan posisi sosialnya. *Flexing* juga merupakan bentuk bagaimana individu melakukan *self-disclosure* yang terjadi melalui media sosial (Lubis et al., 2024).

Dalam kehidupan sosial, menampilkan diri atau membedakan diri dari lingkungan sekitar untuk mencari perhatian sudah biasa dilakukan dan telah berlangsung lama. Namun, belakangan ini, aktivitas tersebut dilakukan melalui aplikasi media berbasis online sehingga orang dapat memposting apa saja tentang kehidupan mereka di akun media sosial mereka. *Flexing* tidak hanya terkait dengan memamerkan benda atau sesuatu yang mahal, tetapi lebih dari itu, semua hal atau postingan yang bertujuan untuk menampilkan diri dan diakui keberadaannya oleh lingkungan sosial (Baran, 2011).

Self-disclosure adalah kegiatan komunikasi yang bertujuan untuk berbagi informasi dengan orang lain. Informasi yang diungkapkan dapat berkaitan dengan pengalaman pribadi, perasaan, rencana masa depan, impian, dan lainnya. Di era teknologi komunikasi digital ini, *self-disclosure* tidak hanya terjadi dalam komunikasi tatap muka di tempat yang sama dan waktu yang sama, tetapi juga dapat terjadi melalui media sosial dengan berbagai fitur dan aplikasi.

Menurut Supratiknya (1995), *self-disclosure* adalah respons terhadap kondisi yang sedang berlangsung, memberikan informasi yang relevan yang telah terjadi, dan membantu memahami pernyataan yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa *self-disclosure* adalah cara seseorang diakui oleh lingkungannya. Sebelum adanya teknologi komunikasi, hal ini dilakukan secara tatap muka, tetapi kini dapat dilakukan melalui platform media sosial (Ngafifi, 2014).

Dalam teori penetrasi sosial, Littlejohn (2009) menyatakan bahwa individu akan mengevaluasi hubungan secara rasional jika suatu hubungan dapat menjadi lebih intim tanpa biaya tinggi hanya karena pertukaran informasi, perasaan, atau aktivitas yang lebih

bermanfaat. Taylor et al. (2000) menambahkan bahwa tujuan *self-disclosure* meliputi: 1) ekspresi diri, 2) klarifikasi diri, 3) validitas sosial, 4) kontrol sosial, dan 5) pengembangan hubungan.

Dari penjelasan di atas, penelitian ini berupaya menganalisis bagaimana penerapan teori komunikasi dalam pembentukan fenomena *flexing* di media sosial. Teori komunikasi apa saja yang dapat diterapkan untuk membahas fenomena *flexing*? Selain itu, sejauh mana batasan definisi *flexing*? Penelitian ini dilakukan karena semakin maraknya fenomena *flexing* di kalangan masyarakat, terutama setelah perkembangan media komunikasi yang didukung oleh internet, yang menghasilkan berbagai gadget dan smartphone (Pohan et al., 2023).

Penelitian sebelumnya terkait *self-disclosure* dilakukan oleh Muhammad Rachdian Al Azis dan Dr. Irwansyah, M.A pada tahun 2021 dengan judul Fenomena *Self-Disclosure* dalam Penggunaan Platform Media Sosial (Studi Deskriptif pada Akun Celebgram). Penelitian ini meneliti fenomena *self-disclosure* pada perkembangan hubungan antara pengguna akun, dalam hal ini selebriti, dan pengikutnya, serta meneliti hubungan gender pada pemilik akun selebriti perempuan dan laki-laki dalam *self-disclosure*. Terdapat kesamaan dengan penelitian ini, yang sama-sama meneliti fenomena *self-disclosure*, namun dengan metode yang berbeda (Marpaung, 2018).

Selain itu, terdapat penelitian dari Krismasakti pada tahun 2019 dengan judul Instagram Stories dalam Mengungkap Eksistensi Diri (Studi Kasus pada Selebgram @Jihanputri). Kesamaan dalam penelitian ini adalah eksplorasi konsep *self-disclosure* di media sosial, namun dengan metode yang berbeda.

METODE PENELITIAN

Metodologi Penelitian yang Digunakan adalah Kualitatif Seperti yang dinyatakan oleh Arifin (2020), metodologi adalah ilmu tentang cara dan proses yang harus dilakukan untuk memahami berbagai aspek kehidupan dalam dunia empiris. Menurut Kriyantono (2006), dalam pengertian yang luas, metodologi kualitatif adalah pendekatan dialektis dan partisipatif antara realitas dan peneliti. Metodologi ini bersifat induktif yang berusaha mendekonstruksi objek yang diteliti menggunakan metode pengumpulan dan analisis data yang mendalam. Metodologi kualitatif dipilih untuk menggambarkan detail realitas yang sedang diteliti.

Selanjutnya, menurut Pawito (2008), dalam metodologi kualitatif, penelitian tidak bertujuan untuk menggeneralisasi teori atau konsep, melainkan merupakan interpretasi atau makna dari objek yang diteliti. Oleh karena itu, peneliti menjadi komponen penting dalam penelitian kualitatif. Dalam metodologi kualitatif, penelitian digunakan untuk memenuhi tujuan heuristik (penemuan). Moleong (2016) menyatakan bahwa metodologi kualitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk mencari, mengumpulkan, mengolah, menganalisis, dan memahami fenomena yang terjadi pada subjek penelitian secara menyeluruh seperti yang diungkapkan dalam kata-kata, kalimat, dan narasi (Adhiti et al., 2023). Selain itu, menurut Kriyantono (2012), penelitian kualitatif menggunakan metode berpikir induktif, yaitu pemahaman tentang fenomena tertentu untuk mencapai sesuatu yang bersifat umum (Marpaung, 2018).

Karakteristik metodologi kualitatif menurut Kriyantono (2012) meliputi pengumpulan data yang intensif dan komprehensif, analisis berdasarkan data lapangan, semua peristiwa dilaporkan, tidak ada realitas tunggal, subjektif, pengungkapan realitas harus holistik, lebih menekankan pada kedalaman makna, menggunakan prosedur empiris-rasional, serta data membentuk teori. Penelitian kualitatif secara inheren bersifat

subjektif karena setiap peneliti memiliki seperangkat nilai yang mereka andalkan (Holilah, 2020).

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif yang bertujuan untuk secara sistematis, faktual, dan akurat menggambarkan fakta empiris dari objek yang diteliti. Menurut Arifin (2020), metode dapat didefinisikan sebagai cara atau prosedur yang digunakan dalam melakukan sesuatu yang terorganisir dan direncanakan untuk memecahkan masalah agar mendapatkan pemahaman yang lengkap untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Selain itu, menurut Nazir (2017), metode penelitian adalah cara melakukan penelitian dengan alat apa dan ketentuan seperti apa yang akan digunakan untuk memperoleh data. Menurut Moleong (2016), salah satu karakteristik penelitian kualitatif adalah deskriptif (Solehati et al., 2019). Lebih lanjut, Ardianto (2014) menunjukkan bahwa metode deskriptif-kualitatif adalah metode yang berusaha memberikan penjelasan, gambaran, atau deskripsi tentang fenomena yang sedang diteliti; jenis penelitian ini ditandai dengan penekanan pada observasi dan kondisi alami (natural setting). Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, kalimat, narasi, atau gambar, bukan dalam bentuk nilai numerik (Wahidah & Khodijah, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Roger (1983) dalam Bungin (2020) menjelaskan bahwa tahapan dalam difusi inovasi adalah: pertama, pengetahuan; adanya pemahaman tentang inovasi. Kedua adalah persuasi, sikap individu yang setuju atau tidak setuju dengan inovasi. Tahap ketiga adalah keputusan, berupa tindakan dalam bentuk pilihan untuk mengadopsi suatu inovasi. Tahap keempat adalah implementasi; menjalankan keputusan sesuai pilihan, dan tahap kelima adalah konfirmasi; mencari dukungan untuk pilihan yang diambil.

Dampak perkembangan teknologi dan internet adalah fenomena *flexing* yang muncul dari penggunaan media komunikasi. Hal ini dapat terjadi karena seseorang merasa tidak aman, kurang empati terhadap orang lain, memiliki masalah kepribadian, tekanan sosial akibat gaya hidup, dan pada akhirnya mencari sensasi serta perhatian terkait kondisi psikologis seseorang (Salsabila et al., 2020).

Kehadiran media sosial telah mengubah perilaku sosial masyarakat, sehingga mengubah tatanan dan struktur sosial dalam masyarakat. Selain itu, munculnya berbagai media juga membawa perubahan budaya yang cepat. Paparan media yang intens mempengaruhi sikap dan perilaku manusia di bumi. Fenomena ini ditampilkan melalui bentuk *flexing* di media sosial. Fenomena *flexing* atau budaya pamer di media sosial dapat diidentifikasi melalui gambar, suara, dan tontonan yang menciptakan spektrum kehidupan sosial baru (Massuanna et al., 2024).

Fenomena *flexing*, dikenal sebagai "Pamer" adalah sikap dan perilaku seseorang yang suka membeberkan atau menunjukkan sesuatu yang dimilikinya di media sosial. Ini membuktikan adanya determinisme teknologi, yang berdasarkan identifikasi oleh Daniel Chandler dalam Thurlow et al. (2004), di antaranya: pertama, Reductionistic, yang menyebabkan beberapa nilai budaya mulai memudar perlahan karena keberadaan teknologi. Kedua, Monistic, sebuah sistem kompleks menjadi lebih mudah dan sederhana karena determinisme teknologi ini. Ketiga, Neutralizing, teknologi itu netral. Keempat, Technological imperative, pertumbuhan teknologi tidak bisa dihindari.

Flexing di media sosial sering dikaitkan dengan keinginan untuk membangun citra glamor atau sukses di hadapan orang lain. Banyak selebgram atau pembuat konten menjadikan *flexing* sebagai wadah untuk memamerkan kemewahan mereka di halaman media sosial mereka.

KESIMPULAN

Sepanjang pembahasan, dapat dipahami bahwa *flexing* terjadi sebagai efek dari kemajuan dan pertumbuhan teknologi komunikasi, yang mewujudkan difusi inovasi yang mengarah pada determinisme teknologi yang terbentuk dalam media baru berupa media sosial. Difusi inovasi memudahkan kehidupan manusia dengan adanya teknologi yang lebih modern dan canggih; sekarang lebih mudah bagi orang untuk membuat berbagai jenis konten dan mengunggahnya melalui akun media sosial mereka. Fenomena *flexing* adalah bentuk komunikasi interpersonal dalam bentuk interaksi simbolis dalam mendapatkan umpan balik atau respons audiens sehingga terjadi penetrasi sosial dan terbentuk hubungan yang kuat antara pelaku *flexing* dan audiens mereka. *Flexing* tidak hanya terbatas pada pamer harta atau kemewahan. Namun, lebih dari itu, semua bentuk aktivitas *self-disclosure* di media sosial untuk mendapatkan perhatian atau respons dari pengguna media sosial dapat disebut sebagai *flexing*, sesuai dengan tingkat kemampuan intelektual dan ekonomi individu yang melakukannya. Bahkan hingga hari ini, *flexing* telah menjadi komoditas dalam budaya populer untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan sosial mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiti, F., Lukmantoro, T., & Rakhmad, W. N. (2023). Hubungan Antara Tingkat Pengetahuan tentang Cyberbullying dan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Tingkat Perilaku Cyberbullying di Media Sosial Instagram. *Interaksi Online*, 11(2), 24–40.
- Baran, S. J. (2011). Pengantar Komunikasi massa: literasi media dan budaya. *Jakarta: Salemba Humanika*.
- Bungin, B. H. M. (2006). Sosiologi komunikasi: Teori, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat. *Language*, 19(395p), 24cm.
- Cholik, C. A. (2021). Perkembangan Teknologi Informasi Komunikasi/ICT dalam Berbagai Bidang. *Jurnal Fakultas Teknik Kuningan*, 2(2), 39–46.
- Hafan, A. A. (2023). *Analisis Fenomena Flexing di Sosial Media pada Generasi Z dalam Perspektif Konsumsi Islam (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)*. Universitas Islam Indonesia.
- Holilah, I. (2020). Dampak Media terhadap Perilaku Masyarakat. *Jurnal Studi Gender Dan Anak*, 7(01), 103–114.
- Jannah, R., Ajahari, A., & Lutfi, S. (2024). Fenomena Flexing Culture Di Media Sosial Mahasiswa Pendidikan Agama Islam: Perspektif Krisis Pendidikan Islam. *Kamaya: Jurnal Ilmu Agama*, 7(3), 137–144.
- Liliweri, A. (2017). *Komunikasi antar personal*. Prenada Media.
- Lubis, S., Tamba, T., Manullang, M., & Sihombing, W. (2024). Menyikapi Fenomena Flexing Berdasarkan Spiritualitas Keugharian. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 3(4), 3971–3992.
- Marpaung, J. (2018). Pengaruh penggunaan gadget dalam kehidupan. *KOPASTA: Journal of the Counseling Guidance Study Program*, 5(2).
- Massuanna, M. W., Nahnul, I., Fadillah, I., Ramadani, K., & Baharuddin, W. W. (2024). Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana. *JURNAL PEMIKIRAN DAN PENGEMBANGAN PEMBELAJARAN*, 6(1), 103–106.
- Ngafifi, M. (2014). Kemajuan teknologi dan pola hidup manusia dalam perspektif sosial

- budaya. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 2(1).
- Pohan, S., Munawwarah, P., & Sinuraya, J. S. B. (2023). Fenomen Flexing Di Media Sosial Dalam Menaikkan Popularitas Diri Sebagai Gaya Hidup. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 3(2), 490–493.
- Salsabila, U. H., Ilmi, M. U., Aisyah, S., Nurfadila, N., & Saputra, R. (2020). Peran teknologi pendidikan dalam meningkatkan kualitas pendidikan di era disrupsi. *Journal on Education*, 3(01), 104–112.
- Solehati, T., Rahmat, A., Kosasih, C. E., Raya, J., Sumedang, B., & Jawa Barat, J. (2019). Hubungan Media dengan Sikap dan Perilaku Triad Kesehatan Reproduksi Remaja Relation of Media on Adolescents' reproductive Health Attitude and Behaviour. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 23(1), 40–53.
- Wahidah, J. N., & Khodijah, K. (2023). Fenomena Flexing Di Medsos: Dampaknya Pada Hubungan Sosial dan Ekonomi. *Hidmah: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 22.