

Fenomena Flexing Pada Media Sosial: Persepsi Generasi Z

Mohammad Hariyono⁽¹⁾, Hengki Hendra Pradana⁽²⁾

Psikologi Islam, Universitas Nahdlatul Ulama Blitar, Indonesia

Email: ⁽¹⁾arreare2@gmail.com, ⁽²⁾hengkihendra@unublitar.ac.id

Abstract

The purpose of this research is to delve into the understanding of how the Zoomer generation perceives and faces the phenomenon of flexing. The research subjects are four female students from STIE Kesuma Negara Blitar, batch of 2021, namely (V) 20 years old, (A) 20 years old, (R) 21 years old, (M) 20 years old. The subjects were selected from the accounting class, totaling ten individuals. This research adopts a phenomenological approach and is qualitative in nature. Data collection methods involve field notes, interviews, and observations. The researcher utilizes flexing factors and indicators to interview and observe the subjects, resulting in findings: 1) Insecurity does not always lead to flexing, 2) individuals inclined to express themselves excessively are often involved in self-manipulation. 3) Someone satisfied with exploring non-trendy places tends to exhibit excessive behavior. 4) The reasons behind self-display behavior vary, 5) and stimuli received by individuals can trigger such actions. 6) The tendency to show off is not always a forceful situation, 7) and one's ability to control oneself can prevent self-display behavior due to difficulties in social interaction.

Keyword: Flexing, Social Media, Zoomer Generation.

Abstrak

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mendalami pemahaman tentang bagaimana generasi zoomer melihat dan menghadapi fenomena *flexing*. Metode pengumpulan data melibatkan catatan lapangan, wawancara, dan observasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis dalam pendekatannya dan bersifat kualitatif. Subjek penelitian menggunakan empat mahasiswi STIE Kesuma Negara Blitar angkatan 2021, (V) 20 tahun, (A) 20 tahun, (R) 21 tahun, (M) 20 tahun. Subjek diambil dari kelas akuntansi yang berjumlah sepuluh orang. hasil penelitian menunjukkan, 1) insecure tidak selalu mengakibatkan flexing, 2) kemudian individu yang cenderung mengekspresikan diri secara berlebihan seringkali terlibat dalam manipulasi diri. 3) Seseorang yang merasa puas dengan menjelajahi tempat-tempat yang belum menjadi tren cenderung menunjukkan perilaku berlebihan. 4) Alasan di balik perilaku menunjukkan diri bervariasi, 5) dan rangsangan yang diterima seseorang dapat menjadi pemicu dari tindakan ini. 6) Kecenderungan untuk menunjukkan diri tidak selalu bersifat memaksa situasi, 7) dan kemampuan seseorang untuk mengendalikan diri dapat mencegah perilaku menunjukkan diri karena kesulitan dalam berinteraksi sosial.

Kata Kunci : Flexing, Media Sosial, Generasi Zoomer

Pendahuluan

Masyarakat kini, tidak lepas dari peradaban yang semakin maju. Berbagai temuan zaman modern semakin mengiringi manusia dalam menjalani aktivitas sehari-hari, seperti smartphone dan berbagai jenis aplikasi. Tidak lagi asing saat ini melihat fenomena seseorang memainkan handphone didalam rumah ataupun diluar rumah, seperti untuk kebutuhan pekerjaan, scroll scroll unggahan media sosial, live streaming, dan upload foto/video diri. Fenomena tersebut kemudian menimbulkan suatu sisi seseorang terjebak dalam kesenangan mengoperasikan smartphone dan berbagai jenis social media (Murjana & Sinarwati, 2022).

Seseorang dengan perilaku yang gemar show up in social media bisa berdampak buruk, seperti mengalami star syndrome. Dalam (Gainara, 2022) disebutkan bahwa makna lain dari star syndrome merupakan narcissistic personality disorder, hal ini dikarenakan star syndrome merupakan istilah bahasa gaul/slang dan belum terdaftar dalam buku DSM (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder). Narcissistic adalah seseorang yang secara berlebihan sangat mengagumi dirinya sendiri atas apa yang dia miliki, misal paras menawan, good looking, body goals, dan keunikan/kelebihan (Suhartanti, 2016). Fenomena diatas erat kaitannya dengan pamer, dengan istilah psikologinya lebih dikenal sebagai flexing. Flexing juga tidak pernah lepas dalam peradaban masyarakat sejak zaman dahulu, hal ini seperti menjadi warisan secara turun temurun yang dapat dilakukan oleh siapapun, kapanpun dan dimanapun (Fauziah, 2023). Penelitian terdahulu dengan kajian serupa juga menjelaskan, seseorang yang gemar melakukan flexing cenderung akan menghalalkan segala cara untuk mengejar berada pada suatu spotlight. Dan Buruknya, selain kematian ada penipuan hingga gangguan jiwa sebagai dampaknya, hal ini menjelaskan bahwa flexing yang dilakukan seseorang dengan alasan yang berbeda beda (Khayati et al., 2022).

Perilaku flexing kerap ditemui pada seseorang yang tidak benar-benar kaya atau orang kaya baru, mereka suka bermewah-mewahan dengan berlebihan dan diunggah pada akun sosial mediana (Mukhaer, 2022). Secara sadar maupun tidak sadar seseorang yang melakukan flexing menginginkan pengakuan publik, kemudian dapat berkelanjutan mengharapkan pujian dan peran sosial (Solikhah, 2023). Bentuk flexing yang diunggah sangat beragam dan bisa hingga 1-6 unggahan dalam satu waktu sesuai keinginan ataupun emosional (Junawan & Laugu, 2020). Flexing dapat dilakukan pada siapapun, khususnya pada generasi dengan tahun lahir sekitar 1990-2012 atau yang disebut Generasi Z (Mujib, 2002).

Generasi Z adalah generasi pertama yang dikenal sebagai generasi internet. Generasi Z muncul bersamaan dengan teknologi internet, sementara generasi Millennial sebelumnya masih dalam proses perubahan teknologi. Hal ini telah menciptakan generasi dengan kepribadian yang memahami teknologi, lebih mudah beradaptasi, dan memahami (Rastati, 2018). Pada tahap perkembangan ini, pentingnya eksplorasi dan wawasan guna adaptasi mengoperasikan internet secara bijak dan dewasa. Disisi lain kecerdasan emosional yang matang berguna mencegah emosi negatif yang akan diproyeksikan dalam media sosial, dengan begitu perilaku flexing tidak akan terjadi (Adawiyah, 2020).

Faktor faktor yang mendorong seseorang melakukan flexing disebutkan dalam penelitian terdahulu (Ramona Napitulu SS, 2022 dalam MA Fikri, 2023 (li, n.d.) yaitu, 1) meningkatkan rasa percaya diri, 2) keinginan menarik perhatian lawan jenis, 3) Memiliki Masalah Dengan Kepribadiannya, 4) memiliki tekanan sosial. Kemudian penelitian Imelda pada tahun 2023 menyebutkan indikator gaya hidup flexing yaitu, 1) insecure, 2) manipulasi diri agar terlihat makmur, 3) terobsesi dengan kepilikan orang lain, 4) ingin diterima dan diakui, 5) pandangan orang lain terhadap diri kita, 6) memaksakan keadaan, 7) merasa sulit mendapatkan teman (Rachmawati et al., 2022).

Menarik kesimpulan penjelasan diatas mustahil bagi kebanyakan generasi Z di era sekarang tidak mempunyai smartphone dan tidak mengenal sosial media. Rentan bagi generasi Z yang belum matang dalam perkembangan dan minim wawasan untuk melakukan flexing di media sosial. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi seorang generasi Z yang sedang menempuh jenjang S1 di STIE Kesuma Negara Blitar terkait fenomena flexing di media sosial.

Metode

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, dengan sifat deskriptif. Hal ini karena peneliti bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena flexing yang sedang hangat diperbincangkan dalam masyarakat (Dr. Farida Nugrahani, 2008). Sumber data penelitian mencakup baik sumber primer maupun sumber sekunder dengan observasi, wawancara dan studi pustaka. Subjek penelitian dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling, yang berarti sampel dipilih secara sengaja sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan untuk mencapai tujuan penelitian (Arikunto, 2006). Kriteria subjek penelitian mencakup mahasiswa STIE Kesuma Negara Blitar dengan rentan usia 20 – 21 tahun, jurusan Akuntansi, angkatan 2021.

Peneliti melakukan observasi dan wawancara bersama empat subjek (V), (M), (A), dan (R). Pada bulan Desember 2023, penelitian dilakukan terhadap empat mahasiswi yang tidak asing dengan istilah flexing dan merupakan mahasiswi dari STIE Kesuma Negara Blitar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami dan mendapatkan wawasan tentang bagaimana persepsi mereka terkait flexing.

Hasil dan pembahasan

Temuan dari hasil wawancara dan observasi sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa pemahaman dan tindakan flexing yang terjadi pada masa remaja dan dewasa memiliki perbedaan. Faktor-faktor yang memengaruhi perbedaan ini melibatkan tingkat kendali diri dan pengalaman hidup baik pada remaja maupun dewasa, sebagaimana yang diungkapkan oleh (Hawwin Fitra Raharja et al., 2023). Meskipun sejalan dengan temuan sebelumnya, penelitian ini memiliki fokus yang lebih mendalam terhadap persepsi flexing dalam konteks generasi zoomer.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang melakukan flexing, dengan pertanyaan wawancara yang diambil melalui indikator gaya hidup flexing sebagai berikut:

1. *Insecure*

Insecure Rasa tidak aman atau kurangnya kepercayaan diri dapat muncul pada seseorang melalui perilaku flexing di media sosial, di mana individu tersebut membagikan konten dengan membandingkan penampilannya dengan orang lain.

Subyek (V) mengatakan “aku banget sih kui, lek pas buluk apa ngerasa jelek terus pengen foto solusine filter”. Agar dapat meningkatkan kepercayaan diri, individu yang merasa memiliki kekurangan dalam penampilannya seringkali memilih menggunakan filter untuk menyamarkan aspek tersebut.

Subjek (A) “ada mas temenku, caption postingannya sering iri ngebandingin fisik sama temennya”. Ketidaksempurnaan dalam diri bisa menimbulkan tekanan psikologis, seperti membandingkan diri dengan orang lain.

Ditambahkan juga oleh subjek (R) mengatakan “ada insecure, cuman ya ngapain aku posting kekuranganku, tambah malu aku”. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa kurang percaya diri tidak selalu mengakibatkan perilaku flexing di media sosial.

Subjek (M) mengatakan “alhamdulillah enggak mas, gak ngerasa insecure yang sampek posting gitu”. Adanya tingkat kematangan penerimaan diri seseorang tercapai ketika mereka mampu bersyukur atas hal hal yang dimilikinya.

Dapat disimpulkan bahwa tidak semua dari empat subjek tersebut merasa tidak percaya diri dengan membagikan postingan kekurangan mereka di media sosial.

2. Manipulasi diri agar terlihat makmur

Membuat situasi terlihat tidak seperti kenyataannya juga dapat dilakukan seseorang dengan membagikan postingan di media.

Subjek (V) mengatakan “pernah kalo itu, ya cuman karena kesel, dikira dia doang yang bisa foto bareng”. Tekanan sosial dapat menghasilkan reaksi di mana seseorang merespons dengan menunjukkan kondisi yang serupa untuk membuktikan nilai atau kemampuannya.

Subjek (A) “ya aku juga pernah mas, tapi gak kok yang terus terusan, cuman beda konteks”.

Subjek (M) mengatakan “sama, pernah juga, beda konteks juga mas”.

Subjek (R) mengatakan “loh piye to wei caah podo kabeh, aku iya sama pernah mas jane, tapi juga beda konteks”.

Dari jawaban keempat subjek, kesimpulannya adalah bahwa mereka pernah membagikan postingan yang terlihat baik-baik saja, dengan niat untuk menyesuaikan diri dengan situasi kondisi orang lain.

3. Terobsesi dengan barang yang belum banyak dimiliki orang

Adanya kepuasan seseorang dengan hal hal yang belum ngetrend atau viral.

Subjek (V) mengatakan “menurutku kalo aku sih enggak sebegitunya mas, ya karena ga terlalu suka main atau bangga sama barang”.

Subjek (A) mengatakan “kalo ini, hehehe, aku suka explore tempat asing, karena kalo udah viral ya udah mainstream biasa aja gitu rasanya”.

Subjek (R) mengatakan “lebih ke coffeshop kalo aku, karena suka minum kopi, kalo dibuat story juga aesthetic aja menurutku”.

Subjek (M) mengatakan “kadang kadang iya mas, jadi kalo pas post di sosmed ga kaya musiman gitu”.

Sejalan dengan penelitian sebelumnya terkait dewasa awal dengan ditandai adanya eksplorasi diri seorang dewasa awal (Hatano et al., 2022). Jadi kesimpulan dari pernyataan diatas, satu dari tiga subjek lainnya tidak suka dengan hal yang masih belum banyak dimiliki individu lain. Kemudian peneliti berasumsi tiga subjek lainnya memiliki kepuasan YOLO dengan kecenderungan mengunggah postingan media sosial. YOLO (you only live once) merupakan istilah slang yang bermaksud “hidup hanya sekali” dan memberikan motivasi atau informasi kepada yang lainnya (Lukman Hakim, 2023)(Lukman Hakim, 2023).

4. Ingin diterima dan diakui

Kepribadian dan karakter manusia sangat beragam, dan individu yang menghadapi keinginan untuk diterima atau diakui oleh lingkungan sosial namun merasa terbebani oleh rasa malu atau ketidaknyamanan, cenderung membagikan postingan dengan tujuan mendapatkan pengakuan atau penerimaan.

Subjek (V) mengatakan “waduh kalo ini iya mas, kalo ngomong langsung kan malu mas, jadi ya posting kata kata gitu, atau di captionnya”.

Subjek (A) mengatakan “aku typical ngomong langsung orangnya, jadi ga pernah post post gitu”

Subjek (R) “hehehe, valid no debat, kalo ini aku iya”.

Subjek (M) mengatakan “enggak, mending aku ngomong langsung”.

Keempat subjek menyampaikan tanggapan yang sebanding, menyimpulkan bahwa karakteristik perilaku flexing tidak dapat dianggap seragam untuk semua orang.

5. Pandangan orang lain

Seberapa berpengaruhnya pandangan orang lain terhadap diri kita juga dapat seseorang melakukan flexing di media sosial dengan maksud membela dirinya atau membalas.

Subjek (V) mengatakan “dulu iya sih pas masih bocil, disindir update status, dipuji update status, bahkan berantem status. Sekarang kalo inget malu mas hahaha”.

Subjek (A) mengatakan “enggak kalo aku, kalo temen ada yang begitu

Hal serupa juga di akui oleh subjek (R) “aku, aku kayak ambil video dari sosmed terus ku post distory, tapi yang kayak tersirat buat ngejawab perlakuan orang gitu”

Subjek (M) “sama aku juga enggak, kalo gak suka ya langsung japri, uuiiiihhhhh”.

Kesimpulannya adalah, sikap dan ucapan seseorang mampu mempengaruhi individu lain dengan respon balik melalui unggahan social media. Namun satu dari tiga subjek lainnya menjawab pandangan orang lain melalui unggahan media sosial.

6. Memaksakan keadaan

Memaksakan keadaan materil dan sebagainya untuk dapat mengunggah postingan juga dapat dialami oleh seseorang.

Subjek (V) mengatakan “enggak enggak, enggak sebegitunya mas”

Subjek (A) “waduh enggak sih, sadar diri mas aku orangnya hahaha”. Hal ini mencukupi untuk menegaskan bahwa pandangan stereotip terhadap generasi Zoomer tidak berlaku bagi seluruh anggota generasi tersebut.

Kemudian subjek (R) mengatakan “aku enggak, kalo gabisa ya enggak memaksakan keadaan. Capek mas jadi orang kayak gitu, ada temenku kerja yang begitu soalnya”.

Subjek (M) mengatakan “diusahakan sih mas menurutku kalo aku, tapi kalo sampek yang memaksakan harus gitu enggak”

Keempat subjek tidak memaksakan suatu keadaan hanya untuk memenuhi kebutuhan story. Namun juga dijelaskan bahwa subjek lebih mengusahakan ketimbang memaksakan.

7. Sulit berteman

Merasa sulit untuk membangun hubungan pertemanan tidak dapat dikatakan langsung seseorang tersebut mengalami kecemasan sosial, namun seseorang yang merasa sulit mendapatkan teman dapat mencari perhatian di media sosial.

Subjek (V) mengatakan “eh, emang ada orang yang begitu mas, susah cari temen terus post post, astaghfirullah, tapi kalo aku sama sekali enggak, gatau juga sih ya diluar sana”

Subjek (A) mengatakan “pernah ngalamin susah temenan, cuman enggak kalo sampe yang ngepost ngepost gitu”

Subjek (R) mengatakan “nemuin ini ditemen ku, tapi bukan temen kelas kuliah, dulu pas SMA, tapi pas udah kuliah enggak kayak gitu udahan”. Pernyataan tersebut juga

mempertegas bahwa sepuluh mahasiswi akuntansi angkatan 2021, STIE Kesuma Negara Blitar tidak mengalami kesusahan dalam membangun pertemanan satu sama lainnya.

Subjek (M) mengatakan “sampek sekarang sih enggak kalo aku, tapi aku nemuin ini ditemenku, cuman ya ngapain gitu pengen temenan sampek post post gitu kan ya aneh aja menurutku mas”. Rendahnya tingkat kecerdasan emosi seseorang mengakibatkan kurangnya empati dengan individu lain, kemudian kontrol diri seseorang yang matang dapat mencegah individu untuk melakukan flexing (Yesi Dwi Andari, 2023).

Simpulan

Menarik kesimpulan dari uraian diatas bahwa terdapat faktor dan indikator sebagai pendorong seseorang melakukan flexing seperti temuan temuan sebelumnya. Selanjutnya berdasarkan hasil observasi dan wawancara memperoleh 1) tidak semua individu melakukan flexing dengan alasan yang sama, 2) persepsi individu terkait flexing tergantung dari seberapa dalam kontrol diri dan pengalaman hidup, 3) mahasiswi STIE Kesuma Negara jurusan akuntansi, angkatan 2021 dapat memahami dan mencegah perilaku flexing dari masa sebelumnya, 4) terjadinya perilaku flexing dari sudut pandang subjek dan peneliti terdapat faktor maupun indikator yang mempengaruhi.

Daftar Rujukan

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Dan Praktek* (Edisi Revisi Vi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/Ilkom.V14i2.7504>
- Fauziah, N. (2023). Flexing Dalam Masyarakat Tontonan : Dari Tabu Menjadi Sebuah Strategi Flexing In A Spectacle Society : Form Taboo To A Strategy. *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 04(1), 62–76.
- Hatano, K., Luyckx, K., Hihara, S., Sugimura, K., & I. Becht, A. (2022). Daily Identity Processes And Emotions In Young Adulthood: A Five-Day Daily-Diary Method. *Journal Of Youth And Adolescence*, 51(9), 1815–1828. <https://doi.org/10.1007/S10964-022-01629-X>
- Hawwin Fitra Raharja, Tri Marhaeni Pudji Astuti, Hamdan Tri Atmaja, Puji Lestari, & Eko Handoyo. (2023). Peran Pendidikan Karakter Untuk Menghadapi Tren Flexing Di Era Teknologi. *Prosiding Seminar Nasional Pascasarjana (Prosnampas)*, 6(1), 369–374.
- li, B. A. B. (N.D.). *Ramona Napitupulu Ss, Outer Beauty Vs Inner Beauty . (Magelang :*

El Nissi Education Media (Enem), 2022), Hlm.01. 21 22. 22–41.

- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram Dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 41–57. <https://doi.org/10.30631/Baitululum.V4i1.46>
- Khayati, N., Apriliyanti, D., Nastacia Sudiana, V., Setiawan, A., & Pramono, D. (2022). Fenomena Flexing Di Media Sosial Sebagai Ajang Pengakuan Kelas Sosial Dengan Kajian Teori Fungsionalisme Struktural. *Jurnal Sosialisasi*, 9, 113–121.
- Lukman Hakim. (2023a). The Narration Of Religious Moderation For Mitigating Radicalization Among The Millennial Generations On Pesantren Lirboyo Instagram. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 16(2), 368–384.
- Lukman Hakim, R. A. A. F. (2023b). Representasi Fanatisme Remaja Terhadap Korean Wave Pada Iklan Mc Donald's Indonesia. *Source: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 124–137.
- Murjana, K. P. O., & Sinarwati, N. K. (2022). Persepsi Mahasiswa Tentang Flexing Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Investasi. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 13, 837–844.
- Rachmawati, N., Marini, A., Nafiah, M., & Nurashiah, I. (2022). Projek Penguatan Profil Pelajar Pancasila Dalam Impelementasi Kurikulum Prototipe Di Sekolah Penggerak Jenjang Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 6(3), 3613–3625. <https://doi.org/10.31004/basicedu.V6i3.2714>
- Rastati, R. (2018). Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z Di Jakarta. *Jurnal Kwangsan*, 6(1), 60. <https://doi.org/10.31800/jtp.kw.V6n1.P60--73>
- Solikhah, P. (2023). *The Effect Of Flexing And Personal Branding On Social Media On The Lifestyle Of Milenial Islamic Students In Yogyakarta Indonesia*. 2, 54–65.
- Suhartanti, L. (2016). Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Narcissistic Personality Disorder Pada Pengguna Instagram Di Sma N 1 Seyegan The Influence Of Self-Control Towards Narcissistic Personality To Instagram User. *Pengaruh Kontrol Diri... (Laela Suhartanti)*, 184.
- Yesi Dwi Andari, H. H. P. (2023). Kecemasan Istri Prajurit Tni-Ad Di Asrama Militer Yonif 511 Kota Blitar Pada Saat Suami Bertugas Ke Merauke. *Al-Ihath: Jurnal Bimbingan Dan Konseling Islam*, 3(1), 64–74.