

Analisis Flexing di Media Sosial: Citra, Konsumsi, dan Hubungan Sosial Gen Z

1Kharisatul Uyun 2Vina Nur Farida 3Roso Prajoko

¹²³Universitas Boyolali

1kharisatul.uyun13@gmail.com 2faridaavina@gmail.com 3rosoprajoko@gmail.com

Abstrak

Fenomena flexing di media sosial semakin populer di kalangan generasi muda sebagai upaya untuk menampilkan citra diri dan pencapaian yang mereka raih dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak fenomena flexing terhadap pembentukan diri, perilaku konsumsi, serta hubungan sosial para penggunanya menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan landasan teori Identitas Sosial. Data penelitian dikumpulkan melalui studi literatur, analisis konten media sosial yang dilakukan secara mendalam, serta wawancara dengan 3 informan yang merupakan mahasiswa aktif di Universitas Boyolali berusia 18–25 tahun yang mewakili riset kali ini dan mampu menjelaskan fenomena yang ada, sehingga peneliti menilai informan tersebut mampu memberikan jawaban dalam riset kali ini. Jenis data yang diperoleh meliputi narasi pengalaman pribadi, pola interaksi sosial dalam postingan flexing, dan persepsi terhadap dampak sosial-psikologis dari flexing. Peneliti juga menambahkan jenis data melalui wawancara, catatan informan dan hasil pengamatan dari media sosial yang dimiliki informan serta hasil peneliti yang terbaru dalam bahasan yang menyerupai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa flexing berperan sebagai strategi efektif dalam membangun identitas sosial dan meningkatkan motivasi individu, tetapi di sisi lain juga menimbulkan tekanan sosial yang berpengaruh pada kondisi psikologis serta pola interaksi sosial mereka di lingkungan digital maupun nyata.

Kata Kunci: Citra, Flexing, Gen Z, Konsumsi, Media Sosial

Abstract

The phenomenon of "flexing" on social media is becoming increasingly popular among young people as a way to showcase their self-image and the achievements they've made in their daily lives. This study aims to analyze the impact of the flexing phenomenon on the self-formation, consumption behavior, and social relationships of its users, using a qualitative approach based on Social Identity theory. Research data was collected thru literature studies, in-depth analysis of social media content, and interviews with 3 informants who are active students at Boyolali University aged 18-25, representing this research and able to explain the existing phenomena. Therefore, the researcher considered these informants capable of providing answers for this research. The types of data obtained include personal experience narratives, social interaction patterns in flexing posts, and perceptions of the socio-psychological impact of flexing. The researcher also added data types thru interviews, informant notes, and observation results from the informants' social media, as well as the researcher's latest findings on a similar topic. The research findings indicate that flexing serves as an effective strategy for building social identity and increasing individual motivation, but on the other hand, it also creates social pressure that affects their psychological well-being and social interaction patterns in both digital and real-world environments.

Keywords: Image, Flexing, Gen Z, Consumption, Social Media

Introduction

Dalam era digital, media sosial menjadi platform utama generasi muda untuk mengekspresikan identitas dan pencapaian. Media sosial sebagai ruang digital merupakan platform yang paling banyak dimanfaatkan masyarakat Indonesia untuk melakukan flexing yang tercermin dari tingginya jumlah pengguna media sosial. Data tahun 2023 menunjukkan bahwa sekitar 167 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan berbagai media sosial, seperti TikTok, Instagram, Facebook, Messenger, YouTube, Twitter, LinkedIn, dan platform sejenis lainnya (Pakpahan & Yoesgiantoro, 2023).

Menurut *Cambridge Dictionary*, flexing merupakan tindakan memperlihatkan sesuatu yang dimiliki seseorang, namun dilakukan dengan cara yang kerap dipersepsikan orang lain sebagai tidak menyenangkan yang berusaha membentuk ciri pribadi secara personal baranding yang menonjolkan kemewahan (Zahra et al., 2024). Meskipun sering dipandang sebagai tindakan pamer, flexing juga memiliki aspek positif yang berhubungan dengan dorongan motivasi, pembentukan identitas diri, dan interaksi sosial. Selain itu, flexing dapat dianggap sebagai strategi untuk memperkuat identitas sosial serta membangun personal branding melalui unggahan tentang prestasi akademik, kesuksesan karier, maupun gaya hidup (Putri & Rosa, 2024). Dari perspektif psikologi sosial, perilaku flexing muncul karena adanya dorongan individu untuk memperoleh pengakuan atau validasi dari lingkungan sekitar untuk mendapatkan penerimaan atau pengakuan, serta memperkuat rasa percaya diri dalam proses pembentukan identitas dirinya dalam kehidupan bermasyarakat (Salamah et al., 2025).

Pembahasan mengenai fenomena flexing menjadi menarik karena memunculkan pro dan kontra di tengah masyarakat. Sebagian pengguna media sosial menilai bahwa tindakan flexing adalah hal yang wajar, sebab setiap individu memiliki hak untuk mengekspresikan diri di platform digital. Apalagi jika hal tersebut dilakukan sebagai bentuk perayaan atas pencapaian maupun keberhasilan yang telah diraih (Annisa, 2023). Namun, fenomena ini memunculkan berbagai konsekuensi, dari motivasi personal hingga tekanan sosial dan perubahan pola konsumsi yang perlu dianalisis lebih dalam. Fenomena flexing di media sosial kini tampak berkembang menjadi bagian dari budaya masyarakat. Pola hidup konsumtif dan kecenderungan hedonistik semakin mengakar, seiring dengan dorongan sebagian individu untuk meningkatkan status sosialnya (*social climber*) atau sekadar menampilkan citra sebagai orang berada (Arsyad, 2022).

Sejumlah penelitian terdahulu telah mengidentifikasi faktor-faktor yang mendorong seseorang melakukan flexing. Seperti Ramona Napitulu SS (2022) dalam penelitian yang dikutip MA Fikri (2023) menyebutkan bahwa motivasi flexing antara lain untuk meningkatkan rasa percaya diri, menarik perhatian lawan jenis, adanya permasalahan kepribadian, serta tekanan sosial yang dialami individu. Sementara itu, penelitian Imelda (2023) menyoroti indikator gaya hidup flexing yang meliputi perasaan tidak aman (*insecure*), usaha memanipulasi citra diri agar tampak makmur, obsesi terhadap kepemilikan orang lain, kebutuhan untuk diterima dan diakui, ketergantungan pada pandangan orang lain, kecenderungan memaksakan keadaan, serta kesulitan dalam menjalin hubungan pertemanan. (Arik & Pradana, 2024). Individu yang melakukan flexing sering kali merasa perlu menampilkan keunggulan diri atau seperioritas di hadapan orang lain. Dengan memperlihatkan kekayaan atau pencapaian, mereka beranggapan dapat membuktikan bahwa telah meraih level kesuksesan tertentu. Praktik ini juga dapat berfungsi sebagai mekanisme untuk menutupi atau mengatasi perasaan inferioritas yang dimiliki. Sebagai contoh, seseorang yang kerap membagikan unggahan mengenai mobil mewah atau perjalanan liburan eksklusif di media sosial mungkin melakukannya sebagai bentuk representasi atas keberhasilan yang ingin ditonjolkan (Muzayannah & Kumala, 2024).

Literature Review

Penelitian yang menggabungkan pendekatan budaya dengan teori Identitas Sosial sebagai kerangka multiperspektif masih jarang dilakukan, sehingga pemaknaan flexing sebagai cerminan pergeseran nilai sosial dari ruang nyata menuju ruang digital masih kurang terjelaskan secara mendalam. Belum banyaknya riset yang menggunakan teori identitas sosial dalam memaknai flexing membuat peneliti melakukan penelitian yang berujudul Analisis Flexing di Media Sosial: Citra, Konsumsi, dan Hubungan Sosial Gen Z

Flexing di media sosial

Fenomena flexing di media sosial kini semakin marak di kalangan generasi muda, terutama Generasi Z, yang menggunakan berbagai platform seperti TikTok, Instagram, dan Facebook untuk menampilkan citra diri, prestasi, serta status sosial melalui representasi digital mereka. Praktik flexing tidak semata-mata dimaknai sebagai tindakan pamer, melainkan juga sebagai strategi dalam membangun personal branding dan memperkuat identitas sosial yang berperan penting dalam memperoleh pengakuan serta validasi sosial di ruang digital (Pakpahan & Yoesgiantoro, 2023).

Dari sudut pandang psikologis, perilaku flexing mencerminkan dorongan internal individu untuk mendapatkan penerimaan sosial, meningkatkan rasa percaya diri (self-esteem), serta meneguhkan identitas sosialnya di dalam kelompok tempat ia berinteraksi. Teori Identitas Sosial yang dikemukakan oleh Tajfel dan Turner menjelaskan bahwa individu berusaha menampilkan citra positif diri dan mencari pengakuan dari kelompoknya melalui ungahan atau representasi digital yang dipilih secara selektif. Meski demikian, perilaku ini juga dapat menimbulkan konsekuensi psikologis, seperti tekanan sosial, rasa rendah diri, kecemasan, bahkan gangguan kesehatan mental akibat perbandingan sosial berlebihan dan perilaku konsumtif yang meningkat (Salamah et al., 2025).

Dampak sosial dari fenomena flexing sangat beragam; di satu pihak, praktik ini dapat memperkuat hubungan antarindividu, memberikan inspirasi, serta memotivasi para pengikutnya. Namun, di pihak lain, flexing juga berpotensi menimbulkan konflik sosial, rasa iri, dan memperlebar kesenjangan sosial akibat perbedaan status yang terlihat melalui konten digital. Fenomena tersebut menggambarkan adanya pergeseran budaya dan dinamika sosial di era digital yang terus berkembang, di mana ruang maya berfungsi sebagai arena baru bagi interaksi sosial serta pembentukan identitas dalam masyarakat modern (Bamazruk et al., 2025). Sebagian besar penelitian mengenai fenomena flexing di media sosial sejauh ini lebih banyak berfokus pada dampak negatifnya, seperti timbulnya perasaan iri, rendah diri, tekanan psikologis, serta kecenderungan perilaku konsumtif. Selain itu, sebagian besar kajian sebelumnya cenderung hanya menggunakan satu pendekatan teoritis, sehingga belum mampu memberikan pemahaman yang menyeluruh tentang peran flexing sebagai bentuk strategi presentasi diri, pembentukan identitas sosial, simbol status, sekaligus wadah perbandingan sosial di kalangan generasi muda. Penelitian yang menggabungkan pendekatan budaya dengan teori Identitas Sosial sebagai kerangka multiperspektif masih jarang dilakukan, dan ini sebagai pintu masuk peneliti sehingga pemaknaan flexing sebagai cerminan pergeseran nilai sosial dari ruang nyata menuju ruang digital masih kurang terjelaskan secara mendalam dan ini menjadi pintu masuk peneliti untuk melakukan riset kali ini

Penelitian ini menghadirkan pembaruan dengan mengintegrasikan teori Identitas Sosial dan pendekatan budaya digital sebagai landasan analisis. Melalui kerangka ini, flexing tidak sekadar dipandang sebagai tindakan pamer, tetapi juga sebagai praktik budaya yang berperan dalam proses pembentukan nilai, identitas, serta relasi sosial generasi muda baik di media sosial maupun dalam kehidupan sehari-hari. Pendekatan multiperspektif tersebut memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh dan kontekstual terhadap sisi positif maupun negatif dari fenomena flexing, serta menyingkap bagaimana aktivitas ini berfungsi sebagai arena perbandingan sosial dan representasi simbol status baru di era digital. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa flexing sebagai strategi membangun identitas sosial dan motivasi, tetapi juga menimbulkan tekanan sosial yang berdampak pada kondisi psikologis dan interaksi sosial.

Tujuan penelitian ini diantaranya; 1) Menganalisis dampak flexing terhadap pembentukan diri, 2) Mengkaji pengaruh flexing terhadap perilaku konsumsi, 3) Menelaah pengaruh flexing terhadap hubungan sosial antarindividu, dengan menggunakan metode kualitatif dan teori Identitas Sosial. Data diperoleh dari studi literatur, analisis konten media sosial, dan wawancara mendalam.

Methods

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan mengacu pada pendekatan John

W. Creswell (2012). Metode deskriptif-kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memberikan uraian dan penjelasan mendalam mengenai fenomena yang menjadi fokus kajian (Kasuda et al., 2024). Proses penelitian ini bertujuan untuk memahami berbagai fenomena manusia atau sosial dengan membangun gambaran yang utuh dan mendalam, disajikan dalam bentuk deskripsi verbal. Penelitian ini memuat pandangan yang diperoleh secara rinci dari para informan dan dilaksanakan dalam konteks atau situasi yang bersifat alami (Fadli, 2021). Fokus utama nya terletak pada pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang menjadi objek kajian, dengan penekanan khusus pada aspek makna serta konteks yang melatarbelakanginya (Bahiyyah & Gumiandari, 2024).

Creswell (2012) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu proses investigasi yang berfokus pada pemahaman fenomena sosial yang kompleks melalui pengumpulan data berupa narasi, wawancara mendalam, serta analisis konteks. Dengan demikian, penelitian ini berupaya menyajikan pemahaman menyeluruh (holistik) mengenai dinamika flexing di lingkup digital yang dialami generasi muda. Penelitian ini melibatkan tiga informan berusia antara 18–25 tahun yang dipilih melalui metode purposive sampling, yakni berdasarkan kriteria tertentu, yaitu individu yang aktif di media sosial serta pernah melakukan atau merespons praktik flexing. Teknik purposive sampling digunakan untuk memperoleh data yang relevan dan mendalam terhadap fenomena yang dikaji. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam yang direkam dan ditranskripsikan secara verbatim guna menjaga keaslian narasi. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan teknik Miles and Hubberman dengan langkah-langkah sebagai berikut: (1) tahapan reduksi data, (2) penyajian data, (3) pengambilan kesimpulan, untuk mengidentifikasi pola perilaku, motivasi, serta dampak flexing dalam konteks pembentukan identitas sosial, perilaku konsumtif, dan relasi sosial.

Results and Discussion

Hasil penelitian mengungkap bahwa fenomena flexing di media sosial tidak semata-mata merupakan ajang pamer kekayaan, melainkan juga berperan sebagai sarana pembentukan identitas sosial dan citra digital individu. Temuan ini diperoleh melalui analisis konten terhadap dua kreator TikTok populer yaitu Willie Salim dan Fuji, yang dipilih karena merepresentasikan dua bentuk flexing yang berbeda dengan Willie Salim yang menampilkan flexing melalui kegiatan sosial dan pencapaian karier, sedangkan Fuji menunjukkan bentuk flexing yang lebih bersifat personal dan inspiratif. Berdasarkan analisis tersebut, terlihat bahwa praktik flexing yang dilakukan keduanya memiliki nilai motivasional dan inspiratif, dengan menonjolkan keberhasilan melalui tindakan nyata serta perubahan positif dalam kehidupan mereka.

Konten yang ditampilkan oleh Willie Salim memperlihatkan bentuk flexing yang berorientasi sosial. Ia menonjol melalui kegiatan berbagi yang bersifat langsung, seperti membeli seluruh dagangan pedagang kecil atau memberikan bantuan kepada masyarakat. Aksi tersebut menampilkan citra positif yang menekankan nilai empati, kepedulian, dan motivasi untuk berbuat baik. Willie Salim adalah seorang content creator dikenal melalui unggahan sosialnya seperti kegiatan berbagi uang, *prank* bernuansa positif, serta aksi kejutan. Jenis konten tersebut menarik perhatian luas dari masyarakat karena dianggap mampu menyentuh sisi emosional penonton dan menghadirkan pesan kebaikan dalam bentuk hiburan. Namun demikian, tanggapan terhadap konten tersebut beragam, sebagian audiens memberikan apresiasi positif, sedangkan lainnya mempertanyakan motif yang melatarbelakangi tindakan tersebut (M. Tsalits Amalil Fauzy et al., 2025). Dengan demikian, flexing yang dilakukan tidak hanya memperlihatkan kekayaan, melainkan juga nilai moral yang menyertainya.

Sementara itu, flexing pada Fuji lebih mencerminkan gaya hidup modern yang identik dengan hasil kerja keras dan pencapaian pribadi. Melalui unggahan yang memperlihatkan kemewahan, perjalanan, dan prestasi, Fuji membangun citra diri yang kuat sebagai figur sukses dan mandiri. Konten kreator Fuji merupakan contoh konkret dari figur publik yang berhasil membangun brand loyalty di kalangan pengikutnya, bukan hanya melalui konten yang menghibur, tetapi juga lewat gaya interaksi yang hangat saat live streaming, konsistensi kehadiran, serta kemampuan memanfaatkan tren sosial dengan cerdas. Fuji membentuk citra diri yang kuat sebagai sosok mandiri dan sukses melalui interaksi personal, kolaborasi produk, serta promosi yang didasarkan pada pengalaman pribadinya. Namun demikian, gaya hidup modern yang

ditampilkan melalui praktik flexing juga menuai kritik karena dinilai dapat mendorong perilaku konsumtif dan menimbulkan perbandingan sosial yang kurang sehat di antara para pengikutnya (Haraha et al., 2025).

Secara teoritis, fenomena ini berhubungan dengan konsep identitas sosial, yang menjelaskan bahwa individu memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk membentuk serta menegaskan citra diri sesuai dengan aspirasi dan pengaruh sosial di lingkungannya. Dengan demikian, flexing dapat dimaknai bukan sekadar tindakan pamer kekayaan, melainkan strategi simbolik untuk membangun citra diri dan memperoleh pengakuan sosial, yang pada gilirannya menimbulkan dampak psikologis dan sosial yang kompleks bagi pelakunya. Kedua contoh tersebut memperlihatkan bahwa flexing memiliki sifat ambivalen. Di satu sisi, flexing dapat menjadi sumber inspirasi dan motivasi, tetapi di sisi lain jika dilakukan berlebihan, dapat menimbulkan tekanan psikologis dan kesenjangan sosial. Oleh karena itu, penting untuk memahami flexing dalam konteks sosial dan psikologis yang lebih luas agar tidak menimbulkan dampak negatif bagi diri sendiri maupun masyarakat.

Identitas Sosial dan Pembentukan Diri

Media sosial berperan sebagai platform bagi individu untuk mengekspresikan serta menampilkan identitas diri mereka di ruang digital (Putri & Rosa, 2024). Dalam konteks budaya digital, media sosial menjadi ruang penting bagi individu untuk membentuk, menampilkan, dan menegaskan identitas sosialnya. Identitas yang dibangun tidak selalu mencerminkan kehidupan nyata secara keseluruhan, melainkan versi diri yang telah diseleksi dan disesuaikan dengan citra yang ingin ditampilkan. Flexing muncul sebagai salah satu cara untuk menampilkan identitas positif, memperlihatkan keberhasilan, kemampuan, dan gaya hidup yang dianggap ideal. Flexing juga menjadi sarana bagi individu untuk mengakui dan menegaskan rasa bahagia serta keberhasilan yang telah dicapai (Fahmi et al., 2024). Melalui unggahan di media sosial, individu berusaha menampilkan diri sebagai sosok yang produktif, berprestasi, dan diterima oleh lingkungannya. Praktik ini sekaligus menunjukkan adanya kebutuhan untuk memperoleh pengakuan sosial dan rasa kebersamaan di ruang digital.

Menurut Dictionary.com (n.d), istilah *flexing* merupakan bahasa gaul di internet yang menggambarkan tindakan seseorang yang menunjukkan atau menonjolkan kelebihan dirinya, seperti bentuk tubuh, pencapaian, kepemilikan, atau hal lain yang dianggap lebih baik dari orang lain. Perilaku ini sering mendapat kritik karena dianggap mirip dengan sikap pamer dan cenderung dianggap mengganggu atau menyebalkan (Fahmi et al., 2024). Generasi muda memandang flexing di media sosial sebagai cara untuk membentuk citra diri (*self image*) yang positif di ruang digital. Tindakan ini tidak sekadar dianggap sebagai ajang pamer, tetapi sebagai upaya yang disengaja untuk menegaskan dan memperkuat pandangan positif tentang diri sendiri maupun orang lain (Syarifah Chairunnisak et al., 2025).

Fenomena flexing menjadi salah satu cara individu menegaskan identitas sosialnya di dunia maya. Melalui unggahan yang menampilkan pencapaian, gaya hidup, atau barang mewah, seseorang berusaha memperlihatkan status, kemampuan, serta nilai diri yang ingin diakui oleh lingkungannya, ini selaras dengan Teori Identitas Sosial Tajfel & Turner (1979), yang menyatakan bahwa individu berupaya menampilkan citra positif agar mendapat pengakuan dari kelompok sosial yang dianggap penting. Dalam konteks ini, media sosial menjadi arena simbolik untuk memperkuat identitas diri dan mengomunikasikan posisi sosial seseorang di masyarakat. Dengan demikian, flexing dapat dipahami sebagai manifestasi dari proses pembentukan identitas sosial di era digital, di mana citra diri tidak hanya dibentuk oleh realitas, tetapi juga oleh representasi yang dikonstruksi melalui unggahan visual dan naratif di media.

Motivasi Flexing

Motivasi seseorang dalam melakukan flexing di media sosial beragam dan tidak selalu dilandasi oleh keinginan untuk pamer. Sebagian besar dorongan berasal dari kebutuhan psikologis dan sosial, seperti mengekspresikan diri, menunjukkan rasa bangga atas pencapaian, atau membangun citra positif di hadapan publik. Secara umum, konten flexing dapat berfungsi sebagai pendorong motivasi bagi sebagian orang untuk berusaha lebih giat dan meraih kesuksesan (Nathania & Hartanti, 2025).

Flexing juga dapat menjadi sarana dokumentasi momen pribadi yang dianggap berharga, serta

media untuk memotivasi diri sendiri maupun orang lain. Nevid dalam Apriliani, 2015:3, menyatakan bahwa individu cenderung menonjolkan prestasi yang telah mereka capai agar mendapatkan keagungan dari orang lain. Pada dasarnya, perilaku flexing mencerminkan adanya dorongan kuat untuk diakui dan menunjukkan eksistensi diri (Adinda, 2023). Selain faktor internal, terdapat pula faktor eksternal berupa kebutuhan akan validasi sosial. Apresiasi dalam bentuk like, komentar, atau perhatian publik sering kali menimbulkan rasa diterima dan dihargai, meskipun tidak menjadi satu-satunya tujuan utama. Individu yang melakukan flexing mungkin berusaha memperoleh pengakuan atau perhatian dari orang lain sebagai bentuk validasi diri. Tindakan tersebut menjadi cara bagi mereka untuk merasa dihargai dan diakui keberadaannya dalam lingkungan sosial (Sari et al., 2023). Salah satu faktor yang mendorong seseorang melakukan flexing adalah keinginan untuk menghargai dirinya sendiri sekaligus memperoleh pengakuan atau apresiasi dari orang lain (Adinda, 2023).

Hal ini menunjukkan bahwa flexing berperan sebagai bentuk komunikasi simbolik antara individu dan lingkungan digitalnya. Oleh karena itu, flexing dapat dipahami sebagai bentuk komunikasi dua arah antara individu dan audiens digitalnya. Ia berfungsi sebagai sarana menampilkan identitas diri, membangun citra sosial, dan mempererat hubungan sosial dalam ekosistem media yang saling terhubung.

Dampak Psikologis Flexing

Secara psikologis, flexing memiliki dampak yang beragam tergantung pada konteks dan persepsi individu. Di satu sisi, flexing dapat meningkatkan rasa percaya diri ketika mendapat tanggapan positif dari publik. Fenomena flexing muncul sebagai dampak dari kemajuan teknologi komunikasi dan penyebaran inovasi yang memungkinkan terjadinya interaksi sosial di ruang digital. Sebagai sebuah strategi, flexing dapat membantu individu memperluas jaringan sosial serta meningkatkan rasa percaya diri. Namun, ketika dilakukan secara berlebihan, tindakan ini dapat menimbulkan kesan negatif seperti kesombongan, ketidakulusan, serta mendorong munculnya perbandingan sosial yang tidak sehat (Kasuda et al., 2024). Unggahan yang diapresiasi dapat menumbuhkan perasaan bangga, optimisme, dan motivasi untuk berkembang. Citra diri dapat terbentuk melalui unggahan pencapaian di media sosial, di mana seseorang berupaya meningkatkan *personal branding*-nya (Wahidah & Khodijah, 2023). Dalam hal ini media sosial berfungsi sebagai ruang penguatan diri (*self-affirmation*) yang dapat menumbuhkan semangat dan kepuasan pribadi. Namun di sisi lain, flexing juga dapat menimbulkan tekanan psikologis. Ketika individu membandingkan diri dengan unggahan orang lain yang menampilkan kemewahan atau keberhasilan, muncul kemungkinan timbulnya rasa miskin, iri, atau cemas. Perbandingan sosial yang terus-menerus dapat memunculkan ketidakpuasan terhadap diri sendiri, terutama jika individu mengukur nilai dirinya berdasarkan standar digital.

Flexing dapat menimbulkan gangguan kesehatan mental berupa kecemasan pada pengguna media sosial yang merasa tidak mampu mengikuti tren atau konten yang sengaja dibuat viral oleh pengguna lainnya. Individu yang tidak memiliki akses terhadap kemewahan atau gaya hidup yang sering ditampilkan di media sosial dapat merasa miskin dan cemas. Jika kondisi ini berlangsung terus-menerus, hal tersebut berpotensi berkembang menjadi gangguan mental yang lebih serius seperti depresi. Seseorang dengan kestabilan emosi yang rendah juga cenderung merasa khawatir berlebihan dan sering membandingkan pencapaiannya dengan orang lain (Bamazruk et al., 2025).

Pengaruh Flexing pada Perilaku Konsumsi

Media sosial berperan besar dalam membentuk pola konsumsi masyarakat modern. Flexing menjadi salah satu faktor yang mendorong munculnya perilaku konsumtif karena menciptakan keinginan untuk meniru gaya hidup yang ditampilkan di dunia maya. Individu cenderung tertarik membeli barang atau mengikuti tren tertentu agar terlihat sesuai dengan citra sosial yang ideal. Budaya *flexing*, yaitu kebiasaan menampilkan kemewahan dan kekayaan di dunia maya, membentuk pola pikir konsumtif yang dapat memicu tekanan psikologis pada kalangan generasi muda. Temuan penelitian menunjukkan bahwa budaya tersebut mendorong sebagian mahasiswa untuk berperilaku konsumtif dengan membeli barang-barang mewah yang tidak selalu sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, paparan konten *flexing* yang berlebihan

dapat menimbulkan kecemasan dan menurunkan rasa percaya diri, sehingga berdampak negatif terhadap kesehatan mental. Meskipun demikian, terdapat pula individu yang mampu mengendalikan perilaku konsumtifnya dengan menyesuaikan pada kemampuan finansial, serta memandang *flexing* hanya sebagai bentuk hiburan semata (Bamazruk et al., 2025). Fenomena ini menandai pergeseran makna konsumsi, di mana nilai suatu barang tidak lagi ditentukan oleh fungsi, tetapi oleh simbol status dan pengakuan sosial yang menyertainya. Namun, tidak semua individu terpengaruh secara negatif. Banyak pengguna media sosial yang mampu mengontrol perilaku konsumsinya dengan mempertimbangkan kemampuan finansial dan kebutuhan nyata. Mereka memaknai *flexing* hanya sebagai bentuk hiburan atau apresiasi terhadap pencapaian, bukan sebagai tekanan untuk meniru.

Dengan demikian, *flexing* dapat memicu konsumsi simbolik, tetapi dampaknya sangat tergantung pada tingkat kesadaran dan pengendalian diri. Secara tidak langsung, praktik *flexing* dapat mendorong meningkatnya perilaku konsumtif di kalangan masyarakat. Apalagi dengan kemajuan teknologi, berbagai platform belanja online kini menyediakan fasilitas kredit dan pinjaman yang mudah diakses. Jika tren ini tidak disikapi dengan bijak, individu berisiko terjebak dalam pola konsumsi berlebihan hingga menanggung beban utang (Wahidah & Khodijah, 2023). Kesadaran finansial dan kemampuan reflektif menjadi faktor utama agar perilaku konsumsi tetap rasional meskipun berada di tengah arus budaya digital yang kompetitif.

Dampak Flexing pada Hubungan Sosial

Dalam kehidupan sosial, *flexing* memunculkan dinamika hubungan yang kompleks. Di satu sisi, *flexing* dapat memperkuat interaksi sosial karena menjadi media berbagi pengalaman, sumber hiburan, atau inspirasi. Generasi Z memanfaatkan *flexing* sebagai bentuk *personal branding* yang bukan sekadar ajang pamer kekayaan, tetapi juga sarana untuk membangun citra diri yang inspiratif serta menghibur para pengikutnya. Praktik ini berfungsi sebagai media interaksi sosial yang positif dan konstruktif, yang dapat mendorong munculnya motivasi serta semangat bagi anggota komunitas digital lainnya (Fahmi et al., 2024). Unggahan yang menampilkan pencapaian atau kegiatan positif dapat menumbuhkan rasa kedekatan, memperluas jaringan pertemanan, serta menciptakan ruang komunikasi yang interaktif di dunia maya. Selain itu, *flexing* turut memperluas relasi dan menciptakan berbagai peluang baru melalui interaksi yang terjalin di media sosial (Bamazruk et al., 2025). *Flexing* di media sosial memberi kesempatan bagi individu untuk menampilkan pencapaian serta gaya hidupnya, sehingga menjadi sarana interaksi sosial yang lebih luas. Aktivitas ini dapat menumbuhkan rasa kedekatan dan memperluas jaringan melalui keterlibatan di dunia maya, di mana unggahan yang menonjolkan keberhasilan atau kemewahan berpotensi menjadi sumber motivasi sekaligus hiburan bagi pengguna lain (Rachman et al., 2024).

Namun di sisi lain, *flexing* juga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dan jarak sosial. Perilaku *flexing*, yaitu tindakan memamerkan kekayaan dan kemewahan di media sosial, dapat memicu munculnya perasaan iri, minder, serta kebencian di kalangan teman sebaya dan pengikut. Kondisi ini berpotensi menimbulkan jarak sosial dan rasa keterasingan, karena individu bisa merasa tersisih atau kurang berharga dibandingkan dengan mereka yang menampilkan gaya hidup mewah tersebut (Wahidah & Khodijah, 2023). Unggahan yang dianggap berlebihan atau tidak sensitif terhadap kondisi sosial orang lain dapat menimbulkan persepsi negatif, seperti anggapan pamer atau sombong. Hal ini dapat menurunkan citra diri dan menimbulkan kecemburuan sosial di antara pengguna media sosial.

Conclusion

Fenomena *flexing* di media sosial telah menjadi salah satu cara utama Gen Z untuk menyalurkan ekspresi diri dan membangun identitas sosial mereka. Tindakan ini tidak sekadar menampilkan kemewahan atau pencapaian, melainkan merupakan strategi dalam membangun citra diri serta personal branding yang memiliki fungsi sosial dan psikologis. Dalam konteks budaya digital saat ini, *flexing* menjadi sebuah media yang mempermudah individu memperoleh pengakuan sosial sekaligus motivasi untuk mencapai tujuan dan kesuksesan pribadi. Namun, fenomena ini juga menghadirkan berbagai tantangan seperti tekanan sosial yang berpotensi memunculkan perasaan cemas, perbandingan sosial yang negatif, hingga risiko

gangguan kesehatan mental.

Selain dampak psikologis, flexing juga memengaruhi pola konsumsi masyarakat, khususnya dalam mendorong perilaku konsumtif sebagai penunjang citra sosial yang ideal. Hal ini membuka peluang risiko konsumsi berlebihan bagi sebagian individu yang kurang memiliki kontrol finansial. Di sisi lain, flexing juga menjadi sarana untuk mempererat dan memperluas jaringan sosial, walaupun terdapat potensi konflik sosial dan kesenjangan akibat perasaan iri dan ketidakpuasan terhadap kondisi sosial yang ditampilkan. Dengan demikian, pemahaman menyeluruh serta penggunaan media sosial yang bijak sangat dibutuhkan agar fenomena flexing dapat memberikan dampak positif dan mengurangi pengaruh negatif yang mungkin muncul. Penelitian ini menggarisbawahi kompleksitas flexing sebagai praktik budaya dalam era digital yang mencerminkan perubahan dinamika sosial dan psikologis generasi masa kini. Penelitian ini menyoroti bahwa fenomena flexing memiliki kompleksitas sebagai bagian dari praktik budaya di era digital yang mencerminkan perubahan sosial dan psikologis pada generasi masa kini. Oleh sebab itu, peningkatan literasi digital menjadi hal yang penting agar individu dan masyarakat mampu menggunakan media sosial secara lebih bijaksana. Dengan pemahaman digital yang baik, tekanan sosial akibat flexing dapat dikurangi, sehingga media sosial dapat dimanfaatkan untuk memperkuat identitas diri dan membangun relasi sosial tanpa terjebak pada perilaku konsumtif maupun konflik sosial. Implikasi praktis dari temuan ini menegaskan pentingnya peran pendidikan dan kampanye literasi digital dalam menciptakan budaya online yang positif, sehat, dan berkelanjutan.

References

- Adinda, K. (2023). E M I K JURNAL ILMIAH ILMU-ILMU SOSIAL Flexing di Instagram: Antara Narsisme dan Benefit. *Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*, 6, 68–90. <https://doi.org/10.46918/emik.v6i1.1787>
- Annisa, N. N. (2023). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Islam. *IQTISHOD: Jurnal Pemikiran Dan Hukum Ekonomi Syariah*, 2(1), 37–43. <https://doi.org/10.69768/ji.v2i1.18>
- Arik, M. H., & Pradana, H. H. (2024). Fenomena Flexing Pada Media Sosial: Persepsi Generasi Z. *Psycho Aksara : Jurnal Psikologi*, 2(1), 29–36. <https://doi.org/10.28926/pyschoaksara.v2i1.1341>
- Arsyad, J. H. (2022). Fenomena Flexing di Media Sosial dalam Aspek Hukum Pidana. *Jurnal Cakrawala Informasi*, 2(1), 10–28. <https://doi.org/10.54066/jci.v2i1.158>
- Bahiyah, U., & Gumiandari, S. (2024). Upaya Menumbuhkan Self-Confidence Berbicara Bahasa Arab Melalui Aplikasi Plotagon Pada Mahasiswa Iain Syekh Nurjati Cirebon. In *General and Specific Research* (Vol. 4, Issue 2). <https://adisampublisher.org/index.php/edu/article/view/744/784>
- Bamazruk, A. H., Yudhistira, K., Putra, P. Y., Faizal, A. R., & Zaimasuri. (2025). Budaya Flexing di Tiktok: Dampaknya Terhadap Perilaku Konsumtif dan Kesehatan Mental Pada Mahasiswa Universitas Lampung. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, 8(5), 1–10.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fahmi, A. N., Komariah, S., & Wulandari, P. (2024). Flexing Dan Personal Branding: Konten Analisis Sosial Media Generasi Z Di Indonesia. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 13(1), 22–40. <https://doi.org/10.20961/jas.v13i1.74152>
- Haraha, A. P., Amelia, N., Aprilian, Y. D., & ... (2025). Digitalisasi dan Ekonomi Kreator: Analisis Peran Fujiian Dalam Membangun Pertumbuhan Ekonomi Lewat Live Tiktok. *Jurnal Pengabdian* ..., 109–122. <https://ejournal.staialamin.ac.id/index.php/pengabdian/article/view/415%0Ahttps://ejournal.staialamin.ac.id/index.php/pengabdian/article/download/415/231>
- Kasuda, R., Mahendra, R., & Paramadina, U. (2024). *Di media sosial*. 3(1), 83–89.
- M. Tsalits Amalil Fauzy, Alwan Abdillah Asa, Raffi Dwinanda Hartoni, M. Khibrab Aufa Firdaus, & Rio Kurniawan. (2025). Interpretasi Pengguna Tiktok Terhadap Konten Willie Salim. *JOSH: Journal of Sharia*, 4(02), 196–206. <https://doi.org/10.55352/josh.v4i02.1926>
- Muzaynah, A., & Kumala, P. N. (2024). Analisis Fenomena Flexing : Keterkaitan Antara Gaya

- Hidup dan Popularitas. *Komsospol*, 4(1), 19–27.
- Nathania, P., & Hartanti, L. E. P. (2025). Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Social Comparison Pada Orang Muda di Jakarta (Studi pada Konten Flexing Influencer TikTok @siscakohl). *Jurnal Audience*, 08(02), 246–265. <https://doi.org/10.33633/ja.v8i2.13496>
- Pakpahan, R., & Yoesgiantoro, D. (2023). Analysis of the Influence of Flexing in Social Media on Community Life. *Journal of Information System, Informatics and Computing*, 7(1), 173. <https://doi.org/10.52362/jisicom.v7i1.1093>
- Putri, E. Y., & Rosa, D. V. (2024). Flexing Sebagai Simulasi Mesin Hasrat dan Fragmentasi Tubuh Generasi Z. *Jurnal Socius: Journal of Sociology Research and Education*, 11(1), 14–24. <https://doi.org/10.24036/scs.v11i1.622>
- Rachman, A., Sangare, B., Suardi, D., Jamaludin, N., Azwar, M., Simatupang, A. D. R., Karim, S. I., Aprianto, M. R., & Rizky, T. M. (2024). ‘Flexing’ and its Implications for Religious and Social Life Among Indonesian Muslim Millennials. *Cakrawala: Jurnal Studi Islam*, 19(2), 62–71. <https://doi.org/10.31603/cakrawala.10461>
- Salamah, I. H., Wathani, M. F., Ulum, S. B., & Sya’roni, M. (2025). Personal Branding ala Generasi Digital: Kajian Tafsir Maqashid Terhadap Trend Flexing. *Al-Fahmu: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, 4(2), 230–240. <https://doi.org/10.58363/alfahmu.v4i2.447>
- Sari, P., Pautina, M. R., Lakadjo, M. A., Ardhan, N. L., & Prasetyo, A. (2023). Pandangan Teori Kebutuhan Dasar Abraham Maslow dan William Glasser tentang Fenomena Flexing. *JAMBURA Guidance and Counseling Journal*, 4(2), 89–94. <https://doi.org/10.37411/jgcj.v4i2.2764>
- Syarifah Chairunnisak, Sayed Ludhfi, Depita Kardiati, Fitria Akmal, Yuli Santri Isma, Jamiati KN, & Sarrah Kurnia Fadhillah. (2025). Flexing sebagai Strategi Representasi Diri di Media Sosial: Studi Fenomenologis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 5(1), 177–185. <https://doi.org/10.55606/juitik.v5i1.1189>
- Suhendri, S. (2023). Analisis komunikasi persuasif pengasuh asrama di Pondok Pesantren At Tibyan Deli Serdang. *At Turots: Jurnal Pendidikan Islam*, 5(001), 337–345. <https://doi.org/10.51468/jpi.v5i001.266>
- Wahidah, J. N., & Khodijah, K. (2023). Fenomena Flexing Di Medsos: Dampaknya Pada Hubungan Sosial dan Ekonomi. *Hidmah: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 22–33.
- Zahra, M., Mira Amelia, M. A., Wahyuni, P., Septianti, R., & Fauzany, R. (2024). Persepsi Mahasiswa Terhadap Flexing Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Investasi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi : EMBA*, 2(2), 185–189. <https://doi.org/10.59820/emb.a.v2i2.162>