

Analisis Fenomena Flexing: Keterkaitan Antara Gaya Hidup dan Popularitas

Umi Rojati¹, Noor Affah²

^{1,2}UIN Raden Intan Lampung, Indonesia

Korespondensi: ✉ umirojati@radenintan.ac.id

Abstract :

The digital era has given rise to a new phenomenon flexing on social media. Users of these online platforms compete to showcase their luxury, wealth, and glamorous lifestyles in pursuit of popularity. This research, through a literature review, examines the various factors that drive flexing behavior. The findings indicate that attitudes, experiences, personality, social class, and other factors can influence individuals to engage in flexing. In the post-truth era, where information on social media is not always reliable, users need to be critical of the content they view. It is crucial to avoid being easily influenced by the images others portray and to maintain critical thinking skills when engaging with social media.

Status Artikel:

Diterima: 05-03-2024

Direvisi: 15-03-2024

Diterima: 28-05-2024

Keywords:

Flexing;

Life style,;

Popularity;



© 2023 Author's Name, Author's Name

This work is licensed under a

[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Dalam era digitalisasi ini, teknologi berkembang pesat dan masyarakat cenderung lebih fokus pada dunia virtual daripada realitas. Orang-orang bersedia melakukan berbagai hal untuk menampilkan diri mereka dengan baik di dunia virtual, yang biasanya merujuk pada kehidupan di media sosial seperti Youtube, Instagram, Tiktok, dan lainnya. Baru-baru ini, budaya flexing telah muncul dan diadopsi oleh hampir semua pengguna media sosial dalam upaya mereka untuk mencari popularitas. Flexing, dalam istilah sederhana, berarti memamerkan diri dengan tujuan mendapatkan perhatian orang lain.

Pada saat ini dunia sudah mengalami banyak perkembangan, hal ini pun meliputi berbagai sektor, mulai dari ekonomi, pendidikan, kesehatan, sosial sampai yang tidak kalah ialah dalam sektor teknologi informasi, dimana perkembangan teknologi informasi ini memberikan banyak pengaruh terhadap manusia dalam bertukar informasi atau berkomunikasi. (Wahab Nur Kadri, dkk 2022). Media sosial merupakan suatu aplikasi yang dikembangkan sebagai alat untuk mengungkapkan ide, perasaan ataupun konten yang mana merupakan bentuk representasi diri dengan berbagai tujuan tertentu. Media sosial adalah bukti dari perkembangan teknologi yang terus berlanjut seiring dengan perkembangan zaman, kemudahan akses ke media sosial telah memicu berbagai fenomena (Faricha Andriani, 2019).

Perkembangan ini telah menghasilkan salah satu fenomena baru, termasuk keinginan untuk menjadi terkenal atau populer. Banyak pengguna media sosial menjadikan popularitas

sebagai gaya hidup mereka dan bersedia melakukan berbagai cara untuk mencapainya. Salah satunya adalah flexing, flexing adalah istilah yang berarti suka menampilkan diri sendiri dengan menonjolkan glamor, kelimpahan, atau kekayaan seseorang. Sering ditemukan seseorang yang membangun citra atau merek pribadi mereka dengan cara memamerkan kekayaan mereka (Ketut Putu & Sinarwati, 2022). Ini telah menjadi hal yang biasa di kalangan kita sebagai upaya untuk menarik perhatian publik.

Teori Individual Psychology dari Alfred Adler menjelaskan bahwa manusia termotivasi untuk mencapai superioritas atau kesuksesan, dan ini seringkali dipengaruhi oleh interaksi sosial. Dalam konteks flexing, teori ini dapat diaplikasikan sebagai berikut: Orang yang melakukan flexing mungkin merasa perlu untuk menunjukkan superioritas mereka kepada orang lain. Mereka mungkin merasa bahwa dengan memamerkan kekayaan atau prestasi mereka, mereka dapat menunjukkan bahwa mereka telah mencapai tingkat kesuksesan tertentu. Ini bisa menjadi cara mereka untuk mengatasi perasaan inferioritas yang mungkin mereka alami. Misalnya, seseorang yang sering memposting foto mobil mewah atau liburan mewah di media sosial mungkin melakukannya sebagai cara untuk menunjukkan bahwa mereka telah mencapai tingkat keberhasilan tertentu. Mereka mungkin merasa bahwa dengan memamerkan hal-hal ini, mereka dapat mendapatkan pengakuan dan validasi dari orang lain.

Namun, penting untuk diingat bahwa perilaku seperti ini seringkali tidak mencerminkan realitas sebenarnya. Seseorang mungkin tampak sukses di media sosial, tetapi ini tidak selalu berarti bahwa mereka benar-benar bahagia atau puas dengan hidup mereka. Oleh karena itu, penting untuk tidak terlalu terpaku pada apa yang kita lihat di media sosial dan selalu berusaha untuk mencapai tujuan kita sendiri, bukan tujuan orang lain. Dalam studi yang dilakukan Syafruddin Pohana, Putri Munawwarah, July Susanty Br Sinuraya pada tahun 2023 mendapat hasil temuan bahwa fenomena flexing sebaiknya dihindari karena memunculkan sifat ria atau pamer yang tidak di anjurkan dalam kehidupan sosial. Dalam studi lain yang dilakukan Rangga Salam dan Dewi Sundari pada tahun 2023 didapatkan hasil bahwa tren flexing adalah kegiatan melakukan pamer terhadap apa yang dimilikinya dengan cara menonjol ke arah kegiatan flexing di media sosial yang dapat di akses dengan mudah dan menyebar luas.

Adapun tujuan dari analisis penelitian ini adalah 1). Menganalisis Fenomena Flexing, Gaya Hidup, dan Popularitas serta Hubungan Flexing Terhadap Gaya Hidup dan Popularitas: Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk memahami dan menganalisis fenomena flexing, termasuk asal-usulnya, bagaimana fenomena ini berkembang, dan faktor-faktor apa yang berkontribusi terhadap popularitasnya. Kemudian penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara flexing terhadap gaya hidup dan popularitas. Ini mencakup analisis tentang bagaimana flexing dapat mempengaruhi keputusan gaya hidup dan popularitas ataupun sebaliknya. 2). Mengidentifikasi Dampak Negatif dan Positif Flexing: Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami dampak negatif dan positif dari flexing, baik bagi individu yang melakukan flexing maupun bagi masyarakat secara keseluruhan.

Dengan mencapai tujuan-tujuan ini, penelitian literatur ini berharap dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang fenomena flexing dan implikasinya terhadap individu dan masyarakat.

BAHAN DAN METODE

Metodologi penelitian dalam jurnal ini adalah menggunakan studi literatur dengan tujuan mengkaji dan menggali berbagai macam teori dari buku, jurnal dan sebagainya dengan harapan agar bisa menyebar luas pada masyarakat. Berdasarkan hasil studi literatur terbentuk data sekunder yang akan menjadi hasil dalam kajian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian *Flexing*

Flexing adalah istilah populer dari Amerika yang berarti seseorang yang suka menunjukkan diri mereka dengan menampilkan glamor, kelimpahan, atau kekayaan yang mereka miliki. Kita sering menemukan individu yang menciptakan citra atau merek pribadi mereka dengan cara menunjukkan kekayaan mereka (Ketut Putu & Sinarwati, 2022). Ini telah menjadi hal yang umum di masyarakat sebagai cara untuk menarik perhatian publik.

Flexing adalah istilah yang cukup populer dalam budaya populer dan media sosial. Istilah ini berasal dari bahasa Inggris "*to flex*," yang secara harfiah berarti membengkokkan atau melenturkan otot. Namun, dalam konteks sosial dan budaya, "*flexing*" merujuk pada tindakan memamerkan kekayaan, prestasi, atau status sosial seseorang secara berlebihan. *Flexing* sering kali dilakukan untuk menunjukkan superioritas atau untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain.

Flexing dapat ditemukan dalam berbagai bentuk, mulai dari postingan di media sosial yang menampilkan barang-barang mewah seperti mobil, jam tangan, pakaian desainer, hingga pencapaian pribadi seperti jabatan pekerjaan atau prestasi akademik. Fenomena ini tidak hanya terjadi di kalangan selebritas atau orang kaya, tetapi juga di kalangan masyarakat umum yang ingin menunjukkan kehidupan mereka yang tampak lebih baik daripada kenyataannya.

Menurut Lim (2020), *flexing* di media sosial sering kali didorong oleh keinginan untuk mendapatkan validasi dan pengakuan dari orang lain. Di era digital ini, media sosial telah menjadi platform utama bagi individu untuk membangun dan memproyeksikan identitas mereka. Dalam konteks ini, *flexing* adalah cara untuk menampilkan versi ideal diri yang sering kali berbeda dari kenyataan sebenarnya.

Selain itu, Hansen (2019) menjelaskan bahwa *flexing* juga dapat dikaitkan dengan fenomena konsumerisme dan materialisme dalam masyarakat modern. Di mana individu sering merasa perlu untuk menunjukkan kesuksesan mereka melalui kepemilikan barang-barang mewah. Hansen menyebutkan bahwa tindakan ini sering kali dipengaruhi oleh tekanan sosial dan norma budaya yang menekankan pentingnya status material sebagai ukuran kesuksesan.

Flexing sering dilakukan oleh individu yang gemar menunjukkan kekayaan yang mungkin tidak benar-benar mereka miliki. Istilah ini juga bisa merujuk pada seseorang yang berpura-pura, memanipulasi, atau memaksakan gaya hidup tertentu untuk mendapatkan pengakuan di masyarakat. Ironisnya, perilaku *flexing* ini sering bertentangan dengan perilaku orang-orang yang benar-benar kaya, yang biasanya lebih suka menjaga privasi mereka dan tidak menunjukkan kekayaan mereka. *Flexing* dilihat sebagai tren yang penuh dengan dramatisasi dan arogansi, dan tidak semua orang yang menunjukkan kekayaan mereka sebenarnya kaya. Oleh karena itu, seseorang yang suka menampilkan kekayaan dan kemewahan di media sosial sering dianggap berperilaku sombong.

Fenomena ‘flexing’ muncul sebagai hasil dari keinginan untuk menjadi populer, sehingga individu menggunakan taktik memamerkan diri untuk dikenal oleh publik. Saat ini, perilaku pamer tidak hanya terbatas pada hal-hal yang nyata, tetapi juga telah mencakup unsur-unsur kebohongan. Konten yang diunggah mungkin tidak selalu mencerminkan kenyataan yang sebenarnya. Namun, ini menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan popularitas. Cara individu memamerkan diri dan bentuk popularitas yang mereka tuju bisa berbeda-beda, tergantung pada tujuan mereka masing-masing.

Secara keseluruhan, flexing adalah fenomena yang mencerminkan dinamika kompleks antara identitas, konsumsi, dan media sosial dalam masyarakat modern. Meskipun dapat memberikan rasa kebanggaan bagi individu yang melakukannya, penting untuk diingat bahwa kebahagiaan dan kepuasan diri tidak selalu diukur dari barang-barang material atau pengakuan dari orang lain.

Pengertian Gaya Hidup

Gaya hidup mencerminkan bagaimana seseorang atau individu berinteraksi dengan lingkungannya (Ottis Hoseigor Iryo & Agus Rahmanto, 2022). Dalam berinteraksi, setiap individu pasti dipengaruhi oleh lingkungan mereka dan orang-orang di dalamnya memiliki pengaruh yang signifikan. Gaya hidup seseorang mencakup semua hal yang mereka tunjukkan saat berinteraksi di dunia nyata maupun virtual.

Ada dua aspek yang mempengaruhi gaya hidup seseorang, yaitu aspek internal dan eksternal. Aspek internal meliputi sikap, pengalaman dan observasi seseorang, kepribadian, konsep diri, dan persepsi. Berikut penjelasan tentang aspek-aspek internal:

1. **Sikap:** Sikap adalah keadaan batin setiap individu yang muncul berdasarkan apa yang ada dalam diri mereka. Misalnya, membaca koran atau majalah akan mempengaruhi sikap seseorang dan memberikan wawasan (Gasong, 2018). Sikap seseorang dapat diartikan sebagai cara mereka melihat sesuatu, yang dipengaruhi oleh pengalaman dan pengetahuan mereka. Tradisi dan lingkungan juga mempengaruhi sikap seseorang. Oleh karena itu, penting untuk selektif dalam bersosialisasi, terutama ketika berhadapan dengan orang yang melakukan ‘flexing’.
2. **Pengalaman dan Observasi:** Pengalaman setiap individu berbeda berdasarkan latar belakang mereka. Pengalaman ini dapat mempengaruhi cara pandang individu terhadap sesuatu. Setiap individu memiliki pandangan mereka sendiri tentang fenomena ‘flexing’. Beberapa orang mungkin melihat ‘flexing’ sebagai sesuatu yang positif, sementara yang lain mungkin melihatnya sebagai sesuatu yang negatif.
3. **Kepribadian:** Kepribadian setiap orang unik dan dapat berubah seiring waktu dan pengalaman yang mereka dapatkan. Kepribadian sangat mempengaruhi karakter seseorang dalam membentuk konsep diri. Jika seseorang memiliki kepribadian yang baik, mereka tidak akan memberikan dampak negatif bagi diri mereka sendiri atau orang lain.
4. **Konsep Diri:** Menurut psikologi, konsep diri adalah cara seseorang melihat diri mereka sendiri secara keseluruhan, mulai dari fisik hingga persepsi (Sunaryo, 2004). Konsep diri bisa positif atau negatif. Konsep diri yang positif akan mempengaruhi orang lain untuk memiliki konsep diri yang positif juga, dan sebaliknya.

5. Persepsi: Persepsi adalah cara seseorang memilah, menyusun, dan menginterpretasikan informasi untuk membangun makna atau pemahaman tentang sesuatu.

Berikut adalah beberapa aspek eksternal yang mempengaruhi gaya hidup seseorang:

1. Kelompok Acuan: Ini adalah kelompok yang dianggap oleh setiap individu sebagai sumber pengetahuan dan dapat memberikan dampak pada pembentukan karakter, sikap, dan perilaku mereka. Kelompok ini dapat membawa pemahaman baru bagi setiap individu dan mempengaruhi bagaimana mereka tumbuh dan berkembang.
2. Keluarga: Keluarga memiliki peran penting dalam pembentukan diri setiap anggota keluarganya. Komunikasi yang baik dalam keluarga penting agar setiap anggota keluarga dapat tumbuh dengan baik dan memberikan dampak positif bagi diri mereka sendiri dan orang lain.
3. Kelas Sosial: Kelas sosial adalah sekelompok masyarakat yang memiliki tingkat dan kesamaan yang sama. Pengelompokan ini biasanya berdasarkan status sosial. Status sosial sering menjadi topik perdebatan karena dinilai memiliki aspek positif dan negatif.

Gaya hidup seseorang dapat diukur dari berbagai aktivitas yang mereka lakukan, seperti:

1. Aktivitas: Ini adalah hal-hal yang dilakukan oleh seseorang untuk menghabiskan waktu, uang, hobi, dan pekerjaan yang mereka sukai dan sering mereka lakukan. Kepribadian seseorang dapat diidentifikasi dengan melihat kegiatan apa yang sering mereka lakukan. Melakukan aktivitas yang baik secara konsisten dapat mencerminkan kepribadian yang baik.
2. Minat: Ini adalah hal-hal yang menarik perhatian seseorang. Minat biasanya didasarkan pada apa yang dianggap menyenangkan. Jika sesuatu dianggap tidak menyenangkan dari awal, maka akan sulit untuk menumbuhkan minat terhadap hal tersebut.
3. Pandangan terhadap Diri Sendiri dan Orang Lain: Setiap pandangan memiliki pendapat masing-masing berdasarkan perspektif yang berbeda. Setiap perspektif memiliki karakteristiknya sendiri. Pendapat yang dihasilkan dari cara pandang yang dimiliki seseorang dapat memudahkan dalam menilai gaya hidup mereka.
4. Karakter Dasar: Karakter dasar adalah tahapan-tahapan yang dilalui setiap individu dalam hidup mereka. Misalnya, pendidikan yang telah mereka capai, tempat tinggal mereka, dan juga penghasilan mereka. Karakter sangat dipengaruhi oleh apa yang diamati oleh seseorang. Jika apa yang diamati baik, maka akan memunculkan karakter yang baik.

Pengertian Popularitas

Popularitas diri biasanya dipahami seiring dengan perjalanan hidup seseorang. Idealnya, popularitas datang secara alami ketika seseorang memiliki nilai dan keunggulan tertentu. Namun, saat ini, banyak orang mencari popularitas tidak secara alami. Banyak orang mencari popularitas sebagai bagian dari citra diri mereka dengan cara 'flexing' untuk mendapatkan keuntungan yang mereka inginkan. Popularitas berasal dari kata Latin "populous" yang berarti banyak orang. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata populer memiliki beberapa arti, termasuk (1) dikenal dan disukai oleh banyak orang, (2) sesuai dengan kebutuhan

masyarakat pada umumnya dan mudah dipahami oleh banyak orang, dan (3) disukai dan dikagumi oleh banyak orang. Kesuksesan dalam dunia remaja sering kali diukur oleh popularitas (Pohan, 2009).

Citra diri (self image) adalah gambaran yang dimiliki seseorang tentang diri mereka sendiri. Citra diri juga bisa diartikan sebagai cara individu melihat diri mereka sendiri atau bagaimana orang lain melihat mereka. Jadi, citra diri adalah gambaran diri sendiri yang dibuat oleh individu itu sendiri, baik dari perspektif diri sendiri maupun orang lain (Kharim Putrie dkk, 2017).

Popularitas seseorang dapat dipengaruhi oleh berbagai aspek, baik internal maupun eksternal. Berikut adalah beberapa aspek yang mempengaruhi popularitas:

1. Kelompok Acuan: Kelompok acuan adalah kelompok yang dianggap oleh individu sebagai sumber pengetahuan dan dapat memberikan dampak pada pembentukan karakter, sikap, dan perilaku mereka.
2. Keluarga: Keluarga memiliki peran penting dalam pembentukan diri setiap anggota keluarganya.
3. Kelas Sosial: Kelas sosial adalah sekelompok masyarakat yang memiliki tingkat dan kesamaan yang sama.
4. Karisma: Karisma adalah daya tarik pribadi yang kuat yang dapat mempengaruhi orang lain.
5. Kepribadian: Kepribadian seseorang, termasuk sikap dan perilaku mereka, dapat mempengaruhi bagaimana orang lain melihat mereka.
6. Penampilan Fisik: Penampilan fisik seseorang dapat mempengaruhi bagaimana orang lain melihat mereka.
7. Gaya Berbicara atau Kemampuan Berkomunikasi: Cara seseorang berbicara atau kemampuan mereka untuk berkomunikasi dapat mempengaruhi bagaimana orang lain melihat mereka.
8. Media Sosial: Media sosial telah menjadi platform penting untuk membangun dan mempertahankan popularitas. Banyak orang menggunakan media sosial untuk memamerkan aspek-aspek tertentu dari kehidupan mereka, yang dapat mempengaruhi bagaimana orang lain melihat mereka.

Popularitas tidak selalu datang secara alami. Banyak orang mencari popularitas sebagai bagian dari citra diri mereka dengan cara 'flexing' untuk mendapatkan keuntungan yang mereka inginkan.

Hubungan dan implikasinya : Antara Flexing, Gaya Hidup, dan Popularitas ***Flexing dan Gaya Hidup***

Flexing merujuk pada praktik menunjukkan kekayaan atau kemewahan dengan tujuan memperoleh pengakuan sosial atau popularitas. Media sosial seperti Instagram dan TikTok sering menjadi platform utama untuk flexing. Fenomena ini memunculkan tren gaya hidup hedonistik, di mana penekanan utama adalah pada konsumsi barang-barang mewah dan pengalaman eksklusif. Menurut penelitian oleh Vogel et al. (2014), flexing dapat memicu perasaan iri dan ketidakpuasan di antara pengikut atau penonton, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi kesejahteraan psikologis mereka. Berikut adalah beberapa hubungan flexing terhadap gaya hidup:

1. **Ekspresi Diri:** Untuk beberapa orang, flexing adalah cara yang tidak berbahaya untuk mengekspresikan diri. Mereka melihatnya sebagai cara untuk membangun citra diri yang kuat dan menunjukkan keberhasilan mereka dalam mencapai gaya hidup yang mereka inginkan.
2. **Motivasi:** Untuk beberapa individu, flexing adalah motivasi untuk bekerja keras dan mencapai kesuksesan. Mereka percaya bahwa dengan menunjukkan pencapaian mereka, mereka dapat menginspirasi orang lain untuk mencapai hal yang sama.
3. **Identitas Terdistorsi:** Ada pandangan yang berpendapat bahwa flexing dapat menyebabkan distorsi identitas. Fokus yang berlebihan pada kekayaan dan gaya hidup mewah dapat memicu perasaan rendah diri dan tekanan emosional pada mereka yang tidak mampu mencapainya.
4. **Hedonisme:** Flexing juga sering dikaitkan dengan gaya hidup hedonis, yang berfokus pada kesenangan dan kepuasan tanpa batas.

Meskipun flexing dapat meningkatkan popularitas seseorang di media sosial, hal ini juga dapat menimbulkan masalah, seperti distorsi realitas dan tekanan untuk mempertahankan citra tertentu. Flexing, yaitu perilaku menunjukkan kekayaan atau pencapaian di media sosial, dapat memiliki sejumlah dampak positif pada gaya hidup seseorang:

1. **Inspirasi dan Motivasi:** Melihat orang lain memamerkan pencapaian atau barang-barang mewah mereka di media sosial dapat berfungsi sebagai sumber inspirasi dan motivasi bagi orang lain. Ini dapat mendorong mereka untuk bekerja lebih keras dan mencapai tujuan mereka sendiri.
2. **Pemberdayaan Diri:** Menunjukkan pencapaian atau perjalanan sukses dapat membuat individu merasa dihargai dan dapat meningkatkan rasa percaya diri mereka.
3. **Dokumentasi Kenangan:** Media sosial memberikan platform bagi orang untuk berbagi momen berharga dalam hidup mereka. Dengan memamerkan pengalaman ini, individu dapat merayakan pencapaian mereka dan berbagi kenangan mereka dengan orang lain.
4. **Membentuk Citra Diri:** Flexing memungkinkan individu untuk membentuk dan mengendalikan citra diri mereka. Dengan menunjukkan kekayaan atau pencapaian mereka, mereka dapat menciptakan citra diri yang kuat dan menunjukkan keberhasilan mereka dalam mencapai gaya hidup yang mereka inginkan.

Meskipun flexing dapat memiliki dampak positif, perilaku ini juga dapat memiliki dampak negatif jika dilakukan secara berlebihan atau tidak sehat. Oleh karena itu, dibutuhkan kemampuan dan keahlian bagi individu untuk memiliki pemahaman yang seimbang tentang flexing dan mengambil sikap yang tepat terhadap gaya hidup ini. Flexing dapat memiliki beberapa efek negatif pada gaya hidup seseorang:

1. **Ketidakpuasan:** Melihat orang lain secara konstan memamerkan kehidupan mewah mereka dapat membuat seseorang merasa tidak puas dengan apa yang mereka miliki. Ini dapat memicu perasaan rendah diri dan iri hati.
2. **Ketimpangan Sosial:** Flexing dapat menciptakan ketimpangan sosial, di mana orang merasa perlu untuk terus memperbarui dan meningkatkan gaya hidup mereka untuk tetap “mengikuti” orang lain.
3. **Kurangnya Kebahagiaan Sejati:** Meskipun flexing dapat memberikan kepuasan sementara, seringkali hal ini tidak membawa kebahagiaan sejati. Kebahagiaan yang

berasal dari pengakuan eksternal biasanya bersifat sementara dan dapat membuat individu merasa kosong atau tidak puas.

4. **Dampak Lingkungan:** Flexing, terutama ketika melibatkan konsumsi barang-barang mewah atau berlebihan, dapat memiliki dampak negatif terhadap lingkungan.
5. **Menciptakan Ketidakpuasan:** Orang yang suka flexing seringkali kesulitan mencari teman.
6. **Insecure:** Rasa insecure sering menjadi alasan seseorang melakukan flexing. Ketidakpercayaan diri kadang-kadang membuat seseorang akhirnya menutupi dengan cara memamerkan segala hal yang dimilikinya.
7. **Menghadapi Masalah:** Tidak menutup kemungkinan, seseorang yang selalu memamerkan harta atau kemampuannya justru sedang menghadapi masalah yang serius.

Flexing dan Popularitas

Popularitas di media sosial seringkali diukur dengan jumlah pengikut, likes, dan komentar. Individu yang sering melakukan flexing cenderung memiliki lebih banyak pengikut karena konten mereka yang menarik perhatian. Namun, popularitas yang diperoleh dari flexing sering kali bersifat superfisial. Menurut sebuah studi oleh Kim dan Lee (2011), popularitas di media sosial tidak selalu mencerminkan kepuasan hidup atau hubungan sosial yang sejati

Flexing dan popularitas memiliki hubungan timbal balik. Di satu sisi, flexing dapat meningkatkan popularitas seseorang di media sosial. Di sisi lain, popularitas tersebut dapat mendorong individu untuk terus melakukan flexing guna mempertahankan perhatian pengikut mereka. Fenomena ini menciptakan siklus di mana kebutuhan untuk diakui secara sosial terus meningkat. Hal ini didukung oleh penelitian dari Kross et al. (2013), yang menunjukkan bahwa interaksi di media sosial dapat meningkatkan kebutuhan akan validasi eksternal. Berikut adalah beberapa hubungan antara flexing dan popularitas:

1. **Mendapatkan Perhatian dan Pengakuan:** Flexing seringkali dilakukan dengan tujuan mendapatkan perhatian atau pengakuan dari orang lain. Dengan menampilkan aspek-aspek tertentu dari hidup mereka yang tampak mewah, sukses, dan glamor di platform media sosial, individu dapat menarik perhatian dan meningkatkan popularitas mereka.
2. **Membentuk Citra Diri:** Flexing memungkinkan individu untuk mengendalikan bagaimana mereka dilihat oleh orang lain. Dengan menunjukkan kekayaan atau pencapaian mereka, mereka dapat menciptakan citra diri yang mengesankan, yang dapat meningkatkan popularitas mereka.
3. **Dipengaruhi oleh Budaya Pop:** Pengaruh dari selebriti dan tokoh terkenal yang menampilkan gaya hidup mewah di media sosial dapat mendorong orang untuk meniru pola pikir ini, yang pada gilirannya dapat meningkatkan popularitas mereka.

Flexing dapat memberikan efek negatif pada popularitas seseorang:

1. **Stres dan Iri Hati:** Melihat orang lain secara konstan memamerkan kehidupan mewah mereka dapat membuat seseorang merasa tidak puas dengan apa yang mereka miliki, yang dapat menyebabkan stres dan perasaan iri.
2. **Depresi dan Kecemasan:** Flexing yang berlebihan dan perbandingan sosial yang berlebihan dapat menyebabkan depresi dan kecemasan.

3. **Menciptakan Ketidakpuasan:** Orang yang suka flexing seringkali kesulitan mencari teman.
4. **Insecure:** Rasa insecure sering menjadi alasan seseorang melakukan flexing. Ketidakpercayaan diri kadang-kadang membuat seseorang akhirnya menutupi dengan cara memamerkan segala hal yang dimilikinya.
5. **Menghadapi Masalah:** Tidak menutup kemungkinan, seseorang yang selalu memamerkan harta atau kemampuannya justru sedang menghadapi masalah yang serius.

PEMBAHASAN

Secara sosial, fenomena flexing dapat memperlebar kesenjangan sosial. Ketika individu menampilkan kekayaan mereka secara terbuka, hal ini dapat menyebabkan peningkatan perasaan inferioritas di kalangan mereka yang tidak memiliki akses ke sumber daya yang sama. Dampaknya, masyarakat dapat menjadi lebih materialistik, dengan nilai-nilai sosial yang berpusat pada kepemilikan materi daripada kualitas personal atau moral. Menurut Twenge dan Campbell (2009), peningkatan materialisme di kalangan generasi muda terkait dengan penurunan empati dan peningkatan narsisme.

Dari sudut pandang psikologis, flexing dapat berdampak negatif pada individu yang melakukannya maupun mereka yang menjadi penonton. Bagi pelaku flexing, ada tekanan untuk terus mempertahankan citra mewah yang mungkin tidak selalu sesuai dengan kenyataan hidup mereka. Hal ini dapat menyebabkan stres, kecemasan, dan bahkan depresi. Sebuah studi oleh Chou dan Edge (2012) menemukan bahwa pengguna media sosial yang sering membandingkan diri mereka dengan orang lain cenderung merasa bahwa orang lain lebih bahagia dan sukses.

Di sisi lain, penonton yang terus-menerus terpapar konten flexing dapat mengalami penurunan harga diri dan kesejahteraan psikologis. Fenomena ini dikenal sebagai "*fear of missing out*" (FOMO), di mana individu merasa tertinggal atau kurang dalam kehidupan mereka karena tidak mampu mengikuti gaya hidup mewah yang ditampilkan oleh orang lain.

SIMPULAN

Sebagai pengguna media sosial, diharapkan masyarakat dapat lebih bijaksana dalam mengelola informasi. Diperlukan kecerdasan kritis untuk tidak jatuh menjadi korban dari perilaku flexing, terutama di era post truth ini, di mana informasi yang ditampilkan di media sosial bisa tampak benar namun kenyataannya bisa jadi berbeda. Lebih baik bagi masyarakat untuk meminimalisir perilaku flexing dan lebih mengutamakan reputasi melalui berbagai pencapaian. Secara psikologis, pada umumnya masyarakat lebih menyukai individu yang sederhana dan rendah hati.

DAFTAR PUSTAKA

- Chou, H.-T. G., & Edge, N. (2012). They are happier and having better lives than I am: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2).

- Gasong, D. (2018). *Belajar dan Pembelajaran*. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran.
- Hansen, B. (2019). *The Culture of Consumption: Understanding Materialism in Modern Society*. New York: Routledge.
- Iryo, O. H., & Rahmanto, A. (2022). Flexing dan konsumerisme (Studi kasus di kalangan mahasiswa di Surabaya). *Jurnal Komunikasi dan Media*, 17(1).
- Kim, J., & Lee, J.-E. R. (2011). The Facebook paths to happiness: Effects of the number of Facebook friends and self-presentation on subjective well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(6).
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., ... & Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective well-being in young adults. *PLoS ONE*, 8(8).
- Lim, S. (2020). *Social Media and Identity: The Role of Self-Presentation in the Digital Age*. London: Palgrave Macmillan.
- Murjana, K. P. O., & Sinarwati, N. K. (2022). Persepsi mahasiswa tentang flexing dan pengaruhnya terhadap keputusan investasi. *Jurnal Komunikasi dan Media*.
- Pohan, V. G. R. (2009). *Pemecahan Konflik Interpersonal pada Remaja yang Populer*. Medan: Universitas Medan Area.
- Putrie, K., dkk. (2017). Pengaruh media sosial terhadap persepsi masyarakat tentang citra diri tokoh politik perempuan di Indonesia (Studi kasus pada pengguna media sosial Instagram di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 13(1).
- Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2009). *The Narcissism Epidemic: Living in the Age of Entitlement*. Free Press.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4).
- Wahab Nur Kadri, Ahmad yoga dian Andika (2022), *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Pola Komunikasi Efektif Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Kotabumi Angkatan 2022*, Jurnal Komsospol Universitas Muhammadiyah Kota Bumi,2(1).